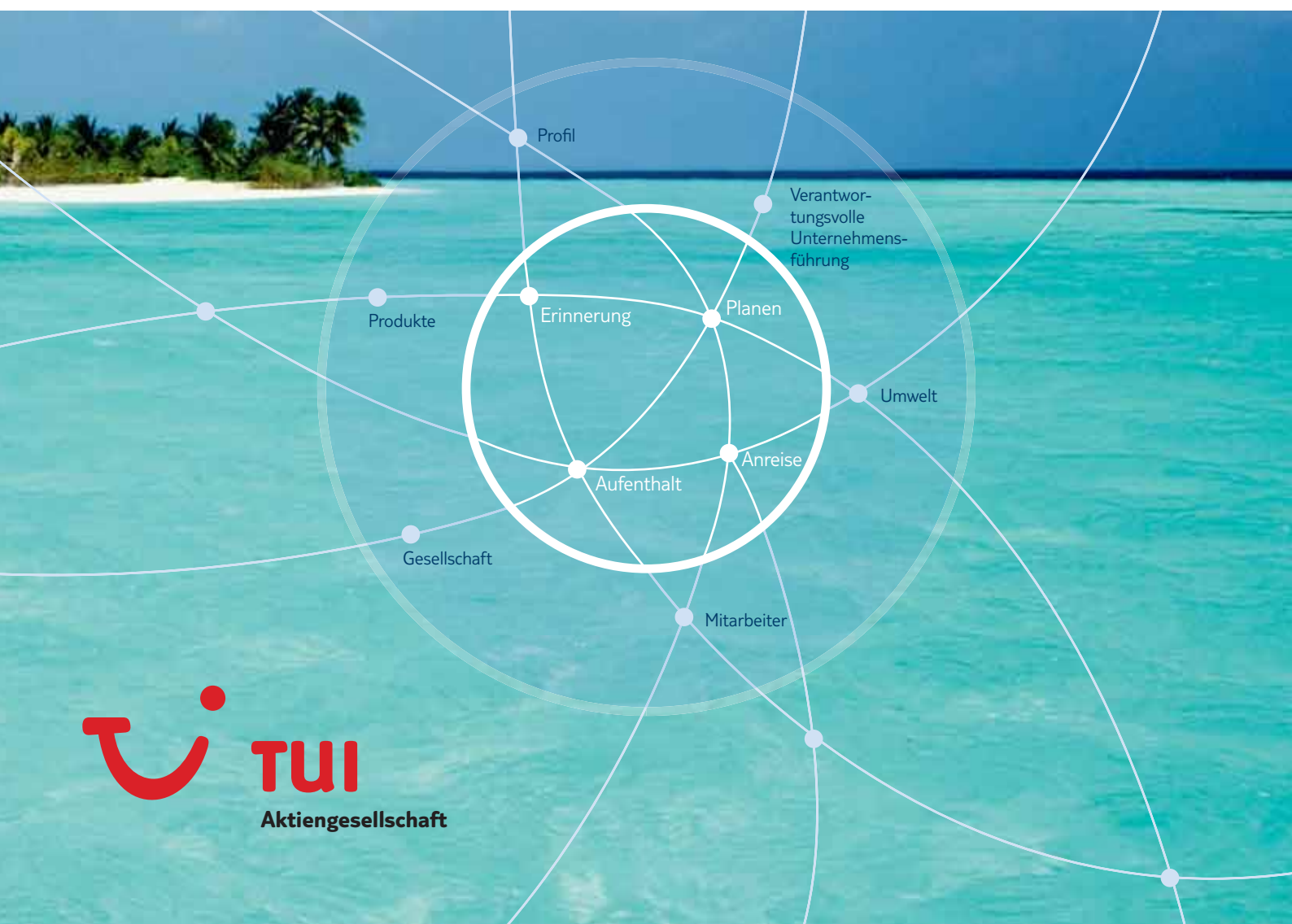


DESTINATION NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeitsbericht 2011/2012



BERICHT

Mit diesem Bericht wollen wir Ihnen zeigen, was wir in den letzten zwei Jahren erreicht haben.
Qualitativ und quantitativ.



2
Profil
5
Verantwortungsvolle Unternehmensführung
19
Umwelt
41
Mitarbeiter
51
Gesellschaft
57
Produkte
65
Sonstige Informationen



Touristik

Reiseveranstalter



Hotels



Kreuzfahrten



TUI Travel ist Europas führende internationale Reiseveranstalter-Gruppe. Im Angebot: Urlaubsziele in 180 Ländern. 30 Millionen Kunden aus über 27 Ländern vertrauen jährlich die schönste Zeit des Jahres den Reiseexperten der TUI Travel an. Die TUI AG ist Mehrheitsaktionär des an der Londoner Börse notierten Unternehmens. Das Geschäft von TUI Travel gliedert sich in die vier Bereiche Mainstream, Accomodation & Destination, Specialist & Activity und Emerging Markets. Das Angebot umfasst eine breite Palette von Pauschalreisen bis hin zu speziellen Produkten, wie beispielsweise Jachtcharter, Expeditionen und Studentenreisen.

Der Hotelaufenthalt ist bestimmender Teil des Urlaubserlebnisses und damit Kern der Kundenbindung. Mit 248 Hotels und über 157.000 Betten führt TUI Hotels & Resorts als größter Ferienhotelier Europas die Hotelbeteiligungen der World of TUI. TUI Hotels & Resorts umfasst Hotelmarken mit hohen Leistungs-, Qualitäts- und Umweltstandards, die an herausragenden und bevorzugten Standorten in den Urlaubsregionen eine Vielzahl an Hotelkonzepten bieten. Hierzu gehören so bekannte Marken wie zum Beispiel ROBINSON, Riu, Grecotel, Grupotel, Iberotel und DORFHOTEL. Die meisten aller Betriebe im Portfolio gehören der Vier- und Fünf-Sterne-Kategorie an.

Immer mehr Menschen entdecken den Reiz einer Urlaubsreise auf hoher See. Seit Jahren erwirtschaftet dieses Segment im deutschsprachigen Raum zweistellige Zuwachsraten. TUI ist heute schon ein führender Anbieter und will weiter wachsen. Der Bereich Kreuzfahrten bündelt die Aktivitäten von TUI auf den sieben Weltmeeren. Zwei starke Marken bedienen unterschiedliche Kundenbedürfnisse. Hapag-Lloyd Kreuzfahrten steht für Luxus- und Expeditionskreuzfahrten. Die im Jahr 2008 gegründete TUI Cruises bietet Premiumkreuzfahrten für den Volumenmarkt an. Beide Marken bauen ihre Flotten weiter aus und expandieren.

18 Mio. €

**Ersparnis durch
Umweltmaßnahmen
(2008–2010)**



www.tuitravelplc.com

49

EcoResorts in 2011



www.tui-group.com

10%

**Minderung spezifischer CO₂-
Emissionen (kg/100 pnm)^{*)}
der TUI Cruises Mein Schiff 1
(von 2009/10 auf 2010/11)**



www.hlkf.de, www.tuicruises.com

^{*)} Kilogramm pro Passagierseemeilen

TUI Konzern in Zahlen

Mio. €		2010/11	2009/10	Veränd. %
Umsatzerlöse				
TUI Travel		16.867,0	15.754,8	+ 7,1
TUI Hotels & Resorts		362,6	353,2	+ 2,7
Kreuzfahrten		200,8	178,7	+ 12,4
Konzern		17.480,3	16.350,1	+ 6,9
EBITDA				
TUI Travel		640,0	437,8	+ 46,2
TUI Hotels & Resorts		215,7	211,0	+ 2,2
Kreuzfahrten		19,7	15,2	+ 29,6
Konzern		850,1	649,8	+ 30,8
Bereinigtes EBITDA				
TUI Travel		718,4	711,4	+ 1,0
TUI Hotels & Resorts		234,9	212,6	+ 10,5
Kreuzfahrten		19,7	16,0	+ 23,1
Konzern		923,5	904,9	+ 2,1
EBITA				
TUI Travel		321,4	101,6	+ 216,3
TUI Hotels & Resorts		144,2	137,2	+ 5,1
Kreuzfahrten		11,2	6,8	+ 64,7
Konzern		444,5	215,5	+ 106,3
Bereinigtes EBITA				
TUI Travel		500,1	484,6	+ 3,2
TUI Hotels & Resorts		145,3	148,0	- 1,8
Kreuzfahrten		11,2	7,6	+ 47,4
Konzern		600,1	589,2	+ 1,8
Konzernergebnis				
Konzernjahresergebnis		118,2	113,6	+ 4,0
Ergebnis je Aktie	€	- 0,01	+ 0,30	n.a.
Eigenkapitalquote	%	18,9	16,7	+ 2,2 ^{*)}
Investitionen		474,4	516,2	- 8,1
Mitarbeiter				
Mitarbeiter	30.9.	73.707	71.398	+ 3,2
Anteil weiblicher Beschäftigter				
in der Arbeitnehmerschaft	%	70,0	69,2	+ 0,8 ^{*)}
in Führungspositionen	%	37,0	35,3	+ 1,7 ^{*)}
Ausbildungsquote der deutschen TUI Gesellschaften	%	5,4	5,3	+ 0,1 ^{*)}
Teilzeitquote	%	32,3	32,5	- 0,2 ^{*)}
Umwelt				
Energieeinsatz	TJ	99.815	94.963	+ 5,1
Spezifische CO₂-Emissionen				
TUI Airlines	kg/100 pkm	7,59	7,61	- 0,2
Kreuzfahrten	kg/100 pnm	83,7	95,4	- 12,2
TUI Hotels & Resorts	kg/Übernachtung	11,0	11,7	- 5,8

Differenzen durch Rundungen möglich

*) In Prozentpunkten

VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG



6

Nachhaltigkeitsstrategie

8

Corporate Responsibility Council

9

Im Dialog mit unseren Stakeholdern

12

Verhaltenskodex und Compliance

14

Kooperationen und Netzwerke

16

Corporate Governance

16

Risikomanagement

17

Nachhaltigkeitsprogramm

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Für TUI bedeutet Nachhaltige Entwicklung den dauerhaft langfristigen Abgleich ökonomischer, ökologischer, sozialer sowie gesellschaftlicher und kultureller Erfordernisse. Unser Handeln ist gekennzeichnet durch Kooperation und einen offenen – manchmal auch kritischen – Dialog mit allen unseren Interessengruppen. Wir bekennen uns zu einer verantwortlichen, transparenten und auf langfristigen Erfolg ausgerichteten Unternehmensführung.

Nachhaltigkeit ist für den TUI Konzern ein wesentliches Grundprinzip der Unternehmensführung und ein Eckpfeiler unserer Strategie zur kontinuierlichen Steigerung des Unternehmenswerts. Um zukünftig erfolgreich tätig zu sein, müssen wir auch soziale und ökologische Verantwortung als Quelle von ganzheitlicher Kompetenz verstehen und als Initiator für Wertschöpfungsprozesse in unserer Organisation verankern. Nicht als Leerformel, sondern als ein Stück aus gemeinsamen Überzeugungen gewachsener und gelebter Unternehmenskultur.

Was uns dabei antreibt, ist kein Altruismus, sondern die Idee eines intelligenten Unternehmertums, das auch gesellschaftlichen Nutzen stiften kann. In diesem Verständnis wollen wir attraktive Produkt- und Serviceleistungen für unsere Kunden kombinieren – mit sozialer Sorgfalt und ökologischer Vernunft. So wird es uns auch zukünftig gelingen, Wert und Werte zusammenzubringen.

Nachhaltigkeitsstrategie

Die TUI Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf einer genauen Analyse der für unsere Geschäftsfelder wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte und den daraus resultierenden Chancen und Risiken. Notwendig ist dabei eine systemische und ganzheitliche Perspektive, um die Beziehungen zwischen unterschiedlichen Aspekten verstehen und entsprechend berücksichtigen zu können.

Jede unternehmerische Aktivität der TUI steht in direkter Wechselwirkung mit der ökologischen und sozialen Umwelt. Dies kann sich positiv, neutral oder negativ gegenüber dem jeweiligen Ausgangszustand auswirken. Für das erfolgreiche Nachhaltigkeitsmanagement der TUI ist es wichtig, alle wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte und Wechselwirkungen zu adressieren, um die unternehmerische Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich zu verbessern.

Die Ziele der TUI Nachhaltigkeitsstrategie sind die Vermeidung und Reduzierung von negativen Auswirkungen aus unserer Geschäftstätigkeit auf die natürliche und soziale Umwelt. Gleichzeitig wollen wir unsere positiven Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung in ökologischer, sozialer und gesellschaftlicher Hinsicht sowohl in den gastgebenden Ländern als auch an unseren Standorten weiter steigern.

Die Einhaltung von Menschenrechten, die Achtung von Wertmaßstäben unterschiedlicher Kulturkreise, fairer Wettbewerb und die Vermeidung von Korruption sind dabei bedeutende Eckpfeiler unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Ambiente, Kultur, Landschaft und Natur sind keine Posten des eigenen Anlagevermögens, sondern wertvolle und vor allem begrenzte Ressourcen, deren intelligente Nutzung die Grundlage unseres Kerngeschäfts ist.

Wir wollen dafür Sorge tragen, dass sich in unseren Reisezielen die touristischen Angebote nicht von den ökologischen und sozialen Rahmenbedingungen des Landes entkoppeln, und verstehen uns als integrierten Teil einer zukunftsfähigen, regionsspezifisch vernetzten Wirtschaft. Die Schaffung guter Arbeitsbedingungen vor Ort, der Erhalt selbstbestimmter kultureller Dynamik und die Sicherung natürlicher Lebensräume sind dabei wichtige Herausforderungen, für die wir partnerschaftliche Ansätze entwickeln.

Unsere Prioritäten

Umwelt

- Klimaschutz
- Erhalt der Artenvielfalt
- Ressourceneffizienz
- Zertifizierung von Umweltmanagementsystemen

Mitarbeiter

- Personalentwicklung
- Vielfalt in der Unternehmenskultur
- Work Life Balance

Gesellschaft

- Soziales Engagement in den Urlaubsgebieten
- Einsatz für Menschen- und Kinderrechte
- Faire Arbeitsbedingungen

Produkt

- Nachhaltige Produktentwicklung
- Verbraucherinformation und Sicherheit

Unsere Aufgabe sehen wir vor allem darin, im Spannungsfeld unterschiedlicher Stakeholder-Erwartungen tatsächliche und vermeintliche Zielkonflikte zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft wertschöpfend aufzulösen. Das gilt sowohl für unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio als auch für unsere Performance an den Unternehmensstandorten und in den touristischen Destinationen in aller Welt. Um hier innovative Lösungen zu finden, bedarf es motivierter Mitarbeiter, guter Partnerschaften und eines ausgeprägten Gestaltungswillens.

Die Nachhaltigkeitsaspekte entwickeln wir im Dialog mit unseren Stakeholdern kontinuierlich weiter. Diesen Dialog möchten wir so transparent und offen wie möglich gestalten, um ein Höchstmaß an Vertrauen und Glaubwürdigkeit für alle Beteiligten herzustellen. So erhalten wir die Chance, interne und externe Erwartungen und Einschätzungen abzugleichen und daraus wertvolle Rückkopplungen für eine Anpassung und Feinjustierung unserer Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie auf internationaler, nationaler und lokaler Ebene zu gewinnen.

Vor dem Hintergrund der Globalisierung und der damit einhergehenden Erkenntnis, dass viele Herausforderungen unserer Zeit situativ und vernetzt zu betrachten und zu bewerten sind – zum Beispiel räumlich, zeitlich oder kulturell –, unterstützen wir ausdrücklich die Entwicklung eigener strategischer Nachhaltigkeitsprioritäten unserer weltweit tätigen Beteiligungsgesellschaften – 90% unserer Beteiligungen im TUI Konzern haben bereits eigene Nachhaltigkeitsstrategien formuliert.

Corporate Responsibility (CR) Council

Die TUI Nachhaltigkeitsstrategie wird über den CR Council der TUI AG implementiert und vom Bereich Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung koordiniert. Die im CR Council vertretenen Leiter der Konzernfunktionen Personal, Strategie und -entwicklung, Investor Relations, Kommunikation und Marketing berichten dem Vorstand zu relevanten Themen. Dr. Peter Engelen, Mitglied des Vorstands der TUI AG, verantwortet auf oberster Ebene das Thema Nachhaltige Entwicklung im Unternehmen. Zur zielgerichteten Umsetzung und konzernweiten Ausgestaltung unserer Nachhaltigkeitsstrategie arbeiten Konzernfunktionen und Konzerngesellschaften eng zusammen. Die Vernetzung mit den Geschäftsfeldern TUI Travel, TUI Hotels & Resorts und Kreuzfahrten erfolgt durch die jeweiligen Umwelt- und Nachhaltigkeitsabteilungen beziehungsweise -koordinatoren.

Der CR Council, der Nachhaltigkeitsbereich der TUI AG sowie die Nachhaltigkeitsabteilungen beziehungsweise -koordinatoren der oben benannten Geschäftsfelder haben die Aufgabe, die strategischen Ziele und Prioritäten der Nachhaltigkeitsstrategie weiter in die Geschäftsprozesse zu integrieren. Es sind besonders die Nachhaltigkeitsabteilungen, die Handlungsnotwendigkeiten und Trends identifizieren, die Fachabteilungen bei der Operationalisierung der Aufgaben unterstützen, die Fortschritte messen und diese nach innen und außen transparent machen.

Neben der organisatorischen Verankerung des Themas Nachhaltigkeit sehen wir es als unsere zentrale Aufgabe, unsere Mitarbeiter für Nachhaltige Entwicklung zu sensibilisieren und in entsprechende Ziele und Maßnahmen einzubinden.

Management der Nachhaltigkeitsaktivitäten



Im Dialog mit unseren Stakeholdern

Der langjährige, offene und vertrauensvolle Dialog mit unseren Stakeholdern eröffnet uns die Chance, die Erwartungen und Ansprüche verschiedener Seiten zu verstehen und frühzeitig zu integrieren. Vor dem Hintergrund unserer Unternehmensstrategie wollen wir dabei langfristig unsere Wettbewerbsfähigkeit sichern, Risiken vermeiden und Chancen nutzen, das Potenzial unserer Mitarbeiter fördern, die Zusammenarbeit mit öffentlichen Interessengruppen intensivieren und den Einsatz natürlicher Ressourcen an den Unternehmensstandorten und in den touristischen Destinationen effizienter gestalten.

Zur Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und Bestimmung der konkreten Handlungsfelder der Nachhaltigkeit wurde im Mai 2011 erneut eine Befragung der Stakeholder durchgeführt. Eine zunächst vorgenommene Stakeholder-Analyse diente als Basis für die Auswahl der verschiedenen Stakeholder-

Gruppen, die an der Onlinebefragung teilnahmen. Bestandteil dieser Analyse war die Zuordnung der verschiedenen Gruppen in einer „Kooperations- und Risikopotenzial-Matrix“, die neben der Priorisierung der Interessengruppen auch die Ableitung unterschiedlicher Engagement-Strategien ermöglicht.

TUI AG ist Branchenführer im DJSI Index 2011/12

Bei der jährlichen Überprüfung des Rankings erhielt TUI Bestnoten in den Kategorien Klimastrategie, Risiko- und Krisenmanagement sowie Stakeholder-Dialog.

Die TUI AG ist in weiteren Indizes vertreten:

- FTSE4Good
- Ethibel Excellence Index
- ECPI Index €uro
- DAX Global Sarasin Sustainability Germany



Interessengruppen der TUI und ausgewählte Formen der Interaktion



Es nahmen Personen aller Interessengruppen an der Befragung teil und bewerteten die Relevanz von ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen für TUI. Gleichzeitig schätzten die Befragten ein, wie stark sich TUI bei diesen Themen bereits engagiert. Die Ergebnisse zeigen, dass die Themen „Klimaschutz“, „Compliance-Management“ und „Sicherheits- und Krisenmanagement“ als sehr relevant für TUI angesehen werden. Ebenfalls eine hohe Relevanz haben der „Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung“, „Corporate Governance“, das „Engagement in

den Urlaubsgebieten“ sowie „Landschaft und Bebauung“. Stellt man diesen Bewertungen die Einschätzung zum Engagement gegenüber, lässt sich eine enge Abhängigkeit feststellen. Aspekte, denen eine hohe Relevanz beigemessen wurde, erhielten auch eine hohe Bewertung in der Adressierung seitens TUI. Dennoch liegen in mehreren Bereichen die Werte für Relevanz über denen der Adressierung, beispielsweise im Klimaschutz. Dies haben wir erkannt und Maßnahmen zur Verbesserung ergriffen.

Materialitätsmatrix



Basis für diese Verbesserungen war ein Abgleich des Befragungsergebnisses mit den Unternehmensinteressen. Eine Themenanalyse auf Basis von Megatrends und den daraus resultierenden Herausforderungen für die Zukunft offenbarte klare Prioritäten für TUI, die überwiegend mit den relevanten Themen der Stakeholder übereinstimmen. Darauf aufbauend wurden im letzten Jahr Schwerpunkte in den Bereichen **Klimaschutz** (→ siehe Berichtsteil, Klimaschutz, Seite 22), **Personalentwicklung** (→ siehe Berichtsteil,

Mixed Leadership-Projekt, Seite 47) und **Innovationsmanagement** (→ siehe Magazin, TUI Think Tank, Seite 8) gesetzt und bewusst der Austausch mit Mitarbeitern, externen Experten der Tourismusbranche, der Wissenschaft sowie mit Vertretern der Markt- und Trendforschung gesucht.

Das wechselseitige Verständnis für wesentliche Themen ist eine wichtige Erfolgsgrundlage und wird auch in Zukunft die Zielsetzung der unternehmerischen Nachhaltigkeit bei TUI



maßgeblich prägen. Für die Gestaltung des aktuellen Nachhaltigkeitsberichts hat TUI die identifizierten Handlungsfelder aufgegriffen und innerhalb der bestehenden Kapitelstruktur neue Schwerpunktsetzungen vorgenommen.

Social Media

Die stetig wachsende Beliebtheit von sozialen Netzwerken – Stichwort Social Media – ist für TUI von großer Bedeutung. Menschen „treffen“ sich auf unterschiedlichsten Portalen zu privaten und fachlichen Themen. Auch die Mitarbeiter im TUI Konzern nutzen zunehmend die sozialen Netzwerke im privaten und beruflichen Umfeld. Sie werden so – bewusst oder unbewusst – zu Botschaftern unseres Unternehmens. Die TUI AG betrachtet Social Media als Chance für einen offenen und respektvollen Dialog mit allen Stakeholdern des Unternehmens.

Verhaltenskodex und Compliance

Ethisch einwandfrei, nachhaltig und wertorientiert zu handeln und zu wirtschaften ist für TUI ein unverzichtbares Element der unternehmerischen Kultur. Das Leitbild für diese Kultur bildet der konzernweit verbindliche und öffentlich publizierte Verhaltenskodex des TUI Konzerns. Er gilt für alle gleichermaßen, also für den Vorstand, für die Geschäftsführungen, Führungskräfte sowie für die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Konzern. Der Verhaltenskodex fußt auf den Grundwerten des UN Global Compact der Vereinten Nationen. Er trifft in fünf wesentlichen Kapiteln Aussagen zu den Themen Legalität, Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt, Offenheit, Toleranz und Förderung von Innovationen. Der Verhaltenskodex setzt damit Leitplanken, um die bei der täglichen Arbeit auftretenden Herausforderungen ethisch und rechtlich zu meistern.

Die Umsetzung und Einhaltung des Verhaltenskodexes erfolgt über die Compliance. Compliance-Management bedeutet für TUI die systematische Sicherstellung von Recht, Gesetz, internen Regelungen und freiwillig eingegangenen Selbstverpflichtungen.

Um dieses Ziel zu erreichen, wurden alle Compliance-Maßnahmen und -Prozesse auf die besonderen Bedürfnisse der Touristik zugeschnitten. So konnte eine schlanke und gleichzeitig wirksame Compliance-Organisation

geschaffen werden, die einen selbstverständlichen Platz in der TUI Welt einnimmt und sich der Vorbeugung von Regelverstößen verpflichtet hat.

Damit ist das Compliance-Management eine wichtige Säule innerhalb unserer Corporate Governance, also der verantwortungsvollen Unternehmensführung.

Im Sinne einer klaren Kommunikation, unterstützt durch Schulungen und vertiefende Compliance-Unterlagen, wird das Thema Compliance fortlaufend aktualisiert und erweitert. Dies vermittelt allen Mitarbeitern die notwendige Handlungssicherheit, wie rechtmäßig und regelkonform gehandelt werden kann. Das vorhandene Compliance-Regelwerk wurde zum Beispiel im Geschäftsjahr 2010/11 durch eine Konzernrichtlinie erweitert, die den Umgang mit Zuwendungen im geschäftlichen Verkehr verbindlich regelt. Insofern wurden auch hier eindeutige Rahmenbedingungen geschaffen, die den internationalen Gepflogenheiten Rechnung tragen. Das im Verhaltenskodex enthaltene Bekenntnis gegen unlauteres Verhalten wird dadurch ein weiteres Mal bekräftigt. Darüber hinaus wurden geltende Konzernrichtlinien gesichtet und auf Änderungsbedarf in Hinblick auf Compliance-Aspekte geprüft. Wo dies notwendig war, wurden die Änderungen eingearbeitet und anschließend bekannt gemacht. Daneben wurden in der Konzernrichtlinie Compliance die Ziele und Aufgaben von Compliance bei TUI festgelegt.

Compliance-Management

Compliance im TUI Konzern setzt sich aus einer Vielzahl unternehmensinterner Maßnahmen und Prozesse zusammen, um den immer komplexer werdenden Erwartungen und Anforderungen gerecht zu werden. So wird zur inhaltlichen Ausprägung des internen Compliance-Management-Systems regelmäßig eine Gefährdungspotenzialanalyse durchgeführt, die es TUI ermöglicht, risikoorientiert und präventiv vorzugehen. Als Folge daraus werden zentrale Compliance-Themen herausgearbeitet. Hieraus lassen sich gemäß der Compliance-Strategie präventive Maßnahmen ableiten, um den TUI Konzern und seine Mitarbeiter vor Gefährdungen zu schützen, indem diesen rechtzeitig entgegengesteuert wird.



www.tui-group.com/de/unternehmen/compliance

Die Compliance-Strategie bei TUI zeichnet sich dadurch aus, dass Compliance nicht als abstraktes System angesehen wird, sondern ständig überprüft und weiterentwickelt wird. Dies umfasst die Compliance-Strukturen mitsamt der dafür als Basis dienenden Compliance-Regulativen und die Etablierung weiterer Kommunikations- und Schulungsmaßnahmen zur Stärkung des präventiven Charakters. Hierdurch wird TUI seiner Rolle als Global Player der Touristik auch im Compliance-Management gerecht.

Compliance-Organisation

Aufgabe der Compliance Organisation ist es, die Werte und Regularien in die Unternehmensorganisation zu tragen und auf die Verankerung in der Unternehmenskultur hinzuwirken. Der Compliance-Organisation steht das Vorstandsmitglied für Personal, Recht und Nachhaltige Entwicklung, Dr. Peter Engelen, als Chief Compliance Officer vor. Im Rahmen der im Unternehmen eingeführten regulären und außerordentlichen Compliance-Berichterstattung wird ihm über Fortschritte, Veränderungen und gegebenenfalls Verstöße im Unternehmen berichtet, über die er als Chief Compliance Officer wiederum turnusmäßig Vorstand und Aufsichtsrat informiert.

