TUI Group

Einer der weltweit führenden Touristikkonzerne

TUI Group im Überblick

Globaler Konzern -
Hauptsitz in Deutschland

Kreuzfahrtschiffe	Hotels	Flugzeuge	Reisebüros
16	**~400**	**~130**	**~1200**

Umsatz*:
18,9 Mrd. €

Bereinigtes EBIT*:
893 Mio €

TUI CARE FOUNDATION

Von TUI initiierte Stiftung fördert Bildung, Entrepreneurship und Umweltprojekte in über **25 Ländern weltweit**

Mit dem TUI Workwide Programm haben TUI Mitarbeitende mehr als **14.870 Tage**

Über **6 Millionen** TUI Collection Exkursionen wurden seit dem Launch verkauft

Tourismus bleibt ein Wachstumssektor - Fundamentaldaten bleiben attraktiv

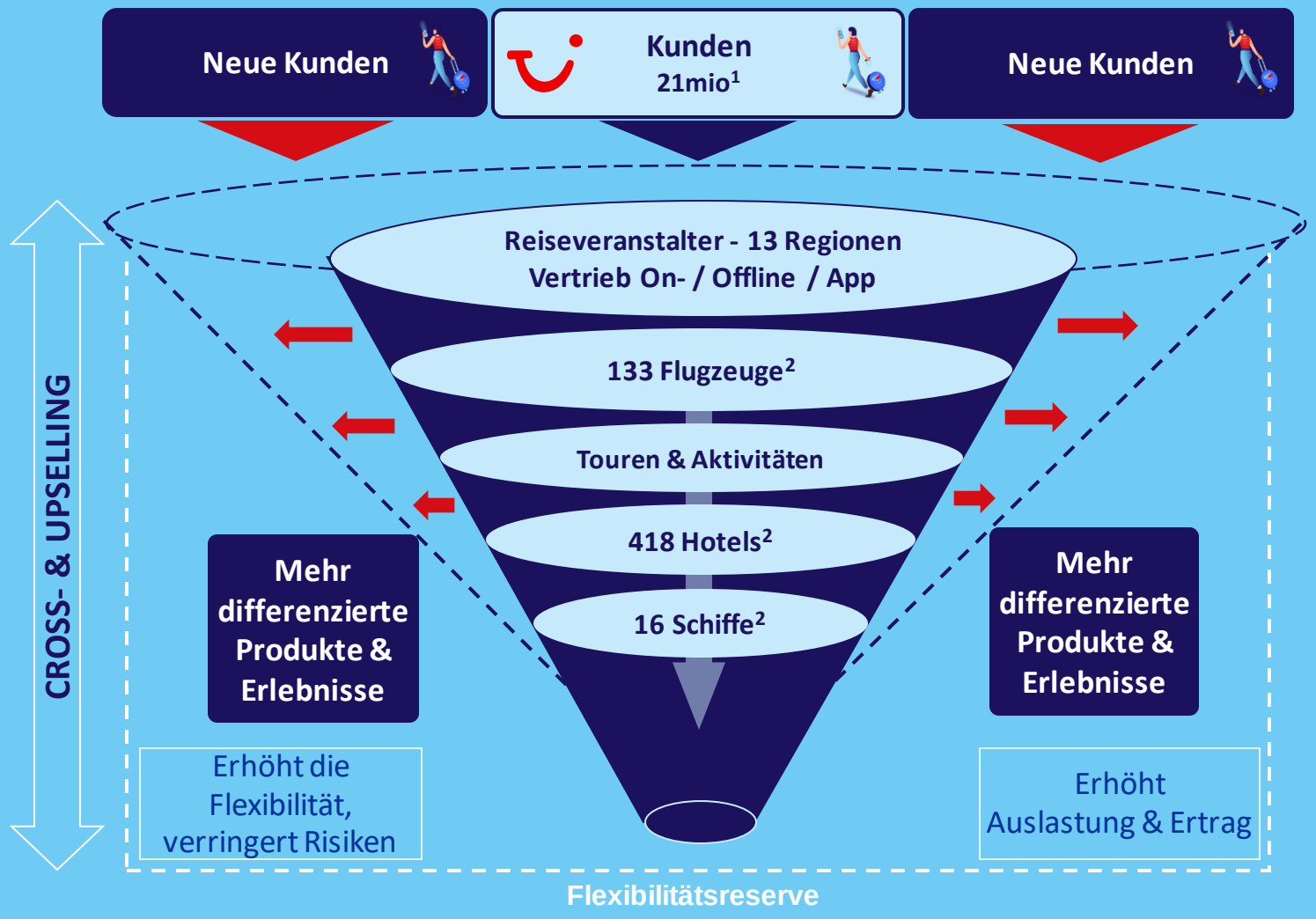
REISEN IST EIN MEGA-TREND

Tourismuswachstum über dem BIP – eine mehrjährige Wachstumsbranche

Gute demografische Bedingungen durch hohes verfügbares Einkommen und hohe Lebenserwartung

Erlebnisse
Der neue Lebensstil und der globale Trend des Reisens

Marktanteile ausbauen - Erweiterung des TUI TrichtersBestehende und neue Kunden mit mehr Produkten anlocken...



