

**Positive Mövenpick Entwicklung setzt sich fort:
Starker Start ins Jahr 2025 mit zweistelligem Wachstum
Einstieg in Saftmarkt mit neuem Partner riha WeserGold und Direktsaft
Lizenzpartner profitieren von kontinuierlich steigender Markenattraktivität**

Seit 2019 verzeichnet das Traditionsunternehmen Mövenpick ein **kontinuierliches Umsatzwachstum von +86 % auf 278,5 Mio. €** (ohne Eis). Das entspricht einem durchschnittlichen Wachstum **von rund +14 % pro Jahr**. Trotz herausfordernder Marktbedingungen baut Mövenpick ihre Position im Handel kontinuierlich aus. Auch der Start ins Geschäftsjahr 2025 bestätigt den positiven Trend: Denn **im ersten Quartal wurde ein Umsatzplus von +16 %** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erzielt.

Quelle: 2019 – 2024 Nielsen IQ – Nielsen Consumer LLC, DE, LEH+DM+DC, Q1 24 / 25 Circana DE LEH total & Nielsen IQ DE LEH+DM

Die Kategorie **Kaffee** liefert **für das erste Quartal 2025** weiterhin den **stärksten Umsatzbeitrag**, mit einem Zuwachs von **+16% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum**. Gleichzeitig setzen für **diesen Zeitraum** auch die **Kategorien Mopro mit +16%, Aufstriche +18% und Plattenkuchen mit +58%** das dynamische Wachstum fort. *Quelle: Q1 24 / 25 Circana LEH total & Nielsen IQ LEH+DM*

Diese **kontinuierlich positive Entwicklung** zeigt deutlich, dass sich die neue blaue Mövenpick Markenausrichtung auszahlt. Mövenpick sieht sich damit **strategisch gut aufgestellt**, um das **dynamische Wachstum fortzusetzen**. „**Mit starken Partnerschaften und unseren genussvollen Premium Produkten setzen wir immer wieder neue Akzente und beleben die Kategorien und schaffen Wertschöpfung für den Handel**“, freut sich Mövenpick CEO Jürgen Herrmann. „**Wichtig ist dabei der Fokus auf besten Geschmack, Qualität und ein innovatives und vielfältiges Produktangebot**. Daher freuen wir uns jetzt, gemeinsam mit unserem neuen Partner **riha WeserGold: 100 % Direktsaft** zu präsentieren - **außergewöhnlich lecker und ein echtes Qualitätsstatement!**“

Neuer Mövenpick Lizenzpartner und Produzent ist **riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG**, ein **traditionsreiches Familienunternehmen, in dritter Generation, gegründet 1934** und bis heute **zu 100 Prozent in Familienbesitz**. **riha WeserGold** zählt zu den **größten Getränkeproduzenten Europas!** Über **600 verschiedene Produkte** – von **Frucht- und Gemüsesäften, Nektare, Schorlen, Limonaden, Erfrischungsgetränke sowie Mineral- und Heilwasser** - zählen zu dem breiten Produktportfolio des Unternehmens.

Andreas Reimer, CEO von riha WeserGold erläutert: „*Wir freuen uns sehr über die Kooperation von riha WeserGold & Mövenpick Fine Food – denn **gemeinsam bringen wir das Beste zusammen**: eine **starke Marke und höchste Qualitätsstandards** sowie die **Begeisterung für Produkte**, die den **Alltag ein Stück besser** machen. Durch unsere Zusammenarbeit entstehen attraktive Sortimentsangebote für unsere Konsumenten aber auch für unsere Handelspartner.*“

Jetzt mit i-Tüpfelchen zum Frühstück oder Brunch... Saft-Genuss direkt aus der Frucht
Im **Sommer 2025** wird Mövenpick Fine Food in ein **neues Produktsegment** einsteigen: **Premium Direktsaft in fünf unterschiedlichen Sorten** und damit das Frühstücks- und Brunch-Angebot perfekt abrunden. Die neuen **Mövenpick Säfte** überzeugen mit dem **perfekten Frischemoment** – **natürlich, hochwertig** und mit einem **vollmundigen Geschmack**.

