2018

NACHHALTIGKEITSBERICHT

TUI GROUP

betterholidays
betterworld

Über diesen Bericht

Dieser Bericht fasst die Fortschritte des TUI Konzerns im vierten Jahr der Strategie Better Holidays, Better World zusammen – reflektiert Erfolge und Herausforderungen sowie Leistungsdaten für das Geschäftsjahr 2018 (1. Oktober 2017 bis 30. September 2018), sofern nicht anders angegeben.

Der Bericht ist konzipiert, um relevante Informationen für möglichst viele Personenkreise zur Verfügung zu stellen, einschließlich Mitarbeiter, Kunden und andere Interessengruppen. Neben der Einhaltung unseres strategischen Rahmens für die Jahre 2015 – 2020 haben wir versucht, auf aufkommende Herausforderungen zu reagieren, die für unser Geschäft und unsere Interessengruppen von wesentlicher Bedeutung sind.

Dieser Bericht umfasst Daten und Fortschritte über Aktivitäten von Unternehmen, die sich im Besitz oder unter der Kontrolle der TUI Group befinden. Weitere Informationen zu unserer Methodologie der Nachhaltigkeitsberichterstattung finden Sie ⊖ *hier.* Den Fortschrittsbericht 2018 der TUI Group zum UN Global Compact finden Sie in diesem Bericht.

⊖ *Nähere Informationen zu unserem Nachhaltigkeitsbericht und weiteren Initiativen finden Sie online hier.*

Inhalt

WILLKOMMEN

04 Vorwort
05 TUI auf einen Blick

UNSER ANSATZ

06 Better Holidays, Better World Strategie
07 Nachhaltigkeitsmanagement
09 Highlights 2018
10 Ziele für nachhaltige Entwicklung
11 TUI's Beitrag zur Zielerreichung
13 Materialität
14 Achtung der Menschenrechte

STEP LIGHTLY

16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort

MAKE A DIFFERENCE

31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden

LEAD THE WAY

49 Strategie
51 Innovation
53 Bildung und Ausbildung
54 TUI Care Foundation

CARE MORE

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

GLOBAL COMPACT

71 Fortschrittsbericht

WEGWEISER DURCH DEN BERICHT

Um Ihnen die Navigation durch den Bericht zu erleichtern, haben wir dieses PDF mit Verlinkungen versehen. Die Inhaltsleiste am linken Seitenrand ermöglicht es Ihnen, von jeder beliebigen Seite aus in die einzelnen Kapitel zu springen. In welchem Kapitel Sie sich jeweils befinden, erkennen Sie an der blauen Textauszeichnung. Auch aus dem Inhaltsverzeichnis gelangen Sie direkt zu den Kapiteln.

Folgende Icons funktionieren ähnlich wie auf einer Webseite:

INHALTSVERZEICHNIS

SUCHE

Über folgendes Symbol im Text gelangen Sie zu der entsprechend verlinkten Seite oder Website:

TEXTVERWEIS

Vorwort

Der Tourismus hat eine enorme Gestaltungskraft, die weit über den Urlaub hinaus geht. Für die Reisenden ist der Urlaub die schönste Zeit des Jahres. Dafür arbeiten die rund 70.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der TUI. Aber dabei bleibt es nicht: Wo die TUI Group investiert, stoßen wir zugleich Einkommen, Bildung, Infrastruktur, medizinische Versorgung und vieles mehr an. Davon profitiert die Bevölkerung vor Ort unmittelbar. Gerade in Schwellen- und Entwicklungsländern erlebe ich immer wieder, welche Perspektiven der Tourismus den Menschen vor Ort eröffnet.

Als führender Touristikkonzern wollen wir unseren Einfluss weiter nutzen, um nachhaltige Veränderungen anzustoßen. Dazu zählt natürlich auch der Schutz von Umwelt und Klima. Dank unserer Investitionen in neueste Technologien sind wir auf dem richtigen Weg. So stehen unsere Airlines in Großbritannien und Deutschland im Klimaranking weltweit auf Platz 1 und 4. Auf hoher See hat die TUI Group eine der modernsten Kreuzfahrt-Flotten. So konnten wir die CO_2-Emissionen pro Kreuzfahrtpassagier und Übernachtung von 2015 auf 2018 um rund 12 Prozent verringern. Und die im vergangenen Jahr bestellten Mein Schiff-Neubauten werden mit emissionsärmeren Flüssiggasantrieben ausgeliefert. Wichtig ist jetzt der Ausbau der Infrastruktur an Land, in den Städten und Häfen, damit diese Technologien im nächsten Jahrzehnt auch an vielen Orten der Welt nutzbar sind. Von den rund 40.000 Schiffen auf den Weltmeeren sind rund 300 Kreuzfahrtschiffe. Ich bin überzeugt davon, dass gerade von den modernen Kreuzfahrtschiffen Innovationen für die gesamte Schifffahrt ausgehen, die zu mehr Umwelt- und Klimaschutz auf den Meeren führen.

Aber Umweltschutz ist mehr als CO_2-Reduktion. Wir erleben, dass unsere Meere von Plastikmüll bedroht werden. Als Reisekonzern sind wir hier besonders sensibilisiert. Deshalb haben wir Initiativen gestartet, um in unseren Hotels, Büros, Flugzeugen und auf den Kreuzfahrtschiffen immer weniger Plastik einzusetzen. Bis heute konnten wir bereits 140 Millionen Einzelteile Plastik einsparen. Diesen Weg werden wir weitergehen.

In unserem Ziel für mehr Nachhaltigkeit sind wir um so erfolgreicher, je stärker es uns gelingt, unsere Kunden und die Menschen in den Urlaubsländern zu beteiligen. Von besonderer Bedeutung ist die von TUI gegründete TUI Care Foundation. In über 30 Projekten in 25 Ländern arbeitet sie daran, dass möglichst viele Menschen in den Urlaubsländern vom Tourismus profitieren und neue Perspektiven erkennen – zum Beispiel mit Naturschutzinitiativen, durch Bildungsprogramme der TUI Academies oder durch die Unterstützung von lokalen Start-ups. Bildung und Ausbildung sind der Schlüssel zu Veränderungen und der erste Schritt zu einem besseren Leben für viele junge Menschen und ihre Familien.

»Tourismus ist viel mehr als Urlaub. Wir leisten durch Bildung und Ausbildung einen aktiven Beitrag, das Leben der Menschen in den Urlaubsländern nachhaltig zu verbessern.«

Wir leisten einen aktiven Beitrag zum Wissens- und Wohlstandstransfer. Und wir fördern den Austausch zwischen den Kulturen, wenn sich Menschen auf Reisen begegnen und so Land und Leute besser kennen lernen. Die Welt hat sich verändert, an vielen Stellen sind die Beziehungen und das Zusammenleben heute fragiler und instabiler. Deshalb bietet der Reise- und Tourismussektor auch hier ein einzigartiges Potenzial.

Unser Ziel als TUI bleibt, Vorreiter für soziale und ökologische Nachhaltigkeit zu sein. Wir wollen unsere Gestaltungskraft einsetzen, um den sozialen und wirtschaftlichen Nutzen des Tourismus zu steigern. Und wir werden gleichzeitig weiter in Innovationen und Technologien investieren, die den ökologischen Fußabdruck des Reisens reduzieren.

Fritz Joussen
Chief Executive Officer TUI Group

WILLKOMMEN

04 Vorwort

05 TUI auf einen Blick

UNSER ANSATZ

STEP LIGHTLY

MAKE A DIFFERENCE

LEAD THE WAY

CARE MORE

GLOBAL COMPACT

TUI auf einen Blick

TUI ist der weltweit führende Touristikkonzern mit Reiseveranstaltern, fünf Fluggesellschaften mit rund 150 Flugzeugen, 16 Kreuzfahrtschiffen, über 380 Hotels und zahlreichen Zielgebietsagenturen. Dieses integrierte Angebot ermöglicht es uns, unseren 27 Millionen Kunden ein unvergleichliches Urlaubserlebnis zu bieten. *Lesen Sie hier mehr.*

380
HOTELS

16
KREUZFAHRTSCHIFFE

~150
FLUGZEUGE

27 MIO.
KUNDEN
Davon 21 Millionen aus europäischen Quellmärkten

115
DESTINATIONEN

06 **Better Holidays, Better World Strategie**
07 Nachhaltigkeitsmanagement
09 Highlights 2018
10 Ziele für nachhaltige Entwicklung
11 TUI's Beitrag zur Zielerreichung
13 Materialität
14 Achtung der Menschenrechte

Better Holidays, Better World Strategie

Als weltweit führendes Touristikunternehmen setzt sich die TUI Group für einen nachhaltigeren Tourismus ein. Unsere „Better Holidays, Better World"-Strategie beruht auf vier Pfeilern. Dies sind die Bereiche, in denen wir positiven Einfluss nehmen müssen, um in großem Maßstab Veränderungen herbeizuführen – in unserem eigenen Unternehmen, über unsere Wertschöpfungskette und in der gesamten Branche und darüber hinaus.

TUI VISION

Die Vielfalt der Welt entdecken, Grenzen überwinden, fremde Länder und Kulturen erleben: Reisen eröffnet neue Horizonte. Wir gestalten für unsere Gäste in aller Welt unvergessliche Momente und lassen ihre Träume wahr werden. Wir wissen auch, was Reisen für viele Länder der Erde und die Menschen dort bedeutet. Wir investieren und gestalten ein Stück Zukunft dieser Länder mit – engagiert und nachhaltig. Think Travel. Think TUI.

TUI NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE 2015 – 2020

betterholidays
betterworld
TUI Nachhaltigkeitsstrategie 2020

Ökologischen Fußabdruck verkleinern
Wir verpflichten uns, bis 2020 die emissionseffizientesten Airlines Europas zu betreiben und die CO_2-Intensitat unserer Geschäftstätigkeit um 10 % zu senken.

Positive Veränderungen anstoßen – für Menschen und Gemeinschaften
Wir verpflichten uns, bis 2020 jährlich 10 Mio. nachhaltigere Urlaubsreisen anzubieten, damit mehr Menschen vor Ort von den Vorteilen des Tourismus profitieren.

Pionierarbeit für nachhaltigen Tourismus leisten
Wir verpflichten uns, bis 2020 das jährliche Fördervolumen auf 10 Mio. € zu steigern, um gemeinnützige Projekte zu unterstützen und die positiven Beitrage des Tourismus auszuweiten. Diese Aufgabe werden wir mit Hilfe der TUI Care Foundation leisten.

Wir wollen ein attraktiver Arbeitgeber sein, bei dem sich Mitarbeiter mit Leidenschaft einbringen.
Wir verpflichten uns, bis 2020 das Mitarbeiter-Engagement auf mehr als 80 Punkte zu steigern, um zu den führenden 25 globalen Unternehmen zu gehören.

Nachhaltigkeitsmanagement

THOMAS ELLERBECK

Mitglied des Group Executive Committee

(Group Corporate & External Affairs)

TUI Group Chairman of the Board, TUI Care Foundation

TUI ist ein börsennotiertes Unternehmen und seinen Aktionären verpflichtet. Wie soll da Platz sein für soziale und ökologische Zielsetzungen?
Das sind zwei Seiten derselben Medaille. Ich sehe da ein positives Zusammenspiel, keinen Gegensatz. Das Bewusstsein für Umwelt und Nachhaltigkeit wächst. Denken wir an die Diskussionen über die Nutzung von Plastik oder an den Schutz der Meere. Wenn das Bewusstsein wächst, hat es auch Auswirkungen auf unsere Entscheidungen als Kunde. Dauerhaft erfolgreich sind wir deshalb, wenn wir die Erwartungen aller relevanten Stakeholder-Gruppen in unsere Entscheidungen einbeziehen. Das sind unsere Gäste, die Aktionäre, unsere Kolleginnen und Kollegen und die Menschen in den Urlaubsländern. Von diesem Ansatz wird unsere Nachhaltigkeitsstrategie „Better Holidays, Better World" geleitet. Zwei Beispiele: 2017 forderten 53 Prozent unserer Kunden, dass Veranstalter in ökologische und soziale Initiativen investieren. 2012 lag der Wert noch bei 39 Prozent. Und in Nordeuropa will etwa ein Drittel unserer Kunden ihre Reisepläne künftig noch stärker auf Nachhaltigkeit ausrichten. Nachhaltigkeit ist also auch für die strategische Aufstellung eines Unternehmens zunehmend von Relevanz – bei Kunden und Aktionären und auch bei Mitarbeitern, die sie sich für TUI als Arbeitgeber interessieren.

Aber der Nachhaltigkeitsbegriff ist schwammig. Was erwarten die Kunden denn konkret?
Nachhaltigkeit ist heute deutlich klarer definiert als vor zehn Jahren, der Anspruch ist präziser, die Ergebnisse sind messbarer. Ein Konzern wie TUI hat deshalb eine mehrjährige Nachhaltigkeitsstrategie, die alle Geschäftsfelder berührt. Zum Beispiel wenn wir neue Flugzeuge oder Schiffe bestellen oder ein Hotel bauen oder umbauen. Das beginnt bereits bei der Planung eines neuen Hotels: kann ich Solaranlagen betreiben wie in den Robinson Clubs in Agadir und Apulien, welche Leuchtmittel setze ich ein, wie wird der Palmengarten gestaltet, um den Wasserverbrauch zu reduzieren. Neben der ökologischen Nachhaltigkeit rückt bei TUI auch die soziale Nachhaltigkeit stark in den Fokus.Wir haben Verantwortung für die Urlaubsländer und hinzu kommt der Wunsch unserer Kunden nach Authentizität. Viele Menschen wollen im Urlaub lokale Produkte kennen lernen, stärker als früher wollen sie in die Kultur eintauchen und Kontakt zur Bevölkerung vor Ort aufnehmen. Daraus erwächst zugleich eine größere Sensibilität für die Umstände vor Ort: Wie sind die Ausbildungs- und Arbeitsbedingungen im Tourismus? Profitieren die Menschen von den Ausgaben der Touristen? Wie steht es um Müllentsorgung, um Energieeffizienz und Umweltschutz am Urlaubsort? Wir nehmen diese Verantwortung sehr ernst, und sind nicht nur Geschäftspartner für die Urlaubsländer, sondern verstehen uns als echter Partner. In vielen Ländern ist TUI seit mehr als 50 Jahren, das ist ein enorm starkes Band.

Kann TUI die Erwartungshaltung denn überhaupt erfüllen?
TUI war in der Tourismusbranche der Vorreiter in Sachen Umwelt und Nachhaltigkeit. Auch heute setzen wir Standards. Über 80 Prozent der TUI Hotels und Ressorts sind nach globalen Nachhaltigkeitsstandards zertifiziert. Bereits über 9 Millionen Urlauber haben 2018 ihren Urlaub in einem zertifizierten Hotel verbracht. Wir arbeiten daran, diese Zahl weiter auszubauen. Ein zweites Beispiel sind unsere Ausflüge. Die TUI Collection Exkursionen müssen Nachhaltigkeitskriterien entsprechen und beispielsweise die Umwelt schonen oder der lokalen Bevölkerung zugutekommen. 2018 wurden diese Angebote 1,2 Millionen Mal gebucht – gegenüber 2017 ein Plus von 15 Prozent.

TUI arbeitet mit vielen Hundert Partnern zusammen. Welchen Einfluss können Sie da nehmen?
Als TUI Group versuchen wir, die Partner in den Zielländern von unserem Ansatz zu überzeugen. Bei TUI arbeiten wir gemeinsam mit unseren Partnern an einem nachhaltigen Tourismus. Wir treffen uns regelmäßig mit politischen Entscheidern in den Destinationen und mit anderen Stakeholdern, um unseren Ansatz für Nachhaltigkeit zu diskutieren und gemeinsam weiter zu entwickeln. Die Hotel- und Ausflugspartner sind essentiell, um unsere Nachhaltigkeitsziele vor Ort zu erreichen. Mit ihnen arbeiten wir kontinuierlich daran, ambitionierte Ziele zu setzen und diese dann auch gemeinsam zu erreichen.

Darüber hinaus sind wir mit der TUI Care Foundation in 30 Projekten in 25 Ländern weltweit vor Ort engagiert. Nehmen wir das Beispiel Kreta. Dort unterstützt die Foundation rund 200 Kleinbauern dabei, Weintrauben und Oliven auf nachhaltige Weise anzubauen. Zudem werden sie direkt mit dem Tourismussektor vernetzt, damit sie vor Ort ihre Produkte vertreiben können. Wir haben für die vielen kleinen, lokalen Betriebe eine Art Genossenschaft entwickelt. Jeder für sich war zu klein, um die Anforderungen von Hotels und Restaurants zu erfüllen. Jetzt arbeiten die lokalen Betriebe zusammen. Ähnliche Projekte laufen nach den positiven Erfahrungen in Griechenland in Spanien und in der Türkei. Das schafft konkrete Perspektiven, Arbeitsplätze und Beschäftigung vor Ort. Und mit den TUI Academies eröffnet die Stiftung benachteiligten Jugendlichen Chancen auf eine Berufsausbildung. Bildung und Ausbildung sind der Schlüssel zu einem besseren Leben. Das ist sehr nachhaltig für die Menschen vor Ort im Urlaubsland.

Die bisherige Nachhaltigkeitsstrategie reicht bis 2020. Was kommt dann?
Die weitere Planung mit der Perspektive bis 2030 haben wir 2018 gestartet. Dafür haben wir zunächst Kunden, Mitarbeiter und Finanzmärkte ebenso befragt wie Politik, Medien, NGOs, Wissenschaft, Aktionäre und Geschäftspartner. Eine erste Analyse zeigt, dass sich viele Erwartungen hinsichtlich unserer Schwerpunktsetzung bei Nachhaltigkeitsthemen decken. Im laufenden Jahr werden wir unsere Strategie für 2020 – 2030 konkreter formulieren. Wir wollen auf diesem Feld der Vorreiter für die Tourismusindustrie bleiben. Dazu stehen das Management und unsere 70.000 Kolleginnen und Kollegen bei TUI.

06 Better Holidays, Better World Strategie
07 Nachhaltigkeitsmanagement
09 Highlights 2018
10 Ziele für nachhaltige Entwicklung
11 TUI's Beitrag zur Zielerreichung
13 Materialität
14 Achtung der Menschenrechte

JANE ASHTON
Director of Sustainability, TUI Group

» Dies ist der vierte jährliche Fortschrittsbericht zur TUI Nachhaltigkeits-Strategie „Better Holidays, Better World". Die Ziele, die wir uns bereits 2015 gesetzt haben, inspirieren nach wie vor: Gemeinsam wollen wir Veränderungen zum Besseren vorantreiben, Nachhaltigkeit noch stärker in das Tagesgeschäft einbetten und die Projekte der TUI Care Foundation ausbauen. Der Bericht sowie eine lange Liste von Auszeichnungen und Ehrungen, wie wir 2018 erhalten haben, spiegelt dieses Engagement wieder. TUI möchte auch künftig die führende Position in der Reisebranche in Sachen Nachhaltigkeit einnehmen. Denn angesichts des Klimawandels und des Verlustes der biologischen Vielfalt ist nachhaltiges Handeln wichtiger denn je.

Nachhaltigkeit umfasst immer auch eine soziale Dimension. Das gilt insbesondere für den Tourismus, der weltweit vielen Millionen Menschen Arbeitsplätze und Einkommen bietet. Gleichzeitig entzündet sich unter dem Schlagwort Over Tourism an einzelnen Orten Kritik am wachsenden Tourismus. Wir nehmen das Thema ernst. Wir arbeiten dafür eng mit Regierungen, Behörden und anderen Interessengruppen zusammen, um Bedürfnisse der Menschen vor Ort in unsere Programme aufzunehmen. Wir gehen langfristige Verpflichtungen gegenüber unseren regionalen Lieferanten ein, um ihnen sichere Perspektiven zu bieten. Wir arbeiten nur mit lizenzierten Unterkunfts- und Tourismusdienstleistern zusammen und geben so Impulse für mehr Nachhaltigkeit bei unseren Partnern. Und natürlich investieren wir ständig in neue Technologien, Techniken und Schulungen, um unsere direkten Umweltauswirkungen und die unserer Lieferanten zu reduzieren.

Die Zielsetzungen von „Better Holidays, Better World" reichen bis 2020. Schon heute schauen wir über das Jahr hinaus und entwickeln eine Vision für nachhaltigen Tourismus bis 2030 – inklusive der Rolle, die TUI dabei spielen soll. Tourismus lebt von einer weitgehend intakten Natur. Wir wissen, dass wir die derzeitigen Anstrengungen fortsetzen und sogar verstärken müssen – dabei sind wir auf dem richtigen Weg. «

NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

In der TUI Group arbeitet ein Team erfahrener Nachhaltigkeitsexperten eng mit Führungskräften auf Konzern- und Geschäftsbereichsebene zusammen, um sicherzustellen, dass die Geschäfts- und die Nachhaltigkeitsstrategie aufeinander abgestimmt sind. Das Nachhaltigkeitsteam engagiert sich für die nachhaltige Umsetzung der Geschäftstätigkeit im Konzern und entlang der Lieferkette. Die TUI Care Foundation wird bei Projektauswahl und Projektarbeit in den Destinationen beraten.

GROUP EXECUTIVE COMMITTEE
Mindestens zweimal jährlich Sitzungsteilnahme und Statusbericht

DIVISIONAL BOARDS
Anlassbezogene, regelmäßige Berichterstattung an Quellmarkt-, Tourism-, Hotel- und Airline-Boards

GROUP SUSTAINABILITY NETWORK
Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie sowie Koordination themenspezifischer Arbeitsgruppen durch Nachhaltigkeitsmanager auf Konzernebene, in den Quellmärkten, bei TUI Destination Experiences sowie in Hotel- und Kreuzfahrtsegmenten

RISK OVERSIGHT COMMITTEE
Jährliche Berichterstattung und regelmäßige Abstimmung mit Group Risk zur Risikobeobachtung

NACHHALTIGKEITSINDIZES UND -AUSZEICHNUNGEN

Die TUI AG ist im Nachhaltigkeitsindex FTSE4Good und im Ethibel Sustainability Index (ESI) Excellence Europe vertreten. 2019 wurde TUI mit der Auszeichnung „Bronze Class" in das RobecoSam Sustainability Yearbook aufgenommen. Bei CDP Climate Change wird TUI in Anerkennung des Engagements für Klimaschutz 2019 als „Leader" gelistet.

Das ganze Jahr über wurden TUI Gesellschaften mit einer Vielzahl von Auszeichnungen ausgezeichnet. ⊕ *Mehr dazu erfahren Sie hier.*

06 Better Holidays, Better World Strategie
07 Nachhaltigkeitsmanagement
09 Highlights 2018
10 Ziele für nachhaltige Entwicklung
11 TUI's Beitrag zur Zielerreichung
13 Materialität
14 Achtung der Menschenrechte

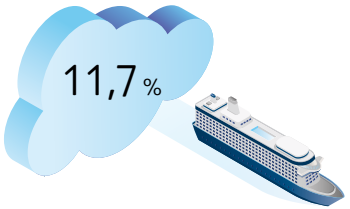
Highlights 2018

step lightly

TUI Airways und TUI fly zählten mit den **Plätzen 1 & 4** im atmosfair Airline Index 2018 zu den emissionseffizientesten Fluggesellschaften.

19 %

Die Fluggesellschaften der TUI sind **19 % CO_2-effizienter** als der Durchschnitt der sechs größten europäischen Fluggesellschaften.



Die TUI Kreuzfahrtgesellschaften **reduzierten die CO_2-Emissionen** um 11,7 % pro Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung im Vergleich zu 2015.

make a difference

9,2 MIO.

„grüne und faire" Urlausbsreisen in Hotels mit anerkannter Nachhaltigkeitszertifizierung

81 %

der konzerneigenen TUI-Hotels haben Nachhaltigkeitszertifizierungen

1.177.000

TUI Collection Ausflüge – Nachhaltigkeit steht hier im Mittelpunkt

lead the way

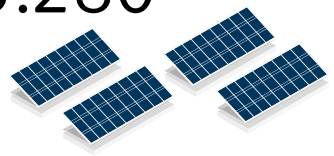
€ 7,8 MIO.

wurden für nachhaltige Projekte **aufgebracht**.

>30

Die TUI Care Foundation ist mit über 30 Projekten in 25 Destinationen aktiv.

3.280



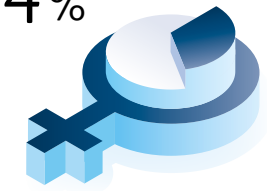
Solaranlagen – Der Robinson Club Apulia in Italien verfügt mit 3.280 Solarmodulen über eine der größten Hotel-Solaranlagen in Europa.

care more

76

Ein attraktiver Arbeitgeber sein, mit **76 Punkten im Engagement-Score.**

34 %



der **Führungspositionen** sind von **Frauen** besetzt.

der berechtigten Kollegen nahmen 2018 an unserem **Mitarbeiteraktienprogramm** teil.

06 Better Holidays, Better World Strategie
07 Nachhaltigkeitsmanagement
09 Highlights 2018
10 Ziele für nachhaltige Entwicklung
11 TUI's Beitrag zur Zielerreichung
13 Materialität
14 Achtung der Menschenrechte

Ziele für nachhaltige Entwicklung

Die 2015 eingeführten *UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung* (SDGs) sind ein Maßstab für unsere Nachhaltigkeitsinitiativen. Die SDGs spielten eine wichtige Rolle bei der Neupositionierung der TUI Care Foundation – unser wichtigster Hebel zur Projektfinanzierung in Destinationen – und werden unsere Strategie auch in Zukunft prägen.

TOURISMUS UND DIE SDGS

Die touristische Wertschöpfungskette ist eng mit vielen Sektoren verbunden. Dadurch haben wir die Möglichkeit, Fortschritte in allen 17 SDGs zu beinflussen, wobei drei Ziele sich besonders auf nachhaltigen Tourismus beziehen: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (SDG 8), nachhaltige / r Konsum und Produktion (SDG 12) sowie Leben unter Wasser (SDG 14).

FÜHRUNG ZEIGEN

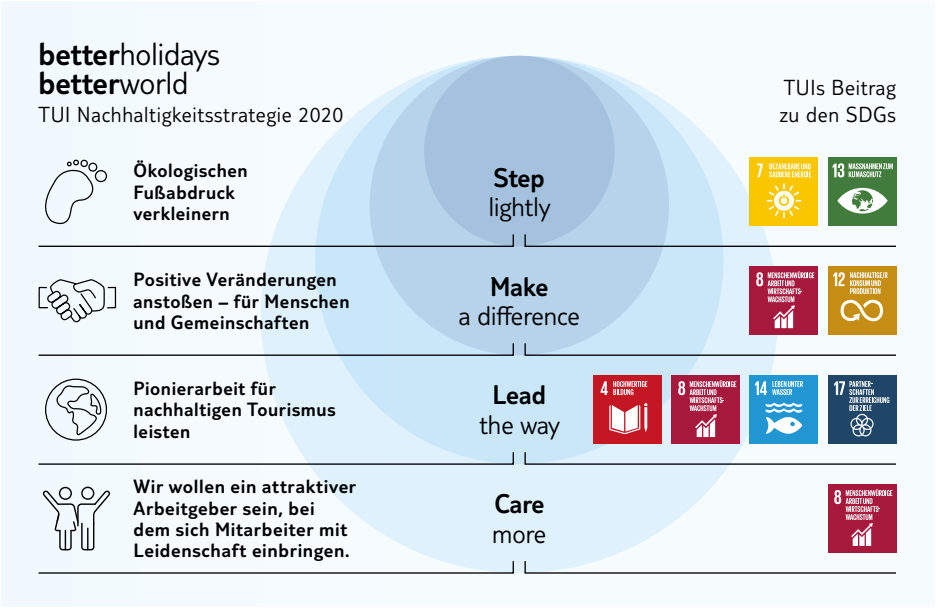
Der TUI Konzern setzt sich für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus ein und unterstützt die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung. Als weltweit führendes Touristikunternehmen können wir den Wandel zum Besseren beschleunigen und nehmen unsere Verantwortung wahr, globale Herausforderungen wie den Klimawandel gemeinsam anzugehen.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie Better Holidays, Better World geht die wichtigsten Herausforderungen der Branche an und maximiert die positiven Effekte. Veränderungen in größerem Umfang streben wir an: in unseren eigenen Betrieben, über unsere Wertschöpfungskette und Kunden sowie in der gesamten Branche und darüber hinaus.

Wir verfolgen insbesondere sieben SDGs, bei denen TUI besonders wirkungsvoll Beiträge leistet.

SDGs

TUI'S NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE 2015 – 2020



TUI's Beitrag zur Zielerreichung

ZIELE

Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern

Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern

Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern

Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen

BEITRÄGE

TUI bietet konzernweit verschiedene Programme für Training und Personalentwicklung. Bis 2020 wird TUI UK 2.000 neue Ausbildungsplätze schaffen. TUI Deutschland plant mit bis zu 500 neuen Stellen pro Jahr, in den Niederlanden und Belgien kommen über 250 jährlich hinzu.

Wir werden Bildungseinrichtungen unterstützen, damit junge Menschen und Tourismusstudenten ein echtes Verständnis für nachhaltigen Tourismus entwickeln. Unser Programm Better World Detective haben wir zum Beispiel auf 60.000 Schüler ausgedehnt *(S. 53)*.

Die TUI Care Foundation will durch das TUI ACADEMY-Programm 10.000 jungen Menschen berufliche Perspektiven eröffnen. Dafür wurden und werden Akademien in der Dominikanischen Republik, Namibia, Tansania, Vietnam, Marokko und Griechenland *(S. 55)* gegründet.