... profitables und risikoarmes Wachstum, indem die Auslastung und die Renditen der Anlagen verbessert werden

1 As per FY19 | 2 As per FY22

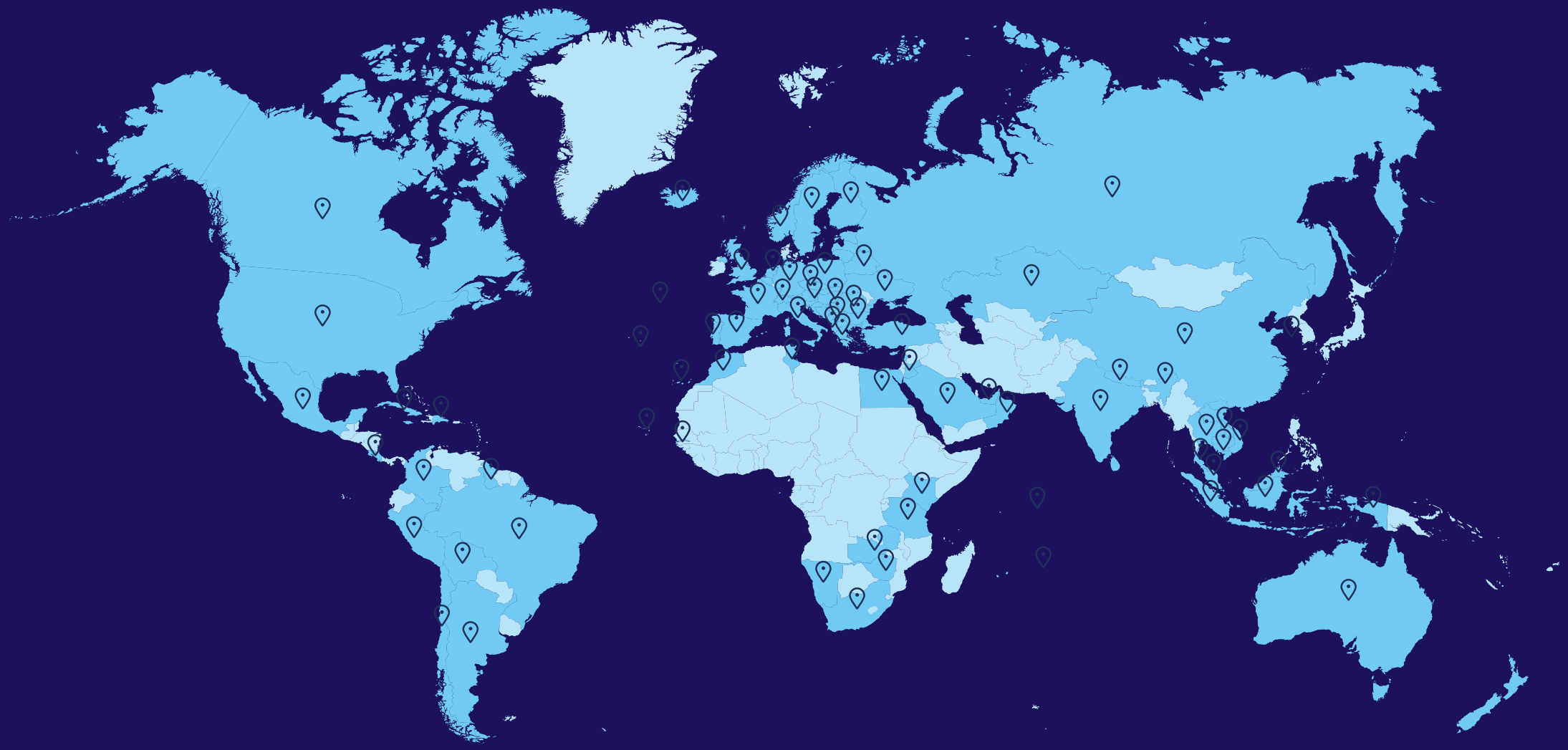
Unsere Märkte und Airlines operieren europaweit unter einer Marke

