

Mit dem Papagei zum Überflieger: Neuer Markenauftritt für ROBINSON

- Premium-Clubmarke der TUI schärft zum 50. Jubiläum ihr Profil
- Auf dem Weg zum führenden Anbieter in Europa für Premium-Cluburlaub
- „Share the moment“ – entspannte Gemeinschaft und erlebnisreiche Momente

Hannover, 11.05.2021. Vor 50 Jahren startete auf Fuerteventura der erste ROBINSON Club Jandia Playa als kleines Projekt der damals noch recht jungen TUI und wurde zum Treffpunkt von Wassersportlern, Hippies und gleichgesinnten Freigeistern. Ein halbes Jahrhundert später ist aus der TUI der weltweit führende Touristikkonzern geworden und aus ROBINSON weit mehr als nur eine Hotelmarke mit 26 Clubs in 15 Ländern: Der deutsche Marktführer für Premium-Cluburlaub steht für eine entspannte Atmosphäre, ein weltoffenes Miteinander sowie inspirierende Urlaubsmomente. Zum 50. Geburtstag präsentiert der Clubanbieter nun seinen neuen Markenauftritt und setzt vor allem auf seine treuen Stammkunden.

„Auch während der Pandemie konnten wir unter Einhaltung umfassender Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen tausende Gäste in unseren Clubs empfangen. Unserer Marke wurde bereits vor der Krise großes Vertrauen entgegengebracht, das macht sich jetzt bezahlt. Sobald wir einen Club wieder öffnen können, wird auch umgehend gebucht – die Verbundenheit ist überwältigend“, sagt Bernd Maeser, Sprecher der Geschäftsführung von ROBINSON. „Wir sind überzeugt, dass mit den bevorstehenden Reiseerleichterungen ein Buchungsboom einsetzen wird. Die schönsten Strände und die besten Clubs werden mit Sicherheit ganz oben auf der Liste stehen. Auf unserem Weg zum Marktführer in Europa im Bereich Premium-Cluburlaub wird uns der neue Markenauftritt dabei noch mehr Schubkraft verleihen“.

Papagei als Markenlogo

Bereits seit Gründung dient ein Papagei ROBINSON als Markenlogo. Der farbenfrohe Vogel steht für fröhliche, unbeschwerte Geselligkeit und symbolisiert damit nach wie vor das zentrale Versprechen des Hotelanbieters. War der Papageienkopf in den letzten 27 Jahren im Firmenzeichen eher abstrakt zu finden, so ist der sympathische Vogel nun wieder klar erkennbar. Auch die Schrift der Wortmarke wurde überarbeitet: Der neue serifenlose Font wirkt zeitlos klar, untermauert den Premium-Anspruch und ergänzt perfekt die Formsprache des Wappentiers.

Nicht nur symbolisch erhebt der frisch gestaltete Papagei sich in die Lüfte: Ein TUIfly-Flugzeug im neuen ROBINSON Corporate Design wird in Kürze seinen Dienst in der TUIfly-Flotte antreten. Fans der Marke können die Maschine auf ihrer Tour zu den schönsten Destinationen Europas entdecken.

Neuer Claim steht für Erfolgsrezept der Marke

Doch was macht neben einem Papagei als authentischem Botschafter eigentlich den Erfolg einer Marke aus, die Stammgäste jeglichen Alters langfristig an sich bindet und Neukunden begeistert? Von Anbeginn beherrscht ROBINSON die Inszenierung unzähliger gemeinsamer Momente voller Emotionen, Action und Überraschung – Erinnerungen mit der Familie, mit alten und neuen Freun-

Herausgeber:

Pressestelle ROBINSON
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

Telefon +49(0)511 955 58 09
Fax +49(0) 511 955 55 58 09

www.robinson.com

www.facebook.com/robinsonclub

www.twitter.com/robinson

Abdruck honorarfrei

den oder den sogenannten ROBINS, den Mitarbeitenden auf Augenhöhe in den Clubs. Die einladende Aufforderung „Share the moment“ löst deshalb den jahrzehntelangen Claim „Zeit für Gefühle“ ab und lädt zum Teilen dieser ROBINSON Momente ein – egal ob real vor Ort oder virtuell in den sozialen Medien.

