

TUI GROUP

BELEIDS AGENDA

november 2026 – Belgische uitgave

Geen unilaterale uitbreiding van Emissiehandels-systeem

Duurzame vliegtuigbrandstoffen
Ontwikkel nu een strategie 1

Toerisme
Een springplank voor de volgende generatie 2

Emissiehandel
Regionale uitbreiding voorkomen 3

Hernieuwbare brandstoffen
De opschaling van de markt versnellen 4

Het jongerenonderzoek van TUI – tien jaar later
Steun voor democratie stagneert 5

Partnerschappen met nieuwe bestemmingen
Samen groeien 6

Ontwikkelingssamenwerking
Ondernemerschap in vakantiebestemmingen stimuleren 7

In een oogopslag
TUI Group in België 8

TUI Group
Jouw contact bij ons 9

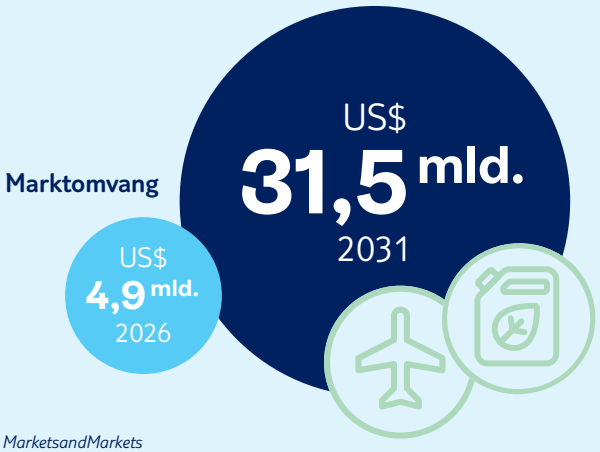
Duurzame vliegtuigbrandstoffen

ONTWIKKEL NU EEN STRATEGIE

Duurzame vliegtuigbrandstoffen (SAF) zijn de toekomst. Luchtvaarthubs over de hele wereld wedijveren met elkaar om zo snel mogelijk zo veel mogelijk SAF te kunnen leveren. België kan hierin een voortrekkersrol spelen. De federale overheid heeft de eerste stappen gezet en moet nu een SAF-strategie uitwerken.

Een groeimarkt aanboren

Naar verwachting zal de wereldwijde SAF-markt tegen 2031 tot meer dan 31 miljard US dollar groeien. Investeringen in productie en infrastructuur zullen de waardecreatie in België op lange termijn veiligstellen en banen creëren voor geschoolde werknemers.



Bron: MarketsandMarkets

België heeft heel wat voordelen door zijn locatie: het land kan de grondstoffen voor SAF importeren via zijn havens. Uit die grondstoffen kan duurzame brandstof geproduceerd worden in de petrochemische fabrieken en raffinaderijen, die luchthavens rechtstreeks kunnen bevoorraden dankzij een uitgebreide brandstofinfrastructuur. Daar komen ook nog onderzoekscapaciteiten bij, met name voor de ontwikkeling van synthetische eSAF's, die geproduceerd worden uit groene waterstof en CO_2.

De politiek en het bedrijfsleven moeten samenwerken zodat België zijn enorme potentieel op het gebied van SAF kan benutten. Waarom het nu het juiste moment is:

- **De energiezekerheid versterken:** Het feit dat België afhankelijk is van de import van fossiele brandstoffen stelt de luchtvaartsector bloot aan geopolitieke risico's. De prijzen voor kerosine zijn bijvoorbeeld de afgelopen maanden verdubbeld ten gevolge van aanhoudende verstoringen in de wereldwijde toeleveringsketens voor olie en gas. Door zelf SAF te produceren, kan België zijn brandstofvoorziening diversifiëren.
- **Klimaatbescherming mogelijk maken:** Het gebruik van SAF kan de uitstoot van broeikasgassen met tot wel 80% verminderen in vergelijking met fossiele brandstoffen. SAF is daarom een van de belangrijkste maatregelen om klimaatbescherming mogelijk te maken binnen de luchtvaartsector. De EU deelt deze visie en heeft luchtvaartmaatschappijen verplicht om een steeds grotere hoeveelheid SAF te gebruiken.
- **Betaalbare SAF beschikbaar stellen:** SAF is momenteel dubbel zo duur als fossiele kerosine als gevolg van de sluiting van de Straat van Hormuz, en de prijs van eSAF ligt tot wel 13 keer hoger. Toenemend gebruik, zoals blijkt uit de stijgende SAF-quota, zal onvermijdelijk tot hogere ticketprijzen leiden. Daarom moet de SAF-productie in Europa dringend aanzienlijk worden uitgebreid om luchtvaartmaatschappijen in staat te stellen betaalbaardere SAF aan te kopen.

