

Travel. Transport. Worldwide.

# Nachhaltig wirtschaften im TUI Konzern

## Nachhaltigkeitsberichterstattung 2006/2007

Mit Corporate Social Responsibility zu Nachhaltiger Entwicklung



# Inhalt

- Executive Statements**
  - 4 Stellungnahmen des Vorstandes
- Berichterstattung**
  - 6 Good Governance und Transparenz der extra-finanziellen Aspekte, Risiken und Chancen, Stellungnahme des Direktors Konzern-Umweltmanagement/ Nachhaltige Entwicklung
  - 8 Internes und externes Reporting
- TUI auf einen Blick**
  - 10 Bewertung durch externe Stakeholder
  - 11 Wirtschaftliche Kennzahlen
  - 12 Umweltkennzahlen
  - 14 Mitarbeiterkennzahlen
- Unser Geschäft**
  - 17 Kurzprofil
  - 18 Value Chain Assets – Entlang der Wertschöpfungskette
  - 22 Corporate Governance
- Strategische Managementprozesse**
  - 26 Nachhaltigkeitsmanagement im Konzern
  - 31 Konzern-Leitlinie für die Beschäftigten
  - 32 Compliance
  - 33 Risikomanagement im Konzern
  - 34 Sicherheits- und Krisenmanagement
  - 36 Innovationsmanagement im Konzern
- Ziele**
  - 40 Zielerreichung Umwelt und Nachhaltigkeit 2004 – 2006
  - 43 Zielsetzungen 2007–2010
  - 50 Zielsetzungen 2007–2013, Bsp. Klimaschutz durch Flottenerneuerung
- Umweltmanagementsystem**
  - 54 Umweltaspekte des TUI Konzerns – Identifikation und Bewertung
  - 55 Klimaschutz und Energieeffizienz
  - 59 Klimaschutz und Emissionen
  - 63 Klimaauswirkungen des internationalen Containertransports
  - 64 Ressourceneinsatz, Abfallaufkommen und Flächenverbrauch
  - 66 Zertifizierungen nach internationalen Umweltnormen
  - 70 Biodiversitätsstrategie und -projekte
  - 85 Multi-Stakeholder-Dialog, Kooperationen und strategische Partnerschaften
  - 89 Destinationsqualität und -monitoring
  - 92 Umweltqualität in TUI Ferienhotels

### Titelbild

*TUI Tourismusprojekt „Toscana Resort Castelfalfi“: Kernziel der zukünftigen Entwicklung Castelfalfis ist neben der Erweiterung des touristischen Angebots der Erhalt und die Wiederherstellung der vorhandenen Kulturlandschaft der Toskana. Dies beinhaltet auch den Erhalt der Landwirtschaft mit Wein- und Olivenanbau. Die Versorgung der Gäste erfolgt durch die vielfältigen Produkte des eigenen Agrarbetriebs. Das bestehende Dorf mit Kirche und Castello wird saniert und um neue Elemente mit touristischer Nutzung erweitert. Höchste Priorität hat der Aspekt der Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit, unter dem das Projekt entwickelt wird. Angestrebt wird eine autarke Versorgung durch den Einsatz erneuerbarer Energien zur Deckung des Strombedarfs. Bei der Wasserver- und Brauchwasserentsorgung sind biologische Klärung und Mehrfachnutzung vorgesehen. Das Umweltmanagement wird auf Basis der DIN EN ISO 14001-Standards und der erweiterten Umwelt- und Nachhaltigkeitsstandards für das TUI-eigene Gütesiegel „EcoResort“ betrieben. Im Zuge der Projektrealisierung werden mindestens 300 neue Arbeitsplätze geschaffen. Da die Mitarbeiter vorzugsweise aus der Region kommen sollen, wird das Projekt positiv zur Entwicklung des Arbeitsmarktes in der Region beitragen.*

### Soziale Verantwortung für unsere Beschäftigten

- 98 Personalentwicklung
- 99 Mitbestimmung im Konzern
- 100 Betriebliche Gesundheitsförderung, Gesundheitsvorsorge und Arbeitssicherheit
- 102 Betriebliche Altersvorsorge und -teilerzeit
- 103 Work-Life-Balance
- 104 Diversity und Schwerbehinderte

### Gesellschaftliches Engagement

- 110 Stiftungen
- 113 Lokales Engagement an den Unternehmensstandorten
- 117 Engagement in den Destinationen
- 123 Global tätig – global engagiert
- 125 Einsatz für Menschenrechte

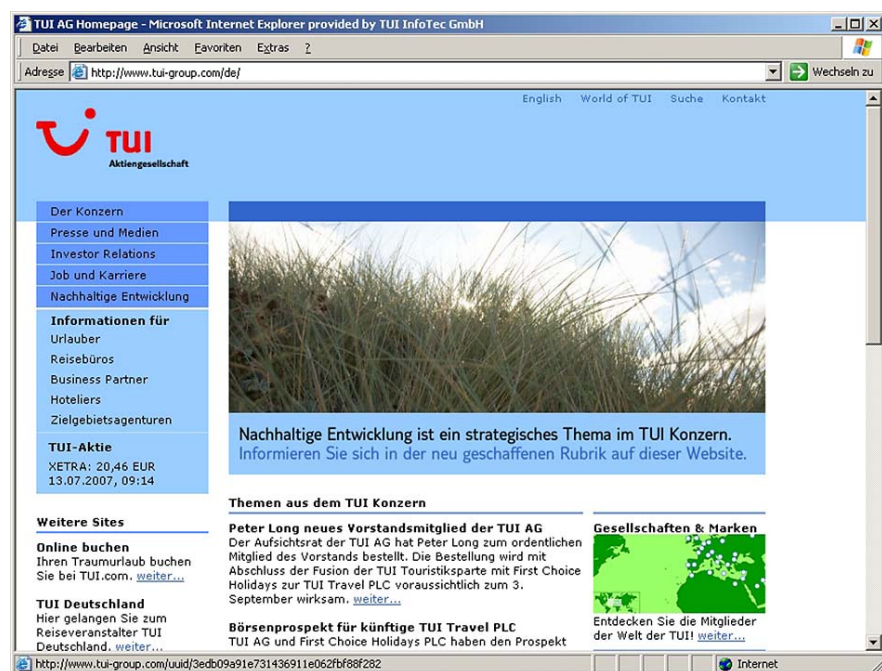
### Produktverantwortung und Verbraucherschutz

- 128 Nachhaltige Produktentwicklung in der Touristik
- 137 Verbraucherschutz und –information

### Impressum

- 141 Impressum und Ansprechpartner

Die internetbasierte Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation ist aus unserer Sicht in den Punkten Aktualität, Zugriffsmöglichkeit, Transparenz und Dialogfähigkeit stets das Medium erster Wahl. Der Zugang zu den publizierten Dokumentationen ist über [www.tui-group.com](http://www.tui-group.com) jederzeit problemlos gewährleistet.



Stichtag 30.06.2007

# Stellungnahmen des Vorstandes

## Nachhaltiger Beitrag zum Unternehmenswert



„Die ausgewogene Verbindung wirtschaftlicher Ziele mit sozialen, gesellschaftlichen und ökonomischen Belangen ist eine der Grundlagen nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolgs. Im TUI Konzern ist daher Verantwortung für Gesellschaft, Mitarbeiter und Umwelt eine wichtige Leitlinie unternehmerischen Handelns sowohl bei strategischen Überlegungen als auch im Tagesgeschäft.“

**Dr. Michael Frenzel**  
Vorsitzender des Vorstandes der TUI AG



„Die Unternehmen der TUI und unser Konzern stehen im Fokus der Öffentlichkeit und haben als Global Player und Markt- und Marktführer eine besondere Verantwortung. Wir haben uns grundsätzlich zur wertorientierten Unternehmensführung und zum „nachhaltigen Wirtschaften“ bekannt. Schließlich geht es dabei in erster Linie darum, die ökonomischen Ziele und den ökonomischen Erfolg mit der Kompatibilität, der Verträglichkeit gegenüber Gesellschaft und Natur zu verbinden. Dabei sind wir einem Interessenausgleich unserer Shareholder und unserer Stakeholder, nach innen wie nach außen, durch Dialog und Kooperation verpflichtet.“

**Dr. Peter Engelen**  
Mitglied des Vorstandes der TUI AG  
Personal, Recht, Umwelt &  
Nachhaltige Entwicklung

# Stellungnahmen des Vorstandes



„Corporate Changes haben einen wesentlichen Einfluss auf die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit. Wir ergreifen jede Möglichkeit, ökologischer zu werden, und verpflichten uns darauf, die Position unseres Unternehmens hinsichtlich aller Aspekte von Umweltauswirkungen und nachhaltiger Entwicklung zu stärken. Wenn eine größere Effizienz in unserem operativen Geschäft, beim Kerosinverbrauch und im Rahmen unserer Geschäftsprozesse der Umwelt, unseren Kunden und unseren Mitarbeitern zugute kommen, dann haben wir eine Win-Win-Situation geschaffen.“

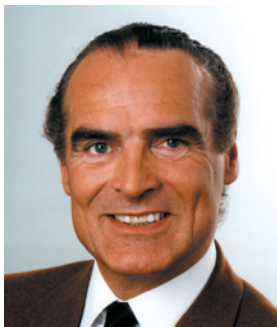
**Peter Rothwell**  
Mitglied des Vorstandes der TUI AG  
Touristik



„Hapag-Lloyd hat sich zum Ziel gesetzt, höchste Qualität und einen hohen Umweltschutzstandard durch kontinuierliche Verbesserung zum Vorteil unserer Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und Stakeholder zu erreichen und zu halten.“

**Michael Behrendt**  
Vorsitzender des Vorstandes  
der Hapag-Lloyd AG  
Mitglied des Vorstandes der TUI AG  
Schifffahrt

# Good Governance und Transparenz der extra-finanziellen Aspekte, Risiken und Chancen



Dr. Dr. Wolf Michael Iwand  
Direktor Konzern-Umweltmanagement/  
Nachhaltige Entwicklung der TUI AG

Der „Business Case“ nachhaltiger  
Entwicklung

Seit unserem ersten Bericht „Nachhaltig wirtschaften in der World of TUI“ (2003/2004) haben sich die internen und externen Rahmenbedingungen für die Nachhaltigkeitsprozesse in der TUI AG mit hoher Dynamik und stetig zunehmender Komplexität verändert. Hohe substantielle Erwartungen der Finanzmärkte, der Politik, der Medien, der Nicht-Regierungs-Organisationen verlangen nachdrücklich – besonders von börsennotierten, multinational tätigen Unternehmen – eine quanti- und qualifizierte Berichterstattung in Bezug auf „extra-finanzielle Aspekte und Risiken“ und die damit inhärent verbundene Darstellung der konkreten Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung (CSR) für Mitarbeiter und Gesellschaft und für Umwelt und Natur.

Die Gesellschaften der TUI AG haben dabei im Berichtszeitraum (seit 2003/2004) einen quantitativen und qualitativen Sprung nach vorn gemacht. Das belegen die entsprechenden organisatorischen Strukturen für ökologische und soziale Good Governance (gute Unternehmensführung) ebenso wie die für den Berichtszeitraum vorgelegten „extra-finanziellen“ Ergebnisse im Umweltmanagement der Konzern-Gesellschaften in Touristik und Schifffahrt, in der Wahrnehmung sozialer Verantwortung für Mitarbeiter und Gesellschaft in beiden Sparten.

Unabhängig von häufig willkürlich ausgewählten ökologischen und gesellschaftlichen Erwartungen von Stakeholdern an (Groß-) Unternehmen war es unser zentrales Anliegen, unser Kerngeschäft systematisch mit relevanten Nachhaltigkeitsindikatoren zu verbinden, was uns dauerhaft eine erfolgreiche, balancierte Weiterentwicklung des Kerngeschäftes ermöglichen und damit unsere Wettbewerbsfähigkeit sichern soll. Good Governance ermöglicht nicht nur Compliance, sondern antizipiert „beyond compliance“ Konfliktpotenziale und Risiken, aber auch Chancen, und verbessert die „operational performance“.

Die Darstellung des „Business Case“ nachhaltiger Entwicklung haben wir in den TUI AG Geschäftsberichten 2005 und 2006 (vgl. Lagebericht und siehe hier unter Corporate Governance) kontinuierlich verbessert. Mit der „Nachhaltigkeitsberichterstattung 2006/2007“ verbreitern und vertiefen wir die Rechenschaftslegung der Inhalte und die Transparenz unserer Leistungen. Die aktiv gelebte Vernetzung mit unseren Anspruchsgruppen, ob Shareholder oder Stakeholder, ermöglicht uns einen Verständigungs-, Such- und Lernprozess nachhaltiger Entwicklung, der uns Mut macht, unsere Zielsetzungen – trotz gewaltiger Herausforderungen bei der Umsetzung, ob bei Klimapolitik, Menschenrechten, Hunger- und Armutsbekämpfung und den anderen sieben Millennium Development Goals oder Antikorruptionsmaßnahmen bis hin zu „ökologischer Gerechtigkeit“, beharrlich zu verfolgen.

**Berichterstattung als Innovationstreiber**

Wir begreifen den breiten internationalen Gestaltungsprozess für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von (Groß-) Unternehmen als Innovationstreiber. Wir werden das interne Monitoring, das externe Reporting und die Verifizierbarkeit durch „best available data“ systematisch weiterentwickeln. Wir werden unsere vielfältigen Kompetenzen nachhaltiger Kernprozesse durch größtmögliche Transparenz – nach innen und außen – kontinuierlich und langfristig deutlich machen.

**Energieeffizienz und Emissionsreduktion an oberster Stelle**

Die überragende weltpolitische Bedeutung, die aktuell alle Aspekte des globalen Klimawandels seit Vorlage der jüngsten „vierten“ IPCC-Berichte genießen, spiegelt sich auch in der Richtlinienvorlage der Europäischen Kommission zur Einbeziehung des Luftverkehrs in das Europäische Emissionshandelssystem (ETS) wider. In Folge sind nicht nur die CO<sub>2</sub>-Emissionsdaten der TUI Airlines für die Jahre 2004–2006 (s. S 59 ff.) von wesentlicher Bedeutung für die zukünftige Zuteilung von Emissionszertifikaten, sondern ebenso die zu erwartenden Guidelines der Kommission für das zukünftige Emissionsreporting. Hier muss nicht nur das interne Berichtswesen der TUI Airlines höchste Datenqualität sicherstellen, sondern – ebenso wichtig – muss der „CO<sub>2</sub>-footprint“ der TUI durch das zwingende operative Gebot der größtmöglichen Treibstoff- und Energieeffizienz auf ein Mindestmaß reduziert werden. Dies ist in den vergangenen Jahren sowohl länder- als auch bereichsübergreifend in den Zentralfunktionen bereits in hohem Maße organisatorisch implementiert. Der durchschnittliche Flottenverbrauch (ø 3,08 l/100 pkm) und die entsprechenden CO<sub>2</sub>-Emissionsdaten (ø 79,5 g/pkm) stehen monatlich zu Analyse und Steuerung zur Verfügung: „Low Carbon through Least Cost“ (*efficient low carbon management through least cost energy efficiency* – vgl. dazu: schon 1981, Amory Lovins, *Least-Cost Energy: Solving the CO<sub>2</sub> Problem*).

**„Low Carbon through Least Cost“****Verbraucher für „nachhaltigen Konsum“ zu gewinnen ist zentrales Anliegen**

So wesentlich die Energieintensität in den Sparten Touristik und Transport als „Sustainable Development Key Performance Indicator“ gesehen werden muss, so unwesentlich ist immer noch der alles entscheidende Aspekt des nachhaltigen Konsumverhaltens. So sehr wir mit allen CRM-Instrumenten Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität beeinflussen, so ungewiss ist weiter, wann relevante Kundensegmente durch eine bewusste Konsumententscheidung – auf der Basis ethisch-moralischer Werte bzw. spezifischer ökologischer und sozialer Produkt- und Dienstleistungskriterien – unmittelbare oder zukünftige negative Auswirkungen ihrer Kaufentscheidung auf Umwelt und Gesellschaft vermeiden oder begrenzen wollen. Im Rahmen von Produktverantwortung und der Entwicklung nachhaltiger Produkte (s. S. 126 ff.) versuchen wir, unsere Kunden dafür zu gewinnen. Erst die signifikante „Zahlungsbereitschaft“ (*willingness to pay*) der Konsumenten wird uns die entscheidenden Voraussetzungen ermöglichen durch dauerhafte Rentabilität neben Aktionärs- und Mitarbeiterinteressen auch die Interessen der Allgemeinheit nachhaltig zu befriedigen. Das ist unser zentrales Anliegen!

# Internes und externes Reporting

## Basis, Grundsätze, Zielkonflikte

### im Berichtszeitraum 2004–2007



*Im März 1996 überreichte TUI den ersten (schriftlichen) Umweltbericht der damaligen Bundesumweltministerin Dr. Angela Merkel anlässlich der Internationalen Tourismusbörse in Berlin.*

#### Internes Umwelt- und Nachhaltigkeitsreporting

Der Zentralbereich Konzern-Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung analysiert regelmäßig zum Ende eines Geschäftsjahres die Umwelt- und Nachhaltigkeitsperformance der TUI AG Beteiligungsgesellschaften. Das Verfahren wurde 2002 erstmalig konzernweit angewandt. Seit 2004 können annähernd alle wichtigen Kennziffern und seit 2005 vollständig für die gesamte Gruppe abgebildet werden, so dass sich für die Jahre 2004, 2005 und 2006 Datenreihen für die wesentlichen Key Performance Indicators über alle Konzerngesellschaften abbilden lassen. Die Ergebnisse werden jährlich im TUI AG Geschäftsbericht und im Internet unter [www.tui-nachhaltigkeit.com](http://www.tui-nachhaltigkeit.com) publiziert.

Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses (KVP) dient die interne Berichterstattung der Konzerngesellschaften nicht nur der Zusammenführung aller umwelt- und nachhaltigkeitsrelevanten Informationen auf Konzernebene, sie gibt strategische und operative Steuerungsmöglichkeiten für eine systematische Verbesserung der Umwelt- und Nachhaltigkeitsperformance aller TUI AG Beteiligungsgesellschaften.

#### Externe Berichterstattung als integraler Bestandteil des Konzern-Berichtswesens

Gemeinsam mit den sich dynamisch wandelnden und stetig steigenden Anforderungen an Unternehmen in Bezug auf Transparenz und Verantwortlichkeit (Accountability) nach innen und nach außen ergibt sich für die TUI ein Verständnis von Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation als kontinuierlichen, flexiblen und auf einen Dialog ausgerichteten Entwicklungsprozess. Seit 1995 wurde die Umweltberichterstattung als unternehmenspolitisches Signal bewusst in den jährlichen Geschäftsbericht aufgenommen und jährlich fortgeschrieben. Damit stellt die Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung einen integralen Bestandteil des konzernweiten Berichtswesens für Financial Accounting & Reporting, Investor Relations und Konzern-Kommunikation dar.

*Die internetbasierte Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation ist aus unserer Sicht in den Punkten Aktualität, Zugriffsmöglichkeit, Transparenz und Dialogfähigkeit stets das Medium unserer ersten Wahl. Der Zugang zu den publizierten Dokumentationen ist über das Internet jederzeit problemlos gewährleistet.*

Mit der vorliegenden Nachhaltigkeitsberichterstattung knüpfen wir unmittelbar an die Konzern-Umweltberichterstattung 2003/2004 „Nachhaltig wirtschaften in der World of TUI“ an. Der Berichtszeitraum umfasst die Jahre 2004 bis 2007 und dokumentiert die Ergebnisse unserer Arbeit auf dem Umwelt- und Nachhaltigkeitssektor.



### Grundsätze\*

- Wahrheit
- Wesentlichkeit
- Klarheit
- Stetigkeit und Vergleichbarkeit



\*vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hg.), März 2007, Nachhaltigkeitsberichterstattung: Empfehlungen für eine gute Unternehmenspraxis.

### Zielkonflikte: Herausforderungen bei der konzernweiten Erfassung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsindikatoren

Das Geschäftsmodell des vertikal integrierten Touristik Konzerns, d.h. die Touristiksparte der TUI AG, die mit jeweils eigenen Assets entlang der Wertschöpfungskette (Reisebüros, Veranstalter, Transport, Destinationsagenturen und Ferienhotels) organisiert ist, bedeutet bereits im internen Monitoring- und Reporting-Prozess eine äußerst heterogene Struktur von Berichts-„Kulturen“ in kleinen, mittleren und großen multi-nationalen Geschäftseinheiten der „World of TUI“ und eine ebenso heterogene Landschaft von spezifischen Umweltaspekten und Umweltaktivitäten.

Dazu kommt (vgl. Zielsetzungen 2004–2007), dass in den unterschiedlichen TUI-Märkten die jeweiligen Stakeholder der TUI höchst unterschiedliche Ansprüche an Wirtschaftsunternehmen einfordern, damit die jeweilige nationale Nachhaltigkeits-Agenda gestalten und dadurch besonders in Nord- und West-Europa, inkl. Großbritannien, soziale und gesellschaftliche Verantwortung (CSR) eine deutlich höhere Priorität im Indikatoren-Set für die Berichterstattung einnimmt. Weil die Nachhaltigkeits-Treiber aus den Finanzmärkten (z. B. über SRI-Plattformen, Nachhaltigkeits-Rankings und -Ratings, Analysten und Researcher) ihre Fragebögen und daraus resultierende Unternehmensprofile entsprechend neu gewichten, musste sich die TUI Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung kontinuierlich überprüfen und neuen externen Anforderungen anpassen.

Mit der Dynamik der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung – für die stellvertretend die neuen GRI G3 Guidelines oder die Gestaltung des ISO 26000 Guidance Document stehen mögen – konnte unser internes Berichtswesen (bei gleichzeitig stattfindenden Veränderungen im Unternehmensportfolio und fortlaufenden, spezifischen internen Restrukturierungsmaßnahmen) nicht Schritt halten: weder formal, noch strukturell. Im Zielkonflikt der Prioritäten von ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Nachhaltigkeits-Indikatoren (z. B. zwischen Klimapolitik, Armutsbekämpfung, Menschenrechten oder Anti-Korruptionsverhütung) erbt die Nachhaltigkeits-Berichterstattung strukturelle Ungleichzeitigkeiten, die sie nur langfristig beheben kann. Eine Berichtsspanne von drei Jahren scheint uns deshalb grundsätzlich ergiebiger zu sein. Der Blick auf die relevanten Indikatoren sozialer Nachhaltigkeit ist deutlich geschärft und findet in den internen Monitoring- und Reportingabläufen seine Berücksichtigung. Die Darstellung der relevanten Indikatoren ökonomischer Nachhaltigkeit, die im Kontext der zivilgesellschaftlichen und politischen Debatte meist bewusst in den Hintergrund gerückt wird, muss sich noch deutlich ihre entsprechende Gewichtung erkämpfen. Das ist uns bisher nicht ausreichend gelungen. Das Potenzial einer notwendig angemesseneren Darstellung und Bewertung des unternehmerischen Beitrags zur ökonomischen Nachhaltigkeit ist gewaltig.

Potenzial der ökonomischen Nachhaltigkeit für die Triple-Bottom-Line

# Bewertung durch externe Stakeholder



FTSE4Good



Mit der internationalen Financial Community im Nachhaltigkeits-Dialog



TUI belegte in der Kategorie „Umwelt“ den ersten Platz im Good Company Ranking 2006 der 120 größten europäischen Unternehmen.

## Positionierung in renommierten Nachhaltigkeitsindices

Internationale Ratingagenturen und Nachhaltigkeitsanalysten bestätigten TUI auch im Geschäftsjahr 2006 überzeugende Ergebnisse auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit: als einziges Touristikunternehmen weltweit im Subsektor Travel & Tourism ist die TUI AG im September 2006 in den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World aufgenommen worden. Bestnoten bei der Bewertung erhielt die TUI dabei unter anderem in den Kategorien Biodiversität, Ökotourismus und Klimaschutz und setzt die Benchmark ihres Subsektors im Bereich Risiko- und Krisenmanagement. Darüber hinaus behauptete die TUI ihre Position in den internationalen Ethik-Indices FTSE4Good (seit 2004), ASPI Eurozone (seit 2001) und dem Ethibel Pioneer Index (seit 2005). Mit Wirkung zum 31. Januar 2007 wurde die TUI AG in den ECPI Ethical Index Euro aufgenommen. Die Mitgliedschaft in diesen bedeutenden Finanzmarkt-Indices für Nachhaltiges Investment zeigt, dass die TUI konzernweit die reale Geschäftspolitik in Einklang mit den Anforderungen an ein global nachhaltig und verantwortlich wirtschaftendes Unternehmen zu bringen versteht.

**Hintergrund:** *Indices bieten nachhaltig orientierten Investoren die Möglichkeit, gezielt in Unternehmen zu investieren, die weltweit anerkannte Standards für die Verantwortung gegenüber der Umwelt und Stakeholdern erfüllen. Gleichzeitig werden durch den Dialog mit Analysten und Investoren wichtige Impulse in das Unternehmen getragen. Zur Weiterentwicklung des externen Reportings berücksichtigen wir permanent die Anforderungen aus Nachhaltigkeitsratings und Anfragen unabhängiger Indexanbieter, Researchagenturen und spezialisierter Investmentfonds. Für eine umfassende Unternehmensanalyse und die Erstellung des Risikoprofils eines Unternehmens müssen konsequenterweise die „nicht-finanziellen Aspekte“ der Unternehmenstätigkeit einbezogen werden. Die Themen Umwelt und Nachhaltigkeitsorientierung gewinnen daher auch bei „konventionellen“ Finanzanalysten an Bedeutung.*

*Seit Dezember 2003 ist die TUI AG daher auch auf der unabhängigen Internetplattform [www.nachhaltiges-investment.org](http://www.nachhaltiges-investment.org) registriert, die unter der Schirmherrschaft des United Nations Environment Programme (UNEP) zur Verbesserung der Transparenz für nachhaltige Geldanlagen in Europa entwickelt wurde.*

**Kreditratings.** Für einen effizienten und flexiblen Zugang zum Kapitalmarkt sind veröffentlichte Ratings durch unabhängige Ratingagenturen eine wichtige Voraussetzung. Sie unterstützen Fremdkapitalgeber bei der Beurteilung der Risikosituation von Unternehmen und deren Finanzinstrumenten.

In regelmäßigen Abständen überprüfen die Ratingagenturen Standard & Poor's und Moody's die Finanzstärke der TUI. Die jeweiligen Ratings sowie weitere Detailinformationen sind auf der Konzern-Website [www.tui-group.com](http://www.tui-group.com) im Bereich Investor Relations/Ratings einsehbar.

# Wirtschaftliche Kennzahlen des Konzerns

## Wirtschaftliche Kennzahlen

		2006	2005	Veränd. %
<b>Umsatz der Sparten</b>				
Touristik	Mio. €	14 084	14 097	- 0,1
Schifffahrt	Mio. €	6 254	3 834	+ 63,1
Sonstige	Mio. €	578	1 688	- 65,8
<b>Konzern</b>	<b>Mio. €</b>	<b>20 916</b>	<b>19 619</b>	<b>+ 6,6</b>
<b>Ergebnis der Sparten vor Zinsen und Abschreibungen (EBITDA)</b>				
Touristik	Mio. €	781	734	+ 6,4
Schifffahrt	Mio. €	212	454	- 53,4
Sonstige	Mio. €	- 24	192	n. a.
<b>Konzern</b>	<b>Mio. €</b>	<b>969</b>	<b>1 380</b>	<b>- 29,8</b>
<b>Ergebnis der Sparten (EBITA)</b>				
Touristik	Mio. €	394	365	+ 7,8
Schifffahrt	Mio. €	- 106	319	n. a.
Sonstige	Mio. €	- 56	166	n. a.
<b>Konzern</b>	<b>Mio. €</b>	<b>232</b>	<b>850</b>	<b>- 72,7</b>
<b>Bereinigtes Ergebnis der Sparten (Bereinigtes EBITA)</b>				
Touristik	Mio. €	401	366	+ 9,5
Schifffahrt	Mio. €	8	323	- 97,6
Sonstige	Mio. €	-40	18	n. a.
<b>Konzern</b>	<b>Mio. €</b>	<b>369</b>	<b>707</b>	<b>- 47,9</b>
<b>Konzernjahresergebnis</b>	<b>Mio. €</b>	<b>- 847</b>	<b>496</b>	<b>n. a.</b>
Ergebnis je Aktie	€	- 3,66	2,29	n. a.
<b>Vermögensstruktur</b>				
Langfristige Vermögenswerte	Mio. €	10 141	11 883	- 14,7
Kurzfristige Vermögenswerte	Mio. €	2 873	3 491	- 17,7
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>Mio. €</b>	<b>13 014</b>	<b>15 374</b>	<b>- 15,4</b>
<b>Kapitalstruktur</b>				
Eigenkapital	Mio. €	3 010	4 367	- 31,1
Langfristige Schulden	Mio. €	5 262	5 288	- 0,5
Kurzfristige Schulden	Mio. €	4 742	5 719	- 17,1
<b>Gesamtkapital</b>	<b>Mio. €</b>	<b>13 014</b>	<b>15 374</b>	<b>-15,4</b>
<b>Eigenkapitalquote</b>	<b>%</b>	<b>23,1</b>	<b>28,4</b>	<b>-18,7</b>
<b>Cashflow aus laufendem Geschäft</b>	<b>Mio. €</b>	<b>467</b>	<b>965</b>	<b>- 51,6</b>
<b>Investitionen</b>	<b>Mio. €</b>	<b>750</b>	<b>1 138</b>	<b>- 34,1</b>
<b>Netto-Verschuldung</b>	<b>Mio. €</b>	<b>3 211</b>	<b>3 807</b>	<b>- 15,7</b>

# Umweltkennzahlen des Konzerns

## Auswahl konzernweiter Umweltkennzahlen

Um die weitgefächerten Aktivitäten der beiden Geschäftsbereiche in transparenten und reproduzierbaren Kennzahlen darzustellen, wurden durch eine Umweltaspektanalyse in Anlehnung an die Vorgaben des internationalen Standards ISO 14001 die relevanten Umweltauswirkungen bestimmt und entsprechende aussagekräftige Indikatoren ausgewählt. Unter Berücksichtigung internationaler Reportingstandards (u. a. die G3-Guidelines der Global Reporting Initiative (GRI)) wurden die Verfahren zur Bestimmung dieser Indikatoren angepasst.

### Absolute Umweltkennzahlen

			2006	2005	2004
<b>Energie</b>					
Direkter Energieeinsatz	EN3	TJ	229 805	120 171	109 520
Indirekter Energieeinsatz	EN4	TJ	3 036	2 904	3 498
Energieeinsatz (gesamt)		TJ	232 840	123 075	113 017
<b>Wasser</b>					
Wasserbezug (gesamt)	EN8	m <sup>3</sup>	17 258 961	16 599 422	20 493 664
<b>Biodiversität</b>					
Gesamtflächenbedarf mit hoher Biodiversität	EN11	m <sup>3</sup>	2 463 907	2 710 486	– <sup>1</sup>
<b>Emissionen, Ableitungen, Abfall</b>					
CO <sub>2</sub> (direkt)	EN16	t	15 980 801	8 027 265	7 394 587
CO <sub>2</sub> (indirekt)	EN16	t	459 148	438 198	527 140
CO <sub>2</sub> -Emissionen (gesamt)	EN16	t	16 439 949	8 465 463	7 921 727
NO <sub>x</sub> (direkt)	EN20	t	334 266	114 543	106 969
SO <sub>x</sub> (direkt)	EN20	t	201 106	54 452	51 647
CO (direkt)	EN20	t	1 990	2 005	1 866
HC (direkt)	EN20	t	319	290	294
Abfälle	EN22	t	59 989	48 913	8 160
Gefährliche Abfälle	EN22	t	0	15	0

<sup>1</sup>Nicht verfügbar

Energie und Emissionen werden danach unterschieden, ob diese direkt oder indirekt eingesetzt oder erzeugt werden. Direkter Energieeinsatz bezeichnet hier die Verwendung von fossilen Treib- und Heizstoffen. Indirekt entspricht der Bereitstellung von Energie in Form von Elektrizität, Fernwärme etc. Analog gelten die Begriffe für Emissionen. Die jeweiligen Berechnungsverfahren zur Bestimmung der Kennzahlen werden im Internet der TUI AG dargestellt. Trends sind in den jeweiligen Kapiteln beschrieben.

**Operative Geschäftskennzahlen**

		2006	2005	2004
<b>TUI Fluggesellschaften</b>				
Anzahl der Flugzeuge	Anzahl	120	116	106
Durchschnittsalter	Jahre	10,1	10,0	9,4
Flugzyklen	1 000	149,9	142,7	123,5
Angebote Sitzplatzkilometer	Mio. ASK	77 000	74 400	67 344
Passagierkilometer	Mio. PKM	64 059	63 206	57 238
<b>Hapag-Lloyd Containerschiffe</b>				
Anzahl Schiffe	Anzahl	138	133	51
Kapazität	TEU	467 000	412 866	192 000
Durchschnittsalter	Jahre	8,2	8,0	8,7
Transportaufkommen	1000 TEU	5 004	3 100	2 400
<b>Hapag-Lloyd Kreuzfahrten/Thomson Cruises</b>				
Anzahl Schiffe	Anzahl	8	8	6
Durchschnittsalter	Jahre	21,1	20,1	15,5
Passagiermeilen	Mio. PNM	10 057	8 772	5 676
<b>TUI Hotels &amp; Resorts</b>				
Anzahl Hotels	Anzahl	279	279	275
Kapazität	Anzahl	164 844	164 844	154000
Übernachtungen	Mio.	36,1	34,1	31,1

Einige Kennzahlen stellen Annäherungswerte dar, da eine vollständige Abdeckung des Berichtsrahmens nicht im Verhältnis zum Aufwand der Datensammlung steht, bzw. die Infrastruktur in einigen Beteiligungsgesellschaften eine präzise Erfassung quantitativer Daten gegenwärtig noch nicht erlaubt.

Die operativen Geschäftskennzahlen stellen die umweltrelevanten unternehmerischen Bezugsgrößen dar. Die daraus abgeleiteten spezifischen Umweltkennzahlen werden in den nachfolgenden Kapiteln detailliert diskutiert. Die Anzahl von Flugzeugen und Schiffen, deren Flottenalter sowie die Angabe der Gesamtkapazität der Containerlinie bezieht sich auf den jeweils 31. Dezember des Bezugsjahres und entspricht damit der Berichterstattung des Geschäftsberichtes der TUI AG. Während die operativen Geschäftskennzahlen bereits die Integration von CP Ships in den Konzern berücksichtigen, werden diese aus Gründen der Übersichtlichkeit bei den Umweltkennzahlen für das Jahr 2005 noch getrennt betrachtet. Für das Jahr 2006 wurden die Containerschiffe der CP Ships bei der Berechnung der Umweltkennzahlen voll berücksichtigt.

# Mitarbeiterkennzahlen des Konzerns

## Veränderungen in der Belegschaft

Weltweit beschäftigte der TUI Konzern am Bilanzstichtag 53 930 Mitarbeiter, 14,3 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Struktur der Konzernbelegschaft veränderte sich auf Grund von Desinvestitionen. Den größten Teil der Belegschaft stellte nach wie vor die Touristik-Sparte mit 82,3 Prozent nach 80,2 Prozent im Vorjahr. Auf die Sparte Schifffahrt entfielen 15,9 Prozent der Mitarbeiter, im Vorjahr waren es 14,4 Prozent. Der Anteil der Mitarbeiter im Zentralbereich veränderte sich durch den Verkauf der Wolf GmbH erheblich. Beschäftigt waren hier nur noch 1,8 Prozent der Gesamtbelegschaft, im Vorjahr waren es noch 3,5 Prozent der Gesamtbelegschaft.

## Mitarbeiter nach Sparten

	31.12. 2006	31.12. 2005	Veränd. %
<b>Touristik</b>	<b>44 409</b>	<b>50 498</b>	<b>-12,1</b>
Europa Mitte	9 411	9 691	-2,9
Europa Nord	14 711	16 254	-9,5
Europa West	6 504	6 904	-5,8
Zielgebiete	13 783	12 866	+7,1
Sonstige Touristik	–	4 783	–
<b>Schifffahrt</b>	<b>8 571</b>	<b>9 077</b>	<b>-5,6</b>
Hapag-Lloyd	7 742	4 161	
CP Ships	829	4 916	
<b>Zentralbereich</b>	<b>950</b>	<b>2 183</b>	<b>-56,5</b>
<b>Fortzuführende Bereiche</b>	<b>53 930</b>	<b>61 758</b>	<b>-12,7</b>
Handel	–	1 189	–
<b>Einzustellende Bereiche</b>	<b>–</b>	<b>1 189</b>	<b>–</b>
<b>Gesamt</b>	<b>53 930</b>	<b>62 947</b>	<b>-14,3</b>

**Touristik.** In der Touristik lag die Anzahl der Mitarbeiter am Ende des Geschäftsjahres mit 44 409 um 12,1 Prozent unter des Vorjahres. Dabei war die Entwicklung der Mitarbeiterzahlen in den einzelnen Bereichen unterschiedlich. Im Bereich Europa Mitte ging sie um 2,9 Prozent auf 9 411 zurück, insbesondere durch geringere Beschäftigung im Flugbereich. Einen Rückgang um 9,5 Prozent auf 14 711 gab es im Bereich Europa Nord, wo die bereits in 2005 ergriffenen Restrukturierungsmaßnahmen teilweise erst in 2006 vollständig wirksam wurden. Der Bereich Europa West verzeichnete einen Rückgang der Beschäftigten um 5,8 Prozent auf 6 504; dies resultierte hauptsächlich aus dem Verkauf des Spezialveranstalter- und des Incominggeschäfts in den Niederlanden sowie aus der Schließung von Reisebüros in Frankreich. Dem gegenüber stand ein kapazitätsbedingter Aufbau bei der belgischen Fluggesellschaft. In den Zielgebieten nahm die Anzahl der Mitarbeiter um 7,1 Prozent auf 13 783 zu.

**Schifffahrt.** Im Bereich Schifffahrt reduzierte sich die Mitarbeiteranzahl im Vergleich zum Vorjahr durch die im Laufe des Jahres 2006 abgeschlossene Integration von CP Ships um 5,6 Prozent auf 8 571 Mitarbeiter.

**Zentralbereich.** Die Anzahl der Mitarbeiter im Zentralbereich verringerte sich auf Grund des Verkaufs der Wolf GmbH um 56,5 Prozent auf 950 (davon Corporate Center 465 Mitarbeiter).

**Saisonale Entwicklung.** Die Entwicklung der Belegschaftsstärke ist unterjährig stark durch die saisonalen Beschäftigungsschwankungen in der Touristik, insbesondere bei den Hotelgesellschaften und Zielgebietsagenturen, geprägt. So beträgt durch die temporäre Beschäftigung von Saisonkräften in den Sommermonaten Juni bis August die durchschnittliche Beschäftigtenzahl im Bereich Zielgebiete 20 802, verglichen mit 13 783 Mitarbeitern am Jahresende. Für die Sparte Touristik insgesamt lag die Anzahl der Mitarbeiter im Durchschnitt des Jahres 2006 bei 49 499 und am Jahresende um 11,9 Prozent niedriger bei 44 409.

#### Internationale Belegschaft

Der Schwerpunkt der Beschäftigung im TUI Konzern lag mit 86 Prozent weiterhin in Europa. 21 Prozent der Konzernbelegschaft waren in Deutschland tätig, 24 Prozent in Großbritannien, 13 Prozent in Frankreich und den Benelux-Ländern, 14 Prozent in Spanien und 3 Prozent in den Nordischen Ländern. Bei Konzerngesellschaften außerhalb Europas waren 14 Prozent der Mitarbeiter beschäftigt, davon der überwiegende Teil bei Hapag-Lloyd in Amerika und in Asien.

#### Mitarbeiter nach Regionen

	31.12. 2006	31.12. 2005	Veränd. %
Deutschland	11 112	15 750	-29,4
UK/Irland	12 975	15 165	-14,4
Nordische Länder	1 599	1 623	-1,5
Frankreich/Benelux-Staaten	7 202	8 552	-15,8
Spanien	7 656	7 369	+3,9
Sonstiges Europa	5 729	4 843	+18,3
Amerika	4 149	5 737	-27,7
Übrige Länder	3 508	3 908	-10,2
<b>Gesamt</b>	<b>53 930</b>	<b>62 947</b>	<b>-14,3</b>

# Mitarbeiterkennzahlen des Konzerns

## Personalaufwand

Der Personalaufwand nahm vor allem durch die ganzjährige Einbeziehung von CP Ships sowie auf Grund von Umstrukturierungsaufwendungen in der Touristik und Schifffahrt um 5,7 Prozent auf 2 435 Millionen Euro zu. Erläuterungen zu den einzelnen Positionen enthält der Anhang zum Konzernabschluss.

### Personalaufwand (in Mio. €)

	2006	2005	Veränd. %
Löhne und Gehälter	1 968	1 842	+6,8
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	467	462	+1,1
<b>Gesamt</b>	<b>2 435</b>	<b>2 304</b>	<b>+5,7</b>

## Ausbildungsquote

Für die deutschen TUI Gesellschaften lag die Ausbildungsquote mit 6,5 Prozent auf dem hohen Niveau des Vorjahres.

## Teilzeitbeschäftigungsquote

2006 lag der Anteil der Teilzeitbeschäftigten konzernweit bei rund 21 Prozent.

## Quote weiblicher Beschäftigter

Der Anteil weiblicher Beschäftigter des Konzerns lag 2006 bei rund 65 Prozent.





## Kurzprofil

Die TUI ist ein international tätiger Konzern und konzentriert sich seit 2005 auf die beiden Wachstumssegmente Touristik und Schifffahrt. In diesen beiden Segmenten besetzt die TUI führende Marktpositionen und ist als Qualitätsanbieter positioniert. Am 19. März 2007 kündigte die TUI AG an, ihre Touristiksparte – mit Ausnahme der unter TUI Hotels & Resorts zusammengefassten Hotelbeteiligungen – mit dem britischen Reisekonzern First Choice Holidays PLC zu fusionieren. Damit wird einer der größten Reisekonzerne entstehen. Die neue Gesellschaft soll ihren Sitz in Großbritannien haben und an der Londoner Börse gelistet werden. Die TUI AG wird mit 51 Prozent die Aktienmehrheit der Gesellschaft halten, die Aktionäre der First Choice Holidays PLC werden 49 Prozent halten. TUI Travel PLC wird vollständig im Konzernabschluss der TUI AG konsolidiert.

Am 29. Juni 2007 haben TUI AG und First Choice Holidays PLC den Prospekt für die geplante Fusion zwischen der TUI-Touristiksparte und First Choice veröffentlicht. Er enthält ausführliche Informationen zu First Choice, der TUI-Touristiksparte und der künftigen TUI Travel PLC.

First Choice informiert im „[Environment and People Report](#)“ über Nachhaltige Entwicklung.

# Value Chain Assets

## Entlang der Wertschöpfungskette

### Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit

Durch die Verknüpfung der ökonomischen Unternehmensziele mit dem Engagement für Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft, die sich in einer Vielzahl von gesellschaftlich und ökologisch ausgerichteten Initiativen manifestiert, trägt TUI sowohl an den Unternehmensstandorten als auch in den touristischen Zielgebieten zur Verbesserung der Lebensqualität und zur Sicherung der natürlichen Umweltbedingungen bei und begrenzt damit auch geschäftliche Risiken.

Der TUI Konzern umfasst heute die beiden Kerngeschäftsfelder Touristik und Schifffahrt. Dies ist das Ergebnis eines in den vergangenen Jahren vollzogenen Wandlungsprozesses, in dem das Beteiligungsportfolio der Gruppe von einem Industriekonglomerat zu einem reinen Dienstleistungsunternehmen transformiert wurde.

### Touristik – gut aufgestellt

Mit einem Umsatz von rund 14,1 Milliarden Euro in der Touristik-Sparte im Jahr 2006 ist der Konzern der größte integrierte Touristikkonzern Europas und auf allen Stufen der touristischen Wertschöpfungskette präsent. Das Portfolio umfasst rund 3 200 eigene Reisebüros, 70 Veranstaltermarken, 120 Flugzeuge, 35 Agenturen sowie 279 Hotels mit einer Kapazität von rund 165 000 Betten in den Zielgebieten.

TUI bietet ihren Kunden Urlaub aus einer Hand - von der Buchung über den Flug bis hin zur Unterbringung in konzerneigenen Hotels und Betreuung der Gäste durch eigene Reiseleiter in mehr als 70 Zielgebieten. Damit wird die gesamte Wertschöpfungskette im Quellmarkt (Absatzmarkt) und in der Destination (Urlaubsgebiet) abgedeckt. Die Präsenz auf allen Stufen der touristischen Wertschöpfungskette sichert die Qualität der Angebote. Die Verbindung der Wertschöpfungsstufen zielt darauf ab, die eigenen Kapazitäten im Flugbereich und im Hotelsektor konstant hoch auszulasten.

Die touristische  
Wertschöpfungskette



### Vertrieb – von klassischen Kanälen bis zu innovativen Ideen

Mit 3 300 eigenen Reisebüros ist TUI in 18 Ländern aktiv. Insbesondere in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden und in Belgien ergibt sich ein dicht geknüpftes Netz.

Die Kunden erwarten von ihrem Reiseveranstalter aber auch zunehmend, dass Informationen und Buchungsmöglichkeiten rund um die Uhr verfügbar sind. Daher können neben dem stationären Vertrieb die Reiseangebote auch telefonisch über das firmeneigene Call Center und das Internet gebucht werden. Auf den Seiten der konzern-eigenen Veranstalter und Fluggesellschaften können vielfältige und individuelle Buchungen direkt vorgenommen werden.

### Veranstalter – überall vor Ort

Mit ihren rund 70 Veranstaltermarken ist TUI in 18 europäischen Quellmärkten vertreten. So genannte Quellmärkte sind Absatzmärkte, in denen das Produkt „Reise“ direkt über die Veranstalter vertrieben wird. Das Kerngeschäft des Konzerns konzentriert sich derzeit auf Europa: TUI teilt es in die Bereiche Europa Mitte, Nord und West auf. Hierbei fasst der Bereich Europa Mitte die Quellmärkte Deutschland, Österreich und Schweiz sowie die osteuropäischen Länder zusammen. Die Quellmärkte Großbritannien (UK), Irland, Skandinavien und Russland gehören zum Bereich Europa Nord; die Quellmärkte Frankreich, Niederlande und Belgien zum Bereich Europa West. Zu den bekanntesten Veranstaltermarken des Konzerns gehören in 2006 TUI, Gebeco, ROBINSON, airtours, Thomson, Fritidsresor, Star Tour, Jetair, Gulet, Arke und Nouvelles Frontières. Es werden sowohl komplett gebündelte Pauschalreisen als auch modular buchbare Reisebausteine wie zum Beispiel Einzelflüge, Hotelunterkünfte, Ausflüge im Urlaubsgebiet oder Mietwagen angeboten.

