

## Die TUI-Reisetrends des Sommers 2019

### **Trend 1: Klassiker behaupten sich an der Spitze**

Beim Blick auf die beliebtesten Reiseziele zeigt sich: Die Klassiker liegen nach wie vor im Trend und bleiben ungeschlagen an der Spitze. Beliebtestes Sommerreiseziel ist wie in den Vorjahren Griechenland. „Fast die Hälfte unserer 40 Vollcharter pro Woche geht nach Griechenland. Damit und mit sieben Neueröffnungen unserer Eigenmarken und -konzepte sehe ich uns bestens gerüstet, um die hohe Nachfrage zu bedienen,“ so Lisa Weddig. Neben Griechenland bleibt auch Spanien extrem beliebt und landet im Ranking auf Platz 2. Die Türkei ist mit einem hohen zweistelligen Buchungsplus der Top-Aufsteiger des Sommers. Die moderne Hotelqualität und das konkurrenzlose Preis-Leistungs-Verhältnis sorgen für beste Zufriedenheitswerte. TUI hat das Flugangebot mehr als verdreifacht und bietet in der Hochsaison bis zu 34 wöchentliche Verbindungen nach Antalya an.

### **Trend 2: Veranstalterurlaub geht auch individuell**

Veranstalterurlaub ist nach wie vor beliebt – keine andere Reiseform bietet das gleiche Maß an Sicherheit wie die Pauschalreise. Die Paketierung von Flug, Transfer und Strandhotel allein ist für Urlauber von heute jedoch zu wenig. „Wir registrieren einen steigenden Wunsch nach individuellen Urlaubserlebnissen, die punktgenau auf die Bedürfnisse einzelner Zielgruppen zugeschnitten sind“, sagt Lisa Weddig. TUI kommt dieser Entwicklung mit immer neuen Angeboten abseits des Mainstream entgegen. So zählen Campervans, ein Hotel am Rande eines aktiven Vulkans auf Hawaii oder Luxus-Safarizelte ebenso zum Portfolio wie Surferlodges oder Hostels.

Auch die eigenen Hotelmarken und -konzepte wie Robinson, TUI Magic Life oder TUI Blue setzen immer stärker auf Individualität und Wahlmöglichkeiten. Ein neuer Service der Lifestyle-Marke TUI Blue ist die Wunschzimmer-Buchung. „Morgensonne“, „Strandnähe“ oder „Meerblick“ zählen zu den Kategorien. Sogar die Wahl eines konkreten Zimmers ist gegen einen Aufpreis von fünf Euro pro Nacht möglich.

Insgesamt eröffnet TUI zum Sommer 41 Marken- und Konzepthotels und stärkt damit ihre Position als führender Urlaubshotelier Europas. „Der direkte Einfluss, den wir dort haben, sorgt nicht nur für hohe Qualität, sondern erlaubt uns auch, jederzeit aktuelle Trends ins Programm zu bringen“, so Lisa Weddig. Besonders beliebt bei österreichischen Urlaubern ist die All-Inclusive-Clubmarke TUI Magic Life mit jeweils einem neuen Club in Italien, Tunesien und der Türkei.

### **Trend 3: „Instagramability“ wird zum Reisemotiv**

Die sogenannte „Instagramability“ eines Hotels oder Reiseziels spielt vor allem für junge Urlauber eine große Rolle. „Die Frage, ob ein Foto des Urlaubsorts oder des Hotels eine entsprechende Wirkung in den sozialen Netzwerken erzielt, ist bei der Auswahl unseres Portfolios durchaus ein Kriterium“, bestätigt Geschäftsführerin Lisa Weddig. Zum Sommer baut TUI das Instagram-taugliche Angebot deutlich aus. Neu ist beispielsweise das Boutiquehotel TUI Sensimar My Arbor in Südtirol. Das erste TUI Sensimar Hotel in den Bergen erinnert an ein Baumhaus und verwendet vorwiegend natürliche Materialien. Schrill und bunt hingegen ist das äußere Design der Escape Campervans, dem neuen Partner von TUI Camper in Nordamerika. Vor welchem Hintergrund das Instagram-taugliche Bild während des Roadtrips geschossen wird, entscheiden die Reisenden selbst.

