

TUI bietet derzeit weltweit mehr als 1.000 offene Jobmöglichkeiten

- **Flexibilität: Mehr als 2.100 Mitarbeitende haben im Rahmen von „TUI Workwide“ mehr als 35.000 Tage im Ausland gearbeitet**
- **Arbeitgebermarke: Karrierevideos der TUI haben mehr als 67 Millionen Zuschauer auf TikTok erreicht**

Hannover, 27. März 2024. In vielen Urlaubsdestinationen startet die Saison mit den Osterfeiertagen. Wer Urlaub, Strand und Sonne zu seinem Job machen möchte, hat derzeit beste Chancen bei TUI. Denn das Reiseunternehmen besetzt aktuell mehr als 1.000 offene Stellen. Ob im Cockpit oder in der Kabine eines Flugzeuges, als Gästebetreuerin oder Gästebetreuer vor Ort in einem der zahlreichen Urlaubsziele, in den Teams von Technologie, Finanzen oder Flugzeugtechnik: TUI bietet spannende Jobs in ganz unterschiedlichen Bereichen der Touristik. In Vorbereitung auf die Sommersaison liegt ein Schwerpunkt der Job-Angebote in den Destinationen. Schwimmtrainings, Reiseleitung, Kinderbetreuung – hierfür werden derzeit Mitarbeitende gesucht. Diese Stellen werden zunächst für eine Saison besetzt. Zahlreiche Beispiele bis in die höchsten Managementebenen des Konzerns hinein zeigen, dass sie ein Sprungbrett für eine erfolgreiche Karriere im Tourismus sein können.

„Das zeichnet TUI aus: Zur TUI kommen Menschen für einen Job und sie bleiben für eine Karriere. Wir suchen Menschen, die mit uns gemeinsam wachsen wollen. Mit dem Ausbau unseres Angebots, der Eroberung neuer Märkte und der Gestaltung der KI-Revolution in der Reiseindustrie stehen echte Herausforderungen auf unserer Agenda. Jetzt ist ein guter Zeitpunkt, um ins TUI Team zu kommen und die Zukunft des Unternehmens mitzugestalten“, sagt Sybille Reiß, Chief People Officer der TUI Group.

Flexibilität spielt für TUI eine wichtige Rolle bei der Gestaltung der Arbeitswelt. Mit „TUI Workwide“ haben Mitarbeitende beispielsweise die Möglichkeit, bis zu 30 Arbeitstage im Jahr von überall auf der Welt zu arbeiten. Das Programm ist seit dem Start im Jahr 2021 ein großer Erfolg. Bisher haben 2.100 Mitarbeitende teilgenommen und mehr als 35.000 Tage aus dem Ausland gearbeitet. Zu den Zielen für einen „TUI Workwide“-Aufenthalt zählen unter anderem Spanien, Thailand und die USA. Durchschnittlich etwa sieben Tage verbringen Mitarbeitende im Ausland, um von dort zu arbeiten. Auch bei der Entscheidung, im Büro oder zuhause zu arbeiten, haben TUI Mitarbeitende große Gestaltungsfreiheit, wenn ihr Stellenprofil dies zulässt. Fast alle Stellen an den internationalen Bürostandorten der TUI – wie beispielsweise Hannover, Luton, Stockholm oder Palma – werden inzwischen als hybride Stellen ausgeschrieben.

Seit einem Jahr wirbt TUI mit dem Motto „Let’s TUI it“ um neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Kampagne für die Arbeitgebermarke TUI hat im ersten Jahr bereits erfolgreich neue Zielgruppen erschlossen und TUI’s Reichweite in den sozialen Medien weiter ausgebaut. Die Auftaktkommunikation – unter anderem mit einem [Film](#) mit Videosequenzen von echten Mitarbeitenden aus ihrem TUI Alltag – hat in den sozialen Medien mehr als 2,4 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer erreicht (organische Reichweite). Karrierevideos der TUI haben allein auf TikTok mehr als 67 Millionen Views. Mehr als 200 Mitarbeitende aus 20 Ländern haben sich inzwischen dem internen Botschafter-Programm von „Let’s TUI it“ angeschlossen. Sie sind authentische Stimmen der TUI in den sozialen Medien, berichten über ihren Arbeitsalltag und erhalten dafür spezielle Trainings und Informationen. Vom Erfolg der Kampagne sind auch die Jurys renommierter HR-Preise überzeugt: Acht Auszeichnungen aus Großbritannien, Schweden, Deutschland, Österreich und der Schweiz konnte das Team bereits abräumen.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

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

Über die TUI Group

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikkonzern und weltweit aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 250, einem Index der Londoner Wertpapierbörse, im regulierten Markt der Niedersächsischen Börse zu Hannover sowie im Freiverkehr der Frankfurter Wertpapierbörse. Der TUI Konzern bietet für seine 21 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand. Die gesamte touristische Wertschöpfungskette wird unter einem Dach abgebildet. Dazu gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 16 eigene Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in Großbritannien. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken und Online-Vermarktungsplattformen, fünf Fluggesellschaften mit mehr als 130 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und rund 1.200 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels, Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem Digitalunternehmen.

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

TUI Group

Group Corporate & External Affairs

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