

TUI Suisse auf Wachstumskurs mit frühem Buchungshoch und guten Aussichten für eine erfolgreiche Sommersaison 2025

- ***Buchungszuwächse im Winter und Sommer spürbar***
- ***Gäste buchen früher denn je und sichern sich attraktive Preise***
- ***Reiseziele rund um das Mittelmeer sind Favoriten***
- ***Portfolio an TUI eigenen Hotels ist grösser denn je***
- ***Weiterentwicklung als Unternehmen und attraktiver Arbeitgeber steht im Fokus***

Zürich, 23. Januar 2025. Die Nachfrage nach Reisen ist weiterhin gross. Nach einer erfolgreichen Sommersaison 2024 und einem Nachfragerekord bei den beliebtesten Zielen, der Türkei und Griechenland, ist TUI Suisse auch mit einem vielversprechenden Buchungsaufakt in die laufende Wintersaison 24/25 gestartet. Dabei setzt der Reiseanbieter seinen Wachstumskurs konsequent fort und bietet im Winter wie im Sommer 2025 das grösste und vielseitigste Ferienportfolio in der Unternehmensgeschichte an. Die Buchungskurve steigt auch für die Sommersaison markant an. Denn viele Gäste haben sich so früh wie nie zuvor für die Buchung ihrer Sommerferien entschieden.

«Die starke Nachfrage freut uns sehr und zeigt, dass wir mit unserer Produktstrategie und dem Portfoliowachstum auf dem richtigen Weg sind», sagt Philipp von Czapiewski, Managing Director TUI Suisse. «Mehr Kunden denn je haben sich frühzeitig ihre Wunschreise für die kommende Sommersaison zu attraktiven Preisen gesichert. Damit greift auch unsere Strategie, die Produkte mehr als ein Jahr im Voraus buchbar zu machen. Wir gehen davon aus, dass die Nachfrage in den kommenden Wochen weiter hoch bleibt, zumal wir noch bis einschliesslich Ende Februar attraktive Frühbucherermässigungen von bis zu 40 Prozent anbieten».

Mittelmeerdestinationen sind weiterhin Top-Favoriten im Sommer

Badeferien ist und bleibt die beliebteste Reiseform der TUI Gäste im Sommer. Die Reiseziele rund um das Mittelmeer erfreuen sich guter Gästezuwächse und führen das Ranking 2025 an. Unangefochtener Spitzenreiter ist Antalya, gefolgt von Mallorca und den griechischen Inseln Kreta, Kos und Rhodos. Vielversprechende Gästezuwächse erleben auch die Länder auf der Fernstrecke. Hier liegen die USA auf Platz 1, gefolgt von Thailand, das die höchsten Buchungszuwächse verzeichnet. Auf Platz 3 ist die Trenddestination Sansibar avanciert, direkt vor den Malediven und den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Grösstes und vielseitigstes Angebot an Ferienmöglichkeiten

Um für alle Zielgruppen das passende Produkt zu bieten, bietet TUI in der Sommersaison 2025 mehr Reisemöglichkeiten an die beliebtesten Ferienzele denn je an. So hat der Reiseanbieter das

Flugplatzangebot ab den Schweizer Flughäfen Basel, Bern, Genf und Zürich vergrössert und ab Bern zusätzlich das neue Reiseziel Monastir in Tunesien aufgenommen.

Auf kontinuierliches Wachstum setzt TUI vor allem beim Angebot der eigenen Hotelmarken für alle Kundensegmente. Die eigenen Hotelmarken sind Kern der Differenzierungsstrategie und sollen mittelfristig von derzeit über 400 auf 600 Häuser ausgebaut werden. Im Sommer ergänzen deshalb neue Hotels der Marken TUI Blue und TUI Kids Club das Portfolio, bei Robinson und RIU werden zahlreiche renovierte Häuser wiedereröffnet. Die Clubformate mit All-Inclusive-Leistungen wie Robinson, TUI Magic Life und TUI Kids Club erfreuen sich dabei besonders grosser Beliebtheit bei Schweizer Familien. Neu im Angebot bei TUI Suisse ist das moderne Apartmentkonzept «TUI Time To Smile», das modern ausgestattete 4-Sterne-Appartementanlagen in attraktiven Lagen bietet, die exklusiv bei TUI buchbar sind.

