

ITB 2024: Frühbucherwelle am Mittelmeer

- **Aktuelle YouGov-Befragung: Zwei von drei Befragten wollen verreisen**
- **TUI in Deutschland mit deutlichem Buchungsplus und über 40 Prozent Neukunden**
- **Mallorca bleibt an der Spitze, Türkei und Griechenland auf Rekordkurs**
- **Fernreisen-Comeback – Aufsteiger sind Sansibar und Mauritius**
- **Persönliche Beratung erlebt gerade bei Jüngeren ein Comeback**
- **Hohe Zahlungsbereitschaft für Upgrades und Erlebnisse**

Hannover/Berlin, 5. März 2024. Die TUI Buchungskurve zeigt nach einem ausgesprochen guten Saisonauftakt weiter deutlich nach oben. „Unser Frühbuchergeschäft läuft auf Hoch-touren mit einem großen Neukundenanteil von über 40 Prozent. Aktuell gehen bereits

80 Prozent unserer Buchungen in den Sommer“, sagte Stefan Baumert, Vorsitzender der TUI Deutschland Geschäftsführung, zum Start der Internationalen Tourismus Börse (ITB) in Ber-

lin. „Familien entscheiden sich in diesem Jahr besonders früh. Insgesamt verzeichnen wir einen deutlichen Anstieg bei Familienbuchungen – auch dank unserer günstigen Kinderfestpreise“, so Baumert. Vor allem Reiseziele wie Mallorca und die Türkei profitierten davon.

Aber auch Paare buchen deutlich früher. So steigt die Nachfrage nach den Erwachsenenhôtels von TUI Blue um 15 Prozent. Insgesamt wird für kommenden Sommer länger im Voraus gebucht. 60 Prozent der TUI Buchungen erfolgen mindestens drei Monate vor Reiseantritt. Die stärksten Buchungsmonate sind derzeit Juni und Juli, gefolgt von August.

„Aktuell liegen die Sommerbuchungen bei TUI Deutschland durch mehr Frühbucher zweifel-
lig im Plus. Wir sehen weiterhin eine hohe Reisebereitschaft und erwarten eine insgesamt
starke Saison. Dabei bleibt die Pauschalreise mit Abstand die beliebteste Reiseform, denn
auch immer jüngere Urlauber schätzen zunehmend Rundum-Sorglos-Pakete, die so flexibel
sind, wie nie zuvor“, erläutert Baumert.

Reiselust steigt weiter

Auch die Ergebnisse einer aktuellen repräsentativen YouGov-Umfrage zeigen, dass die Reise-
lust weiter steigt. Etwa zwei Drittel aller Befragten möchten in 2024 verreisen. Knapp 30
Prozent haben bereits gebucht und 34 Prozent, noch ohne Buchung, planen eine oder meh-
rere Urlaubsreisen. Knapp 70 Prozent der Befragten planen eine Auslandsreise, bei den Jün-
geren sind es sogar knapp 80 Prozent. Je jünger desto weiter weg darf die Reise gehen. Laut
Befragung interessiert sich insbesondere die Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen für Fern-
reisen (27 Prozent).

TUI Deutschland GmbH
Unternehmenskommunikation
TUI GROUP Corporate & External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover
Telefon +49(0)511 567-2101
Fax +49(0)511 567-2111
www.tuigroup.com
www.facebook.com/TUI.com
www.twitter.com/TUI_com
www.youtube.com/user/tuicom

Abdruck honorarfrei

Badeurlaub beliebteste Reiseform: Urlauber wollen Sonne, Strand und Meer

Wie die aktuelle YouGov-Umfrage zeigt, bleibt Badeurlaub mit Sonne, Strand und Meer mit 37 Prozent die gefragteste Reiseform. Städtereisen folgen auf der Beliebtheitskala auf Platz zwei mit 32 Prozent. Ferienhausurlaub schafft es mit 24 Prozent unter die Top-Drei-Urlaubsformen. TUI hat im wachsenden Segment für Urlaub in den eigenen vier Wänden mit der neuen Marke Time to Smile hochwertigen Apartmenturlaub zum Wohlfühlen geschaffen. Fünf exklusive Apartmentanlagen in Deutschland, Italien, Österreich, Teneriffa und Curaçao stehen aktuell zur Auswahl. In den nächsten zwei Jahren ist ein Ausbau auf etwa 30 Apartmentanlagen geplant.

Mallorca bleibt an der Spitze

Die aktuellen YouGov-Umfrageergebnisse decken sich mit den Buchungstrends der TUI. Urlaub rund ums Mittelmeer ist im Sommer 2024 so gefragt wie nie zuvor. Unangefochtene Nummer Eins bleibt Mallorca mit einem satten Buchungsplus von derzeit 31 Prozent, dicht gefolgt von der türkischen Riviera mit einem ebenfalls hohen Plus von 29 Prozent. „In der Türkei wollen wir die Marke von einer Million Gäste aus Deutschland überspringen. Auch bringen wir im Sommer erstmals wieder Urlauber mit unserer eigenen Airline TUI fly an die türkische Riviera“, kündigte Baumert an. Viele Neueröffnungen und Neuzugänge machen den Urlaub in diesem Jahr besonders interessant. So eröffnet im nächsten Monat in Kemer der neue TUI Magic Life Beldibi als Adults-only-Club. Neu sind auch viele Rixos Hotels exklusiv über TUI buchbar.