Mövenpick Orange ohne Fruchtfleisch & Mövenpick Orange mit Fruchtfleisch

Die leuchtend gelb-orangen Sorten **Mövenpick Orange ohne Fruchtfleisch** und **Mövenpick Orange mit Fruchtfleisch** werden aus rund 12 sonnengereiften, **Valencia-Orangen (Spanien)** pro Flasche hergestellt. Der Saft wird **schonend verarbeitet** und überzeugt mit einem **vollmundigen, fruchtig-frischen Aroma, angenehmer Süße und ausgewogener Säure**.

Mövenpick Frucht-Mix, Mehrfruchtsaft aus neun erlesenen Früchten

Die sorgfältig ausgewählten Früchte für den Mehrfruchtsaft aus **Apfel, Orange, Pfirsich, Ananas, Acerola, Banane, Mango, Maracuja und Aprikose** bieten ein perfekt **harmonisch süß-säuerliches** und **aromatisch fruchtiges** Profil.

Mövenpick Apfel, naturtrüb & Mövenpick Apfel, klar filtriert

Für die Sorten **Mövenpick Apfel, naturtrüb & Mövenpick Apfel, klar filtriert** werden Äpfel **aus deutschem Anbau** verwendet. Für jede Flasche werden **durchschnittlich 9 Äpfel** verarbeitet. **Dank der schnellen Verarbeitung** entfalten die Äpfel ihr **volles Aroma: mit ausgewogener Säure, vollmundiger Frische** und einer **angenehm natürlichen Süße**.

Die neuen **Mövenpick Premium Direktsäfte** werden aus der Frucht gepresst – mit Ausnahme des Apfelsaft naturtrüb – gefiltert und schonend haltbar gemacht. **Alle Produkte sind unverdünnt und ohne Farb- und Konservierungsstoffe, ohne zugesetzte Vitamine, ohne Zuckerzusatz** – dafür **vegan, laktosefrei und glutenfrei**:
100 Prozent Direktsaft und somit das Beste aus der Frucht!

Gründe für den neuen Fruchtsaft: Geschmackssieger und hohe Kaufbereitschaft

Bei einer quantitativen Marktstudie zur Einschätzung von Mövenpick Direktsaft gaben **95 % der Befragten** an, sich darüber zu freuen, wenn Mövenpick Fruchtsaft anbieten würde. *Quelle: MyTaste Umfrage quantitativ, «MÖVENPICK Fruchtsaft», Deutschland, Sep. 2024, n= 799*

Zudem überzeugt Mövenpick mit **herausragender Geschmackskompetenz** und ist **unangefochtener Testsieger** bei allen fünf getesteten neuen Mövenpick Fruchtsaftvarianten. Mit einer **Kaufbereitschaft von 86 %** schneidet der Mövenpick Direktsaft signifikant besser ab als die Wettbewerbsprodukte führender Markenhersteller. *Quelle: IMW quantitativ inkl. Verkostung, Mühlheim, Essen, München, Nürnberg Feb. '25, n=600 Wettbewerber: Valensina, Hohes C, Albi, Amecke*

Die Einführung der neuen **Mövenpick 100 % Direktsaft Varianten** werden von einer **auf Probierkäufe ausgerichteten Launch-Aktivierungskampagne, Handzettelwerbung und aufmerksamkeitsstarken Zweitplatzierungen begleitet** und damit möglichst POS-nah stattfinden. Auch auf Social Media wird der Markteinstieg reichweitenstark mit einer umfassenden Launch Kampagne, Content Creator:innen und Influencer:innen begleitet. Ab 2026 darf man sich auch **auf Plakatsmotive** mit 100% Direktsaft freuen.