Im weltweit tätigen TUI Konzern mit über 73.000 Mitarbeitern aus unterschiedlichen Ländern und Kulturkreisen hat das Thema Compliance einen hohen Stellenwert, da in ihm das kulturelle und rechtliche Verständnis verkörpert wird. Im Berichtszeitraum wurde die Compliance-Organisation – auch in die einzelnen Unternehmensbereiche hinein – weiter ausgebaut und strukturiert. In zahlreichen Gesellschaften wurden weitere Compliance-Beauftragte benannt. Sie übernehmen, mit Unterstützung durch das zentrale Compliance-Office, unter anderem folgende Aufgaben:

- Sensibilisierung für das Thema Compliance
- Implementierung der Ziele des Verhaltenskodexes sowie des Compliance-Regelwerks
- Durchführung von Schulungen
- Beratung von Führungskräften und Mitarbeitern

- Sicherstellung des erforderlichen Informationsaustauschs
- regelmäßige Berichterstattung

Compliance-Schulung

Compliance-Schulungen sind eine wichtige Säule des TUI Compliance-Managements, da durch sie Mitarbeiter auf Recht, Gesetz und interne Regelungen aufmerksam gemacht und für die dahinterstehenden Ideen und Werte begeistert werden sollen. Zielgruppengerecht geschieht dies auf Basis eines abgestuften Schulungskonzepts. Neben Präsenzs Schulungen und einem elektronischen Lernprogramm wurde hierfür beispielsweise auch eine Broschüre, der „Compliance-Kompass“, entwickelt, mit dem auch Mitarbeiter erreicht werden können, die keinen elektronischen Arbeitsplatz haben. Bei TUI erhalten somit alle, vom Serviceangestellten im Hotel bis zur Führungskraft, Compliance-Schulungen. Im Berichtszeitraum wurden wieder zahlreiche Schulungen durchgeführt und die im Verhaltenskodex manifestierten Unternehmenswerte vermittelt. So fanden zum Beispiel im Kreuzfahrtbereich und bei einigen Hotelmarken flächendeckend Schulungen statt. Mit thematischen Schwerpunkttrainings wurde in einzelnen Bereichen begonnen. Insgesamt soll mit diesem präventiven Ansatz eine konzernweite Handlungssicherheit bei der täglichen Arbeit sowie in Konfliktsituationen erreicht werden.

Compliance und der TUI Verhaltenskodex



Ihr Kompass für rechtmäßiges
und verantwortliches
Handeln im Unternehmen



Compliance-Kompass in neun verschiedenen Sprachen.

Hinweisgebersystem

Transparenz und Kommunikation über alle Unternehmensteile und -ebenen hinweg herzustellen, ist ebenfalls ein bedeutsamer Compliance-Baustein bei TUI. Da der TUI Verhaltenskodex die Grundlage des Handelns ist, werden mitgeteilte oder erkannte Verstöße gegen diesen Kodex im Interesse aller Stakeholder und des Unternehmens konsequent verfolgt. Vertraulichkeit und Diskretion stehen dabei an oberster Stelle. Neben der Meldung von Compliance-Verstößen an Vorgesetzte oder die Compliance-Organisation können Mitarbeiter Hinweise auch anonym über die interne und weltweit operierende TUI SpeakUp Line abgeben. Seit dem Geschäftsjahr 2010/11 kann die anonyme Meldung sowohl telefonisch als auch webbasiert erfolgen. Eingehende Hinweise werden von einem eigens dafür eingerichteten Bewertungsausschuss analysiert und erforderliche Maßnahmen eingeleitet. Verstöße werden im Interesse aller Mitarbeiter und des Unternehmens auf den Grund gegangen und ihre Ursachen werden beseitigt. Dazu gehört auch die konsequente Verfolgung von Fehlverhalten im Rahmen der jeweils geltenden nationalen Vorschriften in den international ausgerichteten Geschäftsfeldern.

Kooperationen und Netzwerke

Durch den Austausch und Dialog in Netzwerken und Initiativen sowie die Zusammenarbeit in Kooperationen und Partnerschaften können wir auf Erfahrungen anderer und das Wissen von Experten zurückgreifen. Dadurch optimieren wir sowohl unsere strategischen Ansätze als auch konkrete Maßnahmen und Projekte.

Die gemeinsamen Ansätze, Fortschritte und Ergebnisse dieser Zusammenarbeit auf internationaler, nationaler und lokaler Ebene sind in die einzelnen Kapitel dieses Nachhaltigkeitsberichts integriert.

Was zeichnet das Compliance-Management der TUI aus?

- Risikoadäquate Ausrichtung
- Zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Touristik
- Integrativer Organisationsansatz
- Positive Wahrnehmung durch Dritte

Unsere wichtigsten Mitgliedschaften

econsense

Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft



www.econsense.de

econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft

econsense ist eine im Jahr 2000 gegründete Initiative der deutschen Wirtschaft, in der sich führende national und international agierende Unternehmen und Organisationen einem gemeinsamen Leitbild verpflichtet haben. Die TUI AG ist als Gründungsmitglied von econsense eine freiwillige Selbstverpflichtung zu ökologischer, ökonomischer und gesellschaftspolitischer Nachhaltigkeit eingegangen.



www.toinitiative.org

Tour Operators' Initiative

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



www.futouris.org

Futouris

Die von mehreren TUI Gesellschaften 2009 gegründete Nachhaltigkeitsinitiative Futouris e.V. wurde unter der Schirmherrschaft des Deutschen ReiseVerbands (DRV) für die ganze Branche geöffnet. Alle beteiligten Tourismusunternehmen unterstützen Projekte in den Förderbereichen soziokulturelle Verantwortung, Umwelt- und Klimaschutz sowie Erhalt der biologischen Vielfalt.



www.business-and-biodiversity.de

„Biodiversity in Good Company“ Initiative

Im Berichtszeitraum wurde die 2008 unter der Ägide des Bundesumweltministeriums gegründete „Biodiversity in Good Company“ Initiative in die Hände der Privatwirtschaft und damit in eine eigenständige Rechtsform überführt. In Kooperation mit der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) engagieren sich die Mitgliedsunternehmen für eine stärkere Integration des Privatsektors in die Ziele des Übereinkommens über die Biologische Vielfalt (CBD) zum weltweiten Artenschutz.



www.sustainability-leadership-forum.de

Sustainability Leadership Forum

Die TUI AG engagiert sich seit 2004 im Sustainability Leadership Forum (SLF), einer Initiative des Center for Sustainability Management CSM der Leuphana Universität Lüneburg und des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management, B.A.U.M. e.V. Das SLF versteht sich als Arbeits- und Diskussionsforum von Vorreitern der nachhaltigen Unternehmensentwicklung.



Die aktuelle Entsprechenserklärung ist im Internet zugänglich unter www.tui-group.com



Weitere Informationen zur Corporate Governance und zu den Zuständigkeitsbereichen des Vorstands finden Sie im Geschäftsbericht.



Einzelheiten zum Risikomanagement finden Sie im Risikobericht des Geschäftsberichts.

Corporate Governance

TUI setzt die Corporate Governance im Unternehmen entsprechend den Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex konsequent um.

Die TUI AG ist eine Gesellschaft deutschen Rechts, auf dem auch der Deutsche Corporate Governance Kodex beruht. Ein Grundprinzip des deutschen Aktienrechts ist das duale Führungssystem, das dem Vorstand die Leitung und dem Aufsichtsrat die Kontrolle des Unternehmens zuweist. Vorstand und Aufsichtsrat der TUI AG arbeiten bei der Steuerung und Überwachung des Unternehmens eng und vertrauensvoll zusammen, wobei die Gremien sowohl hinsichtlich der Mitgliedschaft als auch in ihren Kompetenzen streng voneinander getrennt sind. Beide Organe sind verpflichtet, im Einklang mit den Prinzipien der sozialen Marktwirtschaft für den Bestand des Unternehmens und seine nachhaltige Wertschöpfung zu sorgen.

Der Vorstand der TUI AG besteht aus vier Mitgliedern. Der Vorstand führt die Geschäfte der Gesellschaft in eigener Verantwortung im Interesse des Unternehmens mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung. Die Zuständigkeitsbereiche des Vorstands sind in einer gesonderten Übersicht angegeben.

Der Aufsichtsrat besteht seit Februar 2011 aus 16 Mitgliedern und berät und überwacht den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens. Er wird in Strategie und Planung sowie in alle Fragen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen eingebunden. Für bedeutende Geschäftsvorgänge – wie beispielsweise die Festlegung der Jahresplanung, größere Akquisitionen und Desinvestitionen – beinhaltet die Geschäftsordnung für den Vorstand Zustimmungsvorbehalte des Aufsichtsrats. Der Aufsichtsratsvorsitzende koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Gremiums nach außen wahr. Er hält außerdem den Vorsitz des Präsidiums und des Nominierungsausschusses inne.

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

Risikomanagement

Der verantwortungsbewusste Umgang mit geschäftlichen Risiken gehört zu den Grundsätzen guter Corporate Governance. Dem Vorstand der TUI AG und dem Management im TUI Konzern stehen umfassende konzernübergreifende und unternehmensspezifische Berichts- und Kontrollsysteme zur Verfügung, die die Erfassung, Bewertung und Steuerung dieser Risiken ermöglichen. Die Systeme werden kontinuierlich weiterentwickelt, den sich verändernden Rahmenbedingungen angepasst und von den Abschlussprüfern überprüft. Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig über bestehende Risiken und deren Entwicklung. Der Prüfungsausschuss befasst sich insbesondere mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, einschließlich der Berichterstattung, der Wirksamkeit des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems und des internen Revisionssystems, der Compliance sowie der Abschlussprüfung.

Gemessen am Umsatz ist TUI in der Touristik, vor allem durch die Beteiligung an TUI Travel, Marktführer in Europa. Um die gebotenen Marktchancen nutzen und die hierin liegenden Erfolgspotenziale ausschöpfen zu können, müssen in angemessenem Umfang auch Risiken getragen werden. Zweck und Ziel des Risikomanagements ist es, Risiken jeglicher Art frühzeitig zu erkennen, sie zu bewerten und sie so weit zu begrenzen, dass der wirtschaftliche Nutzen überwiegt.

Nachhaltigkeitsprogramm

Im TUI Nachhaltigkeitsprogramm stellen wir erstmals die wichtigsten übergreifenden Ziele im TUI Konzern vor. Weitere Informationen zu den im Nachhaltigkeitsbericht 2009/2010 gesetzten Einzelzielen und dem Status der Zielerreichung finden sich im Internet.



<http://bericht.tui-nachhaltigkeit.com>

Bereich	Ziel	Termin
Verantwortungsvolle Unternehmensführung	Nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts und Sicherung der Zukunftsfähigkeit	
TUI AG	Prüfung des TUI AG Nachhaltigkeitsberichts 2013/2014 gemäß GRI, Anwendungsebene A+	2014
	Weiterentwicklung und Systematisierung des Stakeholder-Managementsystems für den TUI Konzern	Laufend
	Intensivierung der Stakeholder-Dialoge, Kooperationen und Partnerschaften auf Basis identifizierter Nachhaltigkeitsaspekte	Laufend
	Angestrebte Verpflichtung der Vertragspartner auf einen Verhaltenskodex für Lieferanten und Einführung von entsprechenden Prüfmechanismen	Laufend
Umwelt	Minimierung des ökologischen Fußabdrucks	
TUI AG	Kontinuierlicher Ausbau der ISO 14001-Zertifizierungen der TUI Beteiligungsgesellschaften	Laufend
	Konzernweiter Biodiversitäts-Check zur Identifikation relevanter Biodiversitätsaspekte und Ableitung entsprechender Handlungsansätze	GJ 2012/13
TUI Travel	Senkung der CO ₂ -Emissionen im Flugbereich um 6% durch Flottenerneuerungsprogramm (Basis: 2007/08)	GJ 2013/14
	Einsparung von 500.000 t CO ₂ durch 6 Kompensationsprojekte	2013
TUI UK & Ireland	Umsetzung der 20 Ziele des Programms „Holidays Forever“ (www.holidaysforever.co.uk)	2014
TUI Deutschland	Ausweitung der mit dem TUI Umwelt Champion ausgezeichneten Hotels um 10% (Basis: 2011)	GJ 2011/12
	Auszeichnung eines TUI Reisekatalogs mit dem FSC-Siegel	GJ 2011/12
	Erhöhung des Anteils der verwertbaren Abfälle auf 80%	GJ 2011/12
	Senkung des Energieverbrauchs/Mitarbeiter um 5% pro Tag (Basis: GJ 2010/11)	2014
	Senkung des Wasserverbrauchs/Mitarbeiter (FTE) auf 25 Liter pro Tag (Basis: GJ 2010/11)	GJ 2011/12
TUI Hotels & Resorts	Schrittweise Ausweitung des Engagements für Natur- und Artenschutz	Laufend
	Schrittweise Ausweitung regionaltypischer Gartengestaltung/Berücksichtigung einheimischer Arten bei neu eröffnenden Hotelanlagen	Laufend
	Zunehmende Berücksichtigung nachhaltiger Produkte aus Forst-, Land- und Fischereiwirtschaft in der Einkaufspolitik	Laufend
	Senkung der CO ₂ -Emissionen pro Übernachtung um 3% (Basis: 2011)	2014
	Senkung der CO ₂ -Emissionen pro Übernachtung um 15% (Basis: 2011)	2020
aQi	Senkung des Gesamtstromverbrauchs (absolut) um 5% (Basis: 2011)	2012
	Senkung der Heizenergie pro Kopf um 5% (Basis: 2011)	2012
	Senkung des Gesamtabfallaufkommens (absolut) um 5% (Basis: 2011)	2012
DORFHOTEL	Senkung der absoluten CO ₂ -Emissionen um bis zu 30% (Basis: 2010/11)	2015
	Senkung der CO ₂ -Emissionen pro Übernachtung um 3% (Basis: 2011)	2015
Grecootel	Senkung des Stromverbrauchs pro Übernachtung um 3% (Basis: 2011)	2015
	Senkung des Wasserverbrauchs pro Übernachtung um 3% (Basis: 2011)	2015
Grupotel	Senkung des Stromverbrauchs pro Übernachtung um 3% (Basis: 2011)	2012
	Senkung des Wasserverbrauchs pro Übernachtung um 3% (Basis: 2011)	2012
	Erhöhung der Recyclingquote um 5% (Basis: 2011)	2012

Bereich	Ziel	Termin
Iberotel Europa	Senkung des Stromverbrauchs pro Übernachtung um 10% (Basis: 2011)	2015
	Senkung der CO ₂ -Emissionen pro Übernachtung um 10% (Basis: 2011)	2015
	Deutsche Häuser: Senkung der absoluten CO ₂ -Emissionen um bis zu 35% (Basis: 2010/11)	2015
Iberotel Ägypten	Senkung der CO ₂ -Emissionen pro Übernachtung um 15% (Basis: 2011)	2013
	Senkung des Stromverbrauchs pro Übernachtung um 15% (Basis: 2011)	2014
	Green Star: Senkung des Stromverbrauchs von Licht und Klimatisierung um 20% (Basis: 2010)	2014
	Green Star: Senkung des Wasserverbrauchs in den Zimmern um 15% (Basis: 2010)	2014
	Green Star: Erhöhung der Recyclingquote/Minderung des Restabfalls	2014
Jaz Hotels & Resorts	Senkung des Stromverbrauchs pro Übernachtung um 15% (Basis: 2011)	2014
	Senkung des Wasserverbrauchs pro Übernachtung auf das Niveau von 2009/10	2014
	Green Star: Senkung des Stromverbrauchs von Licht und Klimatisierung um 20% (Basis: 2010)	2014
	Green Star: Senkung des Wasserverbrauchs in den Zimmern um 15% (Basis: 2010)	2014
	Green Star: Erhöhung der Recyclingquote/Minderung des Restabfalls	2014
Sol Y Mar	Senkung des Stromverbrauchs pro Übernachtung um 10% (Basis: 2011)	2014
	Senkung des Wasserverbrauchs pro Übernachtung auf das Niveau von 2009/10	2014
	Green Star: Senkung des Stromverbrauchs von Licht und Klimatisierung um 20% (Basis: 2010)	2014
	Green Star: Senkung des Wasserverbrauchs in den Zimmern um 15% (Basis: 2010)	2014
	Green Star: Erhöhung der Recyclingquote/Minderung des Restabfalls	2014
ROBINSON	Senkung der CO ₂ -Emissionen pro Übernachtung um 7% (Basis: 2011)	2014
Riu	Intensivierung des internen Umweltmonitorings und -reportings	Laufend
	Durchführung weiterer Maßnahmen zur Optimierung der Umwelleistung	Laufend
Kreuzfahrten	Kontinuierliche Verringerung der Umweltauswirkungen bei Hapag-Lloyd Kreuzfahrten und TUI Cruises	Laufend
Mitarbeiter	Förderung von Vielfalt (Diversity), Work Life Balance und Mitarbeiterentwicklung	
TUI AG	Durchführung des Employer Branding-Projekts zur Bindung und Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter	Laufend
	Ausbau des Frauenanteils in Führungspositionen, insbesondere im Top-Management	Laufend
	Mixed Leadership: Weiterentwicklung der Unternehmenskultur	Laufend
	Mixed Leadership: Konzeption und Einführung flexibler Arbeitsmodelle	Laufend
	Mixed Leadership: Einführung eines konzernübergreifenden Talent Managements	Laufend
Mixed Leadership: Etablierung eines Mentoring-Programms für weibliche Nachwuchs(führungs)kräfte	2012	
Gesellschaft und Produkt	Positive Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung in den gastgebenden Ländern und an den Standorten	
TUI AG	Entwicklung eines konzernweiten Managementansatzes zum gesellschaftlichen Engagement	2013
	Formulierung von verbindlichen Auswahl- und Evaluationskriterien für gesellschaftsbezogene Projekte	2013
TUI Hotels & Resorts	Schrittweise Ausweitung des Engagements in kulturellen und gesellschaftlichen Projekten	Laufend
Kreuzfahrten	Schrittweise Ausweitung des Engagements in kulturellen und gesellschaftlichen Projekten	Laufend

UMWELT



Umwelt

20	Klimastrategie
20	Umweltengagement mit Brief und Siegel: Zertifizierungen
22	Maßnahmen zum Klimaschutz
27	Ressourceneffizienz
32	Biodiversitätsstrategie
33	Aktivitäten zum Erhalt biologischer Vielfalt

Umwelt

Umweltschutz heißt für TUI, in drei Bereichen zu arbeiten. Der erste Bereich entwickelt konkrete Maßnahmen, um zum Beispiel Energie, Wasser und Emissionen einzusparen, die Artenvielfalt zu erhalten und Abfälle zu reduzieren. Der zweite Bereich konzentriert sich darauf, die Ergebnisse zu messen – durch eigene, aber auch externe Experten. Der dritte Bereich ist von ganz anderer Art, denn hier geht es darum, sowohl die Partner entlang der Wertschöpfungskette als auch die Kunden für den Umweltschutz zu sensibilisieren.

Klimastrategie

Experten schätzen, dass rund 5%*) der weltweiten CO₂-Emissionen dem Tourismus zugerechnet werden können. Damit stellen Treibhausgasemissionen und zugleich deren Einfluss auf den Klimawandel für die Tourismusindustrie eine der größten globalen Herausforderungen dar. TUI nimmt diesen Umstand als weltweit tätiges Unternehmen sehr ernst: Die Klimastrategie ist fest im Verhaltenskodex des Konzerns verankert und hat das Ziel, die negativen Auswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit auf das Klima kontinuierlich zu verringern. Dazu steht der Konzern in einem engen Austausch mit Vertretern von Wissenschaft und Politik, um wirkungsvolle Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen.

Die globale Erwärmung führt voraussichtlich in den nächsten Jahren zu weiteren direkten und indirekten Auswirkungen im Tourismus und wird so auch die Geschäftsaktivitäten der TUI beeinflussen. Der Konzern stellt deshalb laufend die durch den Klimawandel abgeleiteten Risiken und Chancen fest. Und: Die Verschärfung rechtlicher Rahmenbedingungen, die Einbeziehung der Luftfahrt in das Europäische Emissionshandelssystem sowie die intensivere Betrachtung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen auf den weltweiten Finanzmärkten haben zu einer verstärkten Integration von Klimaschutzaspekten in die Unternehmensprozesse geführt.

TUI hat eine Klimastrategie erarbeitet, die sich auf die Vermeidung und Verringerung von Treibhausgasen entlang der gesamten Wertschöpfungskette konzentriert. Mit dem Einsatz effizienzsteigernder Technologien sowie dem schonenden Umgang mit Ressourcen leistet TUI Beiträge zur Emissionssenkung. Darüber hinaus werden Anpassungsmaßnahmen identifiziert und umgesetzt.

Im Konzern werden in fünf Kernarbeitsgruppen die zentralen Ziele und Maßnahmen zur Vermeidung und Verringerung von klimarelevanten Emissionen definiert. Die Arbeitsgruppen sind unterteilt in die Bereiche Flug, Beförderung zu Wasser, Beförderung zu Land, Verwaltungsgebäude und Exklusivhotels.

Umweltengagement mit Brief und Siegel: Zertifizierungen

Durch die Einführung von Umweltmanagementsystemen nach einem anerkannten Standard setzen die Beteiligungsgesellschaften der TUI die Prozesse und Maßnahmen zur Verbesserung der Umweltleistung zielstrebig um.

Verschiedene Zertifizierungen tragen darüber hinaus dazu bei, Ziele, Maßnahmen und Umweltleistungen transparent zu machen. Zugleich wird das Umweltengagement der Hotels und Fluggesellschaften von den Kunden der TUI zunehmend aufmerksamer wahrgenommen. Demnach können Zerti-

*) Quelle: „Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges“, UNWTO 2008

Handlungsziele der TUI Klimastrategie

1. Um die effektive Integration des Klimaschutzes in die Geschäftsabläufe voranzutreiben, analysieren wir systematisch unsere geschäftlichen Aktivitäten in Bezug auf ihre Auswirkungen auf das Klima.
2. Relevante Emissionen werden konzernweit – über alle Beteiligungen – ermittelt. Wir haben geeignete Indikatoren definiert und entwickeln sie im internen Diskurs und mit externen Partnern weiter. Die Bildung und Interpretation der entsprechenden Kennzahlen erfolgen in einem transparenten Verfahren und sind extern überprüft worden.
3. Der Konzernbereich Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung unterstützt die Klimaschutzmaßnahmen im Konzern fachlich und arbeitet eng mit den Verantwortlichen der Geschäfts- und Fachbereiche zusammen. Es bestehen bereits vielfältige Ansätze und konkrete Beispiele für erfolgreiche Klimaschutzaktivitäten und weiterführende Umweltschutzmaßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Für die emissionsintensiven Bereiche wurden verpflichtende quantitative und qualitative (Reduktions-)Ziele definiert. Erfahrungen und Best Practice-Beispiele werden konzernweit ausgetauscht und vorangetrieben.
4. Im Verhaltenskodex des TUI Konzerns ist das Bekenntnis zum Klimaschutz festgeschrieben worden. Durch begleitende Mitarbeiterschulungen wird diese Verantwortung im Konzern kommuniziert. Daraus resultierend legen wir Handlungs- und Qualitätsziele fest, die konzernweit in Maßnahmen umgesetzt werden.
5. Durch eine regelmäßige Überprüfung unserer Zielerreichung und deren umfassende interne und externe Kommunikation, u. a. in den Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten sowie über unsere Website www.tui-nachhaltigkeit.com, wollen wir die Effektivität unserer Maßnahmen kritisch hinterfragen und Bewusstseins- und Vertrauensbildung bei unseren Kunden, Mitarbeitern und Partnern erreichen.
6. Unsere Vertragspartner entlang der Wertschöpfungskette werden kontinuierlich für die Belange des Klimaschutzes sensibilisiert und schrittweise in unsere Zielsetzungen eingebunden.
7. Wir greifen auf die Expertise von Forschung und Wissenschaft sowie Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen zurück. Im Dialog und im Austausch mit Kooperationspartnern und weiteren Stakeholdern bauen wir unsere Kompetenz weiter aus.

fizierungen für TUI ein Wettbewerbsvorteil sein. Wegen ihrer weltweiten Akzeptanz und Anwendbarkeit steht in diesem Bereich die Umweltnorm ISO 14001 bei TUI im Fokus. Die Einhaltung der Vorgaben und die Verbesserung der Umwelleistung wird regelmäßig durch externe Gutachter überprüft. Das gilt auch für die Umweltmanagementsysteme in den Verwaltungen der TUI AG, TUI Deutschland und der TUI Dienstleistungsgesellschaft, die im Oktober 2011 erfolgreich überprüft wurden. Weitere **Siegel und Zertifizierungen** sind im → Berichtsteil, Produkte, Seite 58 dargestellt.

ISO 14001-Zertifizierungen TUI Hotels & Resorts

	2010/11	2009/10
ROBINSON	17	17
Iberotel	13	12
Grupotel	9	7
DORFHOTEL	5	5
Sol Y Mar	5	4
Grecotel	3	3
Jaz Hotel & Resorts	3	3
Riu	1	-
Gesamt	56	51

Stand: September 2011

Carbon Disclosure Project

TUI hat 2011 erneut am Carbon Disclosure Project (CDP) teilgenommen. Einmal im Jahr erhebt das CDP im Namen von Investoren Daten und Informationen zu CO₂-Emissionen, Klimarisiken und Klimachancen, Reduktionszielen sowie den Strategien von Unternehmen. Mehr als 551 institutionelle Anleger, mit einem Vermögen von über 71 Bio. USD, unterstützen das Projekt. Zusammen mit den strategischen Aspekten der Klimapolitik der TUI wurde die Emissionsbilanz des Konzerns im Carbon Disclosure Project beschrieben und internationalen Analysten und Investoren zugänglich gemacht. Mit guter Platzierung: Auch in diesem Jahr positionierte sich TUI bei der Bewertung der Klimaberichterstattung im deutschen Carbon Disclosure Leadership Index und belegte dabei den neunten Platz. Darüber hinaus wurde die TUI AG als Sector Leader im Bereich „Consumer“ geführt.



www.cdproject.net

Insgesamt waren im Geschäftsjahr 2010/11 23% der Hotels aus dem Portfolio der TUI Hotels & Resorts nach ISO 14001 zertifiziert.

Als erste britische Fluggesellschaft ließ Thomson Airways im Juli 2011 ihren Engineering-Bereich ebenfalls erfolgreich nach ISO 14001 überprüfen. Bis 2014 soll die Zertifizierung auf alle Bereiche der Airline ausgeweitet werden. Damit ist Thomson Airways nach TUIfly Nordic die zweite Fluggesellschaft im TUI Konzern mit einer ISO 14001-Zertifizierung.

Maßnahmen zum Klimaschutz

Als integrierter Tourismuskonzern hat TUI viele Ansatzpunkte zur Vermeidung und Verringerung der CO₂-Emissionen entlang seiner gesamten Wertschöpfungskette.

TUI Airlines

Die TUI Airlines haben über 30 Maßnahmen getroffen, die die Effizienz der Flugzeuge stetig steigern und die Emissionen senken. Dazu gehört auch die kontinuierliche Erneuerung der Flugzeugflotte, die regelmäßige Wäsche der Turbinen oder die Anbringung von so genannten **Winglets** (→ siehe Magazin, Das summiert sich, Seite 13).

Die Reduzierung des Fluggewichts in der TUI Flotte trägt ebenfalls dazu bei, den Treibstoffverbrauch und entsprechend die CO₂-Emissionen zu reduzieren. Bereits bei der Konstruktion wird auf eine leichte Bauweise geachtet, aber auch die Benutzung von z. B. leichten Trolleys für Getränke und Speisen trägt dazu bei, das Fluggewicht zu senken und Kerosin einzusparen. Etwas Besonderes ist in diesem Zusammenhang nennenswert: TUIfly war die weltweit erste Airline, die das moderne „Boeing Sky Interior“ für die Boeing 737-800 in Empfang nehmen konnte. Die neue Innenausstattung bringt zahlreiche Komfortausstattungen mit, zugleich ist der Kabinenbereich deutlich leiser. Um die Lärmbelastung der Flughafenanwohner zu reduzieren, arbeitet TUIfly zudem mit Fluglärmschutzkommissionen zusammen. Eine Verbesserung, die der Kunde nicht unmittelbar bemerkt, sind effiziente Karbonbremsen, die das Gewicht eines Flugzeugs um ca. 350 Kilogramm reduzieren. Die im Geschäftsjahr 2010/11 neu eingeführten Flugzeuge konnten somit insgesamt über 130.000 kg CO₂ einsparen. Karbonbremsen werden auch bei den anderen TUI Fluggesellschaften eingesetzt bzw. nachgerüstet.

TUI beteiligt sich aktiv an Forschungsprojekten, um alternative Treibstoffe für den Flugbereich zu entwickeln. Aus Sicht des Konzerns sind die Biotreibstoffe der zweiten Generation – hier steht der Anbau der Pflanzen nicht in Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion – dabei besonders wichtig. Die TUI Travel PLC ist Mitglied bei SAFUG (Sustainable Aviation Fuel Users Group), einer Initiative, in der sich eine Vielzahl global operierender Airlines das Ziel gesetzt haben, den Einsatz und die Verbreitung von Biotreibstoff im Luftverkehr voranzutreiben. Darüber hinaus ist TUI Travel Mitglied der Vereinigung „Sustainable Aviation“ in Großbritannien, um den britischen Luftverkehr nachhaltiger zu gestalten. Auch in der im Sommer 2011 in Deutschland gegründeten Initiative aireg (Aviation Initiative for Renewable Energy in Germany) setzen sich Forschungseinrichtungen, Fluggesellschaften und Bioenergieproduzenten dafür ein, den Einsatz von Biotreibstoff zu fördern. TUIfly ist dieser Initiative als Gründungsmitglied beigetreten und hat den Vorsitz des Arbeitskreises Kraftstoffnutzung inne.

