

TUI unter Druck: Kann Europas Tourismus den Transatlantik retten?

Barclays hebt TUI's Aktie und analysiert den europäischen Tourismussektor am 2. Juli 2025. Wachstum durch innereuropäische Reisen.



Mallorca, Spanien - Im aktuellen Marktumfeld zeigt Barclays eine optimistische Haltung gegenüber der TUI AG. In ihrer neuesten Analyse bekräftigen die Analysten die Overweight -Empfehlung für die TUI-Aktie, die aktuell bei 7,65 Euro liegt und damit nahe ihrem 52-Wochen-Hoch steht. Die Analyse hebt verschiedene Perspektiven auf den Tourismusmarkt hervor, insbesondere die positiven Aussichten für den innereuropäischen Reiseverkehr und Kurzstreckenflüge, die als entscheidende Wachstumstreiber angesehen werden. Im Gegensatz dazu äußert Barclays Skepsis gegenüber Nordatlantikrouten, was die strategischen Entscheidungen von TUI in den Fokus rückt. Laut **Börse Express** profitiert TUI von seiner Ausrichtung auf den europäischen Markt, da die Unternehmenstätigkeit dort stabiler erscheint im Vergleich zu den Unsicherheiten im internationalen Langstreckengeschäft.

TUI kann auf eine beeindruckende Markenhistorie zurückblicken und feiert 2025 das 50-jährige Jubiläum seines Resorts ROBINSON CALA SERENA auf Mallorca, was die solide Marktverankerung des Unternehmens unterstreicht. Die Analysten von Barclays sehen zudem bessere Chancen für fokussierte Touristikunternehmen wie TUI im Vergleich zu großen Netzwerk-Airlines. Dennoch bleibt die Frage, ob TUI seine Stärke im europäischen Markt nutzen kann, um eventuelle Schwächen im Transatlantikgeschäft auszugleichen.

Marktposition und Unternehmensstruktur

Die TUI AG gilt als eine der größten Tourismusgruppen weltweit und hat ihren Sitz in Deutschland. Das Unternehmen betreibt etwa 1.200 Reisebüros, über 400 eigene Hotels, 17 Kreuzfahrtschiffe sowie fünf europäische Fluggesellschaften mit fast 130 Flugzeugen. Im Jahr 2024 überschritt der Umsatz 23 Milliarden Euro, was den höchsten Wert in der Unternehmensgeschichte darstellt. Besonders bemerkenswert ist, dass der profitabelste Markt der Northern Region, der die Aktivitäten von Reiseveranstaltern und Fluggesellschaften im Vereinigten Königreich, Irland und den nordischen Ländern umfasst, fast 40 Prozent des globalen Umsatzes von TUI ausmachte, wie [Statista](#) berichtet.

Innerhalb der Northern Region ist Großbritannien von besonderer Bedeutung. Hier hat TUI mehr Mitarbeiter als in Deutschland und betreibt über 300 Filialen, was das Unternehmen zu einem der Reisebüros mit den meisten Standorten im Vereinigten Königreich macht. Trotz der Konkurrenz war TUI im Jahr 2024 eine der Hauptmarken für Pauschalreisebuchungen im Vereinigten Königreich, rangierte jedoch hinter Jet2 Holidays. In Deutschland hingegen führte TUI die Liste der Pauschalreisebuchungen an, vor Wettbewerbern wie Alltours und Ab-in-den-Urlaub.

Herausforderungen auf wichtigen Märkten

In Spanien hingegen zeigte sich ein anderes Bild: Lediglich drei Prozent der Befragten nannten TUI als Anbieter für Pauschalreisen, während Viajes El Corte Inglés und eDreams deutlich stärkere Markenpräferenzen zeigten. Diese Unterschiede in der Markenwahrnehmung verdeutlichen die Herausforderungen, denen TUI auf unterschiedlichen Märkten gegenübersteht. Um seine führende Position in der globalen Reiseagenturbranche weiter auszubauen, könnte eine stärkere Präsenz in diesen wichtigen Märkten entscheidend sein.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die TUI AG trotz bestehender Herausforderungen aufgrund ihrer strategischen Ausrichtung auf den europäischen Markt und der positiven Entwicklung im Innereuropäischen Reiseverkehr in einer vielversprechenden Position ist. Die kommenden Monate werden zeigen, ob das Unternehmen in der Lage ist, seine Stärken weiter auszubauen und die Herausforderungen im internationalen Geschäft erfolgreich zu meistern.

Details	
Ort	Mallorca, Spanien
Quellen	• www.boerse-express.com • www.statista.com

Besuchen Sie uns auf: eine-reise.de