### Flug – Qualität in allen Marktsegmenten

Das touristische Portfolio des TUI Konzerns umfasst die Fluglinien TUIfly.com (im Zuge der neuen Flugstrategie des Konzerns Zusammenführung der Fluggesellschaften Hapag-Lloyd Flug und Hapag-Lloyd Express unter der neuen Marke im Januar 2007), Thomsonfly, TUIfly Nordic, Corsair, TUI Airlines Nederland und TUI Airlines Belgium. Am Ende des Geschäftsjahres 2006 wurden von den TUI Fluggesellschaften insgesamt 120 Flugzeuge betrieben. Zwei weitere Flugzeuge des Konzerns waren an Dritte verleast. Von Hannover aus steuert das internationale Team des TUI Airline Managements strategisch zentrale Funktionen für die gesamte Flotte: Management, Planung, IT, Einkauf, Flugbetrieb, Instandhaltung und Wartung. Das führt zu Synergieeffekten und senkt die Kosten. Die Airlines profitieren davon, agieren aber weiter als eigenständige Unternehmen mit lokaler Ergebnisverantwortung. Durch die Nähe zum eigenen Quellmarkt können sie weiterhin unmittelbar auf Kundenbedürfnisse vor Ort reagieren.

### Zielgebiet – zufriedene Gäste

Der Bereich Zielgebiete umfasst die Zielgebietsagenturen der TUI sowie die unter TUI Hotels & Resorts zusammengefassten Hotelbeteiligungen des Konzerns.

**Zielgebietsagenturen.** In den Zielgebieten verbringen die Gäste weltweit ihren Urlaub. Um sie umfassend betreuen zu können, ist der TUI Konzern auf allen Kontinenten mit Beteiligungen an Zielgebietsagenturen vertreten. Die wichtigsten Zielgebietsagenturen der TUI sind TUI España, TUI Portugal, TUI Hellas, TUI Türkiye und TUI Bulgaria sowie verbundene Agenturen auf Zypern, in Tunesien und Marokko. Diese bündeln sämtliche Reiseleiteraktivitäten vor Ort und organisieren den Transport der Gäste vom Flughafen zum Hotel. Das zentrale Destination Management in Hannover fungiert hierbei als Koordinations- und Schnittstelle. Mit ihrem Service unterstützen die Agenturen das Kerngeschäft der Veranstalter und leisten so einen wesentlichen Beitrag zur Zufriedenheit der Kunden und zur Qualitätssicherung.

**Hotels.** Der Hotelaufenthalt ist bestimmender Teil des Urlaubserlebnisses und damit Kern der Kundenbindung. Insgesamt werden 279 Hotels von TUI Hotels & Resorts geführt. TUI Hotels & Resorts umfasst Hotelmarken mit hohen Leistungs-, Qualitäts- und Umweltstandards, die an herausragenden und bevorzugten Standorten in den Urlaubsregionen eine Vielzahl von Hotelkonzepten bieten. Hierzu gehören so bekannte Marken wie zum Beispiel Riu, Grecotel, Grupotel, Iberotel, Dorfhotel, ROBINSON, Magic Life, Paladien und Nordotel.

Als Bindeglied zwischen den Veranstaltern der World of TUI und den Hotelpartnern garantiert TUI Hotels & Resorts die starke Positionierung der Produkte und Marken des Konzerns im Verhältnis zueinander und gegenüber dem Wettbewerb. Durch die Planung und Entwicklung neuer Hotelprojekte gemeinsam mit den Konzernveranstaltern und den jeweiligen Hotelgesellschaften wird eine optimale Quellmarkt- und Zielgebietsstrategie sichergestellt.

### Schifffahrt – weltweit unterwegs

Die Sparte Schifffahrt gliedert sich in die zwei Bereiche Containerschifffahrt und Kreuzfahrten mit den jeweils wesentlichen operativen Konzerngesellschaften Hapag-Lloyd AG und Hapag-Lloyd Kreuzfahrten GmbH. Sie erzielte im Geschäftsjahr 2006 einen Umsatz von rund 6,3 Milliarden Euro und beschäftigte 8 571 Mitarbeiter.



### Containerschifffahrt – effizienter Gütertransport weltweit

Hapag-Lloyd ist weltweit tätig. Mit über 330 Büros und Vertretungen in mehr als 100 Ländern ist das Unternehmen auf allen fünf Kontinenten präsent. Als einer der führenden Anbieter im internationalen Containerverkehr von Haus-zu-Haus bietet Hapag-Lloyd nach dem Prinzip „ein Partner, ein System“ komplexe logistische Leistungen entlang der Transportkette und ein umfassendes Paket von Serviceleistungen.

Im Fokus des Jahres 2006 stand im Bereich der Containerschifffahrt vor allem die Integration der im Oktober 2005 erworbenen kanadischen Containerschiffahrtsgesellschaft CP Ships. Zum Geschäftsjahresende 2006 operierte Hapag-Lloyd inklusive der in 2006 vollständig integrierten CP Ships insgesamt 138 Schiffe. Die Linienschifffahrt von Hapag-Lloyd erreichte im Geschäftsjahr 2006 ein weltweites Transportaufkommen von 5 Millionen Standardcontainern (TEU, für Twenty foot Equivalent Unit). Insgesamt erreichte die Containerschifffahrt damit einen Umsatz von rund 6,1 Milliarden Euro.

### Kreuzfahrten – modernes Reisen

Zur Sparte Schifffahrt gehört neben der Containerschifffahrt die Hapag-Lloyd Kreuzfahrten GmbH. Diese ist mit ihren Kreuzfahrtschiffen der Luxus- und Premiumklasse insbesondere auf das Lifestyle- und Expeditionskreuzfahrtgeschäft im deutschen Markt ausgerichtet. Zur Flotte gehören die Kreuzfahrtschiffe „MS Europa“ (5-Sterne-plus), „MS Hanseatic“ (5-Sterne), „MS Bremen“ (4-Sterne) und „MS Columbus“ (3-Sterne). Ihre Reiserouten erstrecken sich auf alle Weltmeere.

# Corporate Governance

## *Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex vollständig entsprochen*

Die Prinzipien guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung bestimmen das Handeln der Leitungs- und Kontrollgremien der TUI AG.

TUI hat die Corporate Governance im Unternehmen konsequent an den Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex ausgerichtet. Vorstand und Aufsichtsrat haben in der Sitzung am 14. Dezember 2006 über die Aktualisierung der Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex beraten und die gemeinsame Entsprechenserklärung gemäß § 161 Aktiengesetz abgegeben. Sie wurde der Öffentlichkeit auf der Internetseite der TUI AG dauerhaft zugänglich gemacht. Die TUI AG entspricht demnach vollständig den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in seiner derzeit gültigen Fassung vom 12. Juni 2006.

## *Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat*

Die TUI AG ist eine Gesellschaft deutschen Rechts, auf dem auch der Deutsche Corporate Governance Kodex beruht. Ein Grundprinzip des deutschen Aktienrechts ist das duale Führungssystem mit den Organen Vorstand und Aufsichtsrat, die beide mit jeweils eigenständigen Kompetenzen ausgestattet sind. Vorstand und Aufsichtsrat der TUI AG arbeiten bei der Steuerung und Überwachung des Unternehmens eng und vertrauensvoll zusammen.

Der Aufsichtsrat berät und überwacht den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens. Er wird in Strategie und Planung sowie in alle Fragen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen eingebunden. Für bedeutende Geschäftsvorgänge – wie beispielsweise die Festlegung der Jahresplanung, größere Akquisitionen und Desinvestitionen – beinhaltet die Geschäftsordnung für den Vorstand Zustimmungsvorbehalte des Aufsichtsrats. Der Aufsichtsratsvorsitzende koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Gremiums nach außen wahr.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat zeitnah und umfassend schriftlich und in den turnusmäßigen Sitzungen über den Gang der Geschäfte und die Lage des Konzerns einschließlich des Risikomanagements. Bei wesentlichen Ereignissen wird gegebenenfalls eine außerordentliche Aufsichtsratssitzung einberufen. Für seine Arbeit hat sich der Aufsichtsrat eine Geschäftsordnung gegeben. Zur Vorbereitung der Sitzungen tagen die Vertreter der Aktionäre und der Arbeitnehmer bei Bedarf getrennt.

Dem Aufsichtsrat der TUI AG gehören gemäß Mitbestimmungsgesetz und Satzung zwanzig Mitglieder an, von denen jeweils zehn von den Aktionären und den Arbeitnehmern gewählt werden. Die Amtsperioden sind identisch. Es ist zurzeit nicht vorgesehen, unterschiedliche Amtsperioden für die Vertreter der Aktionäre einzuführen. Entsprechend den neuen Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wurden die Vertreter der Aktionäre bei der letzten Wahl zum Aufsichtsrat in der Hauptversammlung am 10. Mai 2006 einzeln gewählt. Ehemalige Vorstandsmitglieder der TUI AG sind nicht im Aufsichtsrat vertreten. Dem Gremium gehört eine ausreichende Anzahl unabhängiger Mitglieder an, die in keiner geschäftlichen oder persönlichen Beziehung zur Gesellschaft oder zu deren Vorstand stehen. Die Amtsperiode des Aufsichtsrats beträgt fünf Jahre, die laufende Amtsperiode endet mit der ordentlichen Hauptversammlung 2011.

Der Aufsichtsrat hat aus dem Kreis seiner Mitglieder mit dem Präsidium und dem Prüfungsausschuss (Audit Committee) zwei Gremien gebildet, die seine Arbeit vorbereiten und ergänzen. Präsidium und Prüfungsausschuss bestehen aus jeweils sechs Mitgliedern und sind paritätisch mit Vertretern der Aktionäre und der Arbeitnehmer besetzt. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses verfügt aus seiner beruflichen Praxis über besondere Kenntnisse und Erfahrungen in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontrollverfahren. Die Einrichtung weiterer Ausschüsse ist zurzeit nicht vorgesehen.

#### Transparenz

TUI setzt die Teilnehmer am Kapitalmarkt und die interessierte Öffentlichkeit unverzüglich, regelmäßig und zeitgleich über die wirtschaftliche Lage des Konzerns und neue Tatsachen in Kenntnis. Der Geschäftsbericht und die Zwischenberichte werden im Rahmen der dafür vorgegebenen Fristen veröffentlicht. Über aktuelle Ereignisse und neue Entwicklungen informieren Pressemeldungen und gegebenenfalls Ad-hoc-Mitteilungen. Aktionäre und Interessierte können zudem einen Newsletter bestellen, der über Neues aus dem Konzern berichtet. Alle Informationen stehen zeitgleich in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung und werden in gedruckter Form sowie über geeignete elektronische Medien wie E-Mail und Internet publiziert. Die Internetseite [www.tui-group.com](http://www.tui-group.com) bietet darüber hinaus umfangreiche Informationen zum TUI Konzern, zur TUI Aktie und zum Themenkomplex „Nachhaltige Entwicklung“.



*Nationalpark „Las Cañadas del Teide“  
(Teneriffa, Kanarische Inseln) als Beispiel  
der TUI Biodiversitätsstrategie: Sicherung  
von Großschutzgebieten durch Status als  
UNESCO-Weltnaturerbe (2007).*

# Strategische Managementprozesse

Nachhaltigkeitsmanagement

Leitbild und Leitlinie

Compliance

Risikomanagement

Sicherheits- und Krisenmanagement

Innovationsmanagement





# TUI als weltweit tätiges Unternehmen

kann sich auch den wachsenden gesellschaftlichen Erwartungen einer breiten Öffentlichkeit an „sustainability leadership“ nicht entziehen. TUI stellt sich bewusst dieser komplexen Herausforderung und damit verbundenen Zielkonflikten. Wir wissen, dass wir überzeugende Antworten geben müssen. Die Öffentlichkeit möchte nicht nur wissen, wie viel wir erwirtschaften, sondern auch, wie wir es erwirtschaften.

# Nachhaltigkeitsmanagement im Konzern



Vgl. besonders das Kapitel „Bericht, Berichterstattung“ S.73–75

## Nachhaltigkeit – ein zentrales Element unserer Konzernstrategie

„Going beyond“ – Über Grenzen hinausgehen und Neues mitgestalten zu wollen prägt die Unternehmenskultur von TUI. Innovationskraft, faszinierende Produkte und engagierte Mitarbeiter sichern TUI langfristig den wirtschaftlichen Erfolg. Genauso trägt aber auch eine hohe Unternehmensreputation durch gelebte Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt dazu bei. Daher bekennen wir uns zur nachhaltigen und zukunftsverträglichen Unternehmensführung. „Going beyond“ heißt für TUI daher auch in dieser Hinsicht Vorreiter zu sein und Engagement über das notwendige Maß hinaus zu gestalten: es bedeutet Vorsorge, einen qualifizierten Umgang mit Geschäftsrisiken und hohe Transparenz gegenüber allen unseren Stakeholdern. Als touristischer Marktführer und Arbeitgeber für über 53 000 Mitarbeiter sind wir uns deshalb unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Daher beziehen wir freiwillig gesellschaftliche und ökologische Aspekte in unsere allgemeine Geschäftstätigkeit ein.

Für TUI bedeutet Nachhaltige Entwicklung das Bekenntnis zu einer ertragsorientierten Unternehmensstrategie, die ökologische und gesellschaftliche Erfordernisse mit einbezieht. Es bedeutet, das Potenzial unserer Mitarbeiter durch Motivation und die eigenverantwortliche, flexible Arbeitsgestaltung auszuschöpfen. Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden und durch Ausbildung und Engagement an den Hochschulen qualifizierten Nachwuchs zu sichern. Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter zu fördern und zu sichern. Es bedeutet, verantwortungsbewusst mit den natürlichen Ressourcen und der Umwelt an unseren Standorten und Urlaubsdestinationen umzugehen, Umweltmanagementsysteme zu entwickeln und kontinuierlich zu verbessern, Umweltqualität und Produktqualität zu integrieren. Es bedeutet, sich als Mitglied der Gesellschaft an unseren Standorten und Urlaubsdestinationen verantwortungsbewusst zu engagieren und Gestaltungsmöglichkeiten umsichtig zu nutzen. Und es bedeutet, durch einen kontinuierlichen und offenen Dialog mit all unseren Stakeholdern, die oftmals konträren Erwartungen in langfristig tragbare Lösungen einzubinden.

Das Engagement für Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft ist damit keine äußere Verpflichtung, sondern wohlverstandenes Eigeninteresse für den Erhalt der Marktführerschaft und die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens. Dies gilt nicht nur innerhalb unseres Konzerns. Immer mehr wird von uns erwartet, auch bei der Auswahl unserer Geschäftspartner ökologische und soziale ebenso wie ökonomische Aspekte zu berücksichtigen.

### Unsere Prinzipien der Nachhaltigen Entwicklung

- Wir fördern Innovationen und die Entwicklung qualitativ hochwertiger Produkte.
- Wir sind ein attraktiver Arbeitgeber für unsere Mitarbeiter, Nachwuchskräfte und neue Talente.
- Wir verwenden Ressourcen (z. B. Wasser, Flächen mit hoher Biodiversität etc. ) unter der Zielsetzung der kontinuierlichen Verbesserung, die Umweltauswirkungen des Konzerns zu verringern.
- Wir investieren in effiziente Energie- und Antriebstechnologien zur Vermeidung des globalen Klimawandels.
- Wir orientieren uns an den Bedürfnissen unserer Kunden.
- Wir engagieren uns für die wirtschaftliche, ökologische und soziale Entwicklung an unseren Standorten und in den Destinationen.

### Organisation

Zur Umsetzung und konzernweiten Ausgestaltung der Nachhaltigkeitsstrategie ist die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Fachbereichen und Konzerngesellschaften erforderlich. Hierfür wurde bei TUI ein CSR-Council eingerichtet, das vom Bereich Konzern-Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung koordiniert wird.

Vertreten sind hier die Bereichsleiter der jeweiligen Fachabteilungen; das Gremium berichtet dem zuständigen Vorstand für Nachhaltige Entwicklung. Darüber hinaus besteht eine enge Vernetzung zu den Umwelt- und Nachhaltigkeitskoordinatoren der Konzerngesellschaften, die sich jährlich zur Fachtagung „CoCoS“ (Coordinators’ Conference for Environmental Management and Sustainable Development) treffen. Schwerpunkte dieser Fachkonferenzen sind ökologische und soziale Nachhaltigkeit sowie die Berichterstattung über „Performance“ und „Best Practice“-Beispiele aus den Gesellschaften.



## econsense

Forum Nachhaltige Entwicklung  
der Deutschen Wirtschaft

### Aktive Mitgliedschaften in weltweit tätigen Nachhaltigkeitsnetzwerken

#### econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V.

Offener Dialog und Transparenz sind fester Bestandteil unserer Unternehmenswerte.

TUI AG ist als Gründungsmitglied von econsense eine freiwillige Selbstverpflichtung zu ökologischer, ökonomischer und gesellschaftspolitischer Nachhaltigkeit eingegangen. Das „Forum Nachhaltige Entwicklung“ ist eine Initiative der deutschen Wirtschaft, in der führende national und global agierende Unternehmen und Organisationen vertreten sind, die das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung in ihre Unternehmensstrategie integriert haben und sich den damit verbundenen ökologischen sowie ökonomischen und gesellschaftspolitischen Fragen stellen.

Im gemeinsamen Dialog werden Aufgaben und Chancen der nachhaltigen Entwicklung innerhalb der Wirtschaft und gemeinsam mit der Politik sowie Stakeholdern aus Nichtregierungsorganisationen (NGO), Wissenschaft und Öffentlichkeit diskutiert. Dabei sollen politische Lösungsstrategien für die Herausforderungen nachhaltiger Entwicklung erarbeitet werden. Das Forum will Denkanstöße liefern, mit konkreten Aktivitäten eine nachhaltige Entwicklung unterstützen und Strategien, Anforderungen an Wirtschaft und Politik sowie konkrete Lösungsmöglichkeiten diskutieren.

Als Mitglied von econsense bekennen wir uns zu folgenden Handlungsmaximen:

- Wir verpflichten uns zu einem dem Nachhaltigkeitsprinzip entsprechenden Umgang mit allen Ressourcen und orientieren uns in unserem Handeln an anerkannten nationalen und internationalen Leitlinien und Vereinbarungen.
- Wir sind bereit, unsere Kompetenz im Interesse eines nachhaltigen Wirtschaftens einzusetzen.
- Wir wollen durch Erarbeitung konkreter und innovativer Lösungsstrategien den politischen Entscheidungsprozess in Fragen der nachhaltigen Entwicklung frühzeitig und aktiv mitgestalten.
- Transparenz und offener Dialog sind Teil unseres Verständnisses von nachhaltiger Entwicklung. Deshalb sind wir national und international präsent als qualifizierte und engagierte Ansprechpartner für Politik, Wissenschaft, Interessengruppen und Wirtschaft.
- Wir fördern die Eigeninitiative und Innovationskraft der Wirtschaft für eine nachhaltige Entwicklung. Unsere Kompetenz im Bereich der Nachhaltigen Entwicklung möchten wir ausbauen und andere Unternehmen, private Haushalte und öffentliche Stellen auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit als aktive Partner unterstützen und begleiten.



### Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development

Um den Gedanken der nachhaltigen Tourismusedwicklung weiter zu tragen und zu fördern, hat die TUI gemeinsam mit anderen Reiseveranstaltern und mit Unterstützung der UNEP, der UNESCO und der UNWTO die Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI) im Jahr 2000 ins Leben gerufen. Alle Mitglieder dieser weltweiten Initiative gehen eine freiwillige Selbstverpflichtung zu ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit in der Tourismusedwicklung ein:

„Als führender Reiseveranstalter sind wir in besonderer Weise für das Wohl der Menschen mitverantwortlich, mit denen wir in Verbindung stehen. Das gilt für unsere Kundinnen und Kunden, denen wir auch in Zukunft optimale Leistungen bieten wollen, und ebenso für die Bevölkerung unserer Gastländer, deren wirtschaftliche Entwicklung von der Bewahrung ihrer natürlichen Umweltbedingungen, kulturellen Traditionen und Gesellschaftsformen abhängt. Wir glauben, dass unser Wirtschaftszweig hierzu bedeutsame Beiträge leisten kann. Sowohl im langfristigen eigenen Interesse als auch zum Nutzen unserer Gäste wollen wir alles tun, um negativen Auswirkungen des Tourismus auf Wirtschaft, Beschäftigung, Kultur, Gesellschaft, Natur und Umwelt der Gastländer rechtzeitig vorzubeugen und positive Ergebnisse des Tourismus auf Wohlstand, Lebensqualität und Natur-Reichtum zu erzielen.“

Insbesondere wollen wir in den Urlaubsländern

- zum Schutz von Tieren, Pflanzen und Landschaften und zur Bewahrung von Schutzgebieten und des kulturellen Erbes beitragen,
- dafür sorgen, dass Grund und Boden, Wasser, Energiequellen und andere natürliche Ressourcen schonend und sparsam genutzt und Abfälle und Umweltverschmutzungen wo immer möglich vermieden werden,
- die Gemeinden vor Ort in die Tourismusplanungen einbeziehen und die Verwendung einheimischer Produkte und Dienstleistungen fördern, sowie
- unsere Partner in privaten Unternehmen und öffentlichen Behörden darin bestärken, nachhaltige Strukturen des Tourismus zu schaffen oder weiterzuentwickeln.

TUI verpflichtet sich auf nationale und internationale Vereinbarungen

- *Global Code of Ethics (UN World Tourism Organisation)*
- *Leitbild Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development*
- *Grundsätze von econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft*

Wir werden die Prinzipien der Nachhaltigkeit in unserer Unternehmenspolitik verankern, alle umweltbezogenen, kulturellen und sozialen Auswirkungen unserer Aktivitäten in den Gastländern laufend kontrollieren und die Öffentlichkeit darüber unterrichten. Vor allem unsere Kundinnen und Kunden wollen wir durch gezielte Aufklärung dazu ermutigen, die Kultur und Lebensweise der Menschen in den besuchten Ländern zu verstehen und zu achten, die Ursachen bestehender Umweltprobleme zu erkennen und zu verändern und sich für eine nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen einzusetzen.“

Auch unsere ausländischen Gesellschaften sind in Netzwerken zur Nachhaltigen Entwicklung engagiert:

#### Win-Win für Kunden und Destinationen

TUI UK ist Mitglied in der britischen Travel Foundation (ehemals Sustainable Tourism Initiative). Ziel dieser unabhängigen Organisation ist es, die Tourismusbranche bei der Förderung des nachhaltigen Tourismus zu unterstützen. In enger Zusammenarbeit legen TUI UK und die Travel Foundation den Schwerpunkt ihrer Arbeit auf den Schutz und die Verbesserung der Umwelt, sowie auf den Erhalt kultureller Traditionen der Gemeinden in den Zielgebieten.

Zusammen mit dem Destination Management vor Ort und lokalen Partnern werden unterschiedliche Projekte initiiert, in denen Ideen vorgestellt und Problemlösungen getestet werden. Die Resultate dieser Projekte werden anschließend zu Richtlinien für die Tourismusbranche zusammengefasst. Durch die zielstrebige Zusammenarbeit von TUI UK und der Travel Foundation erleben die Touristen einen qualitativ hochwertigen Urlaub mit der Rückversicherung, dass ihre Urlaubsdestination auch für die nächsten Generationen erhalten bleibt. Der Vorteil der Unternehmen ist die bessere Bedarfsdeckung ihrer Kunden und gleichzeitig der Schutz der Ressourcen, von denen auch ihre unternehmerische Zukunft abhängt. Die Gemeinden wiederum erzielen durch den Tourismus einen höheren Gewinn, welcher einen Aufschwung der Wirtschaftlichkeit zur Folge hat.



#### Tourism for Development

In Frankreich kooperiert die Nouvelles Frontières Gruppe (TUI France) mit der humanitären Organisation „Tourism for Development“, TFD. Diese finanziert und betreut Mikroprojekte, die sich konkret auf die Bekämpfung der extremen Armut in touristischen Destinationen konzentrieren. Ziel der TFD ist es, Reiseveranstalter für regionale Projekte zur Verbesserung und Sicherstellung der lokalen Lebensbedingungen zu gewinnen. Darüber hinaus gibt es einen umfassenden Aktionsrahmen, in dem sich Reiseunternehmen und Reisende engagieren können. Nouvelles Frontières ist dieses Engagement eingegangen, verbunden mit dem Wunsch, eine Art Vorbild und Vorreiter für den ganzen Sektor zu sein.

# Konzern-Leitlinie für die Beschäftigten

**Nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln sind für TUI unverzichtbare Elemente unserer unternehmerischen Kultur. Hierzu gehört auch die Integrität im Umgang mit unseren Geschäftspartnern, Mitarbeitern, Aktionären und der Öffentlichkeit.**

## Unternehmensverantwortung – Freiwilligkeit statt Regulierung

Gerade als Dienstleistungskonzern sind wir darauf angewiesen, durch untadeliges Verhalten gegenüber unseren Partnern, Gesellschaft und Umwelt das Vertrauen von Politik und Öffentlichkeit zu gewinnen und zu erhalten. Es sichert uns Spielraum und Handlungsfreiheit anstelle von übermäßiger Regulierung und Kontrolle – und fördert gleichzeitig unseren Markenwert und unsere Attraktivität als Arbeitgeber. Unternehmensethik ist für uns keine neue „Managementmode unter verschiedenen Überschriften“, sondern ein wichtiges Element der modernen und zukunftsfähigen Unternehmensführung. Künftige Führungskräfte werden Kompetenzen brauchen, die weit über die Instrumente der traditionellen Betriebswirtschaft hinausreichen. Sie werden die Stellung von Unternehmen in der Gesellschaft (ethisch) reflektieren und geeignete Maßnahmen zur Umsetzung eines verantwortungsvollen Handelns initiieren müssen. Das weltweit hohe Ansehen der TUI erarbeiten wir uns täglich, an unseren Standorten wie in den Destinationen: durch Integrität und Fairness, durch ein ökologisch und gesellschaftlich hohes Verantwortungsbewusstsein sowie durch dialogorientiertes, transparentes Handeln.

Dieser Grundsatz ist die Basis unserer Konzern-Leitlinie für Beschäftigte. Deshalb müssen wir unseren strategischen Überlegungen und unserem Tagesgeschäft stets hohe ethische Standards und die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zu Grunde legen. Das Erscheinungsbild unseres Konzerns sowie der Konzerngesellschaften in der Öffentlichkeit wird wesentlich durch das Auftreten, Handeln und Verhalten jedes Einzelnen von uns beeinflusst. Jeder Mitarbeiter ist mitverantwortlich dafür, dass wir als Konzern und als jeweilige Konzern-Gesellschaft weltweit ein hohes Ansehen und einen guten Ruf genießen. Die Leitlinien sind Mindeststandard und verbindliche Regeln, die von allen Beschäftigten des TUI-Konzerns zu beachten sind. Jede Konzern-Gesellschaft kann entsprechend den nationalen Wertmaßstäben weiter gehende Bestimmungen aufnehmen. Sie sollen dabei helfen, ethische und rechtliche Herausforderungen bei der täglichen Arbeit zu bewältigen. Für Konfliktsituationen sollen sie Orientierung geben. Gerade wir als Dienstleistungskonzern sind für unseren wirtschaftlichen Erfolg darauf angewiesen, durch untadeliges Verhalten das Vertrauen unserer Kunden zu gewinnen und zu erhalten, um im Markt weiterhin erfolgreich bestehen zu können.



## Leitlinien als Mindeststandards

Die Leitlinien spiegeln das Werteverständnis von TUI in den wesentlichen Fragen unternehmerischen Handelns wider:

- Grundlegende Verhaltensleitlinien
- Führung, Verantwortung und Aufsicht
- Umgang mit Geschäftspartnern
- Vermeidung von Interessenskonflikten
- Umgang mit Unternehmenseigentum und -einrichtungen
- Umgang mit Informationen
- Umwelt, Sicherheit und Gesundheit
- Unregelmäßigkeiten

# Compliance

Die Unternehmungen der TUI unterliegen den Umwelt- und Arbeitsschutzbestimmungen jedes der Rechtssysteme, in denen die TUI tätig ist, sowie einer Reihe internationaler Abkommen, die die Flug- und Transportbranchen betreffen. Diese Gesetze, Verordnungen und Abkommen regeln unter anderem Flugzeuglärm, Emissionen von Schadstoffen in die Luft, das Wasser und den Boden, die Nutzung, den Transport und die Lagerung gefährlicher Stoffe und die Altlastensanierung kontaminierter Gelände.

## *Einhaltung von gesetzlichen Anforderungen*

Verstöße gegen Umweltgesetze und -verordnungen können erhebliche Geldbußen oder zivil- oder strafrechtliche Sanktionen nach sich ziehen. Darüber hinaus könnte die Entdeckung einer Kontamination von TUI-Einrichtungen dazu führen, dass TUI die Kosten für die Sanierung tragen muss. Umweltgenehmigungen für einige der Unternehmungen der TUI können außerdem von den ausgebenden Behörden neu geprüft, geändert oder widerrufen werden. Wenngleich die TUI bestätigt, dass sie die für ihre Geschäftstätigkeit anwendbaren Umweltgesetze und -genehmigungen materiell einhält, entstehen ihr von Zeit zu Zeit Kosten, um die Einhaltung dieser Anforderungen aufrechtzuerhalten. In der Vergangenheit haben die Umweltkosten die Unternehmungen der TUI nicht erheblich beeinflusst, und die TUI erwartet nicht, dass die zukünftigen Umweltkosten eine bedeutende Höhe erreichen, doch neue Informationen oder zukünftige Entwicklungen wie z. B. die Änderung von Gesetzen oder Verordnungen, die für die Unternehmen der Gruppe gelten, könnten dazu führen, dass diese Kosten einen erheblichen Umfang annehmen.

TUI hat eine Reihe von Unternehmen der Schwerindustrie, zu denen Unternehmen in der Kohleförderung, Stahlherstellung, im Schiffbau und in der Ölexploration sowie in der fertigen Industrie zählen, abgestoßen. Gemäß den gesetzlichen Regelungen und im Rahmen von vertraglichen Garantien, die aus diesen Unternehmen stammen, kann die TUI fortgesetzten Umwelthaftungen unterliegen.



# Risikomanagement im Konzern

Der TUI Konzern ist weltweit in den beiden Kerngeschäften Touristik und Schifffahrt tätig. Naturgemäß bergen diese Aktivitäten Risiken, die je nach Art des Geschäfts unterschiedlich ausgeprägt sind. Diese Risiken können aus eigenem unternehmerischen Handeln resultieren oder durch externe Faktoren bedingt sein.

## Risikopolitik

Verantwortungsbewusster Umgang mit geschäftlichen Risiken gehört zu den Grundsätzen guter Corporate Governance. Die Prinzipien guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung bestimmen das Handeln der Leitungs- und Kontrollgremien der TUI AG. Dem Vorstand der TUI AG und dem Management im TUI Konzern stehen umfassende konzernübergreifende und unternehmensspezifische Berichts- und Kontrollsysteme zur Verfügung, die die Erfassung, Bewertung und Steuerung dieser Risiken ermöglichen. Die Systeme werden kontinuierlich weiterentwickelt, den sich verändernden Rahmenbedingungen angepasst und von den Abschlussprüfern überprüft.

Die Risikopolitik der TUI orientiert sich an dem Ziel, den Wert des Unternehmens stetig und nachhaltig zu steigern, die mittelfristigen finanziellen Ziele zu erreichen und den Fortbestand des Unternehmens langfristig zu sichern. Damit ist sie ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenspolitik.

## Risikomanagement

Zweck und Ziel des Risikomanagements ist es, Risiken jeglicher Art frühzeitig zu erkennen, sie zu bewerten und sie soweit zu begrenzen, dass der wirtschaftliche Nutzen überwiegt.

Um seiner Gesamtverantwortung im Konzern nachzukommen, hat der Vorstand der TUI AG die wesentlichen Elemente des Risikomanagements in Richtlinien gefasst. Diese sind für alle Gesellschaften des Konzerns gültig. Des Weiteren hat er Kontroll- und Steuerungssysteme installiert, die die Entwicklung der Geschäfte und die damit verbundenen Risiken regelmäßig messen, bewerten und steuern. Das Planungs- und Controllingsystem analysiert monatlich Abweichungen der tatsächlichen von der geplanten geschäftlichen Entwicklung und identifiziert damit zeitnah Risiken, die den geschäftlichen Erfolg des Unternehmens gefährden.

Verantwortlich für die Früherkennung und die Berichterstattung sowie den Umgang mit den geschäftlichen Risiken ist das Management der Gesellschaften; dabei obliegt der jeweils höheren Führungsebene die Kontrolle.

Einzelheiten zur Risikopolitik und zum Risikomanagement im TUI Konzern enthält der entsprechende Abschnitt des Lageberichts des TUI AG Geschäftsberichtes 2006.

# Sicherheits- und Krisenmanagement

## Zu Ihrer Sicherheit

Das Sicherheits- und Krisenmanagement der TUI ist jetzt zertifiziert durch unabhängige Experten der Prüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers AG WPG (PwC).



TUI Deutschland hat ihr touristisches Krisenmanagement durch unabhängige Experten von PricewaterhouseCoopers (PwC) prüfen und zertifizieren lassen. Mit diesem Schritt will der Veranstalter Urlaubsreisen noch sicherer machen.

Das Zertifikat bestätigt, dass die TUI alle Anforderungen an ein effizientes Krisenmanagement erfüllt. Die Gutachter von PwC führten insgesamt über 100 verschiedene Einzeltests durch. Untersucht wurden u. a. Maßnahmen in den Bereichen Krisenprävention, Identifikation und Bewältigung von Krisen, Kontrollaktivitäten im Rahmen des Krisenmanagements, die Kommunikation in Krisenfällen und die Organisation des Krisenmanagements.

Dabei wurde beispielsweise geprüft, ob TUI angemessene Maßnahmen der Krisenprävention ergreift – wie etwa Sicherheitschecks für Hotels oder Transferdienstleistungen –, wie schnell Informationen an den Krisenstab weitergeleitet werden und ob die technische Infrastruktur für den Ernstfall ausreicht.

„Auf Basis dieser Tests sind wir zu dem Ergebnis gekommen, dass TUI Deutschland die erforderliche Einstufung ‚standardisiert‘ in allen Bereichen erreicht hat“, attestierte Andreas Borchering von PwC. Allerdings erkannte PwC auch Verbesserungspotenzial beim ersten Reiseveranstalter, der sein Krisenmanagement einer derart umfassenden Kontrolle unterzogen hat. So müssten beispielsweise die Mitarbeiter in den Zielgebieten für die interne Krisenkommunikation noch stärker sensibilisiert und geschult werden. Künftig will sich TUI Deutschland regelmäßig einer externen Begutachtung unterziehen.

### Hintergrund

*Grundlage der Untersuchung ist ein von PwC entwickelter neuer Standard zum touristischen Krisenmanagement. Dieser wurde in Anlehnung an national und international renommierte Risikomanagement- und Qualitätsstandards konzipiert: DIN EN ISO 9001, IDW Standard zur Prüfung von Risikofrüherkennungssystemen sowie Enterprise Risk Management/Integrated Framework (COSO II).*

*Insgesamt wurden neun Standardelemente definiert und untersucht: Zielsetzungen des touristischen Krisenmanagements, Krisenprävention, Identifikation von Krisen, Analyse und Bewertung von Krisen, Kontrollaktivitäten im Rahmen des touristischen Krisenmanagements, Krisenkommunikation, Überwachung und Anpassung der Maßnahmen, Organisation und Dokumentation des touristischen Krisenmanagements.*

### Family Assistance Team, TUIfly

Nach dem Absturz einer Maschine der Swissair in 1998 in Kanada und der damit einhergehenden intensiven Berichterstattung über die Betreuung der Angehörigen machte sich die Konzernfluggesellschaft TUIfly Gedanken über eine Erweiterung des Notfallnetzes und die Betreuung von Opfern und Angehörigen vor Ort. In Gesprächen mit Notfallseelsorgern, Psychologen und anderen Fluggesellschaften entstand die Idee zu dem Family Assistance Team. Im November 1998 begann die Geschäftsführung, freiwillige Mitarbeiter zu rekrutieren und Schulungen anzubieten. Ein externer Trainer leitet die dreitägigen Grundschulungen sowie weitere Aufbaukurse. Die Freiwilligen lernen dort Grundlagen der Gesprächsführung und Betreuung im Krisenfall, sowie den Umgang mit Stress- und Trauerreaktionen.

Der erste Einsatz erfolgte bei der Notlandung einer Maschine in Wien im Jahr 2000. Seither hat sich das Family Assistance Team kontinuierlich weiterentwickelt: Knapp 100 freiwillige Mitarbeiter gehören mittlerweile zum Team. Neben dem persönlichen Kontakt und der Betreuung der Opfer gehören auch organisatorische Aufgaben wie das Besorgen von Decken und die gesamte Koordination zu den Tätigkeiten im Hintergrund des Geschehens. Doch auch den Kollegen von TUIfly leisten die Teammitglieder Beistand bei Ausnahmesituationen wie beispielsweise einem Todesfall an Bord.

### Emergency Care Team, TUI

Auf Initiative von Klaus Rütt, Leiter Krisenstab TUI AG, wurde im Februar 2001 ein zweites Team zur Unterstützung der Urlauber in Krisensituationen direkt in den Urlaubsgebieten gegründet. Damit engagieren sich insgesamt 340 freiwillige Konzern-Mitarbeiter, zusammengeschlossen in Teams, um in möglichen Notsituationen den TUI Urlaubern zur Seite zu stehen. Voraussetzungen für eine Mitarbeit im Team sind Eigenschaften wie Kommunikationsfähigkeit, Entscheidungsfreudigkeit, Belastbarkeit, Flexibilität sowie „Zuhören können“. Darüber hinaus müssen die Teammitglieder eine dreitägige Basisschulung absolvieren und an weiteren jährlichen eintägigen Aufbauschulungen teilnehmen. Das Team kann dabei nicht die medizinische Erstversorgung oder die Arbeit von ausgebildeten Psychotherapeuten ersetzen. Die Mitglieder des Emergency Care Teams sind jedoch Ansprechpartner für die Betroffenen vor Ort und geben erste Orientierung.

In enger Zusammenarbeit versuchen die beiden Teams für die TUI Kunden in belastenden Situationen Ansprechpartner zu sein, um Betreuung und Unterstützung zu leisten.

# Innovationsmanagement im Konzern

## TUI Innolympics 2006

### Erfolgsfaktor Innovationskraft



Die TUI sieht in der Innovationskraft und Kreativität ihrer Mitarbeiter einen bedeutenden Erfolgsfaktor, um auch zukünftig wirtschaftlich erfolgreich zu sein und im wettbewerbsintensiven Touristikmarkt an der Spitze zu stehen.

Die vom Vorstand 2006 initiierte konzernweite Innovationsoffensive „TUI Innolympics“ soll den Ideenreichtum aller Mitarbeiter anspornen und fördern und geht damit deutlich über das traditionelle Ideenmanagement hinaus. Wichtig ist die Weiterentwicklung der kreativen Gedanken zu einem detaillierten Konzept, das eine rasche Umsetzung im Markt oder im Konzern ermöglicht. Zur Erreichung dieses Ziels sind die freiwillige und sachbezogene Bildung von Innovationsteams und deren perfekte Zusammenarbeit erforderlich. Die Innovationsoffensive wird, nach den sehr positiven Erkenntnissen der erstmaligen Durchführung, ein fester Bestandteil der Geschäftsstrategie und Produkt- und Verfahrensentwicklung werden.



TUI Innolympics: Siegerehrung

Im Rahmen dieser Initiative wurden konzernweit über 3 200 Ideen eingereicht, die das innovative Potenzial der Mitarbeiter eindrucksvoll bestätigten. Die vielen qualitativ hochwertigen Ideen wurden weiter verfeinert und intensiv auf ihre Realisierbarkeit überprüft. Es folgte ein detaillierter und oftmals schwieriger Auswahlprozess seitens der Lokalen Innovationsteams (LIT). Sieben dieser Expertengremien waren für die verschiedenen Quellmärkte und Plattformen der TUI gegründet worden, um wirklich jeden eingegangenen Vorschlag adäquat bewerten zu können. Nach hartem Ringen und mehreren Auswahlstufen wurden am Ende insgesamt 12 Konzepte in vier Hauptkategorien prämiert.

#### Kategorie Neue Produkte und Services

z. B. 1. Platz: „Guide Online“ – Hinter diesem Projekt verbirgt sich ein virtueller Service für Reisende, bei dem Kunden per Handy Tagesausflüge oder einen Mietwagen buchen können.

#### Kategorie Marketing und Vertrieb

z. B. 3. Platz: „Eco Resort“ – Das konzerninterne Gütesiegel „EcoResort“ zeichnet Hotel- und Clubbetriebe aus dem Portfolio von TUI Hotels & Resorts aus, die festgelegte Kernkriterien erfüllen.

#### Kategorie Prozessoptimierung und Effizienz

z. B. 3. Platz: „Pocket Format Catalogues“ – Durch Verkleinerung der Kataloge auf 81 Prozent der herkömmlichen Größe wird der Papierverbrauch vermindert was die Herstellungskosten reduziert und die Umwelt entlastet.

#### Kategorie Neue Geschäftsmodelle

z. B. 2. Platz: „Enjoying Health“ - Bei der Kombination aus Urlaub und Gesundheitsprogramm können die Kunden im Urlaub etwas für ihre Gesundheit tun und erhalten hierfür einen Zuschuss von den Krankenkassen.

Intensive interne Berichterstattung  
begleitete die TUI Innolympics

„Auf Mallorca präsentierten die sieben Lokalen Innovations-Teams (LIT) dem Top-Management im Rahmen einer Vernissage den vielfältigen Ideenreichtum der Mitarbeiter. Mehr als 3 200 Beiträge hatten die Beschäftigten zur ersten konzernweiten Innovationsoffensive der TUI eingereicht und damit alle Erwartungen übertroffen. Auf der Baleareninsel bekam eine Auswahl jener Ideen, die nun zu Konzepten und Business-Plänen weiterentwickelt werden, erstmals ein Gesicht.“  
(Auszug aus der Mitarbeiterzeitung *TUItimes International* vom August 2006)


TUItimes  
International

<https://tip.tui.com>

ZEITUNG FÜR ALLE MITARBEITER ■ AUGUST 2006

## Kreativität in Bildern

Vernissage der TUI Innolympics begeistert Management –  
Frenzel lobt weitere Preise aus

▶ **TUI-Chef Dr. Michael Frenzel (rechts) in angeregter Diskussion mit Sandra Leonhard, TUI UK, und Dr. Dieter Nirschl, TUI AG.**

▼ **Zwei Bereichsvorstände unter sich: Hotelchef Karl Pojer (links) im Gespräch mit Flugvorstand Christoph Müller**



Fotos: Gori Salva / Stefan Thomas Kröger



▶ **Auch auf der Vernissage unzertrennlich: das LIT Europa West mit Steven van der Heijden an der Spitze (rechts). An seiner Seite Manique Richter, Nouvelles Frontières, Dirk Dom, Jetair, sowie Tim-Christian Pankoke**

◀ **Doug Glenwright, TUI UK, erklärt TUI-Schiff-fahrtsvorstand Michael Behrendt die Vorzüge der Konzepte des Quellmarktes Europa Nord. Stephen Lane, TUI UK, hört interessiert zu.**







# Ziele

Zielerreichung Umwelt und  
Nachhaltigkeit 2004 – 2006

Zielsetzungen 2007 – 2010

Zielsetzungen 2007 – 2013,  
Bsp. Klimaschutz durch Flottenerneuerung



# Die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes

in Verbindung mit der Festigung unserer Positionierung als nachhaltiges Marken-Unternehmen sind für uns wichtige übergeordnete Ziele. Dazu werden wir nachhaltigkeitsrelevante Aspekte der guten Unternehmensführung konzernübergreifend und kontinuierlich in die Kerngeschäftsprozesse integrieren und das Verständnis unserer Mitarbeiter für bereichs- und themenübergreifende Zusammenarbeit im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung im gesamten Konzern weiter schärfen.

# Zielerreichung Umwelt und Nachhaltigkeit 2004 – 2006

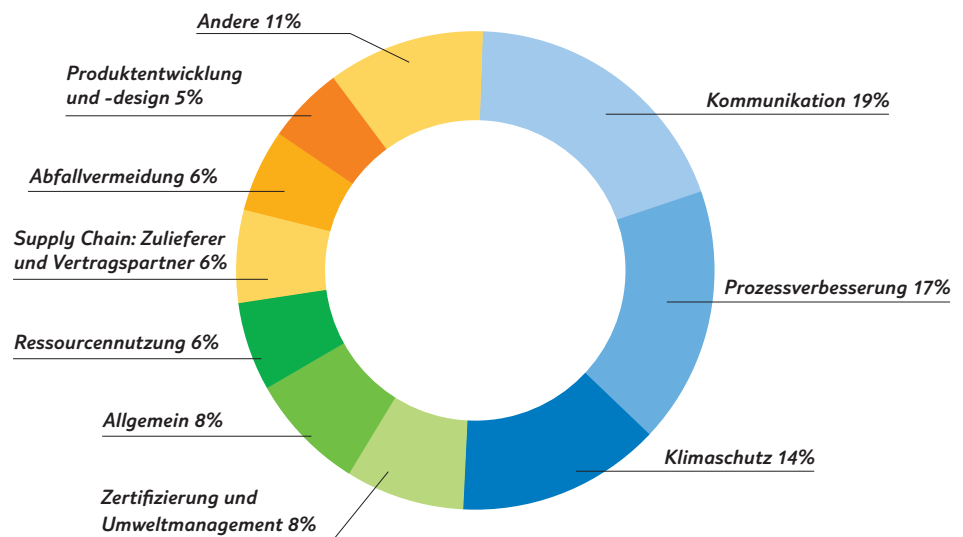
## Status Konzern und Beteiligungsgesellschaften

Die in der Konzern-Umweltberichterstattung 2003/2004 festgelegten Umwelt- und Nachhaltigkeitsziele wurden regelmäßig in der Evaluation der Performance anhand der jährlichen Berichterstattung der Beteiligungsgesellschaften auf aktuelle Gültigkeit und Status geprüft. Auch der Zentralbereich nahm an diesem Zielsetzungs- und Zielerreichungsprogramm teil.

Bei der Zielfestlegung wurde darauf geachtet, dass ein fortlaufender Verbesserungsprozess initiiert und fortgeführt wird. Mit Abschluss des Jahres 2006 wurde der Status der festgelegten 70 Ziele zusammengefasst, um eine Zielerreichungsanalyse durchzuführen.