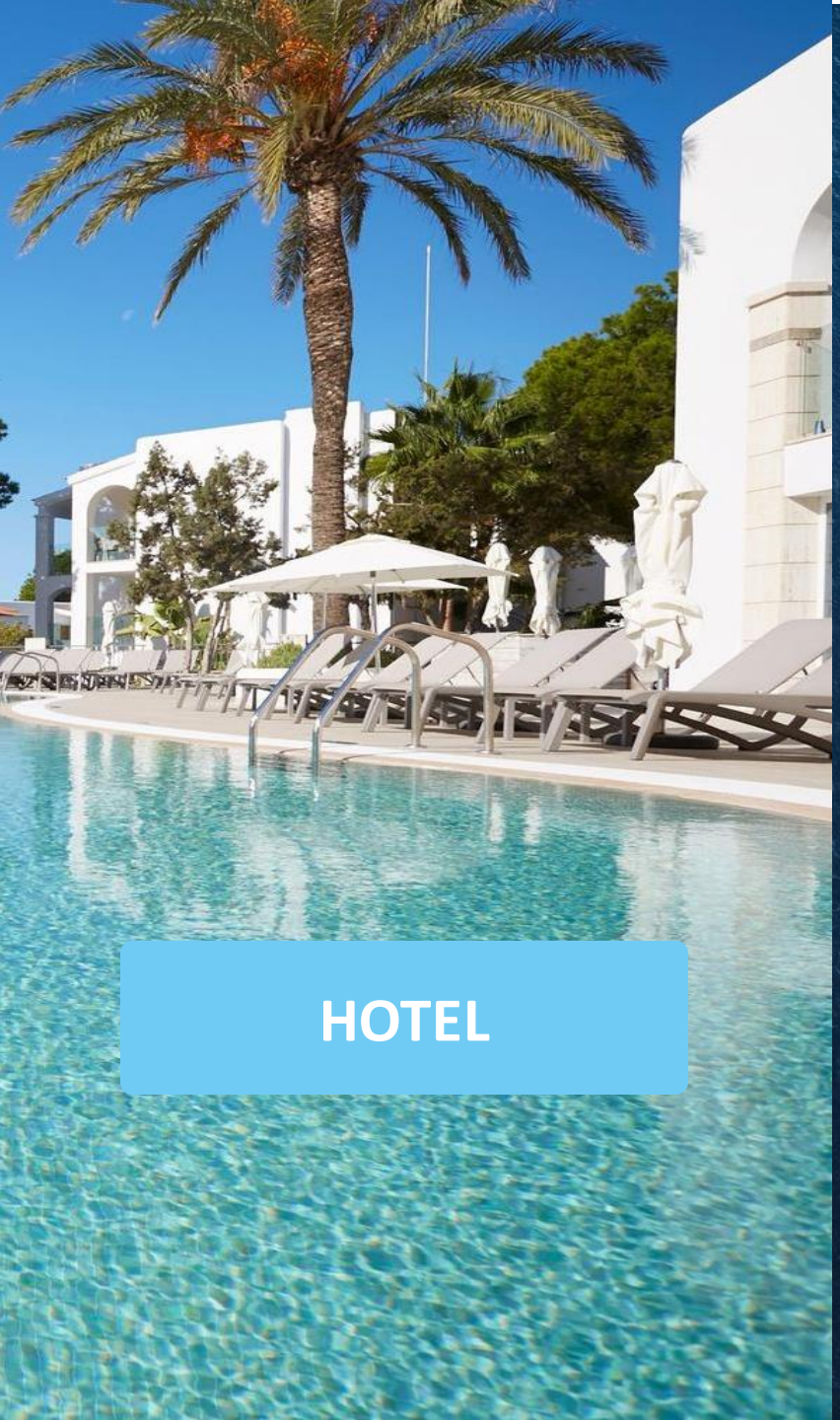
Northern Region

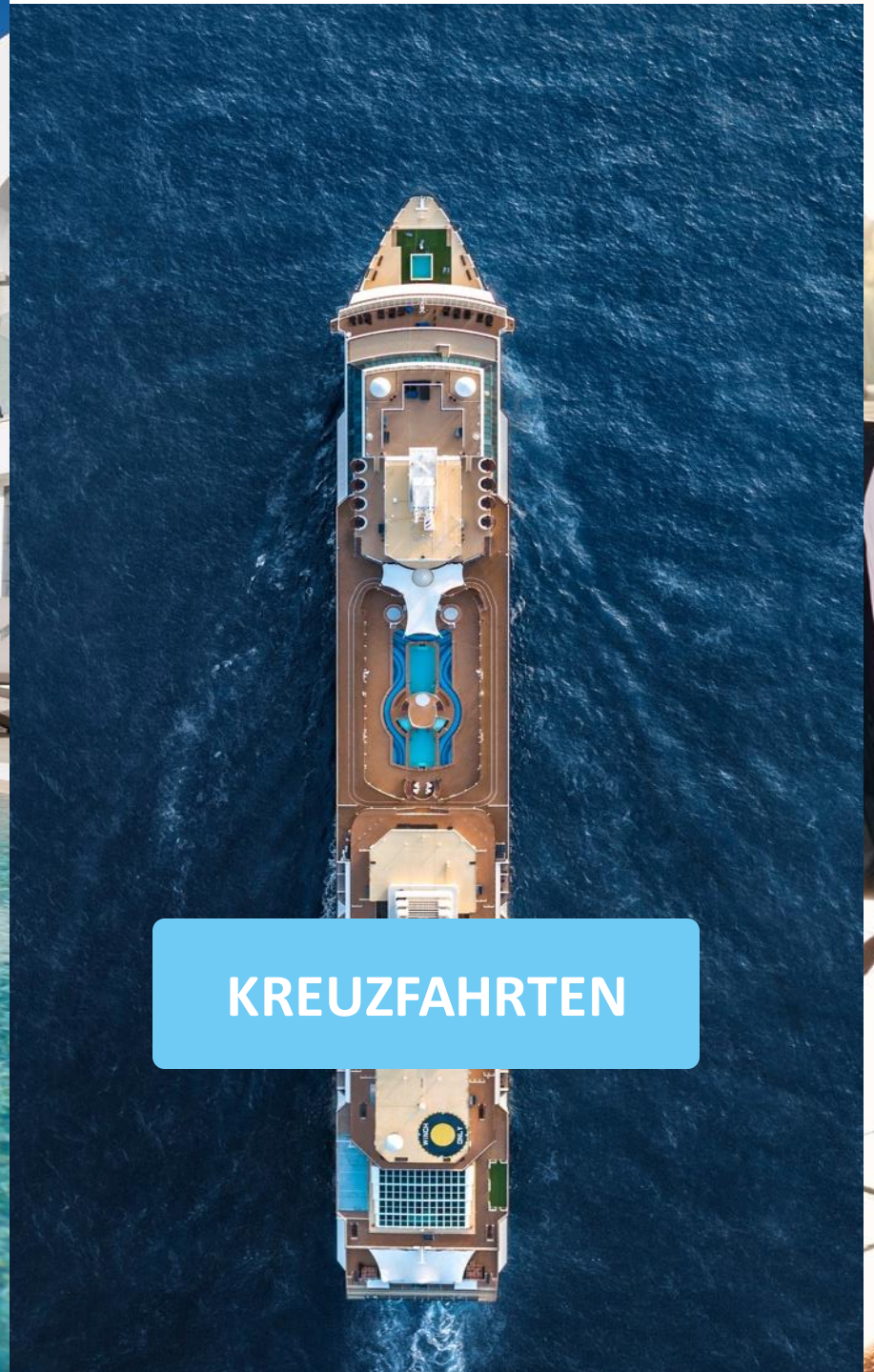
Central Region

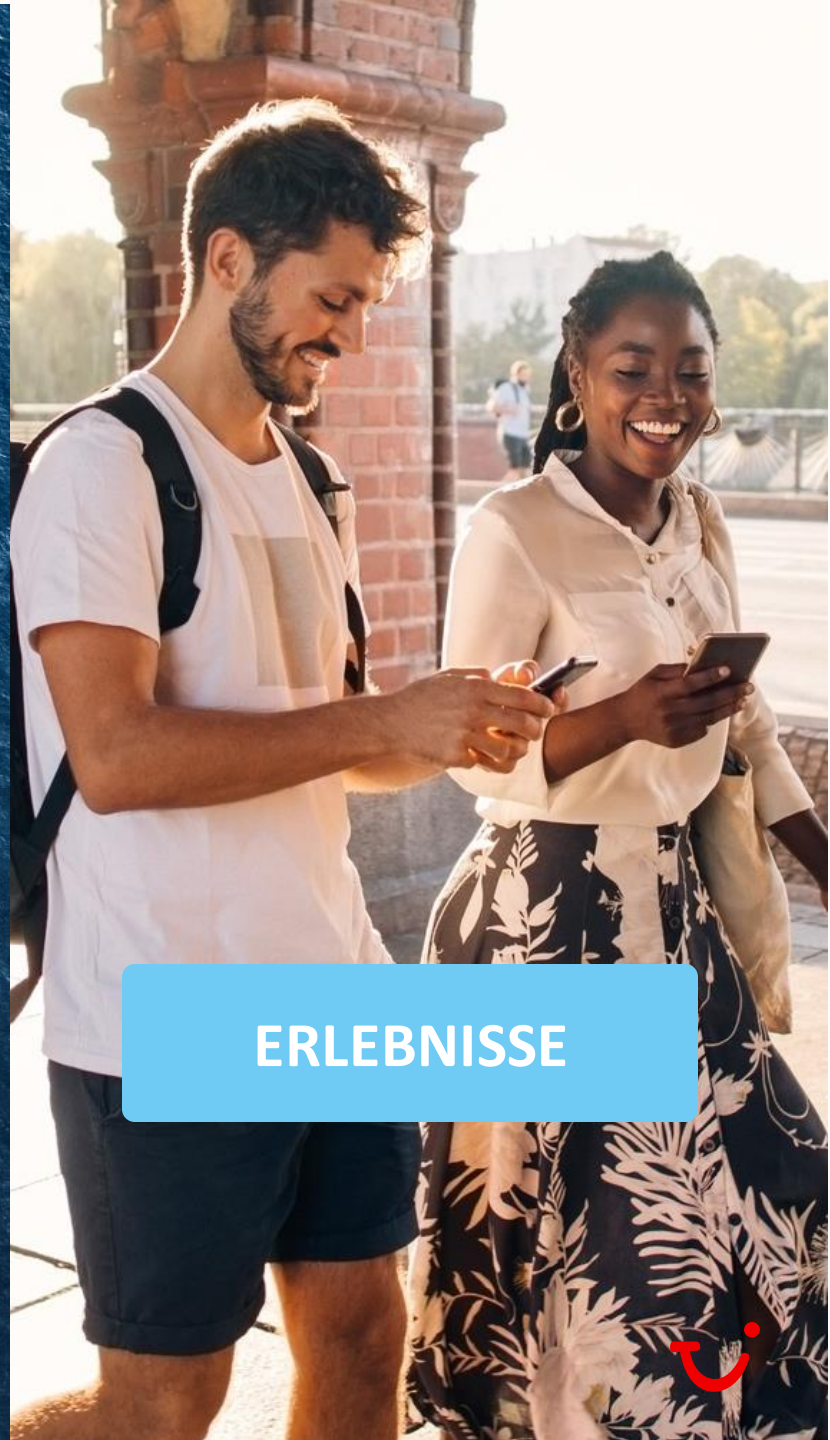
Western Region

Weltweit tätig -
in mehr als 180 Destinationen




HOTEL


KREUZFAHRTEN


ERLEBNISSE

TUI Signature Hotel Brands

HOTELS

TUI BLUE

Moderne Hotelmarke für erlebnisorientierte Lifestyle-Reisende. Zugeschnitten auf die individuellen Bedürfnisse von Erwachsenen, Familien oder Urlaubern, die Entspannung mit lokaler Kultur und authentischen Erlebnissen verbinden wollen.

