

## Weniger CO<sub>2</sub>, weniger Abfall, mehr grüne Energie:

### 43 Millionen "grünere und fairere" Reisen von TUI seit 2015

- **84 Prozent mehr Kunden, die in Hotels mit Nachhaltigkeitszertifizierung übernachten**
- **Nachhaltigkeitszertifizierungen für Hotels fördern ökologische und soziale Weiterentwicklung**

**Hannover, 28. April 2021.** Jährlich 10 Millionen „grünere und fairere“ Urlaubsreisen bis 2020 war ein Ziel der TUI Nachhaltigkeitsstrategie „Better Holidays, Better World“, die in 2015 verabschiedet wurde. Dieses ambitionierte Ziel wurde erreicht: 10,3 Millionen Kunden übernachteten im Jahr 2019 in Hotels mit Nachhaltigkeitszertifizierung. Das für 2020 gesetzte Ziel von zehn Millionen Reisen konnte damit bereits ein Jahr früher erreicht werden. Zwischen 2015 und 2020 wurden im TUI Konzern insgesamt 43 Millionen nachhaltigere Reisen durchgeführt.

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

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

Hotels sind ein wichtiger Treiber, um die Nachhaltigkeitsleistung der TUI in den Urlaubsgebieten weiter zu verbessern. Jedes Hotel hat Auswirkungen auf die Menschen, Wirtschaft und Umwelt vor Ort. Für TUI beinhaltet deshalb der "grünere und fairere" Urlaub den Aufenthalt in einem Hotel, das eine externe und unabhängige Nachhaltigkeitszertifizierung vorweisen kann. Solche Zertifikate zeigen, dass ein Hotel international anerkannte soziale und ökologische Standards im Betrieb umsetzt.

Eine Analyse von 300 zertifizierten Hotels belegt die deutlich gesteigerte Umweltleistung. So liegen die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Schnitt um zehn Prozent niedriger als in Hotels ohne entsprechende Zertifizierung. Pro Gast und Nacht fallen 24 Prozent weniger Abfall an und der Frischwasserverbrauch liegt 19 Prozent niedriger. Der Anteil an grüner Energie liegt bei zertifizierten Häusern hingegen um 23 Prozent höher. Zudem weisen die Hotels einen höheren Anteil an Mitarbeitenden aus, die aus dem jeweiligen Urlaubsland kommen (plus neun Prozent). Zudem ist ein insgesamt höheres Qualitätsniveau messbar, was direkt auf eine gesteigerte Kundenzufriedenheit einzufließen, wie die Analyse belegt.

Basierend auf diesen Ergebnissen entsprechen die Einsparungen<sup>1</sup>, die 43 Millionen Kunden während einer Woche in einem Hotel mit Nachhaltigkeitszertifikat im Vergleich zu einem Hotel ohne eine solche Akkreditierung realisieren dem jährlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoß von 144.000 Autos, dem jährlichen Energiebedarf von 108.000 Haushalten, dem Wasservolumen von 10.600 olympischen Schwimmbecken – und einem Abfallvolumen, für dessen Transport 15.700 Müllwagen benötigt würden.

„43 Millionen grünere und fairere Urlaubsreisen sind ein starkes Fundament für das Nachhaltigkeitsengagement der TUI Group. Sie zeigen: Wir übernehmen Verantwortung und arbeiten an konkreten Lösungen für einen nachhaltigeren Tourismus, gemeinsam mit unseren Partnern in den Destinationen. Als Branchenführer sind wir in der Lage, Standards im Bereich Nachhaltigkeit zu setzen und global zu skalieren. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

---

<sup>1</sup> Geschätzte Einsparungen auf Basis der durchgeführten "grünere und fairere" Reisen, basierend auf der typischen Umweltbilanz von Hotels mit und ohne Nachhaltigkeitszertifizierung.

für die kommenden Jahre wird an diese Erfolge anschließen und wirkungsvolle Veränderungen anstoßen. Ökologische Nachhaltigkeit, Natur- und Artenschutz sowie soziale Nachhaltigkeit – also bessere Ausbildungs-, Bildungs-, und Lebensperspektiven für die in den Urlaubsdestinationen lebenden Menschen – sind gleichberechtigte Ziele. Wir werden die Strategie in Kürze vorstellen,” sagt Thomas Ellerbeck, Mitglied des Group Executive Committee und Chief Sustainability Officer der TUI Group.

