

TUI Hotels & Resorts setzt Wachstumsstrategie um: Neue Marke auf Sansibar gelauncht

- **Hotelstrategie fokussiert sich auf differenzierte Produkte und globales Kundenwachstum**
- **TUI erschließt mit neuer Marke das gehobene Kundensegment**
- **Unbeschwerter Luxus spricht ein neues Urlaubsbedürfnis an**
- **Entwicklung des Hotel-Clusters auf Sansibar wird fortgesetzt**

Sansibar/Tansania, 12. Juni 2024. Die Hotelwachstumsstrategie der TUI Group konzentriert sich zunehmend auf Destinationen, in denen eine Vielzahl von Hotelmarken entwickelt werden kann, um die unterschiedlichen Urlaubsbedürfnisse von Gästen zu erfüllen. Sansibar zum Beispiel gilt als ganzjährig beliebtes Reiseziel. Kein Zufall also, dass TUI die Insel vor der ostafrikanischen Küste für den Launch ihrer neuen Hotelmarke The Mora ausgewählt hat. The Mora Zanzibar am Muyuni-Strand verfügt über 250 Suiten und vier Restaurants. Der neue Markenname leitet sich vom lateinischen Wort für „Pause“ ab und das Hotelerlebnis ist darauf ausgerichtet, eine neue Zielgruppe anzusprechen, die modernen, zeitgemäßen Luxus sowie ein hohes Maß an Flexibilität bei der Urlaubsgestaltung sucht. Das bestehende 5-Sterne-Resort wurde hierzu an die Bedürfnisse dieser Gäste angepasst und nun in Anwesenheit von TUI CEO Sebastian Ebel und dem Präsidenten von Sansibar, Dr. Hussein Ali Mwinyi, offiziell eröffnet.

"Unsere neue Hotelmarke The Mora bedient einen aktuellen Trend: Erlebnisse werden wichtiger als Besitz", sagt Sebastian Ebel, Vorstandsvorsitzender der TUI Group. "Diese Entwicklung wird durch die starke Performance unseres erfolgreichen Hotel- und Kreuzfahrtgeschäfts mit international anerkannten Marken belegt. Wir erweitern nun unser Portfolio im wachsenden Luxussegment und stärken damit unsere Strategie, neue und bestehende Kunden für unsere Urlaubsziele weltweit zu gewinnen."

Bereits heute gehören drei weitere Hotels auf Zanzibar zum Portfolio von TUI Hotels & Resorts, zwei Riu Hotels und das TUI Blue Bahari Zanzibar. Weitere neue Hotelerlebnisse sind bereits in Planung. Die Destination im Indischen Ozean ist eine attraktive Anlaufstelle für das Luxuskreuzfahrtschiff MS Europa und bietet eine Auswahl von 20 Strandhotels für die Gäste der TUI Reiseveranstalter. TUI Musement, der Unternehmensbereich für Touren und Aktivitäten der TUI Group, bietet mehr als 60 Erlebnisse auf Sansibar an, darunter über 20 private Ausflüge, die für die Gäste von The Mora entwickelt wurden.

Peter Krüger, Vorstandsmitglied der TUI und verantwortlich für das Segment Holiday Experiences, zu dem auch das Hotelgeschäft gehört: "Der Aufbau und Betrieb von Hotelclustern unter verschiedenen Marken ist ein Schlüsselement unserer TUI Hotels & Resorts-Strategie. Das vertikal integrierte Geschäftsmodell der TUI Group bietet uns einen strategischen Vorteil bei der Entwicklung neuer Destinationen. Sansibar ist ein weiteres großartiges Beispiel dafür. Wir wollen mit unserem Hotelgeschäft stark wachsen, um dies zu unterstützen, haben wir in eine globale Vertriebsplattform mit verschiedenen Vertriebskanälen investiert. Unser Ziel ist es, das Portfolio von TUI Hotels & Resorts mittelfristig auf 600 Hotels weltweit zu erweitern. Seit 18 Monaten fügen wir durchschnittlich 10 neue Hotels pro Quartal zu unserer Pipeline hinzu, die wir in den nächsten Jahren umsetzen werden, und sind damit auf einem guten Weg."

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

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

Um die nachhaltige Entwicklung zu fördern, arbeitet TUI mit der unabhängigen TUI Care Foundation zusammen. Derzeit werden vier Programme auf der Insel durchgeführt, die von Upcycling-Projekten bis zur Förderung neuer sozialer Unternehmen reichen. Die TUI Care Foundation ist bereits seit 2016 auf der Insel aktiv.

Weitere Informationen und Fotos finden Sie unter 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 Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörsen, im regulierten Markt der Niedersächsischen Börse zu Hannover sowie an der Londoner Wertpapierbörse. Der TUI Konzern bietet für seine 19 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand und bildet die gesamte touristische Wertschöpfungskette unter einem Dach. Zum Konzern 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 der HANSEATIC-Klasse 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 zum Beispiel für Nur-Hotel- oder Nur-Flug-Angebote, 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 globalen touristischen Plattformunternehmen.

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

Natascha Kreye

Pressesprecherin TUI Hotels & Resorts

Tel. +49 (0) 511 566 6029

Natascha.Kreye@tui.com

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

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