

Authentisches Italien: TUI Musement präsentiert die beliebtesten Kleinstädte Italiens

- Analyse von Suchtrends zeigt, welche italienischen Kleinstädte bei Reisenden besonders gefragt sind

Palma de Mallorca, 21. Mai 2026– Italien bleibt das beliebteste Reiseziel der Europäer laut Daten von Eurostat*. Rom und Venedig gehören für viele Reisende weiterhin zum Pflichtprogramm. Gleichzeitig zeigen Online-Suchanfragen ein wachsendes Interesse an charakterstarken Kleinstädten und Erlebnissen abseits der klassischen Routen.

Ob malerische Bootsausflüge, historische Architektur, Wanderwege in den Bergen oder Seilbahnen in über 3.000 Metern Höhe: Diese Ziele bieten vielfältige Möglichkeiten für unterschiedlichste Reisebedürfnisse – von spontanen Kurztrips über Roadtrips bis hin zu längeren Aufenthalten, sowohl für einheimische Entdecker als auch für internationale Gäste.

[TUI Musement](#), ein führender Anbieter von Touren und Aktivitäten, hat eine Karte mit den drei meistgesuchten Kleinstädte jeder italienischen Region erstellt. Die Karte umfasst insgesamt 60 Orte. Grundlage ist eine Analyse von Google-Suchvolumen rund um Sehenswürdigkeiten vor Ort, wobei ausschließlich Gemeinden mit weniger als 10.000 Einwohnern berücksichtigt wurden**.

Küstenorte

Von Norden bis Süden und von Osten nach Westen lädt die Infografik zu einer Tour durch ein Italien ein, das sich besonders für entschleunigtes Reisen eignet. Im Fokus stehen Orte, die Landschaften, kulturelles Erbe und besondere Erlebnisse miteinander verbinden. Zu den gefragtesten Reisezielen zählen unter anderem [Positano](#), eine der Perlen der Amalfiküste, wo sich die Küste mit ihren versteckten Buchten am besten per Boot vom Wasser aus erkunden lässt. Ebenfalls stark nachgefragt sind [Portofino](#) in Ligurien, bekannt für seinen Hafen und seine Panorama-Wanderwege, sowie [Bosa](#) auf Sardinien mit seiner charakteristischen Altstadt und den bunten Häusern entlang des Flusses Temo.

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

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

Reiseziele an Seen

Für Liebhaber von Seenlandschaften konzentrieren sich viele der meistgesuchten Orte im Norden Italiens. [Bellagio](#) am Comer See beeindruckt mit seinen Gärten und Ausblicken, [Sirmione](#) am Gardasee verbindet historisches Erbe mit Thermalquellen, und [Stresa](#) am Lago Maggiore ist ein idealer Ausgangspunkt für Bootsausflüge zu den Borromäischen Inseln.

Bergorte und Outdoor-Erlebnisse

Auch Natur und Aktivitäten im Freien spielen eine zentrale Rolle. Zu den gefragtesten Bergorten zählt [San Candido](#) in Trentino-Südtirol, das Zugang zu Wanderwegen in den Dolomiten bietet. [Courmayeur](#), am Fuß des Mont Blanc, gilt als eines der Highlights der italienischen Alpen. Neben Trekkingmöglichkeiten locken hier auch spektakuläre Panoramablicke, etwa mit der Seilbahn Skyway Monte Bianco, die bis zur Punta Helbronner auf 3.466 Meter Höhe führt.

Historische Kleinstädte

Historisch geprägte Orte nehmen ebenfalls einen wichtigen Platz auf der Karte ein. Städte wie [San Gimignano](#) mit seinen mittelalterlichen Türmen oder [Volterra](#) mit etruskischen Wurzeln ziehen weiterhin Reisende an, die authentische Orte mit starkem Charakter und gut erhaltenem Kulturerbe suchen.

Abseits der großen Kulturmetropolen und klassischen Badeziele zeigt die Analyse ein vielseitiges, gut erreichbares Italien mit einem breiten Angebot für unterschiedliche Reisetypen. Dank kurzer Distanzen sowie zahlreicher Flug- und Unterkunftsmöglichkeiten – darunter auch Hotels der TUI – eignet sich das Land ideal für Kurzreisen zu jeder Jahreszeit und verbindet Kultur, Natur und individuell gestaltbare Erlebnisse.

Hinweise für Redakteure:

Weitere Informationen zu den drei beliebtesten Kleinstädten jeder Region:

<https://blog.tuimusement.com/uk/small-towns-in-italy-to-visit/>

*Eurostat: [Tourismusstatistik – wichtigste Reiseziele](#)

****Methodik:** Die Studie analysierte alle italienischen Gemeinden mit weniger als 10.000 Einwohnern (Quelle: ISTAT). Zur Identifikation der meistgesuchten Kleinstädte in jeder Region wurden Google-Suchvolumen-Daten von Januar bis Dezember 2025 für die Suchanfrage „cosa vedere a [Ort]“ ausgewertet (auf Deutsch etwa: „was gibt es in [Ort] zu sehen“) ausgewertet – eine der häufigsten Suchanfragen bei der Reiseplanung.

Über TUI Musement

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

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 werden von führenden Reiseveranstaltern bezogen oder von TUI-Teams selbst entwickelt. Dazu gehören TUI Collection, das Flaggschiff der TUI Group, und National Geographic Day Tours, einzigartige, geführte Erlebnisse für kleine Gruppen. 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

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikkonzern. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI 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 Musement

Abteilung Kommunikation

María Sierra

maria.sierra@tui.com