

Wachstumsmarkt Afrika: TUI entwickelt neue Urlaubsdestinationen und beschleunigt Wachstum in Subsahara Afrika

- **Auf Sansibar entsteht nach den Kapverdischen Inseln ein weiteres Destinationscluster des Konzerns mit neuen Hotels und mehr Flugverbindungen**
- **Kontinuierlicher Ausbau des konzerneigenen Hotelportfolios im Senegal sowie in Gambia, Sansibar und Kenia geplant**
- **TUI CEO Sebastian Ebel: „TUI ist Entwickler, Investor und Betreiber. Wir gehören international zu den führenden Hotel-Gesellschaften der Ferien-Hotellerie und können neue Urlaubs-Destinationen aufbauen und entwickeln. Afrika bietet Potenzial für neue Kundengruppen aus Nord- und Südamerika sowie dem Nahen und Mittleren Osten. Die Demografie Afrikas ist jung und ideal für einen wachsenden Dienstleistungssektor. Das Potenzial werden wir gemeinsam mit unseren Partnern vor Ort nutzen.“**

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

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

Hannover, 18. Juni 2024. Die TUI Group stärkt ihre globale Präsenz und beschleunigt ihr Wachstum in Subsahara-Afrika. Nach einem Besuch in Sansibar und Kenia sowie der Eröffnung des ersten Hotels der neuen TUI Marke The Mora auf Sansibar sagte Vorstandsvorsitzender Sebastian Ebel: „Afrika hat großes Potenzial: kulturell, landschaftlich und wirtschaftlich. Demografisch treffen wir auf ein junge, dynamische Gesellschaft, was für eine Serviceindustrie ein entscheidender Vorteil ist. Wir sind bereits an der Westküste mit Kap Verde und Senegal vertreten, im Norden mit Ägypten, Marokko und Tunesien. Jetzt entsteht ein weiteres afrikanisches Cluster an der Ostküste am Indischen Ozean. Dabei folgen wir einem holistischen Ansatz - ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit sind Kern unserer Strategie bei der Entwicklung neuer Destinationen.“ Besonderes Potenzial sieht er für die Clubmarke Robinson und für TUI Blue. Ebel kündigte zwei weitere Robinson Clubs in Afrika an: auf Sansibar und auf der kapverdischen Insel Boa Vista. „Die Entscheidungen sind gefallen, die Architekten und Designer arbeiten. Der Bau wird in Kürze beginnen“, so Ebel.

TUI zählt heute bereits zu den international führenden Betreibern der Ferien-Hotellerie mit rund 420 Hotels und Resorts der eigenen Marken. Dieses Standbein des Konzerns wächst kontinuierlich und ist hoch profitabel. Es steht in der Wahrnehmung manchmal

noch im Schatten der Reiseveranstalter. „Unsere Veranstalter sind der Zugang zu Vertriebsmärkten und Kunden in aller Welt. Die Hotel- und Kreuzfahrtgesellschaften stehen für das Erlebnis des Kunden am Urlaubsort - besondere Orte, die wir mit unseren Marken wie Robinson, TUI Magic Life, TUI Blue oder RIU gestalten. TUI ist führender Entwickler, Investor und Betreiber, wenn es um neue Destinationen und Urlaubserlebnisse geht. Nach Westafrika sehen wir in Ostafrika großes Potenzial - nicht nur für Gäste aus Europa, sondern auch für neue Gäste aus Nord- und Südamerika sowie dem Nahen und Mittleren Osten. Das folgt unserer Strategie: profitables Wachstum durch mehr Produkte und neue Kunden.“