Bis 2020 wollen wir die CO_2-effizientesten Fluggesellschaften Europas betreiben. TUI Airways und TUI fly in Deutschland erzielten 2018 im atmosfair Airline Index *(S. 21)* die Plätze 1 und 4 der klimaeffizientesten Fluggesellschaften der Welt.

Wir verfolgen konkrete Ziele zur Verbesserung der CO_2-Emissionen für unsere Fluggesellschaften, Kreuzfahrten, Hotels, Bodentransport, Reisebüros und Verwaltungsgebäude *(S. 16)*.

Wir investieren in neue Technologien zur Steigerung der Energieeffizienz, beispielsweise bei den Schiffsneubauten von TUI Cruises *(S. 24)*.

Einige unserer Hotels investieren in erneuerbare Energien, wie z. B. der Robinson Club Apulia. Der Club hat 2018 eine der größten europäischen Solaranlagen für Hotels installiert *(S. 51)*.

Der TUI Konzern beschäftigt 70.000 Mitarbeiter an über 115 Standorten direkt. Zudem sichern wir viele Zehntausend Arbeitsplätze indirekt, zum Beispiel in der Landwirtschaft und Gastronomie oder bei Handwerksbetrieben, *(S. 61)*.

Unser ⊕ *Global Employment Statement* zielt auf einen fairen und respektvollen Umgang mit den Mitarbeitern ab.

Mit unserem Verhaltenskodex für Mitarbeiter *(⊕ Integrity Passport)* bekennen wir uns zu den Prinzipien des UN Global Compact.

Unser ⊕ *Verhaltenskodex* für Lieferanten legt die Mindeststandards fest – unter anderem werden moderne Sklaverei und Kinderarbeit ausgeschlossen, angemessene Arbeitsbedingungen eingefordert.

Die TUI Care Foundation will mit dem TUI CARES Programm *(S. 57)* die Existenzgrundlage von 10.000 Menschen in Destinationen verbessern.

Bis 2020 wollen wir 10 Millionen grüne und faire Urlaubsreisen pro Jahr anbieten. 2018 waren es 9,2 Millionen. Über 80 % der TUI-Hotels besaßen 2018 ein vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkanntes Nachhaltigkeitszertifikat *(S. 33)*.

2018 haben wir fast 1,2 Millionen TUI Collection Ausflüge durchgeführt, bei denen Nachhaltigkeitsaspekte im Fokus stehen – gegenüber 2017 ein Plus von 15 % *(S. 39)*.

TUI arbeitet mit den Vereinten Nationen im One planet travel with care Netzwerk *(S. 34)*.

Über die TUI Care Foundation unterstützen wir nachhaltige landwirtschaftliche Projekte mit Bezug zum Tourismus in Griechenland, in der Türkei, auf Lanzarote und dem spanischen Festland *(S. 57)*.

06 Better Holidays, Better World Strategie
07 Nachhaltigkeitsmanagement
09 Highlights 2018
10 Ziele für nachhaltige Entwicklung
11 TUI's Beitrag zur Zielerreichung
13 Materialität
14 Achtung der Menschenrechte

ZIELE

Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen

Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen

Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung wiederbeleben

BEITRÄGE

Als Betreiber von Flugzeugen, Kreuzfahrtschiffen und Hotels sind unsere Klimaauswirkungen erheblich. Wir mildern dies durch Effizienzmaßnahmen und setzen zunehmend auf erneuerbare Energien (siehe SDG 7).

Wir stärken die Resilienz in unseren Reiseregionen. Auf den Philippinen schulen wir in zwei besonders gefährdeten Gemeinden 2.200 Familien, um die Widerstandsfähigkeit gegen den Klimawandel durch eine nachhaltige Landwirtschaft und Fischerei zu stärken. Außerdem unterstützen wir beispielsweise 35 Wiederaufforstungsprojekte, setzen uns für den Schutz von Mangroven ein und entwickeln Anpassungspläne mit lokalen Gemeinden. ⊕ *Mehr dazu hier.*

In Mexiko stärken wir die Umweltbildung und das Verständnis für Biodiversität junger Menschen. Das in Zusammenarbeit mit Rainforest Alliance durchgeführte Lernprojekt erreicht schätzungsweise 600 Lehrer und 6.000 Schüler *(S. 55)*.

TUI Cruises nutzt Abgasnachbehandlungssysteme an Bord, um Verschmutzung zu minimieren und die Meeresumwelt zu schützen *(S. 24)*.

In den letzten fünf Jahren haben wir über 250 Strandreinigungen an 300 km Küstenlinie mit über 6.600 Teilnehmern *(S. 68)* organisiert.

Durch jüngste Initiativen wurden über 140 Millionen Einweg-Plastik-Artikel aus unserem Betrieb entfernt. Bis 2020 soll die Anzahl auf 250 Millionen erhöht werden *(S. 42)*.

Mit Programmen der TUI Care Foundation wollen wir bis 2020 über 1 Million Schildkröten schützen *(S. 56)*.

Um „Better Holidays, Better World" Realität werden zu lassen, arbeiten wir mit Kunden, Lieferanten, Bildungs- und Ausbildungseinrichtungen, Regierungen und UN-Organisationen auf der ganzen Welt zusammen.

TUI ist im Vorstand von GSTC, Travelife, Green Star, Futouris und The Travel Foundation vertreten.

Die TUI Care Foundation arbeitet mit einer Vielzahl internationaler und lokaler Partner in Destinationen auf der ganzen Welt zusammen. So zum Beispiel mit PLAN International, um junge Frauen durch das TUI ACADEMY-Programm zu unterstützen. Mit der UNICEF organisieren wir Soforthilfen in Katastrophenfällen, um Bildungschancen für die am stärksten gefährdeten Kinder und ihre Familien zu wahren *(S. 55)*.

06 Better Holidays, Better World Strategie
07 Nachhaltigkeitsmanagement
09 Highlights 2018
10 Ziele für nachhaltige Entwicklung
11 TUI's Beitrag zur Zielerreichung
13 Materialität
14 Achtung der Menschenrechte

Materialität

2018 führte die TUI Group eine systematische Materialitätsanalyse durch, um wesentliche Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren. Dabei wurden die Auswirkungen der TUI auf Umwelt und Gesellschaft analysiert und eine Liste der wichtigsten Themen erstellt. Damit einhergehend wurde die touristische Wertschöpfungskette anhand einer Input-Output-Analyse untersucht.

Mit qualitativen und quantitativen Methoden wurden Stakeholder eingeladen, Nachhaltigkeitsthemen in einem Online-Fragebogen zu priorisieren. An der Umfrage nahmen rund 2.800 Personen aus den folgenden Gruppen teil:

- Kunden
- Mitarbeiter
- Finanzmärkte
- Medien
- Nichtregierungsorganisationen
- Politik
- Wissenschaft
- Aktionäre
- Lieferanten / Geschäftspartner

Um die geschäftliche Relevanz dieser Nachhaltigkeitsthemen zu ermitteln, wurden auch die Unternehmensleitung und Führungskräfte befragt.

Die Ergebnisse flossen in eine Materialitätsmatrix ein.

Die Grafik stellt die wichtigsten Themenfelder dar, bei denen TUI das bestehende Engagement ausbauen soll.

Zu den Themen mit hoher Relevanz für das Unternehmen und den Stakeholdern gehören:

- Ressourcen effizient einsetzen und Plastikabfälle reduzieren
- Kinderschutz in den Urlaubsregionen fördern
- lokale Wertschöpfung und Gemeinschaften durch touristische Aktivitäten unterstützen und fördern
- Emissionen strategisch managen und reduzieren

In Anbetracht der hohen Bedeutung dieser Nachhaltigkeitsthemen für unsere Geschäftstätigkeit und unsere Stakeholder werden wir unser Engagement in diesen Bereichen weiter ausbauen.

Auf Basis der Materialitätsanalyse und den SDGs erarbeiten wir zusammen mit dem Top-Management die zukünftige Nachhaltigkeitsstrategie.

Matrix wesentlicher Themen

1 *Ressourceneffizienz, nachhaltige Beschaffung*
2 *Kinderschutz*
3 *Lokale Wertschöpfung & Gemeinschaften*
4 *Emissionen & Verschmutzung*
5 *Zwangsarbeit*
6 *Nachhaltige Produktentwicklung & Kundeneinbindung*
7 *Faire Geschäftsbeziehungen*
8 *Sicherheit, Gesundheit & Barrierefreiheit (Kunden)*
9 *Krisenmanagement*
10 *Attraktives Arbeitsumfeld & Engagement für Mitarbeiter*
11 *Tierschutz & Biodiversität*

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
06 Better Holidays, Better World Strategie
07 Nachhaltigkeitsmanagement
09 Highlights 2018
10 Ziele für nachhaltige Entwicklung
11 TUI's Beitrag zur Zielerreichung
13 Materialität
14 Achtung der Menschenrechte
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

Achtung der Menschenrechte

Die TUI Group achtet alle international verkündeten Menschenrechte gemäß der Internationalen Menschenrechtscharta und erwartet dies auch von ihren Lieferanten und Geschäftspartnern. In Bezug auf die Bekämpfung „moderner Sklaverei" mit den Elementen Zwangsarbeit und Menschenhandel haben wir uns besonders engagiert.

→ *Erklärung zum Modern Slavery Act.*

Im Einklang mit den geltenden Gesetzen, Übereinkommen und Vorschriften verpflichtet sich TUI zur Achtung der Menschenrechte in sämtlichen Unternehmungen weltweit. Wir haben Richtlinien und Initiativen auf den Weg gebracht, um negative Auswirkungen in Bezug auf die Menschenrechte gemäß den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte zu überwachen, und wir werden – wenn erforderlich – Abhilfemaßnahmen ergreifen.

Im September 2014 trat TUI dem UN Global Compact bei, wodurch sich die TUI Group verpflichtet, ihr Handeln an zehn universell anerkannten Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auszurichten. In 2012 unterzeichnete TUI zudem den Globalen Ethikkodex der UN-Welttourismusorganisation (UNWTO).

Wir haben eine Arbeitsgruppe zum Thema Menschenrechte eingesetzt, der Führungskräfte aus verschiedenen Abteilungen angehören und die sich mit der kontinuierlichen Analyse potenzieller Risiken hinsichtlich der Einhaltung der Menschenrechte befasst. Wir arbeiten darüber hinaus aktiv im Vorstand des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) und im Travelife-Vorstand mit. Beide Organisationen gehen diese Themen durch Nachhaltigkeitszertifizierungsstandards für Hotels an.

Die TUI Group hat eine Reihe von Richtlinien sowie speziellen Prozessen für den Bereich Einkauf eingeführt, die sich auf die Verhinderung von Menschenrechtsverletzungen und moderner Sklaverei fokussieren.

- Der Verhaltenskodex für die Mitarbeiter verpflichtet uns zur Achtung und Einhaltung der Menschenrechte. Mitarbeiter werden ermutigt, etwaiges Fehlverhalten über die „SpeakUp Line" zu melden.
- Der Verhaltenskodex für Lieferanten setzt Mindeststandards, die wir von unseren Lieferanten erwarten. Der Kodex umfasst unter anderem Hinweise zur Achtung der Menschenrechte und des Arbeitsrechts, zur Ermittlung von Bestechungs- und Korruptionsrisiken, zur Erkennung negativer Umweltauswirkungen und zur Unterstützung des Gemeinwohls.
- Wir haben in unsere Verträge mit den Hotelpartnern und weiteren Lieferantengruppen ökologische und soziale Anforderungen aufgenommen.

Wir erwarten von unseren Hotelanbietern, sich einer vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung durch Dritte zu unterziehen. Die vom GSTC anerkannten Programme zertifizieren höchste Standards in den Bereichen Menschenrechte, Schutz von Kindern und Gemeinwohl in der Tourismusbranche. Die Zahl der TUI Kunden, die einen Aufenthalt in einem nach einem vom GSTC anerkannten Standard zertifizierten Hotel gebucht haben, ist auf 9,2 Mio. angestiegen. Die Zahl der zertifizierten Hotels hat sich auf 1.520 erhöht.

Ein wichtiger Schwerpunkt der Maßnahmen liegt auf der Sensibilisierung aller Geschäftsbereiche für das Thema Menschenrechte. In 2018 haben wir spezifische Schulungen zum Thema „moderne Sklaverei" ausgeweitet, unterstützt durch Informationsmaterial und Videos.

In 2018 absolvierten mehr als 4.600 Kollegen eine Schulung bei TUI Destination Experiences zum Thema Kinderschutz. Im Berichtsjahr wurde ein E-Learning-Modul zu „moderner Sklaverei" entwickelt und eingeführt, das bereits von 82 % der Kollegen absolviert wurde. Alle Besatzungsmitglieder der TUI Fluggesellschaften in Großbritannien und den Nordischen Ländern durchlaufen bei ihrer Einarbeitung eine Schulung zum Thema „Gefährdete Kinder & Menschenhandel". Hierbei wird vermittelt, wie Fälle von Menschenhandel erkannt werden können und was in einem solchen Fall zu tun ist. Die TUI Group führt aktuell vergleichbare Schulungen auch in ihren anderen Fluggesellschaften ein.

Die TUI Group unterstützt eine Reihe von Projekten und Partnerschaften, um Menschenrechte in unseren Destinationen zu schützen. Wir nehmen an Konferenzen von TUI Hotelpartnern teil, um die Teilnehmer im Hinblick auf das Thema „moderne Sklaverei" zu sensibilisieren, und unterstützen Travelife bei Roadshows. So organisierten wir im April 2018 gemeinsam mit Travelife Seminare für Hoteliers in Thailand, um das Thema zu adressieren und die Zahl der Hotels, die sich um eine Nachhaltigkeitszertifizierung bemühen, weiter zu steigern.

In 2018 gründete die TUI Care Foundation die TUI Academy in Huế in Vietnam. Das Projekt bietet Bildungs- und Ausbildungsmaßnahmen, um das Leben benachteiligter Jugendlicher zu verbessern, die auf der Straße arbeiten, darunter eine Berufsausbildung für 350 junge Menschen. Etwa 180 benachteiligte Jugendliche absolvieren ein Ausbildungsprogramm für das Hotellerie- und Gastronomiegewerbe in einem als Sozialbetrieb geführten Ausbildungsrestaurant, das in Huế gegründet wurde.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

step lightly

Umweltauswirkungen von Urlaubsreisen mindern
Ein gesunder Planet und eine erfolgreiche Reise- und Tourismusindustrie gehen Hand in Hand. Deshalb wollen wir natürliche Ressourcen schonen und negative Umweltauswirkungen mindern. Wir verpflichten uns, die Umweltauswirkungen unserer Produkte kontinuierlich zu reduzieren. Das Ziel lautet, die emissionseffizientesten Airlines Europas zu betreiben und die CO_2-Intensität unserer Geschäftstätigkeit bis 2020 um 10 % zu senken.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

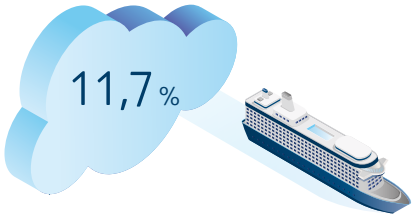
step lightly

Umweltauswirkungen verringern

TUI Airways und TUI fly zählten mit den **Plätzen 1 & 4** im atmosfair Airline Index 2018 zu den emissionseffizientesten Fluggesellschaften.

19 %

Die Fluggesellschaften der TUI sind **19 % CO_2-effizienter** als der Durchschnitt der sechs größten europäischen Fluggesellschaften.



Die TUI Kreuzfahrtgesellschaften **reduzierten die CO_2-Emissionen** um 11,7 % pro Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung im Vergleich zu 2015.

ZIELSETZUNG BIS 2020

Wir werden die emissionseffizientesten Airlines Europas betreiben und die CO_2-Intensität unserer Geschäftstätigkeit um 10 % senken.

Grundlage sind die durchschnittlichen CO_2-Emissionen der TUI Airlines pro Passagierkilometer (g CO_2/PKM) im Vergleich zu Branchendaten, unabhängige Rankings sowie CO_2-Intensitätskennzahlen aus unseren Kreuzfahrt- und Bodenaktivitäten (TUI Hotels & Resorts und Gästetransport).

FORTSCHRITTE IM JAHR 2018

Die CO_2-Emissionen der TUI Airlines lagen 2018 bei 66,7 g pro Passagierkilometer – eine Effizienzsteigerung von 1,3 % gegenüber dem Basisjahr 2014. Im atmosfair Airline Index 2018 erzielten TUI Airways (UK) und TUI fly (Deutschland) die Plätze 1 und 4 und zählten damit zu den emissionseffizientesten Fluggesellschaften weltweit.

TUI'S BEITRAG ZU DEN SDGS

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

step lightly

ERREICHUNGSGRAD UNSERER 2020 ZIELSETZUNGEN

FLUG

Wir werden die CO_2-Emissionen der TUI Airlines pro Passagierkilometer um 10 % reduzieren.
Im Jahr 2018 betrugen die CO_2-Emissionen pro Passagierkilometer 66,7 g. Das entspricht einem Rückgang von 0,1 % gegenüber 2017 und einer Reduktion von 1,3 % gegenüber dem Basisjahr 2014.

Alle Fluggesellschaften der TUI werden nach ISO 14001 zertifiziert.
Alle fünf Charter-Airlines haben ihre ISO 14001 erreicht, Grundlage ist die aktuell geltende 2015-Zertifizierung.

Unsere Fluggesellschaften werden Lebensmittel, Getränke und andere Produkte verantwortungsbewusst einkaufen.
2018 haben wir alle Einkaufsprozesse durchleuchtet und setzen uns im laufenden Jahr konkrete Ziele für die Zukunft.

Wir werden Kabinenabfälle trennen und mit Flughäfen zusammenarbeiten, um die Abfallwirtschaft und das Recycling zu verbessern.
Unsere Fluggesellschaften sortieren heute bereits Kabinenabfälle. Im vergangenen Jahr wurde das Abfalltrennungsprogramm des Amsterdamer Flughafen Schiphol – an dessen Umsetzung TUI beteiligt war – auf den Flughafen Eindhoven ausgeweitet.

KREUZFAHRTEN

Wir werden die CO_2-Emissionen je Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung um 10 % reduzieren.
2018 betrugen die CO_2-Emissionen pro Kreuzfahrtpassagier / Übernachtung 101 kg und damit 6,5 % weniger als 2017 (108 kg). Gegenüber dem Basisjahr 2015 (114 kg) beträgt die Verringerung 11,7 %.

Alle TUI-Kreuzfahrtschiffe werden nach ISO 14001 zertifiziert.
Alle 16 Kreuzfahrtschiffe der TUI sind bereits nach ISO 14001 zertifiziert.

Unsere Kreuzfahrtgesellschaften werden daran arbeiten, den Wasserverbrauch zu senken, die Abfallwirtschaft zu verbessern sowie die Schwefel- und Stickoxidemissionen zu reduzieren.
Pro Kreuzfahrtpassagier und Übernachtung sank der Frischwasserverbrauch um 32 % von 162 Liter im Jahr 2017 auf 110 Liter im Jahr 2018 über die gesamte Flotte. Die Abfallmenge konnte um 14 % auf 12,7 Liter im Jahr 2018 reduziert werden. TUI Cruises verminderte die spezifischen Schwefelemissionen im Jahresvergleich um 36,7 % und die spezifischen Stickoxidemissionen um 12,0 %.

- Im Plan
- Weitere Maßnahmen erforderlich
- Unter Plan

STANDORTE UND HOTELS

Wir werden die CO_2-Emissionen unserer Bürogebäude, unserer Reisebüros und der Katalogproduktion um 20 % reduzieren.
Die CO_2-Emissionen unserer 50 größten Bürogebäude beliefen sich 2018 auf insgesamt 17.113 Tonnen; 1.600 Reisebüros erzeugten 9.082 Tonnen CO_2 und aus der Katalogproduktion resultierten 5.107 Tonnen CO_2. Insgesamt konnte der CO_2-Ausstoß in diesem Bereich um 9,3 % gegenüber 2017 und um 17 % gegenüber dem Basisjahr 2015 reduziert werden.

Unsere Hotels werden die CO_2-Emissionen pro Übernachtung um 10 % reduzieren.
Bei TUI Hotels & Resorts betrugen die durchschnittlichen CO_2-Emissionen pro Übernachtung 2018 9,4 kg, ein Anstieg von 1,4 % gegenüber 2017 (9,2 kg). Gemessen am Basisjahr 2015 (9,9 kg) beträgt der Rückgang 5,8 %.

Unsere Busflotte wird die CO_2-Emissionen pro Personenkilometer um 10 % reduzieren.
2018 betrugen die CO_2-Emissionen unserer Busflotte durchschnittlich 24,3 g CO_2 pro Personenkilometer, ein Anstieg um 2,3 % gegenüber 2017 (23,8 g). Gemessen am Basisjahr 2015 (26,7 g) beträgt der Rückgang 8,8 %.

16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort

step lightly

Klimaschutz

KLIMAWANDEL – EINE GLOBALE HERAUSFORDERUNG

Im Dezember 2018 einigten sich die Staats- und Regierungschefs auf der COP24 in Polen auf Regeln für die Umsetzung des Pariser Klima-Abkommens. Ziel ist es, den Anstieg der weltweiten Durchschnittstemperaturen auf „deutlich unter" 2°C gegenüber dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen.

Diese Aufgabe erfordert beispiellose Veränderungen: Der Bericht des International Panel on Climate Change (IPCC) vom Oktober 2018 ergab, dass die Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5°C „schnelle und weitreichende" Übergänge in den Bereichen Landwirtschaft, Energie, Industrie, Gebäude und Verkehr erfordert. Der Privatsektor spielt bei diesem Übergang zu einer energieeffizienten, emissionsärmeren Zukunft eine entscheidende Rolle.

Der Tourismus macht einen wachsenden Teil der weltweiten Treibhausgasemissionen aus. Insgesamt tragen Reisen und Tourismus etwa 5 %* zu den globalen CO_2-Emissionen bei, die Hälfte davon entfällt auf den Luftverkehr. Qualitativ hochwertige Urlaubserlebnisse hängen von schönen, artenreichen Reisezielen, inktakten Gemeinden und stabilen Wettersystemen ab. Die Reduzierung der globalen CO_2-Emissionen ist daher für unsere Branche unerlässlich. Als Branchenführer übernimmt TUI Verantwortung.

Die TUI-Strategie „Step lightly" zielt darauf ab, die Umweltintensität unserer Aktivitäten zu reduzieren und setzt klare Ziele zur Senkung der CO_2-Emissionen in den Bereichen Flug, Kreuzfahrt, Hotels, Büros, Reisebüros und Gästetransport. TUI hat unternehmensweit spezifische Initiativen zur CO_2-Reduktion gestartet – von Airline- und Kreuzfahrttreibstoffprogrammen bis hin zu Energieeinsparungen bei Reisebüros und in der Katalogproduktion. Insgesamt konnten durch diese Initiativen zwischen 2012 und 2018 78 Millionen Euro eingespart werden**.

* Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges – UNEP.
** Hochrechnung von Einsparungen abzüglich der erforderlichen Vorabinvestitionen.

BERICHTERSTATTUNG AUF HOHEM NIVEAU

Seit 2015 wird der TUI Konzern von CDP Climate Change für seine Transparenz und seine konkreten Maßnahmen rund um das Thema Klimawandel jährlich mit der Note A oder A- bewertet. Die TUI Group veröffentlicht auf freiwilliger Basis jährlich die CO_2-Emissionen und informiert über Reduktionsmaßnahmen, Energie-Management und Klimarisiken.

Download unseres CDP Reports.

CORSIA

Die TUI unterstützt das Prinzip eines Mechanismus zur Reduktion der globalen CO_2-Emissionen des Luftverkehrs. Zu diesem Zweck wurde das „Carbon Offsetting Scheme for International Aviation" (CORSIA) entwickelt, ein System, das integraler Bestandteil der Strategie der Branche ist, ab 2020 ein klimaneutrales Wachstum zu erzielen. Seit Januar 2019 müssen die TUI-Airlines alle internationalen Flüge gemäß ihres Planes zum Emissions-Monitoring überwachen und aufzeichnen. Bis Mai 2020 müssen sie ihren ersten verifizierten Emissionsbericht vorlegen.

CO_2-BILANZ

Im Geschäftsjahr 2018 stiegen die gesamten CO_2-Emissionen des TUI Konzerns um 4,8 %. Diese Entwicklung ist insbesondere auf das Wachstum im Bereich Airlines & Flug zurückzuführen. Ähnlich im Bereich der Hotels, wo die CO_2-Emissionen aufgrund der Portfolio-Erweiterung zulegten. Die CO_2-Emissionen im Kreuzfahrtsegment stiegen um 4,3 % aufgrund der Indienststellung der neuen Mein Schiff 1 bei TUI Cruises und die erste Ganzjahresberichterstattung der Mein Schiff 6. Die Emissionen im Bereich Verwaltungsgebäude und Reisebüros gingen hingegen deutlich zurück, vor allem aufgrund von Energiesparmaßnahmen in Großbritannien und Deutschland.

Kohlendioxidemissionen (CO_2)

t	**2018**	2017	Veränderung in %
Airlines & Flug	6.393.342	6.115.492	+4,5
Kreuzfahrten	850.335	815.582	+4,3
Hotels	554.666	507.230	+9,4
Verwaltungsgebäude und Reisebüros	26.195	29.511	–11,2
Gästebeförderung (Land)	16.782	15.388	+9,1
Scope 3 (Sonstige)	78.852	73.254	+7,6
Gesamt	**7.920.172**	**7.556.457**	**+4,8**

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

step lightly

Airlines

Zielsetzung bis 2020

Wir werden unseren Flugbetrieb umweltschonender durchführen.

Die TUI Airlines betreiben mit rund 150 Flugzeugen eine der größten Flotten Europas und befördert jährlich 14 Millionen Passagiere. Zu den Marken gehören mehrere Charterairlines und mit Corsair* auch eine Linienfluggesellschaft. Da die Flugzeuge für mehr als 80 % der CO_2-Bilanz der TUI Group verantwortlich sind, fokussieren wir mit Step Lightly besonders stark auf den Bereich Flug.

TUI Airlines gehören bereits heute zu den emissionseffizientesten der Welt**. Wir haben unsere CO_2-Intensität in den letzten zehn Jahren um fast 12 % reduziert. Weitere Reduzierungen werden immer anspruchsvoller. Wir setzen auch künftig auf technische Effizienzmaßnahmen und Flottenerneuerung, um Fortschritte zu erzielen. Uns ist jedoch bewusst, dass die Erreichung unseres Ziels einer Reduzierung der CO_2-Intensität in Höhe von 10 % unserer Geschäftstätigkeit bis 2020 herausfordernd ist.

Im Jahr 2018 betrugen die CO_2-Emissionen pro Passagierkilometer 66,7 g. Das entspricht einem Rückgang von 0,1 % gegenüber 2017 und einer Verringerung von 1,3 % gegenüber dem Basisjahr 2014. Corsair als Fernstrecken-Fluglinie transportiert sowohl Passagiere als auch Frachtgut. Der Frachtguttransport führt zu einem höheren Treibstoffverbrauch und CO_2-Ausstoß (Verkauf von Corsair im März 2019 bekannt gegeben). Der spezifische CO_2-Ausstoß bei der deutschen TUI fly ist um 1,9 % gestiegen. Hintergrund ist die Erweiterung der Flotte durch Flugzeuge von der ehemaligen Air Berlin.

Zusätzliche Effizienzmaßnahmen und der Einsatz fabrikneuer und treibstoffarmer Flugzeuge wie der Boeing 787 Dreamliner und der 737-8 MAX werden den spezifischen CO_2-Ausstoß senken. Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2020 werden die Fluggesellschaften der TUI 19 Boeing 787 Dreamliner und 36 Boeing 737-8 MAX Flugzeuge betreiben.

* Verkauf von Corsair im März 2019 verkündet.
** 2018 atmosfair Airline Index

TUI Airlines – CO_2-Intensität

		2018	2017	Veränderung in %	g CO_2e/pkm*
TUI Airline-Flotte	**g CO_2/pkm***	**66,7**	**66,7**	**–0,1**	**67,3**
TUI Airways	g CO_2/pkm*	63,6	63,4	+0,2	64,2
TUI fly Belgien	g CO_2/pkm*	70,0	71,5	–2,2	70,7
TUI fly Deutschland	g CO_2/pkm*	64,7	63,5	+1,9	65,4
TUI fly Niederlande	g CO_2/pkm*	64,0	65,2	–1,8	64,7
TUI fly Nordic	g CO_2/pkm*	58,2	61,3	–5,3	58,8
Corsair International**	g CO_2/pkm*	84,9	84,3	+0,8	85,8

TUI Airlines – Treibstoffverbrauch und resultierende Emissionen

		2018	2017	Veränderung in %
Spezifischer Treibstoffverbrauch	l/100 pkm*	2,65	2,65	–0,1
Kohlendioxidemissionen (CO_2) – absolut	t	5.860.431	5.571.719	+5,2
Kohlendioxidemissionen (CO_2) – spezifisch	kg/100 pkm*	6,67	6,67	–0,1

* pkm = Passagierkilometer.
** Verkauf von Corsair im März 2019 verkündet.

ZWEI STARKE TEAMS

Im Dezember 2018 kündigte TUI Aviation ein neues Organisationsmodell an, das eine stärkere Zusammenarbeit zwischen den Reiseveranstalter-Airlines ermöglicht. Die Teams „Fuel" und „Environment" arbeiten gemeinsam daran, sich stärker auf die spezifischen Bereiche Treibstoffverbrauch und Umweltschutz zu konzentrieren. Diese neue Struktur zahlt noch besser auf die Nachhaltigkeitsziele des TUI Konzerns ein: Das TUI Aviation Board wird regelmäßig über die neuesten Entwicklungen informiert, um gegebenenfalls geeignete Maßnahmen zu ergreifen.

