

TUI Smiles Rewards Club erreicht eine Million Mitglieder in weniger als sechs Monaten

- **Dieser Meilenstein unterstreicht die positive Resonanz der Kundinnen und Kunden auf das erste globale Treueprogramm von TUI**
- **Mitglieder sammeln „Smiles“ durch teilnahmeberechtigte Buchungen von TUI-Produkten und erhalten während ihrer gesamten Urlaubsreise Zugang zu Prämien, Vorteilen und personalisierten Angeboten**
- **Das Programm wurde kürzlich bei den European Loyalty Awards als „Best Loyalty Newcomer in Europe 2026“ ausgezeichnet**
- **Nach dem Start in den nordischen Ländern sowie in Großbritannien und Irland ist der TUI Smiles Rewards Club nun auch in Deutschland, Österreich und der Schweiz an den Start gegangen**

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Hannover, 15. Oktober 2026. Der TUI Smiles Rewards Club hat nach seinem Start im Mai 2026 in weniger als sechs Monaten eine Million Mitglieder erreicht. Das rasante Wachstum spiegelt das große Interesse der Kundinnen und Kunden an einem Programm wider, das darauf ausgelegt ist, während der gesamten Urlaubsreise einen höheren Mehrwert, Anerkennung und relevantere Erlebnisse zu bieten.

Die Mitgliedschaft im TUI Smiles Rewards Club ist kostenlos. Das Programm bündelt Prämien und Vorteile aus dem gesamten TUI-Konzern. Mitglieder können durch berechtigte Buchungen – von Flügen und Hotels bis hin zu Pauschalreisen, Kreuzfahrten und Erlebnissen – „Smiles“ sammeln und erhalten Zugang zu Angeboten und Vorteilen, die auf ihre Art zu reisen und ihre Interaktion mit TUI zugeschnitten sind. Das Angebot wird sich im Zuge der Expansion von TUI Smiles in weitere Märkte kontinuierlich weiterentwickeln.

„Eine Million Mitglieder in weniger als sechs Monaten ist ein spannender Meilenstein und zeigt die Begeisterung unserer Kundinnen und Kunden für eine stärkere und lohnendere Beziehung zu TUI“, sagte Marco Ciomperlik, Chief Operating Officer der TUI Group.

Erste Ergebnisse zeigen ein hohes Kundenengagement

Seit dem Start geben über 92 % der Mitglieder an, dass sie den TUI Smiles Rewards Club einem Freund weiterempfehlen würden, und 38 % der Mitglieder haben bereits ihr nächstes TUI-Produkt gebucht. Die Ergebnisse zeigen, dass die Mitglieder nicht nur dem Programm beitreten, sondern sich auch aktiv mit TUI und dessen Reiseangebot beschäftigen.

Das Programm verschafft TUI ein besseres Verständnis dafür, was Kundinnen und Kunden während ihrer gesamten Urlaubsreise schätzen. Diese Erkenntnisse werden dazu beitragen, persönlichere und relevantere Erlebnisse zu schaffen – von zeitlich besser abgestimmten

Prämien bis hin zu Angeboten, die widerspiegeln, wie einzelne Mitglieder buchen, reisen und mit der Marke interagieren.

„Unser Ziel geht über die Belohnung von Transaktionen hinaus“, sagte Anuja Chauhan, Director Customer Solutions, CRM & Loyalty. „Wir möchten, dass der TUI Smiles Rewards Club während der gesamten Customer Journey echten Mehrwert schafft, indem wir unsere Kundinnen und Kunden wertschätzen, verstehen, was ihnen wichtig ist, und jede Interaktion mit TUI immer relevanter und lohnender gestalten. Das Erreichen von einer Million Mitgliedern ist ein wichtiger erster Schritt, und wir stehen erst am Anfang dessen, was mit diesem Programm noch möglich ist.“

TUI Smiles Rewards Club als bester Loyalitäts-Newcomer in Europa ausgezeichnet

Der Meilenstein von einer Million Mitgliedern folgt auf die jüngste Branchenauszeichnung für den TUI Smiles Rewards Club, der bei den European Loyalty Awards als bester Loyalitäts-Newcomer in Europa 2026 ausgezeichnet wurde. Der Preis würdigt innovative und effektive Treueprogramme und Initiativen aus ganz Europa und honoriert herausragende Leistungen in den Bereichen Kundenbindung und Kundenengagement.

Die Plattform wurde als skalierbare Grundlage für die weitere Entwicklung und die weltweite Einführung des Programms konzipiert. Sie wird in allen TUI-Märkten im Rahmen einer schrittweisen globalen Einführung ausgerollt. Nach dem ersten Start in den nordischen Ländern und der anschließenden Ausweitung auf Großbritannien und Irland wurde das Programm kürzlich in Deutschland, Österreich und der Schweiz eingeführt und wird auch in weiteren Märkten immer mehr Kundinnen und Kunden erreichen. Im Zuge der Ausweitung werden zudem neue Vorteile, Partnerschaften und Programmverbesserungen eingeführt.

Über die TUI Group

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikonzern, der für seine über 34,7 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand anbietet und die gesamte touristische Wertschöpfungskette unter einem Dach abbildet. Zum Konzern gehören über 460 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 19 eigene Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen der HANSEATIC-Klasse bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in Großbritannien. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken und Online-Vermarktungsplattformen zum Beispiel für Nur-Hotel- oder Nur-Flug-Angebote, fünf Fluggesellschaften mit 125 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und rund 1.200 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels und Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern mit Sitz in Deutschland wandelt sich zu einem globalen touristischen Plattformunternehmen. Die TUI Aktie ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet und Mitglied des MDAX. Darüber hinaus wird sie an der Börse Hannover gehandelt.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die von TUI initiierte TUI Care Foundation setzt mit Projekten in 30 Ländern auf die positiven Effekte des Tourismus, auf Bildung und Ausbildung sowie die Stärkung von Umwelt- und Sozial-Standards. Sie unterstützt so Urlaubsdestinationen in ihrer Entwicklung. Die weltweit tätige TUI Care Foundation initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

TUI Group
Group Corporate & External Affairs

Dian Valencia
Corporate Communications
Tel. +46 73-148 96 40
dian.valencia@tui.se

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com