

be BLUEfit: Trainieren mit Aussicht auf den nächsten Urlaub

Hotelmarke TUI Blue startet kostenfreie Fitnessvideo-Serie

Hannover, 25. Januar 2024. Ende Januar lässt der erste Motivationsschub zur Umsetzung der Neujahrsvorsätze meist nach. Wer jetzt dranbleiben will, kann sich mit den „be BLUEfit“ Videos neue Motivation inklusive tropischem Urlaubsflair nach Hause holen. In der exklusiven Fitnessvideo-Serie verraten Sportexperten von TUI Blue, der globalen Hotelmarke der TUI Group, ihre Tipps und geben neue Impulse für das Training vor oder nach dem Urlaub.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

„BLUEfit beschreibt den ganzheitlichen Ansatz für Gesundheit und Fitness, den wir in unseren Urlaubshotels praktizieren. Die zahlreichen Anmeldungen in unserer BLUE App zeigen, dass die verschiedenen Kurse und Angebote bei den Gästen sehr gut ankommen. Mit den „be BLUEfit“ Videos kann nun jedoch jeder von den Tipps unserer Fitness-Experten profitieren“, sagt Artur Gerber, Geschäftsführer von TUI Blue. Die „be BLUEfit“-Videos sind kostenfrei auf den Social Media Profilen von TUI BLUE verfügbar und es kommen wöchentlich zwei neue Workouts dazu. Jedes Workout findet vor der Kulisse des TUI BLUE Nam Hoi An in Vietnam statt und bringt Urlaubsstimmung in das Trainingserlebnis.

Die Serie bietet eine ausgewogene Mischung aus Workout-Routinen, von Krafttraining über Cardio-Übungen bis hin zu Beweglichkeits- und Gleichgewichtsübungen. Insgesamt können sich Zuschauer auf 20 dynamische und professionell gestaltete Videos freuen, die bis Mitte März 2024 veröffentlicht werden. Die Serie wird von den Expertentrainern Lars Löwe und Armin Kanani begleitet, die jedes Workout mit ihrem individuellen Stil und motivierenden Einblicken anreichern. „Viele Hotelgäste möchten ihre Motivation aus dem Urlaub gerne mit nach Hause nehmen und ihr Training fortsetzen“, sagt Lars Löwe, Corporate BLUEfit Manager bei TUI Blue. „Wir glauben, dass auch im Alltag jeder von uns die Möglichkeit hat, fit und gesund zu bleiben. Mit dieser umfassenden Fitnessvideo-Serie möchten wir unseren Gästen dabei helfen, ihre Ziele zu erreichen.“

Die Playlist der „be BLUEfit“ Videos finden Sie auf [YouTube](#)

Über TUI BLUE

TUI BLUE bietet erlebnisorientierten Lifestyle-Urlaubern ein auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnittenes Hotelprodukt - für Erwachsene, Familien oder Urlauber mit Interesse an lokaler Kultur und authentischen Erlebnissen. Die BLUE Guides sorgen für Gastfreundschaft mit persönlicher Note und die

BLUE App bietet den Gästen eine Vielzahl von Aktivitäten zur Auswahl. Die Erlebnisse sind auf alle Altersgruppen zugeschnitten und reichen von Unterhaltung in entspannter Atmosphäre über ein ganzheitliches Fitness- und Wohlfühlprogramm bis hin zu abwechslungsreichen Ausflügen. Die TUI BLUE Hotels stehen für kulinarische Erlebnisse mit lokalem Touch, dazu gehören authentische regionale Gerichte sowie Speisen, die auf alle Ernährungsweisen eingehen. Die Hotelmarke verfügt über mehr als 90 Hotels weltweit und treibt ihr Wachstum mit einem starken Fokus auf Asien, den Nahen Osten und Afrika weiter voran.

Über die TUI Group

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikkonzern und weltweit aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 250, einem Index der Londoner Wertpapierbörse, im regulierten Markt der Niedersächsischen Börse zu Hannover sowie im Freiverkehr der Frankfurter Wertpapierbörse. Der TUI Konzern bietet für seine 19 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Die gesamte touristische Wertschöpfungskette wird unter einem Dach abgebildet. Dazu gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 16 eigene Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in Großbritannien. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken und Online-Vermarktungsplattformen, fünf Fluggesellschaften mit mehr als 130 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und rund 1.200 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels, Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem Digitalunternehmen.

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die von TUI initiierte TUI Care Foundation setzt mit Projekten in 25 Ländern auf die positiven Effekte des Tourismus, auf Bildung und Ausbildung sowie die Stärkung von Umwelt- und Sozial-Standards. Sie unterstützt so Urlaubsdestinationen in ihrer Entwicklung. Die weltweit tätige TUI Care Foundation initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

TUI Group Group Corporate & External Affairs

Natascha Kreye

Konzernkommunikation
Tel. +49 (0) 511 566 6029
natascha.kreye@tui.com