VOLLSTÄNDIG ZERTIFIZIERT

2018 führte jede unserer fünf Reiseveranstalter-Airlines mit Sitz in Großbritannien, Deutschland, den Niederlanden, Skandinavien und Belgien, eine Umweltmanagement-Zertifizierung nach ISO 14001:2015. Die deutsche TUI fly wurde zudem im EU Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) registriert.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

step lightly

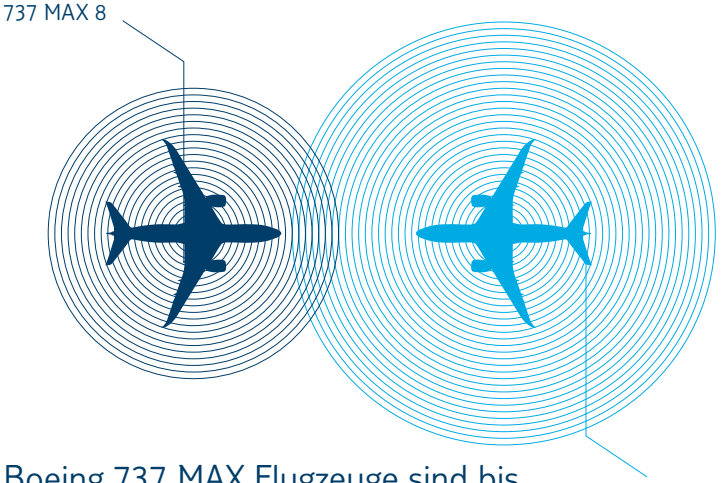
FLOTTENERNEUERUNG

Im Januar 2018 erhielt die TUI Group die erste hocheffiziente Boeing 737 MAX im Rahmen eines umfassenden Flottenerneuerungsprogramms. Die Flugzeuge sind 15 % effizienter als das Vorgängermodell Boeing 737 NG und übertreffen damit leicht die vom Hersteller erwarteten 14 %. Das Triebwerk und das aerodynamische Design des Flugzeugs – wie beispielsweise die neuen Advanced Technology (AT)-Split-Winglets – sind wesentlich für den geringeren Treibstoffverbrauch.

TUI erhielt in 2018 neun 737 MAX-Flugzeuge und wird bis 2023 im Rahmen des Flottenerneuerungsprogramms 73 neue Flugzeuge in die Flotte aufnehmen. Die TUI Airlines erhielten im Geschäftsjahr 2018 fünf 737 MAX-Flugzeuge. Bis 2023 wird die Anzahl im Rahmen unseres Flottenerneuerungsprogramms auf 73 Flugzeuge steigen. Das erste Flugzeug des Typs Boeing 737-10 MAX soll im Dezember 2020 in die Flotte aufgenommen werden.

Alle 737 MAX und 787 Dreamliner Flugzeuge sind mit sogenannten Ozonumrichtern ausgestattet. Sie wandeln in der Kabine Ozon in Sauerstoff um und gewährleisten so eine bessere Luftqualität für Passagiere und Besatzungsmitglieder.

Als erster Touristikkonzern führte TUI die Boeing 787 Dreamliner ein. Der Dreamliner verbraucht dank seiner Leichtbauweise, seiner verbesserten Aerodynamik und seiner treibstoffsparenden Triebwerke rund 20 % weniger Kerosin als vergleichbare Flugzeuge. Bis Ende 2019 wird die TUI 19 Dreamliner betreiben.



Boeing 737 MAX Flugzeuge sind bis zu **40 % leiser** als 737 NG Flugzeuge

Moderne Flugzeuge tragen auch zur Lärmminderung bei – so weist beispielsweise die Boeing 737 MAX 40 % geringere Lärmemissionen auf als Flugzeuge der Vorgängergeneration.

Video: Ankunft der 737 Max in Belgien.

step lightly

EFFIZIENZ ERHÖHEN

Neben der kontinuierlichen Erneuerung unserer Flugzeugflotte ist die Verbesserung der CO_2-Effizienz ein zentraler Bestandteil unserer Strategie bei den TUI Airlines. Wesentliche Elemente sind:

- Prozessoptimierungen, wie z. B. Single-Engine Taxiing (einmotoriges Rollen zur bzw. von der Startbahn), Absenkung der Beschleunigungshöhe innerhalb des Abflugverfahrens und Optimierung des Sinkprofils durch Aktualisierung der Windvorhersage.
- Gewichtsreduktion, z. B. durch Einführung von Carbonbremsen und Optimierung der mitgeführten Wassermenge.
- Flugplanung, z. B. durch Optimierung der Entfernung zum Ausweichflughafen und der mitgeführten Treibstoffmenge.
- Umsetzung eines Treibstoffmanagementsystems zur Verbesserung der Treibstoffanalyse, Identifizierung weiterer Einsparpotenziale und deren Nachverfolgung.

ABFALLMANAGEMENT

Alle unsere Fluggesellschaften trennen ihre Abfälle und achten darauf, das Recycling so weit wie möglich zu steigern. TUI fly Netherlands und Schipol Airport haben in Zusammenarbeit mit Entsorgungsspezialisten eine neue Abfallanlage gebaut. 18.000 Tonnen Abfall konnten 2018 so getrennt werden. Auch am Flughafen Eindhoven wurde 2018 eine ähnliche Anlage eingerichtet, so dass die von Flugzeugen angelieferten Abfälle nun separat verarbeitet werden können. Weitere Fluggesellschaften sollten folgen, um ebenfalls eine nachhaltigere Abfallbehandlung zu gewährleisten.

Eine wichtige Prämisse von TUI Airways lautet Wiederverwendung vor Entsorgung. 2017 hat die Airline entsprechend 2.000 ältere Uniformen recycelt. 2018 lag der Schwerpunkt auf der Spende von gebrauchten Kissen für wohltätige Zwecke in Urlaubsdestinationen. Sie kamen beispielsweise der „City of Joy" in Mexiko zugute, einem Komplex von Schulen und Wohnheimen für benachteiligte Kinder und Erwachsene, der Harvest Time International in Florida, einer Wohltätigkeitsorganisation zur Unterstützung einkommensschwacher Familien in Sanford, und den SOS Kinderdörfern auf Mauritius.

GLOBALE ANERKENNUNG

Im Airline Index 2018 der unabhängigen Klimaschutzorganisation atmosfair, die die CO_2-Effizienz der 200 größten Fluggesellschaften der Welt vergleicht, belegten die Fluggesellschaften der TUI Spitzenplätze. TUI Airways errang im atmosfair-Ranking zum zweiten Mal in Folge den ersten Platz. TUI fly Deutschland belegte den vierten Platz.

Der Index klassifiziert die Fluggesellschaften auch entsprechend den jeweiligen Geschäftsmodellen – also Charter-, Regional- und Low-Cost-Airlines. Im Chartersegment wurden TUI Airways und TUI fly Deutschland zum zweiten Mal in Folge als die Charterfluggesellschaften Nr. 1 und Nr. 2 ausgezeichnet. Seit 2015 rangieren TUI Airways und TUI fly Deutschland unter den Top 5 der Fluggesellschaften im globalen Gesamtranking und unter den Top 3 der Charterfluggesellschaften.

Gesamt-Ranking 2018

Platz	Airline	Land
1	TUI Airways	GBR
2	LATAM Airlines Brasil	BRA
3	China West Air	CHN
4	TUI fly Deutschland	DE
5	Transavia.com France	FRA

Charter Airlines Ranking 2018

Platz	Airline	Land
1	TUI Airways	GBR
2	TUI fly Deutschland	DE
3	Transavia.com France	FRA
4	SunExpress	TUR
5	Thomas Cook Airlines	GBR

UMWELTAUSZEICHNUNGEN

TUI fly Belgien wurde im Februar 2018 bei den Brussels Airport Aviation Awards mit dem Umweltpreis ausgezeichnet. Die Flottenerneuerung von TUI fly Belgium mit der neuen Generation Boeing 737 MAX – deren Lärmemissionen im Vergleich zur Vorgängermodell deutlich niedriger ausfallen – wurde von der Jury hervorgehoben. Bei den Schiphol Aviation Awards im April 2018 belegte TUI fly Netherlands den zweiten Platz in der Kategorie Nachhaltigkeit.

16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort

step lightly

BIOKRAFTSTOFFE WEISEN DEN WEG

TUI verpflichtet sich, ihre CO_2-Emissionen zu senken. Nachhaltige Treibstoffe sind dabei für die Zukunft von erheblicher Bedeutung. Sie stellen eine bedeutende Chance dar, den CO_2-Ausstoß der Luftfahrt zu verringern und die Umweltziele der Branche zu erreichen. Die Luftverkehrsbranche setzt darauf, dass sie demnächst auch zur Marktreife gelangen – sowohl wirtschaftlich als auch in Bezug auf die Verfügbarkeit. TUI engagiert sich deshalb in Industrieinitiativen und Forschungsprogrammen wie der Sustainable Aviation Fuel Users Group, um die Verbreitung nachhaltiger Flugtreibstoffe zu unterstützen.

TUI Aviation hat sich Bioport Holland angeschlossen. Diese Initiative des öffentlichen und privaten Sektors umfasst die wesentlichen Akteure der niederländischen Luft- und Biokraftstoffindustrie. Die Partner streben eine kontinuierliche Produktion und Bereitstellung von nachhaltigem Bio-Jet-Kraftstoff für Europa an.

TUI engagiert sich zudem auch weiterhin in dem Projekt AlgaePARC (Universität Wageningen, Niederlande) und in Kooperation mit der Insel Bonnaire, um die Entwicklung von nachhaltigem Flugtreibstoff aus Algen zu erleichtern. TUI fly Netherlands unterstützte die erste Phase dieses Projekts.

Biokraftstoff stellt eine bedeutende Chance dar, den CO_2-Ausstoß der Luftfahrt zu verringern und die Umweltziele der Branche zu erreichen. TUI arbeitet an Projekten und Partnerschaften, um nachhaltigen Treibstoffe zu fördern und preislich wettbewerbsfähigen Biokraftstoffe auf den Markt zu bringen.

HOCHEFFIZIENT UNTERWEGS

Anfang 2018 erfolgte die erste Auslieferung des neuen Flugzeugs 737 MAX an die TUI, ein wichtiger Bestandteil der TUI für die Zukunft der nachhaltigen Luftfahrt. Im Januar 2018 wurde die erste 737 MAX 8 an TUI Belgium ausgeliefert. Der zweite Überführungsflug an TUI Nordic im Februar wurde mit einer 30 %igen Biokraftstoff-Mischung auf Basis von Abfallrohstoffen durchgeführt – dadurch war er einer der klimaeffizientesten Flüge, die jemals mit diesem Flugzeugtyp durchgeführt wurden.

Der Treibstoff wurde von EPIC Aviation von AltAir Fuels produziert. Das Unternehmen betreibt die weltweit erste Raffinerie für erneuerbare Kraftstoffe, die zugleich Flugtreibstoff herstellen kann. Die Anlage erhielt im Januar 2018 die RSB-Zertifizierung. Diese Zertifizierung gewährleistet die Nachhaltigkeit und Rückverfolgbarkeit der produzierten Kraftstoffe in besonderer Weise.

„Biokraftstoffe stellen eine bedeutende Chance dar, um den CO_2-Ausstoß der Luftfahrt zu verringern und Umweltziele zu erreichen. Unsere Zusammenarbeit mit TUI 2015 im Rahmen des Boeing ecoDemonstrator Programms beinhaltete die Erprobung von Biokraftstoffen. Dieser Überführungsflug ist ein weiterer Beweis für das Engagement der TUI, preisgünstigen Biokraftstoff zum Durchbruch zu verhelfen."

SEAN NEWSUM

Direktor Umweltstrategie
Boeing Commercial Airplanes.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

step lightly

CO_2-effiziente Flugreisen

Unser Ziel ist es, die emissionseffizientesten Fluggesellschaften Europas zu betreiben und die CO_2-Emissionen pro Passagierkilometer bis 2020 um 10 % zu senken.

VERBESSERUNG DER CO_2-EFFIZIENZ UM
11,6 %
in den letzten 10 Jahren

66,7 G
CO_2 pro Passagierkilometer bei TUI Airlines im Jahr 2018

Alle fünf Reiseveranstalter-Airlines sind nach
ISO 14001
ZERTIFIZIERT

Die Fluggesellschaften der TUI sind
19 %
CO_2-EFFIZIENTER
als der Durchschnitt der sechs größten europäischen Fluggesellschaften*

MODERNE FLOTTE
mit einem Durchschnittsalter von 9,6 Jahren

INVESTITION IN VORREITER-TECHNOLOGIE
mit der Boeing 787 Dreamliner (bis zu 20 % Treibstoffeffizienter) und 737 MAX-Flugzeugen (bis zu 15 % Treibstoffeffizienter) als das jeweils ersetzte Modell

~150
FLUGZEUGE
und 6 Fluggesellschaften

Engagierte Umwelt- und Kraftstoffteams fördern Best Practice

Neue Split Scimitar Winglets an 737 MAX-Flugzeugen verbessern die aerodynamische Effizienz

TUI Airways und TUI fly Deutschland belegen weltweit die Plätze 1 und 4 der effizientesten Fluggesellschaften (2018 atmosfair Airline Index)

* Daten der sechs größten europäischen Fluggesellschaften auf Basis der Passagierzahlen 2018 und öffentlich zugängliche Daten zur CO_2-Effizienz ab Januar 2019.

16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort

step lightly

Kreuzfahrten

Zielsetzung bis 2020

Wir werden unsere Kreuzfahrten umweltschonender durchführen.

Die TUI Group betreibt 16 Kreuzfahrtschiffe unter den drei Marken TUI Cruises, Hapag-Lloyd Cruises und Marella Cruises.

Kohlendioxidemissionen, Schwefelemissionen, Stickoxidemissionen sowie Luftverschmutzung durch Feinstaubpartikel stellen die Kreuzfahrtindustrie vor ökologische Herausforderungen. Wir verbessern ständig die Umweltleistung unserer Flotte, indem wir in neue, effizientere Schiffe investieren.

2018 haben wir im Kreuzfahrtsegment die CO_2-Effizienz um 6,5 % gesteigert. Das entspricht einer Reduzierung der CO_2-Emissionen pro Kreuzfahrtpassagier / Übernachtung um insgesamt 11,7 % im Vergleich zum Basisjahr 2015. Unser laufendes Programm zur Umrüstung bestehender Schiffe und Investitionen in Neubauten mit neuester Umwelttechnologie leistet hierzu entscheidende Beiträge.

Abfallmengen und Frischwasserverbrauch pro Nacht und Passagier gingen ebenso zurück, maßgeblich getrieben durch die Flottenerneuerung und den weiteren Ausbau von Entsalzungsanlagen an Bord.

Kreuzfahrten – CO_2-Intensität, Trinkwasser und Abfall

	2018	2017	Veränderung in %
Kohlenstoffdioxid – spezifisch kg / Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung	101	108	–6,5
Frischwasser – spezifisch l / Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung	110	162	–31,9
Abfall – spezifisch l / Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung	12,7	14,7	–13,6

EINE NEUE GENERATION

Im Mai 2018 wurde die neue Mein Schiff 1 für TUI Cruises als eines der energieeffizientesten Schiffe ihrer Klasse in Dienst gestellt. Das Schwesterschiff, die neue Mein Schiff 2, stieß im Februar 2019 zur Flotte. Die ursprüngliche Mein Schiff 1 fährt nun unter der Marke Marella als Marella Explorer. Die für 2019 erwarteten Neubauten Hanseatic Nature und Hanseatic Inspiration werden die Flotte von Hapag-Lloyd Cruises erneuern. Zwei weitere Kreuzfahrt-Neubauten werden 2024 und 2026 geliefert. Bei den Schiffen wird das emissionsärmere LNG (liquified natural gas) zum Einsatz kommen.

VOLLE KRAFT VORAUS FÜR HIGHTECH

Schiffsneubauten der TUI Cruises Flotte sparen Kraftstoff durch den Einsatz modernster Technologien, z. B.:

- Intelligentes Energiemanagementsystem
- Effiziente Klimatisierung
- Innovative Lichtsteuerungen
- Nutzung der Motorabwärme
- Hydrodynamische Rumpfform
- Umfassendes LED-Konzept
- Umweltfreundliche Unterwassersilikonbeschichtung

Die energieeffizienten Neubauten Mein Schiff 1 und Mein Schiff 2 verbrauchen rund 40 % weniger Kraftstoff als Schiffe vergleichbarer Größe.

Die Neubauten weisen zudem bis zu 99 % niedrigere Schwefelemissionen auf. Möglich wird das durch die fortschrittlichen Scrubber an Bord. Das Abgasnachbehandlungssystem ist auf allen Strecken von TUI Cruises im Einsatz.

Die Neubauten der Schiffe von TUI Cruises können in einem vollständig geschlossenen Kreislaufsystem (closed loop) betrieben werden. Sogenannte Scrubber-Waschwasser-Entladungen ins Meer werden verhindert, die Entsorgung erfolgt an Land. TUI Cruises wendet diese selbstauferlegte Richtlinie auf alle Häfen weltweit an, in Küstengebieten bis zu einer Entfernung von drei Meilen vom Ufer sowie in der gesamten Ostsee, den norwegischen Fjorden und im Nordseekanal.

Mehr zum Thema: Video von TUI Cruises.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort

MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

step lightly

SAUBERERE KREUZFAHRT

Im Januar 2019 kündigte Hapag-Lloyd Cruises den Einsatz von schwefelarmem Marine Gas Oil (MGO) auf allen Routen von Hanseatic Nature, Hanseatic Inspiration und MS Bremen ab Juli 2020 und auf der Hanseatic Spirit ab 2021 an.

In besonders sensiblen Gebieten wie der Arktis und Antarktis nutzt Hapag-Lloyd Kreuzfahrten seit langem MGO, und das über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Der emissionsarme Kraftstoff hat einen Schwefelgehalt von nur 0,1 %. Die neuen Expeditionsschiffe sind zudem mit SCR-Katalysatoren ausgestattet, die die Stickoxidemissionen um fast 95 % reduzieren. Vorrichtungen zur Nutzung von Landstrom sind ebenso an Bord.

Eine effiziente Durchschnittsgeschwindigkeit für die Routenplanung und -steuerung reduziert den Kraftstoffverbrauch um ein Drittel. Die Flotte von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten verfügt über Meerwasserentsalzungsanlagen zur Herstellung von sauberem Wasser und biologische Kläranlagen für Abwasser. Für die Bugstrahlruder und Stabilisatoren werden umweltfreundliche biologische Schmierstoffe verwendet.

UMWELTSTRATEGIE MARELLA

2018 wurde im Rahmen der Umfirmierung von Thomson Cruises in Marella Cruises eine überarbeitete Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt. Schwerpunkte sind Emissions- und Umweltmanagement, Initiativen zur Reduzierung von Wasser und Abfall sowie Biodiversität und soziales Engagement. Maßnahmen wie die Installation neuer Klimaanlagen, bewusster Verzicht auf einen Antriebsmotor oder Driften, helfen Marella Cruises, mit einer effizienten Geschwindigkeit zu fahren und den Energiebedarf zu senken.

Gestärkte Umweltdatenmanagementsysteme und -prozesse sind ebenfalls Teil der neuen Strategie und tragen dazu bei, die kontinuierliche Verbesserung des CO_2- und Frischwasserverbrauchs sowie der Abfallproduktion pro Kreuzfahrtpassagier / Übernachtung voranzutreiben.

POLAR SHIP CERTIFICATE

Als weltweit erstes Passagierschiff erhielt 2017 das Expeditionsschiff MS Bremen von Hapag-Lloyd Cruises das Polar Ship Certificate, 2018 folgte die MS Europa 2. Dieser internationale Kodex – vergeben von der Internationalen Seeschifffahrtsorganisation (IMO) – enthält Vorschriften für Schiffe, die in Polargewässern eingesetzt werden. Sie umfassen Aussagen über Bau und Ausrüstung sowie die Ausbildung von Besatzungen. Diese Vorschriften erhöhen die Schiffssicherheit und gewährleisten den Umweltschutz. Die MS Europa wird 2019 zertifiziert.

Im Dezember 2018 erhielt Hapag-Lloyd Cruises für alle Schiffe der Flotte das Environmental Passport Operation Certificate – eine unabhängige Bestätigung des Engagements für einen nachhaltigeren Schiffsbetrieb.

NACHHALTIGKEIT WIRD ANERKANNT

TUI Cruises wurde 2018 mit dem myclimate Award für Maßnahmen zur CO_2-Reduktion auf Schiffen und an Land ausgezeichnet. TUI Cruises erhielt zudem den Readers Award von National Geographic Traveller in der Kategorie Eco Travel Green Light.

Hapag-Lloyd Cruises wurde mit der Blauen Flagge von Venedig ausgezeichnet. Damit wurde der Einsatz zur Emissionsreduzierung im beliebten Touristenhafen gewürdigt.

ENGAGEMENT IN DESTINATIONEN

TUI Cruises unterstützt aktiv Arten- und Naturschutzprojekte in den besuchten Destinationen. Seit 2017 wird knapp eine Viertelmillion Euro (236.295 Euro) über das Green & Fair-Programm gespendet – pro gebuchtem Ausflug kommen damit fünf Euro lokalen Umweltschutzprojekten zu Gute.

2018 wurden die Organisationen SECORE International für ein Korallenschutzprojekt in Curaçao und die deutschen Meeresschutzorganisationen MEER e. V. und Pottwale e. V. für Walschutz und nachhaltige Walbeobachtung in Dominica gefördert. Auch Umwelt- und Gesellschaftsprojekte der TUI Care Foundation in Urlaubsländern wurden durch die Mittel maßgeblich unterstützt. Marella förderte ebenso die Arbeit der TUI Care Foundation mit Kundenspenden in Höhe von über 150.000 Euro im Jahr 2018.

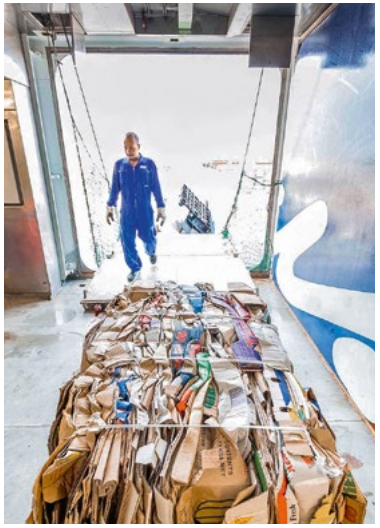
Kreuzfahrten von Hapag-Lloyd führen oft in abgelegene, selten besuchte Regionen. Davon weisen viele einen geringen wirtschaftlichen Entwicklungsstand auf. Dies bedeutet eine große Verantwortung für die Unterstützung der lokalen Bevölkerung. So behandeln beispielsweise Bordärzte Menschen kostenlos an Orten, an denen es keine medizinische Versorgung gibt. Auch spendet das Unternehmen tragbare Wasserfilteranlagen und dringend benötigte Lehrmaterialien.

NACHHALTIGE MATERIALIEN AN BORD

TUI Cruises setzt bei Neubauten auf nachhaltige Materialien. So stammt das Holz für alle Installationen in den Kabinen aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern und zahlreiche Naturmaterialien wie Wolle und Kork werden im Innenausbau genutzt. In der neuen Mein Schiff 1 und Mein Schiff 2 ging TUI Cruises noch einen Schritt weiter und stellte sämtliche Textilien in den Gästekabinen – von der Bettwäsche über die Handtücher bis hin zu den Bademänteln – auf Bio-Baumwolle um. Anbau und Verarbeitung der Baumwolle entsprechen dem Global Organic Textile Standard. Zudem sind die Bettwäsche und andere Textilien Fairtrade-zertifiziert. Ein flottenweites Wäschekonzept ermöglicht es den Gästen, die Bettwäsche über einen längeren Zeitraum zu nutzen – Wasser und Energie können so gespart werden.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

step lightly



Modernes Abfallmanagement an Bord der Kreuzfahrtschiffe

STARKE REGELN FÜR WENIGER ABFALL

TUI Cruises reduziert systematisch Abfall an Bord. Dafür setzt das Unternehmen insbesondere Mehrwegsysteme, Großverpackungen sowie Dosier- und Nachfüllsysteme ein. Die Abfallentsorgung unterliegt strengen nationalen und internationalen Vorschriften. Die Umweltoffiziere müssen die ordnungsgemäße Entsorgung an Bord gemäß dem Internationalen Übereinkommen zur Verhütung der Meeresverschmutzung durch Schiffe planen, durchführen, kontrollieren und dokumentieren. Die Abfälle werden nach Art getrennt: Wertstoffe wie Glas, Papier / Karton, Kunststoff und Metall werden an Bord sortiert und teilweise zerkleinert oder verdichtet. Alle gesammelten Wertstoffe und gefährlichen oder speziellen Abfälle wie Farbreste und medizinische Abfälle werden an Land gebracht.

Download aktueller TUI Cruises Umweltbericht.

LEBENSMITTELABFÄLLE VERMEIDEN

Nachhaltiger Tourismus heißt auch, Lebensmittelabfälle zu reduzieren. 2017 untersuchte TUI Cruises gemeinsam mit der Brancheninitiative Futouris e. V. und dem gemeinnützigen Verein United Against Waste e. V., welche Möglichkeiten es dazu an Bord gibt. Erste Analysen auf der Mein Schiff 4 zeigten, dass die Einbeziehung und Information der Besatzung und Gäste dazu wesentlich sind. Zudem haben die Partner ein Abfallanalysetool und weitere innovative Maßnahmen entwickelt und getestet. So wurden für die Dekoration in den Restaurants recycelbare Elementen anstelle von Speisen genutzt und die Anordnung und Menge der Speisen am Buffet optimiert. So kann zum Beispiel mit kleineren Buffeteinsätzen zum Ende der Essenszeit unnötiger Abfall vermieden werden, die Vielfalt der angebotenen Speisen allerdings gleich hoch bleiben.

Im Ergebnis konnten Lebensmittelabfälle so um 17 % reduziert werden. Die Maßnahmen werden nun auf die gesamte Mein Schiff Flotte übertragen. 2019 werden die Besatzungsmitglieder geschult, um kontinuierlich eigene Abfallanalysen durchzuführen. TUI Cruises wird den Abschlussbericht veröffentlichen und der gesamten Kreuzfahrtindustrie zur Verfügung stellen.

PLASTIK: WENIGER IST MEHR

2018 startete TUI Cruises auf der Mein Schiff Flotte das Plastik-Reduktionsprogramm WASTELESS. Bis Ende 2020 sollen Plastikprodukte und unnötige Einwegartikel an Bord aller Schiffe sowie an Land beseitigt und durch erneuerbare und natürliche Rohstoffe ersetzt werden. In das ambitionierte Programm werden Partner und Lieferanten, Mitarbeiter der Zentrale, Bordbesatzung und Gäste eingebunden. Der Schwerpunkt liegt zunächst auf Maßnahmen in den Bereichen Hotelbetrieb, Restaurant und Bar.

Die Reduzierung von Plastikabfällen ist für TUI Cruises nicht neu. Die Kabinen sind bereits mit Glas-Wasserkannen ausgestattet, die die Gäste an den Wasserspendern im Flur füllen können. Einwegflaschen aus Kunststoff entfallen dadurch. Auf allen neuen TUI Kreuzfahrtschiffen sind die Duschen mit nachfüllbaren Shampoo- und Duschgelspendern ausgestattet, wodurch flottenweit 370.000 Einwegverpackungen pro Jahr eingespart werden.

Zu den neuen Maßnahmen gehört, Frotteeslipper in Bademänteltaschen ohne Einzelverpackung zu platzieren. Dadurch entfallen 250.000 Kunststoffverpackungen pro Jahr. Und Wäschebeutel aus biobasiertem Kunststoff werden in Zukunft 270.000 Plastiksäcke ersetzen.

In den Bereichen Restaurant und Bar verfolgt TUI Cruises zahlreiche Ansatzpunkte. So bestehen Innenverkleidung und Deckel der Takeaway-Kaffeetassen aus organischem Kunststoff. Die Umstellung von Kunststoff- auf Holzstäbchen spart 1,5 Millionen Einwegprodukte ein. In den nächsten Schritten werden über fünf Millionen Kunststoff-Cocktailsstirrer reduziert. Plastik-Strohhalme werden nur auf Anfrage an die Gäste ausgegeben, wodurch jährlich etwa drei Millionen Strohhalme eingespart werden.

Video von TUI Cruises zum Programm WASTELESS.

16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort

step lightly

Mit Nachhaltigkeit vorankommen

Kraftstoffeffizientere Schiffe, neueste Technologien und eine Reihe von Umweltverbesserungen tragen dazu bei, unsere Kreuzfahrtaktivitäten nachhaltiger zu gestalten.

