Pressemeldung

Mövenpick Hotels & Resorts gewinnt die 2013 Worldwide Hospitality Award für „Natural Enjoyment".

Das von Mövenpick Hotels & Resorts weltweit eingeführte Programm „Natural Enjoyment" wurde bei der diesjährigen Verleihung der Worldwide Hospitality Awards als „Best Initiative in People and Talent Management" ausgezeichnet.

Zürich (Schweiz), 20. November 2013 — Bei der Verleihung der Worldwide Hospitality Awards vor wenigen Tagen erzielte Mövenpick Hotels & Resorts einen großen Erfolg: Das Markenversprechen „Natural Enjoyment" und das darauf basierende Trainingsprogramm des Hotelunternehmens wurde in der Kategorie „Best Initiative in People and Talent Management" ausgezeichnet.

Mit einer überzeugenden Bewerbung hat sich die im gehobenen Segment operierende Hotelgruppe mit Schweizer Wurzeln gegen weitere fünf Finalisten aus der internationalen Hotellerie durchgesetzt. Die Initiativen der Kandidaten im Bereich Personalmanagement wurden nach Kriterien wie Originalität und messbare Effizienz bewertet.

Weltweiter Service-Standard für zufriedene Gäste

Am „Natural Enjoyment"-Programm nahmen alle 16.000 Mitarbeiter der Mövenpick Hotels & Resorts teil. Mit der Initiative strebte das Unternehmens einen weltweit einheitlichen Service-Standard an: Trotz der Individualität aller Mövenpick Hotels & Resorts sollten die Leistungen in allen

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

Häusern dennoch vergleichbar sein. 2011 aufgrund von Marktforschung als neues Markenversprechen und Unterscheidungsmerkmal entwickelt, steht bei „Natural Enjoyment“ eine persönliche, entspannte und unkomplizierte Dienstleistung im Fokus. Das Programm vereint individuelle Gästebedürfnisse und -wahrnehmungen mit dem Erbe der Marke Mövenpick und fördert gleichzeitig kulturell unterschiedliche Anpassungen und Nuancen.

Engagement der Mövenpick-Mitarbeiter zahlt sich aus

Den Anstoß zur Entwicklung des neuen Markenversprechens gab Jean Gabriel Pérès, President und Chief Executive Officer von Mövenpick Hotels & Resorts. „Für uns steht an erster Stelle, unseren Gästen hervorragenden Service und unvergessliche Erlebnisse zu bieten. ‚Natural Enjoyment‘ hat dieses Ideal nun in unserer Unternehmenskultur fest verankert. Es ist großartig mitzuerleben, mit welchem Engagement unsere Mitarbeiter dazu beitragen, dass sich unsere Häuser abheben und die Qualitätsmaßstäbe sich kontinuierlich erhöhen”, sagte Pérès.

Das Trainingsprogramm „Discovery“ als Instrument zur Umsetzung des Markenversprechens sollte allen Mitarbeitern von Mövenpick Hotels & Resorts in praktischer Weise vermitteln, wie sich „Natural Enjoyment“ beständig einlösen lässt. Zu diesem Zweck wurden drei Service-Leitlinien formuliert und anhand praxisorientierter Beispiele mit Leben erfüllt. Das interaktive Programm wurde 2012 eingeführt und mit aufbauenden Veranstaltungen 2013 fortgesetzt. Erfolge werden durch Gäste- und Mitarbeiterzufriedenheitsumfragen und durch Bewertungen geheimer Hoteltester gemessen.

Alex Rawson, Vice President Learning and Talent Development bei Mövenpick Hotels & Resorts, war für die Entwicklung der „Discovery“-Sessions verantwortlich: „In Phase eins des Programms ging es um praktische Möglichkeiten, die sich unsere Angestellten aneignen konnten. In Phase zwei stellten wir sicher, dass sich dieser neue Ansatz in den alltäglichen Abläufen widerspiegelte und verinnerlicht wurde. Wir modellieren nun die dritte Phase mit dem Ziel, Mitarbeiter durch Storytelling und konkrete Erfolgsgeschichten zu inspirieren“, so Rawson.

Die Worldwide Hospitality Awards wurden als internationaler Wettbewerb im Jahr 2000 durch die MKG Group mit Sitz in Paris ins Leben gerufen. Der Wettbewerb bietet Hotels die Möglichkeit, die Aufmerksamkeit auf Erfolge ihrer Mitarbeiter in den Bereichen Kommunikation, Marketing, Innovation, Personalführung, Kundenbindungsprogramme sowie soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit zu richten. Eine internationale Jury aus rund 40 renommierten Vertretern von Wirtschaft, Tourismus und Marketing entscheidet über die Gewinner.

Weitere Informationen unter www.moevenpick-hotels.com.

Downloadlink für Fotos: http://bit.ly/1bACzjy

Über Mövenpick Hotels & Resorts:

Mövenpick Hotels & Resorts ist eine internationale Hotelgruppe im gehobenen Segment mit über 16'000 Mitarbeitern und betreibt 80 Hotels und Resorts in 24 Ländern. Um die 30 Projekte befinden sich in der Planung oder Voreröffnung, so in Chiang Mai und Koh Samui (Thailand), Istanbul (Türkei), Schanghai (China) und Marrakesch (Marokko). 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 http://www.moevenpick-hotels.com/de/.