„Sehnsucht und Wunsch nach gemeinsamen Momenten sind gerade in den letzten Monaten der Pandemie in der Gesellschaft stark gewachsen. Bereits im letzten Jahr hat ROBINSON gezeigt, dass sich unvergessliche Urlaubsmomente und Beachtung von Abstands- und Hygienevorschriften nicht ausschließen. Auch im Sommer 2021 wollen wir unser neues Motto ‚Share the moment‘ für langjährige und neue Gäste inszenieren und erlebbar machen. Startpunkt soll dabei unser neuer ROBINSON Club Cyprus auf Zypern sein, der voraussichtlich im Juni eröffnet: Dieser soll als erste Anlage komplett im frischen Look & Feel der Marke erscheinen. Weitere Clubs werden nach und nach folgen“, sagt ROBINSON Geschäftsführer Tobias Neumann, der unter anderem den Bereich Marketing verantwortet.

Herausgeber:
Pressestelle ROBINSON
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

Telefon +49(0)511 955 58 09
Fax +49(0) 511 955 55 58 09
www.robinson.com
www.facebook.com/robinsonclub
www.twitter.com/robinson

Abdruck honorarfrei

Relaunch als Höhepunkt einer Reihe von Produkterneuerungen

ROBINSON hat in den vergangenen Jahren beim Neu- und Umbau von Clubanlagen in Asien, den Alpen, am Mittelmeer und im Atlantik den Fokus auf stylisches Interior und moderne Gestaltung gesetzt. Auch das Konzept wurde weiterentwickelt und an die sich verändernden Kundenbedürfnisse angepasst: Digitale Innovationen, z.B. die Wunschzimmer-Option oder Buchungsfunktionen per App für Restaurant und Spa, verschaffen den Gästen mehr Zeit im Urlaub. Das Gastrotainment wurde zum Beispiel mit der Einführung des mobilen Streetfood-Events „taste JAM“ und des glanzvollen „ROBcarpet“-Abends auf ein ganz neues Erlebnislevel gehoben. Der erfolgreiche deutsche Sänger SASHA lieferte außerdem einen neuen Clubsong und zahlreiche prominente Experten unterstützten ROBINSON bei der Erweiterung seines Event- und Sportangebots auf insgesamt 64 Sportarten. Im Bereich Nachhaltigkeit übernahm die Marke noch mehr Verantwortung und ergänzte ihr zertifiziertes Ökomanagement in zahlreichen Anlagen bereits um Meerwasserentsalzungs- und große Photovoltaikanlagen sowie eigene Frischwasserabfüllungen in Glasflaschen. All diese Maßnahmen werden nun abgerundet durch den neuen Markenauftritt. Weitere Produktinnovationen werden im Zuge des Relaunches bereits im Sommer 2021 folgen.

Die Robinson Club GmbH, ein Unternehmen der TUI Group mit Sitz in Hannover, ist der Qualitäts- und Marktführer im Premiumsegment für Cluburlaub. Zum Portfolio gehören 26 Clubanlagen in 15 Ländern mit einer Kapazität von etwa 16.000 Betten.

Diese Meldung sowie Fotos finden Sie auch im Pressebereich unter www.robinson.com. Werden Sie Fan von ROBINSON auf www.facebook.com/robinsonclub, folgen Sie uns auf www.instagram.com/robinsonclub/ und sehen Sie die neuesten Videos auf www.youtube.com/robinson. Buchungen in Ihrem TUI Reisebüro oder unter www.robinson.com.

TUI Group Communication - Presse Team Hotels & Resorts

Irene Frost

Head of Communications ROBINSON

Irene.frost@robinson.com

+49 511 955-5821