16
KREUZFAHRTSCHIFFE
in 3 Kreuzfahrtgesellschaften (TUI Cruises, Hapag-Lloyd Cruises und Marella Cruises)

Alle Kreuzfahrtschiffe von TUI sind nach
ISO 14001
ZERTIFIZIERT

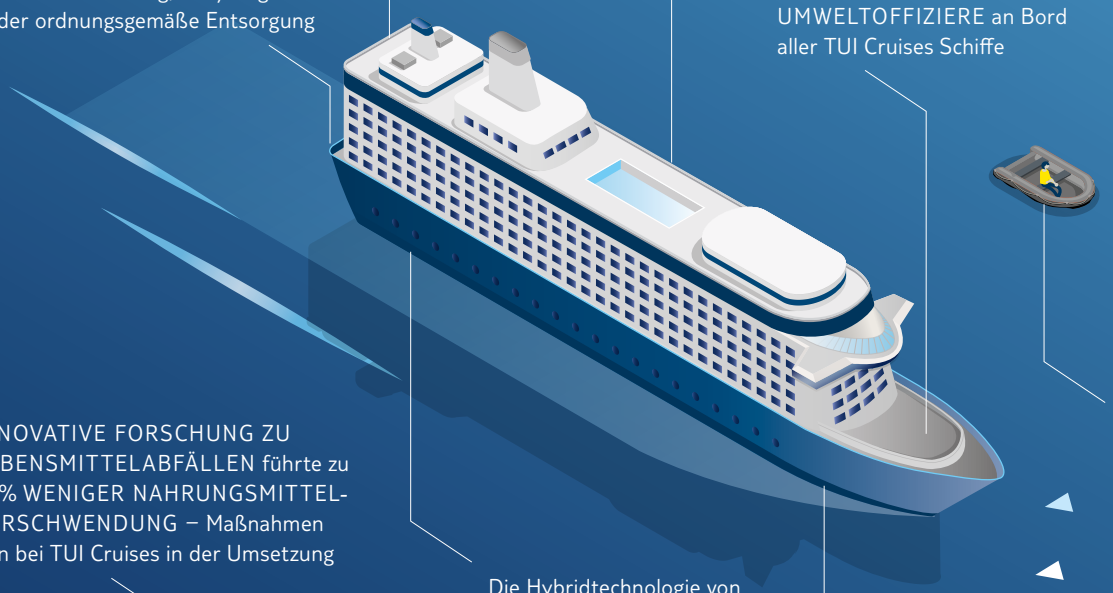
ABFALLTRENNUNG
Weiterverarbeitung, Recycling oder ordnungsgemäße Entsorgung

Abgasnachbehandlungssysteme REDUZIEREN SCHWEFEL-EMISSIONEN um bis zu 99 % bei TUI Cruises

101 KG
CO_2 PRO NACHT – eine Reduzierung um 11,7 % seit 2015

UNTERSTÜTZUNG VON NATURSCHUTZPROJEKTEN bei Landausflügen

UMWELTOFFIZIERE an Bord aller TUI Cruises Schiffe



INNOVATIVE FORSCHUNG ZU LEBENSMITTELABFÄLLEN führte zu 17 % WENIGER NAHRUNGSMITTEL-VERSCHWENDUNG – Maßnahmen nun bei TUI Cruises in der Umsetzung

Die Hybridtechnologie von TUI Cruises ermöglicht einen geschlossenen Kreislauf: KEIN ABGAS-WASCHWASSER GEHT VON BORD

ENERGIE-EFFIZIENTECHNIK wie Beleuchtungsanlagen, Klima-anlagen und Wärmerückgewinnung

Hapag-Lloyd Cruises betreibt elektrische Zodiac-Expeditions-boote in abgelegenen Gebieten – REDUZIERUNG VON LUFT- UND LÄRMEMISSIONEN

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
16 Strategie
18 Klimaschutz
19 Airlines
24 Kreuzfahrten
29 Am Standort
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

step lightly

Am Standort

Zielsetzung bis 2020

Wir werden Umweltverbesserungen an all unseren Unternehmensstandorten vorantreiben.

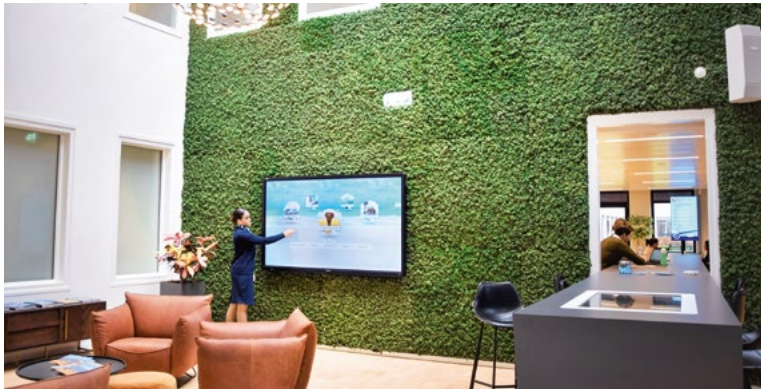
Dies umfasst Bürogebäude, Reisebüros, Katalogproduktion und Gästetransport. Wir betrachten dabei über 50 Verwaltungsgebäude und rund 1.600 Reisebüros in ganz Europa. Unsere Busflotte wird im Bereich Destination Experiences geführt und betreibet rund 300 Fahrzeuge.

2018 unterschritten die absoluten Emissionen aus dem Bereich Verwaltungsgebäude, Reisebüros und Katalogproduktion die Werte von 2017 um 9,3 %. Gegenüber dem Basisjahr 2015 entspricht das einer Reduktion von 17 %. Die relativen Emissionen unserer Transportfahrzeuge stiegen 2018 leicht um 2,3 % aufgrund der erhöhten Auslastung unserer eigenen Fahrzeuge. Gleichwohl beträgt die CO_2-Reduktion gegenüber 2015 insgesamt 8,8 % pro beförderten Gast.

2018 wurde zu über 55 % in Verwaltungsgebäuden und Reisebüros Ökostrom verwendet – 2017 lag der Wert bei 35 %. Vom nachhaltigen Gebäudedesign über die Aufladung von Elektrofahrzeugen bis hin zu effizienteren Bussen und reduziertem Papierverbrauch – die TUI Group senkt die Umweltbelastung an den Standorten weiter.

VON GRUND AUF GRÜN

Nachhaltigkeit stand bei der Planung des im Dezember 2018 fertiggestellten Verwaltungsgebäudes Rijswijk von TUI Netherlands im Vordergrund. Im gesamten Gebäude wurden entsprechende Materialien verwendet, darunter Böden und Treppen aus Bambus und eine Mooswand. Das Dach soll zudem komplett mit Solarmodulen ausgestattet werden. Eine Ausnahme ist das Gründach: Bei Regen halten die Wurzeln der Pflanzen das Wasser zurück, was die Kanalisation entlastet. Zudem fördert das Gründach die Biodiversität. Auf dem Parkplatz befinden sich 13 Ladestationen für Elektro- und Plug-in-Hybridautos und Elektrofahrräder.



Bei der Sanierung des Verwaltungsgebäudes von TUI Netherlands in Rijswijk wurden nachhaltige Materialien verwendet, einschließlich einer Mooswand.

TUI Deutschland und TUI AG sind seit 2003 bzw. 2005 nach ISO 14001 zertifiziert. Diese Zertifizierungen decken eine Reihe von Umweltaspekten ab, darunter Emissionsreduzierung, Wassermanagement und Schutz der biologischen Vielfalt. TUI Business Services ist ebenfalls nach ISO 14001 zertifiziert. Mit dem Schwerpunkt Energieeinsparung hat TUI Deutschland den Stromverbrauch in ihren Reisebüros zwischen 2015 und 2018 um über 19 % reduziert.

ELEKTROMOBILITÄT

Seit 2015 transportiert TUI fly Belgium Bodenabfertigungspersonal und Techniker am Flughafen Brüssel mit Elektroautos. Diese Fahrzeuge sparen gegenüber herkömmlichen Autos 70 % der benötigten Energie. TUI fly Deutschland hat in 2018 Ladestationen für Elektrofahrzeuge auf dem Mitarbeiterparkplatz in der Zentrale in Hannover installiert. Zudem werden Einsatzoptionen von Elektrofahrzeugen für die Flugzeugwartung am Flughafen untersucht. TUI fly Netherlands nutzt ebenso Elektrofahrzeuge.

NEUE BUSSE

Die TUI-eigene Busflotte in Zypern wurde im Jahr 2018 komplett erneuert. Dadurch verbesserte sich die CO_2-Effizienz im Vergleich zum Vorjahr um 15 % von 20,5g CO_2 pro Personenkilometer auf 17,5g CO_2.

PAPIERVERBRAUCH REDUZIERT

2018 hat die TUI Group das Volumen gedruckter Kataloge gegenüber 2017 um weitere 9 % reduziert – und um 23 % gegenüber 2015. Gemessen an 2012, als die ersten Aktivitäten zur Katalog-Reduzierungen umgesetzt wurden, konnte das Volumen um mehr als zwei Drittel verringert werden.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

make a difference

Positive Veränderungen anstoßen – für Menschen und Gemeinschaften

Die Maßnahmen der Nachhaltigkeitssäule „Make a difference" zielen darauf ab, dass der Tourismus in den Urlaubszielen positive Veränderungen bewirkt. So soll er die lokale Wirtschaft ankurbeln, Arbeitsplätze vor Ort schaffen, Tiere und Natur schützen sowie das kulturelle Verständnis und die Toleranz entlang unserer Wertschöpfungskette verbessern. Dazu zählt selbstverständlich auch, die Menschenrechte jederzeit zu wahren. Zudem wollen wir unsere Kunden von nachhaltigen Urlaubsprodukten überzeugen und so die entsprechende Nachfrage steigern.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

make a difference

Positive Veränderungen anstoßen

9,2 MIO.

„grüne und faire“ Urlausbsreisen in Hotels mit anerkannter Nachhaltigkeits-zertifizierung

81 %

der konzerneigenen TUI-Hotels haben Nachhaltigkeitszertifizierungen

1.177.000

TUI Collection Ausflüge – Nachhaltigkeit steht hier im Mittelpunkt

ZIELE BIS 2020

Bis 2020 werden wir jedes Jahr 10 Millionen „grüne und faire“ Urlaubsreisen anbieten, damit mehr Menschen vor Ort von den Vorteilen des Tourismus profitieren.

Unseren Fortschritt messen wir anhand der jährlichen Kundenanzahl, die über TUI in Hotels mit einer vom Global Sustainable Tourism Council anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung übernachten.

FORTSCHRITTE IM JAHR 2018

2018 haben 9,2 Millionen Urlauber in zertifizierten Hotels übernachtet.

TUI’S BEITRAG ZU DEN SDGS

ERREICHUNGSGRAD UNSERER 2020 ZIELSETZUNGEN

HOTELS

Hotels in unserem touristischen Geschäftsportfolio mit GSTC anerkannter Nachhaltigkeitszertifizierung.
Wir haben 9,2 Millionen „grüne und faire" Urlaubsreisen (+11,9 % im Vergleich zum Vorjahr) angeboten. Dafür standen 1.520 Hotels (+12,1 %) zur Auswahl, die nach einem vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannten Standard zertifiziert wurden.
TUI hat sich zudem von Vertragshotels zusichern lassen, dass sie bestimmte Nachhaltigkeitsstandards einhalten und eine anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung erreichen.

Wir werden sicherstellen, dass unsere Hotels auf geeignete Instrumente und Methoden zugreifen können, um auch künftig Standards in der Branche zu setzen.
Wir unterstützen Hotels durch Nachhaltigkeitsworkshops auf lokalen und internationalen Konferenzen, Travelife-Roadshows und durch direkte Beratung.

Unsere Hotels werden – wo möglich und umsetzbar – innovative Umwelttechnologien einsetzen, Mitarbeiter schulen, Kompetenzen vor Ort auf- und ausbauen und nachhaltige lokale Beschaffung fördern.
2018 erhielten 66 % der Mitarbeiter in unseren eigenen und internationalen Konzepthotels Trainings und es gab 6.011 Ausbildungsplätze; 88 % der Hotelmitarbeiter waren Staatsangehörige des jeweiligen Landes. 79 % der Lebensmittel und Getränke wurden aus dem Inland bezogen. Die durchschnittlichen CO_2-Emissionen pro Übernachtung bei TUI Hotels & Resorts und den Konzepthotels betrugen 9,5 kg CO_2. Der Energieverbrauch pro Übernachtung lag bei 26,0 kWh und der Wasserverbrauch bei 556 Liter pro Übernachtung.

DESTINATIONEN

Unsere Destinationsmanagement-Gesellschaften und Exkursionen werden Nachhaltigkeitskriterien entsprechen.
2018 verkauften wir 1.177.000 TUI Collection Ausflüge (plus 15 % gegenüber 2017) zu 66 Zielen. Diese Ausflüge unterliegen Nachhaltigkeitskriterien. So wird beispielsweise Wert darauf gelegt, dass die lokale Bevölkerung konkret profitiert. Auch mit unseren externen Partnern haben wir vertraglich geregelt, dass Nachhaltigkeitsaspekte bei Ausflügen berücksichtigt werden.

KUNDEN

Wir werden über Nachhaltigkeit während der gesamten Kundenreise kommunizieren.
TUI UK und TUI Nordic haben kürzlich gezielt Verbraucherbefragungen zum Thema Nachhaltigkeit und Tourismus durchgeführt. Ergebnis: ökologische und soziale Aspekte spielen eine zunehmend wichtige Rolle für Reisende. Die TUI Marketingrichtlinien für Nachhaltigkeit wurden unternehmensweit verankert und in mehreren Märkten erprobt. TUI UK und Irland erhielten bei den World Responsible Tourism Awards 2018 eine höchste Auszeichnung in der Kategorie „Best for communicating responsible tourism".

- Im Plan
- Weitere Maßnahmen erforderlich
- Unter Plan

31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden

make a difference

Hotels

Zielsetzung bis 2020

Gemeinsam mit unseren Hotelpartnern werden wir daran weiter arbeiten, den positiven Einfluss des Tourismus auf lokale Gemeinschaften und den Umweltschutz zu steigern.

TUIs eigenen Hotels gehen in Sachen Nachhaltigkeit in den Urlaubsgebieten voran: Unsere Hotels leisten durch Projekte und Maßnahmen positive Beiträge für die lokale Gesellschaft und schützen die Umwelt. Dabei weisen unsere nachhaltigen und engagierten Hotels stets eine höhere Kundenzufriedenheit auf.

Der TUI Konzern besitzt und betreibt 380 Hotels in über 30 Destinationen. Kernmarken sind Robinson, Riu, TUI Magic Life und TUI Blue*. Auch bei den Konzepthotels (ca. 200 Objekte) arbeiten wir eng mit den Partnern zusammen. Dazu gehören TUI Sensatori, TUI Sensimar und TUI Family Life, die jeweils auf spezifische Kundensegmente zugeschnitten sind. Viele unserer Märkte liefern auch lokale Konzepte wie die niederländischen „TIME TO SMILE" Ferienwohnungen und die nordischen „Blue Star" Hotels. TUI wird das Portfolio eigener Hotels sowie internationaler Konzepthotels erweitern und die Zusammenarbeit mit Hotelpartnern weltweit ausbauen.

→ *Weitere Informationen zu unserem Hotelportfolio finden Sie hier.*

ZERTIFIZIERUNGEN ALS WICHTIGER VERTRAGSBESTANDTEIL

Von unseren eigenen Hotels und Hotelpartnern wird erwartet, dass sie unabhängige Nachhaltigkeitszertifizierungen durchführen lassen. Dadurch wird sichergestellt, dass unsere Hotels einen sozialen und ökologischen Mehrwert leisten. Bis 2020 wollen wir die Zahl der Gäste, die in zertifizierten Hotels ihren Urlaub verbringen, auf jährlich 10 Millionen steigern.

Wir ermutigen unsere Hotels, sich nach einem vom → *Global Sustainable Tourism Council (GSTC)* anerkannten Standard zertifizieren zu lassen, dies ist in Mindestanforderungen für Hotelpartner vertraglich festgelegt.

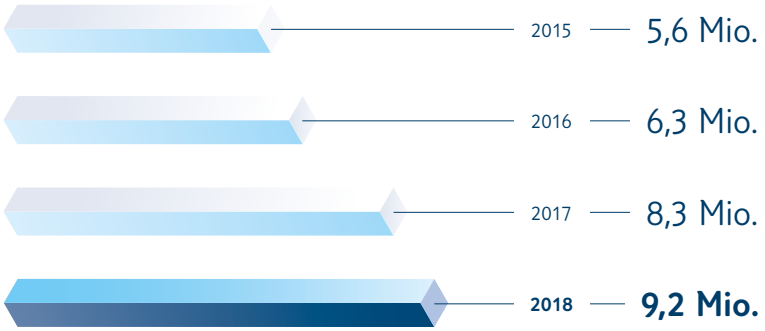
*TUI Blue wird ab Sommer 2020 die globale Flagschiff-Hotelmarke des TUI Konzerns.
→ *Mehr Infos finden Sie hier.*

2018 stieg die Zahl der Kunden, die in Hotels mit einem vom GSTC anerkannten Zertifikat übernachtet haben, um 11,9 % auf 9,2 Millionen. Die Anzahl der zertifizierten Hotels stieg um 12,1 % auf 1.520. 81 % der Hotels von TUI Hotels & Resorts wiesen eine gültige Nachhaltigkeitszertifizierung auf. TUI unterstützt seine Hotelpartner im Zertifizierungsprozess konkret durch Leitlinien sowie verbesserte und angepasste Reportingprozesse*.

* Methodologiedokument → *hier.*

Entwicklung der grünen und fairen Urlaubsreisen

(in Mio. Kunden)



Nachhaltigere Urlaubsreisen

	2018	2017	2016	2015	Veränderung in % ggü. 2015
Kunden (in Mio.) in zertifizierten Hotels*	9,2	8,3	6,3	5,6	+64
Anzahl zertifizierter Hotels*	1.520	1.356	1.170	950	+60
Anteil GSTC-zertifizierter Hotels bei TUI Hotels (in %)**	78	76	74	68	+10

* Hotels, die nach einer vom GSTC anerkannten Zertifizierung zertifiziert sind.
** TUI Hotels – TUI Hotels & Resorts plus internationale Konzepte

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

make a difference

Lesen Sie hier einen Artikel über ein Travelife-Audit des Robinson Club Soma Bay in Ägypten.

ZERTIFIZIERUNGEN AUSBAUEN

TUI orientiert sich an Zertifizierungen, die vom Global Sustainable Tourism Council anerkannt sind und somit hohe Standards darstellen. Derzeit haben über 30 Zertifizierungssysteme die Anerkennung des GSTC erhalten (siehe Beispiele unten).

Wir unterstützen das *Travelife-Zertifizierungssystem* für Nachhaltigkeit und engagieren uns aktiv im Travelife Board und im Steering Committee. Auch im Green Star Hotel Steering Board sind wir vertreten.

In Zusammenarbeit mit dem Travelife-Team ermutigen wir weiterhin Hotels, eine Zertifizierung zu erlangen. 2018 unterstützten wir Roadshows in Mauritius, den USA und Thailand, um die Vorteile der Nachhaltigkeitszertifizierung zu erläutern. An der Veranstaltungen nahmen über 210 Hoteliers teil.

Auswahl GSTC anerkannter Zertifizierungssysteme:

- *Biosphere Responsible Tourism*
- *EarthCheck*
- *Green Globe*
- *Green Key*
- *Green Key Global*
- *Green Star Hotel*
- *Rainforest Alliance standard for tourism operations*
- *Travelife*

GSTC Global Sustainable Tourism Council

Vollständige Liste hier.

Nachhaltigkeit und Kundenzufriedenheit gehen Hand in Hand.

Unsere zertifizierten Hotels weisen eine höhere Kundenzufriedenheit auf, so unsere Analyse von 330 Hotels*.

Positive Trenddaten für Hotels mit Nachhaltigkeitszertifikat

- 10 % weniger CO_2-Emissionen pro Übernachtung
- 24 % weniger Abfallaufkommen pro Übernachtung
- 19 % weniger Frischwassereinsatz pro Übernachtung
- 15 % weniger Gesamtwasserverbrauch pro Übernachtung
- 23 % mehr Ökostrom
- 9 % höhere Beschäftigungsquote der inländischen Arbeitnehmer
- Höhere Kundenzufriedenheitswerte bei der Unterkunft insgesamt

* Analyse der Gästezufriedenheitswerte aus 2017, in denen 75 % der befragten Hotels Nachhaltigkeitszertifizierungen aufweisen.

„Nachhaltigkeitszertifizierungen für Hotels wie Travelife verbessern die ökologische und sozioökonomische Leistungskraft. Aus diesem Grund ermutigen wir unsere Hotels, eine vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannte Zertifizierung zu erreichen."

JANE ASHTON
Director of Sustainability

Lesen Sie *hier* mehr in der Fallstudie, die von *One planet travel with care network* entwickelt und im Rahmen der vierten Umweltversammlung der Vereinten Nationen veröffentlicht wurde.

NACHHALTIGKEITSLEISTUNG UNSERER HOTELS

Die Nachhaltigkeit unserer Hotels und Hotelpartner zu verbessern ist eine Daueraufgabe.

2015 haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie „Better Holidays, Better World" entwickelt. Seither konnten wir unseren Energieeinsatz senken, den Kohlendioxidausstoß verringern und das Abfallaufkommen reduzieren. 2018 blieben der Energieeinsatz und der CO_2-Ausstoß auf konstantem Niveau im Vergleich zum Vorjahr, der Wasserverbrauch stieg leicht an. Dies ist erstens auf das gestiegene Kundenvolumen in Nordafrika zurückzuführen sowie zweitens auf ein sich änderndes Hotelportfolio. Gemessen am Basisjahr 2015 konnten wir den CO_2-Ausstoß um 5,8 % reduzieren. Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis 2020 die Emissionen von TUI Hotels & Resorts pro Übernachtung um 10 % zu senken – entsprechend müssen wir unsere Anstrengungen intensivieren beispielsweise durch Workshops zu Energieeinsparungen in Regionen mit großem Potenzial.

Hotels können auf vielfache Weise einen positiven sozioökonomischen Beitrag vor Ort leisten. TUI Hotels & Resorts sowie unsere Konzepthotels stellen dazu Informationen zur lokale Beschäftigung, zu Investitionen in Ausbildung und Unterstützung der lokalen Wirtschaft bereit. Auf diese Weise können wir die Leistung in diesem Bereich überwachen und verbessern.

Umweltkennzahlen unserer Hotels

pro Übernachtung	**2018**	2017	2016	2015	Veränderung in % ggü. 2015
Energie [kWh]	**25,7** (26,0)	**25,8** (26,3)	**26,6** (27,9)	**27,2** (27,8)	**–5,4** (–6,2)
CO_2 [kg]	**9,4** (9,5)	**9,2** (9,4)	**9,5** (10,1)	**9,9** (10,1)	**–5,8** (–6,9)
Wasser [L]*	**549** (556)	**520** (531)	**514** (544)	**509** (529)	**+7,8** (+5,0)
Abfall [kg]	**2,1** (2,2)	**2,2** (2,3)	n/a	n/a	**–4,1** (–4,3)

* Einschließlich Wasser für die häusliche Nutzung, Pools und Bewässerungszwecke.

Fett gedruckte Kennzahlen für TUI Hotels & Resorts, Kennzahlen in Klammern enthalten zudem Angaben der internationalen Konzepthotels.

Sozio-ökonomische Kennzahlen Hotels

	2018
% der bezogenen Lebensmittel aus dem Land	79
% der lokal bezogenen Lebensmittel	47
% der einheimischen Mitarbeiter	88
% der Mitarbeiter aus der Region	61
% der Mitarbeiter mit Berufsausbildung	66
Anzahl der Auszubildenden	6.011

TUI Future Hotel Days

Der Tourismus ist eine dynamische Branche. Um so stärker setzen wir auf Innovationen, um unsere Marken von Mitbewerbern positiv abzusetzen. TUI entwickelt kontinuierlich neue Produktmerkmale und Dienstleistungen, um das Erlebnis für unsere Gäste zu verbessern und die Rentabilität zu steigern. 2018 wurden die TUI Future Hotel Days ins Leben gerufen. Durch diese Kreativ-Workshops können wir unsere Hotel- und Kreuzfahrtmarken noch besser vernetzen und Herausforderungen gemeinsam angehen.

Nachhaltigkeit ist bei den Workshops ein wichtiges Thema. So beschäftigten sich Workshopteilnehmer Anfang 2019 in London unter anderem mit folgenden Fragen: Wie fördert die Digitalisierung das Urlaubserlebnis der Gäste? Wie kann Lebensmittelverschwendung vermieden und wie die zunehmende Ressourcenknappheit bewältigt werden? Der Workshop beinhaltete auch den Besuch innovativer Hotels in London, um sich ein Bild von Best Practices zu operativer Effizienz und Nachhaltigkeit zu machen.

→ *Video zum TUI Future Hotel Day.*

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

make a difference

PARTNER UNTERSTÜTZEN

Wir unterstützen unsere Hotels systematisch, die Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie „Better Holidays, Better World" zu erreichen. So haben wir für die Sommersaison 2018 beispielsweise zwei weitere Spezialisten eingestellt, die unsere Hotelpartner über die Vorteile der Nachhaltigkeitszertifizierung informieren und sie beim Zertifizierungsprozesses unterstützen. Darüber hinaus führten wir zahlreiche Gespräche mit Hotelpartnern in Spanien, Thailand und Curaçao und gaben zusätzlich Hinweise zur Umsetzung. Weitere Beispiele: Bei Hotelkonferenzen unserer Konzepthotels stand das Thema Nachhaltigkeit stets auf der Agenda. Nachhaltigkeitszertifizierungen und die Reduzierung von Einweg-Plastik wurden besonders intensiv behandelt. Und die jährliche TUI Group Purchasing Conference beinhaltete einen Marktstand und zeigte das Engagement von Kollegen zum Thema Nachhaltigkeit.

DATEN INTELLIGENT NUTZEN

Der TUI Konzern identifiziert systematisch Einsparpotenzialen bei Energie und Wasser. So ergab beispielsweise eine Analyse in drei TUI Hotels in Portugal, auf Lanzarote und Menorca Einsparpotenziale von mehr als 1.700 MWh. Die von Experten empfohlenen Maßnahmen zu Klimaanlagen, Lichtbewegungsmeldern und vieles mehr werden nun umgesetzt.

BAU UNTER DIE LUPE NEHMEN

Bau und Renovierung von Hotels sind wesentlich für mehr Nachhaltigkeit. 2018 haben wir die Zusammenarbeit mit unserem Bauberatungspartner MACE fortgesetzt, um insbesondere spezifische Leistungskennzahlen (KPIs) zu erarbeiten und unseren Partnern zur Verfügung zu stellen. Das Projekt konzentriert sich auf die Bereiche Energie, Wasser, Materialien und Abfallwirtschaft. Es unterstützt Hotels bei allgemeinen Nachhaltigkeitspraktiken wie Zertifizierung, Kommunikation und Engagement für die lokale Gesellschaft. Die KPIs werden von ausgewählten Hotelpartnern getestet.

VIELFALT OHNE VERSCHWENDUNG

Verschiedene Arten von Speisen zu genießen, zählt zu den beliebtesten Urlaubserlebnissen. Gleichzeitig ist die Lebensmittelerzeugung, -verarbeitung und -entsorgung mit Herausforderungen in den Bereichen Energie- und Wasserverbrauch sowie Lebensmittelabfällen verbunden. Der TUI Konzern erarbeitet mit Futouris – einer Brancheninitiative für nachhaltigen Tourismus – ein umfassendes Handbuch für Hotels und Kreuzfahrtschiffe, um das Angebot nachhaltig produzierter Lebensmittel und Getränke zu erweitern. Eine zweite Phase des Projekts befasst sich mit Lebensmittelabfällen. Dazu wurde ein Abfallanalysetool für Hotels entwickelt, welches konkrete Handlungsempfehlungen liefert. In einem weiteren Schritt werden relevante Hotelmitarbeiter gezielt zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen geschult.

NACHHALTIGKEIT ÖFFENTLICHKEITSWIRKSAM BEWERBEN

TUI zeichnet Hotels aus, die in Sachen Nachhaltigkeit spürbare Fortschritte erzielen. In Deutschland wurden 2018 im Rahmen des seit vielen Jahren etablierten TUI Umwelt Champions 192 Hotels für Nachhaltigkeitszertifizierungen bei hoher Kundenzufriedenheit zur Umweltleistung ausgezeichnet. Anfang 2019 verlieh TUI Deutschland dem TUI Magic Life Club im türkischen Sarigerme den Premium TUI Umwelt Champion Award für die kontinuierliche Verbesserung sozialer und ökologischer Prozesse und Leistungen.

Die jährlichen Northern Region Awards von TUI UK und TUI Nordic würdigen die Nachhaltigkeitsleistungen ihrer Hoteliers. 2018 wurde das Castelli Hotel in Zakynthos ausgezeichnet: Das Hotel bezieht beispielsweise einen wesentlichen Teil der verwendeten Lebensmittel von einem benachbarten Bauernhof, informiert seine Gäste über die lokale Küche und kompostiert anfallende Speisereste. Seit über 20 Jahren informiert das Hotel seine Gäste über die gefährdete Unechte Karettaschildkröte vor Ort auf und gibt Tipps zum nahegelegenen Meeresschutzgebiet. Darüber hinaus werden bei Renovierungsarbeiten umweltfreundliche und natürliche Materialien verwendet und erneuerbare Energien effizient genutzt.

Riu veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht

2018 veröffentlichte Riu Hotels & Resorts ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht.

Hier ansehen.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

make a difference

Bis 2020 wollen wir jährlich 10 Millionen „grüne und faire" Urlaubsreisen anbieten.

Unseren Hotels kommt eine entscheidende Bedeutung bei der Verbesserung der Nachhaltigkeit in Urlaubsgebieten zu, denn jedes Hotel beeinflusst die lokale Gemeinschaft, Wirtschaft und Umwelt. Wir haben festgestellt, dass unsere nachhaltigsten Hotels eine höhere Qualität und Kundenzufriedenheit aufweisen.

