

Mehr Auswahl, mehr Flexibilität, mehr Urlaub: Itur baut Angebot für Last-Minute-Reisende deutlich aus

- ***Mehr Wahlfreiheit für spontane Urlauber: Last-Minute-Reisen werden individueller denn je***
- ***Urlauber entscheiden selbst: Angebote ohne Transfer eröffnen zusätzliche Sparmöglichkeiten***
- ***400 zusätzliche Hotels im Value- und Budgetsegment***

Rastatt/Berlin, 29. September 2026. Itur erweitert sein Angebot für Urlauberinnen und Urlauber und setzt dabei konsequent auf Flexibilität, attraktive Preise und eine noch größere Produktauswahl. Vor allem in den letzten Wochen profitiert der Last-Minute-Spezialist der TUI von der kurzfristigen Nachfrage nach Urlaubsreisen. Mit neuen Reisemodellen ohne Transfer, einem deutlich ausgebauten Budget-Portfolio, zusätzlichen Flugkombinationen sowie attraktiven Angeboten für die Herbstferien stärkt Itur seine Position als erste Adresse für spontane Reisen.

„Reisende wünschen sich heute vor allem Flexibilität und Wahlfreiheit. Mit unseren neuen Angeboten geben wir unseren Kundinnen und Kunden genau diese Möglichkeiten und machen spontane Urlaubsbuchungen noch attraktiver. Gleichzeitig stärken wir unsere Position als führender Last-Minute-Anbieter im deutschsprachigen Markt“, sagt Beate Einhäuser, Geschäftsführerin von Itur.

Ab sofort können Kundinnen und Kunden das gesamte Itur Reiseportfolio ohne inkludierten Transfer buchen. Das Angebot ist in allen Vertriebskanälen verfügbar. Damit reagiert Itur auf veränderte Kundenbedürfnisse. Reisende entscheiden selbst, welche Leistungen sie für ihren Urlaub benötigen und können zwischen klassischen Pauschalreisen mit Sammeltransfer, Privattransfer, Mietwagen oder komplett ohne Transfer wählen. Die Nachfrage bestätigt den Trend: Bereits rund 30 Prozent der Neukundinnen und Neukunden von Itur entscheiden sich aktuell für Angebote ohne Transfer. Damit spricht Itur gezielt neue Zielgruppen an, die ihre Mobilität am Urlaubsort selbst organisieren möchten und gleichzeitig von attraktiven Reisepreisen profitieren.

Parallel baut Itur sein direkt eingekauftes Hotelportfolio im Value- und Budgetsegment deutlich aus. Rund 400 zusätzliche Hotels ergänzen das Angebot in den wichtigsten Ferienregionen. Der Schwerpunkt liegt auf ausgewählten Drei-Sterne-Hotels sowie Unterkünften mit Selbstverpflegung, die ein besonders attraktives Preis-Leistungs-

Verhältnis bieten. Dank hoher Verfügbarkeit profitieren Kundinnen und Kunden von einer größeren Auswahl und attraktiven Last-Minute-Preisen. Zu den neuen Hotels gehören unter anderem beliebte Häuser auf Mallorca, in der Türkei und in Ägypten. So ist beispielsweise eine Woche im Coral Hills Resort Marsa Alam in Ägypten inklusive Flug bereits ab 428 Euro pro Person buchbar. Wer auf den Transfer verzichtet, reist bereits ab 383 Euro pro Person.

Mit zusätzlichen sogenannten Mixflug-Kombinationen schafft ltur weitere Möglichkeiten für flexible Reiseplanungen. Durch die Kombination verschiedener Fluggesellschaften vergrößert sich die Auswahl an verfügbaren Verbindungen erheblich. Davon profitieren Kundinnen und Kunden gleich mehrfach: Sie erhalten mehr Reisemöglichkeiten, attraktive Preisvorteile und eine höhere Verfügbarkeit, insbesondere in stark nachgefragten Reisezeiten. Neu hinzu kommen zudem Abflugmöglichkeiten ab Prag. Damit erweitert ltur insbesondere für Reisende aus Ostdeutschland die Auswahl an schnell erreichbaren Abflughäfen und schafft eine kostengünstige Alternative. Ab Prag lassen sich bis zu 150€ pro Person gegenüber Flügen beispielsweise ab Leipzig sparen.

Für die bevorstehenden Herbstferien bietet ltur zahlreiche Last-Minute-Angebote in beliebten Sonnenzielen. Besonders gefragt sind:

- Kanaren mit ganzjähriger Sonnengarantie
- Ägypten mit einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis
- Mallorca, Griechenland und Zypern mit angenehmen Temperaturen bis in den Herbst
- Die Türkei mit attraktiven All-Inclusive-Angeboten und zahlreichen Hotels mit Wasserparks für Familien

Auch Städtereisen stehen hoch im Kurs. Viele europäische Metropolen locken im Herbst mit angenehmen Temperaturen sowie spannenden Museen, Parks und Freizeitangeboten, die sich auch für Familien mit Kindern eignen.

Als Last-Minute-Spezialist innerhalb der TUI Group erreicht ltur gezielt preissensible und spontane Zielgruppen und ergänzt damit das touristische Angebot des Konzerns. Mit seiner starken Marke und hoher Reichweite trägt ltur dazu bei, neue Kundinnen und Kunden für die TUI zu gewinnen und zusätzliche Wachstumspotenziale im dynamischen Kurzfristsegment zu erschließen.