25.11.2022 – 09:32 Uhr

TUI Suisse im Winter 2022/2023 weiter auf Wachstumskurs

TUI Suisse im Winter 2022/2023 weiter auf Wachstumskurs

- **Jede zweite Reise geht im Winter in die Ferne**
- **Ausbau des Portfolios an besonders beliebten Destinationen**
- **Trend geht zu höherwertigen Reisen und längeren Buchungsfristen**
- **Erweiterung der TUI Nachhaltigkeitsagenda für nachhaltigen Wandel im Tourismus**
- **Ausbau des „Green & Fair"-Labels für nachhaltigere Reiseentscheidungen**

Zürich, 25. November 2022. Nachdem das Reiseverhalten der Schweizer in den vergangenen zwei Jahren stark geprägt war von unsicheren Rahmenbedingungen und weltweiten Einreisebestimmungen, geht die Nachfrageentwicklung nunmehr stetig in Richtung einer neuen Normalität. Dieser Trend hat sich bereits deutlich im Geschäftsjahr 2021/2022 gezeigt, in dem über sämtliche Geschäftsbereiche hinweg rund 80% des Volumens vom Geschäftsjahr 2018/2019 erreicht wurde. Bei einigen Destinationen wie beispielsweise Griechenland wurde das Vor-Pandemie-Niveau sogar übertroffen.

«Das erfolgreiche Geschäftsjahr 2021/2022 mit einem starken Sommer stimmt uns zuversichtlich, dass sich die Nachfrage in der Schweiz trotz unsicherer Rahmenbedingungen auch im laufenden Jahr weiter erholen wird, » kommentiert Philipp von Czapiewski, Managing Director TUI Suisse. «Seit Herbst diesen Jahres verzeichnen wir für den laufenden Winter deutlich steigende Buchungseingänge, vor allem auf der Fernstrecke und bei Destinationen, die wieder gut zu bereisen sind. Der Wunsch unserer Kunden nach Flexibilität und Sicherheit bei der Reiseplanung ist nach wie vor spürbar, aber insgesamt sehen wir klare Zeichen der Entspannung und Normalisierung beim Buchungsverhalten.»

Steigende Nachfrage nach Fernreisen und sonnensicheren Destinationen

Mit Wegfall von Einreisebestimmungen an zahlreichen Destinationen weltweit, kehrt auch die Nachfrage nach Fernreisen wieder vermehrt zurück. Aktuell geht jede zweite bei TUI Suisse gebuchte Reise in die Ferne, Tendenz steigend. Spitzenreiter der beliebtesten Reiseziele im Winter ist Thailand, das jeder fünfte Kunde auf der Langstrecke bucht und wo der Nachholbedarf besonders gross ist. Zur Rangliste der Top-Winterdestinationen zählen neben den Malediven und der Dominikanischen Republik auch die Vereinigten Arabischen Emirate sowie

Mexiko. Auch auf der Mittelstrecke stehen sonnensichere Ferienziele ganz oben in der Gunst der Reisenden, angeführt von Spanien, Ägypten, und den Kapverdischen Inseln. Das Hotel-Angebot wurde an den Top-Destinationen entsprechend ausgebaut, in Ägypten auf 400 Hotels, auf den Kanaren auf rund 1.000 Unterkünfte, in Thailand auf 1.700 und in der Karibik - insbesondere in der Dominikanischen Republik und Mexiko - auf mehr als 600 Hotels. Das Angebot umfasst auch Neueröffnungen von Unterkünften der TUI Marken, darunter das Riu Latino in Cancun und das TUI BLUE Olhuveli Romance auf den Malediven. Für die Trend-Destination Kapverdische Inseln wurde das Flugangebot ab Zürich um einen zweiten wöchentlichen Flug nach Sal erweitert und durch einen wöchentlichen Flug nach Boa Vista ergänzt.

Bei den Reiseformen stehen Badeferien als Pauschalreise im Winter kontinuierlich hoch im Kurs, aber auch die Nachfrage nach Erlebnissen sowie nach individuell zusammengestellten Reisen kehrt zurück.

Frühzeitigeres Buchungsverhalten und höhere Zahlungsbereitschaft der Kunden

Der Trend zu einer Normalisierung zeigt sich auch beim Buchungsverhalten der Kunden. Zwar besteht weiterhin eine gewisse Tendenz zu kurzfristigeren Buchungen, diese ist jedoch rückläufig. Lag der durchschnittliche Buchungszeitpunkt vor Abreise im Jahr 2021 bei rund zwei Monaten, liegt er mittlerweile bei knapp drei Monaten und nähert sich damit dem Vor-Pandemie-Niveau von rund vier Monaten an. In Bezug auf die Zahlungsbereitschaft ist nach wie vor ein Nachholeffekt spürbar. TUI Suisse Kunden geben für ihre Winterferien im Durchschnitt 10-20% mehr aus als noch vor der Pandemie, beispielsweise für eine längere Aufenthaltsdauer an der Zieldestination, für eine höhere Hotelkategorie oder für die Wahl einer höherwertigen Destination wie die Malediven.