9,2 MIO.
„GRÜNE UND FAIRE" URLAUBSREISEN in Hotels mit Nachhaltigkeitszertifikaten 2018 (29 Millionen in den letzten vier Jahren)

81 %
DER HOTELS VON TUI HOTELS & RESORTS verfügen über Nachhaltigkeitszertifikate

1.520
nach einem vom GSTC anerkannten Standard zertifizierte Hotels

LOKALE PRODUKTE und Speisen im Restaurant anbieten

LEBENSMITTELABFÄLLE REDUZIEREN

ABFALL REDUZIEREN und Recyclingverfahren nutzen, wo immer möglich

WASSER SPAREN

ENERGIE-VERBRAUCH REDUZIEREN

Gäste über die REGION und die NACHHALTIGKEIT informieren

MITARBEITER FAIR BEHANDELN

LOKALE GEMEINSCHAFT UNTERSTÜTZEN

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

make a difference

Destinationen

Zielsetzung bis 2020

Destinationsmanagement und Ausflugsprogramme werden unseren Nachhaltigkeitsstandards entsprechen.

Unser Ziel ist es, jeden TUI-Urlaub nachhaltiger zu gestalten, indem wir mehr Menschen vor Ort unterstützen und sicherstellen, dass Umweltaspekte oberste Priorität haben.

DEN UNTERSCHIED ERLEBEN

TUI Destination Experiences ist im vergangenen Jahr deutlich gewachsen. Bis Ende 2018 haben wir das Hotelbeds Destination Management und die Plattform Musement übernommen. TUI Destination Experiences beschäftigt mittlerweile 9.000 Mitarbeiter in 49 Ländern und bietet 14 Millionen Kunden ein breites Produktportfolio an hochwertigen Reiseerlebnissen wie Ausflüge, Aktivitäten, Touren, Transfers und Gästeservice.

Mit unserem "Make a Difference-Engagement" wollen wir das Wachstum verantwortungsvoll gestalten. Nachhaltigkeit ist für den Geschäftserfolg von größter Bedeutung. 2018 haben wir wichtige Fortschritte erzielt. So konnten wir das Angebot nachhaltiger Ausflüge deutlich ausweiten, umfassende Tierschutz-Audits durchführen und Kollegen weltweit für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren *(siehe auch Seite 68)*. 2019 werden wir auch an den neu erworbenen Unternehmen die Nachhaltigkeitsstandards anlegen, die bei TUI konzernweit gelten.

„GLOCAL GUIDES" – EIN BESONDERER ANSPRUCH

TUI Tours stellt Nachhaltigkeit zunehmend in den Mittelpunkt des Besuchererlebnisses. Reisende erleben auf den mehrtägigen Touren Land und Leute in verschiedenen Länder intensiv kennen. Dazu tragen auch die TUI-Reiseleiter bei, die den kulturellen Austausch in besonderer Weise ermöglichen. Ab Frühjahr 2019 werden Rundreisen in Italien, Safaris in Südafrika, Trekking-Touren in Peru und Touren an der amerikanischen Westküste von „glocal guides" durchgeführt – also einheimischen Reiseführern, die zugleich die

Sprache der Urlauber beherrschen und deren kulturellen Hintergrund einschätzen können.

Seit Oktober 2018 müssen alle Reiseleiter die TUI Tours Akademie durch E-Learning und Präsenzschulungen absolvieren. Die Module beinhalten eine Reihe von Nachhaltigkeitselementen wie Tierschutz, Menschenrechte und Kinderschutz. Das Programm vertieft das Verständnis für Nachhaltigkeit im Tourismus und umfasst praktische Maßnahmen beispielsweise zur Reduzierung von Plastikabfällen.

Reiseleiter bei TUI Tours werden sich systematisch an Nachhaltigkeitskriterien orientieren und den Reisenden entsprechende Highlights bieten. So kann zum Beispiel das ⊕ *Pikala-Bike-Projekt* der TUI Care Foundation in Marrakesch besucht werden: 90 junge Marokkanerinnen und Marokkaner erhalten dort eine Ausbildung zum Fahrrad-Touristenführer und werden für eine unternehmerische Selbständigkeit vorbereitet. TUI Tours finanziert Projekte der TUI Care Foundation mit, um Projekte auf der ganzen Welt zu unterstützen.

make
a difference

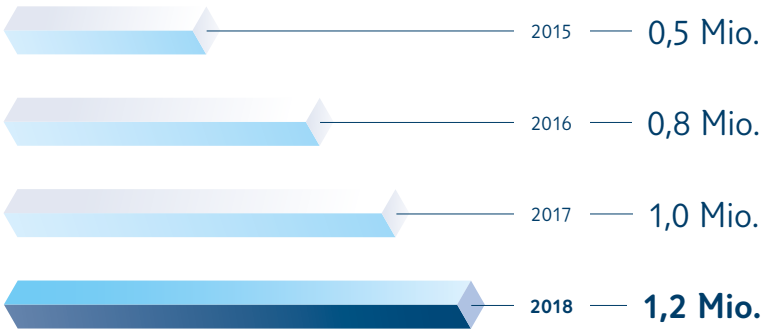
NACHHALTIGKEIT VERTRAGLICH REGELN

Nachhaltig gemanagte Reiseziele kommen Kunden und lokalen Gemeinschaften gleichermaßen zugute. Durch Ausflüge entdecken unsere Kunden neue Orte und stärken die lokale Wirtschaft. Dabei achten wir auf die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsstandards: Entsprechende Klauseln sind Bestandteil der Ausflugskonzepte und werden vertraglich festgehalten.

Seit 2014 fördern TUI Collection Ausflüge einzigartige, authentische und verantwortungsvolle Aktivitäten. Jeder exklusive Ausflug der TUI Collection erfüllt bestimmte Nachhaltigkeitskriterien und muss auch der lokalen Bevölkerung zugute kommen. Die Umweltbelastung sind ebenfalls zu minimieren *(siehe 41 für einen Überblick)*. 2018 nahmen unsere Kunden an 1,18 Millionen TUI Collection Ausflügen teil – ein Plus von 15 % gegenüber 2017. Das Angebot umfasste 286 Ausflüge zu 66 Zielen. Seit 2015 ist TUI Collection um 135 % gewachsen. Insgesamt wurden über 3,5 Millionen Ausflüge durchgeführt.

Sehen Sie sich hier ein Video zur TUI Collection an.

Entwicklung des TUI Collection Ausflugprogramms
(in Mio.)



TUI COLLECTION BEISPIELE

COBA MAYAN TRADITIONS, MEXIKO
Der Ausflug wurde gemeinsam mit der Maya-Gemeinschaft vor Ort entwickelt. Die Gäste besuchen die historische Maya-Stätte Coba sowie ein Maya-Dorf. Davon profitieren 130 Familien, da die Urlauber lokale Produkte erwerben können und vor Ort in einem Restaurant speisen.

KAYA DISCOVERY, TÜRKEI
Reisende können die Ruinen eines historischen Dorfes erkunden und lokale Produkte auf einem Bauernhof erwerben. Das TUI Taste of Fethiye Projekt eröffnet Landwirten in der Region gezielt Absatzmöglichkeiten im Tourismus.

BERBER TRAIL, MAROKKO
Auf diesem Ausflug besuchen die Gäste ein traditionelles Töpferhaus im ländlichen Marokko, einen Hersteller von Arganöl und einen Berbermarkt. Die Gäste können lokal produzierte Waren kaufen, bevor sie von einer Familie zum Tee eingeladen werden.

OUTBACK & BEYOND, DOMINIKANISCHE REPUBLIK
Die Gäste besuchen ein typisch dominikanisches Landhaus, treffen die Familie und lernen lokale Bräuche und Traditionen kennen. Sie können miterleben, wie Rum und Schokolade vor Ort hergestellt werden – und natürlich auch die entsprechenden Produkte erwerben.

AGRO VILLAGE TOUR, SRI LANKA
Eine Tour durch das ländliche Sri Lanka umfasst den Besuch eines buddhistischen Tempels, eines Dorfes und der umliegenden Bauernhöfe. Dabei können die Reisenden die Herstellung traditioneller Produkte wie Zimt und Kokosöl verfolgen. Auf dem Programm steht auch die Verkostung von lokalem Tee.

31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden

make
a difference

TIERSCHUTZ

TUI setzt sich aktiv für den Tierschutz ein. 2013 haben wir mit ABTA, dem britischen Reiseverband, die erste ⊕ *„Global Welfare Guidance for Animals in Tourism"* entwickelt. In einem zweiten Schritt haben wir die Anbieter unserer Tierexkursionen von den Richtlinien überzeugt und sie gemeinsam veröffentlicht. TUI war das erste Tourismusunternehmen weltweit, das Tierschutz-Audits durchführte.

2016 haben wir Elefantenreiten oder -shows komplett gestrichen. Stattdessen bieten wir nun Ausflüge an, bei denen die Urlauber Elefanten in ihrem natürlichen Lebensraum erfahren können.

UNSERE HALTUNG

Ausflüge mit Tieren sind bei unseren Kunden nach wie vor sehr beliebt. Auch für die entsprechenden Reiseziele ergeben sich erhebliche sozioökonomische Vorteile. Das gilt insbesondere in Entwicklungsländern. Gleichzeitig ist Tierschutz im Allgemeinen und der Schutz von Wildtieren im Besonderen für die Mehrheit der Urlauber wichtig. Die Position der TUI:

- Wir halten die Global Welfare Guidance for Animals in Tourism ein und verpflichten auch unsere externen Partner vertraglich dazu.
- Der TUI Konzern bietet nur solche Tierausflüge an, die vorab eine unabhängige Prüfung im Rahmen des Global Welfare Guidance for Animals in Tourism bestanden haben.
- Die TUI Care Foundation fördert umfassend Tierschutzinitiativen.
- Wir wollen mehr Ausflüge anbieten, bei denen Tiere in ihrer natürlichen Umgebung zu sehen sind.
- Wir schulen unsere Kollegen vor Ort zum Thema Tierschutz.
- Tiere aus der Wildnis sollten nicht zu Show- oder Unterhaltungszwecken gefangen werden. Wir unterstützen entsprechende Initiativen.

AUF DER SICHEREN SEITE

Alle Anbieter von TUI-Ausflügen mit Tieren müssen die Richtlinien der Global Welfare Guidance for Animals in Tourism befolgen. Wir arbeiten mit Partnern zusammen, die unser Engagement für eine kontinuierliche Verbesserung und höhere Tierschutzstandards teilen.

Zudem auditieren wir Anbieter unserer Tierexkursionen. Seit 2016 haben wir bereits 150 Anbieter auditieren lassen – weitere 50 Audits folgen im Laufe des Jahres 2019. Ende 2018 waren 96 % unserer Partner auditiert, wodurch 95 % unserer Produkte abgedeckt werden. Wo es Fragen gibt, suchen wir zunächst das Gespräch, streichen in letzter Konsequenz allerdings auch Anbieter aus dem Programm. Bisher haben mehr als 60 % der auditierten Partner – wo dies erforderlich war – Verbesserungen im Hinblick auf den Tierschutz vorgenommen.

TUI STRAY ANIMAL AWARD

TUI ist an vielen Orten präsent, an denen Tiere auf der Straße leben. Das Thema ist relevant: Erstens können von den Tieren Gefahren ausgehen, wenn sie in Hotelnähe herumstreunen oder auf Nahrungssuche sind. Zweitens fühlt sich TUI auch diesen Tieren gegenüber verpflichtet. 2019 werden wir den „TUI Stray Animal Award" einführen: Prämiert werden Hotels, die Streuner in besonderer Weise schützen und beispielsweise Plätze mit geeignetem Tierfutter einrichten und tierärztliche Untersuchungen organisieren.

WILDFLIFE ERKLÄRUNG

Im April 2018 unterzeichnete der TUI Konzern die Travel and Tourism Declaration on Illegal Trade in Wildlife Erklärung des World Travel & Tourism Council (WTTC).

⊕ *WTTC Video zu Wildtierhandel.*

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

make a difference

TUI Collection Ausflüge – Nachhaltigkeit im Mittelpunkt

Das TUI Collection Ausflugsangebot fördert einzigartige, authentische und verantwortungsvolle Aktivitäten. Jeder exklusive Ausflug erfüllt bestimmte Nachhaltigkeitskriterien.

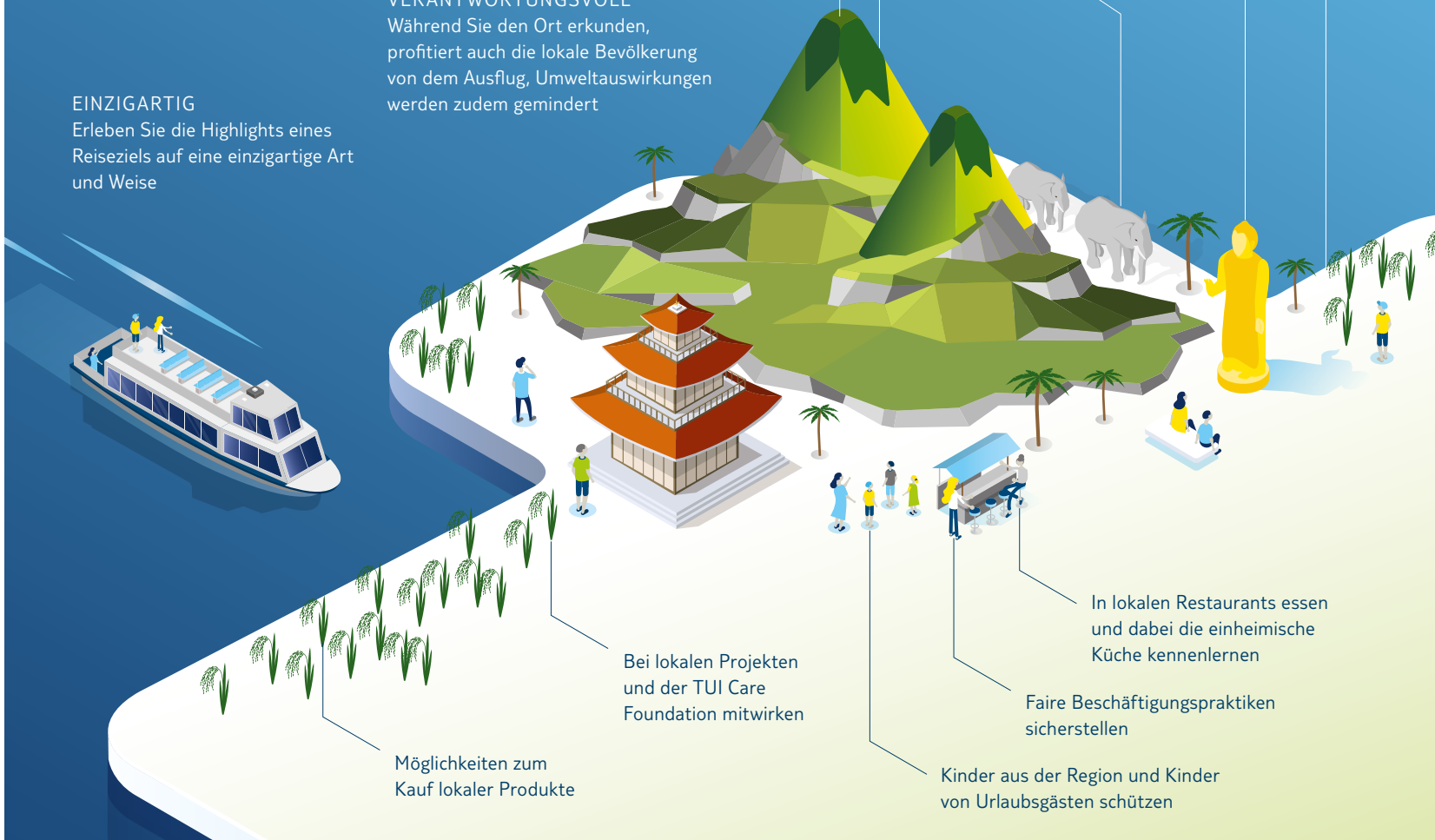
286
VERSCHIEDENE TUI COLLECTION AUSFLÜGE
in 66 Urlaubsgebieten im Angebot

1.177.000
TUI COLLECTION AUSFLÜGE
in 2018 durchgeführt
(3,5 Mio. in den letzten 4 Jahren)

AUTHENTISCH
Genießen Sie die Besonderheit eines Urlaubsgebietes und gewinnen Sie Einblicke in die lokalen Kulturen und Traditionen

EINZIGARTIG
Erleben Sie die Highlights eines Reiseziels auf eine einzigartige Art und Weise

VERANTWORTUNGSVOLL
Während Sie den Ort erkunden, profitiert auch die lokale Bevölkerung von dem Ausflug, Umweltauswirkungen werden zudem gemindert



31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 **Plastikabfall**
45 Kunden

make
a difference

Plastikabfall

Die TUI Group beteiligt sich am weltweiten Kampf gegen Plastikabfälle. Durch die jüngsten Initiativen konnten wir den Einsatz von 140 Millionen Teilen aus Einweg-Plastik vermeiden. Diese Anzahl wollen wir bis Ende 2020 auf 250 Millionen erhöhen.

Der alarmierende Anstieg der Plastikabfälle – insbesondere in den Ozeanen – zählt zu den schwerwiegendsten Umweltgefahren. Weltweit werden derzeit nur 15 % der Kunststoffe recycelt* und jährlich gelangen rund acht Millionen Tonnen Plastikabfälle in die Ozeane** – das entspricht einem Müllwagen pro Minute***. Prognosen zufolge wird es in den Ozeanen bis 2050 mehr Plastikabfälle als Fische geben****.

Die zunehmende Verschmutzung wirkt sich auch negativ auf den Tourismus aus. Das gilt in besonderer Weise für den Strandurlaub. Die TUI Group steuert gegen: Wir wollen Abfall von vornherein vermeiden und minimieren den Einsatz von Einweg-Plastik. Bis heute wurden insgesamt bereits 140 Millionen Einzelteile eingespart. Unser Ziel ist es, diese Menge bis 2020 auf 250 Millionen zu erhöhen. Dafür engagieren sich unsere Hotels, Kreuzfahrtschiffe, Fluggesellschaften, Destinationen und Verwaltung gleichermaßen.

Wir zählen damit zu den Vorreitern. 2018 stimmte das Europäische Parlament für die Reduzierung von Plastikartikeln und ein allgemeines Verbot zahlreicher Einweg-Artikel, darunter Plastik-Trinkhalme, Teller und Besteck. Die Richtlinie soll bis 2021 in Kraft treten – die TUI Group handelt jetzt.

2018 hat die TUI Group konzernweit Prozesse etabliert, um Plastikabfälle zu identifizieren und zu reduzieren. Einige Highlights unserer Maßnahmen finden sich im Folgenden.

* OECD
** UNEP
*** World Economic Forum
**** The Ellen MacArthur Foundation

HOTELS

PLASTIK-STROHHALME AUF DEM INDEX

2018 haben wir in zahlreichen eigenen Hotels Plastik-Trinkhalme ganz entfernt oder durch umweltfreundliche Alternativen ersetzt. Rund 60 % aller TUI Hotels verwenden keine Trinkhalme aus Plastik mehr. Die Hotels reduzierten auch den Einsatz von Plastikbechern, -besteck, -verpackungen und vieles mehr. 112 Millionen Einweg-Plastik-Artikel konnten so eingespart werden.

PARTNER MITNEHMEN

TUI will alle Hotelpartner dabei unterstützen, Einwegplastik zu reduzieren. Dafür haben wir einen Leitfaden entwickelt. Basierend auf dem Prinzip, Plastik weitest möglich zu vermeiden, zu verringern, durch Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen zu ersetzen und notwendige Plastikprodukte optimal zu verwerten beinhaltet der Leitfaden praktische Tipps und Ratschläge zur Kommunikation mit Mitarbeitern, Gästen und Lieferanten.

Hier der 2019 veröffentlichte Leitfaden.

WEGWEISEND IN SACHEN ABFALLREDUZIERUNG

Die folgenden Initiativen zeigen Maßnahmen unserer Hotels, um Plastikabfälle zu reduzieren.

Das Atlantica Hotel Sancta Napa auf Zypern hat den Einsatz von Plastik-Einwegflaschen deutlich reduziert. Dafür installierte es nachfüllbare Wasserspender und bietet wiederverwendbare Gläser oder Pappbecher an. Gäste können entsprechende Kunststoffflaschen kaufen, 20 % des Preises gehen an wohltätige Zwecke.

Auf den Malediven decken die beiden Robinson Clubs ihren Trinkwasserbedarf über Meerwasserentsalzungsanlagen. Das Besondere: Robinson produziert auch eigenes Mineralwasser vor Ort. Dadurch entfallen Transport und Entsorgung von etwa 800.000 Plastikflaschen jährlich.

Seit 2016 verfolgt TUI Sensatori Barut Fethiye in der Türkei eine umfassende Strategie zur Plastikreduktion. Rund viereinhalb Tonnen Plastikmüll konnten so bereits vermieden werden. Das Hotel gewann 2018 den „Travelife Waste Champions Award".

31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 **Plastikabfall**
45 Kunden

make
a difference

Seit 2018 bieten die Riu-Hotels in Spanien, Portugal und Kap Verde den Gästen kompostierbare Trinkhalme an. Riu, die größte Hotelmarke der TUI Group, wird die Trinkhalme 2019 auch in ihren karibischen Hotels einsetzen. TUI Blue, TUI Magic Life und Robinson bieten ebenfalls umweltschonende Alternativen zu Einweg-Plastikhalmen an.

KREUZFAHRTEN

Bis Ende 2020 wird TUI Cruises Plastikprodukte und Einwegartikel nach Möglichkeit durch nachwachsende und natürliche Rohstoffe ersetzen. *Mehr Infos auf Seite 27* und in unseren Videos:

Hier das englische Video. *Hier das deutsche Video.*

Marella Cruises nimmt keine Plastiktrinkhalme mehr an Bord. So werden jährlich 1,8 Millionen Trinkhalme eingespart. Zudem reicht die Kreuzfahrtgesellschaft keine Rührstäbchen für Cocktails aus Plastik mehr, bietet Snacks in Karton- statt Plastikverpackungen an und tauscht einzelne Plastik-Shampooflaschen durch wiederauffüllbare Spender aus.

AIRLINES

Unsere Fluggesellschaften haben Einweg-Rührstäbchen aus Plastik durch Holzalternativen ersetzt – 12 Millionen Plastikstäbchen werden damit pro Jahr eingespart. Zudem verkürzen die Airlines Kunststoffkabel bei Headsets und verzichten auf die Verpackung von Decken. Seit Sommer 2018 bietet TUI fly Deutschland an Bord keine Plastiktüten mehr an.

DESTINATIONEN

Das TUI Clean & Green-Programm der TUI Care Foundation will Abfälle in Küstengebieten reduzieren. Schwerpunkte liegen auf technischer Beratung und Schulung von Gemeinden vor Ort und im Bereich der Sensibilisierung, die verschiedenen Maßnahmen auch auf Dauer im Alltag umgesetzt werden.

Auf Zypern unterstützt die TUI Care Foundation gemeinsam mit der Travel Foundation Hotels, Bars und Restaurants dabei, Einweg-Plastik um 70 % zu reduzieren. In Curaçao werden wir Schüler und Lehrer über die Belastungen durch Plastikabfälle informieren und ihnen Lösungsmöglichkeiten für weniger Umweltverschmutzung aufzeigen.

MIT GUTEM BEISPIEL VORAN

Wir loten immer neue Punkte aus, um Einweg-Plastikartikel systematisch zu ersetzen. Auch interne Veranstaltungen sind davon natürlich nicht ausgenommen. So erhielten beispielsweise bei der TUI Destination Experiences Leadership Conference 2018 über 550 Kollegen wiederverwendbare Edelstahlflaschen, die sie an fünf Stationen mit Mineralwasser auffüllen konnten. Über 5.000 Kunststoffflaschen konnten so vermieden werden. Destination Experiences führte 2018 eine Kampagne durch, um Kollegen auf der ganzen Welt für die Reduzierung von Plastik zu gewinnen. Dabei wurden sehr konkrete Maßnahmen beworben: Osmose-Wasserfilter installieren, wiederverwendbare Wasserflaschen oder Bambusbecher bereitstellen, Sensibilisierungsmaßnahmen durchführen, zusätzliche Recyclingbehälter in den Cafés vor Ort aufstellen, Möglichkeiten für wiederverwendbare Take-away-Becher anbieten und solche Catering-Unternehmen bei der Auftragsvergabe bevorzugen, die kein Einweg-Plastik verwenden.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

make
a difference

140 Mio.
EINWEG-PLASTIKTEILE EINGESPART

BIS 2020
WIR WOLLEN DIESE ANZAHL
AUF 250 Mio. ERHÖHEN

HOTELS

112 MIO.
EINWEG-PLASTIKTEILE aus den TUI-Hotels entfernt

60 %
VON TUI'S HOTELS haben Plastiktrinkhalme entfernt oder ersetzt

TUI'S PLASTIK-REDUZIERUNGS-RICHTLINIEN für Hotels eingeführt

KREUZFAHRTEN

WASTELESS
DAS PLASTIK-REDUKTIONS-PROGRAMM gestartet von TUI Cruises

13 MIO.
PLASTIKARTIKEL inklusive Portionsver-packungen und Toilettenartikel entfernt

„KEINE TRINKHALME" RICHTLINIE auf allen Schiffen von TUI Cruises und Marella Cruises

AIRLINES

12 MIO.
PLASTIKRÜHR-STÄBCHEN durch Alternativen aus Holz ersetzt

PLASTIKTÜTEN für zollfreie Waren und als VERPACKUNG FÜR DECKEN entfernt

LÄNGE DER KOPF-HÖRERKABEL GEKÜRZT

VERWALTUNGS-GEBÄUDE

ERSTE TEAM-KONFERENZ OHNE EINWEG-PLASTIK

AUFKLÄRUNGS-KAMPAGNE für Kollegen und Kunden

5
VON TUI'S VERWAL-TUNGSGEBÄUDEN verzichten auf Einweg-Plastik

DESTINATIONEN

TUI Care Foundation PROJEKT ZUR REDUZIERUNG VON PLASTIK AUF ZYPERN

2.000
KINDER UND LEHRER zu Plastikabfall-Experten ausgebildet

TUI-Rundreisen PLASTIKFREI organisiert

make
a difference

Kunden

Verpflichtung bis 2020

Wir werden Kunden unterstützen, positive Veränderungen anzustoßen.

Weltweit erwarten die Menschen zunehmend, dass Reisen nachhaltig organisiert werden. Verantwortungsbewusster Tourismus ist deshalb deutlich mehr als ein Nischenkonzept. So bewerten über die Hälfte (53 %) der von uns 2017 befragten Urlauber solche Veranstalter positiver, die aktiv in ökologische und soziale Initiativen investieren. 2012 lag der Wert noch bei 39 %. Und etwa 68 % sind heutzutage bereit, ihre Lebensweise im Sinne des Umweltschutzes zu ändern (60 % im Jahr 2012). Regionale Umfragen, die wir 2018 und Anfang 2019 durchgeführt haben, unterstreichen die Bedeutung des nachhaltigen Tourismus zusätzlich.

UMFRAGE TUI NORDIC

Eine Umfrage* zu den Reisevorlieben unserer nordischen Kunden zeigte eine starke Bereitschaft, das aktuelle Reiseverhalten zu ändern. Wesentliche Aussagen:

- 95 % halten Nachhaltigkeitsmaßnahmen für wichtig.
- 50 % halten Nachhaltigkeitsmaßnahmen sowohl im Urlaub als auch Zuhause für wichtig.
- 32 % werden ihre Reisepläne in den nächsten zwei Jahren aufgrund von Nachhaltigkeitsbedenken ändern. Die Reisenden sind bereit, auf Gepäck zu verzichten, weniger Fleisch zu essen und wollen sich für nachhaltig geführte Hotels entscheiden.
- Die Umfrage ergab, dass Reisemarken in mehreren Bereichen mit besonders hohen Erwartungen konfrontiert sind. Dazu zählen insbesondere die Einhaltung von Menschenrechten, der Tierschutz und die Sicherstellung, dass die lokale Bevölkerung vom Tourismus profitiert.

* Umfrage unter 6.394 TUI-Kunden und Verbrauchern in Schweden, Dänemark, Norwegen und Finnland im Januar 2019.

HOHE SENSIBILITÄT FÜR DIE REISEZIELE

Fast 50 % der britischen Urlauber geben an, dass sie den Urlaubszielen etwas „zurückgeben" wollen, so einer Umfrage des Forschungsunternehmens Opinion Matters, die 2018 von TUI UK & Ireland in Auftrag gegeben wurde. Den größten Bedarf sehen sie bei den Themen Hungerbekämpfung (27 %), Tierschutz (26 %), Erhaltung des Kulturerbes (22 %), Bildung und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für die Menschen vor Ort (18 %). Vor diesem Hintergrund buchen die befragten Urlauber eher bei Reiseunternehmen, die sich verpflichten, lokale Gemeinschaften zu unterstützen.

Dazu passen auch folgende Zahlen: Rund 62 % der britischen Urlauber fühlen sich besser, wenn im Urlaub Naturschutzaspekte und Interessen der lokalen Gemeinschaft berücksichtigt werden. Für 82 % zählt dazu, auch die lokale Gastronomie aufzusuchen. 68 % unterstützen die Wirtschaft durch den Kauf von Souvenirartikeln. Und 48 % hoben den Besuch lokaler Märkte und Stadtviertel hervor. Eine Tour mit einem lokalen Reiseleiter wurde von der Hälfte der Befragten geschätzt.