Für Griechenland erwartet TUI im kommenden Sommer ein Allzeithoch. Die griechische Lieblingsinsel Kreta schafft es im TUI Ranking auf Platz drei. Auf den Rängen vier bis sechs folgen Rhodos, Hurghada und Kos. Die kanarischen Inseln Fuerteventura und Gran Canaria sind auf Rang sieben und acht, gefolgt vom spanischen Festland und Teneriffa. Aufsteigerziele im Mittelmeer sind im Sommer Bulgarien mit einem Buchungsplus von 23 Prozent und Albanien mit dreistelligen Zuwächsen.

Fernreisen kommen im Sommer verstärkt zurück. Die USA bauen ihre Position als Nummer eins weiter aus, gefolgt von Thailand und den Malediven. Aufsteigerziele sind auch Mauritius (+35 Prozent) und Sansibar (+27 Prozent). Dort eröffnet TUI im Frühjahr das erste Hotel ihrer neuen Luxusmarke The Mora, das Kunden mit hohem Einkommen anspricht, die eher in Erlebnisse als in Luxusgüter investieren.

Das große Interesse an Städtereisen, die zweitliebste Reiseform der YouGov-Befragten, spiegelt sich auch in den TUI Zahlen mit einem Buchungsplus von 13 Prozent wider. Spitzenreiter

TUI Deutschland GmbH
Unternehmenskommunikation
TUI GROUP Corporate & External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover
Telefon +49(0)511 567-2101
Fax +49(0)511 567-2111
www.tuigroup.com
www.facebook.com/TUI.com
www.twitter.com/TUI_com
www.youtube.com/user/tuicom

Abdruck honorarfrei

ist New York, dicht gefolgt von Hamburg und Rom. Die Hauptstadt Italiens ist der Aufsteiger bei den Städtereisen mit einem Zuwachs von 41 Prozent.

Persönliche Beratung im Reisebüro im Kommen

Laut aktueller YouGov-Umfrage stehen Internetbuchungen an erster Stelle. Die persönliche Beratung im Reisebüro erfährt jedoch insbesondere bei jüngeren Zielgruppen ein Comeback. Hier möchte jeder Dritte wieder häufiger im Reisebüro buchen (34 Prozent der 25- bis 34-Jährige). Benjamin Jacobi, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing TUI Deutschland: „Überraschenderweise ist die Quote deutlich höher als bei den älteren Zielgruppen. Auch der Rat von Expertinnen und Experten wird von Jüngeren am meisten geschätzt. Insgesamt waren es sogar fast doppelt so viele wie bei den über 55-Jährigen. Auch wir sehen, dass zunehmend Neukunden aus jüngeren Generationen über unsere Reisebüros buchen. Die Jüngeren lassen sich gern von Experten beraten, weil es ihnen Arbeit abnimmt und Zeit spart, die sie in Familie und Freunde, also in Work-Life-Balance, investieren können.“ Diese Entwicklung wird durch die Omnichannel-Strategie der TUI durch eine direkte Verzahnung der stationären

Reisebüros mit TUI.com unterstützt.

Urlauber gönnen sich mehr

Urlauber gönnen sich mehr und geben für Zusatzleistungen im Urlaub gern mehr Geld aus.

An erster Stelle steht das Zimmer mit Meerblick oder auf dem Schiff die Balkonkabine (jeweils 37%). Außerdem gefragt: Sitzplatz im Flugzeug mit mehr Beinfreiheit (31%), Mietwagen (29%), Privattransfer vom Flughafen zum Hotel (28%) sowie Ausflüge und Erlebnisse (28%). „Zusatzleistungen für mehr Genuss und Komfort im Urlaub werden immer wichtiger. Wir sehen deutliche Zuwächse bei den gebuchten Extras. Auch wird guter Service honoriert. 80 Prozent der TUI Filialkunden buchen Servicepakete hinzu“, so Jacobi.

Für ein Hotel, das sich durch ökologisches und soziales Engagement auszeichnet, sind 19 Prozent der Jüngeren bereit, mehr zu zahlen. Bei den über 55-Jährigen sind es laut Befragung sieben Prozent. Lokales Essen und regionale Produkte stehen dagegen bei allen Befragten mit jeweils über 40 Prozent hoch im Kurs.

Diese Meldung sowie Bilder finden Sie auch im Pressebereich unter www.tuigroup.com.

Anja Braun, Susanne Stünckel, Jakob Märtens, presse@tui.de