Fokus auf Unternehmensentwicklung und die Stärkung der Arbeitgeberattraktivität

Im Zuge ihrer Strategie, setzt TUI Suisse auf stetiges Wachstum und kontinuierliche Weiterentwicklung in allen Bereichen des Unternehmen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf Digitalisierung. Neben der gezielten Verzahnung von persönlicher und digitaler Betreuung im Vertrieb, treibt TUI auch die Implementierung von neuen, digitalen Tools in diversen Bereichen des Unternehmens voran. Mithilfe neuer Tools und Künstlicher Intelligenz (KI) konnten bereits diverse Serviceaktivitäten verbessert sowie Prozesse optimiert werden, was die Mitarbeitenden im Arbeitsalltag spürbar unterstützt.

Als weiteren Schwerpunkt treibt TUI gezielt die Optimierung aller Standorte in der gesamten Schweiz voran. «Wir investieren konsequent in die Modernisierung unseres Filialnetzes und schaffen an allen Standorten eine optimale Umgebung für unsere KundInnen und Mitarbeitenden», kommentiert Philipp von Czapiewski. «Um unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter zu stärken, investieren wir in diesem Jahr zusätzlich in einen neuen Standort mit einem modernen und ansprechenden Office-Konzept für unsere Mitarbeitenden am Zürcher Hauptsitz».

Im vergangenen Jahr hat TUI jeden Monat eine weitere Filiale mit ihrem modernen TUI Corporate-Design-Konzept ausgestattet. Das Konzept umfasst eine ansprechende Raumgestaltung sowie ergonomische Arbeitsplätze und neue digitale Ausstattung. Die Modernisierung wird auch im laufenden Jahr konsequent vorangetrieben. Im Sommer 2025 wird TUI ihren aktuellen Hauptsitz in das moderne Geschäftsviertel Zürich Oerlikon verlegen. Mit dem Umzug wird TUI ihren über 130 Mitarbeitenden vom Hauptsitz eine zeitgemässe Arbeitsumgebung bieten, die auf moderne Bedürfnisse und optimierte Arbeitsbedingungen ausgerichtet ist. Zudem entspricht die Immobilie modernsten technologischen, ökonomischen sowie ökologischen Standards und erfüllt höchste Ansprüche im Bereich Nachhaltigkeit.

Über TUI Suisse

TUI Suisse Ltd eines der grössten Touristikunternehmen auf dem Schweizer Markt. Als Reisegeneralist ist die TUI ein qualitativ hochwertiger Reise- und Erlebnisanbieter, der das grösste und breiteste touristische Produktportfolio auf dem Schweizer Markt zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis anbietet. Das Produktportfolio reicht von Pauschalreisen, Hotels und Flügen über Touren und Aktivitäten an der Zieldestination bis hin zu Kreuzfahrten, Mietautos und Wohnmobilen. Neben der Kernmarke TUI gehören die Marken airtours und Cruisetour zum Unternehmen. Der Vertrieb läuft über 49 eigene Reisebüros in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz und das eigene Online-Portal www.tui.ch sowie über 450 Partner-Reisebüros in der gesamten Schweiz.

TUI Suisse Ltd ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der TUI Group. Als einer der weltweit führenden Touristikkonzerne bietet er für seine 20 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand. Zur TUI Group gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 17 eigene Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen 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. Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern der 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.

TUI Suisse Ltd
Friesenbergstrasse 75
Postfach
8036 Zürich
Schweiz

www.tui.ch