„Es ist großartig, dass sich britische Touristen zunehmend für das Wohlergehen der Urlaubsorte interessieren", betont Xavier Font, Professor für Nachhaltigkeitsmarketing an der britischen Universität von Surrey, der an der Studie beteiligt war. „Auf der individuellen Ebene wird das Bedürfnis nach einem wie auch immer gearteten „Zurückgeben" zur Normalität. Das kommt den Urlaubsorten zugute, zumal sich die Menschen auch zunehmend mit den lokalen Kulturen beschäftigen wollen. Auch für die Reisebranche gibt es eine sehr klare Botschaft: Die Mehrheit erwartet, dass die Unternehmen mit Sorgfalt und Verantwortung gegenüber den Reisezielen agieren".

UMWELTVERANTWORTUNG

Die Ergebnisse der regionalen Umfrage stimmen mit weiteren Marktforschungsergebnissen der TUI Group überein. 2017 haben wir ermittelt, dass 57 % der Reisenden bei einer besseren Verfügbarkeit einen umweltfreundlicheren Urlaub buchen würden. 2012 lag der Wert noch bei 40 %. Auf diese Nachfrage gehen wir mit unserer Strategie Better Holidays, Better World gezielt ein und bieten entsprechende Optionen. Gleichzeitig forcieren wir den Wunsch nach verantwortungsbewussten Reiseerlebnissen zusätzlich und kommunizieren während den Urlaubsreisen proaktiv mit unseren Kunden über Nachhaltigkeitsthemen.

→ *Lesen Sie hier die vollständigen Ergebnisse der Umfrage 2017.*

31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 **Kunden**

make
a difference

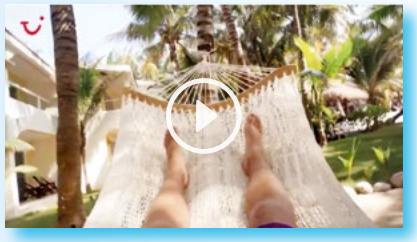
Nachhaltigkeit ist Kernbestandteil von TUI. Es ist unser Ziel, die positiven Wirkungen auf Umwelt, lokale Gemeinschaften und Kulturen aufzuzeigen – zumal daraus insgesamt noch bessere Urlaubserlebnisse erwachsen.

SICHTBARKEIT ERHÖHEN

Wir suchen mit unseren Kunden kontinuierlich den Austausch über Nachhaltigkeitsaspekte. 2018 haben wir „Marketing Guidelines for Sustainability" eingeführt, um konkrete Nachhaltigkeitserfahrungen noch weiter in den Vordergrund zu rücken. TUI UK & Ireland hat die Richtlinien maßgeblich mitentwickelt und wurde dafür im vergangenen Jahr mit dem World Responsible Tourism Awards ausgezeichnet.

Wir setzen auf die Kennzeichnung von nachhaltig geführten Hotels auf Grundlage unabhängiger Nachhaltigkeitszertifizierungen. So verwenden wir zum Beispiel spezifische Symbole in Katalogen und im Internet und bieten die Möglichkeit, online nach zertifizierten Hotels zu suchen. 2018 haben wir auf unseren Websites, in Social Media Netzwerken und in Katalogen umfassende Hotel-Nachhaltigkeitsinformationen veröffentlicht. Kunden in Deutschland, Großbritannien, Belgien und den Niederlanden können bei der Buchung ihres Urlaubs zudem an die TUI Care Foundation spenden.

Weitere Informationen



Video zum Thema Nachhaltigkeit während der Urlaubsreise.

Lesen Sie mehr über Nachhaltigkeit auf unseren TUI Urlaubswebsites:

- *Deutschland*
- *UK*
- *Niederlande*
- *Belgien*
- *Schweden*

Gewinner des World Responsible Tourism Award

TUI UK und Ireland engagieren sich für einen nachhaltigen Tourismus. Das wird gewürdigt. So errang das Unternehmen bei den World Responsible Tourism Awards im November 2018 in der Kategorie Best for Communicating Responsible Tourism den Gold Award.

Die Auszeichnung würdigt die Kommunikationskampagne „Better Holidays, Better World", die von den Nachhaltigkeits- und Marketingteams von TUI UK & Irland entwickelt und durchgeführt wurde. Ziel ist, das Bewusstsein der Verbraucher zu schärfen und ein besseres Verständnis für Fragen des verantwortungsvollen Tourismus zu fördern.

Die Kampagne erstreckte sich 2018 über alle Marketingkanäle von TUI UK und erreichte 4,5 Millionen Urlauber. Zugleich schuf sie den Rahmen für eine kontinuierliche Kommunikation, die nun auch in den anderen europäischen Märkten von TUI umgesetzt wird.

Die Jury betonte: „TUI UK & Ireland haben ‚Better Holidays, Better World' das gleiche Marketinggewicht verliehen wie ihren anderen fünf Kernbotschaften. Sie haben über Storytelling nachhaltiger Urlaubserfahrungen das Thema in die Kernmarke integriert und damit den verantwortungsvollen Tourismus in den Mittelpunkt ihres Angebots gestellt."

Weitere Informationen finden Sie hier.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
31 Strategie
33 Hotels
38 Destinationen
42 Plastikabfall
45 Kunden
LEAD THE WAY
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

make a difference

15 % der Weltbevölkerung (1 Mrd. Menschen) leben mit einer Art Behinderung. *Bis 2020 werden es 1,2 Milliarden sein.*

Source: Amadeus Report. Voyage of Discovery, working towards inclusive and accessible travel for all. (2017)

BARRIEREFREIHEIT

Es ist unser Anspruch, allen Menschen selbstständiges Reisen zu ermöglichen. Darauf haben wir uns auch mit der Unterzeichnung des Ethikkodex der Welttourismusorganisation UNWTO verpflichtet. Auf Menschen mit Behinderung müssen auch Reiseunternehmen in besonderer Weise eingehen. Deshalb entwickeln wir ständig neue Produkte und Prozesse, die das Reisen für alle einfacher und komfortabler machen.

2017 und 2018 haben wir gemeinsam mit dem Verein Tourismus für Alle Deutschland e. V. (NatKo) in einer ‚Roadmap Accessibility' Stärken und Entwicklungspotenzial des barrierefreien TUI-Angebots analysiert. Wir setzen seit vergangenem Jahr erste Erkenntnisse um, und wollen künftig noch bessere mobilitätsgerechte Angebote schaffen. Dabei laden wir insbesondere unsere externen Hotelpartner ein, vor Ort spezifische Informationen zur Barrierefreiheit im Rahmen einer 70 Punkte umfassenden Analyse zusammenzutragen. Für Menschen mit Behinderungen sind diese Informationen bei der Urlaubswahl von unschätzbarem Wert.

Wir suchen kontinuierlich nach Möglichkeiten, mehr Informationen zum Thema Barriereffreiheit auf unserer Website zu veröffentlichen. Zudem führen wir Schulungen zu dem Thema durch – beispielsweise durch die paralympische Athletin Pippa Britton.

Um Reisenden, die insbesondere auf einen Rollstuhl angewiesen sind, einen reibungslosen Transfer zu gewährleisten, bieten wir über unsere Contact Center-Agenten in allen Quellmärkten einen sofortigen Überblick über die verfügbaren Fahrzeuge an.

Die Flotte von TUI Cruises bietet spezielle Kabinen mit breiteren Eingangs- und Badezimmertüren sowie mehr Raumfläche. Fast alle Bereiche der Schiffe sind barrierefrei und über Fahrstühle erreichbar. In den Bordrestaurants werden besonders gut zu erreichende Tische reserviert. So können alle Menschen mit Mobilitätseinschränkungen hindernisfrei am Bordleben teilnehmen.

TUI fly bietet einen besonderen Service: Bei entsprechender Voranmeldung können Gehbehinderte auf allen Flügen einen speziellen Bordstuhl nutzen und so zu ihrem Sitzplatz sowie zur Toilette gelangen. Gesetzlich vorgeschrieben ist dies lediglich ab einer Flugdauer von fünf Stunden. Der eigene Rollstuhl des Gastes wird selbstverständlich kostenfrei transportiert. Darüber hinaus werden auch Flugpassagiere mit Sehbehinderung kostenlos und umfassend betreut. In Begleitung eines Fluggastes ist an Bord jeder Maschine ein Blindenhund zugelassen.

Ein Beispiel für unsere spezielle Kundenbetreuung ist das engagierte Team von TUI Deutschland, das An- und Abfahrten, Unterkünfte, Transfers und Ausflüge für Kunden mit eingeschränkter Mobilität organisiert.

TUI GROUP STARTET PILOTPROJEKT ZUM BARRIEREFREIEN TOURISMUS

Die TUI Group hat sich zum Ziel gesetzt, möglichst vielen Menschen unbeschwerte Urlaube zu ermöglichen. Personen mit Beeinträchtigungen müssen ihre Reisen mit größerer Sorgfalt planen als andere Urlauber. Gemeinsam mit dem von der Behindertenselbsthilfe getragenen Verein „Tourismus für Alle Deutschland e. V. (NatKo)" hat die TUI eine „Roadmap Accessibility" entwickelt und Stärken und Entwicklungspotenzial des eigenen barrierefreien Angebots analysiert.

→ *Hier zur Broschüre „Barrierefreies Reisen".*

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
49 Strategie
51 Innovation
53 Bildung und Ausbildung
54 TUI Care Foundation
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

lead the way

Pionierarbeit für nachhaltigen Tourismus leisten
Die TUI Group ist das weltweit führende Touristikunternehmen. Damit haben wir eine besondere Verantwortung. Aber auch einzigartige Chancen, um zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus beizutragen: Dank unserer Größe verfügen wir im besonderen Maße über wichtige Ansatzpunkte und können die positiven Effekte des Tourismus verstärken.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
49 Strategie
51 Innovation
53 Bildung und Ausbildung
54 TUI Care Foundation
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

lead the way

Nachhaltigen Tourismus vorantreiben

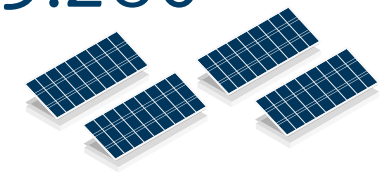
7,8 Mio. €

wurden für nachhaltige Projekte **aufgebracht**.

>30

Die TUI Care Foundation ist mit über 30 Projekten in 25 Destinationen aktiv.

3.280



Solaranlagen – Der Robinson Club Apulia in Italien verfügt mit 3.280 Solarmodulen über eine der größten Hotel-Solaranlagen in Europa.

ZIELSETZUNG BIS 2020

Wir verpflichten uns, bis 2020 das jährliche Fördervolumen für gemeinnützige Projekte auf 10 Millionen Euro zu steigern. Die Projekte zahlen auf mehr Nachhaltigkeit ein und verstärken die positiven Effekte des Tourismus. Die jeweiligen Maßnahmen werden wir insbesondere über die TUI Care Foundation umsetzen.

Unseren Erfolg messen wir am jährlichen Volumen für Investitionen in Projekte, Initiativen und Mitgliedschaften, die nachhaltige Ziele verfolgen.

FORTSCHRITTE 2018

Unsere Unternehmen, Kollegen und Kunden konnten 7,8 Millionen Euro bereitstellen.

TUI'S BEITRAG ZU DEN SDGS

49 Strategie
51 Innovation
53 Bildung und Ausbildung
54 TUI Care Foundation

lead
the way

ERREICHUNGSGRAD UNSERER 2020 ZIELSETZUNGEN

Wir werden die Auswirkungen des Tourismus stärker beleuchten.
Die TUI Care Foundation hat in Kooperation mit der Foundation ein Pilotprojekt in Jamaika in der Region Montego Bay durchgeführt. Das Projekt umfasste die Entwicklung eines handlichen „Insider-Guides" und dessen Verteilung an 40.000 Touristen, 138 Hotels und die ausgebildete Touristenpolizei, die mit „Warm Welcome Botschafterpaketen" ausgestattet wurden, sowie 200 Handwerkern, die in unternehmerischen Fähigkeiten geschult wurden. Analysen aus dem Marktgebiet Harbour Street Craft Market zeigten, dass sich die Touristenfrequenz mehr als verdoppelt hat und die Ausgaben für Touristen seit Projektbeginn um 50 % gestiegen sind.

Die TUI Group wird neue Technologien und Prozesse einsetzen.
Die Neubauten von TUI Cruises sind mit modernster Closed-Loop-Technologie ausgestattet, so dass das Waschwasser aus Abgasreinigungsprozessen an Land entsorgt werden kann *(S. 24)*. Auch unsere Hotels haben weiter in innovative Technologien investiert. So hat der Robinson Club Apulia zur Sommersaison 2018 eine der größten Hotel-Solaranlagen Europas in Betrieb genommen. Und im Dezember 2018 wurde der Robinson Club Jandia als erstes internationales Hotel von der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) mit Platin ausgezeichnet.

Wir werden uns für nachhaltige Flugtreibstoffe engagieren.
Im Februar 2018 wurde für TUI Nordic die erste Boeing 737 MAX überführt. Der Treibstoff enthielt eine 30 %ige Mischung aus nachhaltigem Flugtreibstoff. Damit gilt der Überflug als einer der CO_2-effizientesten Flüge dieses Flugzeugtyps. Wir engagieren uns maßgeblich, um nachhaltiges Kerosin als echte Alternative zu entwickeln. Beispielsweise bei der Bioport Holland Initiative und der Sustainable Aviation Fuels User Group *(S. 22)*.

Wir werden in die Förderung junger Menschen investieren.
Bis 2020 will die TUI Care Foundation die Perspektiven von über 100.000 Kindern und Jugendlichen verbessern. Projektbeispiele: Schutz von Jugendlichen vor Ausbeutung durch die Förderung sozialer Kompetenzen und der Schaffung von Berufsausbildungsangeboten im Tourismus (Dominikanische Republik); Erschließung neuer Perspektiven für Jugendliche durch Mitarbeit in einem Ausbildungsrestaurant – ein Sozialunternehmen, in dem die jungen Menschen praktische Erfahrungen für eine Laufbahn im Gastgewerbe sammeln können (Vietnam); Schaffung von Perspektiven für die nächste Generation durch die Ausbildung lokaler Kinder (Mexiko). *Weitere Informationen auf Seite 55.*

Im Plan
Weitere Maßnahmen erforderlich
Unter Plan

Wir werden in den Schutz der Umwelt investieren.
Bis 2020 will die TUI Care Foundation über 1 Million Tiere schützen und Projekte initiieren, die zum Schutz von Ressourcen beitragen. Projektbeispiele: Schutz von Meeresschildkröten und Unterstützung beim Aufbau schildkrötenfreundlicher Lebensräume in Urlaubsgebieten (weltweit); Schutz von Elefanten in freier Wildbahn (Kenia) und Verbesserung des Wohlergehens von Elefanten, die in Gefangenschaft gehalten werden (Thailand); Zusammenarbeit mit Hotels zur Reduzierung des Verbrauchs natürlicher Ressourcen (Kap Verde). *Weitere Informationen auf Seite 56.*

Wir werden in nachhaltige Projekte zur Destinationsentwicklung investieren.
Bis 2020 will die TUI Care Foundation dazu beitragen, die Existenzgrundlage von 10.000 Menschen in den Destinationen zu verbessern. Projektbeispiele: Neue Möglichkeiten für Wein- und Olivenbauern auf Kreta, um ihre Produkte den Urlaubern anzubieten (Griechenland); Unterstützung von Frauen bei der Entwicklung von zukunftsfähigen Geschäftsmodelle für gastronomische Angebote für Touristen in den traditionellen Stadtteilen von Malaga (Spanien); Einbindung lokaler Landwirte in die touristischen Lieferketten in Andalusien (Spanien). *Weitere Informationen auf Seite 57.*

Innovation

Zielsetzung bis 2020

Wir werden Innovationen für eine nachhaltige Zukunft des Tourismus entwickeln und unsere Ergebnisse mit der Branche teilen.

HIER KOMMT DIE SONNE

Möglichst viele Sonnenstunden sind für viele Touristen ein wichtiges Kriterium. Gleichzeitig übernachten sie bei TUI immer häufiger in Hotels, die die Sonnenenergie durch Solar- und Photovoltaikanlagen auch als Energiequelle nutzen. Zum Beispiel der Robinson Club Apulia in Süditalien: Im Sommer 2018 installierte der Club 3.280 Solarmodule auf einer Gesamtfläche von 5.500 Quadratmetern. Die Anlage zählt damit europaweit zu den größten und erzeugt 1.438 Megawattstunden Strom pro Jahr. Das entspricht dem durchschnittlichen Strombedarf von rund 450 privaten Haushalten in Deutschland. Rund 71 % des erzeugten Stroms werden für den Hotelbedarf genutzt und der Rest in das lokale Stromnetz eingespeist.

Weitere Beispiele: In Marokko hat der Robinson Club Agadir die größte Hotel-Solaranlage landesweit installiert. Die erzeugte Energie wird zur Warmwasserbereitung und zur Beheizung der Pools genutzt. Und in dem toskanischen TUI-Resort in Castelfalfi erzeugt eine Solarstromanlage auf dem 1.100 Hektar großen Areal Energie für zahlreiche Ferienhäuser.

ERSTES PLATIN-ZERTIFIKAT

Im Januar 2019 erhielt der Robinson Club Jandia Playa als erstes internationales Hotel außerhalb Deutschlands die Platin-Zertifizierung der DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen). Der Neubau auf Fuerteventura ist damit das Paradebeispiel für nachhaltiges Bauen im Tourismus. Mit einer Bewertung von 89,5 % hat der Club besonders gut bei der ökologischen Qualität abgeschnitten. Das DGNB-System berücksichtigt zudem unter anderem ökonomische, soziokulturelle und technische Aspekte und verbindet diese mit den UN SDGs.

Der Neubau verfügt über nachhaltige Technologien wie ein energieeffizientes Deckensystem zum Kühlen und Heizen von Räumen. Moderne Isolierglasfenster bieten sowohl höchste Lichtdurchlässigkeit als auch Sonnenschutz und verhindern zudem Wärmeverluste im Winter. Ein hydrothermales System auf Basis leistungsstarker Wasser-Wärmepumpen erzeugt sowohl Warmwasser mit einer Temperatur von bis zu 90 Grad als auch Restkälte. Die Energie reicht aus, um den Kühlbedarf für Küche, Kühlräume und Räume zu decken. Diese und andere Maßnahmen reduzieren den Ressourceneinsatz gegenüber dem Normalverbrauch massiv. So sinkt beispielsweise der Wasserverbrauch um 45 %, das Abwasser wird sogar um 69 % reduziert und der Energiebedarf für die Klimatisierung von Räumen fällt um 27 %.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
49 Strategie
51 Innovation
53 Bildung und Ausbildung
54 TUI Care Foundation
CARE MORE
GLOBAL COMPACT

lead
the way

BÜNDELUNG VON RESSOURCEN FÜR WENIGER JUGENDARBEITSLOSIGKEIT

Fachkräftemangel, begrenzte Berufsausbildungsmöglichkeiten und eine geringe Erwerbsbeteiligung von Frauen stellen akute Herausforderungen für die ägyptische Tourismusindustrie dar. Mit dem „lab of tomorrow" – einer Initiative der GIZ – stellt sich die TUI diesen Herausforderungen und wird dabei von der TUI Care Foundation und der Jaz Hotel Group – unserem Joint Venture-Partner in Ägypten – unterstützt.

Das „lab of tomorrow" hat zum Ziel, große und kleine Unternehmen dazu zu inspirieren, spezifische Herausforderungen durch kreative Zusammenarbeit zu lösen. Derzeit arbeiten sieben dieser Initiativen weltweit. Im Februar 2018 kamen TUI und die GIZ über drei Tagen im ägyptischen TUI Magic Life Resort Kalawy mit einer Reihe lokaler Interessengruppen zusammen. Das Ziel: eine geschäftsorientierte Strategie zu entwickeln, um jungen Menschen bessere Chancen in der Tourismusbranche zu eröffnen. Zu den lokalen Vertretern gehörten Trainings-, Beratungs- und IT-Unternehmen, Hotel- und Tourismusschulen, Sozialunternehmer und Regionalregierungen.

2018 prüften öffentliche und private Partner, wie sich Hotelmanagementfähigkeiten entwickeln und die technische und berufliche Bildung junger Menschen im Tourismussektor verbessern lassen, um den Qualitätsstandard zu erhöhen. Neue Geschäftsmodelle wurden dann erforscht, mitentwickelt und werden in Ägypten nun in Pilotprojekten erprobt. Zum Beispiel ein integriertes Ausbildungssystem für das obere und mittlere Management in Hard- und Soft Skills mit einem Mentoring-Programm, das den Teilnehmern erfahrene Führungskräfte zur Seite stellt.

Weitere Informationen finden Sie hier.

MIT HACKATHONS IN DIE ZUKUNFT

Hacking ist eine kreative Problemlösung und Hackathons konzentrieren sich oft auf die Zusammenarbeit bei der Computerprogrammierung. Bei mehrtägigen Hackathon-Veranstaltungen in Belgien und Schweden wandte sich TUI dem nachhaltigen Tourismus zu. So untersuchte bei Hack Belgien eine Gruppe, wie Nachhaltigkeit zu besseren Urlaubserlebnissen beitragen kann und umgekehrt, wie Urlaubserlebnisse auf Nachhaltigkeitsziele einzahlen können. Daraus entwickelten sich mehrere Ideen zum Thema Digitalisierung, die näher betrachtet werden.

In Stockholm war Nachhaltigkeit einer von drei Kernthemen bei einem zweitägigen internen #Innovation Hackathon mit 80 Teilnehmern aus funktionsübergreifenden Teams. Mittels des Ansatzes von Testen und Lernen wurde das Ziel verfolgt, den Kundennutzen nachhaltig zu steigern und gleichzeitig das Geschäft auszubauen. Mit Perspektive auf das Jahr 2050 entstanden daraus eine Vielzahl kreativer Ideen. Drei Kategoriesieger entwickeln ihre Ideen mit einem professionellen Entwicklungscoach weiter, um daraus zukünftige TUI-Produkten zu machen und ein digitaleres Kundenerlebnis zu schaffen.

Bildung und Ausbildung

Nachhaltiger Tourismus ist eine Generationenübergreifende Aufgabe. Deshalb arbeiten wir intensiv mit jungen Menschen an Schulen, Hochschulen und Universitäten zusammen, um das Bewusstsein für nachhaltigen Tourismus zu schärfen.

MASSNAHMEN AN UNIVERSITÄTEN

Wir teilen europaweit unser Wissen rund um das Thema nachhaltiger Tourismus mit Hochschulen. So verlieh die britische Universität von Bedfordshire im Juli 2018 Jane Ashton, Director of Sustainability der TUI Group, für ihren Beitrag zum nachhaltigen Tourismus den Ehrendoktor.

TUI Netherlands verleiht eine Auszeichnung an die beste Masterarbeit, die sich mit nachhaltigem Tourismus beschäftigt. Teilnehmen können Absolventen von Universitäten in den Niederlanden und Belgien. Die Gewinnerin 2018 kam von der Fachhochschule Breda und beschäftigte sich mit dem europäischen Smart City Hospitality-Projekt. TUI Austria verlieh 2018 seinen Nachhaltigkeitspreis für wissenschaftliche Forschung an einen Studenten der Fachhochschule Salzburg, der sich unter dem Titel „Klimasensibilität des Wintertourismus in Österreich" einem klimarelevanten Forschungsprojekt widmete.

Aus Sicht der TUI weisen duale Ausbildungen den idealen Weg, um Wissenschaft und Praxis zu kombinieren. In diesem Sinne hat TUI UK & Irland mit der Hertfordshire Universität im September 2018 ein gemeinsames Programm gestartet. 18 Auszubildende arbeiten seither hauptberuflich bei TUI in verschiedenen Funktionen und absolvieren parallel ein maßgeschneidertes Studium – das insbesondere Lehrinhalte zu nachhaltigem Tourismus umfasst.

MASSNAHMEN AN SCHULEN

Seit 2016 hat das TUI UK Better World Detectives Programm 60.000 Schüler erreicht. Das Programm wurde in Zusammenarbeit mit der Geographical Association entwickelt und ist eng an den nationalen Lehrplan von Großbritannien angelehnt. Es richtet sich an Schüler im Alter von 7 bis 11 Jahren, die sich mit Nachhaltigkeit und verantwortungsvollem Tourismus befassen.

In Zusammenarbeit mit den Lehrern hat das Better World Detectives Programm Unterrichtsmaterialien erarbeitet, die es kostenlos zur Verfügung stellt. Dabei werden klassische Arbeitsblätter durch multimediale Ansätze ergänzt. Dieser Mix zielt darauf ab, den Schülern erstens spezifische Kenntnisse zu vermitteln und sie zweitens zum Nachzudenken anzuregen, wie sie persönlich zum Schutz der Umwelt beitragen können.

Die Unterrichtsthemen reichen von Plastikmüll, CO_2-Emissionen und Energieverbrauch über lokale Beschaffung und Overtourism bis hin zu Gesundheitsthemen. 2018 wurden die Inhalte aktualisiert und neue Medien aufgenommen.

Weitere Informationen finden Sie hier.

TUI Care Foundation

Gemeinsam mit Urlaubsgästen nutzt die TUI Care Foundation die Chancen des Tourismus, um Gutes für die Menschen und Gesellschaften in Urlaubsdestination auf der ganzen Welt zu bewirken.

Die Stiftung ist unabhängig und gemeinnützig. Sie unterstützt und initiiert Projekte weltweit, die dazu beitragen, einen nachhaltigen Wandel für lokale Gesellschaften und Menschen vor Ort zu bewirken. Ein besonderes Augenmerk legen wir auf Zukunftschancen für junge Generationen.

Der strategische Plan der Stiftung, „Caring for a Better World", legt die Ambitionen und Ziele für 2017 – 2020 fest. Die drei Handlungsfelder stehen im Einklang mit den Zielen der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung *(S. 10)*.

Weitere Informationen finden Sie hier.

JUNGE GENERATION & BILDUNG | UMWELT & NATUR | NACHHALTIGE DESTINATIONEN

Mehr über diese Handlungsfelder, Programme und Projekte erfahren Sie auf den folgenden Seiten.

2018 führte die TUI Care Foundation 30 Projekte in 25 Destinationen durch.

Weitere Informationen auf der TUI Care Foundation Internetseite.

Die gemeinnützige Stiftung legt Wert auf Transparenz und effiziente Mittelverwendung. Daher gehen 100 % der Spenden in die Projektarbeit, alle Verwaltungskosten der Stiftung werden von der TUI übernommen.

Helen Caron wird Mitglied des Kuratoriums der TUI Care Foundation

HELEN CARON
Group Purchasing Director

Warum engagieren Sie sich für die TUI Care Foundation?
Vor zehn Jahren habe ich in Sambia eines der ersten Tourismusprojekte der TUI besucht, das auf Nachhaltigkeit ausgelegt war. Die Reise hinterließ einen bleibenden Eindruck bei mir, weil ich die positiven Auswirkungen auf die lokale Gemeinschaft direkt erleben durfte. So etwas spornt enorm an. Und ich sehe es als großes Privileg, mich im Kuratorium der TUI Care Foundation zu engagieren und so wichtige Projekte unterstützen zu dürfen.

Wie können Urlauber einen Beitrag für die TUI Care Foundation leisten?
Aus meiner Sicht geht es erstmal darum, unsere Kunden für die Projekte zu interessieren und zu begeistern. Denn wir wollen ja gemeinsam mit den Urlaubern Gutes zu tun. Anknüpfungspunkte bieten sich viele, zum Beispiel auf unseren TUI-Ausflügen, Fundraising-Aktivitäten im Resort, auf Kreuzfahrtschiffen und an Bord unserer Flugzeuge. Und über jeden, der sich entscheidet, uns finanziell zu unterstützen, freuen wir uns natürlich sehr. Wir sind für all die großzügigen Spenden sehr dankbar.

Welche Erfahrungen bringen Sie in die Arbeit der Stiftung ein?
Ich arbeite seit über 18 Jahren bei der TUI sehr eng mit Hoteliers, Partnern und Tourismusverbänden zusammen. Ich kann deshalb ein besonderes Verständnis für Destinationen und Hoteliers einbringen und hoffe, dass sich diese Erfahrung auch in der Umsetzung von Projekten niederschlägt. Und natürlich will ich dazu beitragen, dass die Care Foundation auch künftig über ausreichende Mittel verfügt.

Junge Menschen fördern

ZIELSETZUNG

Bis 2020 werden wir die Perspektiven von über 100.000 Kindern und Jugendlichen verbessern.

Kinder und Jugendliche haben ein Recht auf ein sicheres Lebensumfeld, Zugang zu Bildung sowie Arbeitsperspektiven. Benachteiligten Menschen wollen wir helfen, ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Deshalb investieren wir in unseren Reisedestinationen vor Ort in Bildungsmaßnahmen für junge Menschen.

PROGRAMM- UND PROJEKTBEISPIELE

Die TUI ACADEMY – gegründet von der TUI Care Foundation und der Kinderschutzorganisation Plan International – eröffnet benachteiligten Jugendlichen neue Möglichkeiten. Unser Ziel ist es, 10.000 Jugendliche durch Berufsausbildung, Praktika und Online-Kurse zu fördern.

In der Dominikanischen Republik startete 2018 die zweite TUI Academy Gruppe mit 60 neuen Studenten – davon rund 80 % junge Frauen. Das Ausbildungsprogramm umfasst ein dreimonatiges Praktikum und eröffnet Berufseinstiege unter anderem als Küchenhelfer, Barkeeper und Hotelrezeptionisten. Über diese Qualifikationen hinaus behandelt das Programm auch Themen wie Schutz vor sexueller Ausbeutung und Arbeitsrecht und Finanzmanagement. Das hilft jungen Menschen, sich vor Übergriffen zu schützen und fundierte Entscheidungen über ihr künftiges Leben zu treffen. Bereits 2017 startete die TUI Academy mit 45 Absolventen. Von dieser ersten Gruppe nahmen im vergangenen Jahr 26 junge Menschen eine Anstellung in einem der Hotels von Blue Diamond Resorts (24) und Riu (2) an.

