

TUI Suisse setzt Wachstumskurs fort und startet mit positiven Aussichten ins Reisejahr 2026

- **Ägypten und Malediven im Winter auf Erfolgskurs**
- **Frühe Nachfrage für Sommer 26 mit hohem Familienanteil**
- **Neue zusätzliche Angebote bei Flügen und Hotels**
- **Weiterentwicklung durch Modernisierung und digitale Transformation**

Zürich, 15. Januar 2026. Reisen liegen bei Schweizerinnen und Schweizern hoch im Kurs. Das zeigte bereits die Sommersaison 2025, die TUI Suisse mit einer starken Nachfrage - insbesondere im Bereich Badeferien und Buchungshöchstständen bei den eigenen Hotel- und Clubmarken - erfolgreich abschloss. Besonders gefragt war die All-Inclusive-Marke TUI Magic Life mit einem Wachstum von über 20 %, gefolgt vom Premium-Clubanbieter Robinson mit über 15 % und den auf Familien spezialisierten TUI Kids Clubs von über 10 %.

Die positive Entwicklung setzt sich auch im Reisejahr 2026 fort. «Die grossen Trends aus dem Vorjahr bleiben bestehen», sagt Philipp von Czapiewski, Managing Director von TUI Suisse. «Die Nachfrage nach Badeferien als beliebteste Reiseform ist ungebrochen und Griechenland als Top-Destination ist wieder auf dem Weg zu einem neuen Allzeithoch. Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie haben wir unser Angebot für das Jahr 2026 frühzeitig mit mehr Flugkapazitäten und neuen Hotels ausgebaut. Das wird von unseren Gästen sehr gut angenommen, so dass wir optimistisch auf die kommende Sommersaison blicken.»

Ägypten und Malediven im Winter auf Erfolgskurs

Auch für die aktuelle Wintersaison zieht TUI Suisse eine positive Zwischenbilanz. Im Winter zieht es TUI Gäste traditionsgemäss in die Sonne. Klassische Winterreiseziele mit Sonnengarantie wie Ägypten, die Kanaren, Thailand und die Malediven führen das Ranking der beliebtesten Destinationen an. Ägypten und die Malediven steuern dabei auf neue Buchungshöchststände zu.

Top 5 Zielgebiete im Winter 25/26:

Kurz- und Mittelstrecke

1. Ägypten
2. Kanaren
3. Kapverden
4. Türkei
5. Marokko

Langstrecke

1. Thailand
2. Malediven
3. Vereinigte Arabische Emirate
4. Dominikanische Republik
5. Mexiko

Früher Start in die Sommersaison 2026 mit starker Familiennachfrage

Bereits im Juni 2025 hatte TUI einen Grossteil des Sommerprogramms 2026 buchbar gemacht und das Angebot mit zusätzlichen Flügen und neuen TUI Markenhotels kontinuierlich erweitert. Die frühe Buchbarkeit und die damit verbundene Planungssicherheit ist vor allem bei Familien beliebt: Der Familienanteil liegt aktuell bei über 40 %. In der laufenden Hauptbuchungsphase ziehen die Buchungen weiter an, nicht zuletzt dank attraktiver Frühbucherrabatte von bis zu 40 % bis Anfang März. Besonders gefragt sind die griechischen Inseln, die auf Kurs sind, das Vorjahresniveau zu übertreffen. Ebenfalls stark entwickelt sich Ägypten mit zweistelligen Wachstumsraten, vor allem dank des attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnisses.

