



# **Auswertungsbericht der TUI Stakeholderbefragung 2009**

Juli 2009

TUI AG  
Konzern-Umweltmanagement / Nachhaltige Entwicklung

## **Ausgangssituation**

Als weltweit operierender Konzern sind soziale und ökologische Themen für die TUI AG wesentliche Aspekte ihrer Geschäftstätigkeit. Um die relevanten Themenfelder zu identifizieren, führte der Bereich Konzern-Umweltmanagement / Nachhaltige Entwicklung der TUI AG von Mai bis Juli 2009 eine Stakeholderbefragung durch. Dabei wurde neben den relevanten Nachhaltigkeitsaspekten auch erfragt, wie intensiv der TUI Konzern die Themenfelder aus Sicht der Befragten bereits adressiert.

## **Zielgruppe**

Befragt wurden Personen / Stakeholder, die in direktem Verhältnis zu TUI stehen, und somit eine Aussage über TUIs Nachhaltigkeitsaktivitäten treffen können. Folgende Personengruppen wurden identifiziert:

- Aktionäre
- Aufsichtsrat / Vorstand
- Berater
- Mitarbeiter
- NGOs (Nichtregierungsorganisationen)
- Privater Sektor
- Researcher / Ratingagenturen
- Staatlicher Sektor
- Wissenschaft & Forschung

Aufgrund der unterschiedlichen Personenanzahl innerhalb jeder Gruppe, wurde repräsentativ eine bestimmte Anzahl von Personen pro Gruppe befragt.

## **Angewandte Methodik**

Zur Ermittlung der relevanten Nachhaltigkeitsaspekte und deren Adressierung durch TUI wurde ein Fragebogen konzipiert, der potenzielle Nachhaltigkeitsaspekte aufführt und die Möglichkeit für Ergänzungen bietet. Zu jedem Aspekt waren die folgenden Fragen zu beantworten:

- Welche Relevanz haben folgende Aspekte für TUI? (im Folgenden kurz „Relevanz“)
- Wie stark behandelt / adressiert TUI diese Aspekte bereits? (im Folgenden kurz „Intensität“)

Beide Fragen waren gemäß der Systematik der Likert-Skala durch Ankreuzen der Zahlen zwischen 1 (gering) und 5 (hoch) zu beantworten.

Dieser Fragebogen wurden den Stakeholdergruppen persönlich (Aktionäre) oder per E-Mail übermittelt. Die beantworteten Fragebögen konnten per E-Mail oder Fax zurückgeschickt werden. Die Informationen wurden aufbereitet und aggregiert, so dass keine Einzelantworten erkennbar sind und die Anonymität somit gewährleistet ist.

Zur Ermittlung der Ergebnisse aller Befragten wurde aus den Bewertungen jedes Nachhaltigkeitsaspekts der Mittelwert errechnet.

## Ergebnisse

### Darstellung der Zielgruppe

Für die Stakeholderbefragung wurden insgesamt 104 Personen aus neun verschiedenen Stakeholdergruppen befragt. Von den Befragten antworteten 80 Personen, so dass die Rücklaufquote bei 76,92% liegt, was als sehr hoch anzusehen ist. Vertreter aller Stakeholdergruppen antworteten, die Gruppe mit den meisten Antworten waren die Mitarbeiter (41,25% der eingegangenen Fragebögen).

Stakeholdergruppe	Anzahl	%
Aktionäre	26	32,5
Aufsichtsrat / Vorstand	3	3,75
Mitarbeiter	33	41,25
Wissenschaft & Forschung	3	3,75
Staatlicher Sektor	5	6,25
Privater Sektor / Unternehmen	3	3,75
NGO	3	3,75
Researcher / Ratingagenturen	3	3,75
Berater	1	1,25
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

## Darstellung der Nachhaltigkeitsaspekte

Insgesamt zeigten die Ergebnisse eine starke Differenzierung, d.h. die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsaspekte wurden bewusst unterschiedlich bewertet. Eine Priorisierung, dass gewisse Stakeholdergruppen bestimmte Nachhaltigkeitsaspekte favorisieren, ist nicht erkennbar.