Lizenzpartner profitieren von Markenbekanntheit und – wert

Seit der **strategischen Neupositionierung im Jahr 2019** verzeichnet Mövenpick eine **beeindruckende Erfolgsbilanz. 2019** hatte Mövenpick Fine Food **drei Lizenzpartner in Deutschland: Darboven, Schwartau und Bauer.** „Mit dem Eintritt des Familienunternehmens **Kuchenmeister im Jahr 2022** als vierten Lizenzpartner, dem **Start-up Quarkwerk 2023** als fünften, sowie **Hengstenberg im Jahr 2024** als sechsten und nun **2025 riha Wesergold als siebten Lizenzpartner**, spiegelt unser **Modell die Stärke nachhaltiger Partnerschaften wider**, getragen von **Vertrauen, gemeinsamen Werten und Zukunftsfähigkeit**“, so Jürgen Herrmann. So hat Mövenpick es 2024 geschafft, **in fast jedem zweiten deutschen Haushalt präsent (49,3 %) zu sein** und sogar ein **Drittel aller Haushalte bevorzugen Mövenpick in mehr als einer Kategorie** – ein echter Erfolg für die Marke und ihre Lizenzpartner. *Quelle: Nielsen IQ Homescan Consumer Panel, Deutschland total MAT52/2024*

Das **Kooperationsmodell der Lizenzpartnerschaften ist eine Win-Win** Situation für alle Beteiligten. Die **Brandpower** wird über verschiedene Kategorien gebündelt, somit können **neue Marktsegmente schneller und gezielter** erschlossen werden. Eine multikategorielle Premium Marke wie Mövenpick bietet nicht nur ein **breiteres Produktsortiment**, sondern kann dank starker Lizenzpartnerschaften **flexibel auf Trends und Veränderungen** reagieren. **Mehr Sichtbarkeit** in verschiedenen Bereichen bedeutet **mehr positive Kontakte mit der Marke und ihrer Kategorie**. Dies wiederum stärkt das **Vertrauen** der Konsument:innen und führt **zu höherer Haushaltsreichweite und mehr Parallelverwendung**.

Mövenpick Fine Food

Seit 1948 gehört die Marke Mövenpick zu den **weltweit bekanntesten Schweizer Marken- und Qualitätsbotschaftern**. Zeitlos steht die Möwe im Logo für die Vision des Gründers Ueli Prager: „...im Fluge, schnell etwas Kleines, Gutes essen“. Ein Grund für die anhaltende **Bekanntheit der Mövenpick Premiumprodukte und die Markentreue der Konsument:innen** ist die stetige Ausrichtung auf „**Besten Geschmack**“ und Genuss mit „**Gutem Gewissen**“. Heute umfasst das attraktive, abwechslungsreiche Mövenpick Produktportfolio Kaffee-Spezialitäten, Milchfrischprodukte, Gourmet-Fruchtaufstriche, Haselnuss-Crèmes, Rührkuchen-Klassiker, Fruchtsäfte und Essigspezialitäten - es geht immer um **Qualität, Innovationsfreude und Leidenschaft für besten Geschmack**. Denn für Mövenpick gilt: „**Wir machen nichts Außergewöhnliches, sondern Gewöhnliches außergewöhnlich gut.**“ Dieser Grundsatz ist bis heute das Credo von Mövenpick Fine Food, der führenden **Premium Genussmarke für besten Geschmack**. Sie ist im schweizerischen Baar daheim und in der Welt zuhause. Die Premiummarke wird in ca. 65 Ländern vertrieben.

riha WeserGold

Die riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG ist **einer der größten Getränkeproduzenten Europas**. Mit Produktionsstätten in Rinteln, Dodow, Waibstadt sowie in Costa Rica und Spanien vereint riha WeserGold **Qualität, Innovation und Expertise in einem breiten Produktportfolio**. Das Unternehmen bedient dabei sowohl den **lokalen als auch den internationalen Markt** und steht für Zuverlässigkeit in der Getränkeindustrie. Zum breiten Produktportfolio zählen **hochwertige Fruchtsäfte und - Gemüsesäfte, Nektare, Schorlen, Limonaden, Erfrischungsgetränke sowie Mineral- und Heilwasser**. Die bekannteste Marke aus dem Hause riha WeserGold ist der Durstlöcher, der in vielfältigen Geschmacksrichtungen angeboten wird. Weitere Marken sind Extaler Mineralwasser, naturella, Quelly und WeserGold.