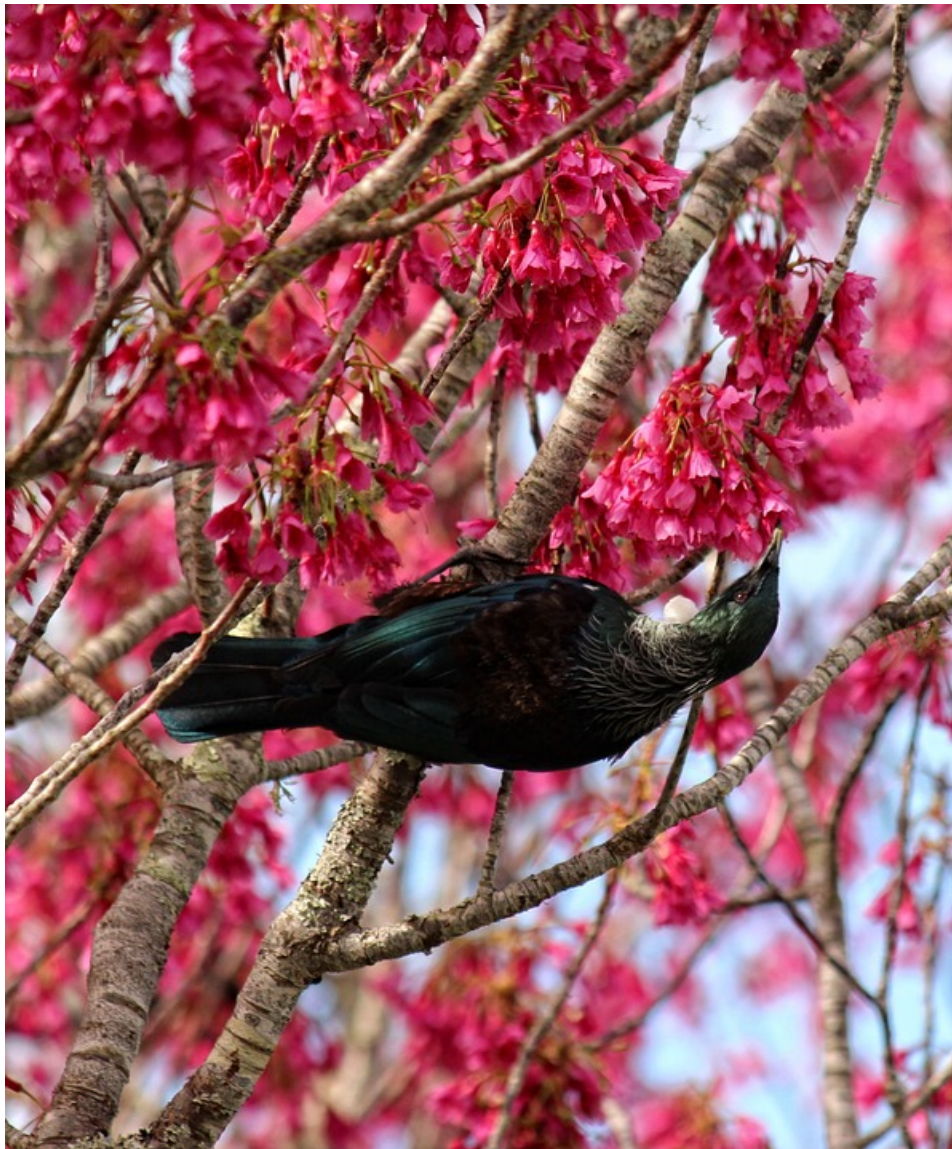


Tui setzt auf Reisebpros: Zukunft der Reisen trotz Herausforderungen!

Tui setzt auf Reisebpros und strategische Neuausrichtung, um Pauschalreisen flexibler und nachhaltiger zu gestalten.



TUI Group, Deutschland - Die Tourismusbranche steht an einem Wendepunkt, und die TUI Group setzt weiterhin auf die wichtige Rolle von Reisebpros und persönlicher Beratung. In einem aktuellen Gespräch äußerte Konzernchef Sebastian Ebel

die Herausforderungen, vor denen die Branche steht, und stellte Strategien vor, die TUI auf ein neues Level heben sollen. Wir müssen die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftszweig betonen und die Branche stärken, so Ebel.