Mehr als

30

Maßnahmen für den Klimaschutz

Die TUI Fluggesellschaften Corsairfly, Thomson Airways und TUIfly sind Partner des von der Europäischen Union geförderten Forschungsprojekts Clean Sky. Im Rahmen des Projektmoduls CARING (Contribution of Airlines for the Reduction of Industry Nuisances and Gases) erarbeiten die beteiligten Airlines gemeinsam mit Wissenschaftlern und Technikherstellern ein Modell zur Darstellung der Flugemissionen.

Im Oktober 2011 absolvierte Thomson Airways als erste britische Charter Airline einen kommerziellen Testflug von Birmingham nach Lanzarote, bei dem eine Turbine zur Hälfte mit Biotreibstoff aus gebrauchtem Speiseöl betankt wurde. Ab dem Jahr 2012 wird Thomson Airways auf dieser Flugstrecke regelmäßig diesen **Biotreibstoff** einsetzen (→ siehe Magazin, Das summiert sich, Seite 13).

Nach Beschlussfassung der Europäischen Union wurde der Luftverkehr ab 2012 in den europäischen Emissionshandel (EU ETS) einbezogen. Die Fluggesellschaften des TUI Konzerns erfüllen die neuen gesetzlichen Bestimmungen. Im Jahr 2010 ist die erste Phase der Berichtspflicht für die in den Emissionshandel miteinbezogenen Luftverkehrsgesellschaften beendet worden. Über das gesamte Kalenderjahr 2010 mussten die TUI Airlines ihre geflogenen Tonnenkilometer und die CO₂-Emissionen erfassen. Anschließend wurden im Frühjahr 2011 alle Daten und Berichte der TUI Airlines durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC geprüft und erfolgreich testiert. Die Fluggesellschaften im TUI Konzern haben auf diesem Weg ihre vollständigen und verifizierten Berichte fristgerecht bei den Behörden eingereicht. Abschließend wurden die konsolidierten Daten aller Fluggesellschaften durch die nationalen Behörden an die Europäische Kommission übermittelt. Ende September 2011 erfolgte durch die Europäische Kommission die Festsetzung der Benchmark-Faktoren; sie sind die Berechnungsgrundlage für die Zuweisung von Zertifikaten. Diese Zertifikate berechtigen die Airlines, bestimmte Mengen CO₂ zu emittieren. Fluggesellschaften, die ihre zugeteilten Emissionsmengen überschreiten, müssen an den Börsen künftig entsprechende Zertifikate

nachkaufen. Die Maßnahmen zur Emissionsminderung bei den TUI Airlines stellen in diesem Zusammenhang einen wichtigen Hebel dar, um die zukünftige Entwicklung zu steuern.

Kreuzfahrten

Eine drängende Herausforderung ist der Ausstoß von Ruß-, Schwefel- und Stickoxidemissionen auf den Kreuzfahrtschiffen. Die Pläne für eine neue Generation von Schiffen werden gerade entworfen. Wir setzen darauf, dass dadurch die Auszeichnung „Dinosaurier des Jahres 2011“ vom NABU (Naturschutzbund Deutschland) die letzte ihrer Art sein wird. Als Mitglied der International Association of Antarctica Tour Operators (IAATO) und der Association of Arctic Expedition Cruise Operators (AECO) führen Hapag-Lloyd Kreuzfahrten und Quark Expeditions alle arktischen und antarktischen Reisen gemäß den Richtlinien dieser Verbände durch. Zum Schutz der sensiblen polaren Gewässer setzen die Kreuzfahrtschiffe der TUI Diesel statt Schweröl als Treibstoff ein und sind dazu angehalten, Diesel auch in anderen Gewässern zu bevorzugen. Durch Sensibilisierung von Kunden und Crew sowie den Einsatz effizienter Technologien an Bord arbeitet der TUI Konzern daran, die Kreuzschiffahrt umweltverträglicher zu machen.

Für Emissionen, die sich nicht vermeiden lassen, bietet Hapag-Lloyd Kreuzfahrten Kunden die Möglichkeit, die Emissionen der Schiffsreise zu kompensieren. Zusammen mit der deutschen Organisation atmosfair wurde ein Klimarechner entwickelt, der verschiedene Parameter – wie zum Beispiel die Kabinenkategorie und die Aufenthaltsdauer an Bord – abfragt und anschließend den Klimafußabdruck der Reise ermittelt.

Seit Sommer 2011 bietet der Hausbootspezialist Le Boat seinen Kunden umweltfreundliche Hausboote mit Hybridtechnologie an. Die Boote werden von einem Dieselmotor mit geringen CO₂-Emissionen und Solarenergie angetrieben. Zur Beleuchtung an Bord werden energiesparende LEDs eingesetzt und die elektronischen Toilettenspülungen senken den Wasserverbrauch erheblich. In den nächsten Jahren werden weitere Hybridboote in das Portfolio aufgenommen.



Hapag-Lloyd Emissionsrechner
<http://www.hlkf.de/redwork/do.php?layoutid=1006&node=334145&language=1>

TUI Hotels & Resorts

Klimaschutz ist nicht nur in der Luft und auf dem Wasser ein wesentlicher Aspekt, sondern auch bei den TUI Hotels & Resorts. Seit Anfang 2012 bieten die deutschen DORFHOTELS und Iberotels den Kunden einen klimaneutralen Urlaub an. Durch vielfältige Maßnahmen zur Vermeidung und Verringerung von Emissionen senken die Hotels ihren CO₂-Fußabdruck erheblich. Emissionen, die sich nicht vermeiden lassen, werden über den Kooperationspartner myclimate durch zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert. Besonders zu erwähnen ist auch der ROBINSON Club Fleesensee. Hier wurde ein Blockheizkraftwerk installiert, das Strom und Wärme produziert und gleichzeitig CO₂-Emissionen und Betriebskosten einspart.

Am Standort

TUI geht mit gutem Beispiel im eigenen Haus voran: Seit 2009 werden nicht vermeidbare Emissionen von Flugdienstreisen der TUI AG über die Stiftung myclimate kompensiert. Im Geschäftsjahr 2010/11 wurden bei der TUI AG so insgesamt 308 Tonnen Kohlendioxid neutral gestellt. Auch andere Beteiligungsgesellschaften, wie TUI Deutschland oder TUIfly, kompensieren die Emissionen, die durch Dienstreisen per Flugzeug entstehen.

Durch den Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien tragen die TUI Beteiligungsgesellschaften dazu bei, auch die indirekten Emissionen zu senken. Die Stromversorgung von rund 750 Standorten des Reisebürovertriebs der deutschen TUI Reisecenter erfolgt zum Beispiel über die NaturEnergie AG. Viele Niederlassungen und Reisebüros von TUI Nordic in Skandinavien und über 200 Reisebüros in Großbritannien beziehen ihren Strom aus

regenerativen Energiequellen. Um ihren Verbrauch auszuwerten und daraus konkrete Maßnahmen zur Einhaltung der rechtlichen Anforderungen des in Kraft getretenen Carbon Reduction Commitment abzuleiten, haben 85% der britischen Reisebüros automatische Stromzähler installiert. Mit einem guten Ergebnis: Das daraus entwickelte und verbesserte Energiemanagement trug dazu bei, dass die Emissionen der Reisebüros von Thomson und First Choice um 8% im Geschäftsjahr 2009/10 gesenkt werden konnten.

Ein Projekt für die Zukunft war eine Feldstudie zu Elektromobilität, an der sich TUI 2011 am Standort der Konzernzentrale in Hannover beteiligt hat. Ein emissionsfreier Volkswagen Golf Blue-e-Motion wurde für Dienstfahrten im Nahbereich des Unternehmens eingesetzt. Durch die Teilnahme an dieser Studie konnte TUI wertvolle Daten über nachhaltige Mobilität und Elektroantriebe sammeln.

Kundeneinbindung

Zum Mitmachen motivieren ist ein weiterer Weg, um CO₂-Emissionen zu kompensieren: Verschiedene Gesellschaften des TUI Konzerns bieten ihren Kunden die Möglichkeit, durch freiwillige Spenden die CO₂-Emissionen des Flugs oder der gesamten Reise zu kompensieren. Die Klimainitiative des Reiseveranstalters TUI Deutschland ermöglicht den Kunden die Emissionen der gesamten Reise auszugleichen.

TUI UK & Ireland sowie die britischen Spezialreiseveranstalter der TUI Travel bieten ihren Kunden an, über den World Care Fund weltweit Nachhaltigkeitsprojekte zu unterstützen. Die Spendengelder werden anschließend

TUI Konzern

Kohlendioxidemissionen (CO ₂)	Einheit	2010/11 (Scope 1&2)	2009/10 (Scope 1&2)
TUI Travel	t	6.428.164	6.100.122
TUI Hotels & Resorts	t	374.423	421.091
Kreuzfahrten	t	224.280	186.918
Sonstiges	t	2.575	10.676
Gesamt	t	7.029.441	6.718.806

TUI Airlines

	Einheit	2010/11 (Scope 1&2)	2009/10 (Scope 1&2)
Kohlendioxid (CO ₂) – absolut	t	5.467.814	5.260.500
Kohlendioxid (CO ₂) – spezifisch	kg/100 pkm	7,59	7,61
Stickoxid (NO _x) – absolut	t	34.749	35.367
Stickoxid (NO _x) – spezifisch	g/100 pkm	48,23	51,14
Kohlenmonoxid (CO) – absolut	t	1.639	1.604
Kohlenmonoxid (CO) – spezifisch	g/100 pkm	2,28	2,32
Kohlenwasserstoff (HC) – absolut	t	158	168
Kohlenwasserstoff (HC) – spezifisch	g/100 pkm	0,22	0,24

(pkm = Passagierkilometer)

von TUI aufgestockt und fließen in ökologische und soziale Projekte, die von der Travel Foundation und der britischen Organisation Carbon Neutral aufgesetzt werden. Bisher konnten so über 10 Mio. € für Nachhaltigkeitsprojekte eingenommen werden.

In Kooperation mit der Deutschen Bahn AG und dem Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) bietet TUI Deutschland seit vielen Jahren einen Anreiseservice für ihre Kunden. Bei jeder TUI Pauschalflugreise ist zur An- und Abreise zu und von deutschen Flughäfen eine Fahrkarte der Deutschen Bahn innerhalb des deutschen Streckennetzes inklusive. Darüber hinaus dürfen auch alle öffentlichen Verkehrsmittel in zwölf großen deutschen Verkehrsverbänden genutzt werden. TUI Kunden wird so eine bequeme, kostengünstige und klimaschonende Alternative zur Anreise mit dem Auto eröffnet. Zugleich werden Zubringerflüge innerhalb Deutschlands vermieden.

Bei der Darstellung der CO₂-Emissionen im Konzern werden sowohl Scope 1- als auch Scope 2-Emissionen betrachtet. Scope 1-Emissionen sind alle direkten Emissionen, die durch die eigene Geschäftstätigkeit entstehen, wie beispielsweise die Verbrennung von Kerosin in Flugzeugen. Scope 2 bezeichnet indirekte CO₂-Emissionen, die bei der Erzeugung von Strom, Fernwärme oder Kühlung anfallen.

Im Geschäftsjahr 2010/11 haben sich die Gesamtemissionen von TUI um 4,6% gegen-

über dem Vorjahr erhöht. Der Anstieg der Emissionen bei TUI Travel um 5,4% beruht vornehmlich auf einer Steigerung der Flugzyklen bei den TUI Airlines. Durch die Inbetriebnahme der Mein Schiff 2 bei TUI Cruises sind die absoluten Emissionen im Kreuzfahrtbereich um knapp 20% gestiegen. Der Rückgang der Emissionen im Bereich TUI Hotels & Resorts um 11% gegenüber dem Vorjahr beruht auf dem konzerninternen Verkauf der Magic Life-Gruppe an die TUI Travel PLC sowie Effizienzmaßnahmen und Ressourceneinsparungen. Der politische und gesellschaftliche Umbruch in Ägypten führte im Geschäftsjahr 2010/11 zu einem Rückgang des Nilkreuzfahrtgeschäfts und folglich zu einer Reduzierung der sonstigen CO₂-Emissionen im TUI Konzern um über 75% gegenüber dem Vorjahr.

Trotz eines Anstiegs der absoluten Emissionen von Kohlendioxid und Kohlenmonoxid, die vornehmlich auf einer Ausweitung der Geschäftstätigkeit beruhen, gibt es bei den spezifischen Emissionen Effizienzsteigerungen. Die absoluten Emissionen werden dabei zur besseren Vergleichbarkeit mit einer passenden Größe in Beziehung gesetzt. So zeigt sich bei den TUI Airlines, dass die spezifischen Emissionen von 7,61 Kilogramm (kg) pro 100 Passagierkilometer (pkm) auf 7,59 kg/100 pkm im Geschäftsjahr 2010/11 gesunken sind. Auch bei den anderen Emissionsarten, deren Aufkommen in Abhängigkeit von Flugzeug- und Triebwerkstyp stehen, sind die spezifischen Ausstöße in den beiden vergangenen Geschäftsjahren gesunken.

10 Mio. €
Spenden für Klima-
schutzprojekte

Kreuzfahrten

	Einheit	2010/11	2009/10
Kohlendioxid (CO ₂) – spezifisch	kg/100 pnm	83,7	95,4

(pnm = Passagierseemeile)

Eine bessere Routenplanung und hohe Auslastungsgrade, insbesondere bei der neu in Betrieb genommenen Mein Schiff 2, führten zu einem Rückgang der spezifischen CO₂-

Emissionen um 12,3% auf 83,7 Kilogramm (kg) pro 100 Passagierseemeilen (pnm) gegenüber dem Vorjahr.

TUI Hotels & Resorts

	Einheit	2010/11	2009/10
Kohlendioxid (CO ₂) – spezifisch	kg/Übernachtung	11,0	11,7

Die spezifischen Emissionen von TUI Hotels & Resorts sanken im Geschäftsjahr 2010/11 um knapp 6% gegenüber dem Vorjahr. Der Grund

dafür liegt in der effizienteren Nutzung von Ressourcen in den Hotelbetrieben.

TUI AG

	Einheit	2010/11	2009/10
Kohlendioxid (CO ₂) der TUI AG Flugdienstreisen	t	308	287
Kohlendioxid (CO ₂) der TUI AG Flugdienstreisen pro Mitarbeiter	kg/Mitarbeiter	2.257	2.154

Die Kohlendioxidemissionen der Flugdienstreisen von TUI stiegen im Geschäftsjahr 2010/11 sowohl absolut als auch relativ pro Full Time Equivalent (FTE). Dieser Anstieg beruht vor-

nehmlich auf der Ausweitung der Geschäftstätigkeit des Konzerns auf Märkte wie Russland, China und Indien, mit denen auch längere Flugstrecken verbunden sind.

TUI Airlines

	Einheit	30.9.2011	30.9.2010
Flugzeuge	Anzahl	145	142
Durchschnittsalter	Jahre	9,8	10,2
Flugzyklen	in Tsd.	132,0	128,3

Aufgrund des kontinuierlichen Austauschs von alten gegen neue, effizientere Flugzeuge sank das Durchschnittsalter der Flotte auf 9,8 Jahre.

Zusätzlich vergrößerte sich die Flotte um drei weitere Flugzeuge.

Kreuzfahrten

	Einheit	30.9.2011	30.9.2010
Schiffe	Anzahl	6	5
Durchschnittsalter	Jahre	16,0	15,4
Betten	Anzahl	5.028	3.116

Durch die Inbetriebnahme der Mein Schiff 2 bei TUI Cruises erhöhte sich im Geschäftsjahr

2010/11 die Kapazität auf 5.028 Betten bei den Kreuzfahrten.

TUI Hotels & Resorts

	Einheit	30.9.2011	30.9.2010
Hotels	Anzahl	248	261
Betten	Anzahl	157.283	169.951

Die Anzahl der Hotels und Bettenkapazitäten im Portfolio von TUI Hotels & Resorts sank im Geschäftsjahr 2010/11 gegenüber dem Vorjahr. Grund dafür ist der konzerninterne Verkauf der Magic Life-Gruppe an die TUI Travel.

Ressourceneffizienz

Den Verbrauch knapper werdender Rohstoffe und Energieträger kontinuierlich und konsequent zu senken, ist das Ziel des TUI Ressourcenmanagements. Verbrauch und Kosten lassen sich an vielen Stellen einsparen.

Energiemanagement

Die Nutzung fossiler Energieträger trägt erheblich zum Klimawandel und zu den Kosten bei – der effiziente Einsatz von Energie bei den TUI Beteiligungsgesellschaften ist also von großer Bedeutung. Die erneuerbaren Energien können einen wichtigen Beitrag leisten.

Der Großteil des Energieeinsatzes erfolgt im Flugbetrieb der TUI Airlines. Die Fluggesellschaften des TUI Konzerns haben sich ein aus über 30 Einzelmaßnahmen bestehendes Programm verordnet. Flugplanung, Flugbetrieb und Technik sind die Bereiche, in denen deutliche Energieeinsparungen erzielt werden. Dazu gehören verbesserte Prozesse und Abläufe,

zum Beispiel bei der Flugplangestaltung und bei effizienteren Abflug- und Landeverfahren.

TUI Hotels & Resorts setzen auf differenzierte Maßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz: Hotels besitzen Hauptschalter oder Unterbrecherkontakte in den Gästezimmern, so dass Klimatisierung und Beleuchtung nicht unnötig in Betrieb sind. Auch Bewegungsmelder in Fluren und öffentlichen Räumen sowie Lichtsensoren zur Beleuchtung in Gartenanlagen tragen dazu bei, Energie zu sparen. Durch Energiesparleuchten und LED-Technologie in den Hotelanlagen und auf den Zimmern wird der Energieverbrauch weiter deutlich gesenkt.

Technische Anlagen, beispielsweise zur Wärmerückgewinnung bei Kälteanlagen, und die Installation von Blockheizkraftwerken erhöhen die Energieeffizienz in den entsprechenden Hotels. Besonders hervorzuheben ist das Iberotel Sarigerme Park. Es nutzt zur Klimatisierung „Variable Refrigerant Volume“, eine moderne Technologie, bei der – im Gegensatz zu herkömmlichen Wasser- und Luftkühlungssystemen – die gewünschte Wärme- und Kälteenergie schnell und präzise dezentral vor Ort freigesetzt wird. Der Energiebedarf, die CO₂-Emissionen und auch die Energiekosten sind durch diese Maßnahme signifikant gesunken.

1.500

Megawattstunden
Sonnenenergie

Zahlreiche Clubs und Hotels im Portfolio von TUI Hotels & Resorts beziehen Energie aus regenerativen Quellen. Die ROBINSON Clubs in Spanien und Portugal generieren über ihre Sonnenkollektoren und Photovoltaikanlagen jährlich über 1.500 Megawattstunden, die im Sommer bis zu 85% des Warmwassers erzeugen. Auch der griechische ROBINSON Club Daidalos auf Kos generiert mit einer Photovoltaikanlage einen Großteil seines Strombedarfs. Ein besonderer „Sonnenanbeter“ ist der ROBINSON Club Agadir: Er nutzt eine 900 m² große Solaranlage zur Warmwassererzeugung in den Gebäuden und beim Pool und betreibt damit die größte Hotel-Solaranlage Marokkos. Darüber hinaus setzen viele ROBINSON Clubs in Österreich und der Schweiz auf Energieerzeugung durch Biomasse. Der ROBINSON Club Alpenrose Zürs ist seit November 2010 an das lokale Nahwärmenetz des Biomasse-Heizwerk Zürs angeschlossen und bezieht 100% der Leistung für Warmwasser und Heizung darüber. Jährlich werden etwa 10.000 Schüttraummeter Hackgut und Rinde verbrannt, die ausschließlich aus der heimischen Sägeindustrie und Holzwirtschaft stammen. Damit wird jährlich gut 1 Million Liter Öl substituiert und eine nachhaltige Luftverbesserung sowie eine nachhaltige Stärkung der heimischen Wirtschaft gewährleistet.

Auch durch architektonische Maßnahmen kann die Energieeffizienz gesteigert werden. Im Blue Village Hotel Atlantica Aegean Park auf Rhodos senken moderne Bautechniken und das Design der Gebäude den Energieverbrauch auf 7,5 kWh pro Gast und Übernachtung – mehr als 50% unter dem Durchschnitt vergleichbarer Hotels. Effiziente Dämmung von Dächern, Wänden und Fenstern sowie die Klimatisierung durch kühles Gebirgswasser tragen ebenfalls zur verbesserten Umweltleistung des Hotels bei.

Das Iberotel Fleesensee setzt ebenfalls auf Möglichkeiten vor Ort und verwendet Seewasser für eine effiziente Klimatisierung. Eine Rückkühlungsanlage und schädliche Kältemittel sind so überflüssig. Gleichzeitig wird die benötigte Energiemenge reduziert und der CO₂-Ausstoß gesenkt. Über eine auf dem Dach installierte Solaranlage wird ein Großteil der Energie zur Warmwassererzeugung für das Hotel gewonnen.

Zur Steigerung der Energieeffizienz bei eigenen Hotels und Vertragshotels gründete der

Reiseveranstalter TUI Deutschland die Energieberatungsfirma blueContec. Bei Besichtigungen der Hotels werden Energieverbräuche der letzten Jahre analysiert, um Einsparpotenziale zu identifizieren. Anhand dieser Auswertung können Hoteliers anschließend gezielt Maßnahmen umsetzen, um Energie, Emissionen und Kosten zu senken.

In den Niederlanden erfüllt das neuerbaute Hauptverwaltungsgebäude von TUI Niederland mit den Kriterien des BREEAM Excellent Standard höchste Umwelthanforderungen.

Die Kreuzfahrtgesellschaften der TUI setzen auf Schiffe mit moderner Umwelttechnologie. Die Flotte von TUI Cruises wird 2014 um einen Neubau ergänzt, bei dem bereits in der Planungsphase Umweltschutztechnologien berücksichtigt werden, um die Treibstoffeffizienz weiter zu verbessern. Bei Hapag-Lloyd Kreuzfahrten ermöglichen effiziente Motoren einen umweltbewussten Einsatz verwendeter Treibstoffe. Darüber hinaus tragen die Anpassung der Fahrtgeschwindigkeit und ein effizientes Routenmanagement dazu bei, Energie zu sparen.

Als Eigentümer und Betreiber vieler Immobilien steht TUI oft vor der Frage, welches das wichtigste Kriterium beim Vergleich baulicher Alternativen ist: Sind Projekte mit den niedrigen Anschaffungskosten zu wählen oder andere mit günstigen Betriebs- und Lebenszykluskosten?

Um Entscheidungen dieser Art besser treffen zu können, ist TUI Mitglied im internationalen CILECCTA-Konsortium. Ziel des CILECCTA-Projekts ist die Entwicklung einer Software, mit der Bauprojekte bezüglich ihrer Nachhaltigkeit analysiert werden können. In diesem von der Europäischen Kommission geförderten Projekt arbeiten 17 Partner aus sieben europäischen Ländern zusammen. TUI stellt u. a. die Daten eines in Spanien gelegenen Resorts für die Softwareerprobung und -optimierung zur Verfügung.



www.cileccta.eu

Energieeinsatz (direkt und indirekt)

	Einheit	2010/11	2009/10
Energieeinsatz TUI Travel ^{*)}	TJ	93.203	88.458
davon Energieeinsatz der TUI Airlines	TJ	80.174	76.898
Energieeinsatz Kreuzfahrten	TJ	3.187	2.656
Energieeinsatz TUI Hotels & Resorts	TJ	3.398	3.749
Sonstiges	TJ	27	100
TUI Konzern	TJ	99.815	94.963

(TJ = Terajoule)

^{*)} Dies beinhaltet neben den Flug- auch die Hotel- und Kreuzfahrtaktivitäten der TUI Travel PLC. Darüber hinaus sind Verwaltungsgebäude und Aktivitäten in den Urlaubsländern erfasst.

Der Energieeinsatz im TUI Konzern stieg im Geschäftsjahr 2010/11 um 5,1% gegenüber dem Vorjahr. Die Gründe dafür liegen vor allem im Anstieg der Flugzyklen der TUI Airlines und

im damit verbundenen erhöhten Kerosinverbrauch sowie in der Inbetriebnahme der Mein Schiff 2 bei TUI Cruises.

Spezifischer Treibstoffverbrauch

	Einheit	2010/11	2009/10
TUI Airlines	l/100 pkm	3,00	3,00
Kreuzfahrten	l/pnm	0,28	0,32

(pkm = Passagierkilometer/pnm = Passagierseemeile)

Der spezifische Treibstoffverbrauch bei den TUI Airlines blieb im Geschäftsjahr 2010/11 auf konstant niedrigem Niveau. Die Kreuzschiffahrt verzeichnet einen Rückgang des spezifischen Treibstoffverbrauchs um über

12%. Diese Reduzierung ist das Ergebnis einer effizienteren Routenplanung und der hohen Auslastungsgrade insbesondere bei der neu in Betrieb genommenen Mein Schiff 2.

Spezifischer Stromverbrauch

	Einheit	2010/11	2009/10
TUI Hotels & Resorts	kWh/Übernachtung	17,2	18,7

Der spezifische Stromverbrauch der TUI Hotels & Resorts sank um 8% auf 17,2 kWh pro Übernachtung im Geschäftsjahr 2010/11. Die effizientere Nutzung von Elektrizität in den Häusern und Anlagen schlägt sich hier nieder.

Wasser

Wasser zählt zu den kostbarsten Ressourcen weltweit. In einigen Ländern der Welt, darunter auch vielen Urlaubszielen, übersteigt die Nachfrage das natürliche Vorkommen.

Aus diesem Grund will TUI mit Trinkwasser besonders schonend umgehen. Zahlreiche Maßnahmen – besonders im Bereich TUI Hotels & Resorts – tragen dazu bei, Wasser einzusparen und den Verbrauch pro Gast und Übernachtung kontinuierlich zu senken. In den Hotels werden die Kunden darüber informiert, wie sie selbst Wasser sparen können, z. B. durch den Handtuchwechsel auf Wunsch. Wassersparende Armaturen und Duschbrausen sowie Spartasten bei den Toiletten sind in den meisten Hotels Standard.

Im Jahr 2011 führte Thomson als weltweit erster Reiseveranstalter so genannte Waterpebbles ein. Diese Durchflussmessgeräte in den Hotelzimmern des Sencatori Hotels Teneriffa sind am Duschabfluss angebracht und weisen mit Lichtsignalen auf einen zu hohen Wasserverbrauch hin. Die Waterpebbles werden dem Gast am Ende des Urlaubs geschenkt, damit er sie auch zu Hause einsetzen und dadurch den eigenen Wasserverbrauch senken kann.

Für die Begrünung der Hotelanlagen verwenden viele Hotels regionaltypische Pflanzen, weil sie an die Umweltbedingungen und das jeweilige Wasseraufkommen ideal angepasst sind. Eine Tröpfchenbewässerung zu den nicht sonnenintensiven Tageszeiten hilft dabei,

wertvolles Wasser einzusparen. Die Riu Hotels nutzen darüber hinaus die Xeriscape-Anbau-technik, bei der zunächst bestimmte Faktoren wie z. B. klimatische Bedingungen, Lichtverhältnisse und Bodenbeschaffenheit untersucht werden, um anschließend eine entsprechend angepasste Bepflanzung vorzunehmen. Pflanzliche Schutzschichten, die ein Austrocknen der Böden und Erosion verhindern, tragen zu einem geringeren Bewässerungsbedarf bei und machen die Gärten attraktiv.

An Bord der Kreuzfahrtschiffe von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten und TUI Cruises geht man ebenfalls sorgsam mit Wasser um. Meerwasser wird gereinigt, entsalzt und aufbereitet, so dass es anschließend als Trinkwasser verwendet werden kann. Auch das Brauchwasser wird aufbereitet und findet in den Toiletenspülungen Verwendung.

