

Mehr erleben, weniger warten: TUI Musement zeigt, wo Städtereisende in Europa bis zu acht Stunden sparen können

- Analyse der Wartezeiten an 100 Attraktionen in 20 europäischen Städten
- Rom führt Ranking an, gefolgt von Paris, Budapest, Venedig und Sevilla
- Interaktive Karte liefert praktische Tipps für die Reiseplanung

Palma de Mallorca, 29. Oktober 2026 – Bei einer zwei- oder dreitägigen Städtereise können ein paar zusätzliche Stunden einen großen Unterschied machen, wie Reisende ein Reiseziel entdecken und genießen.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

[TUI Musement](#), einer der führenden Anbieter von Touren und Aktivitäten, hat untersucht, wie Reisende vor Ort wertvolle Zeit sparen können. Eine [Analyse](#) der Wartezeiten zu den am stärksten frequentierten Zeiten bei 100 Attraktionen in den 20 beliebten europäischen Städtereisezielen zeigt, wo sich mit guter Planung bis zu acht Stunden einsparen lassen. Eine interaktive Karte bündelt die vollständigen Ergebnisse und die wichtigsten Zeitspar-Tipps der lokalen Expertinnen und Experten von TUI Musement.

In Rom bis zu acht Stunden weniger Wartezeit - Paris, Budapest, Venedig und Sevilla mit bis zu sieben Stunden Zeitersparnis

Rom führt das Ranking an: Bei fünf der beliebtesten Attraktionen der Stadt summiert sich die potenzielle Wartezeit auf mehr als acht Stunden. Das entspricht einem kompletten Arbeitstag. Ein großer Teil davon entfällt auf weltberühmte Sehenswürdigkeiten wie die Vatikanischen Museen, wo die Warteschlangen an den am stärksten frequentierten Zeiten bis zu dreieinhalb Stunden lang sein können.

Paris, Budapest, Venedig und Sevilla bilden die Spitzengruppe mit den höchsten kumulierten Wartezeiten im Ranking und jeweils rund sieben Stunden potenzieller Zeitersparnis. Hier kann eine gute Planung besonders viel bewirken:

- **Paris:** Am Louvre ist der Eingang über das Carrousel häufig schneller als der Zugang durch die ikonische Glaspypamide.

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

- **Budapest:** Da die vorübergehende Schließung des Gellért-Bads die Nachfrage im Széchenyi-Heilbad erhöht, empfiehlt es sich, im Voraus zu reservieren oder Alternativen wie das Rudas-Bad in Betracht zu ziehen.
- **Venedig:** Ein Besuch des Dogenpalasts vor 10:00 Uhr oder am späteren Nachmittag ist empfehlenswert.
- **Sevilla:** Wer den Real Alcázar gleich morgens oder nach 14:30 Uhr besucht und den Rundgang in den Gärten beginnt, kann die Anlage meist entspannter erleben.

Selbst die Städte mit den niedrigsten kumulierten Wartezeiten, darunter

Edinburgh, Stockholm, Kopenhagen und Amsterdam, kommen bei den fünf analysierten Attraktionen auf insgesamt rund drei Stunden.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

„Gute Planung bedeutet nicht, noch mehr in einen Tag zu packen. Es geht darum, die verfügbare Zeit besser zu nutzen. Wer weiß, wann sich ein Besuch lohnt, welchen Eingang man wählen sollte und welche Alternativen es gibt, verbringt weniger Zeit in Warteschlangen und mehr Zeit damit, die Orte, Aromen und Details einer Stadt zu entdecken“, sagt Mirco Fiumene, Managing Director Experiences & CMO TUI Musement.

Bei diesen Attraktionen lohnt sich die Vorausplanung besonders

Die Studie zeigt außerdem, bei welchen Attraktionen eine Reservierung oder sorgfältige Planung im Voraus besonders hilfreich sein kann. An der Spitze stehen die [Vatikanischen Museen](#) mit Wartezeiten von bis zu dreieinhalb Stunden. Es folgen der Real Alcázar in Sevilla mit bis zu drei Stunden und Schloss Schönbrunn in Wien mit bis zu zwei Stunden und 45 Minuten.

Dabei handelt es sich nicht um Einzelfälle: Bei 15 der 100 analysierten Attraktionen können die Wartezeiten zu Zeiten besonders hoher Nachfrage mehr als zwei Stunden betragen. Bei 33 Attraktionen sind Warteschlangen von 60 bis 90 Minuten möglich.

Praktische Tipps für mehr Zeit vor Ort

Im Rahmen der Studie hat TUI Musement für jede der 100 Attraktionen konkrete Empfehlungen zusammengestellt. Dazu gehören die besten Besuchstage und Uhrzeiten, weniger frequentierte Eingänge, Tipps für eine effiziente Route vor Ort, Vorschläge zum Kombinieren nahe gelegener Sehenswürdigkeiten sowie Alternativen, die bekannte Attraktionen aus einer neuen Perspektive erlebbar machen.