TUI als voortrekker

TUI stimuleert het gebruik van SAF. Zo heeft TUI Airline in het boekjaar 2025 **11.262 ton** SAF gebruikt, ongeveer elf keer meer dan in het vorige boekjaar.

Politici worden nu opgeroepen om een samenhangende SAF-strategie te ontwikkelen. We juichen de eerste stap van de federale overheid toe: eind maart besloot zij om ETS-middelen te investeren om een SAF-actieplan op te stellen. Dat is een positieve ontwikkeling, zeker gezien politici in buurlanden evenmin bij de pakken blijven zitten: Nederland investeert 290 miljoen euro in SAF-projecten en Duitsland is van plan om tot twee miljard euro te investeren in de invoering van synthetische brandstoffen. We kijken ernaar uit om samen te werken met de overheid om dit actieplan uit te werken.

Toerisme

EEN SPRINGPLANK VOOR DE VOLGENDE GENERATIE

De jeugdwerkloosheid in Europa ligt rond 15 procent, bijna twee keer zo hoog als het algemeen gemiddelde. Bovendien blijkt uit onderzoek dat de snelle ontwikkelingen op het gebied van AI het moeilijker maken voor jongeren om de arbeidsmarkt te betreden. De Europese Commissie hoopt daar iets aan te doen met de onlangs aangenomen strategieën voor toerisme en beroepsopleidingen, evenals met een nieuwe jeugdstrategie die momenteel wordt uitgewerkt, en zo kansen te creëren voor jongeren.

Opportuniteiten voor de volgende generatie

De TUI Care Foundation stimuleert actief de dialoog tussen beleidsmakers en jongeren. Neem bijvoorbeeld Youthwise: dit programma, dat in samenwerking met de OESO wordt georganiseerd, brengt de standpunten van 18- tot 30-jarigen naar voren in internationale beleidsdebatten. Tijdens de jongerenbeleidsdialoog van de EU in Athene in mei 2026 gaf de Foundation jongeren ook de kans om deel te nemen aan het debat over de toerismestrategie van de EU, die door de Commissie werd voorgesteld in november.

Het toerisme, goed voor ongeveer 12 procent van de jobs binnen de EU, speelt hierin een belangrijke rol en biedt veel mensen een eerste kans op de arbeidsmarkt. Neem bijvoorbeeld TUI: het bedrijf biedt stageplaatsen en opleidingen aan in heel Europa op allerlei gebieden, van luchtvaarttechniek over reisadvies tot financiën en IT. TUI ontwikkelt ook de vaardigheden van haar medewerkers wereldwijd aan de hand van de “Look@ Learning”-aanpak, met online cursussen, virtuele opleidingssessies en peer-to-peer-begeleiding. Wie graag een internationale carrière wil opbouwen, kan ervaring opdoen dankzij het International Graduate Programme, met boeiende stages in verschillende departementen van TUI, mentoring, workshops en een wereldwijd netwerk.

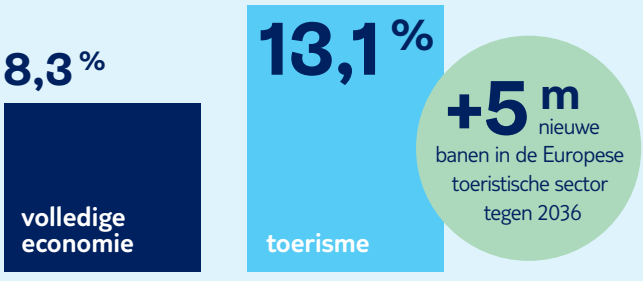
Toch hebben bedrijven vaak moeite om vacatures te vervullen. Er is een tekort aan geschoolde werknemers, de babyboomers gaan met pensioen en er is nood aan nieuwe vaardigheden, voornamelijk op het gebied van AI. En wie over de grens wil werken als seizoenarbeider of met een buitenlands diploma, stuit op regelgevende obstakels. De EU-strategieën kunnen perspectieven bieden voor jongeren en bedrijven versterken, op voorwaarde dat ze een aantal belangrijke kwesties aanpakken:

