

50 Jahre Marke TUI: Vom mittelständischen Reiseveranstalter in Deutschland zum Weltmarktführer in der Touristik mit internationalen Hotelgesellschaften und Kreuzfahrt-Reedereien

- **Transformation zum Hotel- und Kreuzfahrtkonzern gelungen**
- **TUI im Wandel zum Digital- und Plattform-Unternehmen**

Hannover, 30. November 2018. Als die Touristik Union International – kurz TUI – am 1. Dezember 1968 von den vier mittelständischen Reiseveranstaltern Touropa, Scharnow-Reisen, Hummel-Reise und Dr. Tigges-Fahrten in Deutschland gegründet wurde, war das den Zeitungen keine Schlagzeile wert. Damals ahnte allerdings noch niemand, dass aus diesem Zusammenschluss einmal der größte integrierte Touristikkonzern der Welt entstehen würde. Heute findet sich unter dem Dach der TUI Group die gesamte touristische Wertschöpfungskette wieder mit internationalen Veranstaltermarken, sechs Airlines mit rund 150 Mittel- und Langstreckenflugzeugen, eigenen Kreuzfahrtschiffen, Zielgebietsagenturen und rund 380 eigenen Hotels.

„Der TUI Smile ist heute in nahezu allen Geschäftsbereichen des Konzerns sichtbares Erkennungszeichen für Service, Innovation, Qualität und Sicherheit“, so Erik Friemuth, TUI Group Chief Marketing Officer. „Mit unserem weltweit einheitlichen Markenauftritt schaffen wir für unsere Gäste Vertrauen und Orientierung.“

War TUI früher im Kern ein Reiseveranstalter, ist das Unternehmen seit dem 2014 eingeleiteten Konzernumbau vor allem Entwickler, Investor und Betreiber von Hotel- und Kreuzfahrtgesellschaften. Mehr als 60 Prozent des operativen Ergebnisses des Konzerns stammen heute aus den Hotelgesellschaften und den Kreuzfahrten der Konzerntöchter Hapag Lloyd Cruises, TUI Cruises und Marella Cruises. TUI hat die Transformation vom klassischen Reiseveranstalter zum heutigen Hotel- und Kreuzfahrtkonzern erfolgreich geschafft und die nächste Stufe zum Digital- und Plattform-Unternehmen eingeleitet. Investitionen in moderne IT, ein einheitliches globales Kundensysteme, die Blockchain, Beteiligungen am Düsseldorfer IT-Unternehmen Peakwork und der Kauf des italienischen Technologie Start-ups Musement zeigen den Kurs für die Zukunft auf. Heute ist TUI in mehr als 100 Destinationen präsent und mit mehr als 20 Millionen Kunden der international führende Touristik-Konzern.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

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

Innovationskraft von Anbeginn

TUI hat immer Standards gesetzt, heute wie zu Beginn in Deutschland: Die Innovationskraft, für die das Unternehmen heute bekannt ist, zeigte sich bereits in seinen Anfängen. Als erster Reiseveranstalter bot TUI den Kunden eine Reiserücktrittsversicherung an – und zwar schon im Gründungsjahr 1968. Nur zwei Jahre später kam der erste Großcomputer für Reisereservierungen, das START Buchungssystem, mit Beteiligung der TUI zum Einsatz. Trendsetter war der Veranstalter auch bei der Einführung des 24-Stunden-Notfalltelefons und im Krisenmanagement. TUI richtete als erster Reiseanbieter einen eigenen Krisenstab ein und war auch im Yield-Management führend. Weitere Innovationen, bei denen TUI eine Vorreiterrolle innehatte, waren die Geld-zurück-Garantie, mit der der Konzern sein Qualitätsversprechen unterstrich, die Einführung von Frühbucherpreisen und der im Pauschalpreis inkludierte Zug-zum-Flug.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

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

Vom mittelständischen Reiseveranstalter zum weltweiten Marktführer

Die TUI hat in ihrer 50-jährigen Geschichte viele Veränderungen erlebt und selbst vorangetrieben. Der Konzern steht nicht still; er wandelt sich weiter und prägt damit auch die Branche. Die TUI im Jahr 2018 ist eine völlig andere als die TUI vor fünf oder zehn Jahren. Die strategische Transformation zum integrierten Geschäftsmodell ermöglicht es TUI, die Kunden in allen Phasen ihrer Reise – von der Beratung bis zum Ausflug im Urlaubsort – zu begleiten. Durch die eigenen Vertriebskanäle, Hotels, Fluggesellschaften, Kreuzfahrtschiffe und Service-Agenturen in den Urlaubsgebieten wird die Qualität der Urlaubserlebnisse in allen Wertschöpfungsstufen sichergestellt.