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

Bei der Entwicklung neuer Destinationen kann die TUI ihr integriertes Geschäftsmodell nutzen, welches führende Reiseveranstalter, Hotels, Kreuzfahrten, Erlebnisse und Aktivitäten vor Ort sowie eine konzerneigene Airline unter einem Dach vereint. Mit dem ganzheitlichen Ansatz der TUI können gemeinsam mit den Partnern vor Ort neue Tourismusziele auf- und ausgebaut werden - auf wirtschaftlich, ökologisch und sozial nachhaltige Weise. So liegt ein besonderer Schwerpunkt auf der Gewinnung regenerativer, grüner Energie und dem Schutz von natürlichen Ressourcen. Auch soziale Themen wie Wohnungsbau für die wachsende Bevölkerung und die Stärkung der Teilhabe der Menschen vor Ort durch die Nutzung lokaler Produkte und Services sind Teil der Entwicklungsstrategie. In vielen Ländern in Subsahara Afrika ist die vom Konzern unterstützte TUI Care Foundation seit vielen Jahren bereits aktiv. Auf Sansibar engagiert sich die unabhängige Stiftung seit 2016 für Ausbildungsangebote für benachteiligte Menschen - insbesondere junge Frauen - und stärkt junge Kreative und lokale Kleinunternehmer. Ebenso hat die TUI Care Foundation auf Sansibar und in Kenia jüngst ein TUI Forest Wiederaufforstungsprogramm gestartet.

Auf Sansibar entsteht ein neues Destinationscluster der TUI mit mehr konzerneigenen Hotels, einem ausgebauten Flugangebot und neuen Erlebnissen und Aktivitäten für Urlaubsgäste. Mit The Mora Zanzibar ist in der vergangenen Woche das vierte eigene Hotel auf der Insel eröffnet worden. Das Hotel der neuen TUI Luxusmarke stärkt das bestehende Portfolio aus drei Hotels der Marken RIU und TUI Blue. Weitere Projekte auf dem Archipel sind in Vorbereitung und werden das TUI Hotelportfolio in den kommenden Jahren stetig erweitern – unter anderem ein neuer Robinson Club. Der

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

Ansatz folgt dem Beispiel von Kap Verde vor der Küste Westafrikas. Dort hat TUI auf den Inseln Sal und Boa Vista in nur wenigen Jahren aus dem Stand eine neue Urlaubsdestination entwickelt, die heute zu den beliebtesten Ganzjahreszielen des Konzerns gehört.

Peter Krüger, Vorstandsmitglied und CEO Holiday Experiences: "Wir wollen unsere führende Position in der internationalen Ferienhotellerie weiter ausbauen und setzen dabei auf die einzigartige Aufstellung der TUI. Mit unserem integrierten Geschäftsmodell sind wir für viele Destinationen der präferierte Entwicklungspartner. In den kommenden Jahren werden wir mit unseren 12 eigenen, differenzierten und vertriebsstarken Hotelmarken wie unter anderen Robinson, TUI Blue und RIU auch in Afrika noch stärker präsent sein. So erreichen wir auch neue Gäste - sowohl über die Reiseveranstalter der TUI als auch über unsere neue globale Hotel-Vertriebsplattform."

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

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

Das TUI-Hotelportfolio wächst auch in anderen Ländern südlich der Sahara. So sind im Senegal sowie in Gambia Hotel-Neueröffnungen geplant, auch das sehr erfolgreiche Hotelgeschäft auf Kap Verde wird weiter ausgebaut und in den kommenden Jahren auch abseits der beiden Inseln Sal und Boa Vista wachsen. Damit wird das Westafrika-Cluster des Konzerns weiter gestärkt. In Ostafrika steht neben Sansibar auch Kenia auf der Wachstumsliste der TUI Hotels und Resorts.

Sebastian Ebel: „Der Kurs der TUI ist klar auf profitables Wachstum ausgerichtet. Das heißt, dass wir neue Kundengruppen erschließen und neue Destinationen entwickeln. Gerade südlich der Sahara haben viele Länder mit ihren einzigartigen Naturschätzen, kulturellem Reichtum und großer Gastfreundschaft enormes Entwicklungspotenzial im Tourismus. Das wollen wir gemeinsam mit unseren Partnern vor Ort nutzen.“

Weitere Informationen finden Sie unter www.tuigroup.com.

Über die TUI Group

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikonzern 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

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

Natascha Kreye

Pressesprecherin TUI Hotels & Resorts

Tel. +49 (0) 511 566 6029

natascha.kreye@tui.com

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