

PRESSEMITTEILUNG

WINDROSE wird das „Home of Luxury Travel“

Pünktlich zu seinem runden Geburtstag stellt sich der Luxusreiseveranstalter mit einem klaren Bekenntnis zur Manufakturreise und einem verfeinerten Markenauftritt für die Zukunft auf. Auch Logo und Claim sind neu.

Berlin, 17. Januar 2023 – Neues Zuhause für Luxus: Ein neues Logo und ein neuer Claim stehen für die äußerlichen Veränderungen bei dem Berliner Luxusreiseveranstalter. Doch Managing Director Christian Böll belässt es nicht bei rein ästhetischen Neuerungen: „Wir befinden uns inmitten eines strategischen Entwicklungsprozesses“, so Böll. Zum einen setzt der Marktführer der Manufakturreise weiterhin auf seine Stärke mit maßgeschneiderten Produkten, zum anderen weht frischer Wind durch das Portfolio und den Markenauftritt des Unternehmens. „Wir haben unser Reiseangebot verfeinert und uns so zusätzlichen, neuen Zielgruppen geöffnet“, so Böll. Jünger, abenteuerlustig und erlebnisorientiert lautet das erweiterte Profil des WINDROSE-Urlaubers. Eventreisen zu Konzerten, der Art Basel oder ein Skiarrangement mit der dreifachen Olympiagewinnerin Maria Höfl-Riesch gehören zu den zahlreichen Neuerungen im Programm der Luxusfachleute. „Seit dem vergangenen Sommer können Interessierte mit Hilfe unseres WINDROSE Podcasts gedanklich auf Reisen gehen und sich inspirieren lassen“, nennt Böll ein Beispiel für die verbreiterte Kundenansprache. In der Kommunikation geht WINDROSE mit einer neuen Bildsprache und interaktiverem Austausch neue Wege und trägt so zur zeitgemäßen Markeninszenierung bei.

Unverändert bleiben die vier Kernkompetenzen des Unternehmens mit Manufakturreisen und -erlebnissen, Kleinstgruppenreisen und ausgewählten Premiumprodukten im Sun-and-Beach-Segment. Luxus-Kreuzfahrten und -Expeditionen sind das vierte, wichtige Standbein des 1973 gegründeten Premium-Veranstalters – und ein Segment, das zuletzt verstärkt ausgebaut wurde und weiterhin stark wachsen soll.

Modernisierung des Markenauftritts

„Wir wollen die erste Anlaufstelle sein, für all jene, die ein besonderes Erlebnis suchen und die ihre Reise von A bis Z perfekt organisiert und an ihre Wünsche angepasst wissen wollen“, verspricht Böll. Der neue Claim „Home of Luxury Travel“ soll genau das signalisieren. „Luxus bedeutet für unsere Gäste Außergewöhnliches erleben zu können und sich dennoch überall zuhause fühlen zu können“, weiß der Manager. Ein weiteres Detail ist das neue Logo: Künftig präsentiert sich das Unternehmen in elegantem Schwarz mit stilisierter goldener Windrose.

Nicht nur bei der Anzahl seiner Produkte verzeichnet WINDROSE stetes Wachstum, sondern auch bei der Zahl seiner Mitarbeiter, die sich aktuell auf 45 beläuft. „Wir bauen unser Team kontinuierlich aus – unter anderem mit einem Key Account-Management, das sich noch gezielter um unsere Premiumvertriebspartner kümmert“, so Böll. Damit bekennt sich WINDROSE deutlich zum Reisebüro-Vertrieb.

PRESSEMITTEILUNG

„Unser modernisierter Gesamtauftritt repräsentiert unsere Arbeit für unsere Urlaubsgäste. Er ist schnörkellos aber elegant, hochwertig und dabei persönlich. So zeigen wir perfekt, wer WINDROSE ist und stellen uns für die nächsten 50 Jahre auf“, verspricht Christian Böll.

WINDROSE Logo mit Claim



Über WINDROSE

WINDROSE ist ein Anbieter von exklusiven Reisen im Luxussegment mit außergewöhnlicher Qualität und einem sehr hohen Individualisierungsgrad. Kerngeschäft des 1973 gegründeten Reiseveranstalters ist es, weltweit neueste Reisetrends sowie die besten Hotels aufzuspüren und innovative Gruppen- und Individualreisen in jedem Winkel der Welt auf einem Top-Niveau zu kreieren. Im **WINDROSE Luxusreisen Podcast** sprechen Reisedesigner und Experten über Empfehlungen, Erfahrungen und Geheimtipps. <http://windrose.de>