

Stark im TV: De'Longhi führt Markenkampagne um das Geheimnis des perfekten Milchschaums fort

(Neu Isenburg, 20. Mai 2020) Mit einer Verlängerung seiner erfolgreichen TV-Kampagne nutzt De'Longhi die derzeit starke Nachfrage nach Fernsehunterhaltung, um Kaffeegenießer bei der Kaufentscheidung zu inspirieren und den Fachhandel nach der Wiedereröffnung der Geschäfte zu unterstützen.

Der Marktführer für Kaffeevollautomaten setzt die 2019 erfolgreich gestartete Werbekampagne um das ausgezeichnete LatteCrema-Milchschaumsystem fort*. In dem TV-Spot und begleitenden Digitalmaßnahmen gibt ein charmantes „Kaffeelabor-Team“ mit augenzwinkerndem Humor Einblicke in die Erforschung des perfekten Kaffeegenusses.

2020 wird das bisher stärkste Kampagnen-Jahr bei De'Longhi

Ab dem 25. Mai zeigen reichenweitenstarke Fernsehkanäle zur besten Sendezeit drei Wochen lang einen Spot mit unterhaltsamen Einblicken in die Wissenschaft des perfekten Milchschaums und echt italienischen Kaffeegenusses. Im Mittelpunkt der Kampagne steht, wie sich mit der idealen Temperatur und durch das optimale Verhältnis von Dampf, Milch und Luft ein perfekter, feinporiger Milchschaum kreieren lässt.

„Vor dem Hintergrund des aktuellen Konsum- und Mediennutzungsverhalten haben wir unsere Marketingpläne nochmals genau analysiert und angepasst. Wir sehen aktuell eine große Chance in der Interaktion mit unseren Kunden und kappen deswegen keine Budgets, sondern investieren im Gegenteil bewusst in den Markenaufbau. Mit den geplanten Aktivitäten rund um die Schaltungen im TV und breit angelegte, flankierende Digitalmaßnahmen, möchten wir zudem klare Impulse für den Abverkauf im wiedereröffneten Fachhandel setzen.“ führt René Némorin, Marketing Director der De'Longhi Deutschland GmbH, aus. „Die aktuelle Kampagne setzt die im vergangenen Jahr gestartete und bis in den Januar aktive Kampagne fort und wird komplettiert werden von der kommenden Weihnachtssaison. Damit macht sie das Jahr 2020 zum bisher stärksten Kampagnen-Jahr für De'Longhi.“

Mehr >>



Mit einer groß angelegten TV-Kampagne und flankierenden Digitalmaßnahmen setzt De'Longhi Impulse für den Abverkauf.



Von TV-Werbung bis virtuellen Live Demos - das LatteCrema System der De'Longhi Kaffeevollautomaten steht im Fokus der aktuellen Media-Kampagne.

Crossmediale Kampagne verzahnt TV, Web und Fachhandel

De'Longhi unterfüttert die TV-Kampagne mit parallel ausgespielten, digitalen Maßnahmen und setzt damit auf einen crossmedialen Kommunikationsansatz. Werbeschaltungen und Content Marketing in News-Portalen, sozialen Medien und Preisvergleichsseiten knüpfen an den Inhalt des TV-Spot an und tragen auf diese Weise zu einem einheitlichen Markenerlebnis bei.

Für alle, die sich dann dafür interessieren, die De'Longhi Kaffeevollautomaten live zu sehen und über ihre Vorzüge informiert werden möchten, gibt es neben der persönlichen Beratung im Fachhandel auch die individuellen, virtuellen Live-Demos – ein kundenorientiertes Angebot, das De'Longhi Anfang Mai eingeführt hat.

Die kanalübergreifende Botschaft „Wir nehmen Kaffeegenuss ernst“ transportiert nicht nur, wie viel Know-how und Leidenschaft hinter dem perfekten Milchschaum stecken, sondern dass Kaffeeliebhaber ihren Alltag auch in schwierigen Zeiten genussvoll gestalten, wenn sie sich nur mit dem Besten zufriedengeben.

* Das De'Longhi-eigene Milchschaumsystem LatteCrema wurde von der Stiftung Warentest bereits das zweite Jahr in Folge, für den besten Milchschaum im Test gelobt. (Stiftung Warentest, Ausgabe 12/2018)

Über De'Longhi:

Der italienische Elektrokonzern De'Longhi S.p.A. gehört zu den führenden Unternehmen seiner Branche. Mehr als 8.500 Mitarbeiter erwirtschafteten im Jahr 2018 über 2,07 Milliarden Euro Umsatz. Vom italienischen Treviso aus verkauft das Unternehmen seine Produkte weltweit, in über 100 Ländern. Das Sortiment umfasst Hunderte verschiedener Artikel, von der Espressomaschine über Bodenpflege bis hin zu mobilen Klimageräten. Seit 2001 gehört die Kenwood Appliances Plc. vollständig zu De'Longhi und die Aktien des Unternehmens werden an der Mailänder Börse gehandelt. 2012 erwarb De'Longhi von Procter & Gamble die Markenrechte an den Haushaltsgeräten der Traditionsmarke Braun.

Die De'Longhi Deutschland GmbH beschäftigt in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main knapp 130 Mitarbeiter. Solide aufgestellt in den vier Geschäftssparten Heizen/Klimageräte/Luftbehandlung, Bügeln/Bodenpflege, Espresso/Kaffee und Food-Preparation konnte das Unternehmen seinen Umsatz in den letzten Jahren kontinuierlich steigern, im Jahr 2018 auf 280,8 Millionen Euro. Das Unternehmen vertreibt Premiummarkenprodukte von De'Longhi, Kenwood und Braun und setzt im deutschen Markt auf eine Dreimarkenstrategie aus einer Hand.

Informationen über die Unternehmen der De'Longhi Group sind auf den Websites www.delonghi.com, www.kenwoodworld.com und www.braunhousehold.de abrufbar.



Laut der Stiftung Warentest kreiert das LatteCrema System von De'Longhi schon zum zweiten Mal in Folge den „besten Milchschaum“.

[Bildmaterial zum Download hier](#)

PR Agentur

Current Global
CMGRP Deutschland GmbH
Karlstraße 68
80335 München
Tel.: +49 (0)89 380179 0
TeamDeLonghi@currentglobal.com

Kontakt De'Longhi

De'Longhi Deutschland GmbH
Carl-Ulrich-Straße 4
63263 Neu-Isenburg

Anika Zinn

anika.zinn@delonghigroup.com

Maria Mahler

maria.mahler@delonghigroup.com