RIU HOTELS & RESORTS

Verlässliche Hotels für Paare und Familien, die ein einheitliches Urlaubserlebnis mit hervorragendem Service sowie einer warmen und komfortablen Atmosphäre suchen.

TUI SUNEO

Hotels mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis, die sich auf die Kernelemente des Urlaubserlebnisses konzentrieren.

Kulinarische Köstlichkeiten aus aller Welt und komfortable Zimmer in guter Lage.

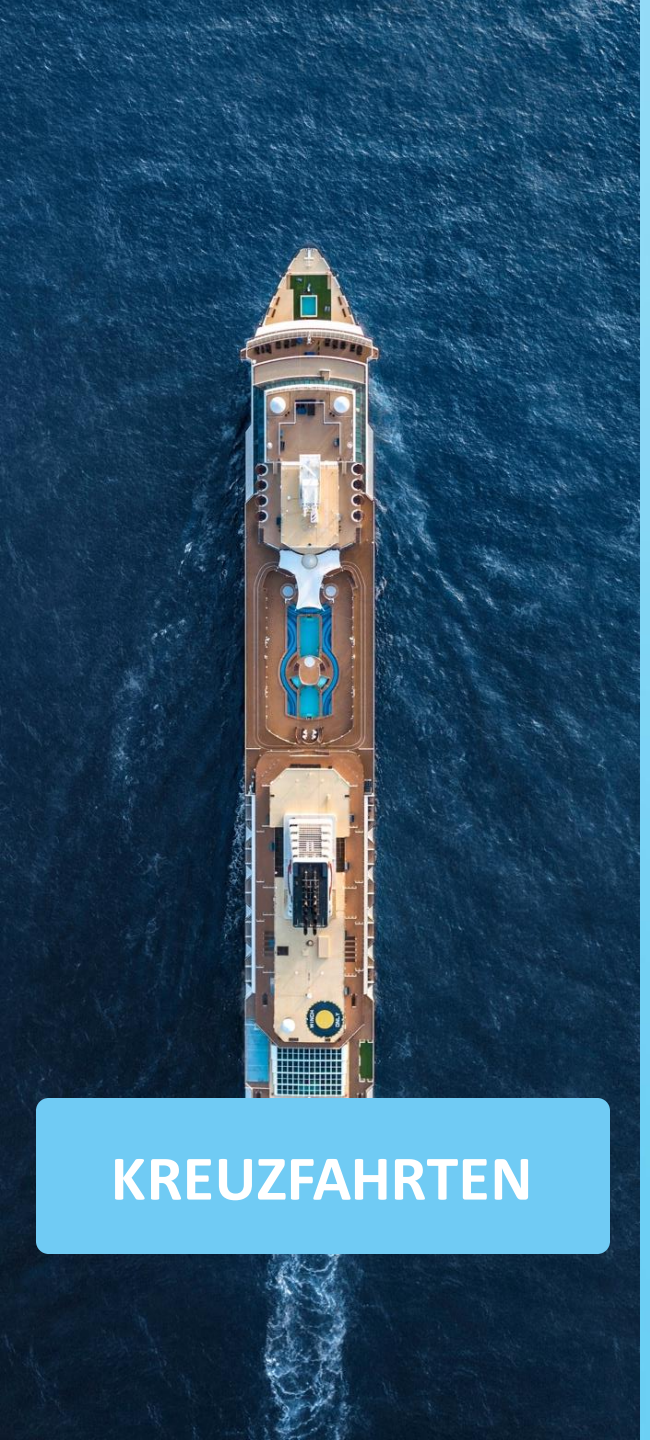
CLUBS

ROBINSON

Premium-Clubs mit hochwertigem Service, Gemeinschaft von Gleichgesinnten. Professionelle Sport- & Wellness-Aktivitäten mit professionellen Trainern & Marken-Equipment kombiniert mit ausgewogener Gourmet-Küche in einer einzigartigen persönlichen Atmosphäre.

TUI MAGIC LIFE

Club-Hotelmarke, die eine aktive, lebenslustige Zielgruppe anspricht. Junge und energiegeladene Atmosphäre mit 24-Stunden-Verpflegung, Getränken und umfassenden Aktivitätsprogramm, das das All-Inclusive-Konzept auf eine neue Stufe hebt.