Spezifischer Wasserverbrauch

	Einheit	2010/11	2009/10
Wassereinsatz TUI Hotels & Resorts	l/Übernachtung	475,6	493,5
Wassereinsatz Kreuzfahrten	l/Übernachtung	409,5	338,3

Der Wassereinsatz bei TUI Hotels & Resorts sank im Geschäftsjahr 2010/11 durch wassersparende Maßnahmen um 3,6% gegenüber dem Vorjahr. Darüber hinaus sind exogene Faktoren wie Niederschläge in den Urlaubsgebieten oder klimatische Veränderungen innerhalb des Betrachtungszeitraums zu berücksichtigen. Bei den Kreuzfahrten ist der Wassereinsatz leider gestiegen. Die Gründe dafür sind vielfältig und nicht eindeutig zuzuordnen. Zukünftig soll diesem Themenbereich bereits sowohl in der Erhebung der Daten als auch in der Analyse mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden.

Abfall

Ziele eines geregelten Abfallmanagementsystems sind, Ressourcen zu schonen und gleichzeitig die Umweltbelastungen und Kosten zu reduzieren sowie Abfälle in ein Kreislaufwirtschaftssystem rückzuführen. Die TUI Hotels & Resorts führen viele Maßnahmen durch, um das Abfallaufkommen zu senken. Im Fokus stehen dabei die Trennung von Wertstoffen, die Steigerung der Wiederverwertungsquote und die ordnungsgemäße

Entsorgung des unvermeidbaren Restmülls. Allerdings ist dieses Vorgehen auch von den lokalen Strukturen zur Abfallentsorgung und -aufbereitung in den Destinationen abhängig. TUI steht deshalb im stetigen Austausch mit den jeweiligen lokalen Organisationen und Regierungen, um gemeinsam Verbesserungen im Abfallmanagement zu erreichen.

Wesentliche Maßnahmen zur Abfallvermeidung sind in den Hotels der Einkauf von Waren aus lokaler Produktion und in Großgebinden sowie der verstärkte Einsatz von Pfandbehältern. GrecoTel erreichte dadurch eine Reduzierung von Einwegverpackungen um 80%. Seit 1994 wurden über 1,6 Millionen Glasflaschen benutzt. Riu Hotels verzichten auf Portionsverpackungen beim Buffet. In sieben Jahren wurden so über 295 Millionen Einzelpackungen eingespart – das entspricht über 4.700 Tonnen Plastikabfall. Unter dem Motto „Recycling Kreativ!“ entstehen in einigen ROBINSON Clubs Kunstwerke aus Abfall, die in den Ateliers präsentiert werden – natürlich mit der entsprechenden Aufklärung zur Abfallvermeidung.

1,6 Mio.
Glasflaschen seit 1994

Die am Meer gelegenen Hotels von TUI Hotels & Resorts führen regelmäßig „Beach Clean Up“-Aktivitäten mit Mitarbeitern und Gästen durch. Plastikabfälle stellen im Meer eine besonders hohe Gefahr dar, weil sie entweder direkt von Meerestieren gefressen werden können oder im Laufe der Zeit immer feiner zerrieben werden und so in die Nahrungskette gelangen.



Ein besonderer Urlaubstag: Urlauber helfen bei der Strandreinigung.

Der Bezug von Obst und Gemüse bei lokalen Partnern vermeidet unnötig lange Transportwege und zusätzliches Verpackungsmaterial. Aus diesem Grund richten unter anderem die DORFHOTELS ihre Gastronomie nach lokalen Besonderheiten aus. Auch die kretischen Grecotels beziehen frische Lebensmittel vor Ort: Die hauseigene Agreco Farm beliefert die Hotels mit biologisch angebautem Obst und Gemüse.



Sinnvoll und genussvoll: Obst aus der Region.

Die TUI Kreuzfahrtschiffe haben ebenfalls Abfallmanagementsysteme eingeführt. Entsprechend den internationalen Vorschriften zur Reinhaltung der Weltmeere wird der gesamte Abfall an Bord getrennt und für das Recycling an Land aufbereitet. Rund 55% des Abfalls werden an Land entsorgt, der Rest wird in effizienten Müllverbrennungsanlagen thermisch verwertet.

Bei TUI Hotels & Resorts konnte das Abfallaufkommen konstant auf dem Vorjahresniveau von 1,4 Kilogramm pro Übernachtung gehalten werden.

Papier

Um den Einsatz von Papier zu senken, setzt TUI zunehmend auf digitale Medien und Kommunikationswege. Der klassische Reisekatalog wird immer stärker durch Online-Angebote ergänzt bzw. ersetzt. Auf diesem Weg kann der Einsatz von Papier in der Katalogproduktion gesenkt werden. Um diesen Trend zu fördern, wird die Gestaltung und das Design von Katalogen bei den TUI Reiseveranstaltern laufend überprüft. So verringerte beispielsweise TUI UK & Ireland im Geschäftsjahr 2009/10 das Papieraufkommen für Kataloge um 5%. TUI Ski führte darüber hinaus in Reisebüros die elektronische Zusendung von Rechnungen ein. Durch diese Maßnahme spart das Unternehmen u. a. jährlich Kosten in Höhe von mehr als 100.000 € ein.

TUIfly nutzt als eine der weltweit ersten Airlines das „Electronic Flight Bag System“. Das neue System erleichtert den Piloten die Flugvorbereitung erheblich, da alle relevanten Informationen für eine optimale Flugdurchführung, wie beispielsweise Wetterdaten, Anflugkarten und Kerosinberechnung, digital

Spezifisches Abfallaufkommen

	Einheit	2010/11	2009/10
Abfallaufkommen TUI Hotels & Resorts	kg/Übernachtung	1,4	1,4

zur Verfügung stehen. Dadurch sind bedruckte Dokumente, Handbücher und Landkarten nicht mehr nötig. Gleichzeitig können Papier- und Verwaltungskosten gesenkt werden.

Biodiversitätsstrategie

Tourismus ist wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig auf eine intakte Natur und Umwelt angewiesen. Gleichzeitig beeinflussen unsere Aktivitäten entlang der touristischen Wertschöpfungskette die biologische Vielfalt am Standort und in den gastgebenden Ländern. Die strategische Zielsetzung des TUI Konzerns ist deshalb die dauerhafte „InWertsetzung“ von biologischer Vielfalt als Natur-Kapital der Urlaubsregionen und damit der natürlichen Grundlagen des Tourismus – heute und für zukünftige Generationen.

TUI fördert durch umweltpolitische Arbeit die Meinungsbildung bei den Entscheidungsträgern in den Destinationen im Sinn der „InWertsetzung“. Durch Modellprojekte, Kooperationen und eigenes Engagement zeigt der Konzern, dass die nachhaltige touristische Entwicklung einen wertvollen Beitrag zum Erhalt der Biodiversität leisten kann.

Zur systematischen Erfassung der Auswirkungen touristischer Aktivitäten auf die biologische Vielfalt in den Urlaubsregionen hat TUI 2011 gemeinsam mit dem Global Nature Fund (GNF) einen Biodiversitäts-Check durchgeführt. Basierend auf dem Handbuch Biodiversitätsmanagement der „Biodiversity

in Good Company“ Initiative wurden erstmals alle Funktionsbereiche – von Management, Einkauf, Beschaffung, Produktgestaltung und Mobilität bis zum Marketing – auf ihre Auswirkungen auf die Biodiversität überprüft.

Die Ergebnisse dieser Analyse werden Schritt für Schritt mit den entsprechenden Geschäftsbereichen im TUI Konzern diskutiert und dann die entsprechenden Maßnahmen abgeleitet. So werden beispielsweise zunehmend bereits in der Phase der Produktgestaltung verschiedene Biodiversitätsaspekte in die Konzeption der Ausflugsangebote und in die ökologische Gestaltung von Hotelgrundstücken mit einbezogen. Der Biodiversitäts-Check ergänzt so das bei TUI etablierte alljährliche Monitoring von Hotels, Beteiligungen und Destinationen zur Erfassung von Nachhaltigkeitsaspekten entlang der touristischen Wertschöpfungskette.

Im Rahmen der Europäischen Business and Biodiversity Campaign beteiligte sich TUI auch an der Entwicklung von Biodiversitätsindikatoren zur qualitativen und quantitativen Erfassung von biologischer Vielfalt und ihrer Entwicklung im touristischen Einflussbereich. Die Indikatoren beziehen sich beispielsweise auf die Reichweite der Aufklärungsmaßnahmen und die Evaluierung der Schutzmaßnahmen, die von Gesellschaften der TUI mit Kooperationspartnern durchgeführt werden. Die Ermittlung des Flächenbedarfs mit hoher Biodiversität im Hotelbereich und die Erhebung des Anteils an biodiversitätsfreundlichen Produkten im Restaurantbetrieb sollen das



„InWertsetzen“

... heißt kurzgefasst „Schützen durch Nützen“. Was auf den ersten Blick wie ein Widerspruch aussieht, ist bei näherer Betrachtung ein so einfaches wie wirkungsvolles Prinzip: TUI nutzt zum Beispiel die Nationalparks in Kenia als touristische Ziele. Gleichzeitig werden Einnahmen vor Ort für deren Schutz verwendet. Der Begriff „InWertsetzung“ – von der TUI mit etabliert – wird mittlerweile übrigens nicht nur von der Tourismusbranche, sondern auch von NGOs genutzt.



„Schützt die Umwelt“: In mehr als 100 Projekten setzt sich TUI für den Schutz biologischer Vielfalt ein

Indikatorenset ergänzen. TUI arbeitet jetzt an der Implementierung der Indikatoren und an der Einführung von systematischen Prozessen zur Erfassung von Biodiversitätsauswirkungen.

Als Mitglied des Evaluierungskomitees der „Europäischen Charta für Nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten“ (EUROPARC) setzte TUI im Geschäftsjahr 2010/11 ihre Mitarbeit bei der Umsetzung von Standards zur nachhaltigen touristischen Nutzung von europäischen Schutzgebieten fort. Schutzgebietsverwaltung, Tourismusanbieter und Reiseveranstalter verpflichten sich freiwillig, ein gemeinsames Aktionsprogramm zu erarbeiten und anzuwenden, um eine touristische

Entwicklung im Einklang mit einem nachhaltigen Management der natürlichen Ressourcen voranzutreiben.

Aktivitäten zum Erhalt biologischer Vielfalt

Bewusstseinsbildung bei Mitarbeitern, Kunden und Vertragspartnern

TUI unterstützt die Artenschutzkampagnen der Vereinten Nationen, um am eigenen Standort und in den gastgebenden Ländern Kunden, Mitarbeiter, Vertragspartner und die lokale Bevölkerung für einen verantwortungsvollen Umgang mit Flora und Fauna zu sensibilisieren.



www.europarc.org



Handlungsziele der TUI Biodiversitätsstrategie

1. Um die effektive Integration des Artenschutzes in die Geschäftsabläufe voranzutreiben, analysieren wir weiterhin systematisch unsere geschäftlichen Aktivitäten in Bezug auf ihre Auswirkungen auf die biologische Vielfalt.
2. Im Zuge der Ableitung der vordringlichsten Schutzmaßnahmen definieren wir geeignete Indikatoren und entwickeln diese im internen Diskurs und mit externen Partnern weiter.
3. Der Konzernbereich Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung steuert alle Aktivitäten im Bereich Biodiversität und berichtet direkt dem Vorstand. Es bestehen bereits vielfältige Ansätze und konkrete Beispiele für erfolgreiche Artenschutzprojekte und weiterführende Umweltschutzmaßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Unser zukünftiger Fokus liegt darauf, diese Initiativen zusammenzuführen, abgeleitete Erfahrungen systematisch aufzubereiten und Best Practice-Beispiele konzernweit voranzutreiben.
4. Im Code of Conduct der TUI AG ist das Bekenntnis zum Erhalt der natürlichen Artenvielfalt festgeschrieben worden. Daraus resultierend legen wir Handlungs- und Qualitätsziele fest, die konzernweit in Maßnahmen umgesetzt werden.
5. Durch eine regelmäßige Überprüfung unserer Zielerreichungen und deren umfassende interne und externe Kommunikation, u. a. im Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht sowie über unsere Website www.tui-nachhaltigkeit.de, wollen wir die Effektivität unserer Schutzmaßnahmen kritisch hinterfragen und Bewusstseins- und Vertrauensbildung bei unseren Kunden, Mitarbeitern und Partnern erreichen.
6. Unsere Vertragspartner entlang der Wertschöpfungskette werden kontinuierlich für die Belange des Artenschutzes sensibilisiert und schrittweise in unsere Zielsetzungen eingebunden.
7. Wir greifen auf die Expertise von Forschung und Wissenschaft sowie Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen zurück und bauen so unsere Kompetenz weiter aus.

Internationales Jahr der Biodiversität

Zum Internationalen Jahr der Biodiversität 2010 startete TUI eine Aufklärungskampagne, um die Bedeutung der biologischen Vielfalt in den Urlaubsregionen und vor allem die globalen Folgen ihres Verlusts in das Bewusstsein zu rücken.

In Kooperation mit dem Bundesamt für Naturschutz (BfN) wurde das Kindermagazin „Kinatschu im Urlaub“ entwickelt, um schon die jüngsten TUI Kunden spielerisch an das Thema „Artenschutz im Urlaub“ heranzuführen. Das Magazin, in dem neben Geschichten und Interviews zum Schildkröten- und Korallenschutz auch Spiel- und Bastelideen in und mit der Natur zu finden sind, wurde in TUIfly Maschinen, auf Kreuzfahrtschiffen von TUI Cruises und in den deutschsprachigen TUI Kinderclubs verteilt. Gleichzeitig nahmen die Kinderclubs das Thema Artenschutz in ihr Animationsprogramm auf und entwickelten themenbezogene Spiele, Basteleien und Wissenstests für alle Altersgruppen.

Der im Rahmen der Biodiversitätskampagne gemeinsam mit dem BfN entwickelte Souvenirrätgeber „Der kleine TUI Artenschützer“ wird seit 2010 auch in englischer Sprache angeboten. Die erfolgreiche Kooperation von TUI und BfN – „Artenschutz im Urlaub“ – wurde 2011 als „Ausgewählter Ort im Land der Ideen“ von der Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ ausgezeichnet. Damit ist TUI einer von 365 Preisträgern, die jedes Jahr durch diese gemeinsame Initiative von Bundesregierung und deutscher Wirtschaft prämiert werden. Die Auszeichnung unter Schirmherrschaft des Bundespräsidenten wird an Projekte und Initiativen verliehen, die für die Innovationskraft und Zukunftsfähigkeit Deutschlands stehen.

DORFHOTEL und Iberotel arbeiteten ebenfalls mit dem BfN zusammen und beteiligten sich beim bundesweiten Wandertag „Gemeinsam wandern – Deutschlands Vielfalt erleben!“. Die Naturerlebnisausflüge wurden von Naturschutzorganisationen begleitet und führten in die nähere Umgebung der Hotelstandorte von Sylt, Boltenhagen und Fleesensee.



Das Kindermagazin Kinatschu „im Einsatz“.

leben.natur.vielfalt

 der Wandertag



Gewinnerbild aus dem Wettbewerb.



TAG DER ARTENVIelfALT

2010

Liebe Gäste,

wie ihr vielleicht schon aus den Medien erfahren habt, wurde das Jahr 2010 durch die Vereinten Nationen zum "Internationalen Jahr der biologischen Vielfalt" erklärt. Damit sollen die Bedeutung der biologischen Vielfalt sowie die Folgen ihres Verlustes stärker in das politische und öffentliche Bewusstsein rücken.

Der Schutz der biologischen Vielfalt ist kein Luxus. Erhalten wir die Natur und ihre Artenvielfalt, sichern wir auch uns langfristig unsere Existenz- und Wirtschaftsgrundlagen.

Seit 20 Jahren engagiert sich die TUI für den Artenschutz in Urlaubsregionen. Mit den folgenden Aktionen möchten wir heute gemeinsam mit euch diesen besonderen Tag feiern.

Programm vom Samstag, 22.05.2010:

10:00 h	Radtour zur Cala Mondragó (Informationen siehe Rückseite)
10:00-12:00 h	ROBY CLUB Minis (3-6 Jahre): "Entdecker"-Rallye durch den Club Maxi Kids (6-13 Jahre): "Land Art" am Strand
11:00 h	Gartenwanderung mit Jessica und Oli - Treffpunkt: Placa Major
14:30-15:15 h	Clean-up Aktion - Treffpunkt: Placa Major
16:00h	Tiergeräusche JeKaMi auf der Poolterrasse
16:00h	Bootstour mit Schnorcheln (Informationen siehe Rückseite)
16:00-18:00 h	ROBY CLUB - Malwettbewerb für Minis und Maxi Kids
19:30-21:00 h	ROBY CLUB - Kinoabend mit dem Film „Findet Nemo“

Wir freuen uns über eine zahlreiche Teilnahme an den Aktionen und über euer Interesse.

Volles Programm für den Artenschutz.

Den Tag der Artenvielfalt nutzte das Iberotel Sarigerme Park in der Türkei, um eine Umweltkonferenz zu veranstalten, auf der sich Wissenschaftler und Vertreter von Naturschutzorganisationen über Natur- und Artenschutz der Region austauschten. Das zentrale Thema der Tagung waren Schutzkonzepte für die biologische Vielfalt in türkischen Flüssen und Seen.

Internationales Jahr der Wälder und Year of the Bat

Das Jahr 2011 wurde durch die Vereinten Nationen zum „Jahr der Wälder“ erklärt. Zugleich widmete die Konvention zum Schutz wandernder Tierarten (CMS) das Jahr den bedrohten Fledermauspopulationen. TUI unterstützte beide Kampagnen und verknüpfte die Inhalte, weil Schutzmaßnahmen für Wälder gleichzeitig auch den Lebensraum von bedrohten Tierarten sichern.

Die TUI Kinderclubs bauten die Themen Wald- und Fledermausschutz mit zahlreichen Ideen im Kinderanimationsprogramm ein. Mehr als 30 Hotelanlagen stellte TUI Bausätze für Fledermauskästen zur Verfügung, um diese an einem Aktionstag gemeinsam mit Gästen zusammensetzen und auf dem Hotelgelände zu platzieren. Ein schöner Nebeneffekt: Fledermäuse tragen maßgeblich zur natürlichen Insektenbekämpfung bei.



Die TUI Hotelmarke DORFHOTEL bot ihren Kunden 2011 ein themenbezogenes Aktivprogramm an, zu dem u. a. eine Natur-Rallye, ein Naturerlebnisparcours, Baumpflanzaktionen und geführte abendliche Wanderungen durch den Wald zählten.

Für die ROBINSON Clubs in Österreich, Schweiz und Deutschland wurde die Spielaktion „Die Wald-Ranger-Schule“ entwickelt. Weitere Aktivitäten der Clubs zum Jahr der Wälder waren die Anbringung von Nistkästen für einheimische Vogelarten, die Errichtung einer „Umweltmeile“ mit Infos für wandernde Hotelgäste und die Teilnahme am Bergwaldprojekt „Schutz – Wald – Mensch“, bei dem Freiwillige den Lebensraum Bergwald erleben und durch ihren forstwirtschaftlichen Arbeitseinsatz einen Beitrag zum Erhalt des Schutzwalds leisten.



Mal etwas anderes: Natur mit den Füßen fühlen.

8.000

Bäume gepflanzt

In Südeuropa unterstützt ROBINSON Aufforstungsprojekte als aktives Mitglied bei TEMA. Die türkische Stiftung setzt sich für den Kampf gegen Bodenerosion, für Aufforstung und den Schutz natürlicher Lebensräume ein und hat die „10-Milliarden-Eichen-Kampagne“ ins Leben gerufen. Allein der ROBINSON Club Nobilis pflanzte 2011 rund 8.000 Bäume. In Portugal fördert die Hotelmarke die Kampagne „The billion tree campaign – Growing Green“ des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP). Die Atlantica Hotels organisierten Baumpflanzaktionen und Strandreinigungsaktionen mit Kunden, Mitarbeitern und der lokalen Bevölkerung.

Schutz mariner Biodiversität

Meeresschildkröten

Meeresschildkröten gehören zu den seltenen und bedrohten Arten. In der Region Dalaman in der Türkei hat die TUI AG das Projekt „Reisende ohne Grenzen“ initiiert. In Kooperation mit der Nachhaltigkeitsinitiative Futouris werden Maßnahmen zum Schildkrötenschutz mit lokalen Kooperationspartnern und Hoteliers erarbeitet. Eines der Ziele ist es, Beispiellösungen zu entwickeln, die weltweit umgesetzt werden können. Die praktischen Schwerpunkte in der Region liegen im Aufbau einer Infrastruktur, die mehrere Schutzmaßnahmen vereint. So werden künftig die Nistbereiche und Eiablagezonen markiert

und die Kunden an den Hotelstränden entsprechend informiert. Die Hotelmanager und ihre Angestellten sind in das Projekt einbezogen und erhalten Schulungen zum Projekt und zum Strandmanagement. In Zusammenarbeit mit der Naturschutzorganisation MEDASSET, der Universität Pamukkale und den TUI Hotelpartnern der Region wurden gemeinsam Richtlinien für Schutzmaßnahmen entwickelt und beschlossen.

TUI unterstützt zudem die Kaptan June Sea Turtle Conservation Foundation, die von der engagierten Naturschützerin June Haimoff im türkischen Dalyan gegründet wurde. Die Stiftung engagiert sich für den Meeresschildkrötenschutz am Iztuzu-Strand und kooperiert mit dem Dekamer Sea Turtle Rescue Center. In der Station werden verletzte und erkrankte Schildkröten behandelt und zu einem späteren Zeitpunkt wieder in die Freiheit entlassen. Das „Schildkrötenkrankenhaus“ kann von Urlaubern in der Region besucht werden. Dabei erhalten die Kunden wichtige Informationen über das Leben der Meeresschildkröten. TUI Nederland finanzierte 2011 die Einrichtung eines weiteren Pflegebeckens im Rahmen ihrer Green Smiles Initiative für Reisebüros. Durch den Verkauf umweltfreundlicher Hotelangebote sammeln die teilnehmenden Reisebüros Bonuspunkte, die einem vorher ausgewählten Umweltprojekt zugutekommen.



Praktisches Sponsoring: ein Wassertank zur Pflege verletzter Meeresschildkröten.



„Kaptan“ June Haimoff, Annemieke Olijerhoek, TUI Nederland und Prof. Yakup Kaska Universität Pamukkale.

Die Kapverdischen Inseln sind für die Unechte Karettschildkröte als Nistplätze und für vier weitere bedrohte Schildkrötenarten als Lebensraum von besonderer Bedeutung. Die Riu Hotels & Resorts unterstützen deshalb die Schutzbemühungen der Nichtregierungsorganisationen SOS Tartarugas und Natura 2000 an ihren Hotelstandorten. Dazu gehören die Entwicklung sanfter Beleuchtungskonzepte, Maßnahmen, um die Kunden zu sensibilisieren, und nächtliche Patrouillengänge an den Stränden zum Schutz neuer Gelege. Bei Bedarf werden die Gelege auch in extra dafür eingerichtete Schutzzonen umquartiert.

Auf Fuerteventura unterstützt ROBINSON seit 2005 ein Projekt zur Wiederansiedlung von Meeresschildkröten durch die kostenlose Unterbringung und Verpflegung der Projektteilnehmer.



Gemeinsam statt „entweder oder“.

Auch in Griechenland wird für Meeresschildkröten Sorge getragen: Grecotel arbeitet zu ihrem Schutz seit vielen Jahren mit der Naturschutzorganisation Archelon zusammen. Nahe den Niststränden gelegene Hotels bieten ihren Kunden geführte nächtliche Ausflüge zur Schildkrötenbeobachtung und Vorträge an, um die Gäste mit dem Schutz der Tiere und ihrer Gelege vertraut zu machen.

Wale und Delfine

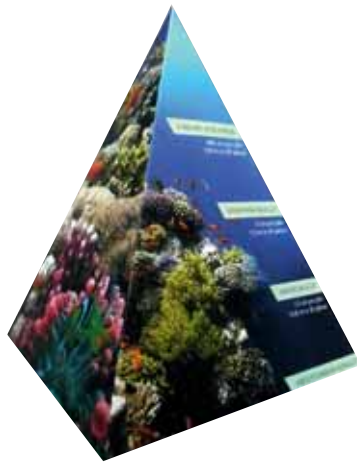
Wale zu beobachten gehört für viele Menschen zu den faszinierendsten Erlebnissen. Entsprechend zählen die Walbeobachtungsfahrten zu den meistbesuchten Ausflügen Teneriffas. Zum Schutz der Meeressäuger wurden in den vergangenen Jahren verschiedene Sensibilisierungsprogramme durchgeführt und abgeleitete Beobachtungsstandards bei vielen Kooperationspartnern verankert. Durch die Vielzahl der Bootsführer bewegen sich die Umsetzung der Standards und die Sicherstellung einer fachlichen Begleitung der Ausflüge nicht immer auf dem angestrebten Niveau. Daraufhin wurde 2010 das Futouris-Branchenprojekt „Wa(h)lheimat“ zur weiteren nachhaltigen Implementierung von Verhaltensregeln für verantwortungsbewusste Walbeobachtungen umgesetzt.

Mit einer weiteren Art der Meeresbewohner beschäftigt sich die East African Dolphin Connection (EADC), die 2011 in Kenia gegründet wurde. Die Organisation bündelt und steuert die Aktivitäten der im Year of the Dolphin entstandenen 27 „Dolphin Clubs“ an kenianischen Schulen – in Kooperation mit der TUI Zielgebietsagentur Pollmans Tours & Safaris. Die Clubs leisten einen wichtigen Beitrag zur Sensibilisierung der lokalen Bevölkerung und konnten das Umweltbewusstsein zahlreicher Gemeinden deutlich steigern. TUI unterstützt das Projekt und hat dem Projektkoordinator im Oktober 2011 u. a. einen „Delfin Bus“ zur Betreuung der weit verstreuten Clubs bereitgestellt.

Korallenriffe

Korallenriffe gelten mit ihrer Artenvielfalt als die Regenwälder der Meere und sind eine besondere Attraktion für Taucher. Zugleich sind sie aber sehr sensible Lebensräume, die durch Wasserverschmutzung und falsche Verhaltensweisen irreparabel geschädigt werden können.

In Ägypten kooperieren deshalb ROBINSON, Iberotel, Sol Y Mar und Jaz Hotels und Resorts mit der lokalen Naturschutzorganisation HEPCA (Hurgada Environment Protection & Conservation Association) für den Erhalt der Korallenriffe. Durch die Sensibilisierung der Gäste – und Durchführung von Schutzmaßnahmen wie die Markierung von Riffen mit Bojen, damit die Bootsführer nicht in den Riffbereichen ankern – engagieren sich die Hotelbeteiligungen in ihrem Einflussbereich.



Die Umweltpyramide des ROBINSON Club Soma Bay:
Im Vergleich zur Geschwindigkeit des Korallenwachstums
geschah der Bau einer Pyramide geradezu rasant.



Der Präsident der Malediven, Mohamed Nasheed (links),
bei der Preisverleihung im Eco Centre.

Unter Anwesenheit des Präsidenten der Malediven, Mohamed Nasheed, erhielt das Eco Centre auf der Malediven-Insel Kuramathi im Rasdhoo-Atoll die mit einem Preisgeld von 10.000 € dotierte TUI Internationale Umwelt Auszeichnung 2010. Geehrt wurde das vorbildliche Engagement zur nachhaltigen Destinationsentwicklung, denn die Station widmet sich schon seit mehr als zehn Jahren dem Schutz der Korallenriffe der Malediven. Das Konzept des Kuramathi Eco Centre zur Harmonisierung von Naturschutz und Tourismus setzt auf Forschung, nachhaltige Ressourcennutzung und Bewusstseinsbildung – in Zusammenarbeit mit TUI und der lokalen Bevölkerung. Mehrmals wöchentlich werden Videopräsentationen zum Lebensraum Korallenriff vorgeführt. Hinzu kommen mikroskopische Demonstrationen, die den Kunden Einblick in verborgene Welten ermöglichen. Geführte Schnorchelsafaris zeigen den Teilnehmern die Schönheiten, aber auch die Gefahren für diesen Teil der Unterwasserwelt. Ein aktuelles Projekt ist die Produktion eines computeranimierten Kurzfilms für Touristen zum richtigen Verhalten im Korallenriff.

