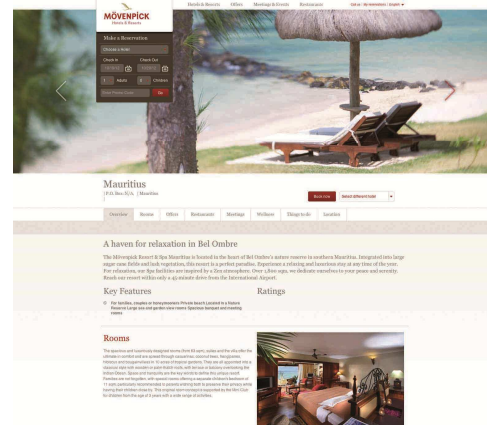


Pressemeldung

Mövenpick Hotels & Resorts stellt neue Website vor.

Nutzerfreundlichkeit, visuelle Attraktivität, sprachliche Vielfalt und Social Media stehen im Fokus der neuen Homepage. Mit dem Gewinnspiel „Days of Delight“ feiert die Hotelgruppe das neue Design und lädt zu 68 Verwöhn-Kurzreisen ein.



Download per hinterlegten Hyperlink

Pressekontakt:

Anne Heussner & Nuray Güler
primo PR
Am Borsdorfer 13
60435 Frankfurt
Tel : +49 69 530 54 650
info@primo-pr.com
www.primo-pr.com

Marion Schumacher
Vice President
PR and Communication
Mövenpick Hotels & Resorts
Flughofstrasse 61
8152 Glattbrugg (Zürich)
Switzerland
Telefon +41 44 828 41 42
marion.schumacher@moevenpick.com
www.moevenpick-hotels.com

Zürich (Schweiz), 24. Oktober 2012 – Nach Monaten intensiver Marktforschung ist es nun soweit: Mövenpick Hotels & Resorts präsentiert sich mit www.moevenpick-hotels.com im neuen Look und bietet neben einer attraktiven visuellen Gestaltung praktische Reisetipps für die jeweiligen Destinationen, eine intuitive Benutzerführung und einen Social Media News Room. Darüber hinaus feiert [Mövenpick Hotels & Resorts](http://www.moevenpick-hotels.com) den neuen Internet-Auftritt mit 68 zweitägigen Verwöhnaufenthalten in einem der 76 Häuser des Schweizer Unternehmens.

Die Auswahl eines Hotels aus dem Mövenpick-Portfolio ist nun einfacher als je zuvor. Landingpages sind mit atmosphärischen Vollbild-Motiven gestaltet, auf denen Besucher eine leicht verständliche Übersicht der Hotelmerkmale finden. Der Internet-Auftritt enthält mehr destinationsspezifische Reiseinformationen und Mikro-Seiten bieten Einblicke in bestimmte Hotelbereiche – von Sportangeboten und Einkaufsmöglichkeiten bis hin zu Restaurants und Zimmerausstattung.

Ein Social Media News Room wurde in die Website integriert – dadurch haben Hotels und Gäste eine Vielfalt an interaktiven Dialogmöglichkeiten, beispielsweise über einen Blog, Youtube-Kanal oder andere Social Networks.

Eine wichtige Informationsquelle für Gäste sind darüber hinaus Hotelbewertungen. Mövenpick Hotels & Resorts kooperiert seit Jahren in diesem Bereich mit Trustyou.com, einem Unternehmen für Online-Bewertungsmanagement. Trustyou ermittelt aus den Bewertungen für die jeweiligen Häuser einen geprüften „TrustScore“ und schlüsselt Durchschnittsbewertungen aus Quellen wie Tripadvisor und anderen Reisebuchungsseiten auf.

„80 Prozent unserer Kunden kommen auf die Website durch direkte Suche nach einer bestimmten Destination, um gezielte Informationen zu erhalten. Wir haben deshalb unseren Fokus darauf gerichtet, das Surfverhalten unserer unterschiedlichen Kunden zu verstehen und die Nutzmöglichkeiten unseres neuen Internet-Auftritts darauf zuzuschneiden“, so John Griffin, Senior Vice President Brand and Marketing von Mövenpick Hotels & Resorts. Als Ergebnis hat die Hotelgruppe jede Hotel-Landingpage für Suchmaschinen optimiert. Zudem wurde besonderes Augenmerk darauf gelegt, die Charakteristika der jeweiligen Häuser in leicht verständlicher Form darzustellen.

