



Bester Geschmack in neuem Gewand: Umfassender Design Relaunch von Mövenpick Kaffee

Hamburg, Oktober 2021 – Starker Markenauftritt durch einheitlichen Look: Ab November 2021 präsentiert sich nun auch das umfangreiche Kaffeesortiment von Mövenpick sukzessive im neuen Design. Nachdem sich die Fruchtaufstriche und Molkereiprodukte der Schweizer Premiummarke bereits redesigned im (Kühl-) Regal positionieren, fügen sich jetzt auch die Kaffeeverpackungen in das einheitliche Bild ein. Durch den innovativen, kategorieübergreifenden Auftritt stärkt Mövenpick seine Markenwahrnehmung und sichert sich eine hohe Wiedererkennung sowie schnelle Orientierung am POS.

Grundlage des umfassenden Design Relaunches ist die starke Markenfarbe Blau der Schweizer Premiummarke, die von Verbrauchern direkt mit der Marke Mövenpick assoziiert wird. Die auffälligen, blauen Markenblöcke sorgen für beste Sichtbarkeit und schaffen hohe Aufmerksamkeit im Kaffeeregal: besonders im Segment des Filterkaffees, in dem Mövenpick mit Der Himmlische, Der Milde, der Neuheit Der Kräftige und Auténtico jeden Geschmackssinn von Kaffeeliebhabern anspricht. Florale Ornamente ergänzen den neuen Verpackungslook und differenzieren sich durch bewährte und moderne Farben, die die Produkte voneinander abgrenzen. Das neue Design, das auch durch optimierte Sortenbezeichnungen bei den Espresso/ Caffè Crema Ganzen Bohne Produkten glänzt, unterstreicht die Ausrichtung des jeweiligen Produktkonzeptes. Das Mövenpick Sortiment überzeugt mit dem Caffè Crema und Barista Espresso, sowie den Crema-Varianten Gusto Italiano, Auténtico und dem Schümli, der sich seit seinem Launch im 4. Quartal 2020 bereits erfolgreich am Markt etabliert hat. „Die geschmackvolle Vielfalt und der hohe Standard aller Kaffee-Varianten bleiben selbstverständlich unverändert. Der Endverbraucher erhält mit Mövenpick hochklassige Spitzenkaffees und edle Kaffeesorten aus den besten Anbaugebieten der Welt“, berichtet Simone Müggenburg, Leiterin Zentrales Marketing von J.J. Darboven. Auf die Umstellung des Verpackungsdesigns werden die Endverbraucher bereits seit Mitte August 2021 durch Störer auf den 10 wichtigsten Mövenpick Kaffee-Produkten hingewiesen.



Zeitgemäß, hochwertig, unbeschwert.

20 Millionen Konsumenten in Deutschland genießen regelmäßig Mövenpick Produkte¹. Mit dem aktuellen Design Relaunch soll die Wahrnehmung der Dachmarke Mövenpick über die verschiedenen Kategorien hinweg noch einmal deutlich gesteigert werden. Schon jetzt erzielt das neue Design in Marktforschungsergebnissen Bestnoten und überholt in allen Kategorien seine Hauptwettbewerber². Die Ähnlichkeit der produktübergreifenden Umstellung lockt Neu- und Querverwender, indem sie Mövenpicks Premiumqualität in einem einheitlichen Gewand vereint. Aus diesem Grunde sind hohe Wachstumspotenziale sowie ein gesteigerter Umsatz zu erwarten. Schon jetzt verzeichnet die Marke Mövenpick im Segment Espresso/ Caffè Crema Ganze Bohne ein sensationelles Umsatzwachstum von 56,9% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.³ Auch ein neuer Werbeauftritt und eine kategorieübergreifende Out-of-Home Kampagne werden in 2022 zusätzlich für eine hohe Aufmerksamkeit beim Endverbraucher sorgen.

Die Kommunikationsmaßnahmen im Einzelnen:

- OoH Kampagne für die Marke Mövenpick in 2022
- PR- und Social Media-Aktivierungen
- Fachanzeigen
- attraktive Zweitplatzierungen und Werbemittel am POS
- nationale Promotion
- kundenindividuelle Aktionen

Über Mövenpick Kaffee aus dem Hause J.J. Darboven:

Mövenpick ist seit 70 Jahren die Schweizer Traditionsmarke mit Gastronomiekompetenz aus Leidenschaft. Mit der Passion gewöhnliche Produkte außergewöhnlich gut zu machen, entwickelt die Marke ihr Sortiment kontinuierlich und innovativ fort. Sorgfältig ausgewählte Produkte und ausgezeichnete Rezepturen machen Mövenpick zu einem Qualitäts-Garanten. Edelste Mischungen, eine reichhaltige Aromafülle und optimale Röstung laden dazu ein, die alltäglichen Augenblicke des Lebens zu zelebrieren und zu teilen. Kaffee von Mövenpick vereint feinste Kaffee Kunst mit Gastlichkeit und authentischem Genuss. Die beste Mövenpick Qualität ist durch handverlesene Kaffeebohnen, exklusive Mischungen und optimale Röstung sichergestellt.

¹ Quelle: Toluna Germany GmbH, Oktober 2020, DE n=525

² Quelle: Designtest BrandmeyerMarkenberatung, Juli 2020

³ Quelle: Nielsen, LEH + DM, MAT 30.06.2021



Zum Unternehmen J.J. Darboven:

J.J. Darboven wurde am 21. März 1866 von Johann Joachim Darboven in Hamburg gegründet. Das erfolgreiche hanseatische Familienunternehmen wird mittlerweile in vierter Generation geführt von Albert Darboven. Mit einem umfassenden Produktangebot aus Kaffee (z.B. J.J. Darboven Classics, Alfredo), Tee (z.B. EILLES TEE, PLATEANUM®) und Kakao (COCAYA) ist das Unternehmen Marktführer im Außerhausbereich und überzeugt im Lebensmitteleinzelhandel mit Kaffee (z.B. IDEE KAFFEE, EILLES KAFFEE, Café Intención, Alberto, Mövenpick und Sansibar) und Kakao (Cacaó Intención). J.J. Darboven steht für Qualität, Tradition und Innovation. Die Firmengruppe ist aktuell in zehn europäischen Ländern aktiv.

Für weitere Informationen:

J.J. Darboven GmbH & Co. KG
Ute Lund
Telefon: 040 - 73335-408
Fax: 040 - 73335-121
Email: ulund@darboven.com
Web: www.darboven.com

lauffeuer Kommunikation GmbH
Lea Schmidt
Telefon: 040 – 716 61 33-24
Fax: 040 – 716 61 33-11
Email: ls@lauffeuer-kommunikation.de
Web: www.lauffeuer-kommunikation.de