Serengeti Highway

In Tansania, Kenia und Uganda stehen Wildtierbeobachtungen täglich auf dem Programm und sind auch die Grundlage der touristischen und wirtschaftlichen Entwicklung der Länder. Im Jahr 2010 beunruhigte eine Meldung über den geplanten Bau einer Fernstraße durch die Serengeti sowohl Naturschutzorganisationen als auch die Tourismuswirtschaft. Man befürchtete mit der Zerschneidung dieses einmaligen Ökosystems eine dauerhafte Beeinträchtigung und damit das Ende der „Great Migration“. Auf Initiative der TUI und in Abstimmung mit der Frankfurter Zoologischen Gesellschaft und Bonner Konvention wandten sich daher der Deutsche Reiseverband (DRV) und der World Travel & Tourism Council (WTTC) an die tansanische Regierung mit der Bitte, eine alternative Streckenplanung umzusetzen. Unter anderem im Hinblick auf den anhaltenden Protest der internationalen Gemeinschaft und den gefährdeten Weltnaturerbe-Status der UNESCO hat sich Tansania im Sommer 2011 gegen das Projekt entschieden und plant nun den Bau einer südlichen Umgehung.

Tierschutz

Der Schutz von Tieren in den Urlaubsregionen ist seit vielen Jahren wichtiger Bestandteil des Engagements der TUI für Natur und Umwelt. Die Verbesserung der Haltungsbedingungen in den Tierparks zählt genauso dazu wie die Lebensbedingungen von Streunertieren wie Katzen und Hunden in den Hotelanlagen.

Zoos und Aquarien

Für viele Kunden gehören Tierparks und Delfinarien zu den Hauptattraktionen am Urlaubsort. Gleichzeitig sind die Tiere in Gefangenschaft – ein Umstand, mit dem sich sowohl Kunden als auch TUI auseinandersetzen müssen. Die Qualitätssicherung im Ausflugsangebot der TUI basiert auf der „Group Captive Animal Welfare Guidance“. Diese Richtlinien zum Schutz von Tieren wurden in enger Abstimmung mit Naturschutzorganisationen gemäß den Bestimmungen der Weltna-

turschutzunion IUCN und des Washingtoner Artenschutzabkommens (CITES) entwickelt und gelten konzernweit. 2010 wurde ein Auditierungsprogramm eingeführt, das die wichtigsten Ausflugsangebote auf die Einhaltung der Tier- und Artenschutzrichtlinien überprüft. Insgesamt konnten bislang 35 solcher Qualitätschecks durchgeführt werden. Betriebe, die den Kriterien nicht entsprechen, werden ganz oder bis zur Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen aus dem TUI Programm gestrichen – dies ist bereits bei einigen türkischen Delfinarien geschehen.

Als aktives Mitglied des ABTA Animal Welfare Committee, der Tierschutzkommission des englischen Reiseverbands, und als Kooperationspartner von Born Free setzt sich die TUI Travel PLC kontinuierlich für die Verbesserung von Tierschutzbestimmungen ein.

35

Qualitätschecks
durchgeführt



Für Katzen gemacht: Futterstellen, die Schutz bieten.

Streunertiere

In Kooperation mit internationalen und lokalen Tierschutzorganisationen wie zum Beispiel dem ETN e.V. (Europäischer Tier- und Naturschutz) unterstützt TUI Maßnahmen zur Verbesserung der Lebensbedingungen von Streunertieren wie Hunden und Katzen im Hotelbereich. Dazu zählen Gästeaufklärung, das Aufstellen von Futterstellen und Spendenboxen sowie regelmäßige Kastrationsaktionen zur Bestandskontrolle. Viele TUI Hotels wie z. B. ROBINSON, Magic Life und Iberotel haben entsprechende Schutzkonzepte für ihre Hotelanlagen.

TUI Green Days

Die TUI Green Days fanden in 2011 bereits zum siebten Mal an den Standorten TUI AG und TUI Deutschland in Hannover statt. Unter dem Motto „Jahr der Wälder“ stellten sich zahlreiche Organisationen und Unternehmen vor und boten TUI Mitarbeitern die Möglichkeit, sich über Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu informieren. Neben der Präsentation von umweltfreundlichen Konzepten wie dem Heizen mit Holz und der Fortbewegung mittels Elektrofahrrädern und E-Autos zeigte eine Ausstellung des Bundesamts für Naturschutz (BfN), welchen Nutzen Wälder stiften und welche Bedeutung sie für das Ökosystem haben.

Im Rahmen einer „Green Week“ wurden erstmals weltweit im TUI Konzern ähnliche Informations- und Aktionstage für Mitarbeiter zu Nachhaltigkeit organisiert. TUI Kollegen beteiligten sich an Baumpflanzaktionen oder halfen in Gemeindeprojekten mit.

MITARBEITER



	42
Managementansatz	42
Mitarbeiterstruktur	44
Nachwuchssicherung und Ausbildung	44
Entwicklung von Fach- und Führungskräften	46
Diversity	48
Gesundheit	49
Unternehmenskultur und Unternehmenswerte	49
Betriebliche Leistungen	50
Strategische Personalprojekte	50
Arbeitnehmervertretungen	

Mitarbeiter

Die Besten sollen nicht nur zu TUI kommen, sie sollen vor allem auch bleiben. Das fällt dem Konzern nicht schwer, denn er gilt als attraktiver Arbeitgeber. Aber die Konkurrenz nimmt zu – ohne Frage. Die TUI unternimmt deshalb einiges, um sowohl für Berufseinsteiger als auch für die eigenen Mitarbeiter weiterhin erste Wahl zu bleiben. Dazu gehört auch, dass bei TUI alle gleichberechtigt ihren beruflichen und privaten Interessen nachgehen können.

Managementansatz

„Kunden begeistern – Werte schaffen – Verantwortlich handeln – Gemeinsam gewinnen“ – das sind die Werte des TUI Spirit und sie prägen den Arbeitsalltag bei TUI. Die Mitarbeiter sind es, die die Basis für den Erfolg bilden. Deshalb gehört es zu den Konzernzielen, engagierte und erfolgreiche Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten. TUI ist es wichtig, als Arbeitgeber authentisch und glaubwürdig zu sein und die Arbeitgebermarke TUI vielfältig zu füllen. So leben die in die betriebliche Organisation integrierte Arbeitssicherheit und das ausgeprägte Gesundheits- und Diversity-Management aus der eigenen Belegschaft heraus. Das Ergebnis sind bedarfsgerechte Angebote und Maßnahmen.

Daneben liegt ein weiterer Schwerpunkt im Human Resources-Management auf der nachhaltigen Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter. In zahlreichen Trainings werden Fachkompetenzen gestärkt; in Führungstrainings wird

besonders die TUI Führungsphilosophie mit den entsprechenden Grundsätzen vermittelt. Nachhaltigkeit spielt dabei eine entscheidende Rolle, denn durch diese Maßnahmen und durch die strategischen Personalprojekte sollen TUI Mitarbeiter qualifiziert, motiviert und langfristig an das Unternehmen gebunden werden. Nur als attraktiver Arbeitgeber wird es TUI gelingen, auch zukünftig eine im Wettbewerb führende Position einzunehmen.

Mitarbeiterstruktur

Die Anzahl der Mitarbeiter des TUI Konzerns erhöhte sich im Geschäftsjahr 2010/11 um 3,2% auf 73.707. Der Anstieg war im Wesentlichen auf die Sparten TUI Travel und Kreuzfahrten zurückzuführen.

Veränderungen in der Belegschaft

Weltweit beschäftigte der TUI Konzern am Bilanzstichtag mit 73.707 Mitarbeitern 3,2% mehr als im Vorjahr. Die Touristik umfasste mit 99,1% wie auch im Vorjahr den größten Teil der

Mitarbeiter nach Sparten

	30.9.2011	30.9.2010 (angepasst)	Veränd. %
Touristik	73.079	70.745	+ 3,3
TUI Travel	58.378	56.318	+ 3,7
TUI Hotels & Resorts	14.424	14.202	+ 1,6
Kreuzfahrten	277	225	+ 23,1
Zentralbereich	628	653	- 3,8
Corporate Center	202	181	+ 11,6
Übrige Einheiten	426	472	- 9,7
Konzern	73.707	71.398	+ 3,2

Konzernbelegschaft. Im Zentralbereich waren 0,9% der Gesamtbelegschaft beschäftigt.

Touristik

In der Touristik lag die Anzahl der Mitarbeiter am Ende des Geschäftsjahres mit 73.079 um 3,3% über der des Vorjahres. Dabei war die Entwicklung der Mitarbeiterzahlen in den einzelnen Sparten unterschiedlich.

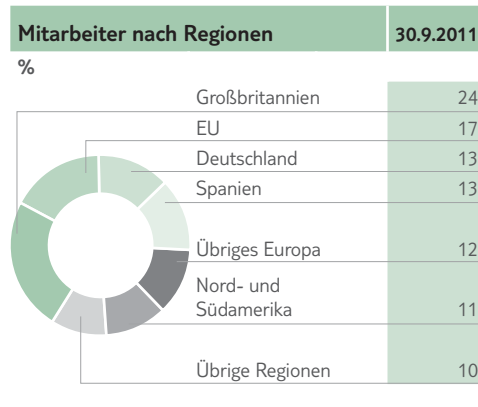
Bei TUI Travel erhöhte sich die Mitarbeiterzahl im Vergleich zum Vorjahr um rund 3,7% auf 58.378. Dies resultierte zum einen aus dem Ausbau des Bereichs Specialist & Activity. Zum anderen führten Neuakquisitionen im Bereich Accommodation & Destinations zu einer Erhöhung der Belegschaft.

In der Sparte TUI Hotels & Resorts nahm die Anzahl der Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr um 1,6% auf 14.424 zu. Ursache für den erhöhten Personalstand war hier im Wesentlichen die Übernahme von Hotelanlagen in den ganzjährigen Betrieb.

Die Sparte Kreuzfahrten verzeichnete einen Anstieg der Mitarbeiterzahl um 23,1% auf 277. Dieser Personalaufbau war auf das Expansionsvorhaben im Kreuzfahrtmarkt und die daraus resultierenden Neubauprojekte zurückzuführen.

Zentralbereich

Die Anzahl der Mitarbeiter im Zentralbereich reduzierte sich insgesamt um 3,8% auf 628. Durch Übernahme neuer Funktionen sowie die Intensivierung der Nachwuchsförderung stieg die Anzahl der Mitarbeiter des Corporate Center um 11,6% auf 202. In den übrigen Einheiten



ten des Zentralbereichs nahm die Anzahl der Beschäftigten um 9,7% auf 426 Mitarbeiter ab.

Internationale Belegschaft

Die Anzahl der in Deutschland Beschäftigten stieg um 2,7% auf 9.846 Mitarbeiter. Bei Konzerngesellschaften innerhalb Europas blieb die Anzahl der Mitarbeiter mit 58.476 auf Vorjahresniveau und entspricht 79,3% der Gesamtbelegschaft. Durch den Anstieg der Mitarbeiterzahlen in Nord- und Südamerika und in den übrigen Regionen erhöhte sich der Anteil der außerhalb Europas beschäftigten Mitarbeiter um 19,6% auf 15.231. Dies entspricht rund 20,7% der Gesamtbelegschaft. Zurückzuführen ist die Erhöhung auf Neuakquisitionen, insbesondere in Australien und Asien.

TUI verfolgt den Ansatz einer standortbezogenen Personalauswahl. Insbesondere im Hotelbereich und in den Zielgebietsagenturen wird lokales Personal bevorzugt eingestellt. Hierbei legen wir besonderen Wert darauf, auch Fach- und Führungspositionen lokal zu besetzen.

Mitarbeiter nach Regionen

	30.9.2011	30.9.2010	Veränd. %
Deutschland	9.846	9.585	+ 2,7
Großbritannien	18.201	18.515	- 1,7
Spanien	9.392	9.647	- 2,6
Übrige EU	12.398	12.133	+ 2,2
Übriges Europa	8.639	8.778	- 1,6
Nord- und Südamerika	8.149	6.850	+ 19,0
Übrige Regionen	7.082	5.890	+ 20,2
Gesamt	73.707	71.398	+ 3,2

Ausbildungsquote

in %	30.9.2011	30.9.2010	Veränd. %
Ausbildungsquote der deutschen TUI Gesellschaften	5,4	5,3	1,9

Nachwuchssicherung und Ausbildung

Um den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern, bietet TUI jungen Menschen verschiedene Chancen für den Berufseinstieg. Allein in Deutschland gibt es Ausbildungsmöglichkeiten in zwölf unterschiedlichen Berufen und zwei dualen Studiengängen. Zum Bilanzstichtag 2011 wurden rund 530 junge Mitarbeiter in diesen Ausbildungsgängen ausgebildet. Von den Auszubildenden, die 2011 ihre Ausbildung abgeschlossen haben, wurden rund 56% in ein Anstellungsverhältnis übernommen. Die Ausbildungsquote lag mit 5,4% leicht über dem Niveau des Vorjahres. Die hohe Ausbildungsqualität zeigte sich erneut in Ehrungen von Absolventen bei den Industrie- und Handelskammern bis hin zur Landesbestenehrung.

ROBINSON Hotel School



Markus Kempen (oben), Clubdirektor des ROBINSON Club Agadir, und Moussa Moukalled, Leiter der Hotelfachschule, mit Auszubildenden.

Jungen Menschen eine berufliche Alternative zu bieten in einem Land, das durch eine hohe Jugendarbeitslosigkeit geprägt ist, war das Ziel der in 2008 gegründeten ROBINSON Hotel School im ROBINSON Club Agadir in Marokko. Das Bildungsprogramm CFA (Centre de Formation par Apprentissage) wurde in Zusammenarbeit mit der IHK (Außenstelle der deutschen Industrie- und Handelskammer in Rabat), der GIZ (Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit) und dem marokkanischen Bildungsministerium geschaffen. Es wird kontinuierlich weiterentwickelt und bietet jungen

Marokkanern Zukunftsperspektiven in der sich schnell entwickelnden nationalen Tourismusindustrie. Aufgrund des hohen Bewerberinteresses wurde die Anzahl von Ausbildungsplätzen stetig ausgebaut. So erhielten im vierten Jahr nach Eröffnung der ROBINSON Hotel School 85 Kandidaten einen der begehrten Ausbildungsplätze. Die Ausbildung in der ROBINSON Hotel School wird vom ROBINSON Club Agadir als nachhaltige Investition in Human Resources und als Chance für junge Marokkaner verstanden, wodurch zugleich ein positiver Beitrag zur Destinationsentwicklung geleistet wird.

Lehrlingsausbildung ROBINSON Club Türkei

Um für die ROBINSON Clubs sowie für die Tourismuswirtschaft in der Türkei qualifiziertes Fachpersonal sicherzustellen, führen die Clubs in der Türkei gemeinsam mit dem türkischen Erziehungsministerium seit März 2000 eine duale Berufsausbildung im Hotelfach mit den Berufszweigen Rezeption, Restaurant, Bar sowie im Beruf des Kochs durch.

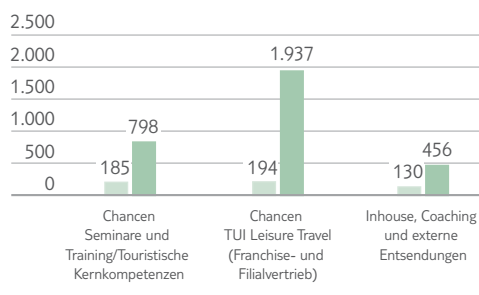
Neu entstanden ist 2010 auch eine Zusammenarbeit mit der IHK Hannover. Das Ziel dieser Kooperation ist es, türkischen und türkischstämmigen Jugendlichen aus Deutschland, die bei ROBINSON Türkei die Berufsausbildung nach türkischem Recht und türkischer Prüfungsordnung absolviert haben, die Möglichkeit einer Teilzertifizierung durch die IHK Hannover anzubieten und so eine zweifach anerkannte Berufsausbildung zu erhalten.

Entwicklung von Fach- und Führungskräften

Die Entwicklung der Führungs- und Fachkräfte sowie der Mitarbeiter im TUI Konzern unterliegt hohen Qualitätsansprüchen. Der TUI Bereich Personalentwicklung und Training ist nach der Anerkennungs- und Zulassungsverordnung Weiterbildung (AZWV) erfolgreich zertifiziert worden. Dies trägt auch dem eigenen hohen Qualitätsanspruch Rechnung.

Trainings und Seminare in 2010/11

Anzahl



Überblick über die im Geschäftsjahr 2010/11 von der TUI Consulting & Services GmbH in Deutschland durchgeführten Trainings und Seminare sowie die jeweiligen Teilnehmeranmeldungen.

Als internationaler Konzern mit Geschäftsbeziehungen in mehr als 180 Ländern lagen die Schwerpunkte vor allem in interkulturellen Trainings für verschiedene Zielländer. Das gilt besonders für die Zukunftsmärkte Indien und China. Ergänzend stieg die Nachfrage nach einer modularen Projektmanagement-Qualifizierung, in die individuelle Problemstellungen verschiedener Gesellschaften integriert wurden.

Die Identifikation und Förderung von Führungskräften aus dem TUI Konzern nimmt einen hohen Stellenwert ein. Als innovatives und aussagekräftiges Instrument der Personaldiagnostik wurde deshalb das Management Profiling eingeführt. Individuelle Verhaltensmuster und Erfolgsstrategien der Teilnehmer werden identifiziert und in einen talent- und stärkenorientierten Entwicklungsplan integriert.

Im Geschäftsjahr 2010/11 hat die TUI AG ihre bisherigen Mitarbeiterbeurteilungssysteme in Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern, dem Betriebsrat und Führungskräften weiterentwickelt. Als Ergebnis wurde zu Beginn des neuen Geschäftsjahres 2011/12 ein neues Führungsinstrument einheitlich für alle tariflichen und außertariflichen Mitarbeiter der TUI AG eingeführt. Dieses neue Verfahren stellt das intensive Gespräch zwischen Führungskraft und Mitarbeiter in den Mittelpunkt. Die Grundlage bilden die so genannten Arbeits- und Führungskompetenzen, die funktionsübergreifend für die TUI AG definiert wurden. Damit dient dieses neue Instrument sowohl der individu-

ellen Bewertung von Arbeitsleistungen und Zielvereinbarungen als auch dem kontinuierlichen Lern- und Entwicklungsprozess.

Das People Performance Management (PPM) der TUI Deutschland basiert auf einem einheitlichen Kompetenzmodell und ist in all seinen Bausteinen implementiert: Talent Management, Performance- und Zielmanagement sowie 360°-Feedback.

Eines der wichtigsten Ziele des PPM ist es, Talente zu fördern und auf mehr Verantwortung vorzubereiten. Hierfür wurde ein vollständiges Talent Management implementiert, in dessen Rahmen die Talente der Gesellschaft in Lerngruppen und Projekten arbeiten, um weitere Fähigkeiten und Fertigkeiten auszubauen. Auf den Lernkonferenzen wird das gemeinsame Lernen von Führungskräften und Talenten zusätzlich gefördert.

Auf internationaler Ebene – und damit zum ersten Mal – wurde das Global High Performance Leadership Programme durchgeführt. Neben diesem Programm für das Senior Management haben sich die Programme Horizons und Horizons Masterclasses zur Entwicklung und Nachfolgeplanung von Führungskräften im Konzern etabliert. Als weiterer wesentlicher Bestandteil der Führungskräfteentwicklung hat das Global Responsible Leadership Programme das Ziel, die nachhaltige Entwicklung und das soziale Engagement der Teilnehmer zu fördern.

Aufgrund seines Erfolgs wird das an Hochschulabsolventen gerichtete International Management Trainee-Programm des TUI Konzerns als wesentliches Element für eine nachhaltige, effiziente Nachwuchssicherung und -entwicklung für Fach- und Führungspositionen weiter ausgebaut. Das internationale Programm umfasst fünf konzernübergreifende Aus- und Inlandseinsätze und bietet in 18 Monaten einen umfassenden Einblick in das touristische Geschäft. Teilnehmer aus Russland, Großbritannien, den Niederlanden, Deutschland, Frankreich, Polen, Bulgarien, Italien und Indien repräsentieren die Internationalität des Konzerns und spiegeln bereits in der Ausbildung das länderübergreifende, vernetzte Arbeiten wider.

Diversity

Das Diversity-Management stellt für die TUI einen besonderen Schwerpunkt dar, weil besonders die Wertschätzung der individuellen Vielfältigkeiten einen direkten Einfluss auf die eigene Gesundheit und auf die Unternehmenskultur hat. Die TUI macht ihren Mitarbeitern umfangreiche Angebote zur individuellen beruflichen und privaten Entwicklung.

Diversity bezeichnet in der Arbeitswelt die heterogen zusammengesetzte Belegschaft in Unternehmen. Vielfalt kann sich dabei sowohl durch sichtbare Merkmale wie Geschlecht oder Hautfarbe wie auch durch nicht sichtbare Merkmale, zum Beispiel kulturelle und soziale Werthaltungen, ergeben. Die von der TUI unterzeichnete Charta der Vielfalt ruft dazu auf, eine Unternehmenskultur zu pflegen, die von gegenseitigem Respekt und der Wertschätzung jedes Einzelnen geprägt ist. Für TUI als weltweit agierendes Touristikunternehmen sind Vielfalt und Globalisierung Schlüssel für den Unternehmenserfolg.

Diversity wird dabei als personalpolitisches Instrument verstanden, das gleichzeitig auch der gesellschaftlichen Verantwortung eines Konzerns gerecht wird. Umsetzungen finden zu den Themen Herkunft (z. B. Mitarbeiterwettbewerb „Internationale Küche“, Open



charta der vielfalt



TUI Mitarbeiter trainieren mit Förderschülern der Maximilian-Kolbe-Schule in Hannover das Vorlesen.

Door-Stipendien für Mitarbeiterkinder für einen Gastfamilienaufenthalt), Andere Welten (z. B. Seitenwechselfest, Vorlesecoaching) und Gleiche Teilhabe (z. B. Bewerbungstraining für junge Menschen mit Behinderung, Mixed Leadership) statt.

Menschen mit Behinderungen

Die Vielfalt aller Menschen entsteht auch durch „Behinderungen“. In den Stellenausschreibungen der TUI werden daher Menschen mit Behinderung gezielt aufgefordert, sich zu bewerben. Nach Rückmeldungen auf freiwilliger Basis sind bei der TUI rund 200 Mitarbeiter in Deutschland als Menschen mit schwerer Behinderung beschäftigt.

Die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung ist gelebte soziale Verantwortung und hat den großen Vorteil, dass alle von der fachlichen und sozialen Kompetenz der Kollegen mit Behinderung und durch das vielfältige Miteinander profitieren. Dass die Arbeitsplätze so zu gestalten sind, dass sie auch für Menschen mit einer Behinderung gut nutzbar sind, oder dass die Pausen anders geregelt werden, versteht sich in diesem Zusammenhang von selbst.

Vor diesem Hintergrund ist es der TUI AG auch ein Anliegen, für das Thema „Behinderung“ zu sensibilisieren, zum Beispiel mit dem jährlich stattfindenden Bewerbungstraining. Junge Menschen mit Behinderung, die ihre Ausbildung in einem Berufsbildungswerk absolvieren und entsprechend wenig Praxiserfahrungen sammeln konnten, werden kurz vor Abschluss der Ausbildung von TUI Personalverantwortlichen intensiv auf Bewerbungsgespräche vorbereitet.

Darüber hinaus werden die Schwerbehindertenvertreter aus ganz Deutschland jährlich zu einer Tagung zum Informationsaustausch eingeladen.

Menschen mit schweren Behinderungen, die dem allgemeinen Arbeitsmarkt nicht zur Verfügung stehen, unterstützt die TUI durch die Beauftragung von Behindertenwerkstätten für externe Dienstleistungen wie z. B. in der Aktenvernichtung, beim Elektrorecycling und beim Catering.

Mixed Leadership

„Frauen in Führungsfunktionen“ ist ein Thema, das die öffentliche Debatte in Politik und Wirtschaft bewegt, und auch bei der TUI ist es ein bedeutender Bestandteil der personalstrategischen Arbeit. Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis auf allen Ebenen ist nicht nur ein Gebot der Chancengleichheit, sondern vor allem ein wichtiger Impulsgeber erfolgreicher Unternehmensführung.

Aus Sicht der TUI ist die Frauenförderung dabei mehr als nur die Entwicklung einzelner Instrumente. Es gilt Grundsätzliches zu ändern, also tiefer liegende Stereotype aufzubrechen, Denkmuster zu verändern und neue Verfahren und Formen der Zusammenarbeit zu schaffen.

An diesen Ansatz knüpft das Projekt Mixed Leadership an. Im Rahmen einer beispielhaften Zusammenarbeit engagieren sich Konzerngesellschaften mit dem Ziel, gemeinsam eine moderne und offene Unternehmenskultur zu schaffen, in der Frauen und Männer gleichberechtigt ihren beruflichen und privaten Interessen nachgehen können. Dabei geht es neben der Herstellung von Chancengleichheit für beide Geschlechter und der Gewährleistung fairer Entgeltstrukturen vor allem auch um die Etablierung gemischter Führungsgremien – ganz im Sinn einer fortschrittlichen Führungskultur.

Die praktische Umsetzung erfolgt zunächst auf vier Feldern. Im Teilprojekt Unternehmenskultur sollen die Rahmenbedingungen geschaffen werden, die eine moderne Führungskultur benötigt – vom Austausch zwischen den Führungsebenen bis zur konkreten Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Ziel des Teilprojekts Arbeits(zeit)modelle ist die Konzeption und Einführung flexibler Arbeitsmodelle, die über das bisherige Angebot der TUI hinausgehen. Die Projektgruppe Talent Management setzt auf die langfristige Sicherstellung der Besetzung von erfolgskritischen Rollen im Unternehmen, kombiniert mit einer stärkeren konzernübergreifenden Zusammenarbeit. Eingebunden in den Talent Management-Prozess ist zudem die Einzelmaßnahme Mentoring, die schwerpunktmäßig weibliche Nachwuchs(führungs-)kräfte durch ein institutionalisiertes Programm motivieren und in ihrem Karriereverlauf nachhaltig unterstützen soll.

Der Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft in Deutschland betrug zum Ende des Geschäftsjahres 70,0% (Vorjahr 69,2%). In den Führungspositionen lag der Frauenanteil in Deutschland bei 37,0% (Vorjahr 35,3%). Im Rahmen des Projekts Mixed Leadership wurde die Definition von Führungsfunktionen auf internationale Vergleichbarkeit ausgerichtet und erstmals für die Erhebung zugrunde gelegt. Langfristig soll der Frauenanteil in Führungspositionen, insbesondere im Top-Management, weiter ausgebaut werden.

Anteil weiblicher Beschäftigter

in %	30.9.2011	30.9.2010	Veränd. %
In der Arbeitnehmerschaft	70,0	69,2	1,2
In Führungspositionen	37,0	35,3	4,8

Im März wurden drei TUI Travel-Mitarbeiterinnen bei den „Most Influential Women Awards“ mit dem Preis für die einflussreichsten Frauen im Sektor „Hospitality, Leisure, Travel and Tourism Industry“ von Women 1st ausgezeichnet.

Teilzeitquote

in %	30.9.2011	30.9.2010	Veränd. %
Teilzeitquote	32,3	32,5	-0,2*)

*) In Prozentpunkten



Wer Kinder hat, braucht flexible Arbeitszeiten.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Familie kann das Großziehen eigener Kinder bedeuten oder auch den engen Kontakt zu anderen nahestehenden Menschen umfassen. Um die unterschiedlichen Interessen und Verpflichtungen in Einklang zu bringen, werden bei TUI allgemeine organisatorische Erleichterungen angeboten. Dazu gehören zum Beispiel flexible Arbeitszeiten oder unterschiedlichste Teilzeitmodelle, die natürlich auch für die Realisierung anderer privater Ziele genutzt werden können. Zum Bilanzstichtag waren rund 32,3% der Gesamtbelegschaft in Deutschland in Teilzeit beschäftigt (Vorjahr 32,5%).



Gleichzeitig gibt es ein umfangreiches Paket an direkten Angeboten zur Unterstützung. Dazu gehören zum Beispiel Rückkehrgespräche noch vor der Elternzeit, die Möglichkeit zur Übernahme von Vertretungstätigkeiten während der Elternzeit, die Teilzeitausbildung für Alleinerziehende, eine betriebseigene Krippe – die Little World of TUI –, die Sommerferienbetreuung für Grundschul Kinder und eine intranetbasierte Betreuungsbörse. Im Oktober 2011 wurde die TUI AG unter anderem für ihre beispielhafte Familienförderung mit dem Total E-Quality-Prädikat ausgezeichnet.