KREUZFAHRTEN

TUI Cruises

- Das Joint Venture TUI Cruises ist deutscher Marktführer für Premium-Kreuzfahrten.
- Die Wohlfühl-Flotte bietet jedem Passagier das Premium-All-Inclusive-Paket: Der Großteil des F&B Angebots und die Nutzung des Spa-Bereichs sind im Reisepreis enthalten.
- Im Sommer 2018 wurde die ehemalige Mein Schiff 1 an Marella Cruises übergeben. 2019 stieß die neue Mein Schiff 2 zur Flotte.
- Die Auslieferung der Mein Schiff 7 ist für 2023 geplant.

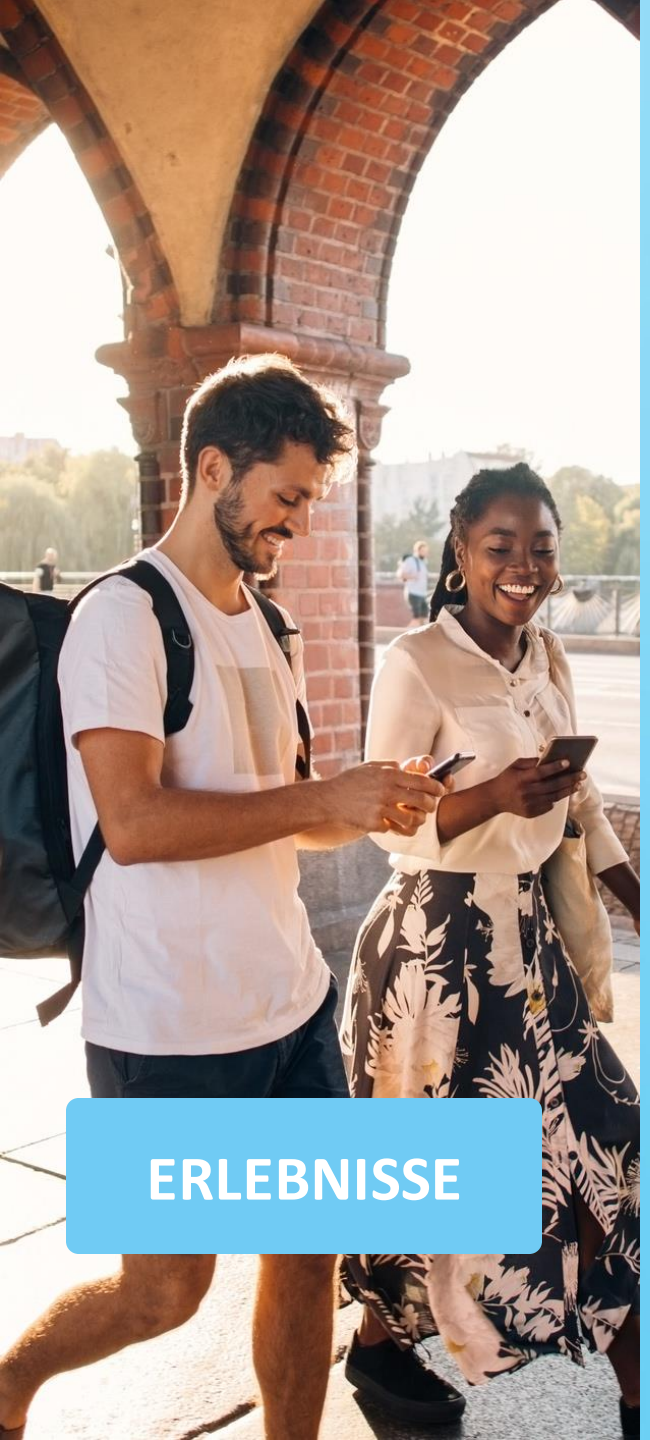
HAPAG LLOYD CRUISES

- Hapag-Lloyd Kreuzfahrten ist der führende Anbieter von Expeditions- und Luxuskreuzfahrten auf dem deutschsprachigen Markt.
- Zur Flotte gehören die bekannten 5-Sterne-Luxusschiffe MS EUROPA und MS EUROPA 2 sowie die Expeditionsschiffe HANSEATIC nature und HANSEATIC inspiration
- Von der Arktis bis zum Amazonas: Die kleinen Schiffe der Flotte sind ideal für Reisen zu außergewöhnlichen Orten geeignet.
- Im Jahr 2021 werden die neuesten Expeditionsschiffe "HANSEATIC spirit" zur Flotte stoßen.

MARELLA CRUISES

- Marella Cruises bietet verschiedene Formate auf dem britischen Markt an.
- Vom Familienurlaub über Städtereisen bis hin zu Luxuskreuzfahrten bedient das Unternehmen eine Vielzahl von Segmenten.
- Im April 2019 hat sich das neueste Mitglied, die "Marella Explorer 2", der Flotte angeschlossen.
- Das Konzept von Marella Cruises basiert auf Balance und Vielfalt und zieht ein sehr breites Publikum an. Von ganztägigen Familienaktivitäten bis hin zu Casino- und Barabenden - alle Passagiere können ihre Kreuzfahrt nach ihren individuellen Bedürfnissen zu erschwinglichen Preisen gestalten.