- **Digitale vaardigheden opbouwen:** Veranderende vereisten, een tekort aan talent en groeiende vaardigheidshiaten – beleidsmakers moeten digitale vaardigheden vanaf het begin verankeren in het onderwijs en opleidingen. Het nieuwe onderwijspakket van de EU richt zich precies hierop; wat nu telt, is hoe het wordt uitgevoerd.
- **Flexibiliteit stimuleren:** Mensen die blijven leren, blijven gevraagd. De Vaardigheidsunie van de EU biedt het juiste kader voor de voortdurende ontwikkeling van vaardigheden.
- **Diploma’s erkennen:** Een diploma mag zijn waarde niet verliezen aan de grens. De Europese arbeidsmarkt kan worden opengesteld voor jongeren door de gelijkstelling van diploma’s tussen lidstaten te vergemakkelijken.
- **Mobiliteit mogelijk maken:** De EU en het Verenigd Koninkrijk zouden het Youth Experience Scheme snel moeten invoeren, zodat jongeren van 18 tot 31 jaar tot drie jaar lang in de EU en het Verenigd Koninkrijk kunnen wonen, werken en studeren.

Toerisme als motor voor werkgelegenheid

Meer dan één op de acht mensen die in de Europese toeristische sector werken is jonger dan 25, wat aanzienlijk meer is dan het gemiddelde in de volledige economie. Tegen 2036 zal het Europese toerisme naar verwachting meer dan 5 miljoen extra jobs creëren, waardoor de kansen voor de jongere generatie om de arbeidsmarkt te betreden verder zullen verbeteren.

Aandeel van werknemers van 15 tot 24 in de EU



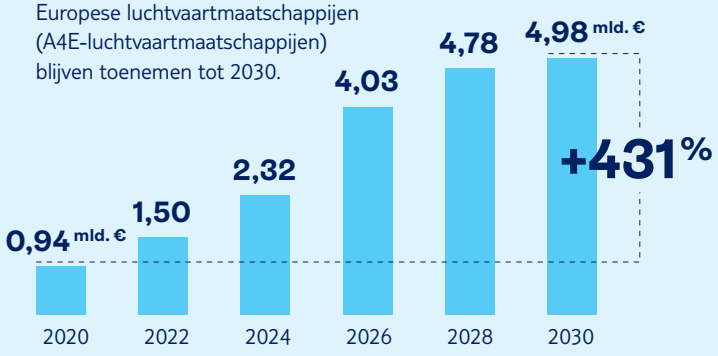
Bron: World Travel & Tourism Council (WTTC)

Emissiehandel

REGIONALE UITBREIDING VOORKOMEN

De EU herziet momenteel haar Emissiehandelssysteem. Het doel is om het concurrentievermogen van Europa te vergroten en ondertussen de klimaatdoelstellingen te blijven nastreven. Dat is de juiste aanpak. De EU wil het systeem echter ook verder aanscherpen, waardoor een luchtvaartsector die al onder zware druk staat mogelijks met nog meer uitdagingen wordt geconfronteerd.

Jaarlijkse kost van het EU ETS voor Europese luchtvaartmaatschappijen
Zelfs onder de huidige regels zal de last voor Europese luchtvaartmaatschappijen (A4E-luchtvaartmaatschappijen) blijven toenemen tot 2030.



Bron: Onderzoek van A4E/Steer 2025

De nadruk ligt op de regionale uitbreiding van het EU-emissiehandelssysteem (ETS). Tot nu toe heeft dit systeem enkel betrekking op vluchten binnen Europa; in de toekomst zou het worden uitgebreid tot een straal van 5.000 kilometer rond de hub in Frankfurt. Dat kan ervoor zorgen dat vluchten naar Noord-Afrika aanzienlijk duurder worden. Ten eerste legt de uitbreiding een extra last op de schouders van luchtvaartmaatschappijen, die in 2026 alleen al ongeveer vier miljard euro betalen voor het ETS. Ten tweede wordt een deel van die kosten onvermijdelijk doorgerekend aan de reizigers. Het is een absurde situatie: bijvoorbeeld in Duitsland wil de overheid enerzijds mobiliteit voor iedereen betaalbaar houden met een brandstofkorting ter waarde van miljarden euro's, maar anderzijds dreigen politiek gemotiveerde extra kosten vakanties nog duurder te maken.

