

TUI treibt Wachstum bei Touren und Aktivitäten durch Neuaufgabe der erweiterten TUI Collection voran

- **Markenerlebnisse als strategischer Schwerpunkt für weiteres Wachstum**
- **TUI Collection-Portfolio wächst von 385 auf 650 Erlebnisse in über 100 Urlaubszielen und Städten**
- **TUI Collection als erfolgreiche Marke - mehr als fünf Millionen Erlebnisse seit der Einführung des Konzepts vermittelt**
- **Aktuelle Studie zeigt, dass die meisten Urlauber zwei Erlebnisse pro Reise buchen**

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

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

Palma de Mallorca, 25. Mai 2022. Die TUI Group, einer der weltweit führenden Touristikkonzerne, hat das Erlebnis- und Ausflugsangebot TUI Collection überarbeitet, erweitert und neu aufgelegt. Die TUI Collection umfasst ein vielfältiges Portfolio an exklusiven Urlaubserlebnissen und Ausflügen, das zu den größten in der Reisebranche zählt. Die Neuaufgabe setzt den strategischen Fokus des Konzerns auf Touren und Aktivitäten als wichtige Wachstumssäule fort und unterstützt den kontinuierlichen Ausbau der digitalen Erlebnisplattform der TUI.

Peter Ulwahn, CEO von TUI Musement, dem Bereich Touren und Aktivitäten der TUI Group: "Mit der TUI Collection bieten wir eine unvergleichliche Auswahl an qualitativ hochwertigen, exklusiven und nachhaltigen Touren und Aktivitäten. Unsere exklusiven Erlebnisse unter der Marke TUI sind ein strategischer Schwerpunkt, um das Wachstum weiter voranzutreiben. Sie sind bereits die beliebtesten Touren und Aktivitäten in unseren Zielgebieten. Auf diesem Erfolg bauen wir auf: wir legen ein deutlich erweitertes TUI Collection-Angebot auf mit einem verbesserten Leistungsversprechen und zusätzlichen Erlebnissen, so dass immer mehr Kunden die Touren und Aktivitäten der TUI erleben können."

Seit der Einführung des Konzepts im Jahr 2015 haben mehr als fünf Millionen TUI Collection Erlebnisse stattgefunden. Mit der Neuaufgabe wächst das Angebot von 385 auf über 650 Touren und Aktivitäten, die in mehr als 100 Urlaubsdestinationen und Städten verfügbar sind. Die Erlebnisse der TUI Collection sind so konzipiert, dass sie den Kunden ein hervorragendes Preis-Leistungsverhältnis bieten: durch qualitativ hochwertige und nachhaltige Touren

und Aktivitäten, die von fachkundigen Reiseleitern geführt werden und einzigartige Einblicke in die lokalen Gegebenheiten bieten. Zu den Höhepunkten des TUI Collection Portfolios gehören beispielsweise die Holbox Island Boot und Buggy Tour ab Chiquila, Mexiko; ein Ausflug in mallorquinische Dörfer, bei dem verschiedene historische Transportmittel zum Einsatz kommen, um Port de Soller und Sa Calobra zu besichtigen; und eine Wanderung im Atlasgebirge in Marokko, bei der Panoramawege und abgelegene Berberdörfer und Märkte entdeckt werden und ein Kochkurs bei einer Berberfamilie besucht wird.

Die Neuauflage der TUI Collection erfolgt gleichzeitig mit der Veröffentlichung der Ergebnisse einer neuen, von TUI in Auftrag gegebenen Studie. Die Studie zeigt, dass sich die meisten Urlauber für zwei Erlebnisse pro Urlaub entscheiden. Fast 70 Prozent der Strandurlauber und drei Viertel der Städtereisenden, buchen mit hoher Wahrscheinlichkeit mehr als ein Erlebnis. Außerdem wurde festgestellt, dass Touren und Aktivitäten mit 40 Prozent den höchsten Anteil der Ausgaben am Urlaubsort ausmachen.

Die Erlebnisse der TUI Collection werden über alle TUI-Kanäle vertrieben, einschließlich www.gotui.com und auch über die Musement-Plattform unter www.musement.com, mit einer flexiblen Stornierungspolitik und gegebenenfalls einer Preisgarantie. Alle TUI Collection Erlebnisse erfüllen die Industriestandards für Nachhaltigkeit, und für jedes gekaufte Erlebnis spendet TUI 0,50 € an die TUI Care Foundation, die Umwelt- und Sozialprojekte auf der ganzen Welt unterstützt. Reiseveranstalter und Anbieter von Aktivitäten, die noch nicht an der TUI Collection beteiligt sind, sind eingeladen, mit TUI zusammenzuarbeiten, um Erlebnisse zu gestalten und neue Zielgruppen zu erreichen.

Diese Ankündigung und Fotos sind im Pressebereich auf www.tuigroup.com zu finden.

Hinweise für Redakteure

TUI Care Foundation: <https://www.tuicarefoundation.com/en>

Die Studie wurde von MetrixLab, einem globalen Marktforschungsunternehmen, im November 2021 mit etwa 1 200 Personen aus jedem der folgenden Länder durchgeführt: Italien, Deutschland, Großbritannien, USA

TUI Collection Beispiele

- Cyprus: [Kourion, Kolossi & Winery Tour](#)
- Greece: [Rhodes Food & Wine Tour with a Local Guide](#)
- Italy: [Vatican Museums & Sistine Chapel small group tour with Local Guide](#)
- Mexico: [Holbox Island Boat & Buggy Private Tour](#)
- Spain: [Full Day Mallorca Tour with Port de Soller and Sa Calobra](#)

Weitere Beispiele finden Sie unter www.gotui.com und www.musement.com oder sind auf Anfrage erhältlich.

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

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

ÜBER TUI MUSEMENT

TUI Musement ist ein führender Anbieter von Touren und Aktivitäten, der eine skalierbare digitale Plattform mit lokalen Dienstleistungen in mehr als 140 Ländern weltweit kombiniert. Verfügbar in allen wichtigen Urlaubs- und Städtedestinationen für Reisende auf der ganzen Welt, einschließlich der 21 Millionen jährlichen TUI Kunden, gibt es derzeit mehr als 215.000 Erlebnisse – einschließlich Ausflüge, Aktivitäten, Tickets und Transfers. Diese werden über die Websites und Apps von Musement und TUI sowie über B2B-Partner, – darunter weltweit führende OTAs, Reiseveranstalter und Kreuzfahrtgesellschaften, vertrieben. TUI Musement ist einer der wichtigsten Wachstumsbereiche der TUI Group und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 19 einen Umsatz von 1,2 Mrd. EUR.

ÜBER DIE TUI GROUP

Die TUI Group ist einer der weltweit führenden Touristikkonzerne. 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 27 Millionen Kunden, davon 21 Millionen in den europäischen Landesgesellschaften, integrierte Services aus einer Hand.

Die gesamte touristische Wertschöpfungskette wird unter einem Dach abgebildet. Dazu gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 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 100 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und über 1.000 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels, Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem Digitalunternehmen.

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

TUI Musement

Communications

Stephen Denton

Head of External Communications

stephen.denton@tui.com

+34 619341883

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

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