Schiffe:	**7**	**5**	**4**



ERLEBNISSE

TUI Musement Plattform: Ausbau der Skalierung im "Things to do"-Markt und Gewinnung von Kunden für das TUI-Ökosystem

Im Markt für Reisen und Aktivitäten hat TUI durch die Übernahme von Musement eine skalierbare Plattform mit rund 168 Tausend Produkten. Unser Geschäftsmodell basiert auf einer beidseitig - Urlauber und Anbieter - offenen Plattform. Auf der Vertriebsseite konzentriert sich TUI auf das Wachstum im B2B-Vertrieb über strategische Kooperationen - zum Beispiel mit Booking.com und trivago - sowie auf das Wachstum des Angebots für unsere eigene Kundenbasis. Auf der Produktseite will TUI das Angebot durch eine Konsolidierung der Produkte im Markt erweitern, um die Position als einer der größten Produktanbieter im großen und schnell wachsenden Tours & Activities-Markt zu halten.

Das Geschäftsmodell von TUI Musement ist einzigartig

Eine hochmoderne, skalierbare digitale Plattform mit In-Destination Service Delivery

Angebot

- Tours
- Aktivitäten
- Tickets
- Transfers
- ...

Digitale Plattform

- Beschaffung
- Produktion
- Vertrieb

Nachfrage

- TUI Kunden
- B2B Partner
- B2C Offener Markt

Ausführung

Leistungserbringung durch lokale Teams

Wir verfolgen eine gemeinsame Vision und Werte, um unsere Ziele zu erreichen

Unsere Vision, unsere Werte und unser Kundenversprechen bilden die Grundlage für unser Handeln und unsere Haltung - nach innen und außen.

UNSERE VISION

Die Vielfalt der Welt entdecken, neue Horizonte erkunden, fremde Länder und Kulturen erleben: Reisen erweitert den Geist. Wir bei TUI schaffen für unsere Kunden auf der ganzen Welt unvergessliche Momente und lassen ihre Träume wahr werden. Wir sind uns der Bedeutung von Reisen und Tourismus für viele Länder der Welt und die dort lebenden Menschen bewusst. Wir arbeiten mit diesen Ländern zusammen, um ihre Zukunft mitzugestalten - auf engagierte und nachhaltige Weise.

UNSER VERSPRECHEN
Live Happy

KUNDEN EINBINDEN

TRUSTED
Verlässliche, gleichbleibende Qualität

UNIQUE
Exklusiv für Sie entworfen

INSPIRING
Frisch und mühelos

MITARBEITER UND KUNDEN EINBINDEN

OUR VISION
Think Travel. Think TUI.

MITARBEITER UND KUNDEN EINBINDEN

Wir verbessern kontinuierlich die Customer Experience

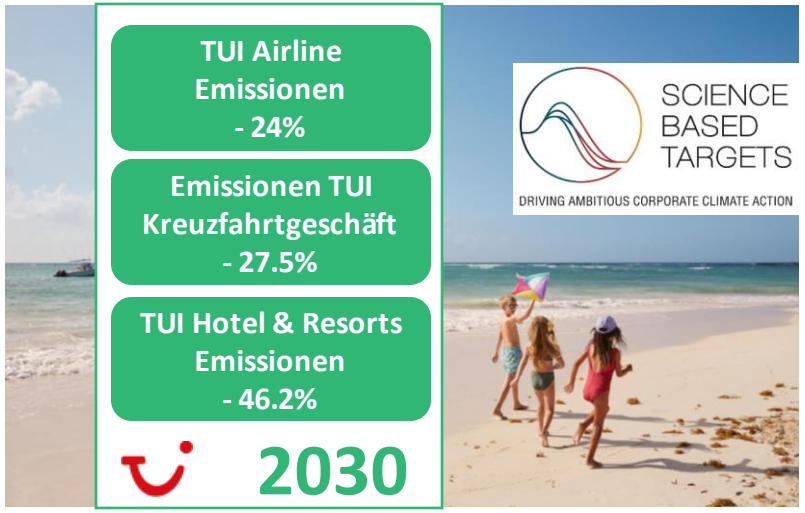
CUSTOMER EXPERIENCE

Wir wissen, dass kein Gast wie der andere ist. Bei TUI individualisieren wir Erlebnisse auf clevere Weise. Mit unserem breiten Angebot und einer einzigartigen Mischung aus menschlicher und digitaler Interaktion bieten wir Erlebnisse, die auf unterschiedliche Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind.

In den Ländern, in denen wir tätig sind, hat TUI die höchste Markenbekanntheit und -wahrnehmung. Wir hören aktiv zu und reagieren auf Kundenfeedback. Wir beobachten kontinuierlich, was die Zufriedenheit und Loyalität unserer Kunden antreibt, und bieten einen 24/7-Support für Kunden, die rund um den Globus reisen.

Wir beziehen unsere Kollegen kontinuierlich in das Kundenfeedback ein und schulen unsere Mitarbeiter, damit sie TUI-typische Erlebnisse liefern, die auf unseren Kernwerten basieren: **Trusted, Unique & Inspiring.**

TUI Nachhaltigkeitsagenda: Ökologischen Fußabdruck massiv reduzieren, soziale und ökonomische Teilhabe in Urlaubsländern maximieren.