Risico op internationaal conflict

Bovendien zouden landen zoals Turkije, Marokko en Egypte, die jaarlijks miljoenen reizigers uit Europa ontvangen en afhankelijk zijn van een welvarende toeristische sector, enorme nadelen ondervinden van de uitbreiding van emissiehandel. Dit roept de vraag op of Europa kleinere partnerlanden met één handtekening bewust mag benadelen. Wij zijn van mening dat overwegingen op het gebied van economie, maatschappij en buitenlands beleid duidelijke argumenten vormen tegen een uitbreiding van het EU ETS.

"Het is maar de vraag of het eerlijk is dat Europa hard optreedt [tegen Noord-Afrikaanse landen] onder het mom van milieubescherming."

Prof. Dr. Elmar Giemulla
deskundige op het gebied van luchtvaartrecht, over de plannen van de Europese Commissie:
In: Die ZEIT, 18 juli 2026

En klimaatactie? Dat werkt alleen met akkoorden die wereldwijd van toepassing zijn. Het klimaatinstrument CORSIA wordt vanaf 2027 aanzienlijk uitgebreid en zal dan ook belangrijke luchtvaartmarkten zoals China, India en Brazilië omvatten. Deze belangrijke vooruitgang dreigt echter te worden ondermijnd door een uitbreiding van het EU ETS. Bovendien biedt de herziening van het ETS de EU ook belangrijke hefbomen:

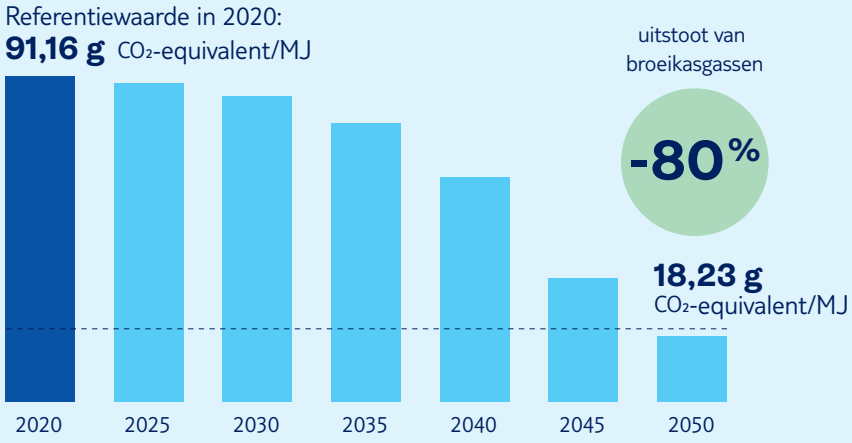
- **Bestemming van middelen:** De inkomsten uit het ETS moeten verplicht opnieuw worden geïnvesteerd in klimaatactie binnen de luchtvaartsector.
- **Duurzame vliegtuigbrandstoffen:** Luchtvaartmaatschappijen hebben dringend nood aan een grotere voorraad duurzame vliegtuigbrandstoffen (SAF). De EU moet zowel de productie als het gebruik van SAF consequent ondersteunen en de invoer ervan vergemakkelijken.
- **Onderzoek:** In plaats van overhaast verdere regelgeving in te voeren, zou de EU zich eerst moeten toespitsen op onderzoek en op het opbouwen van een degelijke wetenschappelijke basis voor de impact op het klimaat van condensatiestrepen en niet-CO_2-gerelateerde effecten.

Hernieuwbare brandstoffen

DE OPSCHALING VAN DE MARKT VERSNELLEN

TUI Cruises gaat voor hernieuwbare energie. Eind augustus 2026 tankte Mein Schiff 7 voor de eerste keer groene methanol, een mijlpaal in het traject naar koolstofarme cruises. Nu moet de opschaling van de markt voor hernieuwbare brandstoffen worden versneld.

Klimaatvoetafdruk van scheepsbrandstoffen
Krachtens de FuelEU Maritime-verordening moet de broeikasgasintensiteit van scheepsbrandstoffen aanzienlijk dalen.