#### **Trend 4: Der Wunsch nach neuen und exotischen Reisezielen wächst**

Wenngleich die Klassiker rund ums Mittelmeer die Reisetrends für 2019 anführen, spiegeln die TUI-Buchungen auch eine steigende Nachfrage nach neuen Destinationen wider. „Gerade bei Vielreisenden stellen wir eine Sehnsucht nach dem Unbekannten fest. Der Erfolg unseres Direktflugs auf die Kapverden belegt das sehr gut“, sagt Lisa Weddig. Das neue Reiseziel für die österreichischen TUI-Gäste ist einer der Aufsteiger des Jahres. Weiße Flecken auf der touristischen Landkarte nimmt TUI auch bei den eigenen Hotels ins Visier. So eröffnet 2020 das TUI Blue Zanzibar auf der gleichnamigen Insel vor der Küste Tansanias – das erste Hotel der Lifestyle-Marke in der Ferne. Es ist jedoch nicht immer ein Langstreckenflug nötig, um touristische Geheimtipps zu entdecken: So hat TUI in Österreich Montenegro und Albanien zum Sommer neu ins Programm genommen. Beide Ziele sind bei Urlaubsreisenden bisher noch weitgehend unbekannt.

#### **Trend 5: Nachfrage nach „Adults only“ erreicht Allzeithoch**

Mehr als jede zweite Urlaubsreise, die bei TUI Österreich gebucht wird, entfällt auf zwei Personen ohne Kinder. Die Reisepartner sind dabei nicht ausschließlich klassische Paare, sondern auch erwachsene Mutter-Tochter- oder Vater-Sohn-Konstellationen sowie Freunde oder Geschwister. „Urlaub nur für Erwachsene wird so stark nachgefragt wie nie zuvor. Darum bauen wir unser Angebot in diesem Segment heuer massiv aus. Besonders stark wachsen wir mit unserem Adults-Only-Konzept TUI Sensimar: 12 neue Hotels und ein Schiff ergänzen das Portfolio.“ Insgesamt können österreichische Gäste im Sommer 2019 zwischen 46 TUI Sensimars in 14 Ländern wählen. Auch an den Inhalten wird permanent weiter gefeilt: So gehört Private Dining bereits in 50 Prozent der TUI Sensimars zum Restaurant-Repertoire – geplant ist ein Ausbau auf alle Hotels des Konzepts. Gin-Fans können sich zudem auf exklusive Tastings in vielen Hotels freuen. Insgesamt sind bei TUI weltweit rund 600 Adults-Only-Hotels buchbar.

#### **Trend 6: Budgeturlaub ja – aber bitte nicht „billig“**

Urlaub in einem modernen Hotel, das guten Standard bietet und gleichzeitig den Geldbeutel schont – so lässt sich der Anspruch von immer mehr Gästen zusammenfassen. TUI baut die Präsenz im Budgetsegment mit neun neuen Suneo Clubs in Griechenland, der Türkei und Spanien weiter aus. Die modernen, international ausgerichteten Hotels punkten mit günstigen Preisen, All Inclusive sowie Sport und Entertainment. Durch die Integration der 1-2-FLY-Produktpalette in das TUI-Portfolio bietet TUI aktuell die bislang größte Anzahl an Suneo Clubs und ist auf dem besten Weg, den Marktanteil im umkämpften Preiswertsegment deutlich zu steigern. „Auch im Budgetsegment zählen vor allem Preis-Leistungs-Verhältnis und zufriedene Kunden. Die preisgünstigen Angebote werden unter der Marke TUI gut angenommen“, so das erste Fazit von Lisa Weddig.

Informationen und Buchung in jedem guten Reisebüro und auf <http://www.tui.at>.

**Immer up to date:** Werden Sie Fan von TUI Österreich auf [www.facebook.com/TUIAustria](http://www.facebook.com/TUIAustria), folgen Sie uns auf [www.twitter.com/TUI\\_at](http://www.twitter.com/TUI_at) & [instagram.com/tui\\_austria](http://instagram.com/tui_austria) und lesen Sie unseren TUI-Reiseblog auf [blog.tui.at](http://blog.tui.at).

Ansprechpartnerin TUI Unternehmenskommunikation Österreich:  
Kathrin Spichala, [kathrin.spichala@tui.at](mailto:kathrin.spichala@tui.at), Tel 050-884-588