Es zeigt sich zudem, dass sowohl die Relevanz als auch die Intensität der Adressierung seitens TUI als sehr hoch eingestuft wird. So liegen die Werte für die Relevanz zwischen 3,55 (Community Development) und 4,35 (Klima), und bei der Intensität zwischen 2,85 (Sonstiges<sup>1</sup>) und 4,05 (Sicherheit / Krisenmanagement). Tendenziell wurden den Aspekten, denen eine hohe Relevanz beigemessen wurde, auch ein hohes Engagement seitens TUI zugeordnet<sup>2</sup>.

Nachhaltigkeitsaspekt	Relevanz (Total)	Intensität (Total)	Differenz
Corporate Governance / Compliance	4,20	3,35	0,85
Artenvielfalt / Biodiversität	3,96	3,65	0,31
Demografische Entwicklung	3,91	2,87	1,04
Wasser	4,19	3,42	0,77
Klima	4,35	3,45	0,90
Diversity Management	3,76	3,10	0,66
Energie	4,12	3,33	0,79
Landschaft	3,95	3,19	0,75
Personalentwicklung	4,03	3,08	0,94
Gästesensibilisierung	4,26	3,60	0,66
Abfall	3,96	3,44	0,53
Sicherheit / Krisenmanagement	4,29	4,05	0,24
Stakeholderdialog	3,84	3,35	0,50
Menschenrechte	4,04	3,27	0,77
Soziale Verantwortung für Mitarbeiter	4,06	3,32	0,75
Supply Chain Management	3,84	3,14	0,70
Community Development / Gemeindeentwicklung	3,55	2,90	0,64
Entwicklung nachhaltiger Produkte & Dienstleistungen	4,21	3,12	1,09
Sonstiges	3,77	2,85	0,92