Bron: Regulation (EU) 2023/1805 (FuelEU Maritime)

TUI Cruises investeert miljoenen in de brandstofmix van de toekomst. Tientallen specialisten hebben bijvoorbeeld maandenlang het bunkeren van methanol voorbereid en het schip werd uitgerust met een extra brandstof- en veiligheidssysteem. Ook de nieuwe Mein Schiff Relax en Mein Schiff Flow maken gebruik van de dual fuel-technologie. Hun aandrijvingssystemen kunnen zowel op scheepsdiesel als op groen vloeibaar aardgas (LNG) draaien. Bovendien zijn bijna alle schepen uitgerust voor walstroom.

Om ervoor te zorgen dat het klimaat het maximale effect van die investeringen ondervindt en dat Europa haar klimaatdoelstellingen haalt, moet nu een passend politiek en economisch kader worden gecreëerd. De focus moet liggen op:

- **Een versnelde opschaling van de markt:** Er is een tekort aan hernieuwbare brandstoffen. Een gebrek aan voldoende productiecapaciteit, betrouwbare toeleveringsketens en prijzen die op lange termijn concurrerend zijn, spelen hierbij een rol. Beleidsmakers moeten hun ambitieuze klimaatdoelstellingen ondersteunen door middel van specifieke maatregelen om de markt op te schalen.
- **Een doelgericht gebruik van de inkomsten van het EU-emissiehandelssysteem (ETS):** De scheepvaart maakt sinds 2024 deel uit van het Europese Emissiehandelssysteem. Een groter deel van de hieruit voortvloeiende inkomsten zou moeten worden geïnvesteerd in het koolstofarm maken van de scheepvaart, met name in duurzame brandstoffen, innovatieve aandrijvingstechnologieën en de modernisering van bestaande schepen.
- **Een uitbreiding van de infrastructuur:** Rederijen investeren in aandrijvingssystemen met een lagere uitstoot, maar de haveninfrastructuur moet gelijke tred houden. Beleidsmakers, havenbeheerders en de energiesector moeten samen investeren om de bunker- en walstroomvoorzieningen verder uit te breiden.
- **De uitwerking van een wereldwijd kader – zonder Europa te verzwakken:** In de internationale scheepvaart moeten klimaatregels worden ingevoerd die zo uniform en betrouwbaar mogelijk zijn. Europese vereisten, zoals FuelEU Maritime en het ETS, moeten worden afgestemd op de internationale voorschriften van de IMO.

Klimaatactie met bio-LNG

In de zomer van 2026 heeft TUI Cruises **17.000 ton** biologisch LNG gebruikt op Mein Schiff Relax en Mein Schiff Flow. In vergelijking met conventioneel LNG leidt dit tot een vermindering van de uitstoot van broeikasgassen met 80 procent over de gehele levenscyclus van de brandstof. Een uitgebreider gebruik wordt echter belemmerd door een gebrek aan productiecapaciteit en betrouwbare toeleveringsketens.

Het jongerenonderzoek van TUI – tien jaar later

STEUN VOOR DEMOCRATIE STAGNEERT

Al tien jaar onderzoekt de TUI Foundation via haar jaarlijkse jongerenonderzoek hoe jongeren tegen sociale en politieke ontwikkelingen aankijken en welke uitdagingen voor hen het belangrijkst zijn. De editie van dit jaar schetst een ambivalent beeld.



Jongerenstudie van TUI
Voor het representatieve onderzoek "Young Europe" van de TUI Foundation werden in 2026 meer dan 8000 mensen tussen 16 en 26 jaar ondervraagd in Duitsland, Frankrijk, Spanje, Griekenland, Italië, Polen en het Verenigd Koninkrijk.