People

Planet

Progress

Etappenziel 2030 mit verbindlichen Zielen und Fahrplänen zur Emissionsreduktion.
Auf dem Weg zu Net-Zero Emissionen und zum Kreislaufunternehmen bis spätestens 2050

Science Based Targets Initiative hat geprüft und bestätigt, dass TUI´s Emissionsreduktionsziele mit neuesten Erkenntnissen der Klimawissenschaft übereinstimmen

Emissionen der TUI Fluggesellschaften

-24%

(CO_2e per rpk* bis 2030, Vergleichsjahr 2019)

Erste Ferienfluggesellschaft mit SBTi-validierten Reduktionszielen.

Emissionen aus Kreuzfahrtgeschäft der TUI

-27.5%

(absolut CO_2e bis 2030, Vergleichsjahr 2019)

Erste Kreuzfahrtgesellschaft mit SBTi-validierten Reduktionszielen.

Emissionen von TUI Hotels & Resorts

-46.2%

(absolut CO_2e bis 2030, Vergleichsjahr 2019)

Eine der ersten Ferienhotel-marken mit SBTi-validierten Reduktionszielen.

* rpk = Revenue Passenger Kilometers (RPK) oder Revenue Passenger Miles (RPM)* ist eine Kennzahl der Luftfahrtindustrie, die die Anzahl der von zahlenden Passagieren zurückgelegten Kilometer angibt.

TUI Nachhaltigkeitsagenda - Tourismus für Wohlstand und Entwicklung

People

Wissen und Fähigkeiten, um die nachhaltige Transformation aktiv mitzugestalten

- Lokalen Einkauf stärken
- Changemakers vernetzen
- Sozial & Fair
- Upskilling
- TUI Care Foundation unterstützen

Planet

Ökologischen Fußabdruck kontinuierlich verringern. Von Investitionen in modernste Flugzeuge bis zu ambitionierten Energieeinsparungen in allen Bereichen

- Konkrete Emissionsreduktionspläne
- Grüne und sauber Energiequellen
- Kreislaufunternehmen
- Effiziente Wassernutzung
- Biologische Vielfalt

Progress

Innovationen für nachhaltigen Wandel

- Destination Co-Lab
- Kundenentscheidungen für nachhaltige Produkte vereinfachen
- Zertifizierungen vorantreiben
- Grüne Technologie und Daten
- Accelerator für Netto-Null-Reisen

TUI CARE FOUNDATION

TUI Care Foundation Langzeit-Programme

Jugend und Bildung
Das TUI Academy Programm bietet Bildung und praktisches Training für sozial schwache Jugendliche und eröffnet neue Karrieremöglichkeiten im Tourismus. Die TUI Junior Academies befähigen Kinder, in ihren Gemeinden zu Umweltbotschaftern zu werden.

Natürlicher Lebensraum
Die Naturprogramme der TUI Care Foundation konzentrieren sich auf die Erhaltung der Schönheit der Urlaubsziele durch effizientere Ressourcennutzung, den Schutz der Meereswelt und die Förderung des Tierschutzes mit Schwerpunkt auf Schildkröten- und Elefantenschutz.

Ökonomische Entwicklung
Das TUI Cares Programm unterstützt innovative Tourismusunternehmer mit einem klaren sozialen und ökologischen Auftrag. Es zielt darauf ab, das kulturelle und gastronomische Erbe einer Destination zu schützen, die lokale Wertschöpfung und Beschäftigung zu stärken und die nachhaltige Entwicklung des lokalen Tourismussektors voranzutreiben.

Corona Response Aktivitäten

Unterstützung von Gemeinden in Destinationen, die von der Krise stark betroffen sind

100 Helping Hands
Unterstützung von **100 lokalen Hilfsorganisationen** in Urlaubsländer

Food Security Initiative
Versorgung von Gemeinden in Urlaubsländern mit Lebensmittel- und Hygienepaketen

COVID-19 Relief Programme für Tourismus
Förderung von **150 innovativen Tourismusunternehmen** in vier Ländern durch finanzielle Unterstützung, individuelles Mentoring und Business-Training

Die Arbeit der TUI Care Foundation wird durch Spenden von TUI Gästen und Mitarbeitenden weltweit ermöglicht

TUI Group Executive Committee

PETER KRUEGER
Mitglied des Vorstands;
Chief Strategy Officer & Chief Executive Officer Holiday Experiences

SYBILLE REISS
Mitglied des Vorstands;
Personalvorständin / Arbeitsdirektorin

SEBASTIAN EBEL
Vorstandsvorsitzender

Mathias Kiep
Mitglied des Vorstands;
Finanzvorstand

DAVID BURLING
Mitglied des Vorstands
Chief Executive Officer Markets & Airlines

ERIK FRIEMUTH
Chief Marketing Officer & Managing Director TUI Hotels & Resorts

ELIE BRUYNINCKX
Chief Executive Officer Western Region

THOMAS ELLERBECK
Group Director Corporate & External Affairs & Chief Sustainability Officer

DR NINA SCHERF
Group Director Legal, Compliance & Board Office

PETER ULWAHN
Chief Executive Officer TUI Musement

MARCO CIOMPERLIK
Chief Airline Officer

Contact:
Kuzey Alexander Esener
Corporate Communications
Phone +49 511 566 6024
Kuzey.Esener@tui.com

TUI
Live Happy