[La Pedrera](#) am Abend besuchen, um die Warteschlangen am Tag zu umgehen, sich den Verkaufsstart für Tickets zu Leonardo da Vincis „[Das Abendmahl](#)“ in Mailand vormerken – die Karten werden alle drei Monate freigeschaltet – oder die besonders gefragten Zeiten rund um den Sonnenuntergang am [London Eye](#) meiden: Das sind nur einige der Empfehlungen auf der interaktiven Karte.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Diese Tipps verkürzen nicht nur mögliche Wartezeiten. Sie schaffen auch Freiräume, eine Stadt anders zu erleben: bei einem Abendspaziergang am Canal Saint-Martin in Paris, beim Erkunden des Madrider Viertels Conde Duque, bei einer ausgedehnten Tapas-Pause oder bei einem [traditionellen Afternoon Tea in London](#).

Es geht nicht unbedingt darum, mehr zu unternehmen, sondern mit genügend Zeit und Flexibilität zu reisen, um stärker in das alltägliche Leben eines Reiseziels einzutauchen.

TUI Musement bietet mehr als 5.000 Erlebnisse in den 20 analysierten Städten

Die Studie konzentriert sich auf Reiseziele, in denen TUI die Reisenden bereits vor und während ihrer Städtereise begleitet. TUI Musement bietet in den 20 untersuchten Städten mehr als 5.000 Erlebnisse, Touren und Aktivitäten an. Das Portfolio reicht von Besuchen berühmter Sehenswürdigkeiten bis hin zu Angeboten, die andere Viertel, Perspektiven und Facetten eines Reiseziels erschließen.

In zehn der untersuchten Städte umfasst das Portfolio zudem Erlebnisse, die direkt von lokalen TUI Teams entwickelt wurden. In ausgewählten Reisezielen wird das Aktivitätenangebot durch TUI Hotels ergänzt, unter anderem in Berlin, Barcelona,

Madrid, London und Dublin. Weitere Neueröffnungen sind in Sevilla und Lissabon geplant.

Hinweise für Redakteure:

- **Methodik:** Für die Studie analysierte TUI Musement 20 der beliebtesten europäischen Städtereiseziele und wählte in jeder Stadt fünf der meistbesuchten Attraktionen aus. So entstanden Stichproben von insgesamt 100 Sehenswürdigkeiten. Die maximalen Wartezeiten an den Ticketkassen zu Zeiten besonders hoher Nachfrage wurden anhand öffentlich zugänglicher Informationen geschätzt, darunter offizielle Websites, Bewertungsplattformen und Reiseforen. Die Angabe „Stunden, die sich einsparen lassen“ entspricht für jede Stadt der Summe der geschätzten Wartezeiten zu den am stärksten frequentierten Zeiten bei den fünf ausgewählten Attraktionen. Sie zeigt, wie viel Zeit Reisende potenziell sparen können, wenn sie ihre Besuche im Voraus planen. Ergänzt wird die Studie durch Empfehlungen der lokalen TUI Musement Expertinnen und Experten zu den besten Besuchszeiten und weiteren praktischen Möglichkeiten, unnötige Warteschlangen zu vermeiden.
- Die interaktive Karte mit den vollständigen Ergebnissen und Empfehlungen für alle 100 Attraktionen ist unter <https://www.tuimusement.com/de/insights/city-break-time-saving-tips/> verfügbar.

Über TUI Musement

TUI Musement ist ein globaler Anbieter von Touren und Aktivitäten, der ein sorgfältig ausgewähltes Produktportfolio, skalierbare digitale Plattformen und den Service vor Ort durch lokale Teams kombiniert, um Produkte in drei Kategorien zu beschaffen, zu entwickeln, zu vertreiben und anzubieten:

- Erlebnisse: Ausflüge, Aktivitäten und Eintrittskarten für Attraktionen
- Transfers: Zwischen Flughäfen, Hotels und Häfen
- Reisen: Mehrtägige Reiserouten, die Flüge, Hotels, Erlebnisse und Transfers umfassen

Die Produkte sind in allen wichtigen Strand- und Städtedestinationen verfügbar und stammen von führenden Reiseanbietern oder werden von TUI-Teams selbst entwickelt. Dazu gehören auch die TUI Musement Experiences, das Flaggschiff im Erlebnisangebot der TUI Group. Die Produkte werden an die über 33 Millionen TUI Kunden über die TUI Websites und Apps - wie die TUI Musement App für Touren und Aktivitäten - sowie über lokale Teams vor Ort und B2B-Partner, darunter einige der weltweit führenden OTAs, Reiseveranstalter, Fluggesellschaften, Hotels, Reisebüros und Kreuzfahrtgesellschaften, vertrieben. TUI Musement ist einer der wichtigsten Wachstumsbereiche der TUI Group und beschäftigt weltweit rund 7.000 Mitarbeiter.

Über die TUI Group

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikonzern. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI ist notiert im MDAX-Index der Frankfurter Wertpapierbörse und im regulierten Markt der Niedersächsischen Börse zu Hannover. Der TUI Konzern bietet für seine über 34,7 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand und bildet die gesamte touristische Wertschöpfungskette unter einem Dach. Zum Konzern gehören über 460 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 18 eigene Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen der HANSEATIC-Klasse 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. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels und Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem globalen touristischen Plattformunternehmen.

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer 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. Die weltweit tätige TUI Care Foundation initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

TUI Musement
Abteilung Kommunikation

María Sierra

maria.sierra@tui.com

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com