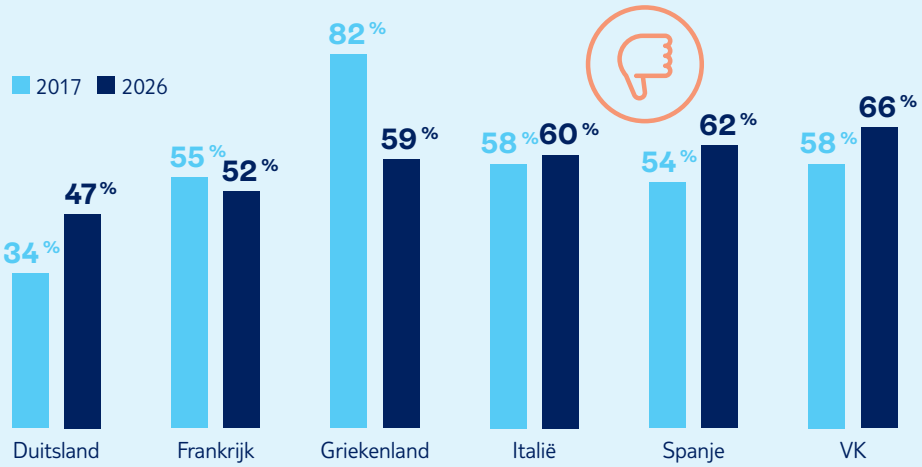
Als het gaat om democratie als regeringsvorm, valt één ding op: in elk land dat deel uitmaakte van het onderzoek is de meerderheid van de respondenten het eens dat "democratie over het algemeen de beste regeringsvorm is". Over alle landen genomen is dit percentage echter nog iets verder gedaald van een toch al beperkt niveau – van 52 procent naar 50 procent – waarbij het aandeel van mensen die de voorkeur geven aan een andere regeringsvorm stabiel is gebleven op 9 procent. Toch ontwikkelt de steun zich van land tot land verschillend, zoals ook blijkt uit de houding ten opzichte van het politieke systeem: in Duitsland is de tevredenheid sterk gedaald van 39 procent in 2018 tot 28 procent, terwijl landen zoals Spanje, Polen en het Verenigd Koninkrijk een stijging zien, zij het van een laag startniveau.

In de afgelopen tien jaar zijn Europese jongeren aanzienlijk minder optimistisch geworden over wat de toekomst te bieden heeft. Slechts 57 procent van de 16- tot 26-jarigen zegt nu dat ze optimistisch zijn over de toekomst, een daling ten opzichte van 70 procent in 2017. Veel jongeren beschouwen politieke vrijheid ook als minder noodzakelijk dan basisbehoeften zoals een goede gezondheid, gelijke kansen en een leven zonder armoede. De cijfers wijzen op een verschuiving in prioriteiten: in een tijd van toenemende onzekerheid worden de materiële, gezondheidsgerelateerde en sociale fundamenten van vrijheid steeds belangrijker.

> *"Jongeren willen vooral één ding van de politiek: betrouwbaarheid. Ze voelen heel goed aan of aankondigingen daadwerkelijk een verschil maken in het dagelijkse leven of louter beloftes blijven. Net omdat ze de democratie en Europa niet fundamenteel in twijfel trekken, maar wel kritischer kijken naar hoe goed die functioneren, zouden beleidsmakers zich meer moeten focussen op wat echt belangrijk is en hun beloften moeten nakomen."*

Thomas Ellerbeck
voorzitter van de Raad van Toezicht van de TUI Foundation

De belofte van vooruitgang onder druk
"Vergeleken met de generatie van mijn ouders, denk ik dat mijn generatie er qua inkomen en levensstandaard slechter aan toe zal zijn."

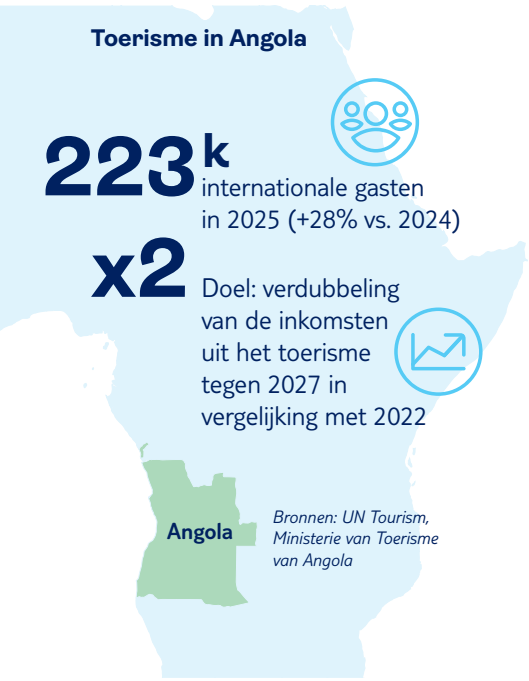


Bron: Jongerenstudie "Young Europe 2026" van TUI

Partnerschappen met nieuwe bestemmingen

SAMEN GROEIEN

Een reisbestemming worden is een complex proces: er is voldoende capaciteit nodig voor hotels en vliegverbindingen, diensten ter plaatse, excursies en activiteiten – en alles moet op elkaar afgestemd zijn. Gasten verwachten dat de koks goed opgeleid zijn, de gidsen ervaring hebben en de servicemedewerkers betrouwbaar zijn. Er zijn weinig bedrijven die dit op dezelfde manier aanbieden als TUI en in de toekomst zal dit ook gelden voor landen die nog geen toeristische bestemming zijn.