Das folgende Diagramm illustriert die wichtigsten Kategorien der in der letzten Berichterstattung festgelegten Ziele für den Zeitraum 2004-06:

Zielerreichung 2004–2006

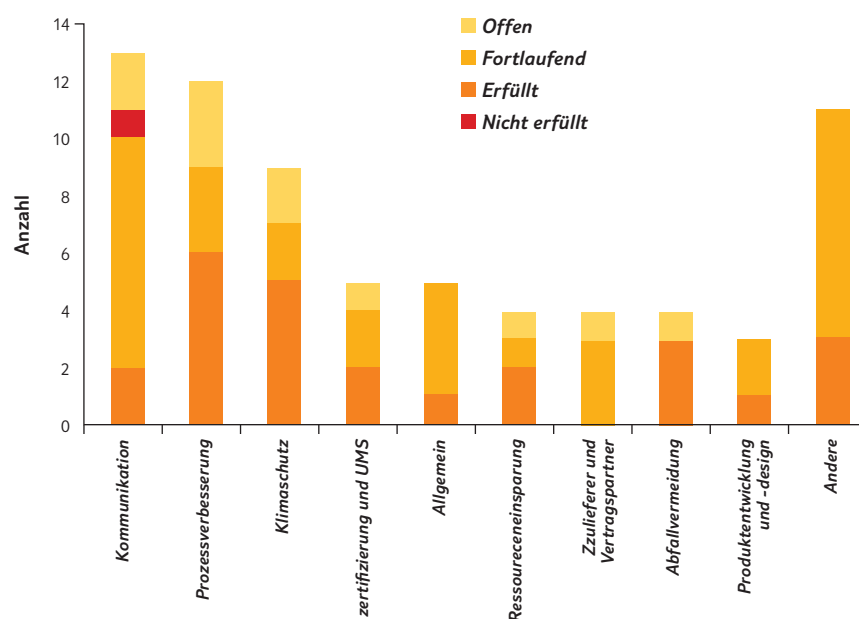


Mehr als die Hälfte der Ziele konzentrieren sich auf die Bereiche Kommunikation, Prozessoptimierung und Emissionsreduktion. Während 58 Ziele erreicht wurden oder über den Berichtszeitraum hinaus fortgeführt werden, da es sich bei diesen Zielen größtenteils um kontinuierliche Verbesserungen handelt, sind 11 Ziele bisher noch nicht erreicht worden (Status: „offen“), beziehungsweise ein Ziel wird nicht weiter verfolgt (Status: „nicht erfüllt“).



## Status Zielerreichung 2004–2006

Nachfolgend wird der Status der Ziele in den Hauptkategorien dargestellt:



Offene Ziele finden sich besonders in den Kategorien Kommunikation, Prozessoptimierung und Emissionen. In der Tabelle auf Seite 42 werden die 11 offenen Einzelziele und das nicht weiter verfolgte Ziel dargestellt und hier nachfolgend die Verzögerung der Zielerreichung begründet:

- Im Geschäftsjahr 2005 wurden rund 33 Prozent der Gesamtumsätze des Konzerns von nach DIN EN ISO 14001 zertifizierten Unternehmen erwirtschaftet. Für das Geschäftsjahr 2006 lässt sich diese Kennzahl nicht generieren, da im Rahmen der Integration von CP Ships in die Hapag-Lloyd AG erst ein vollständiger einjähriger UMS-Managementzyklus durchlaufen werden muss, um den Gesamtumsatz der integrierten Gesellschaft, als einen nach DIN EN ISO 14001 zertifizierten, ausweisen zu können. Es steht zu erwarten, dass die Ein-Drittel-Schwelle des zertifizierten Gesamtumsatzes deutlich übertroffen werden wird.
- Aufgrund von Restrukturierungsprozessen konnten die Ziele des innerbetrieblichen Umweltschutzes der TUI Deutschland noch nicht erreicht werden. Diese Ziele sind in das zertifizierte Umweltmanagementsystem der TUI Deutschland integriert, um eine kontinuierliche Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes zu erreichen.
- Ziele zur Veröffentlichung von Umweltberichten von einzelnen Beteiligungsgesellschaften werden nicht weiterverfolgt, da diese entweder in andere Beteiligungsgesellschaften aufgegangen sind oder Teil der Konzernberichterstattung sind.

- Die übrigen Ziele werden in die Zielsetzungen der nächsten Berichtsperiode integriert.
- Die Rücklaufquote der Konzern-Umweltberichterstattung konnte bislang nicht auf 100 Prozent erhöht werden, da einige Beteiligungsgesellschaften noch nicht über die Voraussetzungen verfügen, um qualitative und quantitative Umweltdaten zur Verfügung zu stellen. Um dieser Schwierigkeit zu begegnen, hat der Zentralbereich Verfahren entwickelt, um verlässliche Erwartungswerte in der quantitativen Berichterstattung abzubilden. Weiterhin wird kontinuierlich an der Verbesserung der Infrastruktur des Umweltmonitorings gearbeitet.

#### Darstellung der offenen Einzelziele

Gesellschaft	Projekt/Aktivität	Ziele 2004 – 2006	Status	Kategorie
Hapag-Lloyd	Erarbeitung des ersten Umweltberichts der Hapag-Lloyd AG	Veröffentlichung in 2004	Offen	Kommunikation
Nouvelles Frontières	Umweltmonitoring	Einführung eines Umweltmonitorings mit Schwerpunkt Hotels über alle angebotenen Destinationen	Offen	Prozessverbesserung
TUI AG	Ausweitung der ISO-Zertifizierung im gesamten Konzern	35% aller Umsätze der TUI AG sollen durch zertifizierte Beteiligungsgesellschaften erwirtschaftet werden.	Offen	Zertifizierung und Umweltmanagementsysteme (UMS)
TUI AG	Umweltmonitoring der TUI AG Beteiligungsgesellschaften	Steigerung der Rücklaufquote auf einen Anteil von 100 % bis 2006	Offen	Prozessverbesserung
TUI Deutschland	Kontinuierliche Verbesserung des innerbetrieblichen Umweltschutzes	Heizenergie/beheizte Fläche: – 6 %	Offen	Klimaschutz
		Stromverbrauch/Mitarbeiter: – 5 %	Offen	Klimaschutz
		Papierverbrauch/Mitarbeiter: – 2,5 %	Offen	Ressourceneinsparung
		Anteil des Abfalls zur Verwertung: 80 %	Offen	Abfallvermeidung
	Umweltnewsletter	Ausweitung des Umweltnewsletters auf TUI-externen Verteilerkreis	Nicht erfüllt	Kommunikation
TUI España	Spanienweiter Einsatz einer CD-ROM zum Thema „Umweltmanagement in Hotels“ (in spanischer Sprache)	Einsatz ab 2004 bei TUI Konzern-Vertragspartnern auf Teneriffa und schrittweise im gesamten spanischen Markt	Offen	Zulieferer und Vertragspartner
TUI UK	Umweltberichterstattung und Analyse von Impacts	Veröffentlichung eines Britannia Airways Umweltberichts	Offen	Kommunikation
	Durchführung offiziell anerkannter Schulungen „Umwelt und nachhaltiger Tourismus“	Abschluss bis 2005	Offen	Prozessverbesserung

# Zielsetzungen 2007–2010

## Nachhaltige Entwicklung im Konzern

Wir haben uns das Ziel gesetzt, unsere Positionierung als nachhaltiges Unternehmen zu festigen. Hierzu werden in einem kontinuierlichen Prozess nachhaltigkeitsrelevante Aspekte und Indikatoren in abteilungsspezifische Abläufe und in Kerngeschäftsprozesse integriert. Durch gezielte und umfassende Kommunikation und Schulungen wird der Nachhaltigkeitsgedanke fest bei den Mitarbeitern aller Abteilungen im Zentralbereich und der Konzerngesellschaften verankert.

**Nachhaltigkeitsindices.** Ein wesentliches Anliegen ist uns der Verbleib bzw. die Aufnahme in nachhaltig orientierte Indices und Rankings. Dies verbessert unsere finanzielle Performance und stellt einen wichtigen Indikator für die Nachhaltigkeitsleistung unseres Konzerns dar. Denn nur die Unternehmen, die konkrete Kriterien der Nachhaltigkeit erfüllen, werden dort auch aufgenommen. Insbesondere der Verbleib im Dow Jones Sustainability Index World (DJSI) sowie in weiteren internationalen und nationalen Ethik Indices sind für uns Herausforderung und Ziel zugleich.

**Stakeholderdialog.** Der Dialog mit unseren Anspruchsgruppen wird auch zukünftig wesentlicher Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie sein. Der Abgleich unterschiedlicher Ansprüche setzt einen offenen Dialog voraus, um einerseits Verständnis für das eigene Tun und Verhalten zu gewinnen (License to operate) und andererseits durch Interessenüberschneidungen verursachte Spannungsfelder zu lokalisieren und zielgerichtet abzubauen. Stakeholder-Feedback ist für uns eine essenzielle Informationsquelle, die es ermöglicht, unsere Nachhaltigkeits-Performance weiter zu optimieren und dadurch den Unternehmenswert zu steigern sowie Risiken frühzeitig zu erkennen. Darum haben wir uns zum Ziel gesetzt, den Stakeholder-Dialog weiter zu systematisieren und wo immer möglich Ergebnisse dieses Dialogs in Entscheidungsprozesse einfließen zu lassen.

**Transparenz.** Die Transparenz in der Berichterstattung ist für die TUI AG ein weiteres zentrales Anliegen der nächsten Jahre. Ausgehend von der bereits seit Jahren systematisierten Umweltberichterstattung werden wir unser Engagement für Mitarbeiter und Gesellschaft ausführlich und im Gesamtkontext der Indikatoren der Nachhaltigen Entwicklung kontinuierlich systematisch erfassen und darstellen. Dabei werden wir uns aktiv und konstruktiv innerhalb der Fachgremien (z.B. im Zusammenwirken mit econsense, CSR-Europe, WBCSD, OECD, BMU und UBA, ISO Working Group SR etc.) an der Diskussion um die Gestaltung der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung (vgl. Global Reporting Initiative, vgl. ISO 26000) beteiligen.

*Nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes*

### Strategische Ziele des Konzerns

**Touristik.** Der Tourismusmarkt durchläuft aktuell eine Phase struktureller Änderungsprozesse. Diese sind wesentlich durch die wachsende Nachfrage nach modular buchbaren Reisebausteinen geprägt. Basis dieser Entwicklung ist die dynamische Verbreitung des Internets als Informations- und Buchungsplattform sowie das anhaltende Wachstum der Low Cost-Fluggesellschaften.

Die strukturellen Marktveränderungen machen es notwendig, die bestehenden Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln, um das Marktwachstum voll auszuschöpfen. Dies betrifft vor allem den Veranstalter- und Flugbereich. Die TUI hat diesen Wandel rechtzeitig antizipiert und aktiv mit gestaltet. Zur Generierung weiteren profitablen Wachstums sind klare strategische Stoßrichtungen definiert worden:

- **Mittelfristige Zusammenführung der europäischen Flugaktivitäten.** Im Zuge der Flugstrategie wurden in einem ersten Schritt die beiden deutschen Fluggesellschaften Hapag-Lloyd Flug und Hapag-Lloyd Express unter der neuen Marke TUIfly.com zusammengeführt. Im Januar 2007 wurde unter dieser neuen Marke ein einheitliches Onlineportal geschaffen. Weitere strategische Zielsetzung ist die Integration aller europäischen Flugaktivitäten des TUI Konzerns unter der neuen Marke und Vertriebsplattform TUIfly.com. Die verfolgte Strategie bildet die Grundlage, um an den Wachstumssegmenten Low Cost und Modularreisen nachhaltig zu partizipieren.
- **Ausbau des Verkaufs von Reisen über das Internet.** Im Rahmen der Vertriebsstrategie ist ein weiterer Ausbau des Verkaufs von Reisen über das Internet geplant. Zielsetzung ist ein durchschnittliches Wachstum in den nächsten drei Jahren von 50 Prozent in den jeweiligen Quellmärkten. Damit einhergehend wird die neue Marke TUIfly.com zu einer internationalen Reiseplattform ausgebaut werden.
- **Einstieg in das stark wachsende Premium-Volumengeschäft im deutschen Kreuzfahrtmarkt.** Des Weiteren werden die Kreuzfahrtaktivitäten durch den Einstieg in den stark wachsenden deutschen Markt des Premium-Volumensegments ausgebaut.
- **Weiterer selektiver Ausbau des Hotelbereichs bis zum Jahr 2008.** Die Hotelstrategie sieht einen weiteren selektiven Ausbau des bestehenden Portfolios vor. Das angestrebte Wachstum in dieser Wertschöpfungsstufe zielt dabei sowohl auf eine Verstärkung des Hotelangebots für den klassischen Pauschalreisemarkt als auch für den stark wachsenden Markt der Modularreisen.

Neben dem Ausbau der Wachstumsbereiche erfordern die strukturellen Marktveränderungen die Weiterentwicklung der bestehenden Produktionsstrukturen. Zur Verminderung der spezifischen Produktionskosten wurde ein Maßnahmenprogramm aufgelegt, welches bis zum Jahr 2008 weitere Kosteneinsparungen in Höhe von 250 Millionen Euro realisieren soll.

**Schifffahrt.** Im Fokus des Jahres 2006 stand im Bereich der Containerschifffahrt vor allem die Integration der im Oktober 2005 erworbenen kanadischen Containerschiffahrtsgesellschaft CP Ships. Mit Ende des dritten Quartals 2006 waren alle operativen Geschäftsbestandteile der CP Ships, insbesondere die Schiffs- und Containerflotten sowie Liniendienste, integraler Bestandteil von Hapag-Lloyd und werden seitdem auch unter dem Namen Hapag-Lloyd geführt.

Für den Bereich Schifffahrt verfolgt die TUI eine Wachstumsstrategie, welche als Mindestniveau die erwarteten durchschnittlichen Mengenzuwächse der Branche von rund 9 Prozent pro Jahr hat. Die grundlegende Wachstumsausrichtung wird dabei von folgenden strategischen Stoßrichtungen begleitet:

- Selektives Kapazitätswachstum in Abhängigkeit von den geographischen Märkten zwischen 8 Prozent und 15 Prozent.
- Effiziente Investitionssteuerung in große Schiffsklassen.
- Konsequente Nutzung der Synergien im Zuge der im Geschäftsjahr 2006 abgeschlossenen Integration von CP Ships.
- Flexible Kapazitätssteuerung durch einen ausgewogenen Mix der Flottenfinanzierung zwischen Eigentum/Langfristcharter und Kurzfristcharter.

*Langfristige Verbesserung der  
Profitabilität des TUI Konzerns*

**Konzern.** Eine weitere zentrale Maßnahme zur langfristigen Verbesserung der Profitabilität des TUI Konzerns ist die Optimierung des eingesetzten Vermögens. Dafür wurde ein neues Programm zur weiteren Reduzierung der Verschuldung aufgelegt. Insgesamt soll durch die Desinvestition von Randaktivitäten und eine Optimierung des Sachanlagevermögens eine Entschuldungswirkung von rund 1 Milliarde Euro bis 2008 realisiert werden. Darüber hinaus werden parallel weitere Möglichkeiten zur Reduzierung der Kapitalbindung im Flugbereich geprüft.

Die initiierten Programme und Maßnahmen betreffen nicht nur die operativen Sparten Touristik und Schifffahrt, sondern auch die Konzernzentrale TUI AG. Im Zuge des Kostensenkungsprogramms sollen die Aufwendungen in der Zentrale um rund ein Drittel gesenkt werden.

### Umweltaspekte der TUI

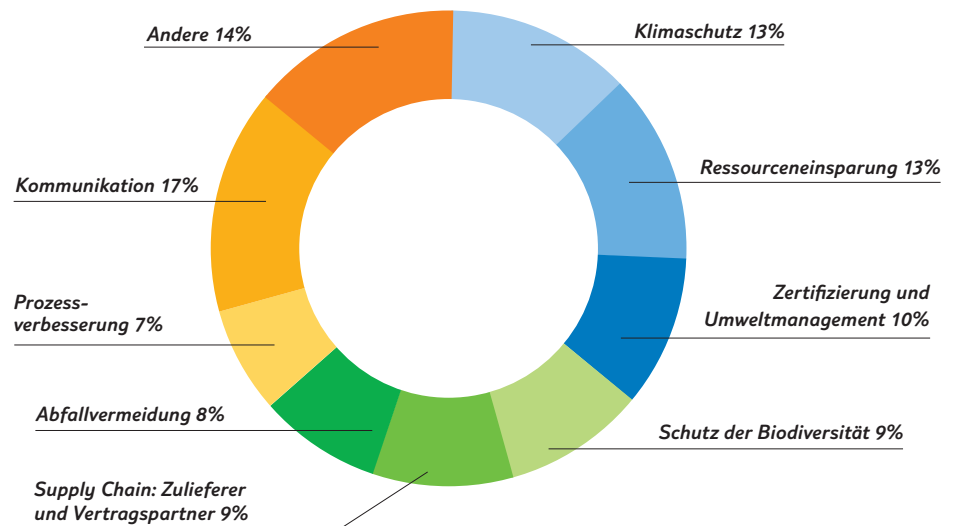
Wie auf Seite 54 beschrieben, hat die TUI Verfahren zur Bestimmung der Umweltaspekte entwickelt. Zu diesen Umweltaspekten gehören:

- Emissionen von Treibhausgasen in die Atmosphäre
- Ressourcenverbrauch und/oder Abfallerzeugung
- Beeinflussung oder Verringerung der Biodiversität durch die Geschäftsaktivitäten der TUI

### Umweltbezogene Ziele des TUI Konzerns 2007 – 2010

In der Umweltberichterstattung der TUI Beteiligungsgesellschaften für das Geschäftsjahr 2006 wurden annähernd 200 Einzelziele beschrieben, die sich auf die wichtigsten Umweltaspekte der TUI fokussieren.

Ziele 2007–2010



Die nachfolgende Tabelle illustriert die wichtigsten Ziele einzelner TUI Beteiligungsgesellschaften in den Hauptkategorien:

Beteiligungsgesellschaft	Zielsetzungen 2007–2010
<b>Klimaschutz</b>	
TUIfly Nordic	Nachrüsten von zwei Flugzeugen mit Winglets
Hapag-Lloyd Containerschiffahrt	Verringerung des Containertransportes zugunsten von Kahn und Bahntransport
Iberotel	Einsatz von regenerativer Energie in den Beschäftigtenunterkünften
Nordotel	Reduktion des Stromverbrauches durch den Einsatz von energie-effizienten Geräten und Beleuchtung
ROBINSON	Installation von Solarenergieeinheiten
<b>Ressourceneinsparung</b>	
Dorfhotel	Austausch der bestehenden Wasserhähne durch sensor-aktivierte Wasserhähne
Iberotel	Verringerung des Wäscheumsatzes durch individuellen Wäschetausch nach Gästewunsch
Tantur	Verringerung des Wasserverbrauches durch Modernisierung der bestehenden Anlagen
TUI Hellas	Einführung von ungebleichtem Recyclingpapier
TUI UK	Entwicklung eines E-Journey Logs, die den Piloten die Erstellung und Versendung von Flugberichten mittels Laptop erlaubt
<b>Zertifizierung und Umweltmanagementsysteme</b>	
Danubius	Erfolgreiche Zertifizierung nach UMS und QMS-Standards
Gulliver Travel	Erfolgreiche Zertifizierung nach ISO 14 001
Iberotel	Zertifizierung aller Hotels in Ägypten nach ISO 14 001
TUI España	Installation eines Umweltqualitätsmanagementsystems, um interne Prozesse, Organisationen zu kontrollieren und zu verbessern, sowie die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften festzustellen
TUI Hellas	Erfolgreiche Zertifizierung nach ISO 14 001
<b>Schutz der Biodiversität</b>	
Aeolos	Integration des Waldbrandrisikos in die Exkursionsprogramme und Baumpflanzaktionen
ARP	Teilnahme und Investition in das Umweltmanagement, die Erhaltungsinitiative und die nachhaltige Entwicklung der Waldflächenrückgewinnung im Tsavo Nationalpark. Direkte Unterstützung der lokalen Community, Entwicklungsprojekte und Arterhaltung
Dorfhotel	Unterstützung zur Errichtung eines Wildgeheges für Wildkatzen
Hapag-Lloyd Containerschiffahrt	Austausch des Ballastwassers auf hoher See und Rückhaltungsverfahren für Ballastwasser
Tantur	Aktive Rolle in Baumpflanzaktionen und in der Arterhaltung

<b>Beteiligungsgesellschaft</b>		<b>Zielsetzungen 2007–2010</b>
<b>Zulieferer und Vertragspartner</b>		
OFT Reisen	Verstärktes Sensibilisieren unserer Vertragspartner in den Ferienzeilen für die Bedeutung des Umwelt- und Naturschutzes sowie der Arterhaltung in den Tauchgebieten	
TUI Deutschland	Weiterentwicklung des Umweltmonitoring von Hotels, Durchführung einer Lieferantenbefragung durch den Zentraleinkauf	
TUI Nederland	Überprüfung aller durch Vertragspartner erbrachten Leistungen in den Destinationen hinsichtlich sozialer und ökologischer Aspekte, u.a. Tierschutz	
TUI UK	Auszeichnung der UK-Vertragshotels mit TUI UK Gold Medal Awards	
<b>Abfallvermeidung</b>		
ARP	Anwendung der eingeführten Mechanismen zu Vermeidung, Trennung und Entsorgung von Abfällen	
Grecootel	Erweiterung des Abfallrecycling und Verbesserung der Trennung und Entsorgung von gefährlichen Abfällen	
Gulliver Travel	Teilnahme an einem Clean-Up Projekt	
TUI Bulgaria	Einführung der Abfalltrennung	
TUI Hellas	Erhöhung des Recyclinganteils im Unternehmen	
<b>Prozessverbesserung</b>		
OFT Reisen	Ausweiten und Optimieren des entsprechenden Berichtswesens sowie der Qualitätskontrolle zu diesem Thema	
TUI Poland	Aufbau eines Environmental Cross-Department Project Team um Umweltthemen in TUI Poland anzugehen	
TUI Service AG	Verstärktes Feedback auf die Hotel-Umweltcheckliste der TUI Deutschland	
<b>Kommunikation</b>		
OFT Reisen	Verstärktes Sensibilisieren der Mitarbeiter in der Zentrale zum Thema Umweltschutz und deren Bedeutung für uns als Reiseveranstalter	
TUI Dominicana	Systematischer Einbau von Umweltschulungsinhalten in die gesetzlich vorgeschriebenen Betriebssicherheitsschulungen, die alljährlich in allen TUI Dominicana Arbeitszentren durchgeführt werden	
TUI España	Motivationsschulungen, mit festlich aufgelockerten Umweltinitiativen vereinen, wie zum Beispiel auf Wanderungen zu Baumpflanzaktionen und /oder bei Säuberungsaktionen von Naturschutzgebieten	
TUI Poland	Start der internen Kommunikation, um die TUI Poland Organisation für Umweltthemen zu sensibilisieren	
TUI Suisse	Mediyanlass oder -reise eventuell in Zusammenarbeit mit TUI Hotels organisieren; Ziel: Erleben von nachhaltiger Entwicklung am Ferienort	



### Mitarbeiterbezogene Ziele des Konzerns 2007 – 2010

Bei dem personalpolitischen Engagement der TUI steht der Mensch im Mittelpunkt. Die gute Qualifikation, das Engagement und die Motivation der Mitarbeiter machen den Erfolg eines Unternehmens aus. Diese zu fördern, ist einer der Schwerpunkte der Personalarbeit im Konzern.

Die Ziele der TUI orientieren sich dabei an folgenden Aspekten:

- Unterstützung der Unternehmenspolitik und –strategie
- Ganzheitliche Begleitung der Personal- und Organisationsentwicklung
- Einführung und Steuerung einer lernenden Organisation
- Qualifikationserhalt und –ausbau zur employability der Mitarbeiter
- Verbesserung der Kommunikation durch Netzwerkbildung und Erfahrungsaustausch der Konzernmitarbeiter im Seminar

### Gesellschaftsbezogene Ziele des Konzerns 2007 – 2010

Das gesellschaftliche Engagement der TUI wird zielgerichtet auf eine Verbesserung der Lebensqualität und der Lebensbedingungen insbesondere in den weltweiten Destinationen ausgerichtet sein.

- **Stakeholderdialog.** Ein wesentliches Anliegen ist uns die intensive Fortführung des Dialogs mit relevanten Stakeholdergruppen, insbesondere die offene und konstruktive Diskussion und Kooperation mit international tätigen oder lokal engagierten Nicht-Regierungs-Organisationen (NGOs). Hierzu gehört zukünftig verstärkt die Auseinandersetzung mit gesellschaftsrelevanten Fragestellungen wie z. B. sozialverträglicher Tourismus, Menschenrechte, Arbeitsbedingungen und Kinderarbeit. Unser Engagement zum Schutz der Kinder vor Missbrauch und Prostitution und unsere damit verbundene Zusammenarbeit mit der internationalen Kinderrechtsorganisation ECPAT wollen wir vertiefen.
- **Kooperation mit Gesellschaften.** Die kontinuierliche Erfassung des gesellschaftlichen Engagements der internationalen Tochtergesellschaften der TUI soll intensiviert und systematisiert werden. Hierdurch wollen wir eine Verbesserung der Transparenz des weltweiten Engagements erzielen. Synergien und Potenziale können so erkannt und zielgerichtet genutzt werden. Dies unterstützt unsere Performance und verbessert unsere Positionierung in verschiedenen ethisch orientierten Fonds und Indices.
- **Projektförderung.** Die Unterstützung der Bildung und Ausbildung, die Förderung von Bildung, Wissenschaft, Kunst und Kultur sowie unser Engagement für gesellschaftlich benachteiligte Kinder und Jugendliche wollen wir fortführen. Hierbei werden auch zukünftig die jeweiligen Schwerpunkte dezentral von den ausführenden Gesellschaften festgelegt.
- **Kommunikation.** Die Kommunikation des gesellschaftlichen Engagements der TUI wollen wir verbessern. Ziel ist eine gesteigerte Wahrnehmung unserer Aktivitäten an den Finanzmärkten und bei Ratingagenturen aber auch in der Öffentlichkeit, bei NGOs und Mitarbeitern.

# Zielsetzungen 2007–2013

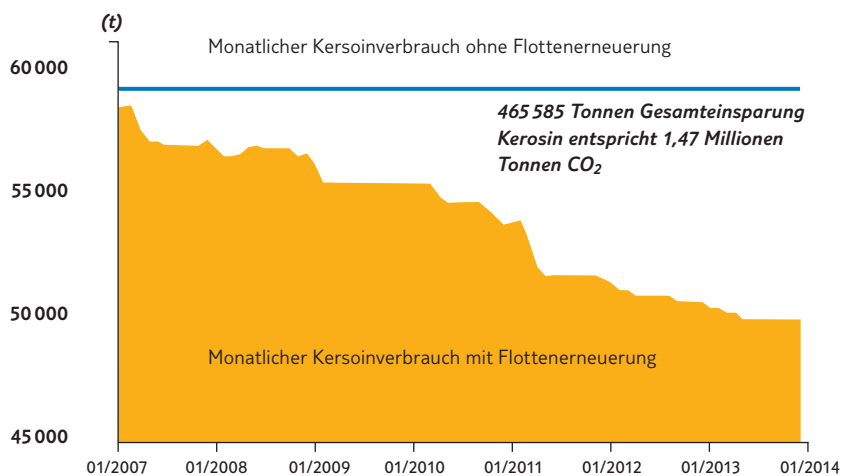
## Bsp. Klimaschutz durch Flottenerneuerung

TUIs zentraler Ansatz der Klimastrategie ist die Verringerung von klimaschädlichen Emissionen durch die Steigerung der spezifischen Energieeffizienz. Zu diesem Zweck modernisiert die TUI kontinuierlich die Flugzeugflotten der einzelnen TUI Gesellschaften mit Fluggeräten neuester Technologie zur Senkung des Ausstoßes von Treibhausgasen.

TUI investiert in eine Flottenerneuerung mit einem Listenwert von 4,7 Milliarden Dollar. Durch die Bestellung von 65 neuen Flugzeugen bei Boeing setzt TUI auf den weiteren Austausch der Flotte mit neuen, energieeffizienteren Fluggeräten. Die bestehende Order setzt sich aus Flugzeugen des Typs B787 „Dreamliner“ und des Typs B737-700 und -800 zusammen. Diese Flugzeuge werden im Austausch von älteren Airbus A310 und Boeing-Modellen 737, 757 und 767 eingeführt.

Durch diesen Flottenaustausch werden im Vergleich zur bestehenden Flotte bei gleicher Flugleistung im Zeitraum von 2007 bis 2013 mehr als 465 000 Tonnen Kerosin eingespart. Diese Menge entspricht einer Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes um etwa 1,47 Millionen Tonnen.

Die Grafik zeigt den monatlichen Kerosinverbrauch der neuen Flugzeuge (oranges Feld) im Vergleich zu den bisherigen Flugzeugen (blaue Linie).



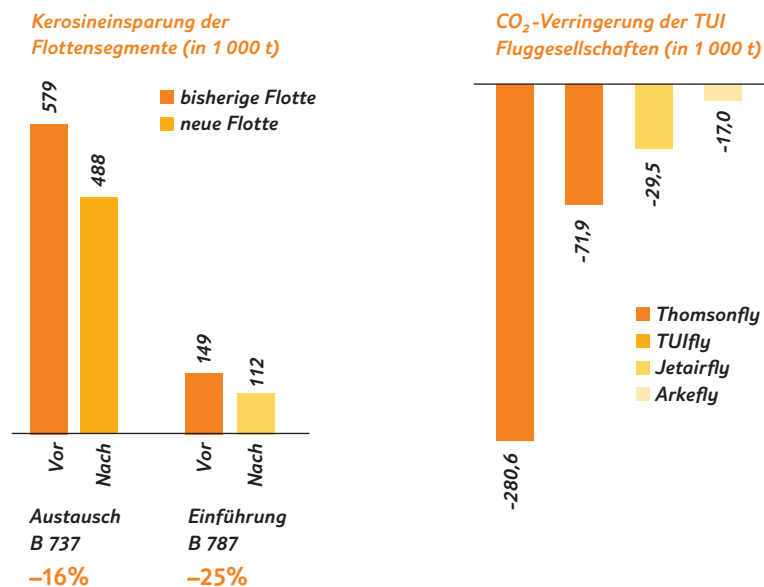
B787 „Dreamliner“ bei TUI UK/  
Thomsonfly

In der ersten Phase bis 2009 wird die Kurz- und Mittelstreckenflotte schrittweise ersetzt. In der zweiten Phase ab 2010 werden dann die Langstreckenmodelle durch Modelle vom Typ B787 „Dreamliner“ ausgetauscht. Der „Dreamliner“ setzt durch den Einsatz neuer Leichtbaumaterialien und der Verwendung hocheffizienter Triebwerke neue Maßstäbe und verbraucht etwa 20 Prozent weniger Treibstoff als vergleichbare Flugzeuge. Wegen der geplanten höheren Sitzplatzkapazität wird mit der Einführung des „Dreamliners“ eine Senkung von 25 Prozent des absoluten Treibstoffverbrauchs in diesem Flottensegment erreicht.

Nach der Flottenerneuerung beträgt die jährliche Kerosineinsparung mehr als 127 000 Tonnen Treibstoff, was einer jährlichen Menge von etwa 399 000 Tonnen CO<sub>2</sub> entspricht. Dies sind etwa 7,8 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen der TUI Airlines im Jahr 2006.

**280 000 Tonnen jährliche CO<sub>2</sub>-Einsparung bei Thomsonfly.** Besonders die britische Tochter Thomsonfly wird von der Flottenerneuerung profitieren. Auch bei Arkefly und Jetairfly wird der „Dreamliner“ eingesetzt werden. Bei TUIfly zielt die Flottenerneuerung auf den Austausch der bestehenden B737-Typen durch die Modelle des Typs B737-700 und -800.

Die Grafik zeigt hier die Verteilung der jährlichen Verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Senkung der einzelnen Airlines, die mit neuen Flugzeugen ausgestattet werden.





# Umweltmanagementsystem

Umweltaspekte

Klimaschutz, Energieeffizienz und Emissionen

Ressourcenmanagement

Zertifizierungen

Biodiversitätsstrategie

Multi-Stakeholder-Dialog

Destinationsqualität und -monitoring

Umweltqualität in TUI Ferienhotels



# Ökologische Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette

Ziel des Umweltmanagementsystems der TUI ist die systematische Analyse der Umweltauswirkungen der TUI Beteiligungsgesellschaften vornehmlich in den Bereichen Klimaschutz, Ressourcenmanagement und Schutz der Biodiversität in den TUI Destinationen.

TUI stellt sich bewusst diesen Herausforderungen und entwickelt Maßnahmen, um den Umweltauswirkungen des Konzerns gezielt zu begegnen.

# Umweltaspekte des TUI Konzerns

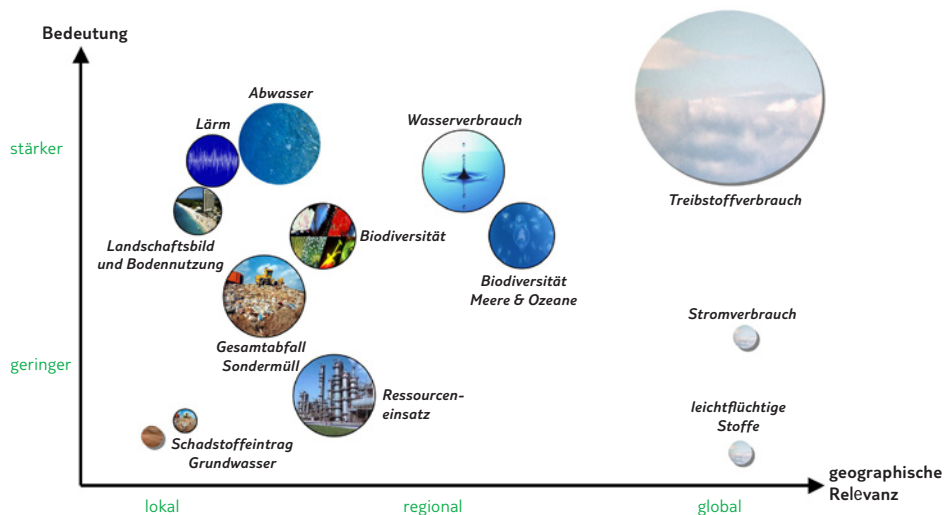
## Identifikation und Bewertung

Für das erfolgreiche Umweltmanagement der TUI ist es wesentlich, alle Wechselwirkungen zu verstehen und zu bestimmen, um gezielte Maßnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung der Umwelleistung der TUI ergreifen zu können.

### Bestimmung von Umweltaspekten

Die Aktivitäten der TUI beeinflussen teils positiv teils negativ die lokale und globale Umwelt. Dies geschieht durch Emissionen der Flugzeuge und Schiffe, des Ressourceneinsatzes in der Touristik und der vielfältigen Aktivitäten der Gäste in den Destinationen. Zur Beschreibung der Wechselwirkungen spricht man von Umweltaspekten als Bestandteile der Aktivitäten oder Produkte oder Dienstleistungen eines Unternehmens, die Auswirkungen auf die Umwelt haben können. Die nebenstehende Graphik verdeutlicht die signifikanten Umweltaspekte der TUI.

Um die Umweltaspekte beurteilen zu können, wird ein Bewertungskonzept mit zwei Dimensionen – Bedeutung der Umweltauswirkungen und ihre geographische Relevanz – eingesetzt. Die Geschäftsaktivitäten werden anhand von festgelegten Kriterien überprüft und hinsichtlich der beiden Dimensionen eingestuft.



### Steuerung der Umweltauswirkungen

Die Umweltmanagementsysteme der TUI und ihrer Beteiligungen haben als Aufgabe, eine übergreifende Umweltpolitik zu entwickeln und zu verwirklichen, umweltbezogene Zielsetzungen zu formulieren und zu erreichen und damit die aus der Geschäftstätigkeit resultierenden Umweltaspekte zu handhaben und negative Umweltauswirkungen so weit als möglich und in einem wirtschaftlich angemessenen Rahmen zu reduzieren.

Die Umweltergebnisse werden an der übergeordneten Umweltpolitik der TUI, den umweltbezogenen Zielsetzungen, umweltbezogenen Einzelzielen und weiteren umweltbezogenen Leistungsanforderungen gemessen.

# Klimaschutz und Energieeffizienz

**Der Klimawandel stellt eine ernstzunehmende Herausforderung nicht nur für die Gesellschaft, sondern auch für den Einzelnen und insbesondere auch für Unternehmen dar. Aufgrund der vorliegenden Erkenntnisse scheint es sehr wahrscheinlich\* zu sein, dass durch die Freisetzung von Treibhausgasen die globale Erwärmung verursacht wird. Die globale Erwärmung wird zu weitreichenden Klimaveränderungen führen, die die TUI direkt und indirekt berühren.**

## Mobilität und Klimaschutz

Mobilität ist ein essentielles Element im Geschäftsmodell aller TUI Beteiligungsgesellschaften – im logistischen und im touristischen Sektor. Der Transport von Waren und Gütern aller Art ist Grundlage der globalen Wirtschaft und wird eine höhere Priorität angesichts der zunehmenden Globalisierung aufweisen. Urlaubsreisen als Beispiel individueller Mobilität sind ein unverzichtbares Element der Lebensqualität eines zunehmenden Teiles der Weltbevölkerung. Dabei ist offensichtlich, dass der Druck auf die Umwelt mit steigender Mobilität zunimmt.

Der Klimawandel stellt eine große Herausforderung nicht nur für die Gemeinschaft, sondern auch für jeden Einzelnen dar und besonders auch für Unternehmen. Wie in den Ergebnissen der Arbeitsgruppen des IPCC (Intergovernmental Panel On Climate Change) gezeigt, ist es sehr wahrscheinlich\*, dass die anthropogene Freisetzung von Treibhausgasen ursächlich für die globale Erwärmung ist. Die globale Erwärmung wird Klimaveränderungen verursachen, die direkt und indirekt die Geschäftsaktivitäten der TUI beeinflussen werden.

Der CO<sub>2</sub>-Ausstoß des Luftverkehrs und der Schifffahrt stellt dabei derzeit nur einen geringen Teil der gesamten globalen Treibhausgasmenge dar. TUI als nachhaltig geführtes Unternehmen übernimmt die Verantwortung für den Ausstoß der Treibhausgase, die direkt durch die Verwendung von fossilen Treibstoffen, vorrangig in den Fluggesellschaften und der Schifffahrt, und indirekt durch die Verwendung von Elektrizität in den Aktivitäten der TUI entstehen. Die klimabezogenen Aktivitäten der TUI zielen zuerst auf die Energieeffizienz in der Wertschöpfungs- und Zulieferkette des integrierten Tourismusbereiches und der Containerschifffahrt. Daher werden alle Elemente der Wertschöpfungs- und Zulieferkette mit spezifischen Prozessen optimiert. Dabei steht die Klimastrategie auf den beiden fundamentalen Prinzipien der Vermeidung und Verringerung von Treibhausgasen. Im Fokus der Klimastrategie der TUI steht auch die Adaption an den Klimawandel. Im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit ist es unverzichtbar, die schon unvermeidbaren ökologischen, ökonomischen und sozialen Effekte des Klimawandels zu bestimmen und geeignete Adaptionstrategien zu entwickeln.

Der Beitrag der TUI zum Klimaschutz setzt auf die Trennung von wirtschaftlichem Wachstum und den damit verbundenen Emissionen von Treibhausgasen. Dabei sollen die Gesamtemissionen im ersten Schritt auf dem Stand von 2006 stabilisiert werden. Dieses Ziel soll durch die Emissionsverringerung bei den Fluggesellschaften und in der Schifffahrt durch Verbesserung der Treibstoffeffizienz erzielt werden. Die Vermeidung von Emissionen im touristischen Sektor soll mit erneuerbaren Energiequellen, Biotreibstoffen und dem Einkauf von Elektrizität von Anbietern mit zertifizierten emissionsarmen Produktionsprozessen erreicht werden.

\* „Very likely“; Eintrittswahrscheinlichkeit größer 90 Prozent, vgl. IPCC-FAR

### Energieeinsatz nach Sektoren

Der Energieeinsatz der TUI Geschäftsbereiche konzentriert sich besonders auf die Verwendung von fossilen Treibstoffen in der Containerschifffahrt und den Fluggesellschaften. Hierbei werden etwa zwei Drittel als Bunkeröl und ein Drittel als Kerosin eingesetzt.

#### Energiebedarf in Tera Joule (TJ)

	2006	2005	2004
TUI Fluggesellschaften	75 009	72 570	65 512
Hapag-Lloyd Containerschiffe	149 153	38 514	36 965
Kreuzfahrtschiffe	3 701	3 615	2 717
Hotels & Resorts	4 073	4 108	5 947
Andere	905	4 267	1 877
<b>Total</b>	<b>232 84</b>	<b>123 075</b>	<b>113 017</b>

Die Veränderung und Erweiterung der Flugzeugflotten und die Integration der Schiffe der CP Ships, die seit der Übernahme von CP Ships im Jahr 2006 sukzessive in die Flotte der Hapag-Lloyd AG überführt wurden, führten zu einem deutlichen Anstieg des Energiebedarfes seit 2004.

### Entkopplung der CO<sub>2</sub>-Emissionen vom Transportwachstum

**Langfristige Zielsetzung zum Klimaschutz.** Ziel der TUI ist, die Entkopplung der CO<sub>2</sub>-Emissionen vom ökonomischen Wachstum des Unternehmens zu erreichen und so eine Stabilisierung der absoluten Emissionen von Treibhausgasen auf dem heutigen Niveau anzustreben. Dies setzt voraus, dass der spezifische Gesamtenergieeinsatz kontinuierlich gesenkt werden muss, um mit gleichem Energieeinsatz nachhaltiges Wachstum zu erreichen.

#### Zur Erreichung dieses Zieles sind folgende Maßnahmen umgesetzt worden oder geplant:

- Verringerung von Emissionen durch Steigerung der Treibstoffeffizienz der Fluggesellschaften:
  - Fortsetzung des Flottenerneuerungsprogrammes
  - Einsatz von Großraum-Flugzeugen zur Verringerung der Gesamtemissionen
- Fortführung der Optimierung der Prozesse und Verfahren im Airlinebereich:
  - Mitwirkung im politischen Prozess zur Harmonisierung und Vereinfachung des Air Traffic Managements
  - Zusammenarbeit mit Treibstofflieferanten
  - Neue Technologien im Aviationbereich
- Verringerung von Emissionen durch Steigerung der Treibstoffeffizienz der Schifffahrt:
  - Flottenaustauschprogramm zur Integration von energieeffizienteren Schiffen
  - Einsatz neuer Technologien zur Verringerung des Schiffswiderstands
  - Indienststellung energieeffizienterer Neubauten (Container- & Kreuzfahrtbereich)

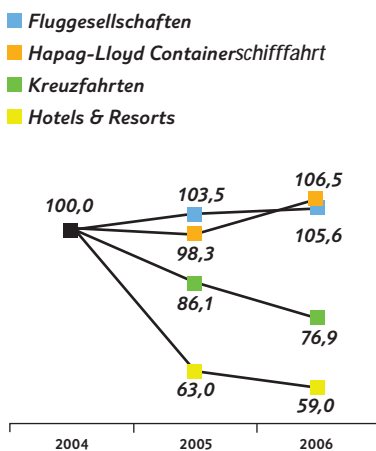


- Vermeidung von Emissionen durch Energiesparmaßnahmen in touristischen Bereichen:
  - Ausbau des Einsatzes von regenerativer Energie in Hotels & Resorts
  - Verwendung von Biokraftstoffen für die Busflotten in den Zielgebietsagenturen
  - Bezug von ökologisch erzeugtem Strom in Büro- und Verwaltungsgebäuden

**Spezifischer Energiebedarf.** Als wichtigster Umweltleistungsindikator wird der spezifische Energiebedarf in den einzelnen Bereichen dargestellt. Dieser Indikator beschreibt das Verhältnis von eingesetzter Energie und bereitgestellter operativer Leistung. Durch die Weiterentwicklung des Umweltreportings innerhalb der TUI wird der spezifische Energiebedarf für die energieintensiven Bereiche der TUI analysiert. Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung für die Kernbereiche der letzten Jahre:

#### Spezifischer Energiebedarf

		2006	2005	2004
Fluggesellschaften – Kerosin	L/100pkm	3,08	3,02	2,91
Containerschiffe – Bunker	L/TEU/100nm	5,89	5,44	5,54
Kreuzfahrtschiffe – Bunker	L/100pnm	0,88	0,98	1,14
Hotels & Resorts – Gesamtenergie	MJ/guest/day	112,82	120,46	191,22



Veränderung der spezifischen Energieeffizienz der TUI-Geschäftsbereiche seit 2004 (=100 Einheiten)

Der Trend des spezifischen Energieeinsatzes der Fluggesellschaften zeigt einen Anstieg des Kerosinverbrauchs an. Durch Veränderungen der Flugprofile und zunehmende externe Faktoren des Flugbetriebes (z. B. überfüllter Luftraum, mangelnde Koordinierung des Luftverkehrsmanagement) konnte eine Entkopplung des Energieverbrauches von der Transportleistung im Flugbereich bisher nicht erreicht werden.

Aufgrund der Integration der Containerschiffe der CP Ships in die bestehende Hapag-Lloyd Flotte stieg der spezifische Energiebedarf der Containerschiffe deutlich an. Hierbei muss beachtet werden, dass die Flotte der CP Ships aus kleineren Schiffen besteht, deren höherer spezifischer Treibstoffverbrauch nicht mit den Schiffen der Hapag-Lloyd Flotte zu vergleichen ist.

**Beispiele zur Steigerung der Energieeffizienz.** TUI hat mit der Umsetzung der Ziele begonnen, um die Entkopplung der Emissionen und des Wachstums zu erreichen. Als Beispiele seien hier erwähnt:

- **Sitzplatzauslastung bei TUIfly Nordic.** Ein wesentlicher Faktor bei der Effizienzsteigerung der Fluggastbeförderung ist die Optimierung der Sitzplatzauslastung. Durch eine besonders effiziente Auslastung der Flüge konnte die TUIfly Nordic den Treibstoffverbrauch im Vergleich zum Vorjahr senken und liegt nun mit 2,64 Litern Kerosin pro 100 Passagierkilometern an der Spitze der effizientesten Airlines der TUI.



*Das Nordotel Tres Vidas in Bahia Feliz installierte eine Photovoltaikanlage mit einer Leistung von 5,7 kW. Geplant ist eine Erweiterung auf 100 kW.*



*ROBINSON Club Amadé, betrieben mit Energie aus Biomasse Heizwerk.*



*Das Iberotel Sarigerme Park nutzt seit 2004 eine Parabolrinnen-Solaranlage.*

■ **Energieeffizienz im Kreuzfahrtbereich.** Besondere Steigerungen der Energieeffizienz konnten im Kreuzfahrtbereich erreicht werden. Hier zeichneten sich besonders die „HANSEATIC“ der Hapag-Lloyd Kreuzfahrten aus, die ihren spezifischen Verbrauch pro Passagier und zurückgelegter Strecke deutlich senken konnte.

■ **Erneuerbare Energie im Hotelbereich.** Eine Vielzahl von TUI Hotels verwendet bereits Energie aus erneuerbaren Quellen, wobei etwa zwei Drittel der Hotels bis zu 40 Prozent ihres Gesamtenergiebedarfes daraus decken. TUI ist bestrebt, auch bei der Installation von Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energie die Auswirkungen auf die lokale Umwelt und die Erscheinung der Anlagen unauffällig zu gestalten. Ebenso werden Lösungen gesucht, die einfach und unkompliziert sind, um diese durch die lokale Infrastruktur zu betreuen, damit auch die lokale Entwicklung solcher Technologien gefördert wird. TUI Hotels verwenden daher häufig Solarthermieanlagen, um einen großen Teil des Bedarfes an Warmwasser zu decken. Neben den Solarthermieanlagen wird Energie auch durch Photovoltaik und Windkraft gewonnen und der Anteil zur Gewinnung von Anlagen zur Bereitstellung erneuerbarer Energie in TUI Hotels zukünftig vergrößert.