Die neue Internetseite ist auf Arabisch, Chinesisch, Deutsch, Englisch, Französisch und Russisch verfügbar, für eine Auswahl an Hotels zusätzlich auf Koreanisch, Niederländisch und Türkisch. Die Buchungsmaske von Mövenpick Hotels & Resorts ist in allen neun Sprachen verfügbar. Mit einem Vergleich von Kategorien können Nutzer hier die günstigsten Übernachtungspreise finden. Ein spezieller Restaurant-Finder liefert detaillierte Informationen über die Ausrichtung der Gastronomie sowie über Restaurants in jedem Hotel – dies betont einmal mehr den Wert, den das Unternehmen dem kulinarischen Erlebnis beimisst.

Der neue Internet-Auftritt von Mövenpick Hotels & Resorts ist das Ergebnis einer langen und stetigen Entwicklung. Im Jahr 2012 stieg die Konvertierungsrate der Mövenpick-Website um fünf Prozent. In den nächsten drei Jahren soll dieser Wert um weitere 20 Prozent gesteigert werden.

„Bis Ende 2012 werden wir noch weitere Funktionen einführen, darunter eine Feedback-Möglichkeit für Kunden, komprimierte Bewertungen aus unserer eigenen Kundenzufriedenheitsanalyse sowie eine optimierte Smartphone-Website“, kündigt Griffin an. „Der Schlüssel zum Erfolg im Internet ist beständige Weiterentwicklung“, fügte er hinzu.

Als Teil dieser Innovationen kooperiert die Hotelgruppe über den Hashtag #StayMovenpick mit einigen der anerkanntesten Reiseblogger, um aktuelle

Einblicke, Reisetipps und Bewertungen von Destinationen wie Amsterdam, Berlin, Hamburg, Phuket sowie vom Nil oder aus Tunesien zu bieten.

68 Destinationen, 136 Nächte und unzählige Eindrücke

Um das neue Design von www.moevenpick-hotels.com zu präsentieren, überrascht die Schweizer Hotelgruppe 68 Besucher der Website mit einem außergewöhnlichen Aufenthalt für zwei Personen.

Gewinner des „Days of Delight“ Arrangements wohnen zwei Nächte in einer Suite der höchsten Kategorie - wo verfügbar, in der Präsidentsuite. Im Arrangement enthalten sind zudem Flughafentransfers, eine Hausführung mit dem Generaldirektor, der auch einen Einblick hinter die Kulissen eines Hotels gibt, sowie ein maßgeschneidertes, vom Küchenchef persönlich zubereitetes, Dinner.

Die 68 Gewinner, die in einem der teilnehmenden Hotels und Resorts ein „Days of Delight“ Arrangement erleben können, werden aus allen Besuchern ermittelt, die auf der Mövenpick-Internetseite Leistungen buchen oder sich für die Teilnahme registrieren. Das Gewinnspiel läuft vom 25. Oktober bis 25. November 2012 unter www.moevenpick-hotels.com/de/days-of-delight.

Über Mövenpick Hotels & Resorts:

Mövenpick Hotels & Resorts ist eine internationale Hotelgruppe im gehobenen Segment mit über 16'000 Mitarbeitern und betreibt 76 Hotels und Resorts in 23 Ländern. Über 30 Projekte befinden sich in der Planung oder Voreröffnung, so in Paris (Frankreich), Soma Bay (Ägypten), Chiang Mai und Koh Samui (Thailand), Palawan (Philippinen), Dubai (VAE), Sanya (Insel Hainan, China), Djerba und Tozeur (beide Tunesien). Die Unternehmensstrategie sieht die Expansion in den Kernmärkten Europa, Afrika, im Nahen Osten und Asien vor.

Mit Sitz in Zürich, ist Mövenpick Hotels & Resorts auf Geschäfts- und Konferenzhotels, Nil-Kreuzfahrtschiffe sowie auf Resorts mit individuellem Charakter spezialisiert. „Global denken - lokal handeln“ ist das Leitmotiv für jedes Haus im Rahmen seiner gesellschaftlichen Verantwortung. Geprägt durch ihre Schweizer Wurzeln, steht die Hotelgruppe für entgegenkommenden Service und kulinarische Genüsse – verbunden mit einer persönlichen Note. Darüber hinaus ist Mövenpick Hotels & Resorts das am meisten Green Globe zertifizierte Hotelunternehmen und dokumentiert so den Respekt für die Umwelt.

Die Hotelgruppe ist im Besitz der Mövenpick Holding (66,7%) und der Kingdom Gruppe (33,3%). Weitere Informationen finden Sie unter www.moevenpick-hotels.com