Gesundheit

Gesundheitsmanagement

Die TUI AG praktiziert ein modernes, innovatives Gesundheitsmanagement, das auch 2011 zu den besten des Corporate Health Award zählte und erneut in die Exzellenz-Kategorie eingestuft wurde. Der Corporate Health Award ist die führende Qualitätsinitiative für betriebliches Gesundheitsmanagement. Das Gütesiegel zum Corporate Health Award verleihen EuPD Research, Handelsblatt, TÜV Süd Life Service mit Unterstützung der Techniker Krankenkasse und unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales.

Als internationales Touristikunternehmen treten die Mitarbeiter von TUI jeden Tag mit den unterschiedlichsten Menschen und Kulturen in Kontakt. Diese Vielfalt spiegelt sich auch in der Belegschaft des Konzerns wider. Die Luxemburger Deklaration, die einen aktiven Gesundheits- und Arbeitsschutz mit Eigenverantwortung und Wertschätzung propagiert, ist von TUI unterzeichnet worden. Die Grundsätze dieser Deklaration sind entsprechend im Gesundheitsmanagement des Konzerns verankert.

Das TUI Gesundheitsmanagement beruht auf zwei Säulen.

Die Säule Verhaltensprävention deckt zahlreiche Aspekte der betrieblichen Gesundheitsförderung ab. Mit dem Titel „Fit With TUI“ ist zum einen ein Wiedererkennungswert geschaffen; zum anderen bleibt das Konzept der betrieblichen Gesundheitsförderung auch bei einer Vielzahl von Angeboten sichtbar, zu denen eine Reihe von Maßnahmen zählt, die den Stellenwert von Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz unterstreichen.



Mitarbeiter können auf Ernährungsberatung und begleitete Bewegungsangebote wie zum Beispiel Rückentraining und einen Chiropraktor zurückgreifen. Ergänzend dazu finden jährliche Gesundheitsaktionen wie Gripeschutzimpfungen und eine Krebsvorsorge statt. Dazu gibt es zahlreiche Betriebssportgruppen, die von TUI unterstützt werden.

Im Bereich der Verhältnisprävention – Gefahren werden an ihrer Quelle bekämpft – werden mit den Schwerpunkten Arbeitssicherheit, psychisches Wohlbefinden sowie Unternehmenskultur und Unternehmenswerte die gesundheitsbeeinflussenden Faktoren abgedeckt.

Arbeitssicherheit

Dass Arbeitsplätze sicher sein müssen, ist in Deutschlands Gesetzgebung und Gesellschaft fest verankert. Dabei sind die Voraussetzungen sehr unterschiedlich und so haben verantwortungsvoll gestaltete Arbeitsplätze beispielsweise in Produktionsunternehmen ein ganz anderes Gewicht als in einem Touristikonzern. Trotzdem ist auch hier sicheres und die Gesundheit bewahrendes Arbeiten Pflicht. Deshalb führen Fachkräfte der TUI Dienstleistungsgesellschaft Bewertungen und Maßnahmen zur Arbeitssicherheit (z. B. Bürobegehungen, Gefährdungsbeurteilungen, interaktive Unterweisungen) für die deutschen TUI Gesellschaften durch. Das Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagement der TUI Dienstleistungsgesellschaft ist nach ISO 18001 zertifiziert. Auch in den Hotelgesellschaften und bei den TUI Airlines stellen die länderspezifischen Arbeitssicherheitsregelungen einen wesentlichen Bestandteil des Arbeitsalltages dar. Bei den Fluggesellschaften liegen die Schwerpunkte vor allem in der Verringerung der Gefahren im Bereich der Dockanlagen und beim Einsatz verschiedener Gefahrstoffe.

An Bord der Mein Schiff-Flotte von TUI Cruises und der Flotte von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten nimmt die Arbeitssicherheit eine zentrale Stelle ein. Auf Basis internationaler Übereinkommen und Regularien stellen die Unternehmen hohe Standards für Mitarbeiter und Crew an Bord sicher. Die Richtlinien basieren u. a. auf dem ISM Code (International Management Code for the Safe Operation of Ships and for Pollution Prevention) sowie sämtlichen Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) wie zum Beispiel dem Seearbeitsübereinkommen.

Zudem haben sich TUI Cruises und Hapag-Lloyd Kreuzfahrten der SOLAS-Konvention (Safety of Life at Sea) und der STCW-Konvention (Standards of Training, Certification Watch-keeping) verpflichtet.

Die Arbeitssicherheitsstandards und die entsprechenden Richtlinien werden auch durch Vorschläge der Mitarbeiter ständig verbessert und weiterentwickelt. Über interne Informationsplattformen können die arbeitssicherheitsrelevanten Informationen von der Belegschaft jederzeit eingesehen und zu Schulungszwecken genutzt werden.

Psychisches Wohlbefinden

Ein gesundes Unternehmen benötigt eine gesunde Führungskultur. Leitideen und Initiativen, wie z. B. Gesundheitscoachings oder Konfliktgespräche durch ein Kompetenzteam, beeinflussen die Führungskultur positiv und sorgen für ausbalancierte Strukturen im Unternehmen.

Unternehmenskultur und Unternehmenswerte

Die Unternehmenskultur bestimmt, wie die Mitarbeiter bei TUI miteinander umgehen. Gerade auch vor dem Hintergrund des Projekts „Mixed Leadership“ wird eine Reihe von Maßnahmen vorangebracht, die die Unternehmenskultur von TUI sichtbar machen.

Betriebliche Leistungen

Belegschaftsaktien

Die TUI AG bietet ihren Mitarbeitern schon seit vielen Jahren die Möglichkeit zur Beteiligung am Unternehmen an. In dieses Programm zur Ausgabe von Belegschaftsaktien werden neben den Mitarbeitern und Pensionären inländischer Gesellschaften auch die Beschäftigten in einigen europäischen Ländern mit einbezogen. Den Teilnahmeberechtigten wurden in 2011 dabei bis zu 250 Aktien zu einem günstigen Preis zur Zeichnung angeboten. Auch die Mitarbeiter der TUI Travel PLC können sich in Großbritannien durch den Erwerb von vergünstigten Aktien am Unternehmen beteiligen. Der Erwerb der Aktien wird in beiden Beteiligungsprogrammen vom Unternehmen in erheblichem Maße bezuschusst.

Altersvorsorge

In den Konzernunternehmen werden den Beschäftigten im Rahmen der Vergütungssysteme auch Leistungen der arbeitgeberfinanzierten betrieblichen Altersversorgung zugesagt. Den Mitarbeitern stehen u. a. Pensionskassen- und Direktversicherungsverträge, private Rentenversicherungen (Stichwort Riester-Rente) sowie Deferred Compensation-Modelle zum Aufbau einer privaten Altersversorgung zur Verfügung. Sie ermöglichen die Ausnutzung der steuer- und sozialversicherungsrechtlichen Fördermöglichkeiten.

Altersteilzeit

In den deutschen Konzerngesellschaften werden im Rahmen der betrieblichen Personal- und Nachfolgeplanungen auch die Möglichkeiten des Altersteilzeitgesetzes für einen Wechsel von der Berufstätigkeit in den Ruhestand genutzt. So macht zum Beispiel TUIfly ihren Mitarbeitern einen vorzeitigen Übergang in die Altersrente möglich und mildert so die hohen Belastungen durch wechselnde Arbeitszeiten und Schichtdienste ab.

Strategische Personalprojekte

Konzernweites betriebliches Vorschlagswesen

Mit dem Abschluss einer Konzernbetriebsvereinbarung zur Förderung des betrieblichen Ideenmanagements im Jahr 2010 verfolgt TUI das Ziel, Mitarbeiter aktiv auch in die Gestaltung konzernweiter Arbeitsprozesse und die Entwicklung des Konzerns einzubeziehen. Ein konzernweites internes Marketing in den Intranets und der Mitarbeiterzeitschrift haben dazu geführt, dass seit Januar 2011 zahlreiche Vorschläge eingegangen sind, die bereits umgesetzt wurden und z. B. zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit führten. Darüber hinaus beschäftigen sich die Ideen sowohl mit neuen Produkten als auch mit Prozessverbesserungen, Kosten- und Energieeinsparungen.

Employer Branding

Im Berichtszeitraum wurde in Deutschland ein gesellschaftsübergreifendes Employer Branding-Projekt ins Leben gerufen. Ziel ist es, die TUI im sich verschärfenden Wettbewerb

um qualifizierte Mitarbeiter nachhaltig als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren. Gemeinsam mit den Mitarbeitern wurden Leitbild und Markenmodell der Arbeitgebermarke TUI geschärft. Die Implementierung unterschiedlicher Personalmarketing-Maßnahmen, beispielsweise in sozialen Netzwerken, soll zeitig umgesetzt werden.

myTUI Career

Mit dem im Januar 2011 in Deutschland eingeführten Online-Bewerbungsportal myTUI Career haben Bewerber die Möglichkeit, sich online bei der TUI zu bewerben. Damit ist auch der Bewerberauswahl- und Bearbeitungsprozess deutlich effizienter geworden. Dies trägt zu einer kürzeren Reaktionszeit auf geeignete Bewerbungen bei und erhöht so die Chancen, qualifizierte Fachkräfte als Mitarbeiter für den Konzern zu gewinnen.

Arbeitnehmervertretungen

Da es sich bei der TUI AG um eine deutsche Obergesellschaft handelt, bestimmen sich die Mitbestimmungsstrukturen im Konzern nach den bekannten Rechtsvorschriften. Die Gremien gliedern sich nach überbetrieblicher und betrieblicher Ebene wie auch nach nationaler und internationaler Ausrichtung. Auf nationaler Ebene finden sich die Arbeitnehmervertreter in unserem gewählten Aufsichtsrat, im überbetrieblichen Konzernbetriebsrat sowie in den Gesamtbetriebsräten auf Unternehmensebene und den örtlichen Betriebsräten wieder. Die Mitglieder des TUI Europa Forums repräsentieren die Mitarbeiter in den Ländern des Europäischen Wirtschaftsraums, in denen TUI geschäftlich tätig ist. Im Rahmen einer ausgeprägten Sozialpartnerschaft nehmen diese Gremien entsprechend ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich an sämtlichen wesentlichen Entscheidungsprozessen im Interesse ihrer Mitarbeiterklientel teil, von strategischen Weichenstellungen bis hin zu deren Umsetzungen in den einzelnen Betrieben. Die Vereinigungsfreiheit sowie die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen werden durch den Verhaltenskodex der TUI AG unter Bezugnahme auf die Prinzipien des UN Global Compact ausdrücklich anerkannt und gefördert.

GESELLSCHAFT



52

Einsatz für Menschenrechte

53

Armutsbekämpfung

53

Schutz von Kindern (ECPAT)

54

TUI Patenschaften und Mitarbeiterengagement

56

TUI Stiftung

Gesellschaft

Der Tourismus verbindet Menschen und Märkte und ist einer der weltweit am schnellsten wachsenden Wirtschaftszweige. TUI, als international tätiges Unternehmen in vielen Ländern der Welt zuhause, versteht die Wahrnehmung von Verantwortung gegenüber der Gesellschaft als einen wesentlichen Faktor für den eigenen nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Einsatz für Menschenrechte



TUI bekennt sich im konzernweit gültigen Verhaltenskodex ausdrücklich zur Achtung und Einhaltung der Menschenrechte: Wir respektieren die persönliche Würde, die Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte jedes Einzelnen. Eine unterschiedliche Behandlung wegen der Nationalität, des Geschlechts, der Rasse, der Hautfarbe, einer Behinderung, der Herkunft, der Religion, der Weltanschauung, des Alters oder wegen der gleichgeschlechtlichen Ausrichtung wird ebenso wenig geduldet wie Kinderarbeit oder unwürdige Arbeitsbedingungen.

Als „Affiliate Member“, also als ein beizutendes Mitglied, der United Nations World Tourism Organization (UNWTO) verpflichtet sich TUI dem UNWTO Global Code of Ethics. Mit dem Mandat der Generalversammlung der Vereinten Nationen spielt die UNWTO eine zentrale Rolle bei der Förderung und Entwicklung eines Tourismus, der zu wirtschaftlicher Entwicklung, internationaler Verständigung, zu Frieden, Wohlstand und zur allgemeinen Achtung und Einhaltung der Menschenrechte und Grundfreiheiten aller Menschen beiträgt.

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

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

Die Grundsätze des Globalen Ethikkodex für den Tourismus im Einzelnen:

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

Armutsbekämpfung

Für die bereisten Länder stellt der Tourismus häufig eine wichtige Einnahmequelle dar und für die internationale Entwicklungspolitik ist die Wirtschaft oft ein wichtiger Partner. Ein dynamischer Privatsektor kann in diesem Rahmen die Voraussetzungen für wirtschaftliches Wachstum und Armutsbekämpfung schaffen. Besonders in den von gesellschaftlichen Umbrüchen betroffenen Ländern Nordafrikas übernimmt TUI Verantwortung. Der Konzern schafft **Arbeitsplätze** (→ siehe Berichtsteil, ROBINSON Hotel School, Seite 44) und bezieht **lokale Partner bei der Produktgestaltung** aktiv mit ein (→ siehe Berichtsteil, Green Star Hotel, Seite 59). In Modellprojekten in den Urlaubsländern setzt sich TUI dafür ein, dass die lokale Bevölkerung an der touristischen Entwicklung teilhat.

Neue Perspektiven: Ausbildung für Mädchen in Brasilien

Mädchen im Nordosten Brasiliens Hoffnung auf eine bessere Zukunft zu geben, ist das Ziel eines Projekts, das 2011 von TUI Nederland in Kooperation mit Plan Nederland und ECPAT Nederland ins Leben gerufen wurde. Zentraler Ansatzpunkt ist die Ausbildung der Mädchen, die häufig bedingt durch große Armut, weit verbreitete Arbeitslosigkeit und mangelnde Perspektiven in die Prostitution geraten. Im Rahmen des auf drei Jahre angelegten Projekts werden Trainingsprogramme durchgeführt, die insgesamt 240 Mädchen die Möglichkeit geben, in der Tourismusbranche zu arbeiten.

Eine bedeutende Rolle spielt auch die Stärkung des Umfelds der Kinder und der jungen Menschen. Eine Aufklärungskampagne thematisiert sexuelle Ausbeutung und Gewalt und zeigt, wie geholfen werden kann.

Schutz von Kindern (ECPAT)

Kinderschutz ist verpflichtend. Aus diesem Grund haben alle großen TUI Reiseveranstalter den Kinderschutz-Kodex („Child Protection Code“) unterzeichnet, der in Zusammenarbeit von Tourismusindustrie und ECPAT International (End Child Prostitution, Child Pornography & Trafficking of Children for Sexual Purposes) verfasst wurde.

ECPAT ist eine internationale Organisation mit Vertretungen in rund 70 Ländern, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die Rechte von Kindern weltweit zu fördern. Neben der Berücksichtigung des Kodexes bei der Festlegung von Unternehmensgrundsätzen und der Aufnahme des Themas in Mitarbeiterschulungen sowie in Verträgen mit Leistungsträgern spielen die Sensibilisierung von Kunden und die Zusammenarbeit mit Destinationen eine bedeutende Rolle. Zudem wird jährlich über durchgeführte Maßnahmen zum Kinderschutz berichtet.

Zur Bewusstseinsbildung von Mitarbeitern wurde ein E-Learning-Tool von ECPAT unter Mitwirkung der TUI entwickelt. Reiseleiter, Reisebüromitarbeiter und Mitarbeiter des Reiseveranstalters TUI Deutschland wurden aktiv aufgefordert, das E-Learning-Angebot zu absolvieren. Zudem wurde ein Link auf der TUI Deutschland Website integriert, um das Thema verstärkt in die Öffentlichkeit zu tragen.

Die Sensibilisierung der Gäste erfolgt auf vielfältige Art und Weise. Neben Anzeigen in TUI Katalogen, in den Buchungsunterlagen und einer Informationsseite in Hotelkarten wurde der Film „Nicht wegsehen“ im Bordprogramm der TUIfly gezeigt. Der Flyer „Kleine Seelen, große Gefahr“ wurde 2011 neu aufgelegt. Die Broschüre wurde unter anderem in Thailand, Sri Lanka und Kenia den TUI Kunden im Rahmen des Informationsgesprächs vorgestellt und an sie verteilt. Bereits im Herbst 2010 wurde eine neue Anlaufstelle beim Bundeskriminalamt eingerichtet – die von TUI aktiv kommuniziert wird –, um Gästen, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit die Möglichkeit zu geben, auf Verdachtsfälle aufmerksam zu machen.



www.thecode.org



Hingucken und Handeln – Aufklärung zum Schutz von Kindern.

Der von TUI Travel entwickelte Nachhaltigkeitsanhang für Hotelverträge (Sustainable Development Addendum) führt den Schutz vor Kinderprostitution als Teil sozialer und ethischer Mindestanforderungen auf. Die unterzeichnenden Hotelpartner verpflichten sich, den Schutz von Kindern in der Unterkunft sicherzustellen. Angestellte müssen über den ECPAT-Verhaltenskodex informiert sein und entsprechend handeln können. Die Meldung von Auffälligkeiten soll bei den lokalen Behörden erfolgen.

TUI Patenschaften und Mitarbeiterengagement

Seit 1995 unterstützen TUI Mitarbeiter vom Unternehmensstandort Hannover jedes Jahr ein gemeinnütziges Projekt in der Region. Offiziell anerkannte Organisationen, Stiftungen und Vereine, die vorzugsweise Kindern in Not helfen, werden von engagierten Kollegen vorgeschlagen und in einer internen Abstimmung gewählt. So kamen bislang rund 500.000 € für die direkte Hilfe am Standort zusammen:

- In 2010 unterstützte die TUI Patenschaft das Projekt „KiD“ (Kind in Diagnostik) der Stiftung „Ein Platz für Kinder“. Das Diagnostik- und Therapiezentrum setzt sich für gewaltgeschädigte Kinder ein, bei denen der

Verdacht auf Vernachlässigung, körperliche Misshandlung oder sexuellen Missbrauch besteht. Der Hilfsorganisation wurde eine Spendensumme von 44.000 € überreicht.

- TUI unterstützte in 2011 Violetta e.V., die Fachberatungsstelle für sexuell missbrauchte Mädchen und junge Frauen. Der Verein hat sich das Ziel gesetzt, sexuelle Gewalt an Mädchen und jungen Frauen aus der Tabuzone zu holen, indem er die Öffentlichkeit aufklärt und den Betroffenen eine Anlaufstelle bietet. Jede Woche nehmen etwa 50 Ratsuchende die kostenlose Beratungsstelle in Anspruch. Durch vielfältige Aktionen und Spenden der TUI Mitarbeiter konnte Violetta e.V. die Summe von 37.700 € übergeben werden.
- In 2012 werden die Mitarbeiter sich für Löwenzahn, das Zentrum für trauernde Kinder und Jugendliche e.V., engagieren. An den Verein können sich Kinder und Jugendliche von vier bis 21 Jahren wenden, bei denen ein Elternteil, Bruder oder Schwester oder ein nahestehender Mensch gestorben ist. Löwenzahn bietet Kindern und Jugendlichen einen geschützten Raum, wo sie ihrer Trauer, auch im Austausch mit anderen Kindern und Jugendlichen, Ausdruck geben können.



Dr. Peter Engelen, Mitglied des Vorstandes der TUI AG, Johanna Stengel, Stiftung „Ein Platz für Kinder“, und Mario Köpers, Executive Director Unternehmenskommunikation TUI Deutschland.

Benefizaktionen

Durch Benefizgalas und Spendenaktionen in TUI Hotels und auf unseren Kreuzfahrtschiffen konnten in 2010 und 2011 mehr als 1,5 Mio. € für wohltätige Zwecke gesammelt werden.

Nicht nur am Standort Hannover helfen die Mitarbeiter der TUI denen, die Hilfe brauchen. Auch an anderen Standorten zeigt sich großes Engagement. Hier einige Beispiele:

TUI Cruises förderte die Eröffnung des neuen Standorts der Clean Winners in Hamburg im Clean Winners Sportpark Öjendorf. Die karitative Organisation hat es sich zur Aufgabe gemacht, sozial benachteiligten Kindern zu helfen.



Clean Winners: Mit Sport & Engagement aus der „Abseitsfalle“.

Die TUI Travel hat eine Patenschaft mit der Family Holiday Association geschlossen. Ziel der Organisation ist es, hilfsbedürftigen britischen Familien einen gemeinsamen Urlaub zu ermöglichen. In den Jahren 2010 und 2011 konnte über verschiedene Aktionen, wie z. B. Spendensammlungen an Bord der Thomson Airways-Flugzeuge, eine Summe von über 800.000 € gespendet werden. Seit vielen Jahren ist TUIfly Partner des RTL Spendenmarathons. Die Crews der Fluggesellschaft sammeln an Bord Geld für notleidende Kinder. In den Jahren 2010 und 2011 konnten über 120.000 € überreicht werden.

Das „Project Discovery“ ermöglicht in einer Kooperation von TUI UK mit der Travel Foundation die Mitarbeit von TUI Mitarbeitern in Nachhaltigkeitsprojekten in den Urlaubsländern. Jedes Jahr nehmen zehn Mitarbeiter für zwei Wochen freiwillig die Arbeit auf sich und packen vor Ort an. Im Jahr 2011 wurden so Hilfsprojekte in Griechenland und der Türkei zum Schutz bedrohter Meeresschildkröten unterstützt.

Beim Projekt „Seitenwechsel“ tauchen Mitarbeiter zur Horizonterweiterung für einen Tag in andere Berufe und Lebenswelten ein, wie z. B. in eine Kinderklinik oder als Verkäufer eines Straßenmagazins. Im Anschluss an den Seitenwechseltag wird den TUI Mitarbeitern die Möglichkeit geboten, ihre Erfahrungen in einem Kurzbeitrag im Intranet zu veröffentlichen.

Jugend im Dialog: Deutsch-Russisches Jugendparlament

Die TUI AG unterstützte das Deutsch-Russische Jugendparlament der Stiftung Deutsch-Russischer Jugendaustausch, das im Juli 2011 in Hannover stattfand. Gemeinsam mit Tourismusexperten der TUI wurden von 40 jungen Menschen aus Russland und Deutschland Ideen für eine bessere deutsch-russische Verständigung erarbeitet. Im Plenum des parallel stattfindenden Petersburger Dialogs präsentierten die Jugendlichen vor Bundeskanzlerin Angela Merkel und dem russischen Präsidenten Dmitry Medvedev ihre Ergebnisse.



Mehr zum Engagement der TUI Stiftung unter www.tui-stiftung.de

TUI Stiftung

Die TUI Stiftung wurde im Jahr 2000 aus Anlass des 75-jährigen Jubiläums der Preussag AG, der heutigen TUI AG, gegründet. Die TUI bündelt mit der Stiftung ihr soziales und gesellschaftliches Engagement in Niedersachsen. Die Stiftung hat in den ersten zehn Jahren ihres Bestehens 285 Projekte mit einem Gesamtvolumen von über 3,6 Mio. € unterstützt.

Die TUI Stiftung förderte im Berichtszeitraum in ihren Förderschwerpunkten – Wissenschaft und Forschung, Bildung und Ausbildung von Kindern und Jugendlichen sowie Kunst und Kultur – über 25 ausgewählte Projekte.

Im Bereich Wissenschaft unterstützt die TUI Stiftung bereits seit sechs Jahren die Begleitforschung des Projekts „Prävention durch frühe Förderung“ des Kriminologischen Forschungsinstituts Niedersachsen. Im Rahmen des Modellversuchs „Pro Kind“ werden in Deutschland neue Wege der Frühförderung von Kindern aus Hochrisikofamilien erprobt und ihre Effektivität überprüft. Erste Ergebnisse des langfristigen Modellversuchs wurden 2010 vorgestellt, das Projekt wird 2012 abgeschlossen sein.

Ebenfalls im Bereich der Wissenschaftsförderung wurde 2010 zum 23. Mal der Rudolf-Schoen-Preis für die beste wissenschaftliche Veröffentlichung an der Medizinischen Hochschule Hannover (MHH) vergeben. Zum

zweiten Mal engagiert sich die TUI Stiftung beim Netzwerk zur Versorgung schwerkranker Kinder und Jugendlicher an der MHH, das die ambulante Versorgung dieser Kinder in Niedersachsen vor Ort deutlich verbessern soll.

Im Bereich Projekte an Schulen förderte die TUI Stiftung insgesamt 15 Vorhaben in Niedersachsen. Schwerpunkt waren Projekte zur Berufsorientierung für Haupt- und Realschüler und zur Förderung kultureller Bildung. So wurde zum Beispiel gemeinsam mit Hannover 96 das Projekt „Join the team – Sportler machen Schule“ durchgeführt. Dahinter steht ein Training zur Förderung der Integrationsfähigkeit und zur Berufsorientierung für Schüler an Schulen aus sozialen Brennpunkten.

Zum zweiten Mal vergab die TUI Stiftung in 2010 den Förderpreis „Gemeinsam in Hannover – Wir sind die Zukunft“ für Kinder- und Jugendprojekte in Hannover. Eine prominent besetzte Jury wählte sechs Siegerprojekte aus.

Im Fokus des Bereichs Kunst und Kultur standen Kulturereignisse mit hohem künstlerischem Anspruch in Hannover. Im Rahmen des Festivals Theaterformen wurde der Kinder- und Jugendtheaterbereich „U18“ gefördert, bei den Kunstfestspielen Herrenhausen engagierte sich die TUI Stiftung für die Akademie der Spiele – ein künstlerisches Workshop-Programm für Jugendliche. Die Arbeit junger Choreografen wurde durch eine Unterstützung des Internationalen Ballettwettbewerbs der Ballettgesellschaft Hannover gefördert.



Join the team: Bei den Workshop-Tagen der TUI AG und Hannover 96 ging es für die eingeladenen Schüler um Teamgeist, kulturelle Offenheit und Berufsorientierung.

PRODUKTE



58	Kundenerwartungen und Produktkennzeichnung
60	Unterstützung von Vertragspartnern
60	Kundensensibilisierung
61	Reisen mit Respekt
62	Innovative Produktgestaltung
64	Sicherheits- und Krisenmanagement

Produkte

Die Wahrnehmung von ökologischer und sozialer Verantwortung durch Unternehmen ist in den Augen der Verbraucher zunehmend kein bloßes „Nice to have“ mehr. Im Gegenteil: Eine nachhaltige Produktpolitik entwickelt sich zu einem entscheidenden Faktor für die Reputation und Bewertung von Unternehmen und letztendlich für die Produktwahl, auch im Tourismus.

Kundenerwartungen und Produktkennzeichnung

Um festzustellen, wie Verbraucher TUI in Sachen Nachhaltigkeit bewerten, hat der Konzern im Jahr 2010 in Kooperation mit dem Global Nature Fund (GNF) eine internationale Studie unter Urlaubern in acht der wichtigsten Märkte durchgeführt. Die Ergebnisse belegen, dass neben den Kriterien Preis, Qualität und Attraktivität des Reiselands auch Aspekte der Nachhaltigkeit in die Kaufentscheidung einbezogen werden. Und: Reisende setzen voraus, dass der Veranstalter, dem sie ihr Vertrauen schenken, sich besonders um den Schutz von Natur und natürlichen Ressourcen kümmert. Faire Arbeitsbedingungen gehören ebenfalls zu den Grunderwartungen.

Bei der Darstellung und Beschreibung entsprechender Angebote bestehen aus der Sicht der Kunden aber noch Möglichkeiten zur Verbesserung. TUI nimmt die Studienergebnisse in die auf Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit ausgerichtete Produktentwicklung auf und bietet eine differenzierte Produktkennzeichnung, um die Kunden bei ihrer Kaufentscheidung „nachhaltig“ zu unterstützen.

Global Sustainable Tourism Criteria

Der Global Sustainable Tourism Council (GSTC) ist eine globale Initiative zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus, die 2007 vom United Nations Environment Programme (UNEP), der United Nations Foundation, der United Nations World Tourism Organization (UNWTO) und der Rainforest Alliance gegründet wurde. Inhaltliches Kernstück des GSTC sind die Global Sustainable Tourism Criteria (ebenfalls GSTC), in denen die maßgeblichen Inhalte für Nachhaltigkeit im Tourismus verankert sind. Ziel ist es, bestehende Auszeichnungen und Labels in der Touristik mit den GSTC-Kriterien abzugleichen und bei Erfüllung der Kernkriterien gewissermaßen zu „akkreditieren“ sowie neue Märkte für nachhaltigen Tourismus zu erschließen. Insgesamt soll damit das Vertrauen der Verbraucher gestärkt und „Greenwashing“ vorgebeugt werden. Seit Juni 2011 ist die TUI Mitglied des GSTC mit einem Sitz im Vorstand, das Mandat wird von der TUI Travel PLC wahrgenommen.