Auch neue Konzepte der Energiegewinnung werden verfolgt. So bezieht der ROBINSON Club Amadé in Kleinarl (Salzburger Land, Österreich) Energie aus einem CO<sub>2</sub>-neutralen Biomasse-Heizwerk mit modernster Kondensationstechnologie, das in Kooperation mit den Investoren des Clubs, Landwirten aus Kleinarl und den Firmen Nahwärme GmbH und AESG im Frühjahr 2004 gegründet wurde. Örtliche Landwirte übernehmen die Brennstoffversorgung mit Hackgut aus ihren Wäldern – einem nachwachsenden Rohstoff. Der Club konnte somit aufwändige Baumaßnahmen für eine Ölheizung vermeiden, die Nahwärme Kleinarl konnte mit diesem Großabnehmer ihre Wärmeversorgung für den gesamten Ortskern aufbauen. Der ROBINSON Club wird durch die moderne Anlage zu 100 Prozent mit Heizenergie und Warmwasser versorgt, hierdurch werden jährlich etwa 800 000 Liter Heizöl, was etwa 2000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen entspricht, eingespart.

Das Iberotel Sarigerme Park ist seit eineinhalb Jahrzehnten führend auf dem Gebiet der ökologischen Innovationen. Mitte April 2004 wurde im Iberotel Sarigerme Park eine Parabolrinnen-Solaranlage in Betrieb genommen. Die Parabolrinnen-Kollektoren des Hotels sind optimal dazu geeignet, die Kühlprobleme sonnenreicher Länder zu lösen. Mittels des Sonnenkollektors wird gleichzeitig die Kollektorstärke für die Klimatisierung des Hotels als auch zur Warmwassererzeugung genutzt und hocheffizient Kälte erzeugt.

# Klimaschutz und Emissionen

Durch den Einsatz von fossilen Brennstoffen entstehen Treibhausgase und andere umweltbelastende Verbrennungsprodukte. TUI steuert die Emissionsbilanz über die Verbesserung der Treibstoffeffizienz ihrer Flugzeuge und Schiffe.

Kohlendioxid steht im Vordergrund der Klimadiskussion. Auch für TUI ist diese Diskussion von größter Bedeutung und TUI beteiligt sich aktiv am politischen Gestaltungsprozess zur Integration des Luftverkehrs in den europäischen Emissionshandel (EU-ETS).

## Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>)

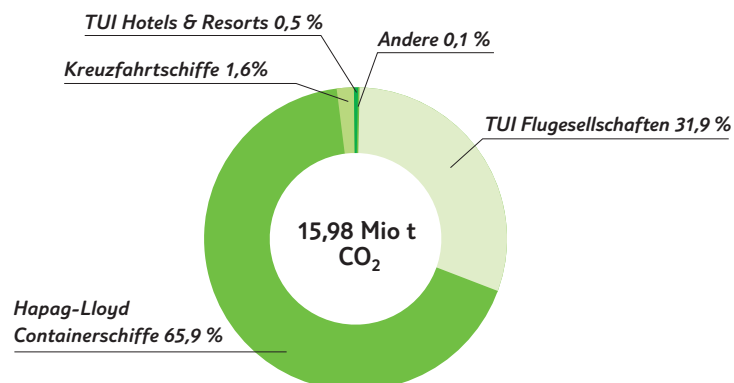
### Direkte CO<sub>2</sub>-Emissionen (t)

	2006	2005	2004
TUI Fluggesellschaften	5 092 183	4 926 327	4 310 339
Hapag-Lloyd Containerschiffe	10 525 320	2 716 093	2 607 041
Kreuzfahrtschiffe	260 970	255 000	191 555
TUI Hotels & Resorts	80 214	90 619	252 987*
Andere	22 115	39 226	32 664
<b>Gesamt</b>	<b>15 980 801</b>	<b>8 027 265</b>	<b>7 394 587</b>

\*Datenqualität kritisch, da ungewöhnlich hoher Heizölverbrauch

Die direkten Emissionen sind im letzten Jahr deutlich angestiegen, da die Schiffe der CP Ships jetzt in der Emissionsbilanz der TUI ausgewiesen werden, die vorher nicht in der Emissionsbilanz vertreten waren. Die Vergrößerung der Containerschifflotte um 83 Schiffe der CP Ships verursachte einen sehr starken Anstieg der Emissionen in der Schifffahrtssparte. Die absoluten CO<sub>2</sub>-Emissionen der Fluggesellschaften sind durch die größere Anzahl von Flugzeugen und den Zuwachs der Transportleistung um 3,4 Prozent angestiegen. Veränderungen im Hotelbereich und eine präzisere Berichterstattung führten dazu, dass die absoluten Emissionen in 2006 niedriger als im Vorjahr waren. Obwohl ein Anstieg der Emissionen bei den Kreuzfahrtschiffen zu beobachten ist, kann man hier jedoch eine erhebliche Senkung der Emissionen pro Passagier- und Seemeile beobachten. Dies liegt an der optimierten Routenführung und einer verbesserten Auslastung der Kreuzfahrtschiffe.

## CO<sub>2</sub>-Emissionen (gesamt)



Während also bei den **spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen** ein deutlicher Rückgang bei den Kreuzfahrtschiffen zu beobachten ist, konnte die Entkopplung der Emissionen von der Transportleistung bei den Fluggesellschaften noch nicht erreicht werden. Aufgrund der Integration der CP Ships lassen sich die Werte für die Containerschiffahrt des Geschäftsjahres 2006 nicht mit den Vorjahreswerten vergleichen.

#### Direkte CO<sub>2</sub>-Emissionen (spezifisch)

		2006	2005	2004
TUI Fluggesellschaften	kg/ 100pkm	7,95	7,79	7,53
Hapag-Lloyd Containerschiffe	g/TEU/sm	174,20	160,80	163,50
Kreuzfahrtschiffe	kg/100pnm	2,73	3,06	3,55
TUI Hotels & Resorts	kg/Gast/Tag	2,22	2,66	–

Auch beim Einsatz von fossilen Brennstoffen der TUI Hotels & Resorts konnte eine Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Gast und Übernachtung beobachtet werden.

#### Beispiele für durchgeführte Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Verringerung (2004 – 2006)

Bereich	Maßnahme	jährl. CO <sub>2</sub> -Einsparung (t)
TUI Fluggesellschaften	Flottenerneuerung und Austausch der bestehenden A310-Flotte durch moderne B737-800 Modelle	16 000 t pro Flugzeug <sup>1</sup>
	Austausch der alten B747-200 Modelle gegen B747-400 mit treibstoff-effizienteren Triebwerken	70 000 t pro Flugzeug <sup>2</sup>
	Einführung Winglets für B737-800 Flotte zur Verbesserung der Aerodynamik des Flugzeuges	41 000 t <sup>3</sup>
Containerschiffahrt	Einführung neuer Schiffe mit modernen, energie-effizienterem Antrieb	9 000 t pro Schiff <sup>4</sup>
	Verbesserung der Unterwasserbeschichtung durch Silikon zur Verringerung des Schiffwiderstandes	3 800 t pro Schiff
Kreuzfahrtschiffahrt	Steigerung der Treibstoffeffizienz der gesamten Kreuzfahrtschiff-flotte um 10 %	10 000 t

<sup>1</sup> Vergleichswert als Differenz bei angenommener gleicher Auslastung und Strecke.

<sup>2</sup> Berechnet als Differenz der zu erwartenden Emissionen beider Flugzeugtypen für die Transportleistungen der B747-Flotte der letzten zwei Jahre.

<sup>3</sup> Durch den Einsatz der Winglets wird eine Effizienzsteigerung von 3 Prozent angenommen. Der Wert ergibt sich aus einer nominellen Blockzeit pro Jahr und dem tatsächlichen Stundenverbrauch des Flugzeugtyps in den TUI Fluggesellschaften.

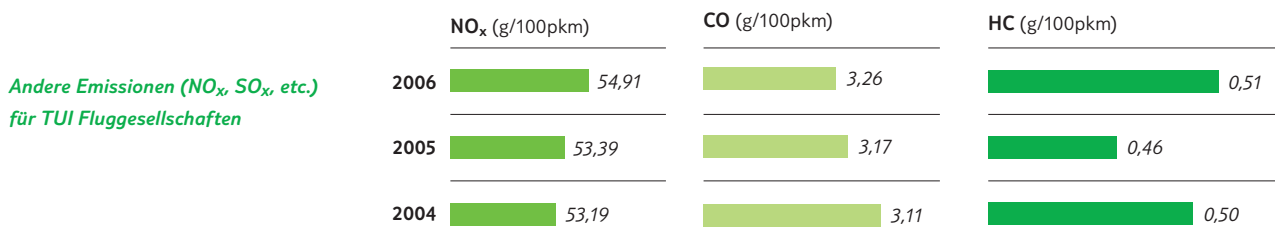
<sup>4</sup> Verglichen werden jeweils Schiffe des Baujahrs 2005 mit einer Kapazität von 8 750 TEU und Schiffe des Baujahrs 1997 und einer Kapazität von 4 612 TEU. Der Wert ergibt sich als Verbrauchsdifferenz bei gleicher nomineller Transportleistung.

**Andere Emissionen (NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub>, etc.).** Bei den anderen Emissionen, die durch den Einsatz von fossilen Treibstoffen freigesetzt werden, werden Umweltkennzahlen besonders für Stickoxide, Schwefeloxide sowie Kohlenmonoxid und Kohlenwasserstoffe aufgestellt. Andere Treibhausgasemissionen werden in nicht nennenswerter Menge freigesetzt. Neben CO<sub>2</sub> werden im Kyoto-Protokoll noch die folgenden Treibhausgase berücksichtigt: Methan (CH<sub>4</sub>), Distickstoffoxid (Lachgas, N<sub>2</sub>O), teilhalogenierte und perfluorierte Fluorkohlenwasserstoffe (H-FKW/HFCs) und Schwefelhexafluorid (SF<sub>6</sub>).

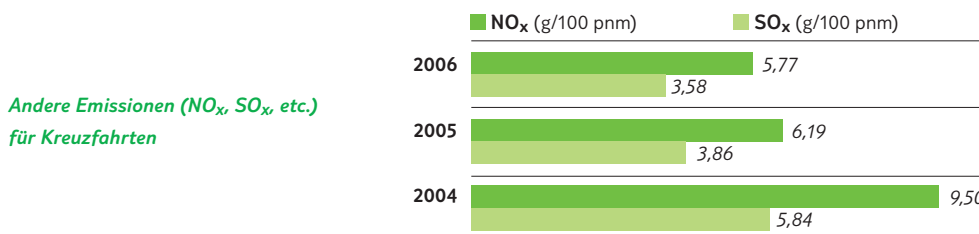
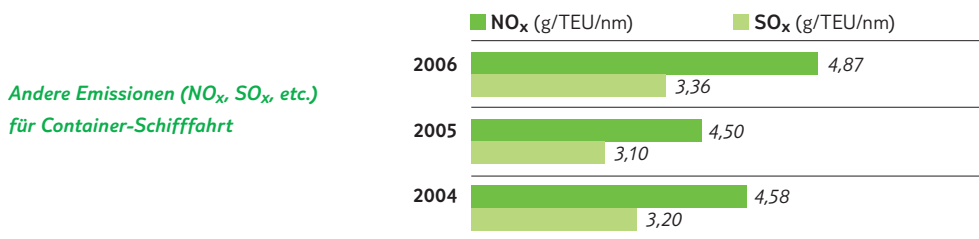
#### Andere Emissionen

		2006	2005	2004
<b>Stickoxide (NO<sub>x</sub>)</b>				
TUI Fluggesellschaften	t	35 178	33 747	30 442
TUI Fluggesell. (spez.)	g/100pkm	54,91	53,39	53,19
Hapag-Lloyd Containerschiffe	t	294 060	75 883	72 836
Hapag-Lloyd Containerschiffe (spez.)	g/TEU/sm	4,87	4,50	4,58
Kreuzfahrtschiffe	t	5 028	4 913	3 691
Kreuzfahrtschiffe	g/100pnm	50,00	56,01	65,02
<b>Schwefeloxide (SO<sub>x</sub>)</b>				
Hapag-Lloyd Containerschiffe	t	198 000	51 385	49 380
Hapag-Lloyd Containerschiffe (spez.)	g/TEU/sm	3,36	3,10	3,20
Kreuzfahrtschiffe	t	3 106	3 067	2 267
Kreuzfahrtschiffe	g/100pnm	30,89	34,96	39,94
<b>Kohlenmonoxid (CO)</b>				
TUI Fluggesellschaften	t	1 990	2 005	1 866
TUI Fluggesell. (spez.)	g/100pkm	3,11	3,17	3,26
<b>Kohlenwasserstoffe (HC)</b>				
TUI Fluggesellschaften	t	319	290	294
TUI Fluggesell. (spez.)	g/100pkm	0,50	0,46	0,51

Die absoluten Emissionen steigen mit Ausnahme des Kohlenmonoxids (CO) durch die Vergrößerung und Veränderung der Flugzeug- und Schiffsflotten an. Bei den spezifischen Emissionen der Fluggesellschaften steigen die NO<sub>x</sub>-Emissionen an, was durch eine Veränderung der Flugprofile verursacht wird. Der erneute Anstieg der Kohlenwasserstoffe, die durch eine unvollständige Verbrennung während der Bewegungen des Flugzeuges auf dem Vorfeld der Flughäfen entstehen, lässt sich auf längere Wartezeiten vor dem Start und nach der Landung zurückführen.



Die Entkopplung der übrigen Emissionen im Schifffahrtsbereich konnte bis zur Integration der CP Ships fortgesetzt werden. Die aktuellen Werte zeigen, dass die Integration der kleineren Schiffe höhere Emissionen pro Transporteinheit verursachen.



Die Verbesserung der spezifischen Stick- und Schwefeloxidemissionen wird im Kreuzfahrtbereich deutlich. Die Entkopplung der Emissionen von der Transportleistung ist ein Beispiel für das nachhaltige Umweltmanagement der TUI insbesondere den Bereichen von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten und Thomson Cruises.

# Klimaauswirkungen des internationalen Containertransportes

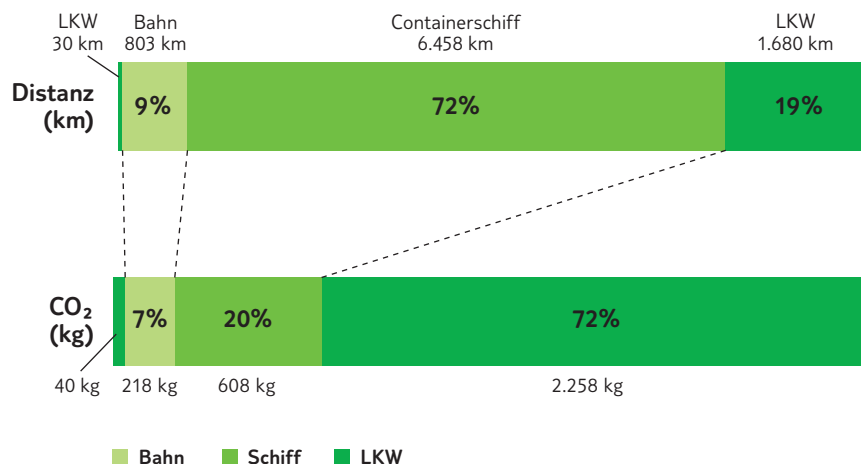
Containerschiffe stellen den am wenigsten klimabelastenden Warentransport dar. Der weltweite Transport von Waren und Gütern stützt sich mit der Containerschifffahrt auf einen Verkehrsträger, der zum einen der Globalisierung dient und zum anderen die geringsten Emissionen pro Transportleistung verursacht.



Der Containertransport stellt die Grundlage für globalen Handel dar. Hersteller und Verbraucher der Waren sind oftmals durch Ozeane und Kontinente getrennt. Die Containerschiffe der Hapag-Lloyd sind in der logistischen Kette von Tür zu Tür das längste Verbindungsglied. Dabei stellt das Containerschiff im Vergleich mit den übrigen logistischen Transportgliedern das am wenigsten klimaschädliche Element dar.

Am Beispiel eines Containertransportes von München nach Calvert City im US-Bundestaat Kentucky zeigt sich, dass das Hapag-Lloyd Containerschiff 72 Prozent des Weges von annähernd 9 000 Kilometern zurücklegt, dabei aber nur 20 Prozent des klimaschädlichen Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) pro Container ausstößt.

Vergleich der zurückgelegten Strecke und der dabei entstehenden CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Standardcontainer (TEU)



**CO<sub>2</sub>-Einsparungen durch Investitionen in Schiffe mit größerer Energieeffizienz.** Darüber hinaus bemüht sich die TUI-Tochter Hapag-Lloyd um eine kontinuierliche Verbesserung ihrer Umweltauswirkungen. Durch die Order von 8 weiteren Containerschiffen bei der koreanischen Hyundai Heavy Industries werden nach Auslieferung jährlich weitere 71 400 Tonnen des klimaschädlichen Kohlendioxides im Vergleich zu Schiffen älteren Baujahrs und geringerer Containerkapazität bei gleicher Transportleistung ausgestoßen. Diese 8 Schiffe mit einer Länge von 335 Metern, einer Breite von 43 Metern bieten Platz für 8 750 Standardcontainer von jeweils 20 Fuß Länge. Es zeigt sich, dass Größe in der Containerschifffahrt eine geringere Belastung für die Umwelt und insbesondere für das Klima darstellt.

# Ressourceneinsatz, Abfallaufkommen und Flächenverbrauch

Neben den Klimaauswirkungen steht der Ressourceneinsatz im Mittelpunkt des Umweltmanagements der TUI. Einen der wichtigsten Rohstoffe stellt das Trinkwasser dar.

## Trinkwasserverbrauch und Recycling

Die Verfügbarkeit von sauberem Trinkwasser ist für die TUI eine unverzichtbare Voraussetzung in den Destinationen.

### Frischwasserverbrauch

Der Wasserverbrauch der TUI besteht vornehmlich im Einsatz von Trinkwasser in den TUI Hotels & Resorts. Um den Einsatz von Trinkwasser niedrig zu halten, werden auch eigene Brunnen zur Bewässerung der Anlagen eingesetzt. In 2006 betrug der Frischwassereinsatz über den gesamten Bereich 17,26 Millionen Kubikmeter und lag damit etwa 6,3 Prozent höher als im Vorjahr. Im Hotelsegment lag der Wasserbedarf in 2006 bei 426,2 Litern pro Gast und Übernachtung, das entspricht einer Steigerung um 8,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

### Wasserverbrauch (Liter pro Tag)

	2006	2005	2004
Wasserverbrauch pro Übernachtung	426,2	391,8	552,3

Die Ursachen für diesen Mehrverbrauch sind vielfältig und nur schwer im Einzelnen zu bestimmen. Seit der Einführung von Umweltmanagementsystemen ist in der Mehrzahl der TUI Hotels & Resorts das umweltbewusste Ressourcenmanagement fester Bestandteil der Hotelführung.

## Abfallmanagement

Ein geregeltes Abfallmanagement schont kostbare Ressourcen, vermeidet unnötige Umweltbelastungen und trägt wesentlich zur Kostensenkung der Betriebsführung in Hotelanlagen bei. Das Management der TUI Hotelbeteiligungen betrachtet daher vorsorgende Maßnahmen zur Müllvermeidung, die Trennung von Wertstoffen zum Recycling und die ordnungsgemäße Entsorgung unvermeidbaren Restmülls als einen Schwerpunkt ihrer Umweltmanagementsysteme.

In den Beteiligungshotels der TUI entstand in 2006 pro Übernachtung 1,6 Kilogramm Abfall, der nach Möglichkeit, in Wertstoffe aufgeteilt, getrennt und verwertet wurde. Aufgrund der Datenqualität des Vorjahres ist die Vergleichbarkeit mit dem Wert von 1,43 Kilogramm pro Übernachtung in 2005 nur eingeschränkt möglich.





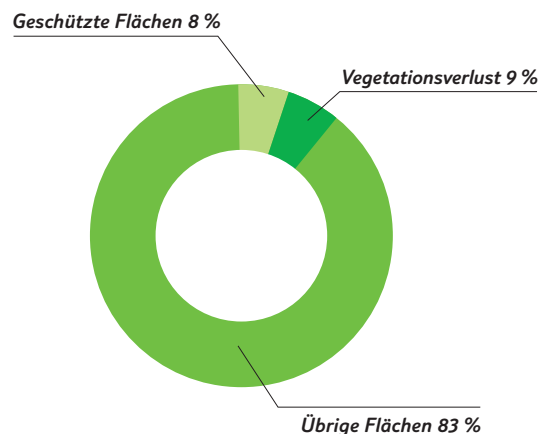
Zu den effektivsten Maßnahmen zur Abfallvermeidung zählen der Einkauf, beispielsweise von lokal erzeugten Lebensmitteln, in Großgebinden, der verstärkte Einsatz von Pfandbehältnissen und die Vermeidung der im Hotelbetrieb sonst häufig genutzten Portionsverpackungen und Einwegbehältnisse wie z. B. Dosen, Plastikflaschen und –tüten.

Einige Beispiele für konkrete Maßnahmen zur Abfallvermeidung und Verringerung:

- Die Wertstofftrennung – meist nach Papier, Glas, Kunststoff, Metall und Sondermüll wie z. B. Batterien und Altöl - gehört mittlerweile zum Standard in vielen Hotels, z. B. bei ROBINSON, Grecotel, Iberotel, Dorffhotel, Grupotel, Riu.
- Allein durch die Vermeidung von Einwegverpackungen für Marmeladen, Honig, Butter etc. konnten bei Riu im Jahr 2002 über 30 Tonnen Plastikmüll eingespart werden.
- Verstärkt werden zusätzlich biologische Garten- und Küchenabfälle zur Kompostierung und Wiederverwertung auf dem Hotelgelände getrennt, z. B. in allen Grecotels und Dorffhotels und einigen ROBINSON- und Iberotel-Anlagen.
- In vielen TUI Hotels ist der Ressourcen schonende Einsatz von chlorfrei gebleichtem und möglichst recyceltem Papier im Büro- und Sanitärbereich üblich.
- In den ROBINSON-Clubanlagen werden Karbonisatoren zur Tischwassererzeugung eingesetzt, wodurch der Abfall in Form von Einweg- und Plastikflaschen gesenkt werden kann.

### Inanspruchnahme von Flächen und geschützten Bereichen

Eine intakte Natur ist eine unverzichtbare Voraussetzung für jedes Ferienerlebnis. Daher ist TUI Hotels & Resorts bestrebt, neue Hotelbauvorhaben umweltverträglich zu realisieren. Durch Veränderung des Hotelportfolios hat sich die Flächeninanspruchnahme um 4,3 Prozent auf circa 14,38 Millionen Quadratmeter verringert. Die Inanspruchnahme von geschützten bzw. Vegetationsflächen verringerte sich um 8,2 Prozent, respektive 9,9 Prozent.



Zusammensetzung der Flächennutzung  
(Hochrechnung) für die TUI Hotels &  
Resorts

# Zertifizierungen nach internationalen Umweltnormen



Zertifikat Magic Life



Zertifikat TUI AG



Zertifikat Hapag-Lloyd

## Kontinuierliche Verbesserung im Zuge von Zertifizierungsprozessen

Um eine kontinuierliche Verbesserung der Umweltperformance zu erzielen, werden die Umweltmanagementsysteme (UMS) in den einzelnen Konzerngesellschaften sukzessive an die Anforderungen internationaler Umweltnormen angepasst. Im Geschäftsjahr 2005 wurden rund 33 Prozent der Gesamtumsätze des Konzerns von nach DIN EN ISO 14001 zertifizierten Unternehmen erwirtschaftet. Für das Geschäftsjahr 2006 lässt sich diese Kennzahl nicht generieren, da im Rahmen der Integration von CP Ships in die Hapag-Lloyd AG erst ein vollständiger einjähriger UMS-Managementzyklus durchlaufen werden muss, um den Gesamtumsatz der integrierten Gesellschaft, als einen nach DIN EN ISO 14001 zertifizierten, ausweisen zu können. Es steht zu erwarten, dass die Ein-Drittel-Schwelle des zertifizierten Gesamtumsatzes deutlich übertroffen werden wird.

Umweltmanagementsysteme sind freiwillige Instrumente des vorsorgenden Umweltschutzes zur systematischen Erhebung und Verminderung der Umweltauswirkungen. In Europa werden vorwiegend die weltweit gültige Umweltnorm DIN EN ISO 14001 der International Organization of Standardization oder die EMAS-Verordnung\* der Europäischen Union (Öko-Audit) angewandt. Regelmäßig begutachtet ein unabhängiger Sachverständiger die Einhaltung aller Auflagen, die Umsetzung des Umweltschutzbuches und das Umweltprogramm. Nur bei Erfüllung aller Anforderungen wird ein Unternehmen zertifiziert.

Mit der Einführung dieser international anerkannten Umweltstandards können wir unsere Umweltaktivitäten messbar unter Beweis stellen. Das dazugehörige Berichtswesen sorgt außerdem für mehr Transparenz gegenüber unseren Finanzpartnern. Auch im Dialog mit anderen Interessengruppen wie Naturschützern, Politikern und Medien kann die TUI ihr Umweltengagement glaubhaft dokumentieren.

Zahlreiche Konzerngesellschaften haben Umweltmanagementsysteme nach einer international anerkannten Umweltnorm eingeführt und tragen dadurch zur systematischen Umweltvorsorge, Ressourcenschonung und zur Verminderung von Umweltbelastungen bei.

\* EMAS: Im Sommer 2007 ist der ROBINSON Club Cala Serena, Mallorca, nach EMAS zertifiziert worden (zusätzlich zu seiner gültigen ISO 14001-Zertifizierung)

## Zertifizierte Umwelt- und Qualitätsmanagementsysteme im TUI Konzern (Stand 03/2007):

Gesellschaft	Standort	ISO 14001	ISO 9001
<b> Holding </b>			
TUI AG Hauptverwaltung	Deutschland	x	
<b> Reiseveranstalter </b>			
TUI Deutschland	Deutschland	x	
<b> Hotelbeteiligung/Hotels &amp; Resorts </b>			
Dorfhotel Fleesensee	Deutschland	x	x
Grupotel Aguait	Mallorca, Spanien	Neu in 2006	
Grupotel Amapola	Mallorca, Spanien	Neu in 2006	
Grupotel Cala San Vicente	Mallorca, Spanien		x
Grupotel Club Turquesa Mar	Mallorca, Spanien	Neu in 2006	
Grupotel Gran Vista	Mallorca, Spanien	Neu in 2006	
Grupotel Los Principes	Mallorca, Spanien	Neu in 2006	
Grupotel Macarella	Mallorca, Spanien	Neu in 2006	
Grupotel Parc Natural	Mallorca, Spanien	Neu in 2006	x
Grupotel Picafort Beach	Mallorca, Spanien	Neu in 2006	
Grupotel Valparaiso Palace	Mallorca, Spanien	Neu in 2006	
Iberotel MS Crown Emperor	Ägypten	x	
Iberotel Grand Sharm	Ägypten	Neu in 2006	
Iberotel Palace	Ägypten	Neu in 2006	
Iberotel Lamaya	Ägypten	Neu in 2006	
Iberotel Makadi Beach	Ägypten	Neu in 2006	
Iberotel Makadi Oasis	Ägypten	Neu in 2006	
Iberotel Makadi Saraya	Ägypten	Neu in 2006	
Iberotel Sarigerme Park	Türkei	x	
Magic Life Club Sharm El Sheikh Imperial	Ägypten	x	
Magic Life Club Africana Imperial	Tunesien	Neu in 2006	
Magic Life Club Water World Imperial	Türkei	Neu in 2007	
Nordotel Cinco Plazas	Lanzarote, Spanien	Neu in 2006	
Nordotel Jardin del Sol	Gran Canaria, Spanien	Neu in 2006	
Nordotel Orquidea	Gran Canaria, Spanien	Neu in 2006	
Nordotel Révoli	Gran Canaria, Spanien	Neu in 2006	

Gesellschaft	Standort	ISO 14001	ISO 9001
<b>Hotelbeteiligung/Hotels &amp; Resort</b>			
ROBINSON Club Fleesensee	Deutschland	x	x
ROBINSON Club Cala Serena	Mallorca, Spanien	x	x
ROBINSON Club Esquinzo Playa	Fuerteventura, Spanien	x	x
ROBINSON Club Jandia Playa	Fuerteventura, Spanien	x	x
ROBINSON Club Kyllini Beach	Griechenland	x	x
ROBINSON Club Lyttos Beach	Griechenland	x	x
ROBINSON Club Daidalos	Griechenland	x	x
ROBINSON Club Çamyuva	Türkei	x	x
ROBINSON Club Maris	Türkei	x	x
ROBINSON Club Nobilis	Türkei	x	x
ROBINSON Club Pamfylia	Türkei	x	x
Sol Y Mar Belvedere	Ägypten	Neu in 2006	
Sol Y Mar Makadi Sun	Ägypten	Neu in 2006	
Sol Y Mar Makadi Star & Spa	Ägypten	Neu in 2006	
Sol Y Mar Solaya	Ägypten	Neu in 2006	
<b>Zielgebietsagentur</b>			
Aeolos Travel (Transport Department)	Zypern	x	x
<b>Schifffahrt</b>			
Hapag-Lloyd Containerschifffahrt	alle Standorte weltweit	x	x



**Zertifizierung**  
Iberotel Sarigerme Park

Ein dauerhafter Schwerpunkt der systematischen Umweltverbesserungen liegt im Hotelbereich. Ende des Jahres 2006 waren die Umweltmanagementsysteme von insgesamt elf ROBINSON Clubs, zwei Magic Life Clubs, sieben Iberotels, vier Nordotels, neun Grupotels, einem Dorfhotel sowie vier Hotels der Sol y Mar-Gruppe nach ISO 14001 zertifiziert.

Auf der TUI Umwelt-Website [www.tui-umwelt.com](http://www.tui-umwelt.com) ist eine stetig aktualisierte Auflistung der zertifizierten Konzerngesellschaften abrufbar.

**Zertifiziertes Umweltmanagement bei TUI Deutschland**

Die TUI Deutschland ist seit Juni 2003 nach der internationalen Umweltnorm DIN EN ISO 14001 zertifiziert. Auf der Basis eines systematischen Umweltmonitorings werden jährlich neue Umweltziele gesetzt, deren Umsetzung intern und extern überprüft wird. Der Weg bis zur Zertifizierung begann im Jahr 2000 mit dem Einstieg in das „Lokale Agenda 21“-Projekt ÖKOPROFIT der Stadt Hannover. Leitziel dieses Projektes ist, die Prinzipien der Nachhaltigkeit in interessierten Unternehmen praxisorientiert umzusetzen. TUI Deutschland wurde im März 2002 als „ÖKOPROFIT Hannover Betrieb 2001“ ausgezeichnet. In diesem Rahmen wurden erstmalig die Ergebnisse des internen Umweltstatusreports auf der Homepage der TUI Deutschland veröffentlicht. Durch die Einrichtung des Umweltmanagementsystems (UMS) ist die Umweltbilanz auf allen Stufen der touristischen Wertschöpfungskette kontinuierlich verbessert worden. Hotels werden auf Umweltaspekte hin untersucht, die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Abteilungen ist intern definiert und Kooperationen mit Naturschutzorganisationen gehören zum festen Programm. Gleichzeitig stehen in der TUI Deutschland Zentrale in Hannover Themen wie Mülltrennung, Wasser- und Energieverbrauch auf der Agenda. Seit 2001 konnten dadurch zum Beispiel über 40.000 Euro durch effizientes Wasser- und Abfallmanagement gespart werden. Umweltschutz ist damit auch ein echter Kostenfaktor.

**TUI Hotels & Resorts mit regionalen/nationalen Umweltzeichen o. Zertifizierungen (Stand 03/2007)**

Gesellschaft	Standort	Umweltzeichen/ Zertifizierung
<b>Hotelbeteiligung/Hotels &amp; Resort</b>		
Dorfhotel Schönleithn	Österreich	Österreichisches Umweltsiegel der Ministerien für Wirtschaft und Umwelt
ROBINSON Club Ampflwang	Österreich	Österreichisches Umweltsiegel der Ministerien für Wirtschaft und Umwelt
ROBINSON Club Landskron	Österreich	Österreichisches Umweltsiegel der Ministerien für Wirtschaft und Umwelt
ROBINSON Club Schlanitzenalm	Österreich	Österreichisches Umweltsiegel der Ministerien für Wirtschaft und Umwelt
Iberotel Coraya Beach Resort	Ägypten	Green Globe 21

**TUI AG Hotelbeteiligungen, die sich im Zertifizierungsprozess befinden:**

- Grecotel, Griechenland: Systematische Einführung von Umweltmanagementsystemen nach ISO 14001 in allen Hotels, erfolgreiches Vor-Audit im Grecotel Pella Beach, Zertifizierungen geplant.
- Grupotel Orient, Mallorca, Spanien: Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 eingeführt, Zertifizierung geplant.
- Grupotel, Balearen, Spanien: Kooperation mit der balearischen Regierung zur Integration von Umweltqualität, Hygiene- und Gesundheitsstandards sowie Arbeitssicherheit, Zertifizierung geplant.
- Iberotels Lido, Dahabeya, Iberotel Club Fanara, Ägypten: Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 eingeführt, Zertifizierung geplant.
- Nordotel, Gran Canaria, Spanien: Die gesamte Hotelkette führt ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 ein, Zertifizierung geplant.
- Riu, Balearen, Spanien: Kooperation mit der balearischen Regierung zur Integration von Umweltqualitäts-, Hygiene- und Gesundheitsstandards sowie Arbeitssicherheit, Zertifizierung geplant.
- Sol Y Mar Paradise, Sharming Inn, Ägypten: Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 eingeführt, Zertifizierung geplant.

# Biodiversitätsstrategie und -projekte

## On the Move 2010/Countdown 2010



Beitrag der TUI – gemeinsam mit UNEP/CMS zum Thema „Business and Biodiversity“ im Newsletter der Convention on Biological Diversity (CBD), Industry Focus: Travel & Tourism

## Friends of CMS (Freunde der Bonner Konvention)



Unterzeichnung eines „MoU“/Partnerschaftsabkommens zwischen TUI und der UNEP/CMS

Aufgrund des starken Rückganges der durchschnittlichen Artendichte von 40 Prozent in den letzten 30 Jahren verpflichteten sich die Regierungschefs auf dem Weltgipfel für Nachhaltige Entwicklung 2002, bis zum Jahr 2010 einen signifikanten Rückgang des derzeitigen Biodiversitätsverlustes zu erzielen. „On the Move 2010“ lautet seitdem die Herausforderung, der sich nicht nur die nationalen und lokalen Regierungen sondern auch Nichtregierungsorganisationen und Unternehmen stellen, um gemeinsam gegen die Ursachen des Artenrückgangs zu kämpfen. Auch wegen der großen wirtschaftlichen Bedeutung der Artenvielfalt als dem Naturkapital von Urlaubsdestinationen setzt sich die TUI schon seit vielen Jahren aktiv für den Erhalt von Biodiversität ein. Bereits 1997 wirkte die TUI inhaltlich an der sogenannten „Berliner Erklärung“ über biologische Vielfalt und nachhaltigen Tourismus mit. Durch weitere vielfältige Aktivitäten hat die TUI an der Übertragung der großen internationalen Abkommen und Konventionen zum Schutz der Biodiversität (FFH, CITES, CBD) auf die besonderen Fragestellungen der touristischen Entwicklung mitgearbeitet, u.a. 1998 auf einer Fachveranstaltung des COP4-Gipfels der CBD in Bratislava in enger Zusammenarbeit mit dem Bundesumweltministerium und 2001 während einer Expertenrunde im Vorfeld des COP6-Gipfels der CBD in der Dominikanischen Republik an der Verabschiedung der CBD-Richtlinien zu biologischer Vielfalt und touristischer Entwicklung.

2005 gründete TUI zusammen mit weiteren Vertretern aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Medien die „Friends of CMS“, eine einmalige Initiative der Vereinten Nationen in Deutschland. Zielsetzung des Kreises ist eine engagierte Unterstützung und partnerschaftliche Begleitung der Initiativen der CMS (Convention on the Conservation of Migratory Species of Wild Animals) sowie ein Ausbau der Schnittstelle zwischen Politik und Wirtschaft. Dieses auch als „Bonner Konvention“ bezeichnete „Übereinkommen zur Erhaltung der wandernden wild lebenden Tierarten“ wird vom Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) überwacht und verpflichtet die unterzeichnenden Vertragsstaaten, Maßnahmen zum weltweiten Schutz und zur Erhaltung wandernder wild lebender Tierarten und ihrer Lebensräume zu treffen.

Als erstes gemeinsames Projekt präsentierten die TUI und die UNEP/CMS auf dem COP8-Gipfel im März 2006 in Curitiba, Brasilien, eine Studie mit dem Titel „Wildlife Watching and Tourism“, die die Risiken und Chancen zunehmender Beliebtheit von Wildtierbeobachtungen als touristisches Angebot für den Erhalt der Biodiversität untersucht. Darüber hinaus hat sich die TUI dazu verpflichtet, die „Year of ...“-Kampagnen der UNEP/CMS zu unterstützen. Neben diesem wichtigen umweltpolitischen Partnerschaftsabkommen mit den Vereinten Nationen engagiert sich die TUI auch in anderen strategischen Kooperationen und Projekten und steht in intensivem Dialog mit Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Naturschutzorganisationen. Diese erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Interessensverbänden wird im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung von Destinationen kontinuierlich ausgebaut und intensiviert. Unerlässlich für den Erfolg ist auch die Aufklärung und Motivation aller TUI Mitarbeiter und Gäste in den Destinationen. Ziel der TUI Biodiversitätsstrategie ist die langfristige, dauerhafte Inwertsetzung von biologischer Vielfalt, um die natürlichen Grundlagen des Tourismus zu erhalten.

### TUI Biodiversitätsstrategie

#### ■ Berücksichtigung internationaler Abkommen und Konventionen zum Natur- und Artenschutz, insbesondere

- Konvention zum Erhalt der Biologischen Vielfalt (CBD) einschließlich der CBD Richtlinien zu Biodiversität und touristischer Entwicklung
- Konvention zum Schutz wandernder Tierarten (CMS, Bonner Konvention)
- ACCOBAMS (Agreement on the Conservation of Cetaceans of the Black Sea, Mediterranean Sea and Contiguous Atlantic Area)
- ASCOBANS (Agreement on the Conservation of Small Cetaceans of the Baltic and North Seas)
- Washingtoner Artenschutzabkommen (CITES)
- Ramsar-Konvention zum Schutz von Feuchtgebieten
- Flora-Fauna-Habitat-Richtlinie/Natura 2000 der EU

#### ■ Unterstützung einer abgestuften Schutzgebietspolitik in Urlaubsregionen mit fest definierten Schutz- und Nutzungsvorschriften zur Sicherung der Biodiversität durch

- aktive Mitgliedschaft im Evaluierungskomitee der Europäischen Charta für nachhaltige touristische Nutzung von Großschutzgebieten der EUROPARC Federation

#### ■ Durchführung von Artenschutzkampagnen in den Urlaubsregionen zur Aufklärung von Gästen und „local communities“ in Zusammenarbeit mit CMS

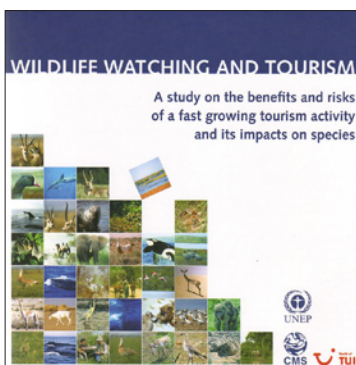
- „Year of the turtle 2006“ und „Year of the dolphin 2007“

#### ■ Kooperationsprojekte mit Wissenschaft und Forschung, z. B.

- „Wildlife Watching and Tourism“ (Veröffentlichung einer umfangreichen aktuellen Case Study)
- Aldabra Marine Programme, Coastal Research Unit der Cambridge University (Korallenriffmonitoring)

#### ■ Zusammenarbeit mit Regierungsorganisationen und pro-aktive umweltpolitische Beratung von Entscheidungsgremien und Mitarbeit in Expertenrunden, z. B.

- inhaltliche Mitarbeit an der „Berliner Erklärung“ 1997 zu biologischen Vielfalt und nachhaltigen Tourismus in Zusammenarbeit mit dem Bundesumweltministerium (BMU)
- „Grundsatzpapier zum Erhalt der biologischen Vielfalt“ 2001, gemeinsam mit CBD
- Aufklärung über illegalen Handel mit geschützten Arten in Reiseunterlagen gemeinsam mit Bundesamt für Naturschutz
- UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) Welterbestätten
- aktive Mitgliedschaft bei der Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI)



TUI stellt Studie „Wildlife Watching and Tourism“ auf der Vertragsstaatenkonferenz (COP8) der Konvention für Biologische Vielfalt vor (März 2006)



TUI Flyer zur Gästesensibilisierung für verantwortungsbewussten Umgang mit Meeressäugern

■ **Kooperationen mit Nichtregierungsorganisationen zur Förderung von Artenschutzprojekten, z. B.**

- Archelon, Tortugas, Whale and Dolphin Conservation Society (WDCS), Loro Parque Fundación

■ **Verbraucherinformationen für den verantwortungsbewussten Umgang mit Flora und Fauna am Urlaubsort, z. B.**

- „Artenschutz und Urlaubssouvenirs“ (Auszüge des Washingtoner Artenschutzabkommens CITES in allen TUI Katalogen)
- „Urlaub und Umweltverträglichkeit“ (Gästeinformation in allen deutschsprachigen TUI Katalogen)
- „Die Wale und Delphine der Kanaren“ (Leitfaden für verantwortungsbewusstes Whale Watching)
- „Auch die Umwelt braucht Erholung“ (Gästeinformationen in allen TUI Hotels)
- Darstellung aller Biodiversitätsprojekte im Internet

■ **Mitarbeitersensibilisierung durch**

- aktuelle Umweltinformationen im Intranet/Internet
- alljährlich Coordinators' Conference for Environmental Management and Sustainable Development (CoCoS)
- Vortrag Umweltmanagement als fester Bestandteil der alljährlichen Service-Tagung der Leiter Zielgebiete mit Vortrag zu aktuellen Umweltthemen
- Umweltbaustein im Ausbildungsangebot/Führungskräftefortbildung
- Schulung der Reiseleitungen (Umwelt als Teil des Permanenten Mitarbeiter Trainings, PMT)
- Umweltinformationen in der Mitarbeiterzeitung TUI Times

### HOW TO BECOME A GREENER TOURIST

10 TIPS TO LIMIT THE IMPACT OF YOUR HOLIDAY ON THE ENVIRONMENT



- **SUPPORT LOCAL COMMUNITIES** Buying local handicrafts and souvenirs is one way, going on trips and activities that support the indigenous communities is another.
- **PROTECT LOCAL FLORA AND FAUNA** Be aware of your environment and be especially careful with cigarettes: they can be a serious fire hazard.
- **REMEMBER THE ADAGE** 'take only photographs, leave only footprints'. Dispose carefully of rubbish. Recycle, if possible.
- **SWITCH OFF** lights and air conditioning when you're not in your hotel room. According to the Energy Saving Trust, 8 per cent of domestic electricity is used by appliances on standby.
- **REUSE TOWELS** at your hotel and save water by taking a short shower, rather than a bath.

- **REPLACE STANDARD LIGHT BULBS** at home with energy efficient ones. Do this for each hour you fly and you will offset more CO<sub>2</sub> than your flight produces.
- **WASH YOUR CLOTHES AT 30°C**, rather than 40°C or more, and use environmentally friendly products. Of the 11 tonnes of CO<sub>2</sub> emitted annually by the average Briton, 1 tonne comes from clothing (its manufacture, transport, cleaning and pressing), as opposed to 0.68 from flying.
- **JOIN A CARBON OFFSET SCHEME** These damage limitation programmes offset the CO<sub>2</sub> generated by your flight through carbon-saving projects around the world.  
*For more information, see [thomson.co.uk](http://thomson.co.uk) and click on 'greener travel'.*

Kundeninformation in Thomson (TUI UK) Magazin „Real Holidays“



**Intakte Natur ist das Kapital des Tourismus. TUI hat daher im Rahmen der Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI) eine freiwillige Selbstverpflichtung zur nachhaltigen Entwicklung abgegeben, die den Schutz biologischer Vielfalt als Zielsetzung ausdrücklich einschließt.**



Foto: Delphis MDC

UNEP/ CMS – Year of the Dolphin 2007

### Touristische Bereiche

Zusammen mit der UNEP/CMS entwickelte die TUI zahlreiche Maßnahmen zum „Jahr des Delphins 2007“. Ziel des von den Vereinten Nationen, Unternehmen und internationalen Organisationen geförderten Projekts ist der Erhalt und der Schutz der Meeressäuger. Die Schirmherrschaft für dieses Engagement hat Fürst Albert II von Monaco übernommen.

TUI hat gemeinsam mit verschiedenen Kooperationspartnern eine umfassende Broschüre in acht Sprachen erstellt. Das „Dolphin Manual“ beinhaltet Informationen zum Lebensraum und zur Gefährdung von Delphinen mit Anregungen zu konkreten Schutzinitiativen und wurde in den weltweiten Zielgebieten durch TUI Mitarbeiter vor allem an lokalen Schulen verteilt.



Das Dolphin Manual: Beitrag zur UN-ESCO-Weltdekade „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“, Verteilung durch TUI in mehr als 1000 Schulen

In den TUI Hotelanlagen wird das „Year of the Dolphin 2007“ zum Anlass für zahlreiche Programmaktivitäten für die ganze Familie genommen. So werden sowohl kleine als auch große Gäste der TUI Baadingoo Kinderclubs, der TUI Familienclubs und der ROBINSON Roby Clubs an sogenannten „Delphin-Tagen“ auf spielerische und unterhaltsame Weise über den Delphin, seinen Lebensraum und seine zunehmende Gefährdung informiert. Belohnt wird der erfolgreiche Spielspaß mit dem Abschluss eines „Delphin-Diploms“. Darüber hinaus werden in diesen Familienhotels unterschiedlichste Merchandise-Artikel mit Delphin-Motiv zum Verkauf angeboten. Ein Teil des Gewinnes fließt in Delphinschutzprojekte.



UNEP/ CMS – Year of the Turtle 2006

Um die Initiative weltweit publik zu machen, sind Busse in den Destinationen und ausgewählte Kataloge mit dem „Year of the Dolphin 2007“- Logo versehen. Der Startschuss zum „Year of the Dolphin 2007“ fiel bereits im November 2006 in Kenia. TUI und Pollman's Tours & Safaris organisierten zu diesem Anlass ein Seminar für Bootsführer und Kenya Wildlife Service Ranger, auf dem Verhaltensregeln zum Schutz der Meeressäuger vermittelt wurden.

Die TUI AG begleitete das von den Vereinten Nationen ausgerufene „Jahr der Schildkröte 2006“ mit einer Vielzahl von Aktivitäten in den TUI-Zielgebieten.