### **Den Standard setzen**

Im Laufe der Jahre wurden viele Zertifikate entwickelt, um Hotels beim Management von Nachhaltigkeit zu unterstützen. Um mehr Klarheit zu schaffen, hat der Global Sustainable Tourism Council (GSTC) einen Standard für alle Zertifizierungen festgelegt. Die Kriterien gliedern sich in vier Hauptthemen: effektive Nachhaltigkeitsplanung, Maximierung des sozialen und wirtschaftlichen Beitrags für die lokale Gemeinschaft, Erhalt des kulturellen Erbes und Minderung negativer Auswirkungen auf die Umwelt. Randy Durband, CEO des Global Sustainable Tourism Council, sagt: "GSTC begrüßt die Bemühungen der TUI Group, die Nachhaltigkeitsleistung der von ihren Gästen besuchten Hotels zu verbessern. Dabei kommen die GSTC-Kriterien zur Anwendung. Sie sind ein globaler Standard, der unter Einbeziehung einer Vielzahl von Stakeholdern erarbeitet wurde. Deshalb setzen wir uns dafür ein, ihn als den relevantesten Standard für Nachhaltigkeit im Tourismus zu erhalten."

Damit hohe Standards gewährleistet werden, setzt TUI auf Zertifizierungen, die an den Global Sustainable Tourism Criteria ausgerichtet sind. Derzeit werden mehr als 30 Standards von GSTC anerkannt oder akkreditiert, wie z.B. Green Globe, EarthCheck, Rainforest Alliance Standard for Tourism Operations und Travelife. TUI verbindet insbesondere eine starke Kooperation mit dem Travelife-Nachhaltigkeitszertifizierungssystem.

TUI ermutigt alle Hotels, die sie ihren 27 Millionen Kunden anbietet, eine Zertifizierung nach dem GSTC-Standard zu erhalten. Dies wird auch in den Verträgen mit den Hotels festgelegt. Hotels aus dem eigenen Hotelportfolio der TUI Group sowie die internationalen Konzepthotels haben das Thema Nachhaltigkeit in ihre Markenphilosophie als auch im operativen Hotelbetrieb integriert.

### **Unterstützung auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit**

Jedes Hotel beginnt an einem anderen Punkt auf seinem Weg zu mehr Nachhaltigkeit. Als Branchenführer im Bereich Nachhaltigkeit bietet TUI seinen Hotels und Hotelpartnern umfangreiche Unterstützung, um die eigene Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern und eine Zertifizierung zu erreichen:

- Speziell ausgebildete Experten für Nachhaltigkeit im Hotelbereich arbeiten eng mit unseren Hotelpartnern zusammen, um sie im Prozess der Zertifizierung zu unterstützen und zu schulen.
- TUI Hotels & Resorts sowie die internationalen Konzepthotels wurden mit Nachhaltigkeitstrainings und Workshops unterstützt. Zudem wurde eine Online-Plattform zum Austausch von Best Practices ins Leben gerufen.

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

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

- Für die Product- und Purchasing Teams der TUI Group wurde ein eigenes Schulungsprogramm eingeführt, um über die Nachhaltigkeitsanforderungen an Hotels zu informieren.
- Im Rahmen von Roadshows in den Zielgebieten wurden Hotels über die Vorteile einer Nachhaltigkeitszertifizierung informiert. Dies geschieht oftmals gemeinschaftlich mit den Experten des Zertifizierungssystems Travelife.

#### **Über die TUI Group**

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikkonzern und weltweit aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 250, dem Leitindex der Londoner Wertpapierbörse, sowie im Freiverkehr in Deutschland.

Der TUI Konzern bietet für seine 28 Millionen Kunden, davon 21 Millionen in den europäischen Landesgesellschaften, integrierte Services aus einer Hand. Die gesamte touristische Wertschöpfungskette wird unter einem Dach abgebildet. Dazu gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 15 Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in Großbritannien. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken und Online-Vermarktungsplattformen, fünf Fluggesellschaften mit mehr als 100 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und über 1.000 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels, Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem Digitalunternehmen.

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die von TUI initiierte TUI Care Foundation setzt mit Projekten in 25 Ländern auf die positiven Effekte des Tourismus, auf Bildung und Ausbildung sowie die Stärkung von Umwelt- und Sozial-Standards. Sie unterstützt so Urlaubsdestinationen in ihrer Entwicklung. Die weltweit tätige TUI Care Foundation initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

#### **TUI Group Group Corporate & External Affairs**

Christian Rapp

Konzernkommunikation  
Tel. +49 (0) 511 566 6028  
christian.rapp@tui.com

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

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