

Schneller zum Lieblingsclub: Der neue ROBINSON Katalog macht's möglich

- **Neue Clubdarstellung: Atmosphäre und Erlebnis ergänzen Produktinformationen**
- **Bernd Mäser: „Ein Katalog muss heute mehr können als Leistungen aufzuzählen.“**
- **Gewinnspiel: Reise in den neuen ROBINSON BOA VISTA zu gewinnen**

Hannover, 24. September 2026. ROBINSON setzt mit seinem neuen Ganzjahreskatalog 2026/27 einen neuen Schwerpunkt in der Darstellung seiner Clubs. Neben den klassischen Produktinformationen rücken Atmosphäre und Urlaubserlebnisse in den Mittelpunkt. Damit entsteht ein klares und authentisches Bild der einzelnen Clubs und ihrer individuellen Profile. Die gestalterische Umsetzung übernahm die Hannoveraner Agentur Kochstrasse.

Individuelle Stärken sichtbar machen

Jeder Club wird über das erzählt, was ihn besonders macht: Der ROBINSON FIEBERBRUNN etwa als „Urban-Mountain-Base“ für aktive Erwachsene, der ROBINSON DAIDALOS als mediterrane Ikone für entspannte Tage am Meer. So vermittelt der Katalog über die reine Leistungsbeschreibung hinaus ein konkretes Bild des jeweiligen Urlaubserlebnisses. Reisebüros können ihren Kunden gezielt den Club empfehlen, der zu ihren Urlaubswünschen passt.

Ein A/B-Test im Vorfeld zeigt, dass die neue Darstellung bei zentralen Kriterien bessere Ergebnisse erzielt. Die wahrgenommene Passung zum eigenen Urlaubsstil steigt ebenso wie die Neugier auf den Club und die Wahrscheinlichkeit, ihn in die Urlaubsplanung einzubeziehen. Der Katalog ist das erste Medium, in dem ROBINSON die weiterentwickelte Contentstrategie umsetzt. Schritt für Schritt soll sie künftig auch in weitere Kommunikationskanäle überführt werden.

„Ein Katalog muss heute mehr können als Leistungen aufzuzählen. Drei Pools und zwei Bars erklären noch lange nicht, warum sich ein Club anders anfühlt als der nächste. Deshalb zeigen wir unsere Clubs nicht nur über Produkt und Ausstattung, sondern über das, was sie unverwechselbar macht: ihre Atmosphäre und das Urlaubserlebnis vor Ort. Darin liegt die Stärke unseres Portfolios: in der Unterschiedlichkeit der Clubs unter einer gemeinsamen Marke“, sagt Bernd Mäser, Geschäftsführer der Robinson Club GmbH.

„Feel the ROBINSON EFFECT“

Durch den gesamten Katalog zieht sich die aktuelle Kampagne „Feel the ROBINSON EFFECT“. Die Kampagnenmotive geben den individuellen Clubprofilen eine gemeinsame Handschrift und machen über den gesamten Katalog hinweg die Markenidee sichtbar. Neben den Clubprofilen umfasst der Katalog auch die zentralen ROBINSON Themenwelten wie Entertainment, Sport und Events sowie Serviceinformationen rund um den Cluburlaub.

Pressestelle ROBINSON und
TUI MAGIC LIFE
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover
Communications@robinson.com

www.robinson.com
Facebook : @robinsonclub
Instagram : @robinsonclub

Für einen zusätzlichen Höhepunkt sorgt ein Gewinnspiel: Verlost wird eine siebentägige Reise für zwei Personen in den neuen ROBINSON BOA VISTA auf den Kapverden, der am 6. März 2027 neu eröffnet.

Der Katalog umfasst rund 150 Seiten und ist ab sofort als [Online-Blätterkatalog](#) auf der ROBINSON Website verfügbar. Auch die aktuelle Ausgabe des ROB-MAGs stellt den neuen Katalog ausgiebig vor.

Weitere Informationen gibt es in der aktuellen Ausgabe des [ROB-MAGs](#) und auf www.robinson.com

Pressestelle ROBINSON und
TUI MAGIC LIFE
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

Communications@robinson.com

www.robinson.com

Facebook : [@robinsonclub](#)
Instagram : [@robinsonclub](#)

Pressekontakt:

Lena Edeler, Lena.Edeler@Robinson.com

Die Robinson Club GmbH, ein Unternehmen der TUI Group mit Sitz in Hannover, ist der Qualitäts- und Marktführer im Premiumsegment für Cluburlaub. Unter ihrem Dach vereint sie zwei starke Marken: ROBINSON und TUI MAGIC LIFE. Mit 43 Clubs in Europa, Afrika und Asien schafft die Robinson Club GmbH vielfältige Arbeits- und Urlaubswelten, die von Vielfalt, Internationalität und nachhaltigem Handeln geprägt sind.

ROBINSON steht seit über 50 Jahren für Premium-Cluburlaub mit Erlebnischarakter. In weltweit 27 Clubs verbindet die Marke gehobene Gastronomie, niveauvolles Entertainment und individuelle Sport- und Kulturangebote mit einem besonderen Fokus auf Gemeinschaft. ROBINSON richtet sich an Paare, Alleinreisende, Gruppen und Familien, die im Urlaub Wert auf Qualität und besondere Erlebnisse legen.

TUI MAGIC LIFE bietet eines der umfassendsten All-Inclusive-Angebote auf dem deutschen Markt. Die vielfältigen Sport- und Entertainmentangebote sorgen bei Familien, Alleinreisenden, Paaren und Gruppen für einen abwechslungsreichen Urlaub – mit Sport, Entertainment und Kulinarik inklusive. Alle derzeit 16 Clubs liegen direkt am Meer und haben jeweils unterschiedliche Profile und Schwerpunkte.