Aktuelle Top 5 Zielgebiete im Sommer 2026:

Kurz- und Mittelstrecke

1. Antalya
2. Kreta
3. Mallorca
4. Ägypten
5. Rhodos

Langstrecke

1. USA
2. Thailand
3. Malediven
4. Mauritius
5. Tansania

TUI Suisse Ltd
Hagenholzstrasse 60
8050 Zürich
Schweiz
www.tui.ch

Grösseres Flugangebot ab Schweizer Flughäfen

Für den Sommer 2026 hat TUI die Kapazitäten ab Basel, Genf und Zürich nochmals ausgebaut. Ab Zürich werden die stark nachgefragten Destinationen in Griechenland, der Türkei und auf den Balearen sowie Ägypten und Zypern mehrmals täglich bedient. Neu ist eine Flugverbindung mit Chair Airlines nach Araxos/Patras, die TUI Gästen zwei Mal wöchentlich direkten Zugang zum breiten Hotelportfolio auf der Westpeloponnes bietet. Auch ab Basel wächst das Sitzplatzangebot: Bodrum wird neu zweimal wöchentlich mit der Fluggesellschaft AJet angeflogen. Gäste ab Genf profitieren von zusätzlichen Kapazitäten in die Türkei, während Reisende ab Bern wie im Vorjahr sieben beliebte Ferienzeile auf der Kurz- und Mittelstrecke mit Helvetic Airways erreichen.

Kontinuierliches Wachstum bei eigenen Club- und Hotelmarken

Grösster Wachstumstreiber bei TUI sind die eigenen Hotelmarken, die mittelfristig von derzeit über 460 auf 600 Häuser ausgebaut werden sollen. Für den Sommer 2026 sind die beliebten Marken TUI Magic Life, Robinson und TUI Kids Clubs bereits stark gestartet mit dem Ziel, die Buchungsbestwerte des Vorjahrs zu übertreffen. Schweizer Gäste können sich auf zahlreiche neue Häuser freuen:

- Dank neuer Flüge nach Araxos/Patras haben Gäste ab Zürich erstmals direkten Zugang zum Robinson Kyllini Beach Club.
- Neu im Portfolio von TUI Magic Life ist der Club Redsina Sharm el Sheikh, seit November 2025 zweimal wöchentlich ab Zürich erreichbar.
- TUI Blue erweitert das Angebot für Familien, u. a. mit dem TUI Blue Pardu an der Südküste Sardinien. Zudem eröffnet TUI Blue in drei Hotels am Mittelmeer spezielle Sensorikräume für Familien mit neurodiversen Kindern.
- Im Luxussegment wächst die Marke The Mora weiter: Neben dem The Mora Zanzibar können Gäste seit November 2025 im The Mora Sahara Tozeur die Wüstenoase am Rand der tunesischen Sahara entdecken.

Stetige Weiterentwicklung durch Modernisierung und digitale Transformation

Parallel zum Angebotswachstum entwickelt sich TUI im Rahmen der Unternehmensstrategie auch stetig als Organisation weiter. Einerseits modernisiert TUI Suisse konsequent das gesamte Schweizer Filialnetz: Mehr als 80 % der Standorte sind bereits im aktuellen Corporate Design gestaltet und bieten eine top moderne Beratungs- und Arbeitsumgebung. Andererseits treibt TUI die digitale Transformation einschliesslich dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in allen Unternehmensbereichen voran. Im Vertrieb spielt die innovative Verzahnung von persönlicher und digitaler Betreuung schon seit Längerem eine zentrale Rolle und wird konsequent weiterentwickelt. Zusätzlich halten KI-basierte Anwendungen zunehmend Einzug in den Arbeitsalltag. Bereits heute unterstützt KI die Optimierung zahlreicher Prozesse, etwa bei der schnelleren Bearbeitung von Kundenbeschwerden oder der Analyse von Kundenfeedback. Dabei setzt TUI bewusst auf das Zusammenspiel von Mensch und Technologie. Um Mitarbeitende für den produktiven Einsatz von KI zu befähigen und zu motivieren, investiert TUI kontinuierlich in Schulungen und Weiterbildungen. Ziel ist es, die Teams auf eine zunehmend KI-geprägte Arbeitswelt vorzubereiten und ihnen die Möglichkeit zu geben, die Potenziale in ihrem eigenen Arbeitsbereich aktiv zu nutzen.