

50 Jahre Mövenpick Hotels & Resorts:

Vom Schweizer Hotelpionier zur internationalen Premium-Marke

Die Marke Mövenpick ist ein Schweizer Unikum. Seit ihrer Gründung hat sie es geschafft, immer wieder genau zum richtigen Zeitpunkt das richtige Produkt anzubieten und das bei durchwegs bester Qualität. Als vor gut einem halben Jahrhundert der Appetit auf das Reisen auch in der breiten Bevölkerung zunahm, war es Mövenpick, welche die Marktlücke erkannte und vor genau 50 Jahren die beiden ersten Hotels in Flughafen-Nähe in Zürich und Regensdorf eröffnete. Dem Pioniergeist des Markengründers Ueli Prager folgend, hat sich Mövenpick Hotels & Resorts seither konstant weiterentwickelt – immer das Wohl seiner Gäste und deren veränderte Anforderungen im Blick. Heute steht die Marke für elegante, zeitlose Premiumhotels, in denen rund um den Globus gehobene Schweizer Gastfreundschaft und moderne Kulinarik den Weg in die Zukunft weisen und Nachhaltigkeit gelebter Bestandteil der Markenkultur ist. Und die Entwicklung der seit 2018 zum französischen Hospitality-Unternehmen Accor gehörenden Marke bleibt spannend. Zu den aktuell 119 Hotels in aller Welt sollen bis 2025 50 neue Hotels hinzukommen. Darunter zwei Mövenpick-Resorts in der Schweiz, aber auch in Neu-Märkten wie Polen, Aserbaidschan, Armenien und Kroatien.



Der Name Ueli Prager ist in der Schweiz Legende. Und so auch Mövenpick und dessen einmalige Erfolgsgeschichte. 2023 feiert Mövenpick Hotels & Resorts nun seinen 50. Geburtstag und damit fünf Jahrzehnte der mutigen Entscheidungen und des Fortschritts. Vom ersten internationalen Hotel in Kairo gerade einmal drei Jahre nach dem Markteintritt in der Schweiz über die Eroberung des Nahen Ostens in den 1990ern lange bevor viele Konkurrenten den Trend erkannten bis hin zum Zusammenschluss mit dem französischen Hospitality-Unternehmen Accor 2018. Letzterer ermöglichte eine Expansion von Mövenpick in einem neuen Ausmass, die sich auch in den nächsten Jahren ungebremst fortsetzen wird. Dieser Erfolg ist auch der Neu-Positionierung Mövenpicks zu verdanken.

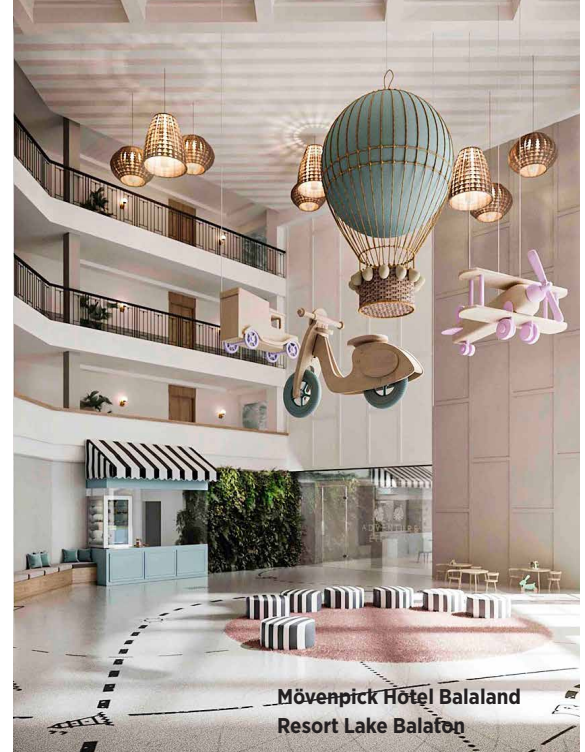
«Unser Erbe ist nicht materiell. Unser Erbe sind der Schweizer Pioniergeist, die Freude am Genuss und die Fähigkeit, einfache Momente zu aussergewöhnlichen Erlebnissen zu machen. Wir verankern die Marke wieder in ihrem kulinarischen Ursprung, und entwickeln unser Produkt und unser Erlebnis dahingehend, dass wir Essen als jene Plattform nutzen, die uns verbindet, unsere Kreativität zu Tage bringt und Veränderung fördert», so Teri Friesen, Global Director Mövenpick Brand. Friesen ist selbst seit sieben Jahren Teil des Mövenpick-Teams. «Wir glauben, dass Essen die Kraft hat, Barrieren zu überwinden. Es kann tiefgreifende Verbindungen schaffen, trägt zu unserer Kultur und ihrer Entwicklung bei und ermöglicht den sozialen Austausch.»