TUI stellt ihren Gästen alle erforderlichen Informationen zu den angebotenen Produkten und Leistungen in transparenter und angemessener Art und Weise zur Verfügung. Zur Qualitätssicherung führen die TUI Veranstalter kontinuierlich Gästezufriedenheitsbefragungen durch. Jährlich gehen allein bei TUI Deutschland über 500.000 Meinungen von Gästen ein. Die Ergebnisse der Bewertungen weist TUI u. a. in Urlaubskatalogen aus, um den Kunden eine bessere Entscheidungsgrundlage für ihre Reise geben zu können.



www.gstcouncil.org

Green Globe

Die wachsende Sparte der Flusskreuzfahrten von TUI Deutschland hat für ihren Produktbereich ein Nachhaltigkeitskonzept entwickelt. Dieses Konzept beinhaltet u. a. das Angebot einer Klimakompensation über myclimate an die Gäste sowie die Zertifizierung von zwei Schiffen nach Green Globe. Für die Zertifizierung der Schiffe wurde eigens mit Green Globe ein neuer Standard entwickelt, um die spezifischen Anforderungen und Auswirkungen der Schifffahrt zu berücksichtigen. Das Zertifikat ist ein Jahr gültig.

Travelife

Das international anerkannte Gütesiegel Travelife findet im TUI Konzern insbesondere bei der Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung von Hotels Anwendung. Das Bewertungssystem ermöglicht es teilnehmenden Hoteliers in einem ersten Schritt, ihre Nachhaltigkeitsleistung selbst zu überprüfen und zu optimieren. Gefordert werden zum Erhalt des Gütesiegels eine entsprechende Nachhaltigkeitsorganisation und Maßnahmen, die ökologische und auch soziale Aspekte einbeziehen. In einem weiteren Schritt führen externe Prüfer Audits durch, bei denen die Einhaltung der Travelife-Kriterien bestätigt wird. Das in Gold, Silber oder Bronze verliehene Gütezeichen ist zwei Jahre gültig.

TUI Umwelt Champion

Die umweltfreundlichsten Hotels aus dem weltweiten Angebot von TUI Deutschland werden mit dem TUI Umwelt Champion ausgezeichnet. Die Grundlage für die Vergabe des Titels sind die Kriterien von Travelife. Eine zusätzliche Erfolgskontrolle ist das Feedback im TUI Gästefragebogen auf die Frage „Wie zufrieden sind Sie mit den Maßnahmen Ihres Hotels zum Schutz der Umwelt?“. Beide Werte gemeinsam gehen in die jährliche Überprüfung und Auszeichnung der besten Hotels ein. Die Objektivität der Auswahl und des Bewertungsverfahrens wird im Zuge der ISO 14001-Zertifizierung der TUI Deutschland von einem unabhängigen Gutachter geprüft.

EcoResort

Das Gütesiegel EcoResort ist heute eines der „Flaggschiffe“ bei der Bewertung der nachhaltigen Entwicklung in der Ferienhotellerie. Das von TUI Hotels & Resorts in Kooperation mit dem Nachhaltigkeitsmanagement der TUI AG geschaffene Gütesiegel setzt eine Zertifizierung nach einer anerkannten nationalen oder internationalen Umweltnorm, wie z. B. ISO 14001 oder EMAS, sowie die Auszeichnung als TUI Umwelt Champion voraus.

Erst nach einer Überprüfung durch akkreditierte externe Gutachter dürfen die konzerneigenen Hotelmarken von TUI Hotels & Resorts dieses Siegel führen. Über den verantwortungsvollen Umgang mit Natur, Umwelt und Gesellschaft und ihre Nachhaltigkeitsprojekte berichten die TUI Hotels & Resorts seit Mai 2011 transparent auf der neu gestalteten EcoResort-Homepage. Die Auszeichnung mit dem EcoResort wird jährlich überprüft.

Österreichisches Umweltzeichen

Das nationale Österreichische Umweltzeichen wird an Produkte, Tourismusbetriebe und Bildungseinrichtungen vergeben. Schwerpunkt der Kriterien ist ein ressourcen- und umweltschonendes Wirtschaften des Hotelbetriebs vor Ort. Dabei kommt der Verwendung von Lebensmitteln aus der biologischen, saisonalen Landwirtschaft und auch der artgerechten Tierhaltung eine besondere Bedeutung zu. Das Umweltzeichen wird vom österreichischen Lebensministerium verliehen und hat eine Gültigkeit von vier Jahren.

Green Star Hotel

Die TUI ist zusammen mit ihrem ägyptischen Partner Travco Group einer der wichtigen Partner der Green Star Hotel Initiative und unterstützt aktiv den Ressourcenschutz am Roten Meer. Die Initiative wird in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), dem ägyptischen Tourismusministerium und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung umgesetzt.



www.greenglobe.com



www.travelife.org



www.tui-ecohotel.de



www.ecoresort-tui.com



www.umweltzeichen.at



**Green Star
Hotel**



www.greenstarhotel.net

Im Rahmen des Projekts wurde nach internationalen Standards (Global Sustainable Tourism Criteria/GSTC) und in einem partizipativen Prozess in Zusammenarbeit mit Hotelanlagen in der Region El Gouna ein Umweltgütesiegel für die ägyptische Hotellerie entwickelt. Die Anforderungen an ein Green Star Hotel sind auf die extremen geografischen und klimatischen Bedingungen Ägyptens zugeschnitten. Das Green Star Hotel-System ist so entwickelt worden, dass auch kleinere Hotels in der Lage sind, ein Umweltmanagement in ihren Betrieb zu integrieren.



www.tuigreen.com
www.tui-ecohotel.com



TourCert

Als erster größerer deutscher Reiseveranstalter erhielt der TUI Studien- und Erlebnisreise-Spezialist Gebeco in 2011 das Nachhaltigkeitssiegel „CSR-Tourism-certified“ der Zertifizierungsgesellschaft TourCert. Die Zertifizierung zeichnet Veranstalter aus, die sich für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung über die gesetzlichen Vorgaben hinaus engagieren. TourCert prüft und beurteilt speziell Reiseveranstalter auf deren Nachhaltigkeit in der gesamten Unternehmenspraxis. Die Gesellschaft verfolgt das gemeinnützige Ziel, durch eine externe glaubwürdige Begutachtung und Zertifizierung nachhaltiges Wirtschaften im Tourismus zu fördern.



www.tourcert.org

Unterstützung von Vertragspartnern

TUI fordert hohe Umweltstandards nicht nur ein, sondern unterstützt ihre Hotelpartner aktiv bei der Suche nach **zukunftsorientierten Lösungen** (→ siehe Berichtsteil, Ressourceneffizienz, Seite 27). Deshalb veröffentlichte TUI Travel 2010 die „Guidelines for Sustainability in Hotels“. Diese Zusammenstellung von Richtlinien und Standards ist durch Erfahrungen und Praxisbeispiele von TUI Partnerhotelliers, die sich aktiv im Bereich der Nachhaltigkeit engagieren, ergänzt worden.

TUI Nederland und TUI Deutschland stellen für ihre Vertragspartner Internetportale in sieben bzw. drei Sprachen zur Verfügung. Die Geschäftspartner können sich auf diesen Seiten über den Zertifizierungsstandard Travelife informieren und erhalten Hilfestellung für die ersten Schritte zur Verwendung des Systems.

Kundensensibilisierung

Bereits vor Reiseantritt werden die Kunden durch die Reisekataloge zahlreicher Veranstalter des TUI Konzerns über die Umwelt und die kulturellen Besonderheiten in den gastgebenden Ländern informiert. TUI Deutschland hat zudem einen Klima-Fußabdruck für die Fluganreise zur jeweiligen Urlaubsdestination in die Kataloge integriert. Dazu steht den TUI Kunden im Internet ein großes Informationsangebot zum Themenkomplex Nachhaltigkeit zur Verfügung. Weitere aktuelle Informationen zu Umwelt, Gesellschaft und Sozialem finden sich auf der Konzernwebsite der TUI www.tui-group.com. Auch zahlreiche Veranstalter des Konzerns haben auf ihren Websites entsprechende Bereiche eingerichtet. Die neuen sozialen Medien wie Facebook und Twitter werden ebenfalls zunehmend genutzt, um die Kunden der TUI für das Thema Nachhaltigkeit zu interessieren.



Artenschutz kompakt: Der Kleine TUI Artenschützer informiert TUI Kunden über Souvenirs und bedrohte Arten.

In den Urlaubsländern können sich unsere Gäste in den Urlaubshotels über Natur, Umwelt und Kultur informieren. Hierzu stellen mehrere Veranstalter der TUI Informationsmappen und Broschüren zur Verfügung. Ergänzend werden beim Begrüßungstreff durch die TUI Reiseleitung Informationen gegeben – vom Hinweis auf einen schonenden Umgang mit Ressourcen bis zum Themenbereich Souvenirs und bedrohte Arten. Und: Der Souvenirratergeber „Der kleine TUI Artenschützer“ motiviert zum Kauf alternativer und fairer Souvenirs, die gleichzeitig die lokale Wirtschaft nachhaltig fördern.

Reisen mit Respekt

TUI Deutschland bietet interessierten Kunden seit 2010 die Möglichkeit, sich sehr eingehend mit ihrem jeweiligen Urlaubsland zu beschäftigen. Partner bei der Zusammenstellung der Informationen ist der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e. V. Urlaubsgäste

in Costa Rica und Griechenland erhalten über das SympathieMagazin des Studienkreises umfassende Hintergrundinformation über Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und Religion des jeweiligen Lands.

In Zusammenarbeit mit Naturfreunde Internationale wurde eine Aufklärungskampagne mit dem Ziel entwickelt, Gäste für den nachhaltigen Tourismus zu sensibilisieren. Die Broschüre „Reisen mit Respekt“ enthält entsprechende Tipps und Informationen. Alle Kunden, die die Buchungsplattform www.tui.com nutzen, erhalten automatisch die elektronische Ausgabe der Broschüre.



Informationen zu den klimaneutralen DORFHOTELS und Iberotels finden Sie im Magazin auf Seite 20.

Innovative Produktgestaltung

Das intensive Erleben der Destination steht im Mittelpunkt der Entwicklung nachhaltiger Ausflugsangebote. Dieses Erleben schafft ein tieferes Verständnis der TUI Kunden für die regionale Natur und Umwelt, die Kultur und Traditionen sowie die Lebensweise der Bevölkerung. Gemeinsam mit ihren Partnern verfolgt TUI das Ziel, ein umfassendes Angebot entsprechender Ausflüge zu erstellen. Beispielhaft dafür sind die folgenden:

- TUI Deutschland nahm 2011 Nordic-Walking-Wanderungen zum TUI Wald in das Ausflugsangebot für Mallorca auf. In einer dreistündigen Wanderung, die professionell betreut wird, erhalten die Kunden detaillierte Informationen zu Flora und Fauna und genießen im Naturschutzgebiet des TUI Walds ein typisch mallorquinisches Picknick.



Im Naturschutzgebiet Parc natural de la Peninsula de Llevant wächst der TUI Wald.

- Nachhaltige Ausflugsangebote spielen auch bei TUI Hotels & Resorts eine bedeutende Rolle. So bietet beispielsweise Grupotel unter dem Titel „Grupotel Natur“ zahlreiche Ausflüge und Events für Individualreisende und Kleingruppen an, die dem Gast das ursprüngliche Mallorca mit seiner Geschichte und der beeindruckenden Natur näherbringen.
- Der französische TUI Reiseveranstalter Nouvelles Frontières setzt sein erfolgreiches Programm „Nouvelles Rencontres“ (Neue Begegnungen) fort. Bei mehr als 40 Aus-

flugsangeboten steht die Begegnung mit der einheimischen Bevölkerung im Mittelpunkt. Bestandteil dieser „neuen Begegnungen“ ist die Unterstützung von lokalen Projekten in den Gemeinden der Urlaubsländer.

- TUI Deutschland und die TUI AG entwickelten gemeinsam mit dem Global Nature Fund einen Natur- und Kulturausflug in die Mangroven Sri Lankas. Die Exkursion führt Gäste an den Madampa-See in der durch den Tsunami betroffenen Region Ambalangoda. Dort gewinnen die Teilnehmer Einblicke in traditionelle Fangmethoden der einheimischen Fischer und können zugleich die Vogelwelt erkunden.



Wissen zum Thema Umwelt ist mit „an Bord“.

- Im Oktober 2011 stellte TUI Deutschland die neue Hotelmarke Viverde vor. Bei der Entwicklung des neuen Hotelformats wurden neben soziodemografischen Hintergründen auch die Lebensstile und Urlaubsbedürfnisse verschiedener Zielgruppen wissenschaftlich betrachtet. Das daraus entwickelte Hotelkonzept richtet sich an die Zielgruppe der „Naturaktiven“, also Menschen, die sich ein Leben im Einklang mit der Natur und der Familie wünschen. Hohe Umweltstandards bei Unterkunft und Verpflegung, eine gesunde, regionale Küche und Entspannung im Wellnessbereich sind wichtige Bestandteile der Viverde Philosophie.



Toskana-Projekt Castelfalfi

Bei Hotelprojekten der TUI werden Nachhaltigkeitsaspekte bereits in der Planungsphase berücksichtigt. Im Juni 2011 wurde die Genehmigung für die ersten Bauabschnitte des Resorts Castelfalfi in der Toskana erteilt. TUI wird in dem alten Dorf, das gegenwärtig zu großen Teilen verfallen ist, Bauernhäuser wiederaufbauen und Boutiquehotels und Landhäuser errichten. So wird eine einzigartige Kulturlandschaft erhalten und es werden rund 250 Arbeitsplätze in der Region geschaffen.

Bei Fertigstellung des gesamten Projekts werden lediglich 0,3% der Gesamtfläche bebaut sein.

Die Energie für das Resort soll nach den bisherigen Planungen zu 60% dezentral in einem Blockheizkraftwerk erzeugt werden, das lokale Biomasse verarbeitet. Der gesamte Wasserbedarf wird aus eigenen Brunnen gedeckt und bei der Wasserver- und Brauchwasserentsorgung sind biologische Klärung und Mehrfachnutzung vorgesehen. Die Landwirtschaft von Castelfalfi wird erhalten bleiben und die Reben der 30 Hektar großen Weinberge werden im eigenen Betrieb gekeltert. Gleiches gilt für das Öl der 9.000 Olivenbäume, die in der eigenen Presse verarbeitet werden sollen. Das Umweltmanagement des Resorts wird auf Basis des ISO 14001-Standards und der erweiterten Umwelt- und Nachhaltigkeitsstandards für das TUI eigene Gütesiegel EcoResort betrieben.

Öko-Baumwolle bei TUIfly Nordic

Seit Januar 2011 werden bei TUIfly Nordic ausschließlich Uniformen eingesetzt, die nach GOTS (Global Organic Textile Standard) produziert wurden. Der renommierte Standard für Öko-Mode stellt – anhand international anerkannter umweltbezogener sowie sozialer Kriterien – über den gesamten Produktionsprozess, einschließlich der Ernte, den ökologischen Status der Textilien sicher. Bei der TUIfly Nordic sind mittlerweile 1.200 Mitarbeiter mit den neuen Hemden und Blusen ausgestattet.

All Inclusive

Die sozioökonomischen Auswirkungen des Tourismus auf die bereisten Länder werden kontrovers diskutiert. Das gilt ganz besonders für All Inclusive-Angebote. Während Kritiker anführen, dass ein Großteil der generierten Einnahmen nicht in der Destination verbleibt und somit kein Entwicklungsbeitrag geleistet wird, gehen Befürworter davon aus, dass der Massentourismus wertvolle sozioökonomische Effekte erzielt und in hohem Maße zur Destinationsentwicklung beiträgt.

Eine Studie des Overseas Development Institute (ODI) und der TUI Travel zeigt am Beispiel des 4-Sterne-All Inclusive-Hotels Holiday Village Turkey in Sarigerme, dass 55% der durch die Reise generierten Einnahmen in der Türkei verbleiben – vor allem durch den Hotelbetrieb, etwa durch den Einkauf nationaler Lebensmittel und die Löhne für die Mitarbeiter.

Eine Studie der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ), in der die sozioökonomischen Auswirkungen des ROBINSON Club Nobilis in Belek in der Türkei untersucht wurden, stellt heraus, dass 77% der Ausgaben des Hotels für Lebensmittel im Land verbleiben. Während demnach im Lebensmittelbereich vorwiegend eine nationale Wertschöpfung generiert wird, werden darüber hinaus 75% der Produkte und Dienstleistungen im Non-Food-Bereich, also zum Beispiel Ausgaben für Serviceverträge, Wäscherei, Hygieneprodukte und Ähnliches, im direkten Umfeld des Hotels eingekauft. Insgesamt verbleiben so rund 80% der Hotelausgaben für die betrachteten Bereiche in der Türkei, davon entfallen 27% auf Leistungen und Produkte im lokalen Umfeld des Hotels.

Beide Studien bestätigen die hohe makroökonomische Bedeutung der All Inclusive-Hotels. Zugleich sind aber Verbesserungspotenziale im direkten Umfeld der Hotels erkennbar. Deshalb arbeitet TUI an Konzepten, um die Einbindung lokaler Strukturen und Gemeinden zu stärken. Im Hotel Holiday Village Turkey konnte durch den verstärkten Einkauf von Produkten und Dienstleistungen vor Ort und die verstärkte Einstellung türkischer Mitarbeiter eine Erhöhung der lokalen Wertschöpfung um 800.000 € erzielt werden – so die Evaluation der Verbesserungsmaßnahmen.

Sicherheits- und Krisenmanagement

Mit der steigenden Zahl von Krisen in den Bereichen Umwelt, Politik und Gesellschaft weltweit wird das Sicherheits- und Krisenmanagement bei Reiseveranstaltern immer wichtiger. Das spiegelt sich auch in einer repräsentativen Umfrage zum Sicherheitsbedürfnis von Urlaubern wider, die im Frühjahr 2011 durch TUI Deutschland gemeinsam mit TNS Emnid durchgeführt wurde. Durch die häufiger und komplexer erscheinenden Krisensituationen legen Kunden verstärkt Wert auf eine umfassende Betreuung und die zuverlässige Reisedurchführung.

Mit der Bestnote hat TUI Deutschland 2011 bereits die dritte Zertifizierung des Krisenmanagements durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC abgeschlossen. Grund für dieses hervorragende Ergebnis war die Umsetzung verschiedener Verbesserungsmaßnahmen wie beispielsweise die Implementierung einer Risikoanalyse.

Technisch gestützt wird das Krisenmanagement der TUI durch den Alarmierungs- und Krisenmanagementdienst Fact24, der eine schnellstmögliche telefonische Alarmierung des Krisenstabs und des Emergency Care-Teams garantiert.

TUI nutzt neben grundlegenden Alarmierungsfunktionen noch weitere Möglichkeiten des Systems: Die Funktion „Case-Manager“ ermöglicht dem Krisenstab den Live-Austausch von Nachrichten, Dokumenten und verschiedenen Medien über ein geschütztes Online-Portal. Ein Krisenlogbuch dokumentiert alle Ereignisse. Zusätzlich können relevante Meldungen über RSS-Feeds oder soziale Netzwerke wie Twitter erfasst werden.

TUIfly Special Assistance Team

Die wichtigste Aufgabe des TUIfly Special Assistance Team ist die persönliche und telefonische Betreuung von Betroffenen und deren Angehörigen nach einem Unglücksfall direkt am Unglücksort, Ziel- oder Abflughafen oder bei Bedarf auch an anderen Orten. Freiwillige Helferinnen und Helfer aus verschiedenen Unternehmensbereichen der TUIfly nehmen diese und andere Aufgaben wahr. Die Grundlage für ihre Arbeit ist die Teilnahme an einer mehrtätigen Grundschulung und regelmäßigen Aufbaukursen.

Zusätzlich hat sich die Fluggesellschaft der Stiftung Mayday angeschlossen, die ein weltweit arbeitendes Betreuungsnetz unterhält, um Flugzeugbesatzungen nach kritischen und belastenden Vorfällen und Unglücken zur Seite zu stehen. Unterstützt wird die Stiftung dabei von erfahrenen und speziell geschulten Piloten und Besatzungsmitgliedern sowie Psychologen. In der SAT Allianz haben sich verschiedene Airlines, darunter auch TUIfly, Flughäfen und Reiseveranstalter zusammengeschlossen; sie bietet ein Forum für den Erfahrungsaustausch, um im Krisenfall die bestmögliche Betreuung von betroffenen Personen und Angehörigen zu gewährleisten.

Hotel-Sicherheitsprüfung

Das Iberotel Palm Garden an der Türkischen Riviera hat in 2011 als erstes Hotel des TUI Best Family-Konzepts das „Safety Check“-Siegel des TÜV Rheinland erhalten. Mit diesem unabhängigen Zertifikat zeichnete der TÜV das familienfreundliche Hotel für die Einhaltung von mehr als 250 Sicherheitsaspekten aus. Sie betreffen insbesondere die Familienbereiche wie den Pool, die Wasserrutschen, das Restaurant, den Kinderclub, den Spielplatz, die Sportstätten und die Bühne. Um größtmögliche Sicherheit zu gewährleisten, werden die Einrichtungen täglich auf sichtbare Mängel geprüft. Für diese Prüfungen wurden TUI Best Family-Mitarbeiter durch den TÜV Rheinland zu so genannten Safety Guides ausgebildet.

SONSTIGE INFORMATIONEN



66
Bescheinigung (Arqum)

67
Über diesen Bericht

68
GRI Index

76
Kontakt

77
Impressum

Bescheinigung

über die unabhängige prüferische Durchsicht des Nachhaltigkeitsberichts 2011/2012 der TUI AG



Wir haben den Nachhaltigkeitsbericht der TUI AG (im Folgenden: der Bericht) für den Berichtszeitraum vom 1. Oktober 2009 bis 31. September 2011 einer prüferischen Durchsicht hinsichtlich der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 der Global Reporting Initiative (GRI) unterzogen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Der Vorstand der TUI AG trägt die Verantwortung für die Erstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines der GRI genannten Prinzipien der Berichterstattung (Seite 7 bis 17).

Die Verantwortung umfasst ferner die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen und Prozessen zur Erstellung eines Berichts, der frei von wesentlichen Fehlern ist, in Übereinstimmung mit den genannten Kriterien aufgestellt wurde und auf angemessenen Methoden zur Datenermittlung beruht.

Unsere Verantwortung

Die prüferische Durchsicht des Berichts wurde systematisch mit dem Ziel der Erlangung einer begrenzten Sicherheit hinsichtlich der Beachtung der GRI Guidelines durchgeführt und dokumentiert. Dementsprechend soll diese Beurteilung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen, dass der Bericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines (Seite 7 bis 17) der GRI erstellt worden ist. Daher ist der Umfang der durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit geringer.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u. a. folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragung von Mitarbeitern der für die Erstellung des Berichts verantwortlichen zentralen Abteilung Konzern-Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung über den Prozess zur Erstellung des Berichts
- Befragung von Mitarbeitern der Fachabteilungen, die die Themenfelder Compliance, Stakeholder-Management, Personalmanage-

ment und -kennzahlen, Gesundheitsmanagement und Arbeitssicherheit, Nachhaltige Produktentwicklung, Nachhaltigkeitsprojekte im Konzern, Nachhaltigkeitsindizes und Umweltkennzahlen, TUI Stiftung und TUI Partnerschaft sowie Strategie und Projekte zum Klima- und Artenschutz verantworten

- Nachvollzug der betrieblichen Abläufe und deren Darstellung im Bericht durch stichprobenhafte Einsichtnahme in interne Dokumente
- Nachvollzug und Einsichtnahme in die Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Analyse, Plausibilisierung und Aggregation der Umweltkennzahlen aus den Geschäftsbereichen der TUI AG inkl. der Beteiligungsgesellschaften TUI Travel, TUI Hotels & Resorts und Kreuzfahrten sowie deren stichprobenartige Überprüfung auf Plausibilität
- Durchsicht des Berichts im Hinblick auf eine geeignete Auswahl der Nachhaltigkeitsaspekte sowie eine schlüssige und ausgewogene Darstellung der Nachhaltigkeitsleistung

Unsere Beurteilung

Auf Grundlage unserer prüferischen Durchsicht zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2011/2012 der TUI AG in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 (S. 7 bis 17) der GRI genannten Kriterien erstellt worden sind.

Ergänzende Hinweise – Empfehlungen

Ohne die oben dargestellte Beurteilung unserer prüferischen Durchsicht einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung aus:

- Wir befürworten die konsequente Fortführung der Integration der umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie über alle Teilkonzerne und Servicegesellschaften hinweg

- Wir empfehlen die regelmäßige Fortführung von Stakeholder-Befragungen sowie die kontinuierliche Ableitung von Verbesserungsansätzen. In diesem Zusammenhang ist die erstmals vollständige Einbindung des Nachhaltigkeitsprogramms für die Beteiligungsgesellschaften im Nachhaltigkeitsbericht zu begrüßen
- Im Rahmen der Emissionsberechnung werden bei der TUI AG und der Beteiligungsgesellschaft TUI Travel teilweise unterschiedliche Umrechnungsfaktoren zugrunde gelegt. Die Fortführung der konzernweiten Vereinheitlichung wird empfohlen

München, 19.12.2011

Arqum GmbH
Gesellschaft für Arbeitssicherheits-, Qualitäts- und Umweltmanagement mbH



Karoline Dick

Über diesen Bericht

Die TUI AG veröffentlicht den Nachhaltigkeitsbericht im zweijährigen Turnus. Der vorliegende Bericht enthält Angaben zu Aktivitäten und Maßnahmen für die beiden Geschäftsjahre 2009/10 und 2010/11. In 2009 erfolgte die Umstellung des Geschäftsjahres vom Kalenderjahr auf den Berichtszeitraum 1. Oktober bis 30. September. Die Darstellung der Kennzahlen ist somit in diesem Bericht dem neuen Geschäftsjahr der TUI AG angepasst. In die Berichterstattung einbezogen sind Beteiligungsgesellschaften, die mittelbar oder unmittelbar im Mehrheitsbesitz der TUI AG sind (Financial Control) oder die vollständig von der TUI AG geführt werden (Operational Control).

Über ein internes Reportingsystem berichten alle Beteiligungsgesellschaften jährlich über ihre Aktivitäten und Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit und über ihre Verbrauchswerte. Die quantitativen Informationen werden auf Konzernebene konsolidiert und zu relevan-

ten Kennzahlen verdichtet. Diese dienen als strategische und operative Steuerungsgrößen zur systematischen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung im TUI Konzern.

Beziehen sich bestimmte Kennzahlen nicht auf den gesamten TUI Konzern, werden die entsprechenden Teilbereiche explizit benannt, beispielsweise die Geschäftsbereiche TUI Travel, Kreuzfahrten und TUI Hotels & Resorts. Somit hat sich – im Vergleich zu früheren Berichten – die Berichterstattung von Angaben zu emissionsintensiven Bereichen hin zu Geschäftsbereichen geändert.

Nach einer Plausibilitätsprüfung werden die Verbrauchswerte analysiert und zusammengefasst. International anerkannte Umrechnungsfaktoren dienen als Grundlage der Berechnung und werden kontinuierlich in ihrer Anwendbarkeit abgeglichen. Hierzu verfolgen wir die öffentliche und wissenschaftliche Diskussion. Zur besseren Vergleichbarkeit werden Umweltkennzahlen sowohl absolut als auch relativ im Jahresvergleich dargestellt.

Die Ermittlung der Emissionen aus dem Flugbetrieb basiert auf Angaben der International Civil Aviation Organization (ICAO) und berücksichtigt flugzeugspezifische Angaben wie Flugzeugtyp und Triebwerkstyp. Aus dem tatsächlichen Kerosinverbrauch und weiteren operativen Parametern des Flugbetriebs werden anschließend die Emissionen von Kohlendioxid und weiteren Treibhausgasen ermittelt. Die Emissionen der Kreuzschifffahrt ermitteln wir aus dem tatsächlichen Treibstoffverbrauch. Die Emissionen des Hotelbetriebs berechnen sich aus folgenden Emissionsquellen: Elektrizität, Heizöl, Heizgas, Fernwärme, Propan und Treibstoff für Fahrzeuge an den Standorten der Hotels. Die spezifischen Kennzahlen beziehen eine Vergleichsgröße wie beispielsweise Personenkilometer, Personenseemeile oder Hotelübernachtung mit ein.

