

EXPLORA JOURNEYS STARTET NEUE „OUT OF OFFICE“-KAMPAGNE MIT GLOBAL BRAND AMBASSADOR JANNIK SINNER

Mit der bevorstehenden Feiertagssaison präsentiert Explora Journeys eine neue Kampagne mit Augenzwinkern, in der Jannik Sinner ganz im Zeichen von „Ocean State of Mind“ steht.

- Neue „Out of Office“-Kampagne startet am 12. November 2026
- Global Brand Ambassador Jannik Sinner bildet den humorvollen Mittelpunkt der Kampagne
- Die Kampagne interpretiert die bekannte „OOO“-Abwesenheitsnotiz auf spielerische Weise neu: Jannik Sinner tauscht seinen anspruchsvollen Tennisalltag gegen eine ganz andere Art von Tagesroutine auf See

Genf, Schweiz – 12 November 2026 – Wo verbringt Jannik Sinner seine Zeit, wenn er nicht erreichbar ist? Natürlich draußen auf dem Ozean. Als Global Brand Ambassador von Explora Journeys hat der Tennis-Champion den „Ocean State of Mind“ bereits für sich entdeckt. Wenn es an der Zeit ist, seine automatische Abwesenheitsnotiz zu aktivieren, gibt es für ihn nur ein Reiseziel.

Die im Juli 2026 während der besonderen „Prelude Journey“ der EXPLORA III gedrehte Kampagne markiert einen besonderen Meilenstein: Jannik wurde als allererster Gast an Bord des neuesten Schiffs der Flotte willkommen geheißen. Die in Zusammenarbeit mit McCann Paris und unter der kreativen Leitung von Carmen Saenz de Tejada entwickelte Kampagne eröffnet eine spielerische Perspektive auf das Thema Leistung und zeigt, wie wichtig es ist, einen Gang zurückzuschalten und sich Zeit zum Auftanken zu nehmen, um dauerhaft Höchstleistungen erbringen zu können.

Mit einem augenzwinkernden Blick auf Janniks Leben abseits des Tennisplatzes zeigt die Kampagne eine entspanntere Seite des Champions, der die Freiheit des Lebens auf See in vollen Zügen genießt. Während Jannik seine Abwesenheitsnotiz spricht, genießt er entspannte Morgenstunden bei einer Tasse Kaffee mit Blick auf den Ozean, lässt sich von außergewöhnlichen kulinarischen Erlebnissen verwöhnen und nimmt sich bewusst Zeit, abzuschalten und seinen ganz eigenen Rhythmus zu finden. Dabei wird deutlich: Eine Auszeit mit Explora Journeys bedeutet vor allem Freiheit bei der Gestaltung der eigenen Reise und den Luxus größtmöglicher Flexibilität.

Aufbauend auf der *„Maybe“*-Kampagne von Explora Journeys, die traditionelle Vorstellungen von Seereisen infrage stellte, verleiht *„Out of Office“* der Markenphilosophie „Ocean State of Mind“ eine neue, spielerische Interpretation.

Anna Nash, President von Explora Journeys, erklärt: „*Wir waren noch nie so vernetzt und erreichbar wie heute – selbst dann, wenn wir eigentlich nicht im Dienst sind. Die Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben verschwimmen zunehmend. Das schenkt uns einerseits mehr Flexibilität, stellt andererseits aber auch immer höhere Anforderungen an unsere Zeit. Zeit ist zu einem unserer wertvollsten Luxusgüter geworden, und die Freiheit, selbst entscheiden zu können, wie wir sie verbringen, war noch nie so wertvoll.“*

„Mit ‚Out of Office‘ wollten wir diese moderne Realität mit einer guten Portion Humor aufgreifen. Es geht nicht darum, sich von der Außenwelt abzukoppeln, sondern um die Freiheit, selbst zu entscheiden, wann wir erreichbar sein möchten, wann wir Neues entdecken, unseren Leidenschaften nachgehen oder einfach einmal gar nichts tun. Der Ozean bietet den Raum und die Freiheit, den eigenen Rhythmus zu finden – ganz nach seinen individuellen Vorstellungen. Jannik verkörpert dieses Gleichgewicht auf perfekte Weise. Er weiß, dass außergewöhnliche Leistungen sowohl Hingabe als auch ausreichend Zeit zum Auftanken erfordern.“

Die Kampagne spielt mit dem Kontrast zwischen Janniks Leidenschaft für seinen Sport und der Bedeutung von Auszeiten abseits des Wettkampfgeschehens. Während er ein anspruchsvolles Trainingsprogramm zu beschreiben scheint, offenbart der Film eine ganz andere Tagesroutine – geprägt von Entspannung, Entdeckungen und dem Genuss des Lebens auf See. Eine augenzwinkernde Erinnerung daran, dass Zeit zum Auftanken ebenso wichtig ist wie der Trainingsaufwand, um Höchstleistungen zu erbringen.

