

TUI Winter 2026/27: Kanaren bleiben Spitze, Thailand führt in der Ferne

- ***Karibik legt zu – Curaçao rückt stärker in den Fokus***
- ***Kapverden sind Aufsteiger – neuer Robinson Club auf Boa Vista verstärkt den Trend***
- ***TUI Blue expandiert vom Strand in die Stadt***
- ***TUI macht Kulinarik zum Urlaubserlebnis und startet neue Produktlinie Dine & Discover***
- ***Trend Rundreisen: KI hilft bei der individuellen Planung***
- ***Immer mehr Gäste reisen allein: TUI erweitert Solowochen***

TUI GROUP

Unternehmenskommunikation

TUI GROUP Corporate & External Affairs

Karl-Wiechert-Allee 23

30625 Hannover

presse@tui.de

www.tuigroup.com

Hannover/Berlin, 29. September 2026. Der Winter nimmt bei TUI Deutschland Fahrt auf und besonders Fernreisen sorgen für Dynamik. Während die Kanaren unangefochtener Spitzenreiter bleiben, entwickelt sich Thailand erneut zum Zugpferd in Asien. Auch Mauritius, die Malediven, Mexiko und die Dominikanische Republik ziehen spürbar an. „Viele Reisende buchen zwar kurzfristiger und stärker auf Sicht, zugleich sichern sich Frühbucher weiterhin attraktive Angebote und eine große Auswahl – insbesondere bei Fernreisen, Rundreisen, Familienurlaube sowie Reisen über Weihnachten und Silvester“, sagte Benjamin Jacobi, Vorsitzender der TUI Deutschland Geschäftsführung, anlässlich der Vorstellung der neuen Winterprogramme in Berlin.

Stark entwickeln sich auch die eigenen und klar positionierten Hotelmarken, darunter RIU, Robinson, TUI Magic Life, TUI Suneo und Iberotel in Ägypten. Frühbucher können aktuell noch von Preisvorteilen von bis zu 30 Prozent profitieren. Damit bleibt insbesondere Familienurlaub auch im Winter für viele Reisende attraktiv und bezahlbar.

Asien gewinnt: Thailand führt das Fernreise-Ranking an

Thailand ist das meistgebuchte Fernreiseziel bei TUI, gefolgt von der Dominikanischen Republik, Mexiko und Mauritius. Auch andere asiatische Reiseziele entwickeln sich positiv. Unterstützt wird die Entwicklung durch eine stabilisierte Flugsituation und zusätzliche Flugkapazitäten nach Asien. „Thailand gehört inzwischen zu unseren beliebtesten Winterzielen überhaupt. Gleichzeitig wächst das Interesse an Ländern wie Vietnam und Japan deutlich“, so TUI Produktchef Steffen Boehnke.

Auch das Hotelangebot in Asien wächst. Mit dem Riu Palace Phuket eröffnete in Thailand das erste Riu Hotel des Landes. In Vietnam erweitern das TUI Blue Han River

und das TUI Suneo Danang das Portfolio. Auf den Malediven ist das Dhigufaru Island Resort im Baa-Atoll ab November exklusiv bei TUI buchbar.

Karibik gefragt: Curaçao rückt stärker in den Fokus

Auch die Karibik legt bei TUI zu. Besonders Curaçao gewinnt an Bedeutung. Mit dem neuen TUI Blue Curaçao an der Bucht von Santa Martha erweitert TUI das Hotelangebot auf der Insel. Zusätzlichen Rückenwind soll die neue Direktverbindung von TUI fly bringen: Ab Sommer 2027 fliegt die Airline nonstop von Düsseldorf nach Curaçao. Die Flüge sind bereits ab 1. Oktober buchbar. In Mexiko starten das Riu Palace Peninsula und das Riu Palace Mexico nach umfangreichen Renovierungen in die Wintersaison. Auf Jamaika kehren mehrere modernisierte Royalton Resorts ins TUI Programm zurück.

Kapverden zählen zu den Aufsteigern des Winters

Die Kapverden gehören zu den Aufsteigern im TUI Winterprogramm. Für Boa Vista verzeichnet TUI Deutschland bereits ein zweistelliges Buchungsplus. Zusätzlichen Schub soll die Eröffnung des neuen Robinson Boa Vista bringen. Es ist nach dem Robinson Cabo Verde auf Sal der zweite Club der Marke auf den Kapverden. Hinzu kommt die Wiedereröffnung des umfassend modernisierten Riu Touareg. „Die Kapverden entwickeln sich zunehmend zu einer festen Größe im Wintergeschäft. Mit dem neuen Robinson Club auf Boa Vista stärken wir unser Angebot auf einer der aufstrebendsten Urlaubsinseln der Saison“, so Jacobi. Insgesamt verfügt TUI auf den Kapverden über acht eigene Hotels mit mehr als 11.000 Betten. TUI fly verbindet die Inseln im Winter direkt mit Düsseldorf, Frankfurt, Hannover, München und Stuttgart. Das Flugangebot ab Frankfurt wurde für die kommende Wintersaison zusätzlich erweitert.

Kanaren bleiben Nummer eins und Ägypten legt weiter zu

TUI baut auch im beliebtesten Winterreiseziel das Angebot aus: Mit dem neuen Elba Corralejo Resort & Spa auf Fuerteventura erweitert ein hochwertiger Resort-Neubau das Portfolio. Fast die Hälfte der 1,3 Millionen TUI fly Sitzplätze gehen im Winter nach Fuerteventura, Gran Canaria, Teneriffa und Lanzarote. Ägypten behauptet Rang zwei und profitiert von einer wieder stärker werdenden Nachfrage nach Hurghada sowie steigenden Buchungszahlen für Sharm el Sheikh. Ab dem 1. November fliegt TUI fly zudem wieder direkt von Düsseldorf nach Luxor und trägt damit der steigenden Nachfrage nach Nilkreuzfahrten Rechnung. Die Türkei belegt Platz drei im Winterranking.