Zur Verbesserung der Umweltleistung erhalten die Hotelmarken von TUI Hotels & Resorts sowie die beiden Kreuzfahrtgesellschaften Hapag-Lloyd Kreuzfahrten und TUI Cruises jährliche Auswertungen mit Vergleichswerten. Dadurch können die Gesellschaften ihre Umweltleistung intern oder mit anderen Gesellschaften vergleichen, um Einsparpotenziale zu identifizieren und Maßnahmen zur Effizienzsteigerung abzuleiten.

GRI-Index

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2011/2012 „Destination Nachhaltigkeit“ der TUI AG orientiert sich an den aktuellen Leitlinien der Global Reporting Initiative (G3 Guidelines) und wurde zusätzlich von Arqum geprüft. Er entspricht der GRI-Anwendungsebene „B+“. Dieses hat die Global Reporting Initiative im Rahmen ihrer Prüfung bestätigt.

Der folgende Index gibt einen Überblick über alle GRI-Indikatoren und deren Status, d. h. darüber, in welchem Umfang die TUI AG die einzelnen Indikatoren in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung berücksichtigt. Neben den Inhalten in diesem Bericht finden sich ergänzende Informationen im aktuellen Geschäftsbericht der TUI AG und auf der Konzern-Webseite.

Status	Indikatoren	Abkürzungen
● komplett berichtet	EN1 Kernindikator	MAG Magazin
● teilweise berichtet	EN5 Zusatzindikator	BT Berichtsteil
○ nicht relevant/nicht berichtet		GB Geschäftsbericht (http://geschaeftsbericht2010-11.tui-group.com)
		S. Seite

GRI-Indikator	Status	Verweis	Kommentar
Profil			
1 Strategie und Analyse			
1.1	●	MAG, S. 2	
1.2	●	BT, S. 2/3, 9–11 GB, S. 64–77	
2 Organisationsprofil			
2.1	●	Titel	
2.2	●	BT, S. 2/3, 58–63 http://www.tui-group.com/de/unternehmen/geschaeftsbereiche GB, Klappseite 2 und Umschlagseite 2, S. 52–57	
2.3	●	GB, S. 52–57, 242–257 http://www.tui-group.com/de/unternehmen/unternehmensstruktur , http://www.tui-group.com/de/unternehmen/geschaeftsbereiche	
2.4	●	BT, S. 76/77	
2.5	●	GB, S. 52–57, 80/81 http://www.tui-group.com/de/unternehmen/geschaeftsbereiche	
2.6	●	GB, S. 44 MAG, S. 29	
2.7	●	GB, Klappseite 2 und Umschlagseite 2, S. 52–57	
2.8	●	BT, S. 4, GB, Klappseite 1	
2.9	●	BT, S. 67, GB S. 52	
2.10	●	BT, S. 48, MAG, S. 9, GB, S. 64 TUI Travel „Towards a sustainable future“, S. 5	
3 Berichtsparameter			
3.1	●	BT, S. 67	
3.2	●	BT, S. 67	
3.3	●	BT, S. 67	
3.4	●	BT, S. 76/77	
3.5	●	BT, S. 9–12, 67	
3.6	●	BT, S. 67	
3.7	●	BT, S. 67	

	GRI-Indikator	Status	Verweis	Kommentar
3.8	Im Bericht enthaltene Joint Ventures und Tochtergesellschaften	●	BT, S. 67	
3.9	Messverfahren und Basis der Datenerhebung	●	BT, S. 66/67	
3.10	Auswirkungen durch neue Darstellung von Informationen	●	BT, S. 66/67	
3.11	Veränderungen gegenüber Vorjahren	●	BT, S. 67	
3.12	GRI Content Index	●	BT, S. 68–73	
3.13	Externe Verifizierung des Berichts	●	BT, S. 66	
4	Governance, Verpflichtungen und Engagement			
4.1	Führungsstruktur der Organisation	●	BT, S. 8, 16 GB, S. 19–39	
4.2	Erläuterung, ob der Vorsitzende des höchsten Leitungsorgans gleichzeitig Geschäftsführer ist	●	BT, S. 16	Dem deutschen Recht entsprechend sind die Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden und des Aufsichtsratsvorsitzenden strikt voneinander getrennt.
4.3	Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans	●	–	Nicht zutreffend
4.4	Mechanismus für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an höchstes Leitungsorgan	●	BT, S. 9–11 GB, S. 30/31, 45	Gemäß dem deutschen Betriebsverfassungsgesetz ist die Belegschaft durch Mitarbeitervertreter in AR- und Verwaltungsgremien repräsentiert.
4.5	Zusammenhang zwischen Bezahlung der Führungsgremien und Leistung der Organisation	●	GB, S. 34–39	
4.6	Mechanismen des höchsten Leitungsorgans zur Vermeidung von Interessenkonflikten	●	BT, S. 9–11, 16 GB, S. 28–32, 45	
4.7	Identifikation der Qualifikation des höchsten Leitungsorgans zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	●	BT, S. 16 GB, S. 32/33 http://www.tui-group.com/de/unternehmen/management/vorstand	
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	●	BT, S. 12/13, 46/47, 52, 59	
4.9	Verfahren des höchsten Leitungsorgans zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	●	BT, S. 8 GB, S. 19–39	
4.10	Verfahren zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistungen des höchsten Leitungsorgans	●	GB, S. 28–39	
4.11	Vorsorgeprinzip	●	BT, S. 6	
4.12	Teilnahme an und Unterstützung von externen Initiativen	●	BT, S. 15, 52, 59	
4.13	Mitgliedschaften	●	BT, S. 15, 22, 33, 35/36 MAG, S. 9	
4.14	Stakeholder-Gruppen	●	BT, S. 9	
4.15	Identifizierung der Anspruchsgruppen	●	BT, S. 9/10	
4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern	●	BT, S. 9/10, 58	
4.17	Fragen und Bedenken von Stakeholdern	●	BT, S. 10/11, 63, 64	
	Leistungsindikatoren			
	Ökonomische Leistungsindikatoren			
	Managementansatz	●	GB, S. 14, 57, 61, 138	
	Wirtschaftliche Leistung			
EC1	Unmittelbar erwirtschafteter Wert	●	GB, S. 82	
EC2	Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	●	BT, S. 20 MAG, S. 12–15	Im Rahmen des Carbon Disclosure Project gibt TUI regelmäßig Auskunft über die Risiken, Chancen und Auswirkungen des Klimawandels auf die Geschäftstätigkeit.
EC3	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	●	GB, S. 63, 185	
EC4	Erhaltene staatliche Beihilfen und Subventionen	○		Die TUI AG oder einzelne Tochtergesellschaften erhielten für die Umsetzung einiger Bauvorhaben und Projekte Subventionen, die auch der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Förderung in diesen Regionen zutrugen.
	Marktpräsenz			
EC5	Verhältnis Standardeintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn	○		
EC6	Standortbezogene Auswahl von Zulieferern	●	BT, S. 58–64 MAG, S. 20	
EC7	Standortbezogene Personalauswahl	○	BT, S. 43	




GRI-Indikator	Status	Verweis	Kommentar
Mittelbare wirtschaftliche Auswirkungen			
EC8	●	BT, S. 60, 63	
EC9	●	BT, S. 52–56, 63 MAG, S. 20/21, Vorwort	
Ökologische Leistungsindikatoren			
Managementansatz			
	●	BT, S. 6/7, 17/18, 20/21, 29/30, 32/33, 58, 60 MAG, S. 9	
Materialien			
EN1	●	BT, S. 31/32	Als Reisekonzern setzen wir im Gegensatz zu Produktionsunternehmen lediglich Verbrauchsmaterialien ein.
EN2	●		Nicht relevant, siehe EN1
Energie			
EN3	●	BT, S. 29	Der direkte Energieeinsatz belief sich im Geschäftsjahr 2010/11 auf 96.372.160 GJ. Die Quellen für den Energieverbrauch sind vornehmlich Treibstoff, Heizöl, Heizgas und Propan.
EN4	●	BT, S. 29	Der indirekte Energieeinsatz belief sich im Geschäftsjahr 2010/11 auf 3.443.126 GJ. Die Quellen für den Energieverbrauch sind vornehmlich Elektrizität und Fernwärme.
EN5	●	BT, S. 27–29	
EN6	●	BT, S. 22–25 MAG, S. 12–15	
EN7	◐	BT, S. 23–24, 27–29, 63	
Wasser			
EN8	●	BT, S. 29/30	Im Geschäftsjahr 2010/11 wurden 81,7% des gesamten Wasserbedarfs an Bord der Hochseeschiffe über die Aufbereitung von Seewasser produziert. Der restliche Wassermenge wurde an Land bezogen. Bei TUI Hotels & Resorts nutzte die berichteten Hotels 67,2% des Wassers für den Hotelbetrieb, 32,8% wurden zur Gartenbewässerung eingesetzt.
EN9	○		
EN10	○		
Biodiversität			
EN11	●	BT, S. 32/33	Etwa ein Fünftel der befragten Hotelbeteiligungen liegt in der Nähe von Schutzgebieten.
EN12	●	BT, S. 32–40 MAG, S. 26	
EN13	●	BT, S. 32–40	
EN14	●	BT, S. 32–40	
EN15	◐		Ein Großteil der Urlaubsgebiete liegt in Ländern mit großem Artenreichtum. Aktivitäten in diesen Ländern sind deshalb verantwortungsvoll zu gestalten. Das Vorkommen schützenswerter Arten wird jährlich bei den Beteiligungsgesellschaften angefragt und liegt für einzelne Regionen vor. Eine konzernweite Darstellung der Ergebnisse wird gegenwärtig entwickelt.
Emissionen, Abwasser und Abfall			
EN16	●	BT, S. 24–26	
EN17	●	BT, S. 25	
EN18	●	BT, S. 27–30 MAG, S. 12–15	
EN19	●		Neben den im Bericht dargestellten Kennzahlen sind keine wesentlichen Mengen weiterer ozonschädigender Stoffe bekannt.
EN20	●	BT, S. 25	

	GRI-Indikator	Status	Verweis	Kommentar
EN21	Emission in Abwässer	●		Im Geschäftsjahr 2010/11 wurden 81,7% des gesamten Wasserbedarfs an Bord der Hochseeschiffe über die Aufbereitung von Seewasser produziert. Der restliche Wassermenge wurde an Land bezogen. Bei TUI Hotels & Resorts nutzte die berichteten Hotels 67,2% des Wassers für den Hotelbetrieb, 32,8% wurden zur Gartenbewässerung eingesetzt.
EN22	Abfall (Menge/Art der Deponierung, Verbrennung)	●	BT, S. 30/31	Im Geschäftsjahr 2010/11 betrug die Menge an gefährlichem Abfall bei TUI Hotels & Resorts 219 Tonnen und machte somit 0,37% des Gesamtabfallaufkommens aus. Beim nicht gefährlichen Abfall lag die Verwertungsquote bei 7,2% für TUI Hotels & Resorts.
EN23	Freisetzung von Schadstoffen	●		Im Berichtszeitraum sind keine außergewöhnlichen Vorfälle angezeigt worden, in denen Schadstoffe freigesetzt wurden, die eine negative Auswirkung auf Boden, Wasser, Luft oder Biodiversität haben. Bei den Kreuzfahrten sind keine Eintragungen von Öl in Gewässer aufgetreten.
EN24	Transport von Sonderabfällen	○		Nicht wesentlich
EN25	Auswirkungen von Abwasser auf Biodiversität	○		Nicht wesentlich
Produkte und Dienstleistungen				
EN26	Initiativen zur Reduzierung von Umweltauswirkungen	●	BT, S. 20–40, 59/60 MAG, S. 12–15	
EN27	Wiederverwertung Verpackungsmaterial	○		Nicht wesentlich
Einhaltung von Rechtsvorschriften				
EN28	Geldbußen/Sanktionen für Nichteinhaltung von Umweltauflagen	●		Im Berichtszeitraum sind keine Vorfälle bekannt geworden.
Transport				
EN29	Auswirkungen von Transport und Verkehr	●	BT, S. 26	Im engeren Sinn ist dieser Indikator für TUI nicht relevant. Im weiteren Sinn kann der Transport von Gästen darunter verstanden werden. Detaillierte Informationen dazu finden sich im Kapitel „Umwelt“.
Insgesamt				
EN30	Ausgaben für Umweltschutz	○		
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung				
Managementansatz				
● BT, S. 18, 42, 46/47, 49				
Beschäftigung				
LA1	Arbeitsplätze nach Art und Land aufgeschlüsselt	●	BT, S. 42/43, 47	
LA2	Durchschnittliche Fluktuation der Mitarbeiter	●	BT, S. 42/43, 47	
LA3	Leistungen für Vollzeitangestellte	○		
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis				
LA4	Anteil der Arbeitnehmer, die durch Tarifverträge gesichert sind	●	BT, S. 50	
LA5	Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	●		Bei wesentlichen Entscheidungen, die die Obergesellschaft TUI AG oder deren direkte Mitarbeiter betreffen, wurde der zuständige Betriebsrat stets rechtzeitig informiert.
Arbeitsschutz				
LA6	Arbeitsschutzkommissionen	○		
LA7	Berufskrankheiten und Arbeitsunfälle	●	BT, S. 48/49	TUI setzt sich konzernweit für aktive Gesundheitsförderung und damit einhergehende Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz ein. Dies ist im Verhaltenskodex des TUI Konzerns festgehalten. Eine Aussage über die Anzahl der arbeitsbedingten Unfälle und Verletzungen kann nicht getroffen werden.
LA8	Weiterbildung zu ernsthaften Krankheiten	●	BT, S. 44/45 MAG, S. 4–7	
LA9	Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	○		

	GRI-Indikator	Status	Verweis	Kommentar
Aus- und Weiterbildung				
LA10	Weiterbildung pro Mitarbeiter	●	BT, S. 45	Die TUI Beteiligungsgesellschaft TUI Consulting & Services GmbH befasst sich schwerpunktmäßig mit dem Thema Personalentwicklung im TUI Konzern und führte in den Geschäftsjahren 2009/10 und 2010/11 jeweils über 500 Veranstaltungen durch. Ungefähr 3.000 Mitarbeiter aus verschiedenen TUI Gesellschaften wurden jährlich geschult.
LA11	Programme für lebenslanges Lernen	○		
LA12	Mitarbeitergespräche und -beurteilungen	●	BT, S. 45	
Vielfalt und Chancengleichheit				
LA13	Zusammensetzung von Führungsgremien	●	BT, S. 47	Da „gelebte Vielfalt“ ein wesentliches Gut unseres Konzerns ist, würde die Erhebung von Informationen wie „Zugehörigkeit zu einer Minderheit“ diese Bestrebung konterkarieren.
LA14	Lohnunterschiede nach Geschlecht	●		Bei TUI bezahlen wir nach Leistung und machen keine Unterschiede nach Geschlecht.
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte				
Managementansatz		●	BT, S. 7, 52 GB, S. 57–60, 76–78, 116	
Investitions- und Beschaffungspraktiken				
HR1	Nachweis über die Berücksichtigung von Menschenrechten bei Investitions- und Beschaffungsentscheidungen (einschließlich Auswahl der Lieferanten)	●		Bei 72% der Vertragshotels beinhalten die Verträge ökologische und/oder soziale Mindeststandards.
HR2	Screening von Lieferanten	●	BT, S. 53/54	Lieferanten (Hotels) werden sukzessive auf die Einhaltung von Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards, wie z.B. Travelife, überprüft, die auch soziale Aspekte und Menschenrechtsaspekte beinhalten. Eine Intensivierung wird für die kommenden Jahre angestrebt, indem ein Verhaltenskodex für Lieferanten sowie Prüfmechanismen eingeführt werden sollen.
HR3	Trainings zu Menschenrechten	●	BT, S. 13	
Gleichbehandlung				
HR4	Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	●	BT, S. 12 www.tui-group.com/de/unternehmen/compliance	Verstößen geht TUI im Interesse aller MitarbeiterInnen und des Unternehmens auf den Grund und beseitigt deren Ursachen. Dazu gehört auch die konsequente Verfolgung von Fehlverhalten im Rahmen der geltenden nationalen Vorschriften.
Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen				
HR5	Vorfälle von Einschränkungen der Versammlungsfreiheit	●		Im Berichtszeitraum sind keine Vorfälle bekannt geworden.
Kinderarbeit				
HR6	Kinderarbeit	●	BT, S. 12, 52–54	
Zwangs- und Pflichtarbeit				
HR7	Zwangsarbeit	●	BT, S. 12, 52–54	
Sicherheitspraktiken				
HR8	Training für Sicherheitspersonal	○		Nicht wesentlich
Rechte der Ureinwohner				
HR9	Verletzung der Rechte indigener Völker	●		Im Berichtszeitraum sind keine Vorfälle bekannt geworden.
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft				
Managementansatz			BT, S. 18, 52 GB, S. 32, 33	
Gemeinwesen				
SO1	Auswirkungen auf die Gesellschaft	●	BT, S. 12, 63 MAG, S. 4–7, 20/21	

	GRI-Indikator	Status	Verweis	Kommentar
Korruption				
SO2	Korruptionsrisiken	●	BT, S. 12/13	
SO3	Trainings zur Vermeidung von Korruption	●	BT, S. 13	E-Learning-Programme und Präsenztrainings sind Elemente der Compliance-Initiative, die derzeit weltweit ausgerollt wird. Einzelne Geschäftsbereiche (z.B. Kreuzfahrten) sind bereits komplett geschult; ebenso werden regelmäßig sensible Bereiche wie Einkauf und Vertrieb geschult.
SO4	Maßnahmen wegen Korruptionsvorfällen	●	BT, S. 14	Verstößen geht TUI im Interesse aller MitarbeiterInnen und des Unternehmens auf den Grund und beseitigt deren Ursachen. Dazu gehört auch die konsequente Verfolgung von Fehlverhalten im Rahmen der geltenden nationalen Vorschriften.
Politik				
SO5	Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung und am Lobbying	●	BT, S. 15	TUI steht im offenen Dialog mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und der Zivilgesellschaft. Durch Kooperationen mit einzelnen Organisationen und Dachorganisationen konnten gezielt Maßnahmen und Aktionen umgesetzt werden.
SO6	Zahlungen an Parteien	●		Die TUI AG gibt grundsätzlich keine Zuwendungen an Parteien, Politiker und damit verbundene Institutionen. Dies gilt auch für die Konzerngesellschaften.
Wettbewerbswidrig				
SO7	Wettbewerbswidriges Verhalten	●		Im Berichtszeitraum sind keine Vorfälle bekannt geworden.
Einhaltung der Gesetze				
SO8	Bußgelder für Nichteinhaltung der Gesetze	●		Geldbußen oder Sanktionen wurden im Berichtszeitraum nicht verhängt.
Produktverantwortung				
	Managementansatz		BT, S. 18, 58, 64 GB, S. 32/33	
Kundengesundheit und -sicherheit				
PR1	Gesundheitsauswirkungen entlang des Produktlebenszyklus	●	BT, S. 28, 58 MAG, S. 14	
PR2	Verstöße gegen Gesundheitsstandards	○		Nicht wesentlich
Kenzeichnung von Produkten und Dienstleistungen				
PR3	Produktinformationen	●	BT, S. 58/59	
PR4	Verstoß gegen Kennzeichnungspflicht von Produktinformationen	○		Nicht wesentlich
PR5	Kundenzufriedenheit	●	BT, S. 58	
Werbung				
PR6	Programme zur Einhaltung von Gesetzen und freiwilligen Vereinbarungen in der Werbung	●		Die unbedingte Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften, der Unternehmenswerte sowie des Compliance-Kodexes ist die Basis unseres Handelns. Das gilt auch in Bezug auf Produktmarketing und Werbung.
PR7	Verstöße gegen Marketingrichtlinien	●		Im Berichtszeitraum sind keine Vorfälle bekannt geworden.
Schutz der Kundendaten				
PR8	Beschwerden in Bezug auf Datenschutzmaßnahmen	●		Im Berichtszeitraum sind bei den befragten Beteiligungsgesellschaften keine wesentlichen Vorfälle bekannt geworden.
Einhaltung von Gesetzesvorschriften				
PR9	Geldbußen für Gesetzesverstöße bezüglich der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	●		Zum gegenwärtigen Zeitpunkt sind keine Fälle bekannt, in denen TUI Gesellschaften gegen internationale Erklärungen, nationale Rechtsprechung oder freiwillige Selbstverpflichtungen hinsichtlich der Zurverfügungstellung oder Verwendung von Produkten und Dienstleistungen verstoßen haben. Verhängte Geldbußen oder Sanktionen sind nicht bekannt.

Anwendungsebenen von GRI

Anwendungsebenen	C	C+	B	B+	A	A+
G3 Angaben zum Berichtsprofil 	Berichten Sie über: 1.1 2.1 – 2.10 3.1 – 3.8, 3.10 – 3.12 4.1 – 4.4, 4.14 – 4.15	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Berichten Sie über: alle Kriterien für Ebene C und: 1.2 3.9, 3.13 4.5 – 4.13, 4.16 – 4.17	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Die selben Anforderungen wie für Ebene B	falls der Bericht extern bestätigt wurde
G3 Offenlegung des Managementansatzes 	Eine Offenlegung des Managementansatzes erfolgt nicht.		Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.		Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.	
G3 Leistungsindikatoren und Leistungsindikatoren in Sector Supplements 	Angaben zu mindestens 10 G3-Kernindikatoren: Dabei sollte sowohl aus dem ökonomischen, als auch aus dem ökologischen Bereich sowie aus dem sozial/gesellschaftlichen Bereich jeweils mindestens ein Indikator enthalten sein.		Angaben zu mindestens 20 G3-Kernindikatoren: Dabei sollte aus dem ökonomischen, dem ökologischen Bereich sowie aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeit, Gesellschaft und Produktverantwortung jeweils ein Indikator enthalten sein.		Angaben zu jedem G3-Kernindikator und zu jedem Sector Supplement-Indikator*: Unter Berücksichtigung des Wesentlichkeitsprinzips sollte entweder: a) der Indikator dargestellt oder b) erläutert werden, warum dazu keine Angaben gemacht werden können.	

* Sofern es für die Branche eine endgültige Version gibt



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass TUI AG ihren Bericht "Destination Nachhaltigkeit 2011/2012" den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene B+ erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt.

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 3-1-2012

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Das "+" wurde dieser Anwendungsebene hinzugefügt, weil TUI AG für Teile des Berichts/den Bericht eine externe Bestätigung eingeholt hat. GRI akzeptiert dabei die Beurteilung des Berichterstatters selbst bezüglich der Auswahl seines Assurance-Anbieters und des Umfangs des Untersuchungsgegenstandes der externen Bestätigung.

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 1-12-2011. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

KONTAKT

Herausgeber

TUI AG
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

Internet

www.tui-group.com
www.tui-nachhaltigkeit.com

**Konzern-Umweltmanagement/
Nachhaltige Entwicklung**

Mila Dahle, Mike Brauner,
Kerstin Sobania, Andreas Vermöhlen
E-Mail: nachhaltigkeit@tui.com
Telefon: +49 (0)511 566-2201
Telefax: +49 (0)511 566-2222

Konzern-Kommunikation

E-Mail: presse@tui-group.com
Telefon: +49 (0)511 566-1408
Telefax: +49 (0)511 566-1166

Investor Relations

E-Mail: investor.relations@tui.com
Telefon: +49 (0)511 566-1425
Telefax: +49 (0)511 566-1096

Konzern-Personal

E-Mail: personalwesen@tui.com
Telefon: +49 (0)511 566-1283
Telefax: +49 (0)511 566-1153

Gesundheit & Diversity

E-Mail: charta-der-vielfalt@tui.com
Telefon: +49 (0)511 566-1422
Telefax: +49 (0)511 566-1153

Compliance Office

E-Mail: compliance@tui.com
Telefon: +49 (0)511 566-1799

IMPRESSUM

Konzept, Design und Beratung
Kirchhoff Consult AG, Hamburg
www.kirchhoff.de

Redaktionelle Überarbeitung
Marc Dannenbaum, Berlin

Bildnachweis
Archelon/Grecotel
ROBINSON
TUI
TUI Cruises

Druck
Druckerei Fritz Kriechbaumer, Taufkirchen

Anregungen, Kritik und Feedback
Der Dialog mit Ihnen ist uns wichtig!
Treten Sie mit uns in Kontakt über:
nachhaltigkeit@tui.com

Dieser Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen können Sie bestellen über: nachhaltigkeit@tui.com

Darüber hinaus stehen sie im Internet unter www.tui-nachhaltigkeit.com zum Download zur Verfügung.

Stand: 31.12.2011

ClimatePartner 
**klimateutral
gedruckt**

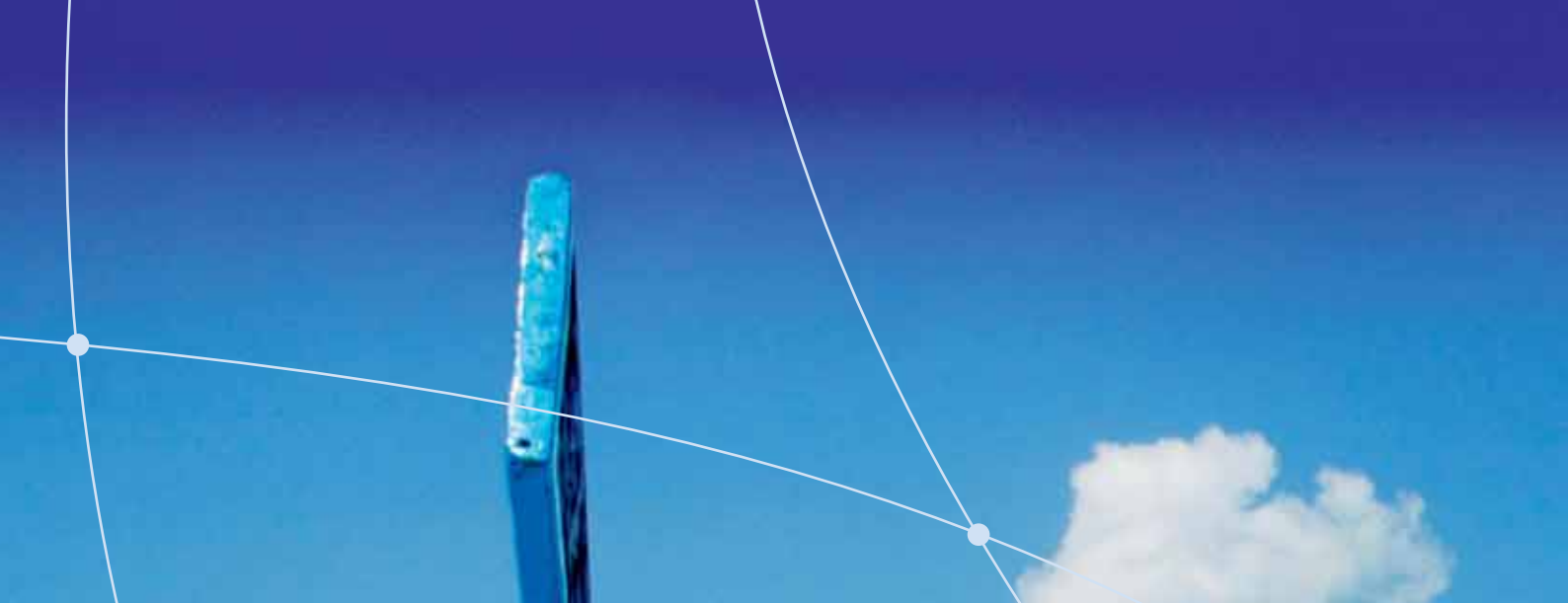
Die CO₂-Emissionen dieses Produkts wurden durch CO₂-Emissionszertifikate ausgeglichen.

Zertifikatsnummer:
207-53394-0112-1072
www.climatepartner.com

Wir übernehmen Verantwortung. Nicht nur für Inhalt und Gestaltung, sondern auch für die Herstellung. Das Papier für diesen Bericht stammt aus sozial, wirtschaftlich und ökologisch nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und entspricht den Standards der Kategorie „FSC Mixed Sources“.

Hinweis:
TUI legt großen Wert auf die Gleichbehandlung von Frauen und Männern in Gesellschaft und Unternehmen. Wir verzichten in diesem Nachhaltigkeitsbericht nur aus Gründen besserer Lesbarkeit auf die ausdrückliche Unterscheidung zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kundinnen und Kunden etc. und verwenden jeweils den Plural.





TUI AG
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover
Tel. +49 (0)511 566-00
Fax +49 (0)511 566-1901
www.tui-group.com
www.tui-nachhaltigkeit.com



World of  TUI