De strategie: ten eerste is TUI actief in elke stap van het reistraject: van de reis naar de bestemming tot hotels, transfers en activiteiten ter plaatse. Dat zorgt voor onafhankelijkheid. Ten tweede kan TUI via haar eigen verkoopkanalen de vraag stimuleren en haar eigen klanten warm maken voor nieuwe bestemmingen. En dat doet ze op een zeer efficiënte manier. Ten derde beschikt TUI over een brede portefeuille aan hotelmerken, waardoor ze heel uiteenlopende doelgroepen kan aanspreken. Daardoor ontstaat een veerkrachtig klantenbestand. Ten vierde maakt TUI gebruik van beproefde concepten om seizoenschommelingen op te vangen. Ook buiten het hoogseizoen kunnen bestemmingen hierdoor van het toerisme profiteren.

Angola zet in op toerisme

Die kennis is bijzonder relevant voor landen die hun volledige potentieel nog niet hebben benut. Neem bijvoorbeeld Angola: de overheid wil de economie diversifiëren, weg van de olie-industrie en meer richting bedrijfsmodellen die duurzaam zijn op lange termijn, zoals toerisme. Om dat te bereiken volgt het land een duidelijke strategie en investeert het miljarden euro's.

Er zijn drie voorwaarden die bepalen of een nieuwe regio op lange termijn succesvol zal zijn:

- **In termen van ecosystemen denken:** Toerisme is een succes op lange termijn als iedereen er voordeel uit haalt: de lokale bevolking, de gasten, de lokale economie en het natuurlijke en culturele erfgoed. Succes is mogelijk wanneer de lokale bevolking het toerisme ondersteunt. Dat is exact wat TUI nastreeft met investeringen, opleidingen en lokale waardecreatie.
- **Een betrouwbaar kader opzetten:** Investeringen hangen samen met coherente strategieën en betrouwbare voorwaarden. Extra heffingen of toegangsbelemmeringen kunnen landen op korte termijn inkomsten opleveren, maar ze kunnen ook de vraag afremmen en het vertrouwen ondermijnen.
- **De connectiviteit uitbreiden:** Open markten en goede luchtvaartverbindingen zorgen ervoor dat het hele ecosysteem kan groeien. Wie kiest voor connectiviteit in plaats van isolatie, trekt investeringen en gasten aan – en nationale luchtvaartmaatschappijen groeien gewoon mee.

> *"De economische toekomst van Angola mag niet alleen gebaseerd zijn op olie. Toerisme is onze 'groene olie' en heeft een enorm potentieel om banen te creëren, plattelandsgebieden te ontwikkelen en ons natuurlijk en cultureel erfgoed op een duurzame manier te benutten."*

Márcio de Jesus Lopes Daniel
De Minister van Toerisme van Angola, tijdens ITB 2026



Ontwikkelingssamenwerking

ONDERNEMERSCHAP IN VAKANTIE-BESTEMMINGEN STIMULEREN

Lokaal ondernemerschap zorgt voor groei en welvaart, vooral in regio's die sterk door het toerisme worden gekenmerkt. En toch slagen kansarme groepen er keer op keer niet in hun ideeën uit te werken, waardoor creatief potentieel onbenut blijft. Het Futureshapers-programma van de TUI Care Foundation helpt mensen obstakels te overwinnen en vormt een belangrijk aanspreekpunt voor institutionele partners.

TUI Futureshapers Programme

TUI FUTURESHAPERS PROGRAMME

Actief in **70** landen en gebieden

1.822 kmo's ondersteund

12.600 ondernemers ondersteund

7,2 m € verstrekt



"Om economisch rendabel te zijn, moesten we onze activiteiten diversifiëren. Dankzij de steun van de TUI Care Foundation hebben we dat ook daadwerkelijk kunnen verwezenlijken."