Ein zentraler Punkt in der Strategie von TUI ist die Erweiterung des Serviceangebots durch digitale Lösungen. Das Unternehmen plant, die eigene App als Freizeitbegleiter auszubauen, um den Reisenden vor Ort mehr Angebote machen zu können. Dies steht im Einklang mit der Gesamtstrategischen Ausrichtung, die auf Integration und Differenzierung zur Erzielung profitablen Wachstums abzielt, wie es auf der Webseite der TUI hervorgehoben wird. Die Strategie teilt sich dabei in die Bereiche Urlaubserlebnisse sowie Märkte und Airline.

Strategische Neuausrichtung

TUI ist aus dem Deutschen Reiseverband ausgetreten, um lautere Themen anzusprechen und einen stärkeren Fokus auf wichtige Anliegen der Branche zu legen. Laut Ebel plant TUI, die klassische Pauschalreise flexibler zu gestalten und dynamisches Paketieren auszubauen. Dies soll in enger Zusammenarbeit mit Billigfliegern wie Ryanair und Easyjet erfolgen, um das Angebot für die Kunden zu erweitern.

Ein weiterer Aspekt der Unternehmensstrategie ist das Wachstum in neuen Märkten, insbesondere in Ländern wie China und Südamerika. TUI möchte lokale Angebote ausbauen und somit die Marktanteile erhöhen. Das Ziel ist es, TUI zu einem globalen Unternehmen mit einem breiten Angebot zu entwickeln, bestehend aus Hotels, Resorts, Kreuzfahrten und Erlebnissen.

Nachhaltigkeit und Kundenbindung

Nachhaltigkeit ist ein zentrales Anliegen bei TUI. Das Unternehmen möchte nachhaltige Bahnreisen fördern, sieht sich jedoch nationalen Hürden gegenüber. Ebel kritisierte die

Deutsche Bahn scharf für Verspätungen und mangelnde Zuverlässigkeit. Im Sinne der Umwelt- und Sozialverantwortung investiert TUI in ESG-Initiativen, um die Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und die Kundenzufriedenheit zu steigern.

Die Marketing- und Vertriebsstrategie von TUI zielt darauf ab, den Customer Lifetime Value zu maximieren und die Vertriebskosten zu reduzieren. Dabei soll auch die Marke TUI in bestehenden und neuen Kundensegmenten gestärkt werden. Ein Beispiel dafür ist die geplante Verbesserung der App, um den digitalen Reiseanteil zu erhöhen.

Engagement der Mitarbeitenden

Das Engagement der Mitarbeitenden wird als Schlüssel zum Erfolg von TUI betrachtet. Die People Strategy des Unternehmens fokussiert auf digitale, engagierte und inklusive Rahmenbedingungen. Die Ergebnisse der TUIgether+ Umfrage zeigen, dass das Mitarbeiterengagement um acht Punkte auf 80 von 100 Punkten gestiegen ist, was auf positive Entwicklungen im Employer Branding hinweist. TUI wurde hierfür mit dem European Excellence Award 2023 ausgezeichnet.

In der Kreuzfahrtbranche setzt TUI ebenfalls auf Wachstum durch Investitionen in Schiffsneubauten und die Differenzierung im Angebot. So wird die Flotte von Marella Cruises mit neuen Produktmerkmalen erweitert. Um die Wettbewerbssituation weiter zu verbessern, wird an einer neuen Plattformstrategie gearbeitet, die die Skalierbarkeit und globale Expansion der Marke unterstützt.

Insgesamt zeigt sich, dass TUI nicht nur anpassungsfähig ist, sondern sich auch proaktiv auf zukünftige Herausforderungen der Tourismusbranche vorbereitet.

Ort	TUI Group, Deutschland
Quellen	• www.stuttgarter-nachrichten.de • www.tuigroup.com

Besuchen Sie uns auf: eine-reise.de