2018 startete zudem in Hue, Vietnam, eine TUI Academy. Diese bietet 350 benachteiligten jungen Frauen und Männern eine Berufsausbildung, darunter 180 Ausbildungsplätze im Tourismussektor. Zum Schulungsprogramm gehört auch die Mitarbeit in einem Ausbildungsrestaurant – ein Sozialunternehmen, in dem die jungen Menschen praktische Erfahrungen für eine Laufbahn im Gastgewerbe sammeln können.

Die TUI JUNIOR ACADEMY konzentriert sich vornehmlich auf Kinder. Sie bietet eine intensive Umweltbildung zu wichtigen Themen wie Biodiversität, Klimawandel, Tierschutz, Abfallwirtschaft und Menschenrechte. Unser Ziel ist es, 100.000 Kinder zu erreichen und ihnen darüber bessere Lebensbedingungen zu eröffnen.

In Mexiko arbeitet die TUI Care Foundation mit der NGO Rainforest Alliance zusammen, um die nächste Generation über die Bedeutung von Nachhaltigkeit aufzuklären. Ein Lehrerausbildungsprogramm zum Aufbau von Fachwissen in nachhaltigen Tourismus- und Umweltfragen begann mit der Ausbildung von Gemeindelehrern, die 2018 über 2.500 Schüler unterrichteten.

Im mexikanischen Cancun sowie im thailändischen Phuket haben die TUI Care Foundation und die Kinderhilfsorganisation DCI-ECPAT gemeinsam mit Tourismusunternehmen, NGOs und Regierungen Projekte initiiert, um Kinder besser vor sexueller Ausbeutung in der Tourismusindustrie zu schützen.

Mit dem TUI FUTURE FUND will die TUI Care Foundation Kinder und Jugendliche im Katastrophenfall schnell humanitäre Hilfe ermöglichen. Dafür unterzeichnete sie im Mai 2018 eine vierjährige Partnerschaft mit UNICEF. Das Kinderhilfswerk engagiert sich in 190 Ländern und ist oft bereits vor dem Eintritt einer Naturkatastrophe vor Ort präsent. Die Organisation kann deshalb besonders schnell Hilfsmaßnahmen anstoßen. Der TUI Future Fund hält insbesondere für Krisen in Urlaubsregionen finanzielle Mittel bereit.

In Vietnam erhalten Jugendliche eine praktische Ausbildung in den Bereichen Gastronomie, Vertrieb und Marketing im Rahmen des TUI ACADEMY Projektes.

49 Strategie
51 Innovation
53 Bildung und Ausbildung
54 TUI Care Foundation

lead
the way

Die Umwelt schützen

ZIELSETZUNG

Bis 2020 werden wir über 1 Million Tiere schützen und Projekte initiieren, die zum Schutz von Ressourcen beitragen.

Die Vielfalt von Pflanzen und Tieren spielt eine wichtige Rolle für Ökosysteme, für den Lebensunterhalt vieler Menschen und birgt auch eine hohe kulturelle Symbolkraft. Leider ist diese Biodiversität akut bedroht – das gilt beispielsweise für Elefanten und zahlreiche Meerestiere.

Touristische Entwicklung kann in den Reiseregionen zu Problemen hinsichtlich Abfallentsorgung sowie Wasser- und Energieverbrauch führen. Eine effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen ermöglicht jedoch eine nachhaltige Entwicklung, von der die Bevölkerung vor Ort in besonderer Weise profitiert. Die TUI Care Foundation unterstützt ein entsprechendes Abfall-, Wasser- und Energiemanagement in zahlreichen Projekten.

PROGRAMM- UND PROJEKTBEISPIELE

TUI TURTLE AID ist eines der wichtigsten Umweltprogramme der TUI Care Foundation. Ziel der Initiative ist es, bis 2020 eine Million Schlüpflinge zu schützen. Dafür arbeitet die Stiftung mit lokalen Organisationen auf den Kapverden, in der Türkei und in Griechenland zusammen. Partner in weiteren Regionen der Welt werden hinzukommen. Das Programm umfasst auch innovative Forschungs- und Schutzmethoden. Ein wichtiger Ansatzpunkt ist, Urlauber, Kinder und Küstengemeinden für den Schildkrötenschutz zu sensibilisieren.

Zu unseren Partnern gehören lokale Organisationen wie Project Biodiversity und BIOS.CV auf den kapverdischen Inseln Sal und Boa Vista, Archelon in Griechenland und DEKAMER in der Türkei.

Die Maßnahmen greifen. So konnten auf der kapverdischen Insel Sal in der Schildkröten-Schlüpfsaison 2018 rund 15.000 neue Brutplätze gezählt werden – viermal so viele wie 2016. Und auf Boa Vista wurden 14.600 Nester registriert – dreimal so viele wie 2017.

TUI ELEPHANT AID dient dem Schutz von Elefantenpopulationen in Afrika und Asien. Ziel ist es, 15.000 Elefanten zu schützen.

In Thailand arbeitet die TUI Care Foundation mit World Animal Protection zusammen, um die Bedingungen für Elefanten in Gefangenschaft zu verbessern. In Kenia ist der International Fund for Animal Welfare (IFAW) Partner der Stiftung. Im Rahmen des vom IFAW ins Leben gerufenen tenBoma-Projekts werden staatliche und lokale Wildhüter geschult, um Wilderer-Angriffe besser vorauszusagen, gezielter darauf reagieren zu können und die Tiere sowie die lokale Bevölkerung zu schützen.

TUI CLEAN & GREEN will das Bewusstsein zu den Themen Lebensmittelabfälle, Kreislaufwirtschaft und Energieeffizienz bei Urlaubern, der Tourismusindustrie und den lokalen Gemeinschaften schärfen.

Auf den Kapverden arbeitete die TUI Care Foundation mit der Travel Foundation und lokalen Organisationen zusammen. In einem auf zwei Jahre angelegte Projekt verringerten rund 20 Hotels auf den beiden Inseln Sal und Boa Vista ihren Energieverbrauch bis Ende 2018 um 17 % und den Wasserverbrauch um 16 %. Zudem reduzierten die Hotels ihre Lebensmittelabfälle um 22 %. Damit konnte die ursprüngliche Zielsetzung deutlich übertroffen werden.

Intakte Gemeinschaften fördern

ZIELSETZUNG

Bis 2020 werden wir dazu beitragen, die Existenzgrundlage von 10.000 Menschen in den Destinationen zu verbessern.

Der Tourismus kann eine entscheidende Rolle bei der Verbesserung der Lebensgrundlagen in den Destinationen spielen. Er schafft sichere Arbeitsplätze und stärkt die Volkswirtschaft. Ein Selbstläufer ist das allerdings nicht: Die lokale Bevölkerung benötigt vielfach einen besseren Zugang zur Tourismusbranche und zu den Urlaubern.

PROGRAMM- UND PROJEKTBEISPIEL

TUI CARES zielt darauf ab, dass lokale Gemeinschaften in besonderer Weise vom Tourismus profitieren. Der Schwerpunkt liegt auf einer umfassenden Berufsausbildung, der finanziellen Unterstützung von Unternehmensgründungen und der Schaffung von Arbeitsplätzen in den Urlaubsregionen.

Auf Kreta unterstützt die Stiftung rund 200 Kleinbauern dabei, den Übergang zu einem nachhaltigen Anbau von Weintrauben und Oliven zu meistern. Zudem vernetzt die Stiftung die Bauern direkt mit dem Tourismussektor – damit Hotelküchen lokales Olivenöl verwenden, Restaurants lokale Weine servieren, Geschäfte diese lokalen Produkte vertreiben und Ausflugsprogramme diese Angebote Besuchern präsentieren.

Im Jahr 2018 konnten Urlauber in ihren Hotels eine Vielzahl von nachhaltigen Weinen aus dem kretischen Projekt erleben.

2018 starteten zwei TUI-Cares-Projekte in Spanien. In Malaga werden in 40 traditionellen Wohnblocks gastronomische Angebote entwickelt. Die Initiative konzentriert sich auf Stadtteile, in denen heute noch 60 % der Haushalte als einkommensschwach gelten. Das Herz sind die sogenannten Corralones, traditionelle, von Arbeitern bewohnte Mehrfamilien-Wohnblocks, die einen Innenhof umschließen. In diesen Höfen trafen einst die Familien zusammen, um gemeinsam zu essen, zu trinken und zu lachen. Nun öffnen die Bewohnerinnen für Besucher die Türen und erzielen neue Einnahmen durch den Verkauf selbst zubereiteter Speisen.

In Andalusien arbeitet die TUI Care Foundation mit dem lokalen Verein AlVelAl zusammen, um eine nachhaltige Landwirtschaft zu stärken und lokale Nahrungsmittel wie Mandeln, Honig und Wein an Abnehmer in der regionalen Tourismuswirtschaft zu vertreiben. Ziel ist, bis Ende 2019 bis zu 130 Landwirte für eine regenerative Landwirtschaft zu gewinnen. Sie erhalten Schulungen und technische Unterstützung. Hinzu kommen mehr als 60 Köche aus Restaurants in der Region, die für die Verwendung lokaler Produkte sensibilisiert werden. Insgesamt soll das Projekt bis 2021 über 2.000 Menschen in der Region erreichen und deren Einkommen steigern.

Weitere Informationen

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

GLOBAL COMPACT

care more

Attraktiver Arbeitgeber sein

Unsere Mitarbeiter sind Botschafter der TUI Nachhaltigkeitsstrategie. Um das Engagement zu unterstützen, wollen wir als Unternehmen zu den attraktivsten Arbeitgebern zählen. Ein zentrales Ziel von „Care More" – der vierten Säule unserer Strategie „Better Holidays, Better World" – lautet deshalb, bis 2020 im Rahmen der jährlichen Mitarbeiterbefragung einen Engagement-Score vom mehr als 80 Punkten zu erreichen.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

GLOBAL COMPACT

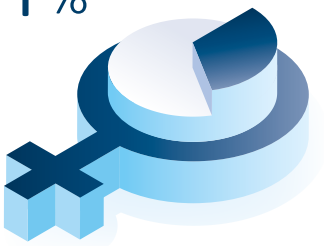
care more

Attraktiver Arbeitgeber sein

76

Ein attraktiver Arbeitgeber sein, mit **76 Punkten im Engagement-Score.**

34 %



der **Führungspositionen** sind von **Frauen** besetzt.

14 %

der berechtigten Kollegen nahmen 2018 an unserem **Mitarbeiteraktien-programm** teil.

ZIELE BIS 2020

Wir werden bis 2020 einen Mitarbeiter-Engagement-Score von über 80 erreichen – und zählen damit zu den führenden 25 globalen Unternehmen.

FORTSCHRITTE 2018

2018 lag der TUIgether-Wert für das Mitarbeiter-Engagement bei 76 Punkten. Damit sind wir auf Kurs, um bis 2020 einen Wert von 80 oder mehr zu erreichen.

TUI'S BEITRAG ZU DEN SDGS

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

WIE WIR UNS ZU UNSEREN 2020-VERPFLICHTUNGEN VERHALTEN

↑ Engagementbewertung spiegelt Leistungsstärke wieder

Unsere Mitarbeiterbefragung wurde 2018 deutlich kompakter unter dem Titel TUIgether Pulse durchgeführt. Insgesamt nahmen 75 % der Mitarbeiter daran teil. Der Engagement-Index blieb mit 76 relativ stabil. Er wies gegenüber dem Vorjahr zwar einen Prozentpunkt weniger auf, lag aber gleichwohl zwei Prozentpunkte über dem weltweiten Durchschnitt. Der Gesamtwert für das VIBE-Führungsmodell blieb mit 72 ebenfalls relativ stabil. 2017 betrug der Wert 73.

→ Führungsteams schaffen, die die Vielfalt unseres Geschäfts widerspiegeln

2018 stieg der Anteil der Frauen in Führungspositionen leicht von 34,1 % auf 34,4 %. Insgesamt beträgt der Frauenanteil bei TUI 56 %. Die größte Mitarbeitergruppe liegt in der Alterskohorte zwischen 21 und 30 Jahren, 15,5 % sind über 50 Jahre alt.

→ Möglichkeiten zur Personalentwicklung ausbauen

Mit dem Global 360-Programm fördert TUI internationale Karrieren innerhalb des Unternehmens und erhöht die Mobilität der Mitarbeiter. Die Teilnehmer sammeln Berufserfahrung in verschiedenen Ländern und lernen andere Bereiche des TUI Konzerns kennen. Das Global 360 Team unterstützt Teilnehmer umfassend, die den Karriereschritt ins Ausland wagen.

↑ Unsere Kollegen werden zu Nachhaltigkeits-Botschaftern

In mehreren Märkten wie Belgien, den Niederlanden und Deutschland wurden Netzwerke von Nachhaltigkeits-Champions wieder ins Leben gerufen. 2018 führten sie eine Kampagne zur Sensibilisierung und Unterstützung der TUI Care Foundation durch, den „TUI Care Foundation Monat“. Die Beteiligung war erheblich, so dass insgesamt 95.000 Euro eingesammelt werden konnten. Zudem organisierten die Kollegen von Destination Experiences an 52 Orten Strandreinigungen – fast 4.500 Kilogramm Müll konnten eingesammelt werden.

↑ Im Plan
→ Weitere Maßnahmen erforderlich
↓ Unter Plan

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

care more

Engagement

BESTE BEDINGUNGEN FÜR GUTE ARBEIT SCHAFFEN

Im Tourismus spielt der direkte Kontakt zwischen Mitarbeitern und Reisenden eine überragende Rolle. Das gilt insbesondere für TUI: Unsere Mitarbeiter machen das Unternehmen zur Nummer eins der Tourismusbranche. Ihre Zufriedenheit, ihr Engagement und ihre persönliche Entwicklung sind daher wichtige Voraussetzungen für unseren langfristigen Erfolg. Wir möchten ein attraktiver Arbeitgeber sein, bei dem Mitarbeiter mit Leidenschaft ihre ganze Persönlichkeit einbringen.

Diese Bedeutung steigt durch die Digitalisierung sogar noch. Wir begreifen die Digitalisierung umfassend als technische, kulturelle und organisatorische Herausforderung. Unsere Mitarbeiter sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um die Zukunft erfolgreich zu gestalten. Deshalb denken wir Arbeit neu: individueller, digitaler, moderner.

Wir sind davon überzeugt, dass aus der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter vieles erwächst. Ob wir auf dem richtigen Weg sind, ermitteln wir anhand des Engagement Scores, der in der jährlich durchgeführten Mitarbeiterbefragung TUIgether erhoben wird. Unser Ziel ist es, dass dieser Wert bis 2020 auf mehr als 80 Punkte steigt.

TUIGETHER

Die Mitarbeiterbefragung der TUI Group wird seit drei Jahren in Kooperation mit einem unabhängigen Marktforschungsinstitut durchgeführt. Sie hat sich zu einem grundlegenden Feedbackinstrument entwickelt. Die Ergebnisse sind Grundlage für die Weiterentwicklung von Programmen oder Ausgangspunkt für neue Projekte. 75 % der Mitarbeiter nahmen im Jahr 2018 daran teil, was den hohen Stellenwert unterstreicht.

2018 wurde die Befragung in kompakter Form als „TUIgether Pulse" durchgeführt. Sie erlaubt insbesondere aktuelle Aussagen zu Engagement, zum TUI Führungsmodell VIBE (Vision, Inspire, Build Teams, Execute) sowie zum Follow-Up-Prozess: Wurden die Ergebnisse in den Teams besprochen? Wurden konkrete Veränderungsprozesse angestoßen?

Der Engagement Index der TUI Group lag in 2018 bei 76, und damit zwei Punkte über der globalen Norm unseres beauftragten Marktforschungsinstituts. Im Vergleich zu 2017 ist der Wert um einen Punkt gesunken. Der Gesamtwert für das Führungsmodell VIBE lag 2018 mit 72 Punkten im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls um einen Punkt niedriger. Die Ergebnisse werden über verschiedene Wege an Mitarbeiter und Führungskräfte kommuniziert und in den Teams diskutiert. Zudem werden die Gesamtwerte auf smile, der Intranet-Plattform der TUI Group, veröffentlicht. Die nächste Vollbefragung ist für Sommer 2019 geplant.

Mitarbeiter nach Segmenten

	30.9.2018	30.9.2017 geändert	Veränderung in %
Hotels & Resorts	27.643	26.313	5,1
Kreuzfahrten*	328	316	3,8
Zielgebietserlebnisse	8.469	5.412	56,5
Urlaubserlebnisse	36.440	32.041	13,7
Region Nord	12.513	14.196	–11,9
Region Zentral	10.389	10.276	1,1
Region West	6.595	6.523	1,1
Märkte & Airlines	29.497	30.995	–4,8
Alle übrigen Segmente	3.609	3.541	1,9
TUI Group	**69.546**	**66.577**	**4,5**

* Die Mitarbeiter von TUI Cruises (JV) sind nicht inkludiert. Mitarbeiter auf den Kreuzfahrtschiffen werden primär über externe Crewmanagement-Agenturen angestellt.

Mit 79 % ist der Großteil unserer Mitarbeiter in Europa beschäftigt. In Großbritannien ging die Anzahl der Mitarbeiter aufgrund organisatorischer Veränderungen bei Destination Experiences auf 17 % zurück. In Deutschland waren rund 15 % aller Mitarbeiter beschäftigt, gefolgt von Spanien mit rund 14 %.

Mitarbeiter nach Regionen*

	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Deutschland	10.345	10.274	0,7
Großbritannien	11.770	13.354	–11,9
Spanien	9.952	9.607	3,6
Übriges Europa	22.594	20.911	8,0
Nord- und Südamerika	5.005	4.535	10,4
Übrige Regionen	9.880	7.896	25,1
TUI Group	**69.546**	**66.577**	**4,5**

* Übersicht über die Mitarbeiter nach Sitz der Gesellschaft.

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

TUI PEOPLE

Neben der modernen Büroausstattung ist auch die digitale Technologie für modernes Arbeiten wesentlich. Die Einführung von TUI People als konzernweite HR-Software ist dabei ein wichtiger Schritt. Nach der vollständigen Implementierung unterstützt es einheitliche Personalprozesse. Teilnehmer profitieren ganz konkret und können beispielsweise den Performance-Dialog mit ihren Managern online hinterlegen. Für Führungskräfte und HR-Manager ermöglicht das System eine verbesserte Steuerung, zum Beispiel im Management von globalen Teams. Natürlich ist TUI People online jederzeit und überall verfügbar.

Insgesamt werden schrittweise fünf Module in TUI People eingeführt: Performance- und Talent-Management, Reward, Data & Analytics, Learning und Recruitment. Das Modul Performance- und Talent-Management ist bereits im Oktober 2017 pilotweise in sieben deutschen Konzerngesellschaften implementiert worden. Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres wurde es schließlich im gesamten Konzern ausgerollt und 2019 folgen alle weiteren Module.

ONESHARE

Das Mitarbeiteraktienprogramm oneShare schafft eine zusätzliche Möglichkeit für Kolleginnen und Kollegen, am Erfolg der TUI Group finanziell teilzuhaben. Zudem steigert es die Identifikation mit unserem Unternehmen.

Über oneShare können die Mitarbeiter in den teilnehmenden Gesellschaften TUI Aktien zu vergünstigten Konditionen zeichnen. So erhalten sie 20 % Rabatt auf den Aktienpreis und zusätzlich für drei erworbene Aktien jeweils eine Aktie gratis. 2018 wurden zudem erstmals spezielle „Golden Shares" ausgegeben: Jeder Teilnehmer erhielt – unabhängig vom jeweiligen Investitionsbetrag – zwölf zusätzliche Aktien geschenkt. Insgesamt nahmen 14,1 % der berechtigen Mitarbeiter aus 24 Ländern an oneShare teil. Ein Beleg für die hohe Attraktivität des Programms.

oneShare wird auch außerhalb des Unternehmens gewürdigt. Zum Beispiel durch die Global Equity Organization (GEO): Die Experten-Jury dieser international führenden Organisation zur Mitarbeiteraktien-Kultur prämierte das Programm 2018 in der Kategorie „Best Use of a Share Plan in a Corporate Action". In ihrer Begründung hob die Jury die Bedeutung des Aktienprogramms für das Zusammenwachsen der TUI Group hervor und unterstrich die effektive Kommunikationsstrategie zur Einführung.

2018 GEO Preisverleihung für oneShare

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

NEWWORK@TUI

Die Digitalisierung verändert vieles. Wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge werden komplexer und die Vernetzung umfassender. Und selbstverständlich verändert sich auch die TUI im Zuge der digitalen Transformation – für unsere Kunden und eben auch für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dabei werden große Fragen aufgeworfen: Wie wollen wir künftig bei TUI arbeiten? Welche Bedeutung hat eigentlich die Anwesenheit im Büro im Vergleich zu den Ergebnissen der Arbeit – ganz gleich, wann und wo die Aufgaben bewältigt werden? Und wie verändert die Digitalisierung die Vereinbarkeit von Familie und Beruf?

Im März 2018 haben Vertreter des Konzernbetriebsrats und des Vorstands der TUI Group das Zukunftspapier „newWork@TUI" unterzeichnet. Es formuliert Leitplanken für die Zukunft der Arbeit und definiert ein gemeinsames Verständnis der Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Aus dem Papier leiten sich eine Reihe von Initiativen ab, die nun schrittweise definiert und dann umgesetzt werden. newWork@TUI wird die Arbeitsweise bei TUI grundlegend verändern. Der Impuls für das Papier ging vom Konzernbetriebsrat aus.

„DIGITAL ROADSHOW: NEW WORK"

Um newWork@TUI mit Leben zu füllen, wollen wir die zentralen Ideen, Chancen und nächste Schritte konzernweit diskutieren. Dem diente beispielsweise die „Digital Roadshow" mit TUI Group HR-Vorstand Dr. Elke Eller. Bei den Veranstaltungen in unterschiedlichen Märkten stellten Kolleginnen und Kollegen Aspekte von New Work aus ihrer täglichen Arbeit vor. Die Schwerpunkte lauteten: Kollaboration / Office 365 (Hannover), Agiles Arbeiten (Luton), Testen und Lernen (Stockholm), Digitale Kultur (Palma), Arbeitsumgebungen und neue Führungskultur (Rijswijk).

Die Roadshow wurde im Livestream übertragen. Zwischen 500 und 700 Mitarbeiter aus verschiedenen Märkten und Unternehmensbereichen waren jeweils online dabei und konnten Fragen per Chat stellen. Vor Ort hat Elke Eller an weiteren Dialogrunden teilgenommen und Dutzende Gespräche geführt. Dieser innerbetriebliche Dialog ist für den Erfolg von newWork@TUI wesentlich.

NEUE ARBEITSUMGEBUNGEN FÜR NEW WORK

New Work öffnet im wahrsten Sinne des Wortes Räume. Zum Beispiel das neue Verwaltungsgebäude in Rijswijk, TUI Niederlande: Nach einem 14-monatigen Umbau arbeiten nun Kolleginnen und Kollegen aus den Bereichen Reiseveranstalter und Airline gemeinsam in einem Gebäude. Die Räumlichkeiten sind darauf angelegt, den Austausch zu intensivieren und Silos aufzubrechen. Eine offene Büro-Umgebung, Rückzugsecken, moderne Besprechungsräume mit Videokonferenz-Anlagen, Sitzecken sowie Kaffeebars auf jeder Etage erleichtern den informellen Austausch.

Auch in der Unternehmenszentrale der TUI AG in Hannover wurde ein Teilbereich im Rahmen eines Pilotprojektes umgebaut. Das Ziel: agile Teamprozesse und die bereichsübergreifende Zusammenarbeit zu unterstützen, die Kommunikation im Team weiter zu stärken und Prozesse zu vereinfachen – und damit letztlich auf die TUI-Werte „unique" und „inspiring" einzuzahlen.

Veränderungen im direkten Arbeitsumfeld betreffen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr direkt. Deshalb wurden jeweils eigene Formate entwickelt, um die Vorstellungen derjenigen, die in Zukunft in den neu gestalteten Büros arbeiten, aufgreifen zu können.

WILLKOMMEN
UNSER ANSATZ
STEP LIGHTLY
MAKE A DIFFERENCE
LEAD THE WAY
CARE MORE

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

GLOBAL COMPACT

care more

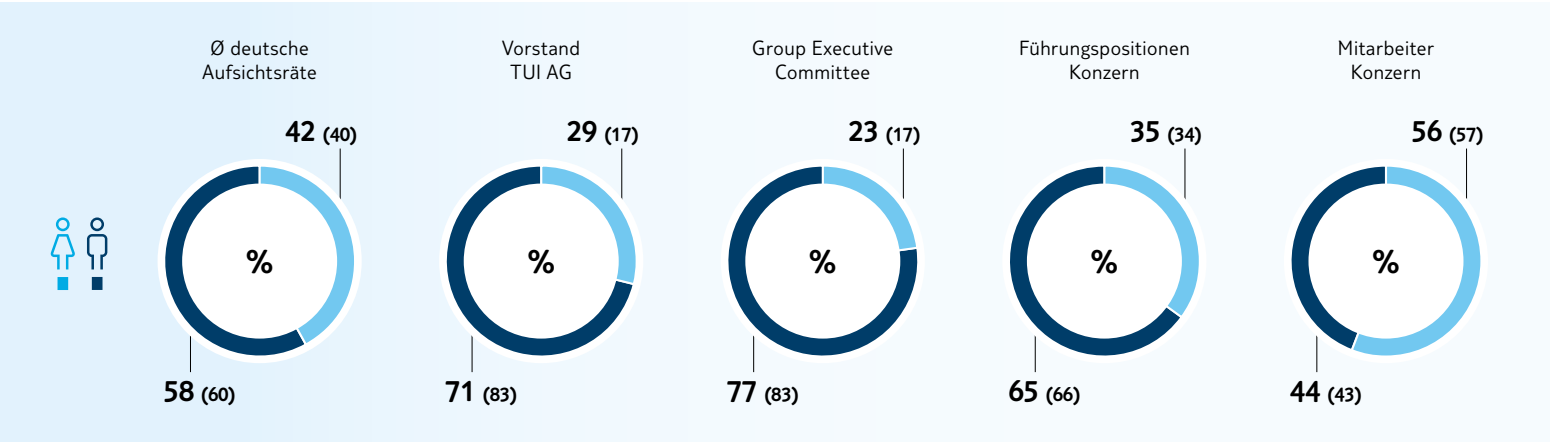
Diversity

Bei TUI können alle Mitarbeiter ihre gesamte Persönlichkeit in die Arbeit einbringen, unabhängig von Geschlecht, Alter, sexueller Orientierung oder der Herkunft der einzelnen Person. Als ein Unternehmen mit einem überdurchschnittlich hohen Frauenanteil legt TUI einen besonderen Fokus auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Mehr Flexibilität unterstützt nicht nur Mitarbeiter mit Kindern, sondern ist ein Gewinn für alle. Moderne Arbeitszeitmodelle sind dabei ein wesentlicher Schlüssel. TUI bietet beispielsweise flexible Arbeitszeiten, Teilzeitmodelle, die Möglichkeit zum mobilen Arbeiten sowie Home-Office und Sabbaticals. Darüber hinaus können Mitarbeiter in Deutschland spezielle Unterstützungsangebote zur Kinderbetreuung und bei der Pflege von Verwandten in Anspruch nehmen.

Diversity heißt für uns auch, den Anteil weiblicher Führungskräfte zu erhöhen. Der entsprechende Wert stieg 2018 gegenüber dem Vorjahr von 34,1 % auf 34,5 %. Noch positiver ist die Entwicklung in unseren deutschen Aufsichtsratsgremien: Zum Bilanzstichtag 30. September 2018 haben wir bei der Gesamtbetrachtung einen Frauenanteil von knapp 42 % erreicht, der damit rund zwei Prozentpunkte über dem des Vorjahres lag. Insgesamt reduzierte sich der Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft leicht um rund einen Prozentpunkt von 56,6 % auf 55,7 %.

In Deutschland wurden bereits im Geschäftsjahr 2015 im Rahmen der Selbstverpflichtung gemäß den gesetzlichen Bestimmungen konkrete Zielgrößen für die drei Gesellschaften TUI AG, TUI Deutschland und TUI fly festgelegt. Im letzten Geschäftsjahr wurden nahezu alle Zielgrößen erreicht. Für das Jahr 2020 wurden für diese Gesellschaften im Rahmen der Selbstverpflichtung erneut Zielgrößen festgelegt.

Frauenanteil im Unternehmen



Vorjahreswerte in Klammern

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

GENDER PAY IN UK

TUI UK & Ireland Gender Pay Gap Report 2017/18 zum Download.