Digitalisierung als Wachstumstreiber

Ein entscheidender Treiber für das weitere Wachstum und die Weiterentwicklung des Konzerns, ist die Digitalisierung. Einerseits erschließt die TUI neue Märkte wie China, Indien oder Brasilien über eine standardisierte Software vollständig digital. Gleichzeitig heißt digital bei der TUI aber vor allem: mehr Service und besseren Service für die Kunden und effizientere Prozesse im Unternehmen. Kapazitätsmanagement auf Basis der Blockchain Technologie ermöglicht zum Beispiel eine optimale Auslastung des eigenen Hotelportfolios und eine verbesserte Rendite. Eine standardisierte konzernweite Kundenplattform und der Einsatz künstlicher Intelligenz erlauben eine ganzheitliche Sicht auf den Kunden. Die TUI kann dadurch jedem Gast künftig individualisierte und relevante Angebote machen, die genau auf die Wünsche und Präferenzen des Kunden eingehen.

Im letzten halben Jahrhundert hat TUI viel bewegt und die Touristik entscheidend geprägt. In Zukunft wird sich der Konzern immer mehr zu einem Digital- und Plattform-Unternehmen wandeln. Die Werte des Unternehmens und die Vision bleiben aber auch künftig erhalten: TUI steht für Service, Qualität und Sicherheit. Think Travel. Think TUI.

Führend bei Nachhaltigkeit - Umweltbeauftragter als Novum in den Neunzigern

Die globale Verantwortung für nachhaltiges, ökologisches und soziales Handeln ist seit Jahrzehnten ein zentrales Element der Unternehmenskultur der TUI. Bereits Anfang der 90er Jahre führte die TUI als erster Reiseveranstalter und als eines der ersten Unternehmen in Deutschland überhaupt die Funktion des Umwelt-Beauftragten ein. Heute hat sich der Konzern mit der „Better Holidays, Better World“-Strategie sehr ambitionierte Ziele gesetzt. TUI will den ökologischen Fußabdruck verkleinern und die CO₂-Intensität der eigenen Geschäftstätigkeit bis zum Jahr 2020 um zehn Prozent senken. Bis dahin soll auch die Zahl der angebotenen nachhaltigeren Reisen auf zehn Millionen jährlich steigen. Zudem hat die TUI Group 2015 die TUI Care Foundation initiiert und gegründet. Die Stiftung eröffnet jungen Menschen in mehr als 20 Ländern der Welt neue Zukunftsperspektiven durch Bildung und Ausbildung, schützt Natur und Umwelt und fördert die nachhaltige Entwicklung von Zielgebieten.

Weitere Informationen sowie Fotos finden Sie unter www.tuigroup.com

Über die TUI Group

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikonzern und in rund 180 Zielgebieten der Erde aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktien der TUI notieren im FTSE 100, dem Leitindex der Londoner Wertpapierbörse, sowie im Freiverkehr in Deutschland. Die TUI Group verzeichnete im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatz von 18,5 Milliarden Euro und ein operatives Ergebnis von 1,102 Milliarden Euro. Der Konzern beschäftigt 67.000 Mitarbeiter in über 100 Ländern. TUI bietet für seine über 20 Millionen Kunden Services aus einer Hand. Die gesamte touristische Wertschöpfungskette findet sich unter dem Dach des Konzerns wieder. Dazu gehören rund 380 eigene Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU und Robinson und 16 Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in England. Zum Konzern gehören darüber hinaus international führende Veranstaltermarken, 1.600 Reisebüros in Europa sowie fünf europäische Veranstalter-Fluggesellschaften mit rund 150 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen. Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die TUI Care Foundation setzt auf die positiven Effekte des Tourismus. Sie initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen und trägt zu einer positiven Entwicklung der Urlaubsdestinationen bei. Weitere Informationen finden Sie unter www.tuigroup.com

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

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

**TUI Group
Group Corporate & External Affairs**

Bernd Hoffmann
Head of Newsdesk
Konzernkommunikation
Tel. +49 (0) 511 566 6080
bernd.hoffmann@tui.com

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

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