Die Vergangenheit im Rücken, die Zukunft im Blick

Der neue globale Designstandard im Hause Mövenpick ist modern und elegant, warm und einladend, ohne dabei ein standardisiertes Schema für jedes Hotel anzuwenden. Kulinarik und Genuss stehen im Mittelpunkt des Hotelenerlebnisses: Kombiniert werden Mövenpick-Klassiker (wie die original Mövenpick-Produkte und -Gerichte als feste Konstante) und moderne Küche, wie sie der heutige Gast sucht. Auch Familien sind weiterhin zentrale Gäste. Einer der grössten Meilensteine der Marke ist das Thema Nachhaltigkeit – und das weit gefasst. Die



Mövenpick Hotel Stuttgart Messe & Congress



Mövenpick Hotel Balaland
Resort Lake Balaton

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind seit jeher das Herzstück von Mövenpick und andersherum, wie zahlreiche Mövenpick-Jubilare zeigen. So sind beispielsweise im Mövenpick Münster, dem ersten Hotel in Deutschland, die beiden «ältesten» Mitarbeitenden der Marke bereits seit 35 Jahren treu. Aber auch das Miteinander mit den lokalen Gemeinschaften ist bei Mövenpick ein Thema.

Bei der Aktion «Kilo of Kindness» sammeln die Hotels jedes Jahr für einen Monat gemeinsam mit ihren Mitarbeitenden, Gästen und Anwohnern Sachgüter, die an individuell ausgewählte Hilfsorganisationen gespendet werden.

Besonders stolz ist man bei Mövenpick darauf, seit 2017 jedes Jahr durchgängig die am häufigsten von Green Globe ausgezeichnete Hotelmarke zu sein. Green Globe ist ein exklusiver Partner, der die Mövenpick-Hotels weltweit puncto Nachhaltigkeit zertifiziert. Aktuell sind 75 % der Hotels und Resorts rund um den Globus zertifiziert, mehr als ein Drittel davon hat bereits den Gold- oder Platinstatus erreicht. Zu verdanken ist das Massnahmen wie der Zusammenarbeit mit «To Good to Go», um Lebensmittelverschwendung zu vermeiden und smarten nachhaltigen Designs, an denen die unternehmenseigenen «Design & Technical Services» Teams mit ihren Hotelpartnern arbeiten. Bis 2025 sollen alle Hotels die Zertifizierung erhalten.

Expansion mit Fokus auf dem Resort- und Leisure-Markt

Mit diesem Ansatz expandiert Mövenpick gerade höchst erfolgreich in aller Welt. Im Heimatland ist es das Mövenpick Hotel Basel, das seit 2021 für den neuen Markenspirit steht: Klare Linien, schlichte Farben und bodentiefe Fenster, die den Blick auf Basel freigeben, das Bistro MP's mit den berühmten Mövenpick-Klassikern und schliesslich das Hauben-Restaurant PURO,

das Lateinamerika und Asien fusioniert. Geplant ist auch die Eröffnung zweier Resorts in Savognin (2025) und Disentis (2026).

In Ungarn hat jüngst das Mövenpick BalaLand Resort Lake Balaton eröffnet. Direkt am Balaton-See gelegen, ist das Premium-Resort mit einem eigens angegliederten Wasserpark, einem grossen Wellnessbereich und einem umfassenden Restaurant-Angebot besonders auf Familien ausgerichtet. Das verbindende Thema ist Jules Vernes «In 80 Tagen in Welt», das feinfühlig und stilvoll in ein zeitgenössisches Design übersetzt wurde.

Mit dem Mövenpick Resort und Spa Fruske Terme hat 2022 das grösste Spa- und Wellness-Resorts Serbiens eröffnet. Sanfte Holz- und Steintöne bestimmen das Interieur des Anwesens, dessen gradlinige Ruhe von geschwungenen Formen unterbrochen wird und damit zum Gegenbild der Berglandschaft des umliegenden Nationalpark Fruska Gora wird.

Hinzu kommen Flaggschiff-Projekte wie das Mövenpick Hotel Wroclaw in Polen, das 2024 als Fünf-Sterne-Hotel in einem historischen Grand Hotel eröffnet wird, oder das Mövenpick Resort Split, das das Resort- und Leisure-Angebot der Marke ab 2025 mit 156 Zimmern, zwei Restaurants, einem Infinity-Pool und Business- und MICE-Angeboten bereichern wird.

Mövenpick feiert mit seinen Gästen

Rund um den 50sten Geburtstag von Mövenpick Hotels & Resorts gibt es für Gäste in den Hotels in Deutschland, der Schweiz, den Niederlanden, Kroatien und Ungarn ein besonderes Jubiläums-Angebot. Genau 50 Tage lang, nämlich von 17. April bis 5. Juni 2023, geht die Aktion. Gäste, die in diesem Zeitraum einen Aufenthalt von zwei bzw. drei Nächten für 2023 buchen, erhalten einen Restaurant-Gutschein von 50 € pro Aufenthalt und Zimmer, den sie bei ihrem Aufenthalt im Hotel einlösen können.