Einzigartige Erlebnisse im Luxus-Segment und positive Entwicklung bei den Kreuzfahrten

Der Nachholeffekt bei Reisen auf der Fernstrecke spiegelt sich ebenfalls im Luxus-Segment der TUI Suisse Marke airtours wider. Top-Destinationen bei airtours sind momentan die Malediven, die Vereinigten Arabischen Emirate, Thailand, Ägypten und Mauritius. Privatsphäre steht bei den Reisenden im Luxus-Bereich an vorderster Stelle, besonders Villen oder Suiten mit Privatpool werden gerne gebucht. Statt Luxus im klassischen Sinn legen die Kunden vor allem Wert auf ein entspanntes Erleben der Feriendestination und auf individuelle und intensive Naturerlebnisse an der jeweiligen Destination. Besonders hoch im Kurs stehen private Rundreisen und exklusive Safaris zu entlegenen Luxus-Lodges in Afrika von airtours Private Travel. Ein neuer Trend sind Sternenbeobachtungen mit erfahrenen Astronomen an exotischen Orten, begleitet von einem exklusiven kulinarischen Rahmenprogramm. Das Angebot wurde entsprechend ausgebaut und ist beim The Ritz-Carlton Abama auf Teneriffa , dem Alila Jabal al Akhdar im Oman und dem Anantara Kihava auf den Malediven buchbar.

Bei Cruisetour, dem Kreuzfahrtspezialisten von TUI Suisse, zeigt sich im Winter ebenfalls eine positive Entwicklung. Entsprechend der Erwartungen erfolgt sie jedoch zeitverzögert im Vergleich zu den anderen touristischen Bereichen. Eine gewisse Normalisierung beim Geschäftsvolumen wird erst für das Geschäftsjahr 2023/2024 erwartet. Wurden Kreuzfahrten vor der Pandemie grundsätzlich langfristig gebucht, zeigt sich im laufenden Winter weiter eine Tendenz zu kurzfristigen Buchungen, wobei Reisen in die Karibik und auf die Kanaren am beliebtesten sind.

Erweiterte TUI Nachhaltigkeitsagenda für nachhaltigen Wandel im Tourismus

Seit mehr als 30 Jahren engagiert sich TUI für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus. Im Zentrum steht die langfristige Stärkung der positiven Auswirkungen des Tourismus und die kontinuierliche Reduzierung dessen ökologischen Fussabdrucks.

In den vergangenen Jahren wurde bereits viel erreicht. So fanden unter anderem seit 2015 insgesamt 54 Mio. Ferienaufenthalte in nachhaltig zertifizierten Hotels statt. Zudem wurden 6 Mio. Ausflüge der TUI Collection durchgeführt, die einen verstärkten Fokus auf Authentizität und Nachhaltigkeit legen. Insgesamt wurden 257 Mio. Einweg-Plastikartikel entfernt und die CO2-Effizienz bei Kreuzfahrten in den Jahren 2015-2019 um 13.6% verbessert.

Dieser Weg wird mit der erweiterten Nachhaltigkeitsagenda „People, Planet, Progress" und einem umfangreichen Spektrum an Aktivitäten kontinuierlich fortgesetzt und verstärkt. Ein Fokusthema der Agenda ist unter anderem, Kunden nachhaltige Angebote einfach und transparent vor der Buchung aufzuzeigen, damit sie entsprechend nachhaltigere Ferien-Entscheidungen treffen können. Bereits heute sehen TUI Suisse Kunden auf der Webseite tui.ch anhand des so genannten „Green & Fair"-Labels diejenigen Hotels, die von einer unabhängigen Organisation als nachhaltiges Hotel zertifiziert wurden und die den Kriterien des Global Sustainable Tourism Councils (GSTC) entsprechen. Zudem wurde die Zertifizierung von nachhaltigen Angeboten vor Kurzem auch für Touren und Aktivitäten bei TUI Musement ausgerollt, so dass das „Green & Fair"-Label mittlerweile bei zahlreichen Angeboten der TUI Collection sichtbar ist.

Über TUI Suisse

TUI Suisse Ltd. ist das drittgrösste Touristikunternehmen auf dem Schweizer Markt. Als Reisegeneralist ist die TUI ein qualitativ hochwertiger Reise- und Erlebnisanbieter, der das grösste und breiteste touristische Produktportfolio auf dem Schweizer Markt zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis anbietet. Das Produktportfolio reicht von Pauschalreisen über Touren und Aktivitäten an der Zieldestination bis hin zu Kreuzfahrten, Mietautos und Wohnmobilen. Neben der Kernmarke TUI gehören die Marken airtours und Cruisetour zum Unternehmen. Der Vertrieb läuft über mehr als 50 eigene Reisebüros in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz und das eigene Online-Portal www.tui.ch sowie über 450 Partner-Reisebüros in der gesamten Schweiz.

TUI Suisse Ltd. ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der TUI Group. Als einer der weltweit führenden Touristikkonzerne bietet er für seine 27 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand. Zur TUI Group gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 16 eigene Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in Grossbritannien. Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern der 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.

Sonja Ptassek
Corporate Communications

TUI Suisse | Friesenbergstrasse 75 | Postfach | 8036 Zürich | Switzerland
Tel.: +41 (0)44 455 40 54
E-Mail: medien@tui.ch
www.tui.ch

Medieninhalte

© TUI

© TUI

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100002504/100899201 abgerufen werden.