So unterstützte die TUI eine Aufklärungskampagne der „Bonner Konvention“ (Convention on the Conservation on Migratory Species of Wild Animals, CMS) und des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP) in den Urlaubsdestinationen am Indischen Ozean und in Südostasien – der Heimat sechs verschiedener Meeresschildkrötenarten. Mit Unterstützung der World of TUI Reiseleitung wurden „Year of the Turtle“-Poster in Hotels, Tauchschulen und Wassersportausstatter aufgehängt, um auf die Gefährdung der Tiere aufmerksam zu machen und Aktivitäten zu ihrem Schutz anzuregen.

Weiterentwicklung der Kriterien für verantwortungsbewusstes Whale and Dolphin Watching

In Abstimmung mit der Whale and Dolphin Conservation Society hat TUI anlässlich des „Year of the Dolphin 2007“ die 2002 entwickelten Richtlinien für Sanftes Whale and Dolphin-Watching neuesten Erkenntnissen angepasst. Durch die verschärften Auflagen soll der Schutz der Meeressäuger bei Walbeobachtungsausflügen verbessert werden. Nach Überprüfung der Durchführbarkeit und in Absprache mit TUI España werden diese überarbeiteten Richtlinien bei Walbeobachtungsausflügen in Kanarischen Gewässern befolgt.



Darauf aufbauend entwickelte TUI Nederland die „TUI Guidelines for responsible whale and dolphin watching“ für Walbeobachtungsausflüge. Diese Weiterentwicklung erfolgte in Zusammenarbeit mit dem International Fund of Animal Welfare (IFAW), dem World Wildlife Fund (WWF Nederland), dem Ministerium für Landwirtschaft und Nova Atlantis (niederländisches Walforschungszentrum auf den Azoren). Derzeit wird geprüft, ob diese strengen Richtlinien konzernweit für alle Destinationen übernommen werden können.



## TUI Guidelines

### for responsible whale and dolphin watching

For the protection of whales and dolphins, and for the long term sustainability of the whale and dolphin watching industry, it is important that whale and dolphin watching operations are performed in a manner that ensures that these animals and their environment are not harmed, and that encourages a safe, enjoyable and educational experience for the guests.

#### General

1. The local and national rules and restrictions applicable to the area and the species in addition to the guidelines below are followed.
2. The operation is accredited by the relevant environmental management authority.
3. Swimming with whales and dolphins in the wild is forbidden.

#### Communications

4. A trained naturalist guide is on board to provide information.
5. An educational program is provided (on board), including:
  - a. The existing guidelines and regulations.
  - b. Appropriate environmental behaviour:
    - Not feeding, touching or throwing objects at whales and dolphins.
    - Not disposing rubbish, litter or contaminants in the water.
    - Making as little noise as possible.
  - c. The biology and natural history of dolphins and their marine ecosystem applicable to the area.
6. Educational information is available to guests and staff.

#### Vessel management

7. The no approach zone is within 100m of a whale; 50m of a dolphin, except when the animal approaches by itself.
8. The caution zone is the area within 100-300m either side of the whale; the zone for dolphins is 50-150m.
9. The no approach zone is within 300m of mothers and calves. Vessels take extra care.
10. No more than three vessels are allowed within the caution zone at one time.
11. The maximum time of observation is 15 minutes per vessel. When more vessels are present, the maximum time of observation is 30 minutes in total. This time is evenly distributed among the number of boats present.
12. Vessels can only approach and leave whales and dolphins slightly to the rear of the animal in a 60° angle, not head-on or directly from behind.
13. Vessels cease the activity when the whale or dolphin shows signs of avoidance or disturbance.
14. Vessels never pursue, overtake, move between, encircle or separate whales and dolphins intentionally.
15. Vessels approach whales and dolphins at no wake speed (2 knots) and avoid sudden changes.
16. Vessels do not attract whales and dolphins intentionally by e.g. reproducing whale and dolphin sounds or song.
17. Vessels do not encourage animals to bow ride.
18. Vessel and engine design should minimise the risk of injury of whales and dolphins.

#### Environmental management

19. The operation reduces and manages water, sound, energy and waste in an environmentally friendly manner in vessels and offices.

TUI Guidelines for responsible whale and dolphin watching 26.02.2007

World of TUI



### Projekt mit Reef Check e.V.

Gleichzeitig wurde an alle Küsten-Destinationen mit Schildkrötenvorkommen der „TUI Verhaltenskodex zum Schutz von Meeresschildkröten“ versandt und den TUI Hotelmappen zur Gästeinformation beigelegt, um so zu einem rücksichtsvollen Umgang mit den Schildkröten aufzurufen.

Darüber hinaus unterstützte die TUI AG Projekte und Aktionen zum Schutz von Meeresschildkröten mit finanziellen Mitteln aus einem speziell dafür eingerichteten Fördertopf. So erhielt das seit 1993 laufende Kooperationsprojekt des Mombasa Serena Beach Hotels und der World of TUI Reiseleitung in Kenia einen Förderbetrag für die Betreuung von Eigelegen, die an unsicheren Niststränden eingesammelt und an sicheren Stränden des Hotels wieder vergraben werden. Ergänzend wurden Aufklärungskampagnen für die lokale Bevölkerung und die Hotelgäste durchgeführt.

### Weitere Aktivitäten im „Year of the Turtle 2006“:

- Eröffnung des 26. Symposiums über die Biologie und die Erhaltung der Meeresschildkröte der ‚International Sea Turtle Society‘ auf Kreta im April 2006 durch einen TUI Beitrag
- Unterstützung der ehrenamtlichen Arbeit der schweizer Naturschutzorganisation TORTUGAS zum Schutz der Meeresschildkröte *Lepidochelis olivacea*
- Kooperation von TUI AG, TUI UK, TUI Nordic, TUI Hellas und der TUI Hotelgesellschaft Grecotel mit der griechischen Naturschutzorganisation Archelon (früher Sea Turtle Protection Society of Greece, S.T.P.S.) zur Sicherung der Brutgebiete der Meeresschildkröte *Caretta caretta* in verschiedenen Regionen Griechenlands (Kreta, Zakynthos)

Reef Check wurde 1997 gegründet, um einen wissenschaftlich belegten Überblick über den menschlichen Einfluss auf den Zustand der Riffe weltweit zu erhalten und öffentliches Bewusstsein über den Wert von Korallenriffen sowie über die Bedrohungen ihrer Gesundheit zu schaffen. Dazu wurde eine Forschungsmethode entwickelt, die unter Anleitung eines Meereswissenschaftlers auch von Laien schnell gelernt und angewandt werden kann.

Seitdem beteiligen sich in über 80 Ländern begeisterte Sporttaucher und Schnorchler an diesen wichtigen Untersuchungen. Hierbei werden leicht erkennbare Organismen gezählt, die als Anzeiger für die Riffgesundheit dienen. Eine erste Auswertung kann das Team vor Ort gemeinsam mit dem Wissenschaftler machen. Alle gesammelten Daten werden in das Reef Check Hauptbüro nach Los Angeles geschickt und gehen in die Berichte zum weltweiten Status der Korallenriffe ein.

Jeder Sporttaucher mit etwas Erfahrung kann mitmachen: Reef Check Europe bietet in Zusammenarbeit mit TUI Deutschland und dem ROBINSON Club Soma Bay Termine an, zu denen Gäste mithelfen können, die Riffe zu erforschen. Das Training erfolgt in wenigen Tagen direkt im ROBINSON Club Soma Bay und wird von einem Meereswissenschaftler von Reef Check Europe geleitet.



### Schutz von Haien

Neben dem Schutz des ‚Sympathieträgers‘ Delphin setzt sich die TUI auch für die Erhaltung von Haien ein. Diese sehr gefährdete Tierart leistet einen unverzichtbaren Beitrag im ökologischen Gleichgewicht und wird dennoch aus zweifelhaften Motiven bejagt. Ein wichtiger Schritt zur Entmystifizierung des Haies liegt in der Aufklärung über diese faszinierenden Tiere und ihre Rolle im maritimen Leben.

TUI Suisse und ROBINSON unterstützen im sogenannten Shark Project genau dieses Ziel. So hat ROBINSON im Oktober 2005, direkt nach Kenntnisnahme über das Projekt – umgehend sämtliche Haifischprodukte aus dem Foodprogramm genommen, um damit und durch die Aufklärung seiner Gäste einen Beitrag zum Erhalt der bedrohten Meeresbewohner zu leisten.

Auf einer Doppelseite der aktuellen Kataloge seiner Veranstaltermarke Spinout Sport-Tours informiert TUI Suisse seine Gäste über die Gefährdung des Haifischbestands und gibt Anregungen, was jeder einzelne zu seinem Schutz tun kann. Ab Mai 2007 wird dieses Segment dann unter dem Namen TUI Sports die Möglichkeit zum Besuch einer Shark School anbieten. Die Kursteilnehmer lernen hier, Haie und ihr Verhalten in verschiedenen Situationen zu verstehen. Dadurch will man die Grundvoraussetzung dafür schaffen, das sich Menschen für den Schutz der sonst so gefürchteten Tierart einsetzen.

### Geparde und Wildhunde in Kenia



*Msorongong Village: Wiederaufforstung unterstützt durch Pollman's Tours & Safaris mit dem Umweltkoordinator von Pollman's, Abdulaziz Abdala, Spezialist für Conservation and Communities*

### Erhaltung der afrikanischen Biodiversität – „Grass Roots“ Community-Projekte

Pollman's Tours & Safaris unterstützt in Afrika verschiedene Biodiversitätsprojekte. Zu diesen gehört die Erfassung der Populationsentwicklung von Wildhunden und Geparden im Tsavo National Park. Diese Tierarten gehören zu den gefährdeten Arten nach der CITES und der Status dieser Arten in Kenia ist nicht genau bekannt. In Zusammenarbeit mit Kenya Wildlife Service (KWS) und der East African Wildlife Society (EAWS) ist Pollman's beteiligt an der Bestimmung der Zahl und der Verteilung dieser Wildhunde und Geparde im Tsavo Ökosystem. Die Reiseleiter und Fahrer von Pollman's übermitteln die geographischen Koordinaten bei Sichtungen an KWS und EAWS zur Kartierung der Gepard- und Wildhund-Populationen. Diese Projekte werden weitergeführt, wobei sich Pollman's aktiv an der zweiten Projektphase beteiligt, um die Gruppendynamik von Wildhunden und Geparden zu untersuchen.

In Taita Hills, einem Teil der Eastern Arc Mountains, hat Pollman's Tours & Safaris eine Wiederaufforstung der endemischen Baumarten initiiert. Diese Gegend ist für seine Artenvielfalt bekannt. Auch die Siedlung der Msorongong, die am Fuße der Taita Hills beheimatet ist, profitiert von der Entwicklung des kulturellen Tourismus durch Pollman's. Die Msorongong Siedlung, deren bisheriger Anbau von Elefanten verwüstet wurde, beteiligt sich nun an der Walderhaltung durch Aufforstungen und durch den Anbau von landwirtschaftlichen Produkten, die für Elefanten unverträglich sind. Dadurch wird die Koexistenz verbessert für eine nachhaltige Entwicklung von Natur, Landwirtschaft und touristischer Entwicklung.

### Schifffahrt und Schutz der Biodiversität

Alle seit 1997 für Hapag-Lloyd in Dienst gestellten Containerschiff-Neubauten entsprechen den Anforderungen des Environmental Passport. Dieses Zertifikat wird seit 2001 vom Germanischen Lloyd (Behördlich anerkannte private deutsche Schiffsklassifikationsgesellschaft) vergeben und bescheinigt die Umsetzung und Einhaltung aller operativen und technischen Maßnahmen, die zum Schutz der Umwelt an Bord der entsprechenden Schiffe eingesetzt sind.

**Containerschifffahrt.** Durch den Wechsel von Ballastwasser, das zur Stabilisierung des Schiffes in sogenannten Ballastwassertanks gehalten wird, können marine Organismen aus verschiedenen Seegebieten in artenfremde Gebiete eingeschleppt werden. Dadurch kann das biologische Gleichgewicht in den Küstengebieten empfindlich beeinträchtigt werden. Die Schiffe der Hapag-Lloyd behandeln ihr Ballastwasser nach den Vorgaben der IMO Resolution, und es ist ein fester Bestandteil der Umweltmaßnahmen der Hapag-Lloyd AG dieses Ballastwasser nach Möglichkeit in Gebieten, die 200 nautische Meilen von der Küste entfernt sind und eine Mindesttiefe von 200 Metern aufweisen, abzulassen, um fremde Organismen nicht in die sensiblen Küstengebiete einzuschleppen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Ballastwasser zu behandeln oder in festen Installationen zu entsorgen. Alle Containerschiffe der Hapag-Lloyd besitzen einen Tributyl-Zinn (TBT)-freien Unterwasseranstrich. TBT wurde als Anti-Fouling Schutzanstrich verwendet, um den Bewuchs des Schiffsrumpfes zu verhindern. Das giftige TBT lagert sich in den Sedimenten ab oder wird von den Meeresorganismen aufgenommen und führt so zu einer Schädigung der maritimen Umwelt. Damit erreicht die Hapag-Lloyd AG eines ihrer Umweltziele, bevor dies am 1.01. 2008 zur verbindlichen Richtlinie in der Containerschifffahrt wird.



**Kreuzfahrten.** Kreuzfahrten haben bei Hapag-Lloyd eine mehr als 100-jährige Tradition. Die Arktis oder Antarktis sind in ihrer Faszination einzigartige Zielgebiete. Hapag-Lloyd Kreuzfahrten setzt sich dafür ein, dass diese hochsensiblen Ökosysteme auch für kommende Generationen in ihrer Ursprünglichkeit erhalten bleiben. In den Regionen Arktis und Antarktis verwenden die Kreuzfahrtschiffe Dieselöl statt Schweröl. Ein neuer, TBT-freier Unterwasseranstrich trägt zusätzlich zur Schadstoffreduzierung bei.



*Expeditionen in der Antarktis unter strenger Kontrolle und weitreichenden Richtlinien*

Landgänge in der Antarktis finden stets in kleinen Gruppen und unter der Leitung erfahrener Expeditionsleiter und Lektoren statt, die bereits an Bord auf die Besonderheiten der jeweiligen Fahrtgebiete hinweisen und zu einem entsprechenden Verhalten auffordern. Als Mitglied der IAATO führt Hapag-Lloyd Kreuzfahrten alle Reisen zu diesen Zielen im Einklang mit den vereinbarten Verhaltensrichtlinien durch. Parallel dazu arbeitet die Hapag-Lloyd Kreuzfahrten mit dem Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung zusammen. Hapag-Lloyd Kreuzfahrten ist auch Gründungsmitglied der AECO, die die gleichen Umweltschutzrichtlinien für die Arktis vorgibt, wie die IAATO für die Antarktis. Dort wurden die „Richtlinien für ökologischen Tourismus in der Arktis“ entwickelt.

## Über 90 Beispiele für Kooperationen und Projekte der TUI AG und ihrer Beteiligungen zum Erhalt der Biodiversität 2005 bis 2007.

Gesellschaft	Partner	Projekt/Ziel
TUI AG	UNEP/CMS	Partnerschaftsabkommen und gemeinsame Aufklärungskampagnen („Year of the Turtle“ 2006, „Year of the Dolphin“ 2007) zum Schutz wandernder wildlebender Tierarten, Herausgabe der Broschüre „Wildlife Watching and Tourism“ und des „Dolphin-Manuals“
	Friends of CMS	Unterstützung und partnerschaftliche Begleitung der CMS Initiativen sowie ein Ausbau der Schnittstelle zwischen Politik und Wirtschaft
	Evaluierungskomitee der „Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten der EUROP-ARC Federation“	kontrollierte Nutzung von Großschutzgebieten in Europa (European Charta for Sustainable Tourism in Protected Areas)
	WDCS Agreement on the Conservation of Cetaceans of the Black Sea, Mediterranean Sea and Contiguous Atlantic Area (ACCOBAMS)	Schutz des Gemeinen Delphins im Mittelmeer
	Tortugas (Verein zum aktiven Schutz von Meeresschildkröten)	Unterstützung der ehrenamtlichen Arbeit der schweizerischen Naturschutzorganisation zum Schutz der Meeresschildkröte <i>Lepidochelis olivacea</i> in Mexiko
	Loro Parque Fundación	Unterstützung der Loro Parque-Stiftung zum Erhalt vom Aussterben bedrohter Papageienarten
<b>Veranstalter</b>		
Nouvelles Frontières	Longitude 181 Nature	„La Charte Internationale du plongeur responsable“ Verhaltensregeln für verantwortungsbewusstes Tauchen in Katalogen
	Red Sea Diving Association	Deep Sea Bio-Escapes: Angebot von Delphinbeobachtungstauchgängen und Erstellung von Verhaltensregeln für Taucher
	Tétraktys (Organisation für nachhaltige Tourismusentwicklung)	Ökotourismus-Angebote im Senegal, in Marokko, Mali und Madagaskar
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Hinweise in den Katalogen, auf der Website und in den Reiseunterlagen von Nouvelles Frontières
TUI Deutschland	Bundesamt für Naturschutz	Aufklärung über den illegalen Handel mit geschützten Tier- und Pflanzenarten (CITES) in Reiseinformationen
	Protect the Maldives e. V.	Ausgabe von Broschüren mit Verhaltensregeln zum Schnorcheln und Tauchen sowie zur Abfallvermeidung und Reduktion des Energie- und Wasserverbrauchs auf den Malediven

Gesellschaft	Partner	Projekt/Ziel
TUI Deutschland	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne: Veranstaltung von Delphin-Tagen, Gästeaufklärung durch Kataloghinweise und Informationsmaterial. Außerdem Verteilung von Delphin-Broschüren in den Schulen der Destinationen
TUI Deutschland/ ROBINSON Club Soma Bay	Reef Check Europe	Korallenriffmonitoring mit Hilfe von Hotelgästen unter Anleitung von Meereswissenschaftlern
TUI Niederland	WWF Netherlands	Code of Conduct gegen den illegalen Handel mit geschützten Tier- und Pflanzenarten (CITES)
	Curaçao Dive Operator Association (CDOA)	Einhaltung der in Zusammenarbeit mit der CDOA erarbeiteten ökologisch verträglichen Tauchstandards
	Malta Heritage & Environment Fund	Finanzielle Unterstützung (pro Ausflugsteilnehmer wird ein bestimmter Betrag gespendet)
	Rainforest Alliance	Nachhaltiges Tourismusprojekt in Costa Rica
	IFAW (International Fund of Animal Welfare)	Erarbeitung einer Broschüre zum verantwortungsbewussten Whale Watching
TUI Nordic	Archelon (Sea Turtle Protection Society of Greece)	Gemeinsame Projekte zum Schutz der bedrohten Meeresschildkröte Caretta caretta in Griechenland
	WAR (Wild Animal Rescue Foundation of Thailand)	Unterstützung der Pflegestation für Gibbons, Phuket
	Foresta Island Reforestation Foundation	Unterstützung eines Aufforstungsprojektes auf Gran Canaria
TUI UK	Archelon (Sea Turtle Protection Society of Greece)	Sicherung der Brutgebiete der bedrohten Meeresschildkröte Caretta caretta auf Zakynthos, Griechenland
	Conservation International Coral Reef Alliance	Einhaltung der gemeinsam erarbeiteten Richtlinien zum Schutz von mariner Flora und Fauna bei Bootstouren
	Malta Heritage & Environment Fund	Finanzielle Unterstützung der Stiftung zur Bewahrung einheimischer Flora und Fauna sowie kultureller Güter (pro Ausflugs-gast wird ein bestimmter Betrag gespendet)
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Kommunikation in den KIDS-Clubs
TUI Suisse	Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung	Hinweis auf die neue Reisesite unter <a href="http://www.fairunterwegs.ch">www.fairunterwegs.ch</a> in den Reiseunterlagen und auf der Website TUI Suisse
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Hinweise in den Katalogen, auf der Website und in den Reiseunterlagen von TUI Suisse

Gesellschaft	Partner	Projekt/Ziel
<b>Veranstalter</b>		
<b>TUI Suisse</b>	Diverse Behördenstellen (Bundesamt für Veterinärwesen)	Aufklärung über den illegalen Handel mit geschützten Tier- und Pflanzenarten (CITES) in Reiseinformationen
	Tortugas (Verein zum aktiven Schutz von Meeresschildkröten)	Unterstützung der ehrenamtlichen Arbeit des Vereins zum Schutz der Meeresschildkröte <i>Lepidochelis olivacea</i> in Mexiko
<b>TUI Suisse/Spinout Sport Tours</b>	Oceancare (Schutz der Meeressäuger)	Shark Project – Katalogdoppelseite zur Gästeaufklärung über die Gefährdung des Haifischbestands
		Shark School – Angebot von Hai-Begegnungs-Kursen
<b>TUI Hotels &amp; Resorts</b>		
<b>Dorfhof Fleesensee</b>	Müritz Nationalpark	Fördermitgliedschaft
	Natur- und Umweltpark Güstrow	Unterstützung bei dem Ausbau des Park zur artgerechten Haltung der Tiere
<b>Dorfhof Sylt</b>	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Veranstaltungen und Verteilung von Aufklärungsmaterial
<b>Grecotel</b>	Archelon (Sea Turtle Protection Society of Greece)	Sicherung der Brutgebiete der bedrohten Meeresschildkröte <i>Caretta caretta</i> auf Kreta und auf dem Westpeleponnes (Kyllini), Griechenland
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen
	Research Department des Aquariums auf Kreta	Schutz der marinen Flora und Fauna des östlichen Mittelmeers
	Bournemouth University	Wissenschaftliche Untersuchung zu den Überlebenschancen von <i>Caretta caretta</i> in Tourismuszentren wie Rethymnon, Kreta
	Naturhistorisches Museum Kreta Universität Kreta, Fachrichtung Ökologie	Schutz des Bartgeiers auf Kreta
	Hellenic Society for the Protection of Nature	Sicherung des Küstenökosystems, speziell der Seegraswiesen, durch Gästeaufklärung in den Hotelanlagen in Griechenland
<b>Iberotel</b>	HEPCA (Hurgada Environmental Protection and Conservation Association)	Unterstützung als Mitglied der Umweltschutzorganisation zum Schutz der gefährdeten Korallenriffe im Roten Meer, Ägypten
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen



Gesellschaft	Partner	Projekt/Ziel
<b>Iberotel Coraya und Iberotel Lamaya</b>	Abu Salama Association for Dolphin Protection	Unterstützung der Delphinschutzorganisation
<b>Iberotel Sarigerme Park</b>	Sarced (Sarigerme Umweltschulungsverein)	Veranstaltungen zur Umweltaufklärung von Kindern und Jugendlichen
		Erfassung von Flora und Fauna auf Hotelgelände und Erstellung eines Artenführers Hinweistafeln auf geschützte Arten am Strand
		Palmenpflanzaktionen für Stammgäste
<b>Magic Life Waterworld Imperial</b>	Türkische Behörden	Aufforstung einer 300 000 m <sup>2</sup> großen abgebrannten Fläche mit Kiefernsetzlingen und Instandhaltung (2007, Rückgabe an Behörden 2017)
	Hacettepe University	Sicherung der Eigelege der Meeresschildkröte <i>Caretta caretta</i>
		Bau von 150 Nistkästen zum Erhalt der Vogelbestands auf dem Hotelgelände
<b>Magic Life Manar Imperial &amp; Magic Life Africana Imperial</b>	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen
<b>Magic Life Manar Imperial</b>	Offizielle Konvention mit dem Umweltministerium Tunesiens	Aktive Unterstützung aller Aktionen, die vom Umweltministerium in Tunesien veranstaltet werden
<b>Paladien Hotels</b>	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Kataloghinweise und Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen
<b>ROBINSON</b>	Müritz Nationalpark	Kooperation des RC Fleesensee mit dem Nationalparkamt bei Umweltschutz- und Bildungsmaßnahmen
	TEMA (türkische Stiftung für Naturschutz)	Unterstützung von Wiederaufforstungsmaßnahmen durch den RC Pamfilya (Türkei)
	Arkturos (griechische Naturschutzorganisation)	Spendensammlung im RC Kyllini Beach (Griechenland) zur Unterstützung eines Projektes zur Auswilderung von „Tanzbären“
	Oceancare (Schutz der Meeressäuger)	Shark Project – Vermeidung von Haifischprodukten im Foodprogramm
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne durch Veranstaltung von „Delphin-Tagen“ und Verteilung von Infomaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen; außerdem wird ein „Year of the Dolphin“-Film vor den Abendveranstaltungen gezeigt

Gesellschaft	Partner	Projekt/Ziel
<b>Destination Services</b>		
<b>Aeolos Travel</b>	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen: außerdem Strand-säuberungsaktion mit Mitarbeitern und Gästen
<b>ATC Grootbos-Lodges</b>		Unterstützung von Baumpflanzaktionen um einen Fußballplatz für die lokale Gemeinde
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen
		Reiseleiter- und Gästes Schulungen zum Thema „Nachhaltige Entwicklung“
<b>Danubius Travel</b>	Mare nostrum	Überwachung und Erfassung biometrischer Daten gestrandeter Delphine und Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Destinationen und unter den Gästen
<b>Gulliver Travel</b>	SUNCE WWF TOI	Lavosto Workshop 2005 und daraus folgende Aktivitäten zum „Sustainable Development of the Island of Lavosto“ Kroatien
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen. Angebot von Gästerausflügen in ein Delphin-Informationszentrum (zu Gunsten von Delphinschutzprojekten)
<b>Pollman's Tours &amp; Safaris</b>	KWS (Kenya Wildlife Service)	Kartierung der gefährdeten Populationen von Wildhunden und Geparden im Tsavo National Park, Kenia, Seminar für Bootsführer und KWS-Ranger für bewussten Umgang mit Meeressäugern: Herausgabe des „Code-of-Conduct for Responsible Dolphin Watching“
	East African Wildlife Society	Schutz und Aufforstung des artenreichen endemischen Baumbestands in den Taita Hills, Kenia
		Wiederaufforstung der Tsavo Ost- und West-Nationalparke nach Waldbränden und Zerstörung durch Elefanten
<b>Pollman's Tours &amp; Safaris TUI Service</b>	Friends of Tsavo Charitable Trust (F.O.T)	Schutz des Waldbestandes im Aberdare National Park und in der Mount-Kenia-Region
	East African Wildlife Society (E.A.W.S)	Kooperationsprojekt zur Betreuung gefährdeter Eigelege von Meeresschildkröten sowie Aufklärungskampagnen für Gäste und lokale Bevölkerung

Gesellschaft	Partner	Projekt/Ziel
<b>Pollman's Tours &amp; Safaris TUI Service</b>	Mombasa Serena Beach Hotel, Kenia	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen
<b>TUI Bulgaria</b>		Baumpflanzaktion an der Schwarzmeer-Küste mit 100 Mitarbeitern
<b>TUI España</b>	Loro Parque Stiftung Teneriffa	Schutz bedrohter Papageienarten weltweit und Walbeobachtungsausflüge für Schüler der Kanaren-Insel
	UNEP/CMS	Informationsveranstaltungen zum „Year of the Dolphin“ in Schulen und lokalen Bildungszentren
	Whale Foundation	Schutz von Meeressäugern auf den Kanaren
	WDCS	Schutz von Meeressäugern auf den Kanaren
<b>TUI Poland TUI Austria</b>	FORESTA	Naturerlebnisausflug mit Baumpflanzaktionen auf Gran Canaria
<b>Tantur TUI Bulgaria TUI Dominicana TUI Hellas TUI Portugal Tunisie Voyages</b>	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial in den Schulen der Destinationen und unter den Gästen
<b>Airlines</b>		
<b>TUIfly</b>		Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verkauf von Merchandising-Artikeln im Flugzeug (zu Gunsten von Delphinschutzprojekten), ausserdem läuft ein „Year of the Dolphin“-Film im Bordprogramm
<b>Thomsonfly</b>	Born Free Foundation	„Travellers' Alert“-Kampagne
	Born Free Foundation Manitoba Conservation	Gäste informieren über Artenschutzverletzungen in Urlaubsgebieten
	Born Free Foundation UNEP	„Polar Bear Surrogacy Project“ Spendenaktionen für ein Adoptionsprojekt mit verwaisten Eisbärenbabys in Canada
	Born Free Foundation Mexikanische Behörden	„GRASP-Great Apes Survival Project“: Spendenaktionen zum Schutz der bedrohten Menschenaffen in Südostasien und Afrika

Gesellschaft	Partner	Projekt/Ziel
<b>Airlines</b>		
<b>Thomsonfly</b>		„Big Cats in Mexico“: Spendenaktionen für Kampagne gegen die Ausbeutung von Raubkatzen zur Gästeunterhaltung
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Kommunikation im Thomsonfly-Magazin
<b>Schifffahrt</b>		
<b>Hapag-Lloyd AG</b>		Austausch des Ballastwassers im Hochseebereich zur Vermeidung der Einschleppung regionsfremder Arten in Küstennähe
		Biozidfreier Unterwasseranstrich zweier Schiffsklassen
<b>Hapag-Lloyd Kreuzfahrten</b>	Antarctic Heritage Trust „Save the Albatross“-Campaign	Spendensammlungen an Bord
	UNEP/CMS	Unterstützung der „Year of the Dolphin“-Kampagne der TUI AG durch Verteilung von Aufklärungsmaterial unter den Gästen
	UNEP/GRID-Arendal	Teilnahme am Forschungs-Workshop „Linking Tourism and Conservation – Eine Finanz-Initiative für geschützte Gebiete“
	IAATO (International Association of Antarctica Tour Operators)	Verteilung eines Leitfadens für Besucher der Antarktis (Verhaltenskodex) und Einhaltung der Richtlinien
	AECO (Association of Arctic Expedition Cruise Operators)	Verteilung des AECO Besucherleitfadens für die Arktis und Einhaltung der Richtlinien
	UBA (Umweltbundesamt)	Erstellung einer Umwelterheblichkeitsstudie (UES) für die Antarktis

# Multi-Stakeholder-Dialog, Kooperationen und strategische Partnerschaften

## Strategische Partnerschaften und Kooperationen

Die TUI Gesellschaften engagierten sich in den europäischen Quellmärkten und den touristischen Zielgebieten in zahlreichen Gremien und im Rahmen eines Multi-Stakeholder-Dialogs für ökologische Nachhaltigkeit. Auch in der Schifffahrt wurde die Arbeit für den Umweltschutz im Seeverkehr und bei den Kreuzfahrten in internationalen Partnerschaften systematisch weitergeführt.

### Multi-Stakeholder-Dialog und Kooperationen auf Konzernebene

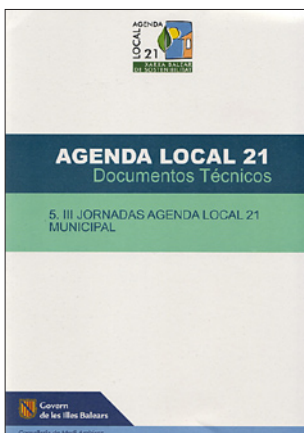
Die TUI AG setzte ihr pro-aktives Engagement innerhalb von econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft fort. Ebenfalls weitergeführt wurde die Arbeit in der Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI) zur Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung mit Unterstützung durch das United Nations Environment Programme (UNEP), der United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) und der United Nations World Tourism Organization (UNWTO).

Die aktive Partnerschaft mit EUROPARC konzentrierte sich in 2006 auf die strukturelle, systematische Umsetzung der neu formulierten „Charter Principles“. Durch die aktive Mitgliedschaft im „EUROPARC European Charter Evaluation Committee“ war TUI unmittelbar in die Entwicklungsmaßnahmen des kooperativen Naturschutzes eingebunden. Die Zahl der Bewerbungen für die offizielle Anerkennung von europäischen Naturschutzgebieten als „Charter Park“ nahm besonders in Spanien signifikant zu. TUI unterstützte deshalb vorrangig die spezifischen Evaluierungs- und Verifizierungsprozesse von Bewerbungen durch unabhängige Fach-Gutachter.

Einen besonderen Schwerpunkt der TUI Umweltarbeit stellten auch im Geschäftsjahr 2006 Aktivitäten im Rahmen der TUI Biodiversitätsstrategie dar. Auf der achten „Conference of the Parties“ (COP 8) der Konvention über den Erhalt der biologischen Vielfalt in Curitiba, Brasilien, präsentierte TUI in Kooperation mit dem Sekretariat der CMS – Convention on Migratory Species (Bonner Konvention) – eine umfangreiche globale Fallstudie mit dem Titel „Wildlife Watching and Tourism“.

Im Rahmen des Umweltabkommens zwischen TUI und der Regierung der Balearen-Inseln besuchte der balearische Umweltminister Jaume Font i Barceló mit zwanzig Bürgermeistern aus Mallorca, Menorca und Ibiza die TUI. Das Treffen intensivierte den Austausch und Dialog zwischen Touristikern und Politikern vor allem beim Thema Destinationsentwicklung und -qualität im Rahmen der Lokalen Agenda 21.

Hapag-Lloyd Container Linie engagierte sich in der Clean Cargo Group, einer Sektion der amerikanischen Organisation Business for Social Responsibility (BSR) für mehr Nachhaltigkeit im internationalen Transport. Zum Schutz der Weltmeere, insbesondere der arktischen und antarktischen Gewässer, arbeitete Hapag-Lloyd Kreuzfahrten mit mehreren internationalen Organisationen, unter anderem im Rahmen des WWF Arctic Programme, zusammen.



*TUI meets Balears: Sr. Jaume Font i Barceló, Umweltminister der Balearen, mit 20 Bürgermeistern zu Gast bei TUI, zum Thema „Lokale Agenda21 und touristische Entwicklung der Balearen“*

### Ausgewählte strategische Partnerschaften und Kooperationen der TUI AG und ihrer Beteiligungsgesellschaften für Umweltschutz, Naturschutz, Tierschutz und Nachhaltigkeit.

	Gesellschaft	Kooperationspartner
<b>Airlines</b>	TUI Airlines Nederland B. V.	International Fund for Animal Welfare (IFAW) Sanctuary for exotic animals (AAP) GreenSeat
	TUIfly	Ökologisches Projekt für Integrierte Umwelt-Technik (ÖKOPROFIT), Lokale Agenda 21-Projekt der Stadt Hannover
	Thomsonfly	Born Free Foundation
<b>Destination Services</b>	ARP Group	East African Wildlife Society (EAWLS) Friends of the Tsavo Eco Tourism Kenya
	Aitken Spence Travel	The International Ecotourism Society
	ATC African Travel Concept	International Fund for Animal Welfare (IFAW)
	Danubius Travel Agency	Mare Nostrum
	Gulliver Travel	Association for Nature, Environment and Sustainable Development (SUNCE) Association of Croatian Travel Agencies (UHPA) „Umweltstiftung WWF Deutschland – Stiftung für den Schutz der biologischen Vielfalt und der natürlichen Umwelt“ (WWF) Friends of Animals – Rethymnon
	Mex-Atlántica Tours S. A. de C. V.	PRONATURA BAT Conservation International
	TUI España	Loro Parque Fundación
	TUI Hellas	Mediterranean SOS Network (MedSOS)
	TUI Service AG	Dodecanese Animal Protection Society (DAPS)
<b>Holding</b>	TUI AG	econsense – Forum nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. EUROPARC Federation und „European Charter for Sustainable Tourism Development in Protected Areas“ insula ITR Instituto de Turismo Responsable Loro Parque Fundación Ökoprofit/Lokale Agenda21 der Stadt Hannover PLAN International Sustainability Leadership Forum mit B.A.U.M. und CSM der Uni Lüneburg Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI) United Nations Convention on Migratory Species (CMS) Whale and Dolphin Conservation Society (WDACS)

	Gesellschaft	Kooperationspartner
Reiseveranstalter	TUI Belgium	AG „Environmental Code of Conduct“, Association of Belgian Tour Operators (ABTO) End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes (ECPAT)
	TUI Bulgaria	Neofron
	TUI Deutschland	End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes (ECPAT) Dodecanese Animal Protection Society (DAPS) The Animal's Welfare and Protection Association (AWPA) Reef Check
	Nouvelles Frontières	End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes (ECPAT) National French Land Office in La Guadeloupe National Geographics Megaptera (Mayotte) Sea Blue Safaris Tétraktys (Association for the Local Development of Areas of Nature for Tourism)
	TUI Nederland	End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes (ECPAT) "Initiatiefgroep Duurzaam Ultgaand Toerisme" (IDUT, Initiative für Nachhaltigen Tourismus) International Fund for Animal Welfare (IFAW) Sanctuary for exotic animals (AAP) Wetlands International The World Conservation Union (IUCN) World Association of Zoos and Aquariums (WAZA) Whale and Dolphin Conservation Society (WDACS)
	TUI Nordic	End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes (ECPAT)
	TUI Reisecenter Austria	End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes (ECPAT)

	Gesellschaft	Kooperationspartner
<b>Reiseveranstalter</b>	TUI Suisse	"Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung" (akte) End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes (ECPAT) Greenpeace OceanCare Tortugas Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA)
	TUI UK	End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes (ECPAT) Travel Foundation (früher: Sustainable Tourism Initiative)
<b>Hotels &amp; Resorts</b>	Grecotel	Archelon/Sea Turtle Protection Society Greece Dodecanese Animal Protection Society (DAPS)
	Grupotel	Red Balear de Hoteles Sostenibles
	Iberotel	Eurosolar
	Riu	Stiftung "Fundación Campaner" zur Bekämpfung der Noma-Krankheit bei Kindern in Niger
	ROBINSON	Stiftung für den Naturschutz Türkei (TEMA) Sharkproject e. V.
	Magic Life	Agence Nationale de la Protection pour l'Environnement (ANPE) The Ecological Research Association (EKAD) "Umweltstiftung WWF Deutschland – Stiftung für den Schutz der biologischen Vielfalt und der natürlichen Umwelt" (WWF) National agency for waste management (ANGed)
	Paladien Hotels	National French Land Office
<b>Schifffahrt</b>	Hapag-Lloyd Container Linie	Clean Cargo Group, Sektion der BSR Organisation (Business for Social Responsibility) Network for Transport and Environment (NTM)
	Hapag-Lloyd Kreuzfahrten	WWF Artic Programme International Association of Antarctica Tour Operators Save the Albatross Campaign



# Destinationsqualität und -monitoring



**TUI Destinationsstrategie:**  
„Destinationen für Generationen“

## Sicherung der Umweltqualität und Umweltvorsorge in den Zielgebieten

Im Sinne der Zufriedenheit unserer Gäste und damit unseres wirtschaftlichen Erfolges hat TUI dafür Sorge zu tragen, die Umweltqualität in den Destinationen zu sichern und das Umweltrisiko so gering wie möglich zu halten. Ein wichtiges Kontrollinstrument zur Sicherung der Umweltqualität und für die Umweltvorsorge in den Zielgebieten ist die alljährliche Umweltberichterstattung. Auch 2006 wurde das bereits seit 1990 alljährlich stattfindende Destinationsmonitoring in Zusammenarbeit mit dem TUI Service und den Zielgebietsagenturen erfolgreich durchgeführt. Grundlage für die Erstellung der Umweltberichte waren die „TUI Umweltkriterien für Destinationen“, anhand derer die TUI Mitarbeiter vor Ort ihre eigenen Kenntnisse, Erfahrungen und Eindrücke zusammenstellten. Darüber hinaus gehende Umweltinformationen erhielten die Autoren der Berichte durch Befragung von lokalen Behörden, Vertragspartnern (z. B. Hoteliers, Agenturen) und Naturschutzorganisationen.



**Grundlage für das jährliche Umweltmonitoring in den Destinationen:**  
„TUI Umweltkriterien 2007 für Destinationen“

Die **TUI Umweltkriterien 2007** für Destinationen sind in der 18. Fassung (seit 1991) überarbeitet worden und enthalten den aktuellen Stand der öffentlichen Diskussion zu touristischer Entwicklung und Umweltbelastungen:

1. Klimawandel, Klimaschutz, Verkehr, Luft, Lärm
2. Energiemanagement (Versorgung, Sparmaßnahmen, Regenerative Energien)
3. Wasser- und Abwassermanagement
4. Abfallmanagement (Vermeidung, Recycling, Entsorgung)
5. Badegewässer- und Strandqualität, Küstenschutz
6. Landschaft, Bebauung, Raumordnung und Landwirtschaft
7. Naturschutz, Artenschutz, Biodiversität, Tierschutz
8. Umwelt-/Naturangebote und -informationen
9. Umweltpolitik, Nachhaltige Entwicklung, Agenda21
10. Umweltrisiken/-chancen, Zukunftsperspektiven

Neben der Information des Konzerns strebt sich die TUI mit diesem systematischen Monitoring auch eine Sensibilisierung der lokalen Bevölkerung und der Entscheidungsträger für Umwelt und Naturschutz im Kommunen, Verwaltungen und Regierungen an.

Die Umweltberichte wurden oft durch zahlreiche Anlagen ergänzt, wie z. B. Berichte öffentlicher und privater Institutionen, lokale Pressemitteilungen, Aufklärungsbroschüren aus der Region zum Natur- und Umweltschutz, Beispiele für Gästeinformationsmaterialien aus den TUI Hotels sowie Foto- und Kartenmaterial.

Diese Umweltinformationen aus den weltweiten TUI Urlaubsregionen werden den TUI AG Zentralbereichen mit strategischen Funktionen und den Umweltkoordinatoren in den TUI AG Beteiligungsgesellschaften über Intranet zugänglich gemacht. Die Umweltkoordinatoren können diese Informationen entsprechend ihrer eigenen Fragestellungen weiter verarbeiten. So nutzen TUI Deutschland, TUI Austria, TUI Suisse und TUI Polska diese Umweltberichte alljährlich für die Aktualisierung ihrer Kataloginformationen über „Natur und Umwelt“ in den Urlaubsregionen.

Nutzung der Erkenntnisse aus dem weltweiten kontinuierlichen Umweltmonitoring der Destinationen im TUI AG Konzern-Umweltmanagement:

- Analyse der Umweltsituation ausgewählter Destinationen für spezifische Fragestellungen
- Früherkennung von Umweltrisiken, die sich negativ auf die Geschäftsaktivitäten des TUI Konzerns auswirken könnten
- Steigerung der ökologischen Fachkompetenz und Sensibilisierung touristischer Leistungsträger in TUI Destinationen
- Einwirken auf Entscheidungsträger in touristischen Destinationen, die Umwelt zu entlasten und gleichzeitig die Qualität des touristischen Angebots zu verbessern
- Bereitstellung der Umweltberichte für die Umweltkoordinatoren in den Beteiligungsgesellschaften und für ausgewählte Nutzer im Corporate Center der TUI AG



**Vergabe des E3-Awards.** Auf der Service Leiter Tagung im Februar 2007 wurden erstmalig die drei besten Umweltberichte 2006 mit einer Trophäe, dem E3-Award, ausgezeichnet. Dieser Preis soll der herausragenden Bedeutung des Destinationsmonitoring für die Zusammenarbeit mit den Zielgebieten Rechnung tragen. E3 steht für **Excellence and Efficiency in Environmental Reporting**. Als Bewertungskriterien wurden neben Inhalt, Form und Engagement des Autors auch die Wirkung des Destinationsmonitorings im Zielgebiet durch die Einbindung lokaler Funktionsträger und Experten berücksichtigt.

**E3-Award Gewinner:**

**Platz 1: Kenia**

**Platz 2: La Palma**

**Platz 3: Mallorca**

**Weitere TOP Destinationen, die eine Auszeichnung erhielten:**

**Koh Samui**

**Tobago**

**Kreta**

**Bali**

**Dalaman**

**Jamaika**

**Sri Lanka**



**„Exzellenz und Effizienz“.** Wettbewerb im Umwelt-Reporting der Urlaubsregionen zur Steigerung der Datenqualität. Bewertet wurden insgesamt 69 Umweltberichte aus 79 Destinationen.

**Die Preisträger 2006 der World of TUI  
Internationale Umweltauszeichnung**



**Kriterien zur Bewertung der Umweltberichte im „E3“-Wettbewerb**

*Inhalt*

- Genauigkeit, Detailtiefe
- Aktualität/Abgleich Vorjahresbericht
- Quellennutzung
- Gestaltung und Anschaulichkeit
- Interpretation der Umweltsituation hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf den Tourismus
- Integration persönlicher Eindrücke und Erfahrungen

*Form*

- Vollständige Bearbeitung entsprechend den TUI Kriterien
- Sprache und Stil
- Summary und Rating
- Termingerechte Abgabe
- Bericht in englischer Sprache
- Quellenangabe/Angabe von Kontaktadressen

*Wirkung*

- Ausstrahlung im Zielgebiet durch Einbindung lokaler Funktionsträger und Experten
- Kritische Beurteilung als Beitrag zur Umweltqualitätssicherung
- Zukunftsorientierung: Ableitung von Handlungsbedarf und möglichen Maßnahmen
- Nutzbarkeit für die Erstellung von Gästeinformationen

*Engagement des Verfassers*

**World of TUI Internationale Umweltauszeichnung**

Die TUI fördert bereits seit 1991 international beispielhafte Umwelt-, Landschafts- und Naturschutz-Aktivitäten, um dauerhafte Problemlösungen und neue Wege für eine nachhaltige touristische Entwicklung in den Destinationen lokal und regional zu unterstützen.

Die Auszeichnung ist für die Preisträger Ansporn und Motivation, auf dem Gebiet der nachhaltigen Entwicklung engagiert weiter zu arbeiten und eine enge partnerschaftliche Kooperation mit dem Tourismus auf- und auszubauen. Wir würdigen und unterstützen das Engagement unserer Preisträger zusätzlich mit einer finanziellen Förderung von 10 000 Euro.

Die vollständige Liste aller Preisträger ist im Internet abrufbar.

# Umweltqualität in TUI Ferienhotels

## Wettbewerb für Umweltqualität in den TUI Ferienhotels

Für TUI bedeutet nachhaltige Entwicklung einen kontinuierlichen Abgleich ökonomischer, ökologischer und sozialer beziehungsweise gesellschaftlicher Erfordernisse. Die Wettbewerbsfähigkeit wird dadurch gesichert, die Potenziale von Mitarbeitern gefördert, die Zusammenarbeit mit gesellschaftlichen Anspruchsgruppen verstärkt und die effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen an den Unternehmensstandorten und in den Urlaubsdestinationen nachhaltig verbessert.

**Vorreiterrolle von TUI Hotels & Resorts.** Im Geschäftsjahr 2006 vergab TUI Hotels & Resorts in Kooperation mit dem Konzern-Umweltmanagement der TUI AG nach Überprüfung durch externe Umweltgutachter erstmals das Umwelt-Gütesiegel „EcoResort“ für konzerneigene Hotelmarken. Ziel des Gütesiegels ist es, neben der ökologischen Qualitätssicherung die nachhaltige Entwicklung in den Ferienregionen voranzutreiben. Die Kriterien für eine Auszeichnung beinhalten ein naturnahes Erlebnis in Verbindung mit hohen Standards für Gesundheit und Qualität, Engagement für nachhaltige Entwicklung, hoher Ökoeffizienz und einem zertifizierten Umweltmanagementsystem. 24 konzerneigene Hotel- und Clubbetriebe qualifizierten sich in 2006/07 und wurden in den Katalogen mit dem Zusatz „EcoResort“ gekennzeichnet.

