

Pressemeldung

Diesjährige Charity-Kampagne *Kilo of Kindness* der Mövenpick Hotels & Resorts ruft weltweit zur Unterstützung Hilfsbedürftiger auf



Im fünften Jahr ihres Bestehens ruft die Mövenpick-Kampagne Gäste von 1. bis 15. September 2019 dazu auf, ein Kilo oder mehr an Lebensmitteln, Kleidung und Schulbedarf für hilfsbedürftige Gemeinden rund um den Globus zu spenden.

PARIS, 14. August 2019 – Mit der Kampagne „Kilo of Kindness“ 2019 unterstützt **Mövenpick Hotels & Resorts** Menschen weltweit. Die Aktion zu Ehren des von den Vereinten Nationen initiierten Internationalen Tags der Wohltätigkeit am 9. September findet mittlerweile bereits zum fünften Mal statt: Von 1. bis 15. September 2019 sind Gäste dazu aufgerufen, ein Kilo oder mehr an Lebensmitteln, Kleidung und Schulbedarf für benachteiligte Gemeinden rund um den Globus zu spenden, wobei der Schwerpunkt auf bedürftigen Kindern und Jugendlichen liegt. Abgegeben werden können die Spenden in den Lobbys der mehr als 50 teilnehmenden Mövenpick-Hotels in Afrika, Asien, Europa und Nahost. Die Verteilung vor Ort übernehmen Wohltätigkeitsorganisationen, mit denen die einzelnen Häuser zusammenarbeiten.

Besonders gefragt sind Bücher, Hefte und Schreibzubehör wie Füller, Bleistifte, Lineale und Radierer; außerdem Konserven wie Thunfisch, Suppen, Obst, Gemüse und Kondensmilch; Trockenprodukte wie Reis, Bohnen, Haferflocken, Nudeln, Müsli, Mehl, Milchpulver, Babynahrung, Tee und Kaffee sowie Kleidung für Erwachsene und Kinder.

Im vergangenen Jahr konnten rund 12.700 Kilogramm an Spenden über die teilnehmenden Hotels gesammelt werden – eine Zahl, die 2019 noch übertroffen werden soll.

„Unsere Kampagne *Kilo of Kindness* ist seit ihrem ursprünglichen Start enorm gewachsen. 2019 wollen wir weltweit auf allen Kanälen unserer Hotels und der örtlichen Gemeinden um Unterstützung bitten in der Hoffnung, den letzten Spendenrekord zu brechen“, so Nick Bosworth, Vice President Brand Management bei Mövenpick Hotels & Resorts.

„Diese Corporate-Responsibility-Initiative bildet das Herzstück der Marke Mövenpick. Sie verkörpert unsere Werte und unseren Einsatz für die örtlichen Gemeinden an den Standorten, an denen wir vertreten sind“, so Bosworth weiter. „Wir ermuntern alle Gäste dazu, uns im September bei ‚Kilo of Kindness‘ zu unterstützen, um gemeinsam etwas Positives zum Leben vieler Menschen beizutragen.“

Zu den teilnehmenden Hotels in Deutschland zählen dieses Jahr das Mövenpick Hotel Berlin, Mövenpick Hotel Frankfurt City, Mövenpick Hotel Hamburg, Mövenpick Hotel München Airport, Mövenpick Hotel Münster, Mövenpick Hotel Nürnberg Airport, Mövenpick Hotel Stuttgart Airport sowie das Mövenpick Hotel Stuttgart Messe & Congress, die Kleidung für das Deutsche Rote Kreuz sammeln. In der Schweiz arbeiten das Mövenpick Hotel Zürich Airport, das Mövenpick Hotel Zürich Regensdorf und das Mövenpick Hotel Egerkingen mit der Caritas Schweiz zusammen und unterstützen damit arme und benachteiligte Menschen. Das Mövenpick Hotel Lausanne sammelt Spielzeuge für bedürftige Kinder und unterstützt damit das Schweizerische Rote Kreuz.

Weitere Informationen zu den teilnehmenden Hotels und den Wohltätigkeitseinrichtungen, die sie unterstützen, finden Interessierte online unter: www.movenpick.com/akiloofkindness. Details zur Nachhaltigkeitsinitiative von Accor, Planet 21, gibt es unter: www.accorhotels.com/gb/sustainable-development/index.shtml. Mövenpick Hotels auf Social Media: [@MovenpickHotels](https://www.instagram.com/movenpickhotels). Der Kampagnen-Hashtag lautet: [#AKiloOfKindness](https://twitter.com/akiloofkindness)

###

Über Mövenpick

Mövenpick Hotels & Resorts schafft aus den gewöhnlichen Dingen des Lebens außergewöhnliche Momente. Denn mit seinem gehobenen und zugleich unkomplizierten Verständnis von Hotellerie hat Mövenpick erkannt, dass es die kleinen Gesten sind, die einen großen Unterschied machen. Sei es die nachmittägliche „Chocolate Hour“, maßgeschneiderte Technik für einen erholsamen Schlaf oder gesunde und gleichzeitig kindgerechte Menüs für kleine Hotelgäste: Mövenpick gelingt es stets, seine Gäste, Geschäftspartner und Mitarbeiter in einer warmen und einladenden Atmosphäre willkommen zu heißen. Mit seinem Engagement für Nachhaltigkeit und die lokale Bevölkerung ist Mövenpick zudem die am häufigsten mit dem „Green Globe“ zertifizierte Hotelmarke der Welt. 1973 gegründet, reicht das kulinarische Erbe von Mövenpick bis in die 1940er Jahre zurück – heute verfügt die Marke über ein wachsendes Portfolio von mehr als 85 Hotels in 25 Ländern.

Mövenpick ist Teil von Accor, einer weltweit führenden Unternehmensgruppe für Augmented Hospitality, die einzigartige und besondere Erlebnisse in 4.900 Hotels, Resorts und Apartmentanlagen in 110 Ländern bietet.

movenpick.com | group.accor.com