Finnisch-Lapland wächst besonders stark

Während viele Urlauber im Winter Sonne suchen, steigt zugleich das Interesse an außergewöhnlichen Schnee- und Naturerlebnissen. Die Nachfrage nach Wintersportreisen liegt bereits über dem Vorjahresniveau. Österreich bleibt die Nummer eins im Winterurlaub, gefolgt von Südtirol. Besonders dynamisch entwickelt sich Finnisch-Lapland. Vor allem Levi, Ylläs und Saariselkä verzeichnen hohe Buchungszuwächse. TUI erweitert das Angebot unter anderem um Wilderness-Hotels mit Aurora Cabins und Glasdächern sowie um zwei achttägige Lapland-Rundreisen. „Winterurlaub wird vielfältiger. Neben dem klassischen Skifahren suchen viele Gäste nach besonderen Erlebnissen wie Nordlichtern, Huskysafaris oder Übernachtungen inmitten der lappländischen Natur“, so Boehnke.

TUI GROUP

Unternehmenskommunikation

TUI GROUP Corporate & External Affairs

Karl-Wiechert-Allee 23

30625 Hannover

presse@tui.de

www.tuigroup.com

Individuelle Rundreisen und besondere Erlebnisse liegen im Trend

Rundreisen gewinnen weiter an Bedeutung und werden zunehmend individueller. Mit TUI Tours können Gäste ihre persönliche Reiseroute mithilfe von KI planen und direkt als Pauschalreise buchen. Neu im Programm sind unter anderem flexible Rundreisen durch Tansania und Saint Lucia sowie zusätzliche Gruppenreisen nach Patagonien, Chile, Kolumbien, Thailand und Japan. Besonders gefragt sind derzeit Südafrika, Japan, die USA, Thailand und Costa Rica. „Urlauber möchten ihr Reiseziel heute individueller entdecken. Digitale Tools helfen dabei, persönliche Rundreisen einfacher zu planen, ohne auf die Sicherheit einer Pauschalreise zu verzichten“, sagte Benjamin Jacobi.

Neben klassischen Rundreisen wächst auch die Nachfrage nach mehrtägigen Ausflugserlebnissen. TUI erweitert das Angebot deshalb auf 45 Multi-Day-Touren, darunter Safaris mit Lodge-Übernachtung in Kenia, Touren durch den Khao-Sok-Nationalpark in Thailand sowie Wüstencamps in Marokko. Durch die Partnerschaft mit EVENTIM erweitert TUI Musement sein Erlebnisangebot zudem um mehr als 250.000 Live-Events pro Jahr in Deutschland und Großbritannien.

TUI Blue expandiert vom Strand in die Stadt

TUI Blue expandiert weiter und überträgt sein bisher vor allem aus Strand- und Resortdestinationen bekanntes Hotelkonzept erstmals auf europäische Metropolen. Mit Sevilla und Lissabon erschließt die Hotelmarke ein neues Segment für Gäste, die Erholung mit kulturellen und urbanen Erlebnissen verbinden möchten. Den Auftakt macht das TUI Blue Sevilla Suites, das im November 2026 eröffnet. Der Neubau verfügt über 89 Zimmer, einen Rooftop-Pool sowie Coworking-Bereiche und liegt nur wenige Minuten vom Stadtzentrum entfernt. Im Frühjahr 2027 folgt mit dem TUI Blue Rossio

das erste Hotel der Marke in Lissabon. Die Expansion in europäische Städte ist der nächste strategische Wachstumsschritt der Marke, zu der bereits mehr als 100 Hotels weltweit zählen.

Kulinarik als Reisemotiv: TUI startet Dine & Discover

Mit neuen Produktlinien reagiert TUI auf veränderte Reisemotive. Kulinarik wird für Reisende immer häufiger zum entscheidenden Urlaubskriterium. Mit Dine & Discover bündelt TUI ab sofort ausgewählte Häuser mit besonderem Food- und Gastronomieprofil und verbindet hochwertige Hotelangebote mit exklusiven Erlebnissen wie Weinproben, Kochkursen, Signature-Menüs oder Cocktail-Workshops. Die neue Produktlinie richtet sich an Gäste, für die Genuss ein fester Bestandteil des Urlaubs ist – von Paaren über Soloreisende bis hin zu Familien mit älteren Kindern.

Für Familien startet TUI mit Splashworld in den Winter. Die Kollektion umfasst aktuell 24 Ferienhotels mit Aquaparks in beliebten Urlaubszielen von Spanien und der Türkei bis nach Mexiko und in die Dominikanische Republik. Unbegrenzter Zugang zu Wasserrutschen, Splash-Bereichen und Pools zeichnet die Splashworld Hotels aus. Das Konzept kommt an: Familien bewerten die Kinderfreundlichkeit mit durchschnittlich 94 Prozent.

Auch Solo-Reisen gewinnen weiter an Bedeutung. Bereits jeder neunte TUI Gast reist allein. TUI erweitert zur Wintersaison das Angebot für Alleinreisende und legt neue Solowochen in ausgewählten Hotels sowie Clubs von Robinson und TUI Magic Life auf. Das Konzept verbindet individuelles Reisen mit gemeinsamen Sportangeboten, Ausflügen, Essen und Get-togethers. Neue Termine gibt es unter anderem in der Türkei, auf Kreta, in Österreich und auf den Kapverden.

Information und Buchung in allen TUI-Reisebüros oder unter www.tui.com.

Diese Meldung sowie Bilder finden Sie auch im Newsroom unter www.tuigroup.com.