Umwelt-Gütesiegel „EcoResort“ treibt Wettbewerbsfähigkeit von TUI Hotels & Resorts



### TUI EcoResorts 2006/2007

- ROBINSON Club Cala Serena
- ROBINSON Club Jandia Playa
- ROBINSON Club Esquinzo Playa
- ROBINSON Club Fleesensee
- ROBINSON Club Amadé
- ROBINSON Club Schlanitzen Alm
- ROBINSON Club Ampflwang
- ROBINSON Club Schweizerhof
- ROBINSON Club Soma Bay
- ROBINSON Club Camyuva
- ROBINSON Club Nobilis
- ROBINSON Club Pamfilya
- ROBINSON Club Daidalos
- ROBINSON Club Kyllini Beach
- ROBINSON Club Lyttos Beach
- ROBINSON Club Apulia
- Iberotel Makadi Club Oasis
- Iberotel Makadi Saraya Resort
- Iberotel Sarigerme Park
- MAGIC LIFE Sharm el Sheikh Imperial
- Grupotel Aldea Gran Vista
- DORFHOTEL Fleesensee
- DORFHOTEL Schönleitn
- DORFHOTEL Seeleitn

Eine aktuelle und vollständige Liste der TUI EcoResorts ist auf der Website [www.ecoresort-tui.com](http://www.ecoresort-tui.com) aufgeführt.



**Erfolgreichste Hotelkette 2006:**  
Sören Hartmann und Max-Peter Droll,  
Geschäftsführer ROBINSON Club, erhalten den TUI Umwelt Champion in Gold  
von Dr. Volker Böttcher, Vorsitzender  
der Geschäftsführung TUI Deutschland.

**Umweltmonitoring der Ferienhotels von TUI Deutschland.** Seit 1992 werden die TUI Vertragspartner mit Hilfe der TUI Hotel Umwelt-Checkliste zu ihren Maßnahmen in umweltschonendem Hotelmanagement befragt. Das jährliche Ausfüllen der Checkliste, und damit die Auskunft des Hoteliers über Maßnahmen und Aktivitäten des Hotels zum Schutz der Umwelt, ist Vertragsbestandteil. Die Umwelt-Checklisten dienen der Überprüfung von Umweltschutzmaßnahmen sowohl einzelner Hotels oder Hotelketten als auch der gesamten Hotelbranche in Urlaubsregionen. Anhand definierter, jährlich überprüfter und kontinuierlich erweiterter Kriterien werden die Hotels mit herausragenden Umweltmaßnahmen in den jeweiligen Destinationen ausgewählt. Neben den Hotelchecklisten werden zusätzlich Erfahrungen und Beobachtungen der Reiseleitung der World of TUI und TUI Agenturen vor Ort berücksichtigt.

Seit 1997 spornt TUI Deutschland den Wettbewerb um ein erfolgreiches Umweltmanagement bei ihren Hotel-Vertragspartnern weltweit durch die Auszeichnung mit dem TUI Umwelt Champion an. Der TUI Umwelt Champion wird an Hotels vergeben, die sich durch eine umweltschonende und zukunftsorientierte Hotelführung auszeichnen. Voraussetzungen sind die Teilnahme am TUI Hotel-Umweltmonitoring und die Einhaltung der TUI Mindeststandards für Umweltqualität. Interessierte Hoteliers werden im dreisprachigen (deutsch, englisch, spanisch) TUI Forum für umweltgerechte Hotelführung [www.tui-ecohotel.de](http://www.tui-ecohotel.de) in ihren Bestrebungen unterstützt. Die 100 TUI Umwelt Champions werden durch ein zertifiziertes Verfahren ermittelt. Die Wertung der tatsächlich erbrachten Umweltleistungen erfolgt über ein online gesteuertes, transparentes Scoring-System. Erfolgreichste Hotelkette im Jahr 2006 war wieder ROBINSON mit 20 ausgezeichneten Clubs. In der Einzelwertung für Hotels gewann das Iberotel Sarigerme Park in der Türkei zum zehnten Mal in Folge.

#### TUI Umwelt Champions 2006 – die Top 10

1. Iberotel Sarigerme Park, Sarigerme, Türkei
2. ROBINSON Club Lyttos Beach, Kreta, Griechenland
3. ROBINSON Club Cala Serena, Mallorca, Spanien
4. ROBINSON Club, Kyllini Beach, Westpeloponnes, Griechenland
5. Cretan Malia Park, Kreta, Griechenland
6. Jardim Atlantico, Madeira, Portugal
7. Fuerte Conil, Costa de la Luz, Spanien
8. Hotel Tigaiga, Teneriffa, Spanien
9. ROBINSON Club Daidalos, Kos, Griechenland
10. Jardines De Nivaria Hotel, Teneriffa, Spanien

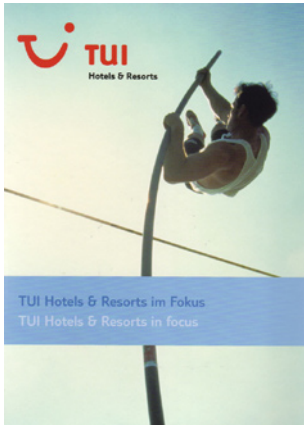
Eine aktuelle und vollständige Liste der **TUI Umwelt Champions** ist auf der TUI Deutschland Umwelt-Website aufgeführt.





„TUI Hotels & Resorts sind Vorreiter und Treiber für Umweltqualität und Nachhaltige Entwicklung. Unser Commitment heißt: Verantwortung und Performance.“  
 Karl J. Pojer, Bereichsvorstand  
 TUI AG Hotels & Resorts

Sonderveröffentlichung TUI Hotels & Resorts „Hotels im Fokus“, Darstellung für internationale Investoren



## Überzeugende Argumente für einen Urlaub bei TUI Hotels & Resorts

Convincing reasons for holidaying with TUI Hotels & Resorts

# Entwicklung

Nachhaltige Entwicklung durch ökologische Performance  
 Sustainable development by good governance

### Mission Statement:

Ohne Umweltqualität gibt es keine Urlaubsqualität und keine Gästezufriedenheit. Innovatives Umweltmanagement ist wesentlicher Bestandteil der Qualitätsstrategie von TUI Hotels & Resorts.

Der TUI Konzern, die Konzern-Gesellschaften und seine Mitarbeiter engagieren sich für einen verantwortungsvollen Umgang mit Umwelt und Natur. Nachhaltiges Umweltengagement aller Mitarbeiter und Partner sowie der umsichtige Umgang mit der Natur schont die Regenerationsfähigkeit der natürlichen Ressourcen und sichert die Zukunftsfähigkeit des Konzerns.

Umwelt, Natur und die unternehmerische ökologische Verantwortung sind somit für den Konzern von herausragender Bedeutung. Der TUI Konzern hat bei nachhaltigem Wirtschaften und Nutzung von Natur und Umwelt im In- und Ausland eine hohe Reputation. Die Glaubwürdigkeit des TUI Umweltengagements als „corporate value“ ist uns ständige Verpflichtung und Herausforderung.

Im Zentrum allen Handelns stehen außerdem die Förderung und der Naturschutz in den Urlaubsregionen in enger Zusammenarbeit mit lokalen Behörden und Verbänden. Die meisten unserer Beteiligungshotels sind aktives Mitglied in einer lokalen Natur- oder Umweltschutzorganisation mit vielfältigem sozialem Engagement in ihrem jeweiligen Umfeld. Nur durch Initiative und Engagement können die einzigartige Natur und Landschaft der Feriendestinationen erhalten und der Tourismus langfristig gesichert werden.

Die Hotelmarken von TUI Hotels & Resorts zählen zu den Umweltführern am jeweiligen Standort. Umfassende Beratung und Unterstützung aus der zentralen Umweltabteilung sowie die eigenen Umweltbeauftragten der Hotelgesellschaften sorgen für aktives Umweltmanagement und stellen einen wesentlichen Beitrag dieser Hotels zu Qualität, Attraktivität und Nachhaltigkeit einer intakten Umwelt in unseren Ferienregionen sicher.

### Mission Statement:

No environmental quality means a lack of quality on a holiday and no customer satisfaction. Innovative environmental management is therefore a significant part of TUI Hotels & Resorts' quality strategy.

The TUI Group, the companies within the Group as well as all the employees are committed to working with the environment and nature in a responsible way. Sustainable environmental commitment of all employees and partners as well as prudent action as far as nature is concerned benefits the recovery of natural resources and safeguards the viability of the Group. Environment, nature and corporate ecological responsibility are consequently of extreme significance for the Group.

The TUI Group has a great reputation at home and abroad in the sustainable management and use of nature and the environment. One of our permanent responsibilities and biggest challenges is to uphold the credibility of TUI's environmental commitment as a "corporate value".

At the centre of all our action in the holiday regions is moreover nature conservation and the promotion of it in close cooperation with local authorities and communities. The majority of the hotels in our subsidiaries are active members in local nature or conservation groups carrying out diverse social activities in their localities. Only by taking the initiative and being committed is it possible to preserve the unique nature and landscape of our holiday destinations and to safeguard tourism in the long term.

The hotel brands of TUI Hotels & Resorts are among the leaders in their respective locations. Comprehensive advice and support from TUI AG corporate Environmental Management in headquarters as well as the environmental officers in the hotel companies make sure that active environmental quality management is performed and provide an essential contribution to the quality, attractiveness and sustainability of an intact environment in our holiday regions.

TUI Gäste erhalten somit die Möglichkeit, auf Basis konkreter und in den Katalogen beschriebener Kriterien ein besonders umweltschonendes Ferienhotel zu wählen. Gleichzeitig werden dadurch Hoteliers gefördert, die mit ihrem Einsatz für eine nachhaltige touristische Entwicklung in ihrer Region eine Vorbildfunktion übernehmen.

Thomson (TUI UK) führte die „Green Medal“ als Umweltqualitätswettbewerb in den Katalogen ein und zeichnete in 2006 fünfzehn herausragende Hotels aus.

### Green Medal winning hotels 2006

*Overall Green Medal Winners:*

- Coral Beach Hotel and Resort, Coral Bay, Zypern
- Club Magic Life, Sharm El Sheikh, Ägypten

*Green Medal Winners:*

- Riu Palace Helena Sands, Sunny Beach, Bulgarien
- Sheraton Miramar Resort, El Gouna, Ägypten
- Mövenpick Resort, El Gouna, Ägypten
- ROBINSON Club Cala Serena, Cal D'or, Mallorca
- Hotel Sol y Mar Makadi Marine, Makadi Bay, Ägypten
- Baron Palms Resort, Sharm El Sheikh, Ägypten
- Grecotel Eva Palace, Komeno, Korfu
- Hotel Audax, Cala Galdana, Menorca
- Fuerte el Rompido, Costa de La Luz, Spanien
- Hotel Sol Gavilanes, Cala Galdana, Menorca
- Alexander The Great Beach Hotel, Paphos, Zypern
- Hotel Sunrise Beach, Protaras, Zypern
- Laguna Materada, Porec, Kroatien

Alle **TUI UK Green Medals** werden auf der Thomson Website angeführt.

Das Engagement für nachhaltige Entwicklung der TUI Hotels & Resorts umfasst konkrete Maßnahmen im innerbetrieblichen Umweltschutz, Naturschutzaktionen und weiterführende Aktivitäten, wie z. B. Zusammenarbeit mit lokalen Initiativen zur Integration von lokaler Wirtschaft und Tourismus. Weiterführende Informationen sind auf den Websites der einzelnen Gesellschaften abrufbar:

**Grecotel** ([Umweltengagement/Verantwortung für Mitarbeiter](#))

**Grupotel**

**Iberotel**

**Dorfhotel**

**Nordotel**

**Magic Life**

**Paladien**

**Riu** (Riu/Umwelt)

**ROBINSON** (ROBINSON Konzept/Umwelt)





# Soziale Verantwortung

Personalentwicklung

Mitbestimmung

Gesundheit und Arbeitssicherheit

Altersvorsorge und -teilzeit

Work-Life-Balance

Diversity und Schwerbehinderte





## Entscheidend zur Wettbewerbsfähigkeit

tragen die über 53 000 Mitarbeiter der TUI bei. Sie bringen unterschiedliche Ideen, Erfahrungen und Perspektiven in den Konzern ein – und damit ein hohes Innovationspotenzial. Durch die internationale Aufstellung unserer Mitarbeiter finden unsere Kunden weltweit Ansprechpartner, die ihre Sprache sprechen und ihnen mit Verständnis begegnen. Nicht zuletzt deshalb nehmen wir unsere soziale Verantwortung für unsere Beschäftigten ernst. Eine kontinuierliche Aus-, Fort- und Weiterbildung ist uns dabei ebenso wichtig wie die Förderung von „Work-Life-Balance“ – der Vereinbarkeit von Beruf und Familie – und eines fairen Arbeitsstils.

# Personalentwicklung

Ohne den Erfolgsfaktor „Mensch“ kann ein Unternehmen nicht existieren. Die „richtigen“ Mitarbeiter zu finden, diese zu motivieren, zu fördern und weiterzuentwickeln ist für die Personalarbeit im TUI Konzern daher stets von hoher Priorität.

## Nachwuchssicherung

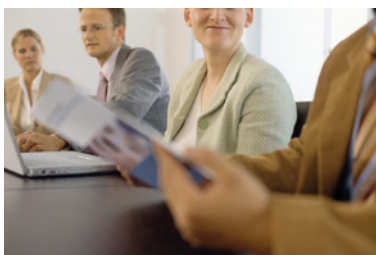


*TUI Youngsters Team –  
Juniorfirma in der World of TUI*

Unabdingbar für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens sind die Nachwuchssicherung aus eigenen Reihen und eine gute unternehmenseigene Ausbildung. In den deutschen TUI Gesellschaften wurden 257 Ausbildungsplätze neu besetzt. Insgesamt wurden in 2006 rund 718 junge Mitarbeiter qualifiziert ausgebildet. Damit blieb die Ausbildungsquote mit rund 6,5 Prozent auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Für junge allein erziehende Mütter gibt es eine kaufmännische Ausbildung in Teilzeit (30 Stunden in der Woche).

Neben dem Angebot von Praktika, die Schülern und Studenten einen ersten Eindruck vom Unternehmen und den beruflichen Tätigkeiten vermitteln sollen, engagierte sich die TUI auch 2006 weiterhin im Rahmen ihrer sozialpolitischen Verantwortung an dem vom Goinger Kreis veranstalteten Projekt „Fit für die Bewerbung“. Dabei unterstützten Personalmanager der TUI junge Menschen bei der Erstellung ihrer Bewerbungsunterlagen und bei der Vorbereitung auf Bewerbungsgespräche.

## Ausbildung und Entwicklung von Fach- und Führungskräften



Fach- und Führungskräfte aller Managementebenen weiterzuentwickeln und sie langfristig zu binden, ist eine wesentliche Aufgabe der zentralen Personalentwicklung. Um konzernweit eine integrierte Entwicklung der Fach- und Führungskräfte aller Managementebenen sicherzustellen, hat die TUI auch in 2006 ihr Angebot erweitert: Dem unteren Management wurde ein internationales Verfahren zur persönlichen Standortbestimmung angeboten, während für das deutsche Top-Management ein systematischer Prozess, der nach einer Potenzialanalyse gezielte Entwicklungsmaßnahmen vorsieht, angestoßen wurde. Dieser soll zukünftig auch weltweit angewandt werden. Das internationale Traineeprogramm sowie die Förderprogramme für das mittlere Management wurden im Schwerpunkt Persönlichkeitsentwicklung weiter ausgebaut. Etwa 30 Konzerngesellschaften in rund 15 Ländern haben 2006 von dem internationalen Austausch in den Management-Development-Maßnahmen profitiert.

Der Prozess der Mitarbeiterführung im Unternehmen wird durch eine ganzheitliche und variable Vergütungsregelung unterstützt. In dieser Systematik dient das jährliche Mitarbeitergespräch als wichtiges Führungselement der gezielten und eigenverantwortlichen Entwicklung jedes Mitarbeiters. Eine leistungsorientierte Entlohnung sowie zusätzliche Benefits sorgen dafür, die Leistungsbereitschaft und Produktivität des Mitarbeiters zu erhöhen, das unternehmerische Denken und Handeln zu fördern, die Eigenverantwortung zu steigern, die finanzielle Teilhabe am Erfolg des Unternehmens und der eigenen Leistung zu stärken und dem Unternehmen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit bei Veränderungen zu ermöglichen.

# Mitbestimmung im Konzern

## Arbeitnehmervertretungen im Konzern

Im TUI Konzern bestehen in den einzelnen Gesellschaften und auf Konzernebene sowohl nationale als auch internationale Arbeitnehmervertretungen. Die Zusammenarbeit des Vorstands und der Geschäftsleitungen der Unternehmen mit diesen Gremien war auch im Jahr 2006 vertrauensvoll und kooperativ. Dadurch konnten für strategische Weichenstellungen sowie organisatorische und operative Entscheidungen, die auch mit Personalanpassungen verbunden waren, Wege gefunden werden, die die Interessen der Arbeitnehmer und des Unternehmens gleichermaßen und ausgewogen berücksichtigten.

## TUI Europa Forum

Im TUI Europa Forum, das seit 1995 besteht, sind ergänzend zu den nach nationalen Gesetzen zu bildenden Arbeitnehmervertretungen zurzeit 52 Arbeitnehmervertreter aus 17 europäischen Ländern vertreten. Die Konzernleitung informiert das geschäftsführende Präsidium des TUI Europa Forum regelmäßig und berät mit ihm die aktuelle wirtschaftliche und personelle Situation im Konzern. Das TUI Europa Forum tagt einmal jährlich und leistet auf internationaler Ebene einen wichtigen Beitrag zur Transparenz übergeordneter unternehmerischer Entscheidungen und zur Integration der verschiedenen Nationalitäten im TUI Konzern.

*TUI Europa Forum 2006: Diskussion mit Dr. Michael Frenzel, Vorsitzender des Vorstands der TUI AG und Dr. Peter Engelen, Mitglied des Vorstandes (Ressort Personal, Recht, Umwelt & Nachhaltige Entwicklung)*



# Betriebliche Gesundheitsförderung, Gesundheitsvorsorge und Arbeitssicherheit

## Gesundheitsförderung

TUI unterzeichnete 2006 die Luxemburger Deklaration zur betrieblichen Gesundheitsförderung in der Europäischen Union. Diese hat, wie auch die TUI Konzern-Leitlinien, die Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz zum Ziel.

Der Austausch auf Konzernebene zu allen Gesundheitsthemen erfolgt im TUI Netzwerk Gesundheit, dem alle „Koordinatoren Gesundheit“ der einzelnen TUI Gesellschaften angehören. Darüber hinaus gibt es den bundesweiten Konzernausschuss „Arbeit – Gesundheit – Umwelt“ sowie die lokalen Ausschüsse „Arbeitssicherheit und Gesundheit“, in denen Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertreter mehrmals im Jahr zusammen treffen, um die bestehenden Programmpunkte kritisch zu bewerten sowie neue Ideen aufzunehmen. Konzernübergreifend hat sich TUI dem Deutschen Netzwerk für Betriebliche Gesundheitsförderung (DNBGF) angeschlossen.

## Netzwerk Gesundheit

### TUI Gesundheitsprogramm

Unter dem Begriff „fit with TUI“ wurde ein TUI Gesundheitsprogramm ausgearbeitet, von dem die TUI Mitarbeiter profitieren können. Die Gesellschaften des TUI Konzerns bieten ihren Beschäftigten unterschiedliche Maßnahmen zu den verschiedenen Themenbereichen an, z. B.

## „fit with TUI“

<b>feedback</b>	Ideenmanagement, ausführliche Mitarbeiterbefragungen, punktuelle voting tools (Intranetabfrage), Erstellung von Gesundheitsberichten (statistische Auswertungen), u. a.
<b>information</b>	Artikel und Hinweise zu medizinischen Themen im Intranet sowie in der Mitarbeiterzeitung TUI Times, zielgruppenspezifische Gesundheitsseminare u. a. für Auszubildende und für Führungskräfte.
<b>talks</b>	Beratung und Behandlung durch den Betriebsarzt, Arbeitsplatzbegehungen durch die Fachkraft für Arbeitssicherheit, Angebote zur Suchtprävention, u. a.
<b>wellness</b>	Angebote zur Ernährung, Massage am Arbeitsplatz.
<b>integration</b>	Um die Integration von Menschen mit Behinderung ständig weiter zu verbessern, finden jedes Jahr entsprechende Aktionen statt, die unter dem Oberbegriff TUI Initiative zusammengefasst sind: 2002 Abschluss einer Integrationsvereinbarung 2003 Intensivierung der Zusammenarbeit mit Behindertenwerkstätten 2004 TUI Gesellschaften bieten jungen Menschen mit Behinderung außer Plan jeweils einen Ausbildungsplatz an 2005 Praktikantenplätze für junge Menschen mit Behinderung 2006 Seitenwechsel (TUI Auszubildende lernen den Alltag in einer Behinderteneinrichtung kennen)
<b>training</b>	Betriebssport, Kooperation mit Fitness-Centern, u. a.
<b>health activities</b>	Tage des Auges, Krebsvorsorge, Herz-Kreislauf-Check-Ups u. a., TUI Rückenoffensive, Vorsorgeuntersuchungen (z. B. Hautscreening).

TUI



**„Von der betrieblichen Gesundheitsförderung profitieren alle: die Mitarbeiter durch eine verbesserte Fitness und Gesundheit, das Unternehmen durch die erhöhte Motivation der Mitarbeiter und verringerte krankheitsbedingte Kosten.“**

**Dr. Peter Engelen, Mitglied des Vorstandes der TUI AG Personal, Recht, Umwelt & Nachh. Entwicklung**

#### Betriebskrankenkasse BKK TUI



TUI Mitarbeiter profitieren auch von der betriebseigenen Krankenkasse, der BKK TUI. Die BKK TUI konnte auch im Geschäftsjahr 2006 beträchtliche Mitgliedererfolge verbuchen. Die Zahl der Mitglieder stieg im Jahresverlauf von rund 10 800 auf über 12 000. Aus der World of TUI sind inzwischen über 40 Prozent der Beleg-Kunden der BKK. Die Ausschöpfungsquoten schwanken zwischen 60 Prozent z. B. bei TUI Deutschland und 25 Prozent bei anderen Konzern-Gesellschaften. Aus diesen deutlichen Unterschieden wird erkennbar, dass die BKK noch nicht in allen Unternehmen gleichermaßen etabliert werden konnte. Angesichts des außerordentlich guten Preis-/Leistungsverhältnisses wird ein Marktanteils von über 50 Prozent in den TUI Beteiligungsgesellschaften angestrebt.

Mit dem für 2006 gültigen Beitragssatz von 12,6 v. H. und den an die Teilnehmer der Betrieblichen Gesundheitsprogramme gezahlten Boni war die BKK für die Mitarbeiter und für die Unternehmen der World of TUI die bundesweit günstigste Krankenkasse. Gleichzeitig gehören die Produkte der BKK, die gemeinsam mit den Kooperationspartnern entwickelt wurden, zu den innovativsten im Markt. Herauszuheben sind BKK TravelPlus, BKK BonusPlus und BKK FamilyPlus, die einen erkennbaren gesundheitlichen und finanziellen Mehrwert für alle Versicherten darstellen.

Die Verwaltungskosten der BKK TUI lagen 2006 bei einem Anteil von nur rund 3 Prozent der Gesamtausgaben (Bundesdurchschnitt: circa 6 Prozent). Dies ist um 40 Prozent weniger als im Bundesdurchschnitt und unterstreicht die Leistungsfähigkeit der mit BKK Salzgitter und BKK Publik seit der Gründung bestehenden Verwaltungskooperation.

#### Arbeitssicherheit

In den Konzerngesellschaften wird eine Vielzahl an Maßnahmen zur Arbeitssicherheit durchgeführt. Fachkräfte für Arbeitssicherheit beraten und unterstützen den Arbeitgeber hinsichtlich des Arbeitsschutzes bei der Unfallverhütung und der menschengerechten Arbeitsgestaltung, um gesundheitliche Gefährdungen zu minimieren. Zu den zentralen Aufgaben gehören unter anderem die Mitwirkung bei Planung, Ausführung und Unterhaltung von Betriebsanlagen. Weitere Aufgaben sind die Erstellung von Gefährdungsanalysen, die Begehung von Arbeitsstätten und die Mitwirkung bei der Erstellung von Betriebsanweisungen, Flucht- und Rettungsplänen, Gefahrstoffkatastern sowie die Organisation von Fahrsicherheitstrainings zur Minimierung von Wegeunfällen. In den systematischen Katastrophenschutz sind Mitarbeiter als Ersthelfer, Räumungshelfer und Sicherheitsbeauftragte eingebunden.

# Betriebliche Altersvorsorge und Altersteilzeit

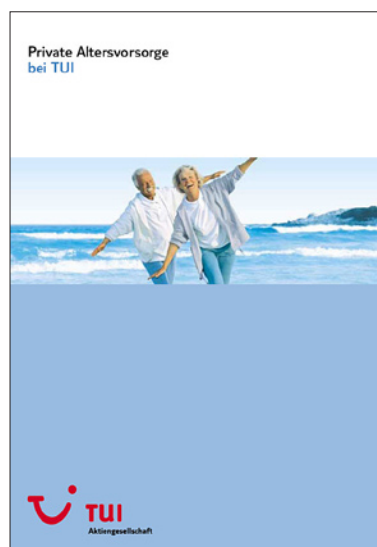
## Demografischer Wandel

### Betriebliche und private Altersvorsorge

Bei der Konzeption von Modellen zur betrieblichen und privaten Altersvorsorge müssen die jeweiligen nationalen Rahmenbedingungen und die wirtschaftlichen Gegebenheiten berücksichtigt werden. Den Mitarbeitern der deutschen Konzerngesellschaften steht eine Vielzahl von Möglichkeiten der betrieblichen und privaten Altersvorsorge zur Verfügung. In Deutschland wird der Abschluss von Pensionskassen- und Direktversicherungsverträgen sowie von privaten Rentenversicherungen zur Erlangung der staatlichen Förderung (Riester-Rente) angeboten. Auch Deferred-Compensation-Modelle zum Aufbau einer nach individuellen Präferenzen ausgewählten Altersvorsorge stehen den Mitarbeitern zur Verfügung und werden verstärkt nachgefragt.

### Altersteilzeit

Die Beschäftigten und die Unternehmen des inländischen TUI Konzerns nutzen in erheblichem Maße die durch das Altersteilzeitgesetz eröffneten Möglichkeiten für einen gleitenden Übergang der Mitarbeiter vom Erwerbsleben in den Ruhestand. Die Altersteilzeitvereinbarungen sehen hauptsächlich das Blockmodell bei der Gestaltung der Arbeitszeiten vor. Die sich ergebenden Wertguthaben der ca. 400 in Altersteilzeit tätigen Beschäftigten werden unabhängig vom Beginn des Altersteilzeitvertrages gegen Insolvenz des Arbeitgebers abgesichert. Das Unternehmen geht damit in erheblichem Maße zugunsten der Mitarbeiter über die vorgeschriebene Absicherung der ab dem 1. Juli 2004 beginnenden Altersteilzeitverträge hinaus. Hierfür hat das Unternehmen im Rahmen eines Kapitalanlagemodells ca. 13,5 Millionen Euro bereitgestellt.



# Work-Life-Balance

## Vereinbarkeit von Beruf und Familie



Foto: Heiko Preller

Dr. Dieter Nirschl, Direktor Konzern-Personal TUI AG mit Bundesfamilienministerin Dr. Ursula von der Leyen

TUI unterstützt aktiv die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Der Anteil weiblicher Beschäftigter an der Mitarbeiteranzahl des Konzerns liegt bei rund 65 Prozent. Die Abstimmungen zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern zur Einrichtung familienfreundlicher Maßnahmen erfolgen im deutschlandweiten TUI Sozialausschuss. Konzernübergreifend gehört TUI als eines der Gründungsmitglieder dem bundesweiten Netzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ an. Dieses Netzwerk ist eine Initiative für Unternehmen, die sich für eine familienfreundliche Personalpolitik engagieren. Die Gesellschaften des TUI Konzerns bieten ihren Mitarbeitern unterschiedliche Möglichkeiten zu den verschiedenen Themenbereichen an:

**Flexible Arbeitszeitregelungen.** TUI bietet flexible Arbeitszeitregelungen sowie Teilzeitmodelle und Telearbeitsplätze an, dieses gilt gleichermaßen für Führungskräfte. Auch in den ausländischen Gesellschaften werden Teilzeitbeschäftigungs-Modelle gut angenommen. Konzernweit liegt der Anteil der Teilzeitbeschäftigten bei rund 21 Prozent. In Deutschland besteht darüber hinaus die Möglichkeit, die gesetzliche Elternzeit um ein Jahr zu verlängern oder für die Betreuung eines pflegebedürftigen Familienmitglieds unbezahlten Urlaub zu nehmen.

**Finanzielle Unterstützungsleistungen.** Bei Eheschließung, der Geburt eines Kindes oder zur Kinderbetreuung können finanzielle Zuschüsse gewährt werden. Auch während der Elternzeit können freiwillige soziale Leistungen (z. B. Belegschaftsaktien, Urlaubsvergünstigungen) in Anspruch genommen werden.

**Betriebliche Kinderbetreuung.** Die betriebseigene Kinderkrippe in Hannover ist ein gutes Angebot, um Kinder und Beruf miteinander zu vereinbaren. Die Little World of TUI bietet Platz für 15 Kinder im Alter von 1 bis 3 Jahren. Die Kinder werden von drei staatlich geprüften Erzieherinnen nach der Reggio-Pädagogik betreut; geöffnet ist die TUI Krippe von 8.00 Uhr bis 17.00 Uhr.



Little World of TUI

Darüber hinaus wurde eine deutschlandweite TUI Kinderbetreuungsborse ins Leben gerufen. Mitarbeiter können über diese Intranet-Datenbank Kinderbetreuungs-wünsche als Gesuch eingeben, um Mitarbeiter mit einem Kinderbetreuungsangebot zu finden (z. B. Mütter in Elternzeit, die zusätzlich zu dem eigenen ein weiteres Kind betreuen möchten, Mitarbeiter in Altersteilzeit, die sich sozial engagieren wollen oder Mitarbeiterkinder im Teenageralter, die als Babysitter tätig werden möchten).

**Enger Kontakt auch in der Elternzeit.** Während der Schwangerschaft und sechs Monate vor Ablauf der Elternzeit gibt es in einem persönlichen Gespräch die Möglichkeit, alle Fragen rund um den Wiedereinstieg zu klären. Während der Elternzeit wird die Teilnahme an Fortbildungen ebenso angeboten wie die Nutzung der unternehmenseigenen Informationsquellen Intranet und TUI Times (Zeitung für Mitarbeiter). Darüber hinaus werden Beschäftigte in Elternzeit durch Angebote von Vertretungstätigkeiten ins aktuelle Geschehen eingebunden. Bewerbungen von Angestellten, die aufgrund der Kinderbetreuung nach der Elternzeit nicht an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind, erhalten anschließend bei gleicher Qualifikation den Vorrang vor externen Bewerbungen.

# Diversity und Schwerbehinderte

## Vielfalt und Verschiedenartigkeit als Chance

Diversity ist ein noch relativ junges Thema mit zunehmender Bedeutung in der europäischen Unternehmenswelt. „Diversity“ bedeutet wörtlich übersetzt „Vielfalt“ oder „Verschiedenartigkeit“. Bei TUI steht dieser Begriff für die Vielfalt unserer Mitarbeiter aus der ganzen Welt. Sie bringen unterschiedliche Ideen, Erfahrungen und Perspektiven in den Konzern ein – und damit ein hohes Innovationspotenzial. Auch unsere Kunden kommen aus den verschiedensten Kulturkreisen. Sie finden durch die internationale Aufstellung unserer Mitarbeiter weltweit Ansprechpartner, die ihre Sprache sprechen und ihnen mit Verständnis begegnen.

## Diversity

„Opening Doors“ ist einer der Markenwerte von TUI. Wir glauben, dass eine gemeinsame Kultur der Offenheit wesentlich für ein Arbeitsklima ist, in dem sich jeder gut aufgehoben fühlt. Wir respektieren Individualität nicht nur, sondern fördern sie ganz bewusst. Dadurch fühlen sich unsere Mitarbeiter geschätzt und motiviert. Wichtige Bausteine bei der Rekrutierung und Entwicklung unserer Mitarbeiter sind darum auch nicht-diskriminierende Auswahlverfahren und entsprechende Systeme zur Leistungsbewertung, verschiedene Ausbildungs- und individuelle Karriereförderungsprogramme sowie ein offenes Ohr für Feedback.

Innerhalb des TUI Konzerns gibt es eine Vielzahl von Programmen und Projekten, die ein lebendiges, freundliches Arbeitsumfeld für alle unsere Mitarbeiter schaffen – unabhängig von Alter, Geschlecht, ethnischer Zugehörigkeit, Religion, Sexualität oder einer Behinderung. Die drei großen Aktivitätsfelder im Bereich Diversity sollen kurz skizziert werden:

**Work-Life-Balance: Leben und Arbeiten im Gleichgewicht.** Als Unternehmensgruppe sind wir in verschiedenen Ländern mit unterschiedlichen gesetzlichen Rahmen tätig. Unseren Markenwert „Going Beyond“ verstehen wir als Auftrag: Wir wollen den Gesetzen immer ein Stück voraus sein, um unsere Mitarbeiter dabei zu unterstützen, Beruf und Familie miteinander zu vereinbaren.

Alle Mitarbeiter begrüßen eine flexible Arbeitszeitgestaltung, um Privatleben und Arbeit in einem gesunden Gleichgewicht zu halten. Diesen Wunsch nehmen wir ernst: Die meisten unserer Tochtergesellschaften bieten Modelle für flexible Arbeitszeiten an, die sich je nach Unternehmen leicht voneinander unterscheiden.



Beispiele auf einen Blick:

- Die TUI AG und die meisten ihrer Tochtergesellschaften bieten flexible Arbeitszeiten, Telearbeit und eine berufliche Wiedereingliederung nach der Elternzeit an. Darüber hinaus wurde die Kinderkrippe „Little World of TUI“ eingerichtet. Die TUI AG bietet zudem Sonderleistungen für externe Kinderbetreuung an.
- TUI Deutschland und die TUI AG bieten die Möglichkeit, die Elternzeit um ein viertes Jahr zu verlängern.
- In Deutschland wurde für die Organisation der täglichen Kinderbetreuung ein spezielles Austauschsystem eingerichtet. Im Intranet können Mitarbeiter Kinderbetreuung anbieten oder suchen.
- TUI Nordic hat eine besondere Einrichtung für Kinder unter sieben Jahren: Ihre Eltern können 75 Prozent der üblichen Arbeitszeit arbeiten. Zudem arbeiten viele Eltern von zu Haus aus.
- Nouvelles Frontières unterstützt Mütter, die aus dem Erziehungsurlaub an den Arbeitsplatz zurückkehren. Auch Väter können einen kurzen Erziehungsurlaub nehmen.
- TUI Hellas hat spezielle Wiedereingliederungsprogramme für die Zeit nach dem Erziehungsurlaub und flexible Arbeitszeiten für alle Mitarbeiter.

**Respekt vor allen Mitarbeitern – ungeachtet ihres Alters.** Menschen, die in der Reisebranche arbeiten, sind im Schnitt relativ jung. Daher schätzen wir einen Mix aus verschiedenen Altersstufen umso mehr. Wir glauben daran, dass junge Mitarbeiter von der Erfahrung der älteren Mitarbeiter lernen können, während die Älteren zugleich von den Ideen der Jungen profitieren.

TUI UK beispielsweise hat detaillierte Regeln für die Verhütung direkter und indirekter Diskriminierung entwickelt. Einer der ersten Schritte war die textliche Abänderung von Stellenanzeigen, Stellenbezeichnungen und Bewerbungsformularen, in denen nicht mehr nach dem Geburtsdatum gefragt wird, sofern es keinen besonderen Grund dafür gibt.

Weitere Beispiele:

- Die TUI AG hat das Mentoring als spezifisches Personalentwicklungsinstrument eingeführt, bei dem erfahrene (in der Regel ältere) Mitarbeiter ihr Wissen an weniger erfahrene Kollegen weitergeben.
- Bei der TUI Service AG ist die richtige Mischung aus jungen und erfahrenen Mitarbeitern wesentlich, damit unseren Gästen ein ausgezeichneter Service geboten werden kann. Alle Reiseleiterteams in den Urlaubsgebieten setzen sich daher aus jungen und erfahreneren Mitgliedern zusammen.



**Menschen mit Behinderungen – wir bieten Chancen.** Die TUI Unternehmen fühlen sich in der Verantwortung, Menschen mit Behinderungen einzustellen, auszubilden und zu integrieren. Qualifizierte Bewerber werden ausdrücklich aufgefordert, sich ungeachtet ihrer Behinderung auf freie Stellen zu bewerben. Dadurch konnten in den vergangenen Jahren mehr Menschen mit Behinderungen eingestellt werden. In Deutschland bekommen beeinträchtigte Mitarbeiter zusätzliche Unterstützung durch einen speziellen Beauftragten, der in persönlichen Gesprächen, beim Ausfüllen von Antragsformularen für einen Behindertenausweis und beim Einholen von Fachliteratur Hilfe leistet.

Gerade auch junge Menschen mit Behinderungen sollen sich für Praktika und Ausbildungen bei TUI bewerben. Zusätzlich haben beispielsweise im Jahr 2005 auch behinderte Jugendliche an Praktikumsprojekten in den Niederlanden und in Deutschland teilgenommen.

- **Schwerbehinderte Mitarbeiter bei TUI.** Bereits heute sind bei der TUI Menschen mit Handicap tätig. In deutschen Konzerngesellschaften arbeiten zurzeit 220 Mitarbeiter mit einer schweren Behinderung. Zusätzlich nutzt der Konzern intensiv das Angebot, Dienstleistungen bzw. Waren von Behindertenwerkstätten zu beziehen.

TUI möchte die Integration von Menschen mit Behinderung im Konzern ständig weiter verbessern. In diesem Zusammenhang sind Bewerbungen von interessierten und qualifizierten Menschen mit Behinderung ausdrücklich erwünscht. Jede neu zu besetzende Stelle wird dahingehend überprüft, ob diese Tätigkeit von einem entsprechend qualifizierten schwerbehinderten Mitarbeiter erbracht werden kann. In diesem Fall wird in Stellenanzeigen der Passus „Wir ermuntern Menschen mit Behinderung, sich zu bewerben“ hinzugefügt. Gleichzeitig wird die Zusammenarbeit mit Behindertenwerkstätten kontinuierlich ausgedehnt, um Arbeitsplätze für Menschen zu sichern, die in der freien Wirtschaft keine Möglichkeit fänden, sich einzubringen. Deshalb werden bei TUI laufend Arbeitsabläufe hinterfragt, inwieweit Behindertenwerkstätten eingesetzt werden könnten.

- **Auszubildende mit Behinderung.** Junge Leute mit Behinderung werden ausdrücklich ermutigt, sich bei der World of TUI um einen Ausbildungsplatz zu bewerben. Voraussetzung ist natürlich die notwendige Qualifikation. Erwartet werden Einsatzbereitschaft, Motivation und ein guter Schulabschluss, vor allem mit Zugang zu den Fächern: Deutsch, Englisch, Mathe und EDV sowie Interesse an allem, was mit dem Thema Reisen zu tun hat. Einsatzorte sind je nach Gesellschaft Hannover oder Reisebüros in ganz Deutschland. Wir bieten die Möglichkeit einer Ausbildung zur/zum Reiseverkehrskauffrau/-mann, Bürokauffrau/-mann, Bachelor of Arts (B. A.)

*Im Rahmen des TUI Gesundheitsprogramms profitieren sowohl die Mitarbeiter als auch die Patenschaften der TUI. Dies sind von den Gesellschaften unterstützte Aktionen der Mitarbeiter für einen wohlthätigen Zweck. Sie sind damit Ausdruck der Identifikation mit sozial benachteiligten und bedürftigen Menschen.*



## Laufend die TUI Patenschaft unterstützen!

Der TUI Lauf- und Walking Pass 2007 ist da! Laufen Sie los! Entscheidend ist das rund um gesunde Laufen oder Walken; die Distanz, die Platzierung oder die erreichte Zeit sind nicht relevant. Sobald Sie genügend Punkte gesammelt haben, sind Sie zur Teilnahme an der Verlosung mit vielen attraktiven Preisen berechtigt. Wie Sie teilnehmen können, wie Sie dabei die Patenschaft unterstützen und weitere Informationen, entnehmen Sie bitte dem TIP unter Benefit/Gesundheit/ Lauf- und Walking Pass. Für Fragen und Anregungen stehen [sabine.pascoletti@robinson.de](mailto:sabine.pascoletti@robinson.de) oder [olaf.friedrichs@tui.de](mailto:olaf.friedrichs@tui.de) gerne zur Verfügung.

1. Preis "Run with the sun", TUI Marathon Palma de Mallorca 2008 für 2 Personen (Flug, Hotel, Startgebühr)
  2. Preis "Laufen beschert Höhenflüge", TUIfly.com, Hin- und Rückflug in eine europäische Metropole für 2 Personen
  3. Preis "Fernab der Hektik", 5 Tage im ROBINSON Club Ampflwang für 2 Personen
  4. Preis "Laufen und Wellness am Fleesensee" Wochenende im Dorfhofel Fleesensee für eine Person
  5. Preis "Laufen an der Alster und Wellness in Hamburg" Wochenende in einem \*\*\*\*Hotel in Hamburg für 2 Personen
- ... und weitere attraktive Sachpreise





# Gesellschaftliches Engagement

Stiftungen

Unternehmensstandorte

Destinationen

Globale Projekte

Einsatz für Menschenrechte



# Verantwortung für die Gesellschaft

ist für die TUI eine wichtige Leitlinie unternehmerischen Handelns – dies gilt sowohl bei strategischen Überlegungen als auch im Tagesgeschäft. Damit knüpft TUI unmittelbar an das traditionelle Selbstverständnis als „Corporate Citizen“ an und trägt sowohl an den Unternehmensstandorten als auch in den touristischen Destinationen zu wirtschaftlicher Entwicklung und zur Verbesserung der Lebensqualität bei. Dabei stellt das gesellschaftliche Engagement für uns keine äußere Verpflichtung dar, sondern ist seit vielen Jahren integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit der TUI.

Felder unseres gesellschaftlichen Engagements:

- Kinder und Jugendliche
- Bildung und Wissenschaft
- Kunst und Kultur
- Sport

# Stiftungen

## Lokales Engagement

Die Einrichtung von Unternehmensstiftungen an den Standorten unserer Gesellschaften ist Ausdruck unseres lokalen Engagements im unmittelbaren Umfeld. Die Stiftungen der TUI stellen die klassische Form unseres bürgerschaftlichen Engagements dar.

### TUI Stiftung

Die TUI Stiftung wurde aus Anlass des 75-jährigen Firmenjubiläums der Preussag AG im Jahre 1998 gegründet und 2005 in TUI Stiftung umbenannt. Sie ist eine gemeinnützige Stiftung privaten Rechts mit Sitz in Hannover und fördert die Bildung und Ausbildung von Kindern und Jugendlichen, Wissenschaft und Forschung sowie Kunst und Kultur. Das Stiftungskapital beträgt rund 11,4 Millionen Euro. Die Fördermittel stammen aus der Anlage dieses Vermögens. Der regionale Schwerpunkt der Stiftungsarbeit liegt in Niedersachsen ([www.tui-stiftung.de](http://www.tui-stiftung.de)).

Im Jahr 2006 hat die TUI Stiftung 22 Projekte mit einer Gesamtsumme von 335 000 Euro gefördert. Der Schwerpunkt lag dabei auf Qualifizierungsmaßnahmen für arbeitslose Jugendliche sowie auf verschiedensten Projekten an Schulen (z. B. Ausstattung naturwissenschaftlicher Räume, Musikklassen und Projektwochen).

### Wissenschaft und Forschung

**Ausgewählte Projekte.** Bereits seit 2005 wird die Förderung der wissenschaftlichen Begleitforschung des Projektes „**Prävention durch frühe Förderung**“ des Kriminologischen Forschungsinstituts Niedersachsen (KFN) unterstützt. Dieses Modellvorhaben erprobt in Deutschland erstmals neue Wege der Frühförderung von Kindern aus Höchst-Risiko-Familien. Ziel ist es, jungen Familien in schwierigsten Verhältnissen, umfassende Hilfe anzubieten. Hierzu gehört die Betreuung bereits während der Schwangerschaft und die fortlaufende Information und Hilfestellung in den ersten Lebensjahren des Kindes. Mit der auf sechs Jahre angelegten Begleitforschung sollen erstmals in Deutschland wissenschaftlich gesicherte Erkenntnisse über die Wirkung und den Nutzen der eingesetzten Fördermaßnahmen gewonnen werden.

Bereits zum 18. Mal wurde in 2006 der mit 20 000 Euro dotierte **Rudolf-Schoen-Preis** für junge Ärzte und Nachwuchswissenschaftler der Medizinischen Hochschule Hannover (MHH) vergeben. Ausgezeichnet werden die Wissenschaftler für ihre herausragenden, in einer wissenschaftlichen Zeitschrift veröffentlichten, Untersuchungen aus der klinischen Forschung.

### Schulprojekte

Die TUI Stiftung engagiert sich im **Projekt START** der gemeinnützigen Hertie-Stiftung in Kooperation mit dem Kultusministerium Niedersachsen. Zum Schuljahr 2006/2007 werden 20 Stipendien an leistungsstarke und gesellschaftlich engagierte Schülerinnen und Schüler mit Migrationshintergrund vergeben: Auf ihrem Weg zu einem qualifizierten Schulabschluss erhalten sie einen PC mit Internetzugang, monatlich 100 Euro Bildungsgeld sowie kostenlose Beratungsangebote und Bildungsseminare. START will eine Zunahme von höheren Bildungsabschlüssen bei Zuwandererkindern erreichen und ihnen gute Wege in Bildung und Ausbildung ermöglichen.

Auf lokaler Ebene werden in einem weiteren Projekt Maßnahmen zur Integration von Zuwandererfamilien erprobt. Ziel des Projektes „**Elternabend**“ der Integrierten Gesamtschule Linden (IGS) ist es, mittels speziell moderierten Elternabenden in der Muttersprache der Zuwanderer, den Zugang zum Schulleben ihrer Kinder zu erleichtern.

„**Coole Schule**“ ist ein Projekt der Carl-Stahmer-Hauptschule in Georgsmarienhütte. Die Schule hat eine Schülergenossenschaft mit Aufsichtsrat, Geschäftsführung und Management gegründet, die Teile des Schülerlebens organisiert. Hierzu gehören zum Beispiel das Betreiben der Cafeteria, aber auch die Produktion und die Vermarktung von rund 3 000 l Apfelsaft pro Jahr. Die Äpfel hierfür ernten die Schüler in Eigenregie auf einer kostenlos zur Verfügung gestellten Streuobstwiese ab.

#### Qualifizierungsmaßnahmen

Mit der Beteiligung an der **Ausbildungsoffensive 2006** setzen die TUI Stiftung und der „Paritätischer Niedersachsen“ (Spitzenverband der freien Wohlfahrtspflege in Niedersachsen) erneut ein Zeichen. Bereits zum dritten Mal erhalten Jugendliche, die aus den verschiedensten Gründen geringe Chancen auf dem Ausbildungsmarkt haben, Ausbildungsplätze bei Mitgliedsorganisationen des Paritätischen. Die Hälfte der hierfür anfallenden Kosten wird von der Stiftung getragen. Im Rahmen der Ausbildungsoffensive werden zusätzliche Ausbildungsplätze geschaffen, die sonst nicht zur Verfügung stehen würden.