Weitere Mitarbeiterkennzahlen

in %	TUI Group 30.9.2018	TUI Group 30.9.2017
Beschäftigungsstruktur		
Mitarbeiter (Anzahl)	69.546	66.577
Mitarbeiter, weiblich	55,7	56,6
Weibliche Mitarbeiter in Führungspositionen	34,5	34,1
Mitarbeiter in Teilzeit, gesamt	16,4	17,3
Mitarbeiter in Teilzeit, weiblich	25,6	26,2
Mitarbeiter mit befristeten Arbeitsverhältnissen	28,4	30,0
Altersstruktur		
Mitarbeiter bis 20 Jahre	4,8	5,1
Mitarbeiter, 21 – 30 Jahre	29,3	30,1
Mitarbeiter, 31 – 40 Jahre	26,6	26,4
Mitarbeiter, 41 – 50 Jahre	23,8	23,7
Mitarbeiter über 50 Jahre	15,5	14,7
Betriebszugehörigkeit		
Bis 5 Jahre	55,7	54,0
6 – 10 Jahre	13,9	14,9
11 – 20 Jahre	20,4	20,8
21 – 30 Jahre	8,0	8,3
Über 30 Jahre	2,0	2,0

People Development

MANAGEMENT DEVELOPMENT UND NACHFOLGEPLANUNG

Das Thema Fachkräftemangel ist auch im Tourismus relevant. TUI nutzt deshalb verschiedene Instrumente, den Fach- und Führungskräftenachwuchs zu sichern. Das konzernweite „International Graduate Leadership"-Programm, sowie global etablierte Programme wie „Global High Performance Leadership", „Perspectives" oder „Horizons" zielen darauf ab, qualifizierte Mitarbeiter zu finden und zu binden. Ebenso finden auch auf lokaler Ebene zusätzliche Maßnahmen statt, um Fach- und Führungskräfte zu entwickeln und weiterzubilden. "Perspectives" und "Horizons" waren in London für den "Excellence in Learning & Development" Award bei den Personnel Today Awards 2018 nominiert.

Um geschäftsrelevante Funktionen und Schlüsselpositionen anforderungsgerecht nachzubesetzen, wurde in diesem Geschäftsjahr dazu eine konkrete Nachfolgeplanung verabschiedet. Diese berücksichtigt kurz-, mittel- sowie langfristige Nachbesetzungen, sodass zu jeder Zeit Handlungsfähigkeit besteht und geeignete personelle Ressourcen vorhanden sind.

INTERNATIONAL GRADUATES 2018

Das TUI Group International Graduate Leadership Programme bildet gezielt hoch qualifizierte Absolventen / -innen zu Nachwuchsführungskräften aus. Es wurde nun von 18 auf 20 Monate verlängert und beinhaltet weiterhin fünf Einsätze an unterschiedlichen Standorten und Abteilungen. Die Einsätze dauern drei bis fünf Monate und finden in verschiedenen Bereichen der TUI Group statt. So erhalten die Trainees einen größtmöglichen Überblick auch zu strategischen und operativen Fragestellungen. Sie können individuelle Schwerpunkte setzen, ein Einsatz im Finanzbereich ist allerdings Pflicht. Neue Teilnehmer gehen jährlich jeweils im März und September an den Start. 2018 befanden sich insgesamt 35 Trainees aus 16 Ländern in dem Programm.

Ab 2019 setzt TUI einen besonderen Fokus im Bereich Luftverkehr. Das neue International Aviation Programm dauert 20 Monate und sieht vier Einsätze im Aviation-Umfeld vor, zum Beispiel bei einer lokalen Fluggesellschaft. Hinzu kommt ein fünfter Einsatz in einem anderen Bereich, um weitere Erfahrungen in dem integrierten Tourismuskonzern zu sammeln. Die Trainees werden im Rahmen des Programms ein Aviation-Projekt sogar eigenverantwortlich leiten.

Mitarbeiter-Workshop

GREAT PLACE TO GROW

Wie gut ist meine Arbeit? Wo kann ich mich verbessern und wie schätzt der Vorgesetzte mein Potenzial ein? Der konzernweit etablierte Performance- und Talent Management-Ansatz „Great Place to Grow" stellt sicher, dass jeder dazu ein ehrliches Feedback erhält. Kernelement ist ein dreistufiger, strukturierter Dialogprozess zwischen Führungskräften und Mitarbeitern. Auch die TUI Werte Trusted. Unique. Inspiring. werden in den Gesprächen thematisiert. Die digitale Plattform TUI People unterstützt Führungskräfte und Mitarbeiter in dem Prozess.

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

LEARNING@TUI

Die (Arbeits-)Welt ist in stetem Wandel. Das gilt auch für TUI. Um so wichtiger ist, dass unsere Mitarbeiter ihre Potentiale erkennen und Kompetenzen erweitern. TUI unterstützt sie dabei, ihr aktuelles Rollenprofil zu analysieren, die weitere Karriere zu entwickeln und fit für die digitale Transformation zu werden. Dazu dienen zahlreiche E-Learnings und Online-Trainings in speziellen TUI Academies, die Weiterbildungsangebote für ausgewählte Bereiche wie zum Beispiel Finance oder IT zur Verfügung stellen. Darüber hinaus bietet TUI individuelle digitale Lernangebote wie Online-Bibliotheken oder digitale Learning Hubs auf lokaler Ebene an.

Zu den Highlights 2018 zählten die Learning Days und Learning Weeks, die in den Niederlanden, Belgien, UK und Deutschland durchgeführt wurden. Dieses Format bietet jeweils für einen Tag oder für eine Woche zahlreiche Workshops und Seminare zu unterschiedlichen Themen.

Allein in Deutschland nahmen im vergangenen Jahr fast 3.000 Kollegen an drei Learning Weeks und zwei Learning Days teil. Die erste gesellschaftsübergreifende Learning Week am Standort Hannover stand unter dem Motto „newWork@TUI – TUI as a Learning Organisation". 1.000 Mitarbeiter und Führungskräfte haben die mehr als 50 Veranstaltungen rund um Themen wie Cloud, Office 365, Blockchain und Führung in veränderten Organisationsstrukturen für sich genutzt. Viele der Referentinnen und Referenten waren TUI Kollegen – somit fördern die Learning Weeks auch den Austausch zwischen einzelnen Bereichen und Gesellschaften.

Erstmals wurde 2018 die „TUI DX Digital Garage" für die Kollegen von TUI Destination Experiences (TUI DX) durchgeführt. Das Lernformat umfasste in Palma an zwei Tagen mehr als 100 Kurse rund um das Thema Digitalisierung, an denen auch die Kollegen von TUI DX weltweit per Livestream teilnehmen konnten. Das Feedback zur „Digital Garage" war sehr positiv und zeigte, dass das Format Mitarbeitende sowohl vor Ort wie auch in den Destinationen auf eine niedrigschwellige Weise für digitale Themen begeistert.

GLOBAL 360

Mit dem Programm Global 360 fördert TUI internationale Karrieren im Unternehmen und erhöht die Mitarbeitermobilität. Teilnehmer sammeln internationale Arbeitserfahrung und lernen andere Bereiche der TUI Group kennen – gerade für ein integriertes Unternehmen wie TUI ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Zudem werden die Führungskräfte mit Global 360 dafür sensiilisiert, bei der Rekrutierung auch jenseits der Grenzen des eigenen Marktes nach Talenten zu suchen. Im vergangenen Jahr konnte das Global 360 Team 44 Teilnehmer umfassend bei ihrem Karriereschritt ins Ausland unterstützen.

Das Karriereprogramm startete in 2017 unter dem Namen Global 60. Erste Teilnehmer schlugen auf Basis ihrer Erfahrungen die Umbenennung in Global 360 vor. Der neue Name steht für die umfassende Wirkung des Programms – auf die Kultur, die Arbeitsweise und den Erfahrungsaustausch zwischen den Quellmärkten – und für seine Bedeutung als ein Treiber des Kulturwandels bei TUI hin zu einem digitalen, vernetzten Plattformunternehmen.

GLOBAL EMPLOYMENT STATEMENT

Als global agierendes Unternehmen legt die TUI Group ein besonderes Augenmerk auf eine faire und respektvolle Behandlung von Mitarbeitern aller Ebenen sowie die Einhaltung von geltenden Gesetzen und Industriestandards.

Mit dem 2018 veröffentlichten „TUI Global Employment Statement" transportiert TUI die eigenen Werte und legt ein Bekenntnis ab, das sowohl für die eigenen als auch für Beschäftigte unserer Vertragspartner gelten soll. Konkret beinhaltet das „TUI Global Employment Statement" Leitlinien in Bezug auf Menschenrechte, Diskriminierungsbekämpfung, Zwangsarbeitsschutz, Kinderarbeitsbekämpfung, Vergütung, Koalitionsfreiheit, Gesundheit und Sicherheit, Diversität sowie Personalentwicklung und Feedbackkultur.

Mehr Informationen finden Sie hier.

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

Kollegen begeistern

Unsere Strategie „Better Holidays, Better World" ist nur dann erfolgreich und effektiv, wenn sie von den Mitarbeitern gelebt wird. Idealerweise agieren die Kollegen als Botschafter für Nachhaltigkeit.

WIR SIND DIE CHAMPIONS

Über unsere TUI Champion-Netzwerke bieten wir Kollegen die Möglichkeit an, uns bei der Erreichung unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu unterstützen und gemeinnützige Arbeit auszubauen.

TUI BENELUX: Um das Engagement zu verstärken, verlieh die Nachhaltigkeitsabteilung 50 Kollegen die Position „CEO" – Chief Environmental Officer. Die Chief Environmental Officers treffen sich nun vierteljährlich gemeinsam mit dem Nachhaltigkeitsteam, tauschen Informationen aus, planen neue Schritte und binden anschließend die Kollegen in den eigenen Abteilungen ein.

TUI DEUTSCHLAND: Rund 20 Nachhaltigkeitsbotschafter treffen sich alle zwei Monate und brachten sich intensiv im Aktionsmonat der TUI Care Foundation ein. Ihren Schwerpunkt legen sie aktuell auf das Thema Biodiversität rund um das Verwaltungsgebäude der TUI Deutschland.

TUI UK & IRLAND: 2018 befassten sich die Champions schwerpunktmäßig mit dem Thema Abfallmanagement. Um die Recyclingquote im Verwaltungsgebäude in Luton zu steigern, verbesserten sie beispielsweise die Beschilderung, kommunizierten intensiv den ökologischen Mehrwert von Recycling und führten Veranstaltungen zum Thema durch.

EIN GANZER MONAT NACHHALTIGKEIT

Im Jahr 2018 unterstützten unsere Netzwerke den TUI Care Foundation Monat, um die Bekanntheit der TUI Care Foundation zu erhöhen und ihre Projekte zu fördern. Die Aktivitäten reichten von Abfallreduktionsmaßnahmen über Schildkrötenpatenschaften bis hin zu Spendeninitiativen, die insgesamt 95.000 Euro einbrachten. Das Konzept wurde zu unterschiedlichen Zeiten in allen Märkten umgesetzt. Die Auktionen „von Kollegen für Kollegen" reichten von zahlreichen verschiedenen sportlichen Aktivitäten über Fotoshootings, Zeichenaktionen, Sprachkurse bis hin zu Musikveranstaltungen.

EINE SAUBERE SACHE

Zum fünften Mal in Folge führten unsere Kollegen von TUI Destination Experiences eine Beach Clean-Kampagne durch. 2018 reinigten über 1.400 TUI Mitarbeiter und Kunden mehr als 90 Kilometer Strand in 17 Ländern. Fast 4.500 Kilogramm Müll kamen dabei zusammen. Kennzahlen zu den letzten fünf Jahren: Bei über 250 Strandreinigungen haben 6.600 Menschen mehr als 300 Kilometer Küstenlinie gesäubert und über 25.000 Kilogramm Müll entfernt.

NACHHALTIGKEIT MEISTERN

Nachhaltigkeit ist in das TUI-weite Trainingsprogramm eingebettet. Dabei geht es zunächst darum, die Kollegen für verschiedene Themen zu sensibilisieren und im nächsten Schritt das Verhalten entsprechend auszurichten. Dabei nutzt TUI neben Intranets, Newslettern und Videos auch Blogs, sogenannte Townhall-Meetings und weitere Kanäle und Formate, um möglichst viele Kollegen zu erreichen.

In Skandinavien stehen jedem TUI-Kollegen 40 Arbeitsstunden pro Jahr zu Verfügung, um sich nach eigenem Ermessen weiterzubilden. Zum Beispiel im Rahmen des Master Classes-Programms, bei dem interne Experten ihr Wissen und ihre Erfahrungen an die Kollegen weitergeben. Seit Oktober 2018 finden fünf Kurse zum Thema Nachhaltigkeit statt, die von Anna Kiefer, Sustainability Managerin für TUI in Schweden, und Jane Ashton, TUI Group Director of Sustainable Development, geleitet werden. Im Vordergrund stehen Herausforderungen und Chancen rund um das Thema Nachhaltigkeit.

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

Security, Health & Safety

Die Aktivitäten des TUI Konzerns erstrecken sich über Urlaubsziele von Europa bis in die Karibik und Südostasien. So können sich Ereignisse auf der ganzen Welt direkt auf unsere Kunden, Mitarbeiter und Geschäftsprozesse auswirken. Dazu gehörten 2018 soziale Unruhen in Sri Lanka, ein Erdbeben in Indonesien und Waldbrände in Südeuropa.

TUI verfolgt konzernweit einen integrierten Ansatz für Security, Health & Safety mit Präventionsmaßnahmen, um Krisen und Extremereignisse schnell und effektiv zu bewältigen, negative Auswirkungen zu minimieren und bei Bedarf professionell zu reagieren. Unser Ansatz ist in unseren Unternehmenswerten verankert – Trusted, Unique, Inspiring.

PRÄVENTION HAT PRIORITÄT

Neben der kontinuierlichen Beobachtung globaler Trends und Entwicklungen zur Identifizierung potenzieller Risiken und der Bewertung sozialer, ökologischer und Governance-bezogener Ereignisse in den Regionen, in denen wir tätig sind, erarbeiten wir Maßnahmen zur Bewältigung von Ausnahmesituationen. Vorbeugung ist unsere Priorität, mit dem Ziel, potenzielle Risiken zu vermeiden, um Schäden oder Verluste zu minimieren und Kunden, Mitarbeiter sowie die Reputation und das Vermögen des Unternehmens zu schützen.

Im gesamten TUI Konzern verfolgen wir einen systematischen, integrierten Ansatz für Security, Health & Safety (SHS). Unser konzernweiter Rahmen von Richtlinien, Betriebsanweisungen und Prozessen umfasst Sicherheits- und Schutzmaßnahmen in Hotels & Resorts, Geschäftsreisen sowie Event- und Krisenmanagement. Group SHS koordiniert ein Netzwerk von Sicherheitsfunktionen innerhalb des Konzerns, mit regelmäßigen Besuchen vor Ort in den Destinationen und in unseren Hotels & Resorts. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass unsere Sicherheitsnormen eingehalten werden.

Unsere ganzheitliche Risikoanalyse umfasst Naturgefahren, soziale und politische Ereignisse und Entwicklungen im Reiseland, gesundheitsbezogene Informationen und sicherheitsrelevante Informationen von Regierungsbehörden. Neben der regelmäßigen Berichterstattung an das Management setzen wir akkreditierte externe Auditoren ein, um die Einhaltung der Vorschriften durch konzernweite, vernetzte Überprüfungen zu bewerten.

KRISENMANAGEMENT

Unser professionelles Krisenmanagementsystem basiert auf internationalen Standards, Best Practices aus anderen Branchen und berücksichtigt Prozesse und Reaktionsmechanismen von Regierungsbehörden. Unser Ziel ist es, auf unerwartete und plötzliche Ereignisse schnell reagieren zu können – wie zum Beispiel bei einem Erdbeben in Indonesien oder tropischen Stürmen in der Karibik.

Neben Datenerfassung und Analyse der lokalen Situation verfolgen wir, wie Gäste und Mitarbeiter betroffen sein können und welche Unterstützung sie benötigen. Dabei stimmen wir uns mit lokalen Behörden, europäischen Einrichtungen und anderen Partnern ab, um Sicherheit und Wohlbefinden der Gäste und Mitarbeiter zu gewährleisten. Unsere Kontrollzentren befinden sich an einigen TUI Standorten und sind rund um die Uhr im Einsatz. Sie gewährleisten eine schnelle und maßgeschneiderte Reaktion auf kritische Ereignisse weltweit. Unsere interne Berichterstattung stellt sicher, dass das Management auf dem Laufenden gehalten und ständig über wichtige Entwicklungen informiert wird.

59 Strategie
61 Engagement
64 Diversity
66 People Development
68 Kollegen begeistern
69 Security, Health & Safety

QUALITÄT IST DAS ANLIEGEN ALLER BETEILIGTEN.
Wir bewerten und verbessern kontinuierlich unsere Sicherheits-, Gesundheitsschutz- und Arbeitsschutzprozesse, um sicherzustellen, dass hohe Qualitätsstandards eingehalten werden. Neben Managementsystemen und Trainingsmaßnahmen für Mitarbeiter und Partner arbeiten wir eng mit anderen Stakeholdern in Destinationen und Quellmärkten wie Sicherheits- und Katastrophenschutzbehörden zusammen. Dazu können auch Außenministerien, Polizei, medizinische Einrichtungen und Forschungseinrichtungen gehören, die an der Krisenprävention beteiligt sind.

Der regelmäßige Dialog mit unseren Tochtergesellschaften und Konzernbereichen trägt dazu bei, dass das Sicherheits-, Gesundheitsschutz- und Arbeitsschutzmanagement vollständig auf die Bedürfnisse und Anforderungen abgestimmt ist. Darüber hinaus setzen wir Folgemaßnahmen wie Lessons Learned und Prozessanpassungen ein, um eine kontinuierliche Verbesserung zu gewährleisten.

GESUNDHEIT AM ARBEITSPLATZ
Für die TUI ist die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter von zentraler Bedeutung. Unser Corporate Occupational Health Management (COHM) System verfolgt einen zweigleisigen Ansatz:

1. Kontinuierliche Einhaltung der geltenden gesetzlichen Bestimmungen, um unseren Mitarbeitern ergonomische und sichere Arbeitsplätze zu bieten.

2. Freiwillige Verpflichtungen, die über die gesetzlich vorgeschriebenen Standards hinausgehen – zum Beispiel durch die Unterzeichnung der Luxemburger Erklärung zur betrieblichen Gesundheitsförderung.

In Deutschland ist die TUI AG im Corporate Health Network aktiv und erreichte seit 2009 im unabhängigen externen Corporate Health Audit jeweils die Exzellenzkategorie. Die TUI AG wurde 2010 und zuletzt 2017 mit dem Corporate Health Award ausgezeichnet. Dieser Erfolg ist zum Teil auf den systematischen und strategischen Ansatz des Arbeitsmedizinmanagements der TUI AG zurückzuführen. Auch präventive Gesundheitsmaßnahmen für verschiedene Zielgruppen spielten eine Rolle, darunter präventive Gesundheitsfürsorge, Betriebssport, Wohlbefinden, Integration und Familienfürsorgeangebote wie organisatorische Unterstützung von Kleinkindern und Altenpflege. Im Sinne von Healthy Leadership Essentials werden die Führungskräfte auch in Managementtrainings über die gesundheitlichen Grundanforderungen der TUI informiert, die alle zwei Jahre stattfinden. Die Seminare behandeln Themen wie das Schaffen von Bewusstsein und die Reaktion auf die Bedürfnisse von Mitarbeitern, deren Gesundheit beeinträchtigt ist.

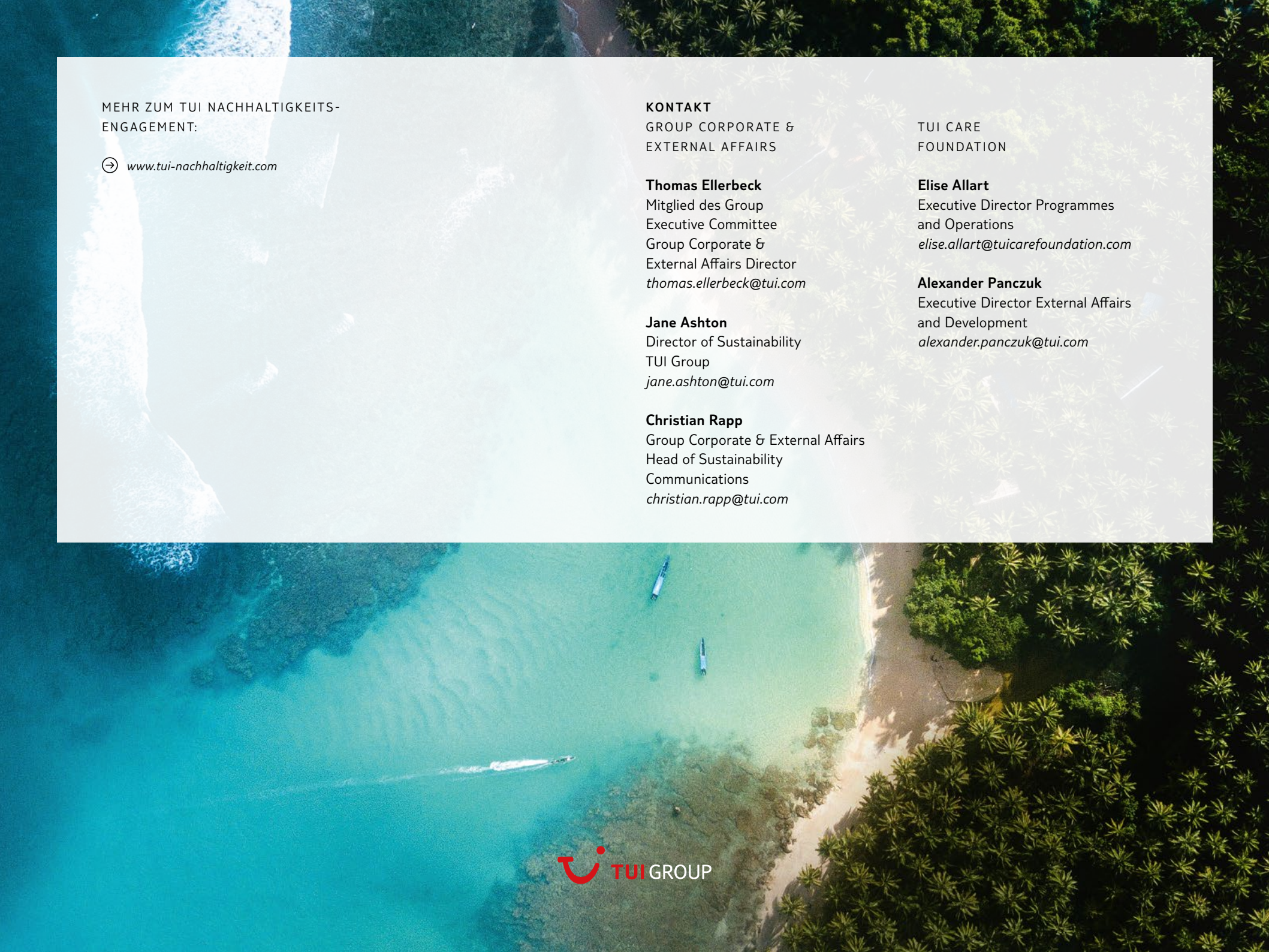
Inspiriert von den Erfahrungen des betrieblichen Gesundheitsmanagements in Deutschland hat die TUI ein konzernweites Corporate Occupational Health Committee gebildet. Derzeit werden Strukturen aufgebaut, um eine optimale Gesundheit am Arbeitsplatz zu gewährleisten und durch den konzernweiten Best-Practice-Austausch voneinander zu lernen.

Fortschrittsbericht

PRINZIP	AKTIVITÄT	ERGEBNISSE
1 und 2 Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen	**⊖ *TUI Code of Conduct* aktualisiert 2019. Training und weltweites Hinweisgebersystem zur Meldung von Verstößen sind vorhanden. (GB S. 127)**	Das 2013 implementierte Whistleblower-System Speak Up" wurde 2016 auf alle TUI-Länder ausgedehnt. Im Jahr 2018 wurden 70 Berichte über das „Speak Up"-System empfangen und untersucht.
	TUI verpflichtet sich, alle international verkündeten Menschenrechte, wie sie in den UN-Leitsätzen zu Wirtschaft und Menschenrechten festgelegt sind, einzuhalten. **TUI wurde 2012 Unterzeichner des UNWTO Global Code of Ethics.** **Modern Slavery Act Statement ⊖ *hier* online veröffentlicht.**	Die Arbeitsgruppe Modern Slavery / Human Rights trifft sich regelmäßig, um Risiken zu bewerten, über Maßnahmen zu entscheiden und deren Fortschritt zu überwachen.
3 bis 6 Wahrung der Vereinigungsfreiheit, Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit und Kinderarbeit, Beseitigung von Diskriminierung	**Unterzeichner des Verhaltenskodex zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung in Reise und Tourismus („The Code").**	Im Jahr 2016 trat TUI dem Board der Organisation The Code bei und übernahm die Rolle des Vorsitzenden.
	Unsere eigenen Hotels und Partnerhotels sind verpflichtet, sich im Rahmen des Vertragsverhältnisses ein von GSTC anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung nachzuweisen, diese beinhaltet Kriterien im Bereich Menschenrechte. (BHBW S. 14).	9,2 Millionen „Grüne und faire" Urlaubsreisen im Jahr 2018 (Urlaub in zertifizierten Hotels), ein Zuwachs von 12 % gegenüber 2017.
	Unterzeichner der Charta der Vielfalt in Deutschland. Förderprogramme zur Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen (GB S. 95)	34,5 % Frauen in Führungspositionen. 42 % des Aufsichtsrats sind weiblich. 55,7 % der Mitarbeiter im TUI Konzern sind Frauen. 16,4 % der Mitarbeiter des TUI Konzerns sind in Teilzeit beschäftigt. TUI Europea Forum: Im Jahr 2018 wurden 45 Arbeitnehmervertreter aus 14 Ländern an das Forum entsandt.

PRINZIP	AKTIVITÄT	ERGEBNISSE
7 Ergreifen von Initiativen zum Umweltschutz	**Ausweitung der Berichterstattung über die Umweltkennzahlen im Kreuzfahrtbereich (Überwachung von Wasserverbrauch und Abfall).**	12,7 Liter Abfall und 110 Liter Frischwasser pro Gastnacht in den Kreuzfahrtaktivitäten der TUI.
	Biotreibstoffe – weitere Strategieentwicklung.	TUI engagiert sich in Industrieinitiativen und Forschungsprogrammen wie der Sustainable Aviation Fuel Users Group, um die Verbreitung nachhaltigerer Treibstoffe zu fördern. Im Februar 2018 erhielt die TUI Group die ersten 737 MAX-Flugzeuge für unsere nordische Fluggesellschaft mit einer 30 %igen Mischung aus nachhaltigem Flugkraftstoff.
	Reduktion von Katalogen und verstärkter Einsatz digitaler Medien zur Ressourcenschonung.	Im Jahr 2018 hat die TUI Group gedruckte Kataloge gegenüber 2017 um weitere 9 % reduziert. Seit 2012 wurde Produktion um mehr als zwei Drittel reduziert.
8 Erhöhung des Umweltbewusstseins	**Ausbau von Umweltinitiativen in TUI Hotels & Resorts.**	Investitionen in Technologie und erneuerbare Energien; Reduzierung von Lebensmittelabfällen, Einwegplastikreduktion, Naturschutz und Einsatz lokaler Produkte (BHBW S. 32 – 37, 42, 51)
	Förderung von umweltfreundlichen Hotels und Ausflügen.	Hervorhebung nachhaltig zertifizierter Hotels für Kunden und Durchführung von fast 1,2 Millionen TUI Collection Ausflügen im Jahr 2018.
	Strandreinigungen im Rahmen der Kampagne „Make Holidays Greener“.	Im Jahr 2018 reinigten über 1.400 Mitarbeiter und Kunden rund 90 Kilometer Küste an 52 Stränden und sammelten 4.500 kg Abfall.

PRINZIP	AKTIVITÄT	ERGEBNISSE
9 Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien	**Modernisierung der Flugzeugflotte und kontinuierliches Engagement für neue Technologien und Prozesse.**	Im Januar 2018 begann die TUI Group mit der Einflottung der ersten von mindestens 72 hocheffizienten Boeing 737 MAX-Flugzeugen bis 2023, die 15 % effizienter sind als Flugzeuge der Vorgängergeneration.
	Neue Kreuzfahrtschiffe mit branchenführender Technologie.	Im Jahr 2018 verbesserten sich die Emissionen der Fluggesellschaften um 0,1 % und insgesamt um 1,3 % gegenüber unserer Ausgangsbasis 2014.
	Nutzung erneuerbarer Energien.	Die kombinierten Abgasbehandlungssysteme der Neubauten von TUI Cruises sorgen für bis zu 99 % weniger Schwefelemissionen, 75 % weniger Stickoxidemissionen und 60 % weniger Partikelemissionen. Solarmodule installiert im Robinson Club Apulien in Italien – eine der größten Hotelsolaranlagen Europas.
10 Korruptionsbekämpfung	**Der Verhaltenskodex / Lieferantenkodex berücksichtigt ethische, soziale und rechtliche Erwartungen an Geschäftspartner. (GB S. 91 & 126)**	Im Jahr 2018 wurde unser Due-Diligence-Ansatz auf indirektere Beschaffungskategorien ausgeweitet und rund 12.075 Drittanbieter wurden anhand eines Third-Party-Due-Diligence-Programms überprüft.



MEHR ZUM TUI NACHHALTIGKEITS-
ENGAGEMENT:

www.tui-nachhaltigkeit.com

KONTAKT

GROUP CORPORATE &
EXTERNAL AFFAIRS

Thomas Ellerbeck
Mitglied des Group
Executive Committee
Group Corporate &
External Affairs Director
thomas.ellerbeck@tui.com

Jane Ashton
Director of Sustainability
TUI Group
jane.ashton@tui.com

Christian Rapp
Group Corporate & External Affairs
Head of Sustainability
Communications
christian.rapp@tui.com

TUI CARE
FOUNDATION

Elise Allart
Executive Director Programmes
and Operations
elise.allart@tuicarefoundation.com

Alexander Panczuk
Executive Director External Affairs
and Development
alexander.panczuk@tui.com

TUI GROUP