



# TUI Blue wordt 's werelds grootste merk voor vakantiehotels

- Lifestyle-merk versterkt groeistrategie van TUI Group in het hotelsegment
- Beoogde groei van tien naar honderd TUI Blue hotels in 2020

TUI Blue wordt het wereldwijde 'flagship' hotelmerk van de TUI Group. Het aantal hotels zal groeien van de huidige tien naar ongeveer 100 hotels in 2020. TUI Group vergroot de reikwijdte van het merk en heeft de intentie om TUI Blue in de komende jaren uit te bouwen tot 's werelds grootste merk voor vakantiehotels. De huidige hotelconcepten TUI Sensimar, TUI Family Life en TUI Blue zullen vanaf zomer 2020 onder de overkoepelende merknaam TUI Blue worden ondergebracht. Met deze stap wil TUI de zichtbaarheid en de relevantie van het merk vergroten. Klanten zullen een ruim aanbod aan TUI Blue hotels over de hele wereld hebben. Naast de sterke aanwezigheid in Zuid-Europa en het Caribisch gebied, richt TUI Group zich voor de uitbreiding van haar tak Hotels & Resorts ook op andere groeiregio's, waaronder Zuidoost-Azië en de Indische Oceaan.

## Eigen hotelmerk met wereldwijde aanwezigheid

"Hotels blijven een sterk en aantrekkelijk groeisegment en TUI heeft jarenlange ervaring als hotelontwikkelaar, investeerder en exploitant. TUI is het toonaangevende internationale toerismemerkt. Wat we nog misten, was een hotelmerk met een wereldwijde aanwezigheid met de naam TUI op de gevel", zegt Fritz Jousen, CEO TUI Group. "Sinds de ontwikkeling en lancering van TUI Blue, drie jaar geleden, is de merknaam TUI onderdeel geworden van de hotelervaring. Na de succesvolle lancering van de eerste tien hotels is het opbouwen van een wereldwijde aanwezigheid van het hotelmerk de volgende stap. Het bedrijfsonderdeel hotels van TUI Group zal hiermee aanzienlijk uitgebreid worden en op een wereldwijd niveau, waarmee we zowel het merk als de doelgroep vergroten."

Erik Friemuth, Managing Director TUI Hotels & Resorts, voegt hieraan toe: "Comfort, kwaliteit, design en authentieke, lokale ervaringen zijn de kenmerken van TUI Blue. Het is een modern concept, ongedwongen en aantrekkelijk voor verschillende doelgroepen en generaties."

## Drie formules: 'TUI Blue For All', 'TUI Blue For Two', 'TUI Blue For Families'

TUI Blue biedt duidelijke opties voor vakantiegangers en reisagenten die hun klanten een hotel willen aanbieden dat exact aansluit bij hun voorkeuren. Reizigers die vooral op zoek zijn naar een authentieke en lokale vakantie-ervaring, zullen worden aangesproken door 'TUI Blue For All'. In de lijn van het huidige vakantieconcept Sensimar zal 'TUI Blue For Two' de formule worden voor volwassenen, met 'samen genieten' als centraal thema. 'TUI Blue For Families' zal alle leeftijden

aanspreken en biedt heel veel activiteiten, afgestemd op de behoeften van grote en kleine gezinnen. TUI Blue-hotels krijgen nu al de hoogste klantbeoordelingen. Met haar nieuwe 'flagship' hotelmerk zal TUI verder innoveren in verhoogde vakantiebeleving. Individuele diensten zoals 'Select Your Room' zijn beschikbaar voor een nog groter aantal hotelgasten. Bovendien zullen alle gasten via de TUI Blue-app van diverse gepersonaliseerde diensten gebruik kunnen maken.

#### **RIU hotels en partnerships**

De andere hotelmerken en -concepten van TUI worden hierdoor niet geraakt. Naast TUI Blue zal de groeistrategie van TUI Group zich blijven richten op het bekende RIU-merk, de twee clubmerken Robinson en TUI Magic Life en de 5-sterrenresorts onder de naam TUI Sensatori.

In het zomerseizoen 2019 en in het winterseizoen 2019/20 worden de TUI Sensimar en TUI Family Life hotels nog aangeboden onder hun huidige benaming. Vanaf zomer 2020 zullen de hotels heropend worden onder het merk TUI Blue.

Groet,

Piet Demeyere  
Head of External Communications TUI Belgium

[Piet.demeyere@tui.be](mailto:Piet.demeyere@tui.be)

Tel. +32 59 56 59 39

Mobile +32 492 34 14 24