#### Kulturförderung

Neben der Förderung z. B. des Kinderforums im Sprengel Museum Hannover beteiligt sich die TUI Stiftung im Jahr 2007 an der Neugründung des Jugendtheaters „Junges Schauspiel Hannover“ am Schauspiel Hannover. Konkret fördert die Stiftung hier das Theaterprojekt „Gegen Gewalt“. Im Rahmen dieses Projektes werden u. a. Schüler von Haupt-, Real und Gesamtschulen ein Theaterstück zum Thema Gewalt erarbeiten.

#### Hapag-Lloyd Stiftung

Die Hapag-Lloyd Stiftung wurde 1997 anlässlich des 150-jährigen Jubiläums von Hapag-Lloyd mit dem Ziel gegründet, sich in den Bereichen Kultur, Wissenschaft und Soziales am Unternehmensstandort Hamburg zu engagieren. Die Stiftung verfügt über ein Stammkapital von 5,12 Millionen Euro. Aus den Erträgen werden die unten genannten Maßnahmen unterstützt.

Die Förder- und Stiftungsaktivitäten von Hapag-Lloyd sind von Kontinuität geprägt, so dass die Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnern seit Jahren unvermindert fortgeführt wird. Dabei spielt die Nachwuchs- und Talentförderung eine wesentliche Rolle. Im Jahre 2005 erhielt Hapag-Lloyd den begehrten „KulturMerkur“, eine Auszeichnung für unternehmerische Kulturförderung, die die Handelskammer Hamburg gemeinsam mit der Hamburgischen Kulturstiftung verleiht.

*Junges Schauspielhaus*

**Einige Förderprojekte im Einzelnen.** Das jüngste „Förderkind“ der Stiftung, hat sich innerhalb kurzer Zeit einen exzellenten Ruf erarbeitet. Die Stiftung unterstützt die aufstrebende Sparte des Deutschen Schauspielhauses als Hauptförderer. Hapag-Lloyd demonstriert mit diesem Engagement, dass das Unternehmen den Dialog mit künftigen Generationen nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern auch in der Gesellschaft sucht und führt.

*St. Pauli Theater*

Das St. Pauli Theater stellt einen weiteren bedeutenden Kooperationspartner dar. Die Stiftung hat dem Traditionshaus entscheidende Mittel und vor allem Planungssicherheit verschafft. Die Bühne hat sich in der Riege der produzierenden Spielstätten fest verankert auf hohem künstlerischem Niveau und mit erstklassigen Schauspielern.

*Junges Forum Musiktheater*

Hamburgs Opernhaus für den Nachwuchs heißt Junges Forum Musiktheater. Junge Sänger, Regisseure, Bühnen- und Kostümbildner, Dirigenten, Dramaturgen, Orchestermusiker und Schauspieler entdecken, betreut von den Dozenten der jeweiligen Fachrichtungen, die Aussagekraft der alten und dennoch immer wieder neuen Opernstoffe. Die Verbindung zum Jungen Forum Musiktheater geschieht im Sinne der Nachwuchs- und Talentförderung.

*Bewahrung historischer Werte*

Das Restaurierungspraktikum der Hamburger Museen erlaubt es Berufsinteressierten, sich auf das Studium gründlich vorzubereiten. Dieses Modell erhält Bewerbungen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum und wird von vielen Hochschulen empfohlen. Hapag-Lloyd fördert dieses wichtige Projekt, mit dem historische Werte bewahrt und gepflegt werden.

*Hamburg Ballett*

Die Hapag-Lloyd Stiftung vergibt jährlich Förderpreise an die Schüler der von John Neumeier geleiteten Ballettschule Hamburg Ballett. Sie würdigt damit herausragende Leistungen junger Tänzer, die eines Tages vielleicht in die Fußstapfen ihres großen Vorbildes treten.

*Patenschaften in China*

Die Hapag-Lloyd Stiftung fördert Plan International durch die Übernahme von Patenschaften in China und bezieht in dieses Engagement die Mitarbeiter im Hapag-Lloyd-Konzern erfolgreich ein. Mit den monatlichen Beiträgen, die die Paten entrichten, finanziert Plan in den Dörfern der Kinder wertvolle Gemeinschaftsprojekte wie Schulen, Brunnen und Hospitäler.



# Lokales Engagement an den Unternehmensstandorten

Das Engagement unserer Gesellschaften an den jeweiligen Standorten ist im Wesentlichen geprägt von der Unterstützung wohltätiger und gemeinnütziger Organisationen und der Unterstützung bedürftiger Kinder und Jugendlicher.

## Patenschaften

Die Patenschaften der TUI sind von den Gesellschaften unterstützte Aktionen der Mitarbeiter für einen wohltätigen Zweck und somit Ausdruck der Identifikation der Belegschaft mit sozial benachteiligten und bedürftigen Menschen.

Bereits seit über zehn Jahren sammeln die Mitarbeiter der Gesellschaften am Standort Hannover für gemeinnützige Zwecke. Jedes Jahr wird ein wohltätiges Patenschaftsprojekt von den Mitarbeitern ausgewählt und unterstützt. Ein Jahr lang wird bei verschiedensten Verkaufsveranstaltungen oder sonstigen Aktionen Geld gesammelt. Auch Vorstand und Geschäftsführung stehen voll hinter der Patenschaft und rundet stets die gesammelten Beträge großzügig auf. So sind hier bislang über 280 000 Euro für direkte Hilfe am Standort zusammengekommen. Die bisher unterstützten Projekte reichen von Lebenshilfe-Gruppen über Tagesheimschulen für psychisch und physisch bedürftige Kinder und Wohnräume für obdachlose Jugendliche bis zur finanziellen und seelischen Hilfe für krebskranke Kinder und ihre Familien. Im Jahr 2007 haben sich die Mitarbeiter in Hannover erstmals für eine Verlängerung des Engagements für ein weiteres Jahr entschieden.



### Patenschaft Hannover 2006/2007 – Hilfe-für-Hungernde-Kinder e.V.

*Die Initiative versorgt rund 600 Kinder und Jugendliche in hannoverschen Schulen und anderen Einrichtungen regelmäßig mit Pausenbrotten und Mittagessen. Geholfen wird diskret; die Kinder, die meist aus schwierigen familiären Verhältnissen kommen, sollen nicht ihr Gesicht verlieren.*

Auch in Großbritannien hat die Patenschaft der Mitarbeiter von TUI UK eine lange Tradition. Seit 3 Jahren unterstützen die Mitarbeiter die staatliche Stiftung Macmillan Cancer Care, die krebskranken Menschen und ihren Angehörigen das Leben erleichtert. Die Mitarbeiter haben es sich zum Ziel gesetzt, insgesamt 500 000 Pfund durch verschiedenste Aktionen für diese Organisation zu sammeln. Mit dem Geld werden sechs Macmillan Krankenschwestern finanziert.

## Good Citizen vor Ort

Das Engagement der TUI in den Quellmärkten ist genauso vielfältig wie die Gesellschaften der Gruppe. Soziale Verantwortung überall dort zu leben, wo wir tätig sind, ist Teil unserer Unternehmenskultur.

## Deutschland

Das Standortbekenntnis der TUI AG zum Sitz der Zentrale in Niedersachsen findet seinen Ausdruck in mehreren Aktivitäten, so z. B. in der Unterstützung des Landesjubiläums „60 Jahre Niedersachsen“ in 2006. Die TUI hat hierbei den Internetauftritt [www.60-jahre-niedersachsen.de](http://www.60-jahre-niedersachsen.de), Herzstück und Informationsbasis aller Aktivitäten, gesponsert.

Die Namensgebung für die TUI Arena als Mittelpunkt für Kultur- und Sportevents in Hannover, das Sponsorship des Fußball Bundesligisten Hannover 96, des Eishockeyvereins Hannover Scorpions und des jährlich stattfindenden TUI Halbmarathon sind Bekenntnisse zur Stärkung und Steigerung der Attraktivität der Stadt und Region Hannover.

Im Rahmen ihrer internationalen Ausbildung sind unsere Trainees dazu verpflichtet, einen Sozialen Tag in Kooperation mit einer gemeinnützigen Einrichtung zu absolvieren. Dies soll die soziale Kompetenz der zukünftigen Führungskräfte stärken und den Grundgedanken gesellschaftlichen Engagements transportieren.

Seit vielen Jahren hat die Zusammenarbeit der TUI mit Behindertenwerkstätten in Deutschland Tradition. So werden beispielsweise das Catering der TUI-eigenen Kinderkrippe, die Produktion hochwertiger Kofferanhänger, die Durchführung der Aktenvernichtung und Teile der Textilpflege an Behindertenwerkstätten vergeben.

#### Frankreich

Auch im Ausland sind die Gesellschaften der TUI zum Wohl der Allgemeinheit in den jeweiligen Quellmärkten engagiert. So unterstützt beispielsweise der französische Reiseveranstalter Nouvelles Frontières die Städtepartnerschaft zwischen Montreuil (Frankreich) und Agadir (Marokko).

#### Skandinavien



[www.travelkids.se](http://www.travelkids.se)

Der schwedische Veranstalter Fritidsresor hat die Website [www.travelkids.se](http://www.travelkids.se) im Juni 2006 ins Leben gerufen. Auf dieser Seite können Kinder wichtige Begriffe aus Geographie und Tourismus lernen, sowie in verschiedenen Wissensspielen attraktive Preise gewinnen.

Darüber hinaus kooperiert die Skandinavische Airline TUIfly Nordic mit gemeinnützigen Organisationen in Schweden und Norwegen.

In Großbritannien unterstützen die Gesellschaften Thomson und Thomsonfly vielfältige wohltätige Organisationen und Projekte. So z.B. die Initiative „Help a Hallam Child“, die benachteiligte Kinder und Jugendliche in der Region um Yorkshire und den North Midlands unterstützt. Bereits seit drei Jahren kooperiert Thomson mit der britischen Organisation „Great Ormond Street Hospital Children’s Charity“ (GOSHCC), um schwer kranken Kindern Erholung und ein paar heitere Momente zu beschern. Sechs Kinder und ihre Angehörigen wurden 2006 nach Mallorca zur Premiere der Show „Pirates Adventure“ geflogen. Thomsonfly hat sich für die Portfield School in Bournemouth, eine Schule für autistische Kinder, engagiert. Im November 2006 hat TUI UK das auf die Organisation von wohltätigen Veranstaltungen spezialisierte Unternehmen „Tall Stories“ erworben. Tall Stories organisiert sportliche Wettbewerbe in ganz Europa zugunsten gemeinnütziger Zwecke und Initiativen in Großbritannien.

#### Großbritannien

Ein ungewöhnliches Engagement verfolgt das Thomsonfly Training Centre (TTC) am East Midlands Airport in Großbritannien. Alte Prüfungsunterlagen werden geschreddert und entklammert und an den Twycross Zoo geliefert, der damit im Winter bequeme und warme Bettenlager für seine Tiere, allen voran für die Affen, anlegt. Die unkonventionelle „Einstreu“ hilft dem Zoo bei der Reduzierung seiner laufenden Kosten.

Die Unterstützung von Sportvereinen an den Unternehmensstandorten wie z. B. Coventry Blaze Ice Hockey Club and Tottenham Hotspur (bis 2006) sowie das Hauptsponsorship für den Godiva Award, der für herausragenden Service und Unterhaltungsangebote in Coventry und Warwickshire verliehen wird, runden das lokale Engagement in Großbritannien ab.

#### Wissenschaftliche Kooperationen, Förderung von Aus- und Weiterbildung

Die Förderung von Innovationen im Tourismus-Sektor und der enge Austausch mit Hochschulen und Wissenschaft ist TUI ein besonderes Anliegen.

#### TUI Campus



2. TUI Campus Symposium Diskussionsrunde: Dr. W. Isenberg, K. Hildebrandt, Prof. Dr. M. Lohmann, Dr. M. Putschögl, O. Leisse, Dr. T. Petermann und K. Burmeister

So wurde im Jahr 2006 TUI Campus, eine wissenschaftliche Netzwerkinitiative, gegründet. Auf dieser Informationsplattform, die zweimal im Jahr in Form von Symposien stattfindet, begegnen sich Wissenschaftler und Praktiker zu tourismus- und kommunikationswissenschaftlichen Themen ([www.tui-campus.de](http://www.tui-campus.de)). Mit TUI Campus will der Konzern einen regelmäßigen Dialog zwischen Wirtschaft und Wissenschaft fördern, um auch von renommierten Institutionen außerhalb der Touristikindustrie Impulse für die Entwicklung des eigenen Geschäftes zu gewinnen. Themen der bisherigen Symposien waren: „Was Urlauber glücklich macht“, „Reiseformen der Zukunft“ und „Die Zukunft der Marke“.

**TUI Zukunftsrat.** Der Zukunftsrat der TUI visioniert Reise- und Produktrends der nächsten 20 Jahre. Er gibt Antworten auf Fragen wie zum Beispiel: Was können wir heute schon tun? Wie sind die Anforderungen an Reiseformen und Produkte der Zukunft? Welchen Einfluss hat der demografische Wandel auf die Tourismusindustrie? Er gibt aber auch Anregungen für zukünftige Strategien und Geschäftsfelder.

Dem in 2007 gebildeten TUI Zukunftsrat gehören Klaus Burmeister, Gründer von Z\_punkt – The Foresight Company, Essen, Oliver Leisse, Geschäftsführer des Hamburger Markt- und Trendforschungsinstituts EARS and EYES sowie Prof. Dr. Bernd Schubert, Leiter des Instituts für Sensorikforschung und Innovationsberatung in Göttingen, an.

#### Hochschulkooperationen

Vielfältige Hochschulkooperationen, Wissenschaftspreise und Angebote rund um die Aus- und Weiterbildung von Schülern und Jugendlichen runden das Engagement der TUI ab. Beispielhaft werden einige Aktivitäten vorgestellt:

ROBINSON kooperiert mit der Internationalen Fachhochschule in Bad Honnef bei der Unterstützung der Einrichtung eines Demonstrationshotels, bei dem die Studierenden unter realen Bedingungen die Prozesse in der Hotellerie analysieren und gestalten. Ferner vergibt Robinson hier auch Stipendien an qualifizierte Nachwuchskräfte.

**Aus- und Weiterbildung**

Bereits seit sieben Jahren wird an der Hochschule Harz in Wernigerode der TUI Wissenschaftspreis verliehen. Dieser zeichnet herausragende Diplomarbeiten von Absolventen aus, die durch die Verknüpfung wissenschaftlicher Expertise und unternehmerischer Praxis Beiträge zu Innovationen im Tourismus-Sektor leisten.

Gemeinsam mit der Otto-Gruppe hat Hapag-Lloyd bereits im Jahr 2000 das Hamburger-Hauptschul-Modell gegründet. Das Projekt basiert auf einer gemeinsamen Beratung und Begleitung von Hauptschülern durch Lehrer, Berufsberater und Personalmanagern aus Unternehmen. Seit Bestehen der Initiative ist die Vermittlungsquote von Hauptschülern in ungeforderte betriebliche Ausbildung verdoppelt worden. Dieses herausragende Engagement wurde daher auch im Jahr 2005 mit dem begehrten Carl-Bertelsmann-Preis ausgezeichnet.



**Bremer Schüler informieren sich in der TUI Zentrale über das Umweltengagement der TUI**

Seit 2004 unterstützen TUI AG und TUI Stiftung das Projekt „Zeitung in der Schule“ des IZOP – Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren. Unter dem Motto „Reisen bildet“ recherchierten Schulklassen in verschiedenen Konzerngesellschaften oder einzelnen Abteilungen touristische Themen. Nach dem Recherchetermin vor Ort wurden die gesammelten Informationen journalistisch aufbereitet und erschienen dann als eigener redaktioneller Beitrag in den regionalen Tageszeitungen, die im Rahmen des Projektes mit dem IZOP kooperieren.

TUI Nederland unterstützt die Initiative ENIP (En Nu lets Positiefs), die junge Marokkaner in Amsterdam unterstützt, um deren Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu verbessern. TUI Nederland stellt hierfür vier Ausbildungsplätze – zwei für männliche, zwei für weibliche Bewerber – zur Verfügung. Die jungen Menschen erhalten zudem eine Übernahmegarantie, u. a. bei der Fluggesellschaft Arkefly oder der Reisebüro-kette Arke.

# Engagement in den Destinationen

**Unser Unternehmen ist geprägt von Globalität und kultureller Vielfalt. Mitarbeiter, Kunden und Partner bilden zusammen ein einzigartiges Netzwerk. Es zeichnet sich aus durch Wissensaustausch, interkulturelle Zusammenarbeit und individuelle Entwicklungsmöglichkeiten. Als Global Player und Local Citizen stehen wir in intensivem gesellschaftlichem Dialog. So gewinnen wir Anregungen und Einsichten, wir wecken Verständnis und schaffen Vertrauen.**



**TUI Dorf Yayawatta – Hilfe, die ankommt!**  
(Mit Plan International)

## Konzernweite Unterstützung nach dem Tsunami

Nach der verheerenden Tsunami-Katastrophe im Dezember 2004 hat die TUI ein umfassendes und nachhaltiges Hilfsprogramm zur Unterstützung der besonders betroffenen Regionen gestartet. Insgesamt wurden von der TUI AG rund 1,25 Millionen Euro zur Verfügung gestellt; hinzu kamen noch vielfältige Aktivitäten und Spenden von Konzerngesellschaften. Die verschiedenen Projekte umfassen neben der Errichtung von Unterkünften, Schulen und Krankenstationen auch die Unterstützung von Fischern und Bauern in Form von Kleinkrediten und Sachgütern sowie die medizinische Schulung von Krankenpersonal und vieles mehr.

## Dorf-Projekte in Sri Lanka – ein neues Zuhause für über 380 Familien

- Dorfpatschaft für Yayawatta mit Plan International
- Fishermen's village in Negombo mit dem DRV und der Roman Catholic Church
- Kumpurupiddy (Trincomalee) und Katuwila Village (Ahungalla) mit Aitken Spence Travel
- Kathaluwa (Koggala) and Boussa (Galle) über Nouvelles Frontières



Im Mittelpunkt der Hilfe steht immer noch der Aufbau des Dorfes Yayawatta im Distrikt Tangalle an der Südküste Sri Lankas. Dieses eigenständige Hilfsprojekt wird in Kooperation mit der Hilfsorganisation „Plan International Deutschland e.V.“ realisiert. TUI übernimmt damit die Patenschaft für eine Gemeinde und stellt die finanziellen Mittel für den Aufbau zur Verfügung. Darüber hinaus sind bislang über 140 000 Euro zusätzlich bei Tochtergesellschaften und Kunden gesammelt worden. Die „Hilfe zur Selbsthilfe“ endet im Dezember 2007; bis dahin sollen sich die Bewohner eine neue Existenz aufgebaut haben.



Von Anfang an waren die zukünftigen Bewohner in die Dorfplanungen einbezogen. Insbesondere die Kinder wurden in Workshops immer wieder aufgefordert ihr Traumhaus und ihr Traumdorf zu malen. Im Rahmen mehrerer Besichtigungstermine wurden den Dorfbewohnern der Baufortschritt erläutert und die weitere Vorgehensweise und Gestaltung diskutiert.

Errichtet wurden 200 Häuser in denen rund 1 000 Menschen ein neues Zuhause gefunden haben, ein Kindergarten mit Vorschule, ein Gemeindezentrum und, im Zentrum des Dorfes, ein Spielplatz. Im Kindergarten werden rund 600 Kinder auch aus Nachbargemeinden betreut. Dies gewährleistet schon frühzeitig eine Einbindung des neuen Dorfes in die Region. Bis zum Ende des Projektes im Dezember 2007 werden von Plan International noch umfangreiche Maßnahmen zur Bildung einer funktionierenden Dorfgemeinschaft unternommen.

Weitere Projekte wurden von den Konzerngesellschaften der TUI unterstützt. So haben die Mitarbeiter und die Geschäftsleitung von TUI Nederland 32 746 Euro für die niederländische Asien-Aktion von Giro 555 zusammengetragen. Weitere 25 000 Euro wurden an die Kinderhilfsorganisation Terre des Hommes zur Unterstützung des geplanten Baus der 'Weerawila Hotel School' an der Südküste von Sri Lanka gespendet.



Diese Hotelschule ermöglicht es den betroffenen Inselbewohnern – darunter vor allem junge Fischer – ein neues Arbeitsleben zu beginnen. Die französische TUI Tochter Nouvelles Frontières hat die Organisation „Reconstruire et Vivre“ unterstützt. Von jeder Buchung eines vorher festgelegten Zeitraumes im Januar 2005 wurden 5 Euro an die Organisation gespendet. Mit der stolzen Gesamtsumme von 150 000 Euro wurden in zwei Dörfern jeweils 40 Häuser und ein Kindergarten errichtet sowie zwei Fischerboote angeschafft.

Aber nicht nur in Sri Lanka engagiert sich die TUI für die Opfer des Tsunami. Im besonders betroffenen Kao Lak in Thailand hat TUI Nordic ein Jahr lang Bücher und Lernmaterialien für die Takuapa Senanuku School zur Verfügung gestellt. An dieser Einrichtung studieren rund 400 Schüler Tourismus und Wirtschaft.

**Global tätig – global engagiert.** Als Global Player ist es für uns selbstverständlich, dass wir uns mit den Bedürfnissen der Menschen an den Standorten, an denen wir tätig sind, auseinandersetzen. Wir wollen aktiv dazu beitragen, die Lebensqualität der Menschen in unseren Destinationen zu verbessern.

#### Vicente Ferrer

#### Asien

Die Zielgebietsagentur TUI España unterstützt seit vielen Jahren die Stiftung von Vicente Ferrer. Ziel der Stiftung ist es, Anantapur, eine der ärmsten und bedürftigsten Regionen Indiens, mit Hilfe von wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Projekten zur Selbsthilfe zu befähigen. TUI España unterstützt die Stiftung, in dem die Flüge für Delegationen zum Besuch in Anantapur zur Verfügung gestellt werden, die Patenschaftsübernahmen für Kinder im Namen spanischer Familien organisiert und über den Arbeitsfortschritt der Organisation berichtet wird.

#### Weltmeisterliche Versteigerung

[www.fundacionvicenteferrer.org](http://www.fundacionvicenteferrer.org)

Auf den Containerschiffen der Hapag-Lloyd reisten sechs original WM Bälle um die Welt, wurden dabei signiert und anschließend unter den Hapag-Lloyd Mitarbeitern versteigert. Der Erlös von 1 658 Euro wurde vom Vorstand des Unternehmens verdoppelt und wird über das Kinderhilfswerk Plan International zur Anschaffung von Tischen, Stühlen, Tafeln und Computern für die Guan Zhuang Center Primary School in Jiao Jia, China verwendet.

#### Durchblick für Sri Lanka

Bei der zentralen Gepäckermittlung der TUIfly bleiben regelmäßig Brillen liegen, die nicht abgeholt werden. Diese werden von den Mitarbeitern gesammelt, mehrmals im Jahr nach Sri Lanka geflogen und dort in Kooperation mit dem lokalen Lions Club an Bedürftige verteilt. Bisher konnten so 600 Brillen an ihre neuen Besitzer angepasst werden.

**Kampf gegen die Armut****Mittel-/Südamerika**

TUI Nederland hat in Kooperation mit der niederländischen Hilfsorganisation Cordaid den Kampf gegen die Armut in der Dominikanischen Republik aufgenommen. In dem gemeinsamen Selbsthilfe Projekt zur Stärkung der lokalen „Handycraft Produktion“ sollen die Einkommen der ansässigen Bevölkerung verbessert werden. Ziel des Projektes ist es, die Produktion und den Absatzes lokaler Erzeugnisse zur allgemeinen Verbesserung der Einkommens – und Arbeitsmarktsituation zu steigern. Die Vermarktungsaktivitäten werden durch Information der Gäste, Zugang zu den Verkaufsbereichen der Hotels und die Integration in angebotene Ausflugsprogramme unterstützt. Zur Stärkung der lokalen Produktion werden entsprechende Schulungsmaßnahmen durchgeführt und eine koordinierte Organisation der Produzenten angestrebt, um gleichbleibende Qualitäten in entsprechenden Quantitäten liefern zu können und damit Wettbewerbsfähigkeit zur derzeit weitverbreiteten Ware aus Fernost herzustellen.

**Internet für Alle**

Ebenfalls in der Dominikanischen Republik unterstützt die vor Ort tätige Zielgebiet-sagentur TUI Dominicana die Errichtung einer Internet Bibliothek in Puerto Plata. In Kooperation mit der lokalen Hilfsorganisation Fundation Patria werden hier Schulungsräume für Kinder und Erwachsene gebaut und entsprechend eingerichtet. Dies ermöglicht einem breiten Teil der ortsansässigen Bevölkerung einen PC – bzw. Internetzugang. Finanziert wird dieses Projekt durch Ausflüge der Gäste, von denen jeweils 1 US-Dollar in das Projekt fließt. Ferner wurde eine Ausflugsroute dahingehend verändert, dass ein kurzer Stopp mit Besichtigung der Räumlichkeiten eingelegt wird. Somit lernen einerseits die Gäste das Hilfsprojekt kennen, das sie mit ihrem Ausflug unterstützen und andererseits wird den Bewohnern von Puerto Plata eine aktive und dauerhafte Unterstützung vor Augen geführt, von der die Bevölkerung langfristig profitiert.

**DREAM**

Wo Träume wahr werden: Das **D**ominican **R**epublic **E**ducation **A**nd **M**entoring (DREAM) Project wird von Thomson durch vielfältige Aktivitäten direkt im Zielgebiet unterstützt. DREAM ist eine gemeinnützige Organisation, die insbesondere kleinen Schulen in ländlichen Gebieten mit Spenden, Sachmitteln, Mentoren und Schulungsprogrammen für Lehrkräfte eine qualifizierte Ausbildung der Schüler ermöglicht. Darüber hinaus werden bei Bedarf Einrichtungen wie z. B. Bibliotheken, Klassenräume und Sanitäranlagen finanziert.



*Urlaub macht Schule: Riu Funana auf den Kapverdischen Inseln („Least Developed Country“), Tourismus schafft Bildung für die Bevölkerung*

**Europa**

Unter dem Motto „Urlaub macht Schule“ unterstützten TUI Deutschland und die Hotelgesellschaft Riu ein gemeinsames Hilfsprojekt auf den Kapverdischen Inseln. Von jeder Urlaubsbuchung im Vier-Sterne-Clubhotel Riu Funana auf der Insel Sal gingen 2 Euro pro Person an die Grund- und Mittelschule Kim Barosa in Santa Maria. Das Geld diente der Modernisierung der Schulgebäude und dem Kauf von Unterrichtsmaterialien. Zunächst wurden neue Klassenzimmer gebaut und die Schulküche und das Lehrerzimmer renoviert. Langfristig sollen so die Unterrichtsbedingungen für die 450 Schüler verbessert werden.



Hilfe für Kinder in Not

**Mit Tabaluga nach Mallorca.** Peter Maffay und sein Drache Tabaluga kümmern sich um Kinder in Not: Die Peter Maffay Stiftung und die Tabaluga Kinderstiftung helfen Kindern und jungen Erwachsenen, die durch Gewalt, Krieg oder Missbrauch sowie durch schwere Krankheiten oder Behinderungen traumatisiert sind. In Bayern gibt es für die Schützlinge bereits seit 2000 verschiedene Betreuungs- und Therapieeinrichtungen. Im Sommer 2003 eröffnete die Peter Maffay Stiftung zusätzlich ein Ferienhaus auf Mallorca. Die Kinder und ihre Betreuer verbinden auf der Finca C'an Llompart in Pollença seitdem Therapie und Urlaubsspaß. Im Austausch dürfen auch pflegebedürftige Kinder aus Mallorca ihre Ferien auf dem Tabalugahof in Peißenberg (Bayern) verbringen. Für die sichere Hin- und Rückreise ist seit Jahren gesorgt. Die TUI AG hat von Anfang an die Flüge zwischen Mallorca und München für Betreuer und Schützlinge übernommen. Mit dem Engagement will TUI dazu beitragen, dass traumatisierte Kinder und Jugendliche durch diesen internationalen Austausch wieder neue Perspektiven bekommen.

#### Kurs auf neue Perspektiven

Im Juli 2006 hissten die Organisatoren von „Kids for Freedom“ (K4F) das vierte Jahr in Folge die Segel. Eine Woche lang erlebten rund 60 Kinder und Jugendliche aus sieben Nationen bei einem Segeltörn in der türkischen Ägäis Gemeinschaft und Aufbruchgefühl. TUI AG und Magic Life unterstützen die pädagogische Initiative, die Kindern und Jugendlichen aus sozial schwierigen Verhältnissen schöne Erlebnisse, aktive Lebenshilfe und nützliche Kontakte bietet. Von Anfang an gehörte TUI zu den Förderern von K4F und hat unter anderem die Flüge der deutschen Teilnehmerkinder sowie die große Abschlussveranstaltung des Events übernommen.

#### Horizonte

In Tunesien unterstützt die Zielgebietsagentur des englischen Veranstalters Thomson das Waisenhaus „Horizons de l'enfant au Sahel“, in dem Babys und Kleinkinder im Alter von 0–2 Jahren betreut werden. Mit Hilfe von wöchentlichen Gewinnspielen und Spenden der Gäste konnten bislang zwei Pflegerinnen finanziert werden. Darüber hinaus haben die Spenden dazu beigetragen, eine Dialyse Einheit für die Kinderstation eines lokalen Krankenhauses mit medizinischem Gerät zu ergänzen.

#### Schutz kulturellen Erbes

Der „World of TUI Thomson Malta Heritage and Environment“ - Fonds wurde 1998 von einem Zielgebietsmanager von TUI UK ins Leben gerufen. Ziel des Fonds ist es, in Abstimmung und gemeinsamen Projekten mit den lokalen Gemeinden, historische Kulturschätze der Insel Malta zu schützen und zu erhalten. Ferner werden Schulen und soziale Projekte in den verschiedenen Regionen unterstützt. Finanziert wird der Fonds unter anderem durch Abgaben für ausgewählte Ausflüge, insbesondere zu kulturell bedeutsamen Stätten, die von Thomson vor Ort angeboten werden.



**Stark für Mallorca**

Im Jahr 2004 war TUI Namenssponsor des ersten „Internationalen TUI Marathon Palma de Mallorca“, den sie seit 2005 auch selbst veranstaltet. Rund 4 000 Läufer gingen in 2006 an den Start, für 2007 ist eine Steigerung auf 5 000 anvisiert. Mit dem Engagement verfolgt TUI vielfältige Ziele: Zum einen soll der Breitensport gefördert und das Gesundheitsbewusstsein gestärkt werden. Zum anderen wird die Destination Mallorca unterstützt und ein attraktives Sportevent (mit vielfältigem Rahmenprogramm im Veranstaltungszentrum und an der Strecke) für die mallorquinische Bevölkerung, Läufer und Touristen geboten. Darüber hinaus nutzt die TUI das Event als Plattform für Mitarbeiterbindung- und motivation und schrieb im Jahr 2006 zum zweiten Mal in einer Sonderwertung die TUI interne Europameisterschaft im Halbmarathon auf Mallorca aus. Zur Anerkennung und Würdigung des Marathons hat der mallorquinische Fremdenverkehrsverband die TUI AG mit der Ehrenurkunde des Fomento del Turismo de Mallorca für die „beste touristische Promotionsinitiative“ für die Baleareninsel ausgezeichnet.

**Hilfsgüter für den Sudan****Afrika**

Bereits zwei Mal hat die TUI Tochter TUIfly insgesamt über 41 Tonnen Hilfsgüter für das DRK in den Sudan geflogen. Wurden im Jahr 2005 Prothesen und Kindernahrung transportiert, waren es im Folgejahr überwiegend medizinische Ausrüstungsgegenstände, wie z. B. Erste-Hilfe-Koffer, Ultraschallgeräte und eine Geburtshilfe-einheit. Jeweils 35 000 Euro für Kerosin, Start- und Landegebühren lässt sich das Unternehmen die Spendenaktion kosten. Für die Piloten und Flugbegleiter ist der Einsatz „unbezahlte Arbeitszeit“.

**Kampf gegen Noma**

Seit vielen Jahren unterstützt die Zielgebietsagentur TUI España die Hilfsorganisation Campaner Foundation, die sich für die Heilung von an Noma erkrankten Kindern einsetzt. Zudem organisiert die Stiftung Aufklärungs- und Präventionskampagnen, um die Ausbreitung der Krankheit zu stoppen. Noma ist eine Infektionskrankheit, die zumeist unterernährte Kinder befällt und schwere Entstellungen insbesondere im Gesicht zur Folge hat.

**AIDS Prävention****Deutsche Stiftung WELTBEOVÖLKERUNG**

Mit der in Hannover ansässigen und international tätigen Entwicklungshilfeorganisation „Deutsche Stiftung Weltbevölkerung“ (DSW) ist die TUI AG seit vielen Jahren verbunden. Anlässlich des 15 jährigen Bestehens der DSW hat die TUI 12 000 Euro gespendet und die Patenschaft für zwei Jugendclubs in Kenia übernommen. In den Clubs werden Jugendliche aufgeklärt, wie sie sich vor AIDS und ungewollten Schwangerschaften schützen können. Darüber hinaus wurden Möbel, Büromaterial oder Spielgeräte für die Ausstattung der Clubs angeschafft.

*Let the sun shine!*

In Ägypten haben die Zielgebietsmitarbeiter des englischen Veranstalters Thomson durch verschiedenste Spendensammelaktionen bei Kunden und Mitarbeitern den Bau eines Kindergartens der Hilfsorganisation Sunshine Orphanage Luxor unterstützt. Die Zusammenarbeit mit der Organisation besteht bereits seit vielen Jahren und hat vielen Waisenkindern bereits ein menschwürdiges Leben und eine qualifizierte Schulbildung ermöglicht.

*Magic School*

Als erster Reiseveranstalter in der Schweiz verwendet Flex Travel, eine Tochtergesellschaft der TUI Suisse, im aktuellen Südafrika Katalog das Gütesiegel „Fair Trade in Tourism South Africa“ zur besonderen Kennzeichnung ausgewählter Hotels. Das Gütesiegel fördert und bewirbt faire und verantwortliche Geschäftspraktiken von Tourismus Betrieben in Südafrika. Diese respektieren die Menschenrechte, Kultur und Umwelt und offerieren faire Arbeitsbedingungen.

Das Team des Magic Life Clubs Africana Imperial in Tunesien greift der benachbarten Grundschule „Ecole Chabi“ unbürokratisch unter die Arme. Aufgrund finanzieller Engpässe war die Schule in einem stark renovierungsbedürftigen Zustand. Vor allem die Wasser- und Elektroinstallationen sowie der Schulgarten hatten eine Runderneuerung nötig. Gemeinsam mit den 120 Schülern wurden die notwendigen Renovierungsarbeiten durchgeführt, Bäume gepflanzt und der Schulgarten verschönert. Jeden Monat wird die Schule nun von den Magic Life Mitarbeitern besucht, um notwendige Arbeiten zu erledigen. Im Gegenzug werden die Schüler vier Mal im Jahr in den Club eingeladen, um spielerisch Wissenswertes rund um das Thema Umweltschutz zu erfahren.

# Global tätig – global engagiert

**Globalisierung verbindet Menschen und Märkte. Wir sehen uns in der Verpflichtung, weltweit unseren Beitrag als „Global corporate citizen“ zu leisten.**

## 6 Dörfer für 2006

### Globale Projekte

„Lassen auch Sie Kinderaugen strahlen“: Unter diesem Motto baten bundesweit mehr als 300 First Reisebüros, Hapag-Lloyd Reisebüros und TUI Reise-Center auf großen Schaufensterplakaten in ganz Deutschland ihre Kunden um gemeinsame Unterstützung für elternlose und verlassene Kinder in den SOS-Kinderdörfern. Die zu TUI Leisure Travel (TLT) gehörenden Reisebüros waren Partner der Aktion „6 Dörfer für 2006, die offizielle Charity-Kampagne der Fifa Weltmeisterschaft 2006. Bis zum Ende der Fußball-Weltmeisterschaft im Sommer 2006 sollten mit Hilfe der Spendengelder für 800 Kinder sechs neue Dörfer in Brasilien, Mexiko, Nigeria, Südafrika, der Ukraine und Vietnam gebaut werden. Nahezu 20 000 Euro aus Spenden und Versteigerungen von Reisen konnten für diesen guten Zweck gesammelt werden.

## Für Kinder auf großer Fahrt

Seit vielen Jahren haben die Seekartenversteigerungen auf den Reisen des Luxusliners MS Europa der Hapag-Lloyd Kreuzfahrten Tradition. Die Karten, die die jeweiligen Routen, alle wichtigen Reiseereignisse sowie Siegel und Unterschrift des Kapitäns enthalten, werden von den Schiffsoffizieren in ihrer Freizeit gezeichnet und unter den Gästen versteigert. Bislang konnten seit 1993 mehr als 1,8 Millionen Euro an Spenden zugunsten von 8 SOS Kinderdörfern gesammelt werden. Diese befinden sich in Salvador, Brasilien, Indien, Chile, Philippinen (2 Häuser), Vietnam, Dominikanische Republik und Uruguay. Das Engagement wurde mit der Verdienstmedaille der SOS Kinderdörfer ausgezeichnet.

## Konzernweit gegen Kinderprostitution



Konzernweit engagieren sich die Konzerngesellschaften der TUI weltweit gegen Kinderprostitution. Die geschieht in der Mehrzahl der Fälle in Kooperation mit der internationalen Kinderrechtsorganisation ECPAT (End child prostitution, child pornography and trafficking of children for sexual purposes). ECPAT hat einen Verhaltenskodex für die Tourismusindustrie entwickelt, der auf der UN Menschenrechtserklärung und der UN-Konvention über die Rechte der Kinder basiert. Diesen Kodex haben die Gesellschaften TUI Nordic, TUI Nederland und TUI UK direkt mit der Hilfsorganisation unterzeichnet. Als Verbandsmitglieder im DRV (Deutscher Reiseverband), im ÖRV (Österreichischer Reiseverband) und im ABTO (Association of Belgian Tour Operators) unterliegen TUI Deutschland, TUI Austria bzw. die belgische Jetair ebenfalls den Statuten des Kodex. Die französische Gesellschaft Nouvelles Frontières hat sich analog einer Charta des französischen Ministerium für Tourismus verpflichtet („Des entreprises françaises s’engagent a lutter pour un tourisme respectueux des droits de l’enfant en France et à l’international“). Weitere Gesellschaften wie beispielsweise TUI Suisse oder Gebeco unterstützen die Ziele von ECPAT, obwohl sie den Kodex nicht unterzeichnet haben.



*Weltweit zur Verbesserung der Lebensqualität*

*Born Free*



#### **Inhalte des Verhaltenskodex:**

- Erstellung und Verteilung eines Aufklärungsfaltblattes (nur in Deutschland)
- Information und Sensibilisierung von Mitarbeitern
- Aufnahme von Klauseln in Verträgen mit Leistungsträgern
- Information von Kunden
- Bestandteil in Mitarbeiterschulungen
- Berücksichtigung in Unternehmensgrundsätzen
- Jährliche Berichterstattung

Mit entsprechenden Hinweisen in Katalogen, Gästeinformationen, Websites, Inflight Magazinen, Broschüren, Flyer und teilweise Bordvideos werden die Gäste über das Engagement der TUI informiert. Schulungen für Mitarbeiter an den Unternehmensstandorten und in den Destinationen tragen zur Enttabuisierung und Sensibilisierung bei. Alle engagierten Gesellschaften des Konzerns haben entsprechende Klauseln in ihre Hotelverträge aufgenommen, in denen die Duldung oder Unterstützung der Kinderprostitution geahndet werden kann.

Als Partner der französischen Organisation „Tourism for Development“ unterstützt der Veranstalter Nouvelles Frontières unterschiedliche Entwicklungshilfeprojekte in Kenia, Tansania, Marokko, Brasilien, Kambodscha und in der Dominikanischen Republik. Die vielfältigen Vorhaben zur Mikro-Finanzierung, die von TFD in Kooperation mit Nichtregierungsorganisationen (NGOs) durchgeführt werden, umfassen sowohl z. B. die Trinkwasseraufbereitung, die Unterstützung von Kleinbauern, den Bau von Flüchtlingshäusern, den Kampf gegen das Vordringen der Wüste als auch die Ausbildung von Waisenkindern und die Renovierung von Kindergärten.

Seit 1995 kooperiert Thomsonfly mit der Organisation Born Free, die sich weltweit für den Schutz in Gefangenschaft lebender Wildtierarten einsetzt. Bislang konnten durch Spenden von Passagieren und Mitarbeitern insgesamt rund 2,5 Millionen Pfund gesammelt werden.

Bereits drei Mal in Folge haben Gesellschaften der TUI den RTL Spendenmarathon unterstützt. Rund 1 000 Mitarbeiter des Konzerns trugen durch ehrenamtliches Engagement zum Erfolg des Spendenmarathons bei. Das Herzstück der Benefiz-Veranstaltung, das Call Center für die Spendenanrufe der Zuschauer, wurde von TUI gestellt, ebenso wie Reisen, die unter den Spendern verlost worden sind. Durch vielfältige Aktionen der Konzerngesellschaften konnten darüber hinaus weitere Spendengelder zusammengetragen werden. Die Erlöse aus dem RTL Spendenmarathon kommen weltweiten Kinderhilfsprojekten zugute.

# Einsatz für Menschenrechte

*Im Rahmen der „Leitlinien für die Beschäftigten des TUI Konzerns für den Umgang mit Geschäftspartnern, Mitarbeitern, Aktionären und der Öffentlichkeit“ (vgl. S. 31) werden grundsätzliche und verbindliche Verhaltensanforderungen und –regeln sowie Konsequenzen in Bezug auf abweichendes Verhalten für alle Mitarbeiter, Leitenden Angestellten und Geschäftsleitungen des TUI Konzerns gleichermaßen formuliert.*

*Die Leitlinien sind allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des TUI Konzerns zugänglich und gelten für alle direkt oder indirekt im Mehrheitsbesitz der TUI AG befindlichen Gesellschaften im In- und Ausland beziehungsweise für Beteiligungen, bei denen die unternehmerische Führung bei der TUI AG liegt.*

*Die Mitarbeiter respektieren die persönliche Würde, die Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte jedes Einzelnen. Sie arbeiten zusammen mit Frauen und Männern unterschiedlicher Nationalität, Kultur, Religion und Hautfarbe. Eine unterschiedliche Behandlung von Mitarbeitern wegen des Geschlechts, der Rasse, der Hautfarbe, einer Behinderung, der Herkunft, der Religion, des Alters oder wegen der geschlechtlichen Ausrichtung darf nicht erfolgen. Die Mitarbeiter sind offen und ehrlich und stehen zu ihren Verpflichtungen. Sie sind verlässliche und faire Partner und machen nur solche Zusagen, die sie auch einhalten können. Dies gilt sowohl für die interne Zusammenarbeit als auch für den Geschäftsverkehr mit externen Partnern.*

Die TUI AG und alle ihre Beteiligungen bekennen sich zur Achtung und Einhaltung der Menschenrechte bei der Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit.

TUI hat sich als „Affiliate Member“ (beisitzendes Mitglied) der United Nations World Tourism Organization UNWTO (Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen) offiziell auf den UNWTO Global Code of Ethics for Tourism (Grundsätze des Globalen Ethikkodex für den Tourismus) verpflichtet. Mit dem Mandat der Generalversammlung der Vereinten Nationen spielt die UNWTO eine zentrale Rolle bei der Förderung und Entwicklung eines Tourismus, der zu wirtschaftlicher Entwicklung, internationaler Verständigung, zu Frieden, Wohlstand und zur allgemeinen Achtung und Einhaltung der Menschenrechte und Grundfreiheiten aller Menschen ungeachtet von Rasse, Geschlecht, Sprache oder Religion beiträgt.

## **Die UNWTO bezieht sich in ihrer Präambel zum Globalen Ethikkodex für den Tourismus auf die folgenden Übereinkommen im Besonderen:**

- die allgemeine Erklärung der Menschenrechte vom 10. Dezember 1948
- den Internationalen Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte vom 16. Dezember 1966
- den Internationalen Pakt über bürgerliche und politische Rechte vom 16. Dezember 1966
- Übereinkommen und Empfehlungen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) betreffend kollektive Übereinkommen, das Verbot der Zwangsarbeit und der Kinderarbeit, den Schutz der Rechte indigener Völker und die Gleichbehandlung und Nichtdiskriminierung am Arbeitsplatz

## **Die Grundsätze des Globalen Ethikkodex für den Tourismus im Einzelnen:**

1. Der Beitrag des Tourismus zu gegenseitigem Verständnis und Respekt zwischen Völkern und Gesellschaften
2. Der Tourismus als möglicher Weg zu individueller und kollektiver Erfüllung
3. Der Tourismus als Faktor für eine nachhaltige Entwicklung
4. Der Tourismus als Nutzer des Kulturerbes der Menschheit und Beitrag zu dessen Pflege
5. Der Tourismus als Aktivität, die für das Gastland und seine Bevölkerungsgruppen förderlich ist
6. Pflichten der an der touristischen Entwicklung beteiligten Anspruchsgruppen
7. Das Recht auf Tourismus
8. Touristische Freizügigkeit
9. Die Rechte der Beschäftigten und Unternehmer in der Tourismusindustrie
10. Umsetzung der Grundsätze des Globalen Ethikkodexes für den Tourismus



# Produktverantwortung und Verbraucherschutz

Nachhaltige Produktentwicklung  
Innovative Vermarktungskonzepte  
Aufklärung und Qualitätssicherung



# Eine auf Nachhaltigkeit und Zukunftsverträglichkeit

ausgerichtete Produktentwicklung, die sowohl ökonomische als auch ökologische und gesellschaftliche Aspekte optimiert, ist eine der zentralen Aufgaben modernen Unternehmensmanagements. Dafür arbeiten die Verantwortlichen für Produktmanagement, -entwicklung und -innovationen im Konzern in interdisziplinären Teams zusammen.

# Nachhaltige Produktentwicklung in der Touristik

Eine auf Nachhaltigkeit und Zukunftsverträglichkeit ausgerichtete Produktentwicklung, die sowohl ökonomische als auch ökologische und gesellschaftliche Aspekte optimiert, ist eine der zentralen Aufgaben modernen Unternehmensmanagements. Dafür arbeiten die Verantwortlichen für Produktmanagement, -entwicklung und -innovationen im Konzern in interdisziplinären Teams zusammen.

## Optimierung im Volumengeschäft

**Marktforschung Umwelt.** Studien des TUI Umweltmanagements und der TUI Marktforschung bestätigen: Gäste sind und bleiben sensibilisiert für Fragen des Umweltschutzes. In einer Studie der TUI Marktforschung wurden Gäste gefragt: „Was ist Ihnen wichtig bei der Wahl Ihres Urlaubs?“. Zu den häufigsten Antworten gehörten:

- Sauberkeit, Hygiene im Land (80,9 Prozent der TUI Gäste)
- Unberührte Natur (77,7 Prozent der TUI Gäste)
- Wenig Umweltverschmutzung (64,5 Prozent der TUI Gäste)

Deshalb wird die gesamte Produktpalette von TUI Deutschland kontinuierlich auf ihre Umweltverträglichkeit geprüft.