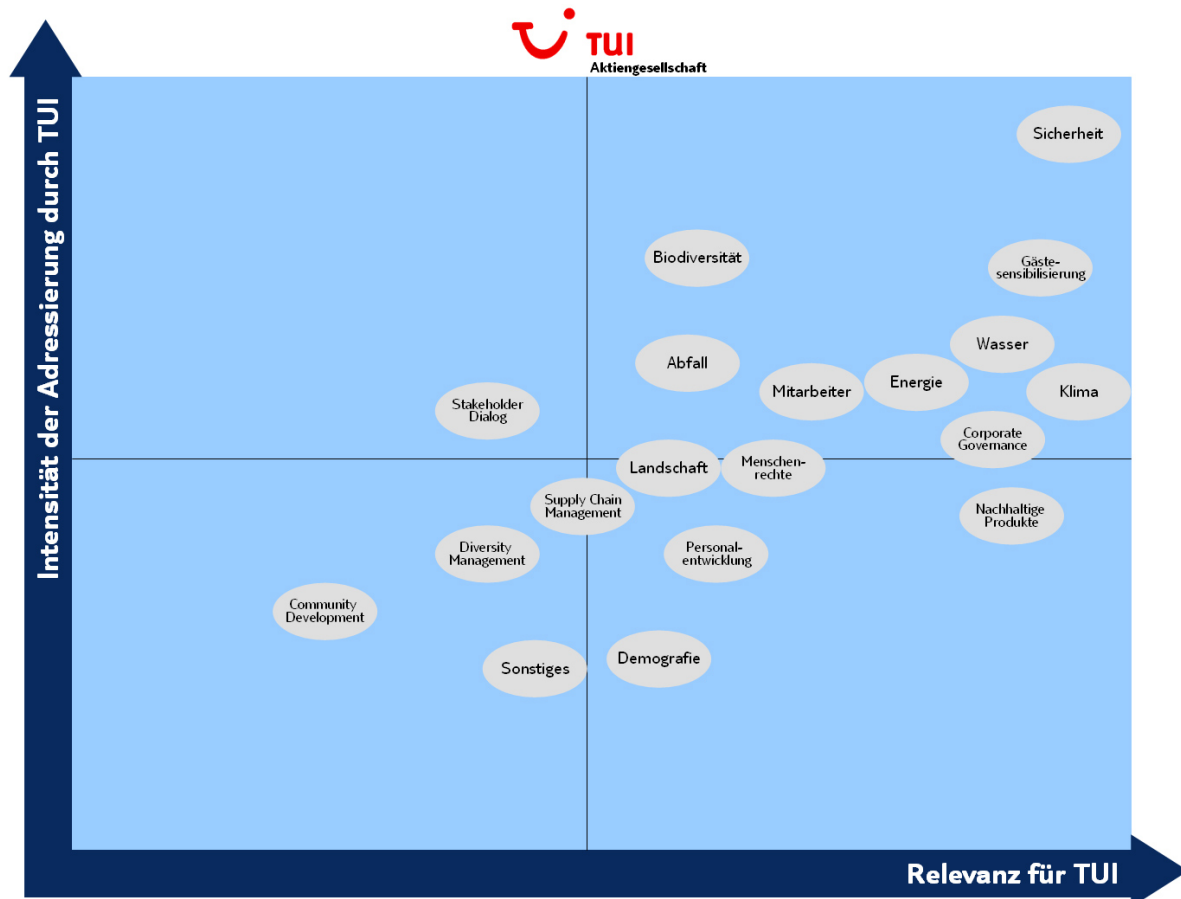
Die durchweg positive Differenz der Werte (>0) von Relevanz und Intensität (graue Spalte) verdeutlicht, dass TUI zwar bereits ein hohes Engagement bei den einzelnen Aspekten aufweist, aber in allen Bereichen auch noch Handlungsbedarf gesehen wird. Die größten Differenzen liegen bei „Entwicklung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen“ sowie „Demografische Entwicklung“, die niedrigsten bei „Sicherheit / Krisenmanagement“ und „Biodiversität“.

<sup>1</sup> Unter „Sonstiges“ wurden aufgeführt: Gesellschaftliches Engagement/Stiftungswesen, Innovationsmanagement, Kindersextourismus, Glücksspiel und Beschwerdemanagement.

<sup>2</sup> Der Korrelationskoeffizient (Abhängigkeitsmaß) kann Werte zwischen -1 und +1 annehmen. Bei dieser Studie liegt er bei 0,66.

Folgendes Diagramm verdeutlicht grafisch die Bewertung der Nachhaltigkeitsaspekte.

Die befragten Stakeholder nehmen den Aspekt „Klima“ als den mit der höchsten Relevanz wahr, während sie TUIs höchstes Engagement im Bereich „Sicherheit / Krisenmanagement“ sehen.



### Zusammenfassung

Der Bereich Konzern-Umweltmanagement / Nachhaltige Entwicklung der TUI AG führte in 2009 eine Befragung bei neun Stakeholdergruppen durch, um dadurch die Relevanz gewisser Nachhaltigkeitsaspekte für TUI sowie das wahrgenommene Engagement seitens TUI zu identifizieren. Die Befragung erzielte eine hohe Rücklaufquote von 76,92% und bestätigte die wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte für TUI. Insgesamt zeigt sich bei allen Aspekten, dass sie zwar als sehr relevant bewertet werden, aber durchaus noch Handlungsbedarf zu erkennen ist. So weisen die Aspekte „Klima“ und „Sicherheit“ die höchste wahrgenommene Relevanz auf, das stärkste Engagement von TUI wird ebenfalls bei „Sicherheit“ sowie im Bereich „Gästesensibilisierung“ gesehen.

Anhand dieser Stakeholderbefragung sind Potenziale für nachhaltiges Handeln bei TUI ableitbar und können durch konkrete Maßnahmen umgesetzt werden.