Nino Dotti
Milot Hydroponics, Kaapverdië

Vooral lokale vrouwelijke ondernemers staan voor grote uitdagingen: ze hebben tijdens hun werkzaam leven nog niet de kans gehad om netwerken uit te bouwen, ze kunnen klanten niet gericht bereiken, ze beschikken niet over afzetkanalen en banken weigeren hen start- en groeikapitaal te verstrekken. Dat is waar de Foundation ingrijpt dankzij het Futureshapers-programma van TUI. Dat ondersteunt ondernemers vanaf het allereerste idee tot aan de opschaling. Zo kunnen lokale ideeën worden omgezet in kansrijke bedrijfsmodellen en worden ter plaatse inkomsten gerealiseerd. Tot nu toe heeft de TUI Care Foundation meer dan 1.800 kleine en middelgrote ondernemingen ondersteund, van Chili tot Fiji. Ongeveer de helft van die steun gaat naar vrouwen.

Vooruitzichten op lange termijn dankzij markttoegang

Het grote voordeel van TUI Care Foundation? Haar connectie met het ecosysteem van TUI. De reisgroep is actief in 180 landen en begeleidt jaarlijks 34 miljoen mensen bij hun vakantie. Drie voorbeelden:

- **Kaapverdië:** Op het woestijnachtige eiland Sal ondersteunt het project landbouwbedrijven die afhankelijk zijn van innovatieve hydrocultuur. De bedrijven verkopen een brede waaier van producten aan lokale hotels, waardoor het eiland minder afhankelijk wordt van import.
- **Albanië:** De Foundation ondersteunt kleinschalige plattelandsbedrijven in de horeca, het agrotoerisme en buitenactiviteiten. Het doel: ook zij moeten kunnen profiteren van de toeristische bloei buiten de drukbezochte bestemmingen. Ongeveer 200 bedrijven krijgen ondersteuning en er zullen naar verwachting 400 nieuwe banen worden gecreëerd.
- **Laos:** Kleine toeristische bedrijven zetten steeds meer in op afvalpreventie en de circulaire economie. Dankzij kleine subsidies en advies wordt deze overgang toegankelijk voor 200 bedrijven en 100 jonge ondernemers.

Voordeel voor donors

De TUI Care Foundation heeft een nieuw ontwikkelingsagentschap opgericht, Target 8.9, dat gespecialiseerd is in toerisme en dat een groot aantal projecten ter plaatse uitvoert. Wat dit agentschap onderscheidt: Target 8.9 neemt alleen projecten aan waarvoor het over de nodige lokale expertise beschikt. De Foundation maakt het ook gemakkelijker voor andere instellingen om zich in te zetten voor die projecten en ondernemerschap in de toeristische sector op een efficiënte manier te promoten. GIZ en UN Tourism, evenals nationale ministeries van toerisme, doen al met succes een beroep op de expertise van de TUI Care Foundation en Target 8.9.

In een oogopslag

TUI GROUP IN BELGIË



TUI Group – bedrijfscijfers

Uniek	geïntegreerd bedrijfsmodel
34,7 mln	klanten die reizen naar 180 regio's
24,2 mld	Omzet
1,46 mld	Bedrijfsresultaat

TUI GROUP

JOUW CONTACT BIJ ONS



Thomas Ellerbeck
Member of the Group Executive Committee of TUI Group and Chairman of TUI Care Foundation
thomas.ellerbeck@tui.com
+49 (0)30 60902060-60



Alexander Panczuk
Group Director Policy & Reputation of TUI Group and Managing Director of TUI Care Foundation
alexander.panczuk@tui.com
+49 (0)172 2814983



Johanna Vijverman
Public Policy Manager België
johanna.vijverman@tuifly.be
+32 (0)494 93 50 33

Colofon

Uitgever:
TUI Group
Group Corporate & External Affairs
Pariser Platz 6 a | 10117 Berlin
www.tuigroup.com/en/policy

Kantoor in Brussel
Kortenberglaan 116
1000 Brussel

Kantoor in Berlijn
Pariser Platz 6 a
D-10117 Berlin

Redactionele deadline:
19 november 2026

Partnerbureau:
Köster Kommunikation

De digitale versie (in het Engels) van dit nummer is te vinden op **www.tuigroup.com/en/policy**