

Mövenpick Hotels & Resorts präsentiert das neue Logo



Inspiziert durch die multinationale Präsenz, geprägt von den Schweizer Werten und stolz auf die helvetischen Wurzeln

Die internationale Schweizer Hotelgruppe Mövenpick Hotels & Resorts präsentiert stolz ihr neues Logo und die damit verbundene überarbeitete Corporate Identity. Geprägt durch die lange Geschichte der Marke, reflektiert die klare und moderne Darstellung die behagliche Gastfreundlichkeit, den persönlichen Charakter und die prägende ‚Swissness‘ der modernen Hotels und deren Mitarbeiter rund um die Welt.

Baar, 15. Dezember 2016 – Seit der Gründung im Jahr 1948, verbunden mit der Eröffnung des ersten Restaurants in Zürich, umfasst Mövenpick heute neben einem großen Wein- und Feinkostangebot den Hotelbereich, der mittlerweile zum größten Unternehmen innerhalb der Mövenpick-Familie herangewachsen ist. Mit dem florierenden Portfolio von Mövenpick Hotels & Resorts war die Zeit reif für eine neue Markenidentität, welche die Wurzeln, die Qualität, die persönliche Note und den Service der heutigen Mövenpick Hotels & Resorts reflektiert.

Die Londoner Designagentur Bulletproof war mit der Kreation des neuen visuellen Designs beauftragt und hat dafür die Wurzeln des Namens Mövenpick für die Umsetzung genutzt. Die Legende besagt, dass der Gründer, Ueli Prager, sein Unternehmen ganz einfach nach den eleganten Bewegungen der Möwe benannte, der stilisierte Vogel war und ist seit jeher Teil des Markenlogos. Die Agentur Bulletproof zeichnete dieses Element nun neu interpretiert mit „mehr Tiefe und Schwung über einer klaren, modernen Marke mit einer zeitgemäßen Anpassung der Firmenfarbe.“

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

Mövenpick Hotel & Resorts

Tina Seiler
PR & Communication Manager, Corporate
Oberneuhofstrasse 12 | 6340 | Baar | Switzerland
Phone +41 41 759 19 28 | tina.seiler@movenpick.com

movenpick.com

MÖVENPICK is a registered trademark of Mövenpick Holding AG.

Bulletproof erläutert: „Die Symbol-Kraft des Vogels findet sich in der gesamten Marke wieder. Das visuelle Erscheinungsbild erhält durch die anmutigen Linien der Möwenflügel eine besondere Architektur und reflektiert die umfassende Welt von Mövenpick. Die geschwungenen Flügel passen perfekt zum Mövenpick-Rot, sie bringen Lebendigkeit und Ausstrahlung ins Logo und Abwechslung für Hotelbroschüren und Kommunikationsmittel.“

Mit der Lancierung des neuen Logos wird auch erstmals die neue Service-Philosophie „We Make Moments“ in den Fokus gerückt. Sie vereint die Vision und Werte der Marke und betont die Motivation des Unternehmens für die Gäste unvergessliche Momente zu kreieren. Dazu gehören beispielsweise typische Brand Signatures wie die bereits etablierte „Chocolate Hour“, die sowohl täglich in der Hotellobbys als auch bei Events außerhalb der Hotels die Gäste mit dem verwöhnt, was typischer für die Schweiz nicht sein könnte: Schokolade in allen Variationen. „We make Moments“ steht aber auch für individuelle Gesten von Mitarbeitern, die eben ganz „gewöhnliche Dinge“ zu etwas Außergewöhnlichem machen; was auch schon Ueli Prager zum Motto machte. Mit dieser Philosophie garantiert Mövenpick authentische und erinnerungsreiche Momente, ausgeführt durch die Teams aller Hotels weltweit.

Nick Bosworth, Vice President Brand and Marketing bei Mövenpick Hotels & Resorts, sagt: „Mövenpick Hotels & Resorts ist stolz auf sein Schweizer Erbe. Aber in einer Welt, die zunehmend globaler wird, und aufgrund unserer jährlich wachsenden Anzahl an internationalen Hotels, war ein Schriftzug gefragt, der zu allen Märkten passt. Bulletproof hat diese Herausforderung vollständig verstanden und eine Corporate Identity geschaffen, die dem modernen, internationalen Gast gefällt, dabei trotzdem unserer Schweizer Seele treu bleibt und uns lebendig und vielfältig, passend zur farbenfrohen Reisewelt, nach Aussen kommuniziert.“

Bilderlink: <http://bit.ly/2hIPKxk>

Über Mövenpick Hotels & Resorts:

Mövenpick Hotels & Resorts ist eine internationale Hotelgruppe im gehobenen Segment mit über 16'000 Mitarbeitern und betreibt derzeit 83 Hotels und Resorts sowie Nilfahrtschiffe in 23 Ländern. Um die 20 Projekte befinden sich in der Planung oder Voreröffnung, so in Chiang Mai (Thailand), Bali (Indonesien) und Nairobi (Kenia). Die Unternehmensstrategie sieht die Expansion in den Kernmärkten Europa, Afrika, im Nahen Osten und Asien vor.

Mit Sitz in der Zentralschweiz (Baar), ist Mövenpick Hotels & Resorts auf Geschäfts- und Konferenzhôtels, 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 kulinarischen Genuss – 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.movenpick.com

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

Mövenpick Hotel & Resorts
Tina Seiler
PR & Communication Manager, Corporate
Oberneuhofstrasse 12 | 6340 | Baar | Switzerland
Phone +41 41 759 19 28 | tina.seiler@movenpick.com
movenpick.com

MÖVENPICK is a registered trademark of Mövenpick Holding AG.