Jannik Sinner erklärt: *„Oft wird darüber gesprochen, wie viel Arbeit man auf dem Tennisplatz investiert. Doch kaum jemand spricht über das, was abseits des Platzes wichtig ist – zu wissen,*

wann man aufhören, wann man Abstand gewinnen und wann man einfach einmal durchatmen sollte. Man kann nicht jeden einzelnen Tag Vollgas geben, ohne sich eine Pause zu gönnen. Die besten Leistungen entstehen durch Ausgewogenheit, und manchmal ist es das Disziplinierteste, was man tun kann, dem Geist Zeit zu geben, um neue Kraft zu schöpfen."

In der Kampagne beendet Jannik seine Abwesenheitsnotiz mit einem für ihn charakteristischen Augenzwinkern: „Ich bin zurück, wenn ich zurück bin". Eine spielerische Anspielung auf die zentrale Botschaft der Kampagne. Auch wenn Jannik seine ganz persönliche Interpretation von „Out of Office" präsentiert, richtet sich die Erzählung letztlich an das Publikum und hinterlässt eine Frage: „Wie sieht dein persönliches ‚Out of Office' aus?"

Explora Journeys feierte am 11. November 2026 die Premiere der neuen Kampagne „Out of Office" im Rahmen eines exklusiven Abends in der historischen Società del Giardino in Mailand. Anwesend waren Jannik Sinner und Mitglieder seines Teams. Unter der Gastgeberrolle von Anna Nash, President von Explora Journeys, kamen ausgewählte Medienvertreter und Freunde der Marke zusammen, um die neue Kampagne erstmals vorzustellen. Im Anschluss an die Präsentation wurde der Abend mit einem exklusiven Dinner sowie anregenden Gesprächen und gemeinsamen Feierlichkeiten fortgesetzt.

Kampagnenstart

- **Ein 70-sekündiger Film**, unter der Regie von Julien Faucher und produziert von Craft Paris, ergänzt durch Kurzversionen für digitale Kanäle und soziale Medien.
- **Fernsehen und digitale Kanäle** ab dem 12. November 2026, während der Nitto ATP Finals in Turin (15.–22. November), in Frankreich und allen wichtigen Märkten der Marke.
- **Sehen Sie sich den Film an unter YouTube**
- **HD-Bildmaterial auf Anfrage erhältlich.**

– ENDE –

Über Explora Journeys

Explora Journeys ist die Luxus-Lifestyle-Reisemarke der MSC Group mit Hauptsitz in Genf, Schweiz. Verwurzelt in Schweizer Präzision, zurückhaltender europäischer Eleganz und der 300-jährigen maritimen Tradition der Familie Aponte-Vago, hat sich die Marke aus einer lang gehegten Vision heraus entwickelt: das Erlebnis einer Seereise für eine neue Generation anspruchsvoller Gäste neu zu definieren. Im Mittelpunkt steht das einzigartige Lebensgefühl „Ocean State of Mind", das Gäste mit dem Meer, sich selbst und Gleichgesinnten verbindet. Die abwechslungsreichen Reiserouten vereinen legendäre Destinationen mit weniger bekannten Häfen und bieten Raum für entschleunigte Reisen, die zu neuen Entdeckungen inspirieren.

Die Flotte vereint die raffinierte Atmosphäre und den erstklassigen Service der weltweit schönsten Boutique-Hotels mit der grenzenlosen Freiheit des Ozeans. Dabei steht ein außergewöhnliches Raumgefühl im Mittelpunkt. Jedes Schiff verfügt über großzügig gestaltete Suiten, Penthouses und Residenzen mit Meerblick, in denen viel natürliches Licht, weitläufige Außenbereiche und ein uneingeschränkter Blick auf das Meer ein unvergleichliches Gefühl von Weite schaffen. Den Gästen steht eine anspruchsvolle Auswahl unterschiedlicher Restaurants, erstklassiger Wellness-Einrichtungen, ganzjährig beheizter Pools und

exklusiver Einkaufsmöglichkeiten zur Verfügung. Alle Bereiche spiegeln die mühelose Eleganz und den dezenten europäischen Luxus wider, für die die Marke steht.

Die EXPLORA I und die EXPLORA II ergänzten die Flotte 2023 beziehungsweise 2024. 2026 kam die EXPLORA III als erstes mit LNG betriebenes Schiff der Marke hinzu. Die EXPLORA IV wird Anfang 2027 folgen. Die EXPLORA V und die EXPLORA VI werden die Flotte im Laufe des Jahres 2027 und bis ins Jahr 2028 hinein ergänzen. Dabei kommen fortschrittliche Umwelttechnologien zum Einsatz, die das Engagement der Marke für Nachhaltigkeit unterstreichen.

Weitere Informationen über Explora Journeys finden Sie unter explorajourneys.com oder Stories für Inspirationen rund um Ihre Reise. Folge uns auf Instagram, X, Facebook, LinkedIn und TikTok.