**Jährliches Umweltranking aller TUI Hotels.** Jedes Vertragshotel sollte durch einen hohen Umweltstandard zur Zukunftssicherung seiner Urlaubsregion und zur Urlaubszufriedenheit der TUI Gäste beitragen. Um dies zu gewährleisten, werden die Umweltmaßnahmen aller TUI Hotels bereits seit 1992 jährlich mit der **TUI Umwelt Checkliste** abgefragt. Die Umweltperformance jedes Hotels wird mit einem zweistufigen Scoringssystem bewertet:

**Bewertung der Umweltmaßnahmen/Umwelt-Mindeststandards.** Für Umweltmaßnahmen, die in der TUI Umwelt Checkliste angegeben werden, erhält das Hotel spezifische Punktzahlen. Erstes Ziel für jedes Vertragshotel ist die Einhaltung definierter Umwelt-Mindeststandards. Diese umfassen unter anderem die folgenden Punkte:

- eigene für den Gast einsehbare Umweltpolitik
- eigener Umweltbeauftragter
- mindestens vier umgesetzte Wassersparmaßnahmen
- mindestens zwei umgesetzte Energiesparmaßnahmen
- regelmäßige Verbrauchsmessungen

**Bewertung der Gästezufriedenheit Umwelt.** Neben der Erfassung durch die Umwelt Checkliste wird auch die Zufriedenheit der Gäste mit den Umweltmaßnahmen der Hotels jährlich bewertet. Im Gästefragebogen der TUI Marktforschung, den jeder Gast mit seinen Reiseunterlagen erhält, wird gefragt: „Wie beurteilen Sie die Maßnahmen Ihres Urlaubshotels zur Reduzierung von Umweltbelastungen?“. Die Kunden vergeben Noten von 1 = „sehr gut“ bis 5 = „sehr kritisch“. Die Ergebnisse dieser Befragung werden jährlich ausgewertet. Im Durchschnitt wurden die TUI Hotels 2006 mit der Note 2,25 bewertet. In der Bewertung der Umweltperformance erhält jedes Hotel, dessen Gästebewertung besser ist als dieser Durchschnitt, zusätzliche Bonuspunkte. Aus beiden Werten – den Punkten für die Umweltmaßnahmen und den Zusatzpunkten für die Gästezufriedenheit – wird die individuelle Gesamtpunktzahl für die Umweltperformance des Hotels errechnet. So entsteht ein jährliches Umweltranking aller TUI Vertragshotels weltweit.

TUI Umwelt Checkliste für Hotels





**Auszeichnung der weltweiten Vorreiter.** Die 100 führenden Hotels dieses weltweiten Rankings, denen für ihr umweltgerechtes und zukunftsorientiertes Hotelmanagement die höchste Gesamtpunktzahl verliehen wurde, erhalten die Auszeichnung TUI Umwelt Champion. Die besten 10 Hotels weltweit werden mit dem Umwelt Champion in Gold ausgezeichnet. Die Objektivität des Bewertungsverfahrens zur Erstellung des Umweltrankings und zur Auswahl der TUI Umwelt Champions wurde im Zuge der **ISO 14001 Zertifizierung** von einem unabhängigen Gutachter überprüft und bestätigt.

**Unterstützung der Vertragspartner.** TUI fordert hohe Umweltstandards nicht nur ein, sondern unterstützt Hotelpartner aktiv bei der Suche nach zukunftsorientierten Lösungen. Um einen intensiven Austausch zu fördern, wurde das Forum **www.tui-ecohotel.de** eingerichtet. Dort erhalten TUI Vertragspartner umfassende Informationen und Hilfen zur Weiterentwicklung ihres Umweltmanagements. Gleichzeitig wird der Länder übergreifende Austausch von Best Practice Beispielen gefördert. Zusätzlich können Hoteliers ihre aktuellen Umweltmaßnahmen in eine interaktive Umweltcheckliste eingeben. Sie erhalten umgehend die Information, ob diese den TUI Umwelt Mindeststandards entsprechen.



**Auszeichnung TUI EcoResort.** Das konzerninterne Gütesiegel „EcoResort“ wurde in Kooperation zwischen TUI Hotels & Resorts und dem Umweltmanagement der TUI AG geschaffen. Es zeichnet Hotel- und Clubbetriebe aus dem Portfolio von TUI Hotels & Resorts aus, die die folgenden Kernkriterien erfüllen:

**1. Natur und Umwelt aktiv erleben**

EcoResorts bieten ihren Gästen die Möglichkeit, Natur hautnah zu erleben – in eigenen, einladenden Gartenanlagen oder durch ihre Nähe zu herausragenden Naturlandschaften.

**2. Gesundheit und Qualität**

Urlaub in EcoResorts bedeutet Erholung und Wohlbefinden. Es wird besonderer Wert auf Stressfreiheit, Angebote zur Gesundheitserhaltung und ökologische Qualität gelegt. So werden beispielsweise bevorzugt lokale und regionale Produkte aus ökologischer Landwirtschaft eingesetzt.

**3. Engagement für nachhaltige Entwicklung**

EcoResorts kooperieren mit Naturschutzorganisationen, engagieren sich in kulturellen oder gesellschaftlichen Projekten und sensibilisieren Mitarbeiter im Gastland für Umweltengagement.

**4. Hohe Öko-Effizienz**

Der Umweltschutz in EcoResorts ist auf hohem Niveau und gewährleistet Ressourcenschonung ohne Komforteinbußen. Er umfasst beispielsweise Abfall- und Abwassermanagement, Wasser- und Energiesparmaßnahmen sowie vielfach den Einsatz regenerativer Energien.

### 5. Umweltschutz mit Brief und Siegel

Die Umweltmanagementsysteme der EcoResorts sind durch unabhängige, akkreditierte Gutachter geprüft und nach einer anerkannten nationalen oder internationalen Umweltnorm wie ISO 14001 zertifiziert.



**Auszeichnung Thomson Green Medal.** Thomson (TUI UK) führte 2006 die Green Medal als internes Qualitätssiegel für hohe Umwelt- und Sozialstandards ein. Bereits 4500 Hotels wurden auf Basis von über 100 Kriterien geprüft. Dabei werden Maßnahmen zum umweltschonenden Hotelmanagement ebenso erfasst wie der Nutzen für das Gastland und seine Bevölkerung. Kriterien sind unter anderem der Einkauf lokaler Produkte, die Schaffung neuer Arbeitsplätze und die Aus- und Weiterbildung einheimischer Arbeitskräfte. Für das Jahr 2006 konnte Thomson den höchstmöglichen Status „Green Medal Winner“ zwei Hotels zuerkennen. 14 weitere Hotels erhielten den einfachen Green Medal Status.

### Förderung nachhaltiger Konsummuster

Verbunden mit einer Sicherung bzw. Steigerung der Urlaubsqualität – zählt heute die Förderung nachhaltiger Konsummuster zu den wesentlichen Zielen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung. Nachhaltige Reisen sollen keine Nischenangebote für einige wenige ökologisch und sozial besonders engagierte Touristen bleiben. Ziel ist es vielmehr, Nachhaltigkeitsaspekte mit einem positiven Image zu versehen und einen möglichst breiten Kundenkreis anzusprechen. Dafür müssen sich nachhaltige Reiseangebote – zum Beispiel durch einen besonderen Erlebniswert – von anderen Produkten abheben. So ist es möglich, nachhaltigen Reisen dauerhaft eine breitere Akzeptanz bei den Urlaubern zu verschaffen.

**Produktkennzeichnung für eine bewusste Verbraucherentscheidung.** Nur mit einem ebenso glaubwürdigen wie prägnanten Informationsangebot werden Urlauber Nachhaltigkeitsaspekte bei ihrer Reiseentscheidung mehr als bisher berücksichtigen. Hotels mit herausragenden Umwelt- und Sozialleistungen werden deshalb in den Katalogen von TUI Deutschland, TUI Austria und TUI Suisse als EcoResort und TUI Umwelt Champion und bei Thomson (TUI UK) mit der Green Medal gekennzeichnet und hervorgehoben. In den Katalogen von TUI Deutschland, TUI Austria und TUI Suisse erhalten die Gäste zusätzlich Informationen zu Natur und Umwelt der einzelnen Urlaubsregionen. Als entscheidende Orientierungshilfe für die Verbraucher erfolgt in allen deutschsprachigen TUI Katalogen eine transparente Deklaration der Umweltkriterien für Hotels, Zielgebiete und Verkehrsträger auf der Seite „Urlaub und Umweltverträglichkeit“. Zusätzlich steht das TUI Umweltmanagement für umweltrelevante Kundenanfragen vor und nach der Reise zur Verfügung und arbeitet eng mit dem Kundenservice zusammen.



Auch Nouvelles Frontières veröffentlicht seit 2005 Informationen zu nachhaltiger Entwicklung und Umweltschutz in den Katalogen. So werden Urlauber für nachhaltige Reiseangebote sensibilisiert und können ihre Reiseentscheidung auf informierter Basis treffen.



**INVENT – Traumziel Nachhaltigkeit. Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote**

### Zielgruppenspezifische Vermarktung nachhaltiger Reiseangebote

#### Projekt INVENT – Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote.

Nachhaltige Reisen müssen stärker als bisher zielgruppenspezifisch vermarktet werden. Zu diesem Ergebnis kommt das Forschungsprojekt INVENT, das durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert wurde. Unter Leitung des Öko-Instituts e.V. haben Wissenschaftler des Instituts für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH und des Bereiches Tourismusmanagement der Universität Lüneburg gemeinsam mit Projektpartnern aus Tourismus und Verkehr (Projektpartner AMEROPA-REISEN GmbH, Deutsche Bahn AG und LTU-Touristik GmbH) Marketingstrategien entwickelt, die dazu beitragen, Umweltbelastungen zu minimieren und soziale Konflikte zu vermeiden. Das TUI Umweltmanagement hat das Projekt fachlich begleitet. Wesentlicher Schwerpunkt der Arbeiten war eine detaillierte Analyse der Erwartungen und Bedürfnisse von Urlaubern im Massenmarkt. Das Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH führte dazu eine repräsentative Befragung von über 2000 Reisenden durch. Auf dieser Grundlage wurden sieben verschiedene Urlaubertypen als neue Zielgruppen für das Marketing herausgearbeitet.

Auch durch die TUI Marktforschung werden die Erwartungen und Bedürfnisse von Urlaubern und die Lebens- und Urlaubsstile unterschiedlicher Zielgruppen intensiv analysiert. Auf dieser Basis werden nachhaltige Reiseangebote wie Naturerlebnisreisen, Begegnungs- und Entdeckerreisen gezielt auf die Bedürfnisse der verschiedenen Zielgruppen ausgerichtet:

- **Weltentdecker als eigene Submarke.** Zur Sommersaison 2007 wurde das Katalogkonzept der TUI Deutschland GmbH grundlegend neu strukturiert. Kern ist die Einführung von drei Submarken, den neuen TUI Reisewelten. Erstmals ist die Produktentwicklung ganz auf die persönlichen Urlaubsmotive der Kunden ausgerichtet. Mit der Frage „Was möchten Sie im Urlaub erleben?“ wird der Kunde noch stärker als vorher bei seinen persönlichen Bedürfnissen und Reismotiven abgeholt.

Mit der neuen TUI Submarke „Weltentdecker“ wurde erstmals ein umfangreiches Angebot für Urlauber entwickelt, die fremde Länder, Menschen und Kulturen kennen lernen, entdecken und erleben wollen. Kennzeichnend für den „Weltentdecker“ ist in der TUI Kundentypologie, dass er sich vor seiner Buchung ausführlich informiert und sich gern weiterbildet. Er erwartet eine hohe Flexibilität des Reiseangebotes. Dementsprechend wurde das Bausteinprogramm erheblich ausgeweitet. Zusätzlich werden verstärkt individuelle Rundreisen angeboten, die in privaten Gruppen ab 2 Personen durchgeführt werden können.



**Weltentdecker als eigene Submarke**



■ **Zielgruppenspezifische Naturerlebnismailings.** Durch zielgruppenspezifische Mailings werden Kundensegmente, die besonders für umweltorientierte Reiseangebote bzw. Naturerlebnisreisen sensibilisiert sind, über TUI Naturerlebnisangebote informiert. Dabei werden auch die TUI Umwelt Champion Hotels gezielt beworben.

■ **Internetplattform Naturerlebnisreisen.** Naturerlebnisangebote aus dem TUI Deutschland Programm werden im Internet dargestellt. In der Sommersaison 2007 können interessierte Gäste aus über 200 Naturerlebnisreisen aus den TUI Länderkatalogen und Spezialkatalogen wählen.

**Nachhaltige Reiseangebote**

Ein attraktives und breitgefächertes Angebot an Rad- und Wanderreisen, Begegnungsreisen oder die aktive Mitarbeit in einem Forschungsprojekt tragen dazu bei, neue Kundensegmente für nachhaltigere Reisen zu gewinnen.

**Nachhaltige Reiseangebote bei TUI**  
**Veranstalter: Gebeco, Dr. Tigges, TUI**  
**France, OFT Reisen, Thomson, Pollman's**

**Urlaubsziel – Alltagsrealität des Gastlandes und persönliche Begegnungen.**

Beim Erlebnis- und Studienreiseveranstalter Gebeco mit den Marken Gebeco Länder erleben und Dr. Tigges repräsentiert bereits der Name „Gebeco – Gesellschaft für internationale Begegnung und Cooperation“ die Unternehmensphilosophie: Im Vordergrund steht bei allen Reisen, den Gästen ein intensives Erleben des Reiselandes, das Kennenlernen fremder Kulturen und Menschen und das Verstehen ihrer Traditionen und Lebensweise zu ermöglichen.

2007 wurden verstärkt Reisen entwickelt, bei denen die Gäste im Urlaub ein Stück Alltagsrealität des Gastlandes erleben. So bringt zum Beispiel die Gebeco Reise „Gesichter Hongkongs“ die Teilnehmer mit Menschen der Metropole zusammen. Urlaubsreisen werden so zu einem Medium interkulturellen Austausches und interkulturellen Lernens. TUI France bietet neben klassischen Rundreisen spezielle Begegnungsreisen unter dem Titel „Les Circuits authentiques“ an.

In Kooperation mit National Geographic wurden Natur- und Kulturerlebnisreisen entwickelt, die den Besuch von sonst nicht zugänglichen Natur- und Kulturgütern ermöglichen und durch Experten von National Geographic begleitet werden.

Die TUI Veranstaltermarke OFT Reisen bietet zum Sommer 2007 erstmals Nilkreuzfahrten auf traditionellen Segelbooten, Dahabeyas, an. In kleinen Gruppen bereisen die Gäste den von zahlreichen Kreuzfahrtschiffen befahrenen Nil auf eine umweltschonende und intensivere Weise. Sie erhalten unmittelbaren Einblick in das Leben am Fluss, seine Menschen und die Kultur abseits der Touristenströme.

Alle Jeep Safaris und Beduin Dinner Ausflüge werden von dem englischen Veranstalter Thomson in Kooperation mit der lokalen Beduinen Gemeinschaft in der Sinai Wüste organisiert. Dadurch wird den Gästen ermöglicht, mehr über das Leben und Überleben der Wüstenvölker zu erfahren und zu verstehen.



*Verantwortung: „Local business in the community in Kenya“*

Auch die kenianische Zielgebietsagentur Pollman's bietet interessierten Gästen über Ausflüge in das Dorf Msorongo am Fuße des Taita Gebirges tiefere Einblicke in kulturelle Traditionen, Besonderheiten und Lebensweisen der lokalen Bevölkerung.

**Sprachkenntnisse – Basis für einen interkulturellen Austausch.** Schon grundlegende Sprachkenntnisse schaffen eine Basis für respektvolle Begegnungen „auf gleicher Augenhöhe“ zwischen den Reisenden und der Bevölkerung des Gastlandes. Beim Erlebnis- und Studienreiseveranstalter Gebeco werden zunehmend Reisen entwickelt, bei denen der Erwerb von Sprachkenntnissen integraler Bestandteil des Reiseangebotes ist. Auf der Dr. Tigges Studienreise „Spanisch und Quechua – Alltag im peruanischen Hochland“ erwerben die Teilnehmer zunächst Basiskenntnisse in Spanisch und Quechua. Bei den anschließenden Besuchen indianischer Gemeinden bekommen die Gäste intensiven Einblick in den Alltag und die Kultur der Andenvölker und die Gelegenheit zum persönlichen Austausch. Bei Dr. Tigges Sprachstudienreisen tauchen die Gäste intensiv in die Geschichte einer Sprache und ihrer kulturellen Ausdrucksform ein. Vermittelt werden sowohl Hintergründe über die Struktur der Sprache als auch praktische Basis-Sprachkenntnisse, die im Verlauf der Reise erprobt werden können. Die Dr. Tigges Sprachstudienreise „Arabisch: Schlüssel zur Kultur Syriens“ wurde von GEO SAISON mit der Goldenen Palme 2006 als beste Entdeckerreise ausgezeichnet.



*TUI España Mitarbeiter im Einsatz für das Weltnaturerbe Nationalpark „Las Cañadas del Teide“, Teneriffa/Kanarische Inseln*

**Reisen zu UNESCO Weltkultur- und -naturerbestätten.** Welterbestätten sind nach der Definition der UNESCO „Zeugnisse vergangener Kulturen und einzigartige Naturlandschaften, deren Untergang ein unersetzlicher Verlust für die gesamte Menschheit wäre. Sie zu schützen ist Aufgabe der Völkergemeinschaft“.

Für den Erhalt der Welterbestätten kann der Tourismus ebenso eine Gefahr wie auch eine Chance darstellen. Vom UNESCO World Heritage Center (WHC) wird deshalb seit 1991 ein „World Heritage Tourism Programme“ (Welterbe-Tourismusprogramm) umgesetzt. Ziel ist es, durch eine nachhaltige touristische Nutzung zur Inwertsetzung und damit zu einem langfristigen Schutz der Welterbestätten beizutragen.

Dieses Ziel unterstützt auch die TUI. Veranstaltermarken der TUI bieten auf Rundreisen und Ausflügen den Besuch zahlreicher Weltkultur- und Weltnaturerbestätten weltweit an. In den jeweiligen Reiseausschreibungen werden die Welterbestätten besonders herausgestellt. Zusätzlich werden die Gäste in allen deutschsprachigen TUI Katalogen in den Informationstexten zu „Natur und Umwelt“ auf das Welterbeprogramm der UNESCO und Kultur- und Naturerbestätten im Reiseland hingewiesen. So wird das UNESCO Welterbeprogramm bekannter gemacht und das Bewusstsein der Gäste für den Erhalt des Welterbes verbessert.

Spezielle Themenkataloge: Gebeco, Dr. Tigges, TUI Deutschland, Nouvelles Frontières, Headwater



**Naturerlebnis und Fitness.** Rad- und Wanderreisen werden von Gebeco Länder erleben seit Sommer 2006 in einem speziellen Themenkatalog angeboten. Die Gäste erleben die Reiseländer aktiv auf dem Rad oder zu Fuß. Klassiker sind zum Beispiel Wanderungen oder Radreisen an der Großen Mauer in China.

Ergebnisse der TUI Marktforschung zeigen, dass es am Urlaubsmarkt zwei verschiedene Sportler-Zielgruppen gibt: Freizeitsportler und Sporturlauber. Auf diese Zielgruppen sind die neuen TUI Sport-Kataloge ausgerichtet. Dabei liegt ein wichtiger Fokus auf professioneller, kompetenter Betreuung und Sicherheit. Mit dem neuen Katalog „TUI Hiking & Biking“ werden in erster Linie aktive Sporturlauber angesprochen. Für diese Gästezielgruppe hat Sport im Urlaub höchste Priorität. Das Programm wird mit erfahrenen Partnern wie dem holländischen Fahrradhersteller Koga Miyata und der Alpenschule Innsbruck (ASI) gestaltet. Beide stehen für Kompetenz und Qualität und gelten zudem als Trendsetter im Sportmarkt.

Im Katalog „TUI Weltentdecker Kurzreisen“ werden zum Sommer 2007 31 neue Naturerlebnis-Kurzreisen unter der Kategorie „Fitness und Adventures“ angeboten. Diese umfassen klassische Rad- und Wanderreisen ebenso wie Angebote für sportlich orientierte Urlauber, zum Beispiel Nordic Walking Tage, Mountainbiken, Kanu- und Segelreisen.

Nouvelles Frontières bietet zwei Themenkataloge für Naturerlebnisreisen an: „Rando & Trek“ mit weltweiten Wander- und Trekkingreisen, und ergänzend erschien im Sommer 2007 der neue Katalog „Aventure“ mit Natursportarten wie Kanutouren und Nordic Walking hinzu.

Die englische Veranstalterbeteiligung Headwater entwickelt als Spezialveranstalter ausschließlich naturnahe Reisen wie Wander-, Rad- oder Kanuurlaub.



TUI Vital entwickelt sich zum Gesundheits-spezialisten

**Gesundheitsprävention im Urlaub.** Zunehmend stehen im Urlaub neben dem persönlichen Wohlbefinden auch Präventivmaßnahmen für die Gesundheit im Mittelpunkt. Im Katalog „TUI Vital“ bekommen Urlauber seit Sommer 2006 das Angebot, sich nicht nur verwöhnen zu lassen, sondern aktiv etwas für ihre Gesundheit zu tun. Im Mittelpunkt stehen dabei Präventionsprogramme, die zusammen mit den Krankenkassen DAK und KHH entwickelt wurden und zum Sommer 2007 erheblich ausgeweitet wurden. Inzwischen können TUI Vital Gäste an 50 bezuschussten Präventionsprogrammen in 34 Hotels teilnehmen.

Auch die ROBINSON Clubs bieten ihren Gästen zunehmend die Möglichkeit, den Urlaub zur Gesundheitsvorsorge zu nutzen. In der neuen „ROBINSON WellFit Academy“ führen qualifizierte Experten die Teilnehmer jeweils eine Woche lang in Themen wie „Rücken fit“ oder „Pilates“ ein. Der Urlaub wird so als Möglichkeit genutzt, in entspannter und aufnahmebereiter Atmosphäre einen ersten Schritt zur Gesundheitsprävention zu machen. So wird eine Basis geschaffen, das Erlernte weiter auszubauen und Gesundheitsverhalten zum Teil des Alltags zu machen.



Produktlinie Club Elan für ältere Zielgruppen vor dem Hintergrund des demografischen Wandels: „Wirtschaftsmotor Alter“ – Senioren als Konsumenten

#### Risiken und Chancen der demografischen Entwicklung



econsense „Im Dialog“

#### Spezifische Produktlinien für die Bedürfnisse der einzelnen Lebensphasen.

Zur Anpassung an differenzierte Kundenansprüche wurden bei TUI Deutschland Produktlinien speziell auf die Bedürfnisse der einzelnen Lebensphasen abgestimmt. 45 Prozent der Kunden sind älter als 50 Jahre. Bis 2020 wird sich die Zahl deutscher Touristen zwischen 70 und 80 Jahren verdoppeln. Unter dem Motto „Das Leben gemeinsam genießen“ bietet TUI Best Agern im Club Elan Angebote für Kultur und Bildung, Sport und Gesundheit sowie spezielle Kataloge für Vitalreisen.

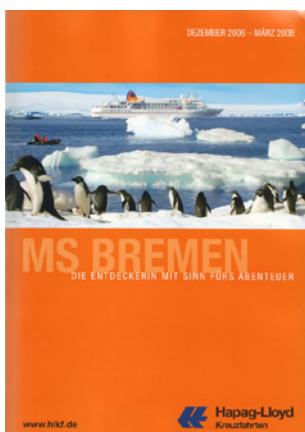
**Hintergrund:** Die demografische Entwicklung der Gesellschaft gehört zu den ganz großen Themen der Nachhaltigkeitsagenda, die Politik, Wirtschaft und Gesellschaft bewegen. Sie fordert unsere Fähigkeit zu Innovationen, Generationengerechtigkeit und sozialem Zusammenhalt heraus. Unternehmen können sich aktiv in den Dialog mit der Öffentlichkeit einbringen, um die notwendigen objektiven und subjektiven Anpassungen voranzutreiben. Der demografische Wandel birgt neben gewissen Unsicherheits- und Risikofaktoren ein großes Chancenpotenzial für Unternehmen. Die veränderten Bedürfnisse älterer Gesellschaften in Verbindung mit innovativen Lebensmodellen der „Best Ager“ induzieren eine steigende Nachfrage nach neuen Produkten und Dienstleistungen und resultieren in veränderten Märkten. Wer seine Kunden erfolgreich an sich und die eigenen Marken binden will, muss mit attraktiven Angeboten für Menschen in der dritten Lebensphase aufwarten. Für die Zukunft des eigenen Angebots müssen Unternehmen darüber hinaus wissen, wie sich der demografische Wandel volkswirtschaftlich auswirkt, das heißt, in welche Richtung sich Konsum, Ersparnis, Zinsen, Löhne und öffentliche Finanzen langfristig entwickeln.

Die Zielgruppe der „Best Ager“ birgt große Chancen für die Tourismusbranche, denn sie verfügt zurzeit über viel Freizeit und gibt einen hohen Anteil ihres Budgets für deren Gestaltung aus. Dabei gibt es auch bei den Älteren verschiedene Reisekudentypen, von „weniger aktiv“ bis „Sporturlaub“. Die TUI hat sich an dem Dialogpapier „Unternehmen demografischer Wandel“ im Rahmen der Unternehmensplattform econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft beteiligt.

„econsense im Dialog“ ist ein Beileger zur Zeitschrift „Politische Ökologie 104“.

Familien werden mit den Katalogen „TUI Family Flug & Auto“ und „TUI Familienclubs“ gezielt angesprochen. Die „TUI Baadingoo Kinderclubs“, „SOLINO-Kinderclubs“ und „TUI Familienclubs“ bieten für die Kinder ein spezifisches Betreuungs- und Unterhaltungsangebot.

Anhand von über 50 Kriterien werden TUI Hotels und Vertragspartner speziell für den familiengerechten Urlaub geprüft und entwickelt. So werden zum Beispiel in allen Familieneinrichtungen besondere Sicherheitsanforderungen gestellt und regelmäßig überprüft.



*Umweltbewusste Reisen mit Schiffen  
von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten*

**Umweltbewusste Reisen in ökologisch sensible Gebiete.** Kreuzfahrtschiffe können auch naturbelassene Gegenden besuchen, die auf anderem Wege nicht erreichbar wären und häufig extrem sensible Lebensräume darstellen. Deshalb berücksichtigt Hapag-Lloyd Kreuzfahrten bereits bei der Produktentwicklung ausführlich und sorgfältig die Gesetze und Anforderungen für die vorgesehene Fahrtstrecke, die Landplätze und Ausflugsziele.

Hapag-Lloyd Kreuzfahrten ist Mitglied der „International Association of Antarctica Tour Operators (IAATO)“ und informiert alle Gäste bereits vor Reiseantritt über den von der IAATO entwickelten Verhaltenskodex für Besucher der Antarktis. An Bord stärken fachkundige Lektoren das Bewusstsein der Passagiere für das sensible Ökosystem. Hapag-Lloyd ist bestrebt, modernste Schiffe mit den höchsten technologischen Standards einzusetzen und damit aktiven Umweltschutz zu praktizieren. Durch den Einsatz modernster Maschinen werden Schwerölverbrauch und Emissionen so weit wie möglich reduziert. Alle Kreuzfahrtschiffe von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten besitzen einen Tributyl-Zinn (TBT)-freien Unterwasseranstrich. Eigene biologische Kläranlagen und modernste Verbrennungssysteme tragen dazu bei, Umweltbelastungen zu minimieren.

**Urlauber im aktiven Einsatz für den Korallenschutz.** Für ein paar Tage Meereswissenschaftler sein – dies ermöglicht ROBINSON tauchbegeisterten Gästen. In zwei Projektwochen im Sommer 2007 hatten Gäste und Mitarbeiter des ROBINSON Clubs Soma Bay (Ägypten) Gelegenheit, Korallenriffe mit anderen Augen zu sehen und sich aktiv für deren Schutz einzusetzen. Unter Anleitung einer Meereswissenschaftlerin der Riffschutz-Initiative Reef Check haben die Teilnehmer mehr über die faszinierende Artenvielfalt am Korallenriff, deren Gefährdung und Möglichkeiten zu ihrem Schutz erfahren.

Bei gemeinsamen „Reef Check“-Tauchgängen zählte das Team aus Wissenschaftlern und TUI Gästen zum Beispiel Zackenbarsche und Langusten, die als Anzeiger für die Riffgesundheit dienen. Die erhobenen Daten wurden bereits vor Ort durch das Team ausgewertet und direkt in das „Reef Check“ Hauptbüro nach Los Angeles weitergeleitet. Sie fließen in die Berichte zum weltweiten Status der Korallenriffe ein.



*Produktlinie Tauchen*

**Taucherlebnisse für Gäste mit Behinderung.** Bunte Fischeschwärme, Korallenriffe und geheimnisvolle Schiffswracks: TUI bietet auch Menschen mit körperlicher Behinderung die Möglichkeit, die faszinierende Welt des Tauchsports für sich entdecken. Im Katalog „TUI Sports Tauchen“ werden 2007 erstmals Handicapped-Special-Tauchkurse in Sharm El Sheikh angeboten. Speziell ausgebildete Tauchlehrer der Handicap Scuba Association (HSA) ermöglichen unter anderem Querschnittsgelähmten, Amputierten, Sehbehinderten und Gehörlosen, die Schwerelosigkeit unter Wasser zu erleben. Neben einem zehnstündigen Theorie-Unterricht mit Training im Pool umfassen die Kurse auch vier Freiwasser-Tauchgänge. Alle Teilnehmer übernachteten im Camel Dive Club in der Na’ama Bay, der mit rollstuhlgerechten Zimmern ausgestattet ist.



# Verbraucherschutz und -information durch Aufklärung und Qualitätssicherung



*Dr. Dr. Wolf Michael Iwand, TUI AG, im Gespräch mit dem ehemaligen Umweltminister und UNEP-Generaldirektor Prof. Dr. Klaus Töpfer und Anke Biedenkapp, Stattdirektorin TUI AG, auf der Verbrauchermesse „Reisepavillon“ für nachhaltigen Tourismus.*

*Kontroverse Themen werden bei Bedarf, wie in diesem Beispiel von TUI Suisse, gesondert aufgegriffen:*

Weitere Informationen finden Sie unter:

[www.fairunterwegs.ch](http://www.fairunterwegs.ch)

[www.respect.at](http://www.respect.at)

[www.tourism-watch.de](http://www.tourism-watch.de)

[www.amnesty.ch](http://www.amnesty.ch)

## Informationen für die interessierte Öffentlichkeit

Im Februar 2007 wurde in Hannover der „17. Reisepavillon – Marktplatz für alternatives Reisen“, die weltgrößte Fachmesse für nachhaltigen Tourismus, unter der Schirmherrschaft von Professor Klaus Töpfer eröffnet. Zusammen mit dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen/Convention on Migratory Species („Bonner Konvention“ – UNEP/CMS) und der Europarc Federation (Europäische Charter für Nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten) informierten Mitarbeiter aus dem Bereich Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung der TUI AG, aus dem Qualitäts- und Umweltreferat von TUI Deutschland und die Kooperationspartner, an einem gemeinsamen Stand das Fachpublikum sowie die interessierte Öffentlichkeit mit Vorträgen und Standpräsenz. Messebesucher konnten sich umfassend über die Initiative zum „Year of the Dolphin 2007“ und dem Schutz des Meeressäugertieres informieren.

## Informationen für TUI Kunden und Mitarbeiter

Die Funktionen der TUI Informationspolitik mit Bezug auf die einzelnen Themenfelder im Bereich der Nachhaltigen Entwicklung sind sowohl in der Touristik als auch der Kreuzschiffahrt primär an den Zielen Transparenz und Qualitätssicherung orientiert:

**Produktkennzeichnung für eine bewusste Verbraucherentscheidung.** Mit einem glaubwürdigen und transparenten Informationsangebot können Kunden Nachhaltigkeitsaspekte in ihre Reiseentscheidung einbeziehen. Dieses entsprechende Informationsangebot ist im Kapitel „Nachhaltige Produktentwicklung in der Touristik“ ausführlich dargestellt.

## Gedanken zu Reisen nach Myanmar – Tourismus mit offenen Augen

*Reisen werfen Fragen auf. Vor allem dann, wenn der Regierung eines Reiselandes die Verletzung von fundamentalen Menschenrechten vorgeworfen wird. Seit Jahren wird weltweit über einen Reiseboykott diskutiert. Auch die Friedensnobelpreisträgerin Aung San Suu Kyi hat sich gegen touristische Besuche ihres Heimatlandes ausgesprochen. Das schafft Unsicherheit: Soll man reisen und wenn ja, in welcher Form und mit welcher Einstellung? Der Reiseentscheid muss gut überlegt sein. Reisen nach Myanmar sind anspruchsvoll. Die Erlebnisse sind eindrücklich; die Begegnungen mit den Menschen gehen unter die Haut. Die ausländischen Besucher bringen der einheimischen Bevölkerung viel Hoffnung und Verdienst für die Familien. Der Gedankenaustausch mit den Reiseführern, den Mitarbeitenden in den Hotels, Restaurants etc. baut Vorurteile ab. Die Reisenden sollten sich bewusst sein, dass Burma von einer Militärdiktatur beherrscht wird. Die freie Meinungsäußerung und der direkte Kontakt zu den Touristen sowie die Bewegungsfreiheit für die Bevölkerung können eingeschränkt oder mit Gefahren verbunden sein. Wir arbeiten in erster Linie mit unabhängigen, privaten und nicht mit staatlichen Partnern zusammen. Damit unterstützen wir eine nachhaltige, gerechtere Entwicklung. Über unsere lokalen Vertreter pflegen wir zusätzlich Kontakte zur politischen Opposition, die gegen einen begrenzten Qualitätstourismus nichts einzuwenden hat. Aufgrund unserer jahrelangen Erfahrung und den Rückmeldungen unserer Gäste sind wir überzeugt: Reisen lohnt sich. Entscheiden Sie selbst.*

## Katalogseite „Urlaub und Umweltverträglichkeit“ in TUI Katalogen

Diese Seite wird in den Katalogen von TUI Deutschland, TUI Suisse, TUI Austria, TUI Poland und ROBINSON veröffentlicht.



# Urlaub und Umweltverträglichkeit

„Wir engagieren uns für den Schutz der Umwelt!“  
(Der 8. TUI Unternehmensgrundsatz)



TUI unterstützt das internationale Jahr des Delphins 2007



**„Im Jahr 2007 stehen Projekte zum Jahr des Delphins im Fokus.“**

**Umweltschutz mit Brief und Siegel**  
Um unsere Ziele im Umweltschutz effizient zu erreichen, haben wir ein Umweltmanagementsystem aufgebaut. Neben der Einhaltung aller relevanten Umweltgesetze, wollen wir damit sicherstellen, dass wir uns kontinuierlich im Umweltschutz verbessern. Seit 2003 ist das TUI Umweltmanagementsystem durch einen unabhängigen Gutachter nach der Umweltnorm ISO 14001 zertifiziert.

**Umweltmanagement weltweit**  
Die TUI übernimmt über die betriebliche Umweltsorge hinaus Verantwortung. Mit der Umwelt Checkliste werden Umweltmaßnahmen aller TUI Hotels jährlich geprüft und bewertet. Mit unseren Vertragspartnern arbeiten wir darauf hin, dass die TUI Umweltkriterien für Hotels umgesetzt werden. In den Urlaubsregionen entwickeln wir gemeinsam mit Tourismusverantwortlichen und Gemeinden Lösungen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung und fördern lokale Natur- und Tierschutzprojekte.

**Kontakt**  
TUI Deutschland Umweltmanagement, Karl-Wiechert-Allee 23, 30625 Hannover  
**E-Mail:** [umwelt@tui.de](mailto:umwelt@tui.de)  
[www.tui-deutschland.de/umwelt](http://www.tui-deutschland.de/umwelt)  
[www.tui-umwelt.com](http://www.tui-umwelt.com)

**Auszeichnung der Vorreiter**  
**TUI Umwelt Champions**  
Die Umweltmaßnahmen der TUI Hotels werden jährlich mit einem Punktesystem ausgewertet. Zusätzliche Erfolgskontrolle ist Ihr Feedback im TUI Gästefragebogen auf die Frage „Wie zufrieden sind Sie mit den Maßnahmen Ihres Hotels zum Schutz der Umwelt?“. Beide Werte gemeinsam sind Grundlage für die Auszeichnung der 100 besten Hotels weltweit mit dem TUI Umwelt Champion. Näheres unter [www.tui-ecohotels.de](http://www.tui-ecohotels.de)

**TUI Umwelt Champion**  
Ausgezeichnet als eines der 100 führenden TUI Hotels für umweltverträgliche Hotelführung.

**EcoResort**  
Für das Gütesiegel EcoResort können sich konzerninterne Hotel- und Clubbetriebe qualifizieren, die mit dem TUI Umwelt Champion ausgezeichnet sind und zusätzlich folgende 5 wesentliche Themenbereiche erfüllen:

- Natur und Umwelt aktiv erleben
- Gesundheit und Qualität
- Engagement für nachhaltige Entwicklung
- Hohe Öko-Effizienz
- Umweltschutz mit Brief und Siegel

Näheres unter [www.tui-ecoresort.com](http://www.tui-ecoresort.com)

**Kooperationsprojekte**  
Die TUI übernimmt Verantwortung und fördert konkrete Projekte zur nachhaltigen Entwicklung in den Urlaubsgebieten. Derzeit engagieren wir uns u.a. in den folgenden Projekten:

- **Partnerschaftsabkommen mit den Vereinten Nationen/CMS zum weltweiten Schutz wandernder Tierarten (Year of the Dolphin)**
- **Umweltpakt der Regierung der Balearischen Inseln und der TUI für gemeinsame Aktionsprogramme zur nachhaltigen Entwicklung der Balearischen Inseln**
- **Kooperation mit dem GOB Mallorca im Naturschutzgebiet La Trapa**
- **Lokale Agenda 21 – Zusammenarbeit mit touristischen Partnergemeinden, u.a. Doñana 21 (Andalusien), Adeje (Teneriffa), Rügen (Deutschland), Balearische Inseln**
- **Hilfsprojekt in Sri Lanka zum Wiederaufbau nach der Flutkatastrophe in Kooperation mit Plan International e.V. ([www.tui-aid.de](http://www.tui-aid.de))**
- **Kooperation mit Reef Check e.V. zum Monitoring von Korallenriffen in Ägypten ([www.reefcheck.de](http://www.reefcheck.de))**
- **„Europ. Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten“ mit EUROPARC**
- **Pilotprojekt zum Tierschutz auf Rhodos**

**Qualitätssicherung durch Umweltkriterien**

TUI Kriterien für Hotels	TUI Kriterien für Urlaubsregionen	TUI Kriterien für Verkehrsträger
Eigene Umweltpolitik und Umweltbeauftragter	Badegewässer- und Strandqualität	Energieverbrauch
Mindestens vier Wassersparmaßnahmen (Wasserspartasten, Durchflussbegrenzer ...)	Wasserversorgung und -sparmaßnahmen	Schadstoff- und Lärmemissionen
Mindestens zwei Energiesparmaßnahmen (z.B. Energiesparlampen)	Abwasserentsorgung und -nutzung	Flächenverbrauch und -versiegelung
Regelmäßige Verbrauchsmessungen	Abfallentsorgung und -vermeidung	Wartungstechnik, Geräte- und Streckenwartung
Umweltorientierter Einkauf	Energieversorgung und -sparmaßnahmen	Catering und Abfallmanagement
Biologisch abbaubare Reinigungsmittel	Verkehr, Luft, Lärm und Klima	Umweltinformationen für Kunden
Geregelte Abwasserentsorgung durch eigene oder kommunale Kläranlage	Landschaft und Bebauung	Umweltleitlinie und -berichterstattung
Abfallvermeidung durch mindestens eine Maßnahme	Naturschutz, Artenschutz und Tierschutz	Umweltforschung und -entwicklung
Unterstützung von lokalen Umweltprojekten oder Umweltorganisationen	Umweltinformationen und -angebote	Umweltkooperationen, integrierte Verkehrskonzepte
	Umweltpolitik und -aktivitäten	Gerätetypen, Triebwerke, Alter

In allen Urlaubsgebieten treten die verantwortlichen TUI Mitarbeiter vor Ort einmal jährlich an lokale Behörden, Umweltgruppen usw. heran und erstellen einen Umweltbericht anhand der o.g. Kriterien. Diese Informationen sind Grundlage unserer Planungsarbeit und für die Zusammenarbeit mit Tourismusverantwortlichen und Gemeinden. Gemeinsam arbeiten wir an Lösungen für eine nachhaltigere Tourismusentwicklung. Bitte beachten Sie die Texte zu „Natur und Umwelt“ auf den Einleitungsseiten aller Urlaubsgebiete!

**ISO 14001 zertifiziert**  
INTECHNICA  
„Das Bewertungsverfahren der Hotels habe ich im Rahmen der ISO 14001 Zertifizierung überprüft. Hiermit bestätige ich die objektive Auswahl der 100 TUI Umwelt Champions.“  
Dr. Beer, Umweltgutachter



## Qualitätssicherung: Mitarbeiter als Multiplikatoren und Schnittstellen im Bereich Nachhaltigkeit



**CoCoS 2006: TUI Umwelt- und Nachhaltigkeitskoordinatoren aus der ganzen World of TUI treffen sich in Hannover**



**TUI Intranet Portal „INTUITION“ mit weltweiter Reichweite für alle Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte**

Das TUI Experten-Netzwerk der Umwelt- und Nachhaltigkeitskoordinatoren trifft sich seit 2004 einmal jährlich im Rahmen der Konferenz „CoCoS“ (Coordinators' Conference for Environmental Management and Sustainable Development) in Hannover. 74 Teilnehmer von 39 TUI Beteiligungen aus 17 Ländern nahmen im September 2006 an der Konferenz teil, um die gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie voranzutreiben und weiter in die Geschäftsprozesse zu integrieren.

Im konzernweiten TUI Intranet Portal „INTUITION“ wurde ein Bereich „Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung“ eingerichtet, in dem alle Mitarbeiter weltweit über die Konzern-Leitlinie und aktuell über alle wesentlichen Umwelt- und Nachhaltigkeitsaktivitäten im Konzern informiert werden. Im Document Center werden relevante Unterlagen zum Download bereitgestellt. In einem speziellen Expertenbereich sind Handlungsanleitungen und Praxisbeispiele aus dem Konzern einsehbar, die es den einzelnen TUI Umwelt- und Nachhaltigkeitskoordinatoren erleichtern, das Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement in ihrem Verantwortungsbereich zu optimieren.

Gemeinsam mit TUI Deutschland informiert das Konzern-Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung die Auszubildenden am Standort Hannover über die Umwelt- und Nachhaltigkeitsaktivitäten im Konzern. Darüber hinaus absolvieren jedes Jahr mehrere Auszubildende eine verlängerte Ausbildungsstation im Bereich Konzern-Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung der TUI AG oder bei TUI Deutschland.

Seit 2003 werden neu gewählte Betriebsratsmitglieder aus allen Konzerngesellschaften in spezifischen Einführungsseminaren über die Umwelt- und Nachhaltigkeitsaktivitäten des Konzerns informiert. Ebenfalls seit 2003 werden in der Mitarbeiterzeitung „TUItimes“ in jeder Ausgabe Themen mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsbezug publiziert. Für die Schifffahrt wurden mehrere Artikel zu Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsthemen in der Mitarbeiterzeitung „Hapag-Lloyd News“ veröffentlicht. TUI Deutschland verschickt dreimal jährlich einen unternehmensweiten Qualitäts- und Umwelt-Newsletter via E-Mail für interessierte Mitarbeiter. In regelmäßigen Abständen finden bei TUI Deutschland und bei der TUI AG die „**TUI Green Days**“ statt. Dabei wird über die Erfolge der Umweltschutzaktivitäten am Standort Hannover und weltweit informiert und die Übertragung von privaten Erfahrungen und Verhaltensweisen auf den eigenen Arbeitsplatz – und umgekehrt – gefördert. Der TUI Service, die Reiseleiterorganisation der World of TUI in über 70 Ländern weltweit, schult seine Reiseleiter in Zusammenarbeit mit TUI Deutschland im Rahmen eines „Permanente Mitarbeiter Trainings“ (PMT) mit einem Schwerpunktthema zum Umweltschutz.





# Impressum

# Impressum und Ansprechpartner

Internes Kompetenzprojekt „Nachhaltigkeitsberichterstattung“: *Die TUI Nachhaltigkeitsberichterstattung 2006/2007* wurde von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der TUI AG selbstständig konzipiert und inhaltlich erarbeitet.

TUI AG Konzern-Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung  
Karl-Wiechert-Allee 4  
30625 Hannover

## Projektleitung

Mila Dahle, mila.dahle@tui.com

## Redaktion

Mike Brauner  
Mila Dahle  
Dr. Heinz Huesmann  
Dr. Dr. Wolf Michael Iwand  
Dr. Alexa von Dossow

## Inhaltliche Mitarbeit im Corporate Center der TUI AG Konzern-Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung

Katja Hoer  
Inga Meese  
Kerstin Sobania  
Ramona Thies

## Konzern-Personal

Dr. Lars Kutschke  
Kristina Ohm

## Konzern-Personalentwicklung

Birgit Kohlrausch

## Verantwortlich

Dr. Dr. Wolf Michael Iwand

**Telefon:** +49 (0) 511 566 2201

**Telefax:** +49 (0) 511 566 2222

**E-Mail:** [nachhaltigkeit@tui.com](mailto:nachhaltigkeit@tui.com)

[www.tui-nachhaltigkeit.com](http://www.tui-nachhaltigkeit.com)

[www.tui-umwelt.com](http://www.tui-umwelt.com)

Stichtag: 30. Juni 2007

## Gestaltung und Produktion

[www.add-wise.de](http://www.add-wise.de)  
Michael Kalde



© Pixelio.de

*TUI Destination Teneriffa: Der Nationalpark „Las Cañadas del Teide“ (Teneriffa, Kanarische Inseln) ist im Juni 2007 in den Kreis der UNESCO Weltnaturerbestätten aufgenommen worden. TUI hat die Bewerbung in den vergangenen Jahren systematisch unterstützt und weist in den deutschsprachigen Katalogen in den Informationstexten zu „Natur und Umwelt“ auf das Welterbeprogramm der UNESCO Kultur- und Naturerbestätten im Reiseland hin. Veranstaltermarken der TUI bieten auf Rundreisen und Ausflügen den Besuch zahlreicher Weltkultur- und Weltnaturerbestätten an.*

*Im November 2006 hat TUI auf der Jahrestagung des DRV (Deutscher Reise Verband) am Fallbeispiel „Destination Teneriffa“ detailliert die Bedeutung von Nachhaltiger Entwicklung – als unverzichtbaren Erfolgsfaktor für Urlaubsdestinationen – dargestellt. Die Arbeit und Kooperation mit der Destination Teneriffa ist seit Jahren ein „Best Practice“ strategischer Destinationsentwicklung bei TUI.*