

Kenwood feiert Coming-out, Neubeginne und den Mut „Nein!“ zu sagen – warum es so wichtig ist, bislang kuchenlose Anlässe zu feiern.

(Neu-Isenburg, 17. Mai 2021) Ob auf Geburtstagen, Hochzeiten oder bei Jubiläen: Kuchen und Torten sind ein Muss. Doch längst nicht alle besonderen Ereignisse werden gebührend gefeiert und insbesondere Anlässe, die uns viel Mut, Durchhaltevermögen und Veränderungswillen abverlangen, bleiben bislang kuchenlos. Warum eigentlich?! Das fragte sich Kenwood und ruft mit der nationalen Kampagne **„Reasons to Celebrate“** dazu auf, genau diese kleinen und großen Momente in den Fokus zu rücken und mit leckeren Kuchen zu zelebrieren – sei es das Coming-out, die lang ersehnte Kündigung, ein radikaler Neubeginn oder dass man den Mut hat, „Nein!“ zu sagen und Grenzen zu setzen.

„Inspiriert wurde die Kampagne von unserem Claim ‚Kenwood Can‘, denn egal welche Herausforderung man an sie stellt, unsere Küchenmaschinen sind ihnen gewachsen – genauso wie wir Menschen. Wir stellen uns jeden Tag so vielen Herausforderungen, die meist unbeachtet bleiben, obwohl sie uns nicht leichtfallen, vielleicht sogar Angst machen. Diesen Anlässen und Meilensteinen wollen wir mit ‚Reasons to Celebrate‘ Sichtbarkeit verleihen und ihnen die Anerkennung zollen, die ihnen zusteht“, erläutert Claudia Zumühlen, Brand Managerin bei Kenwood. „Natürlich sind ein Geburtstag, Muttertag oder die Verlobung toll, aber die persönlichen Geschichten des Mutes verdienen Wertschätzung! Und die zeigt man besonders schön mit einem liebevoll gebackenen Kuchen!“



Kenwood ruft auf, die kleinen und großen Errungenschaften im Leben zu schätzen und mit leckeren Kuchen zu feiern. Marc von Bake to the roots feiert seinen Neubeginn, die Ausbildung zum Ernährungsberater, mit einem zuckerfreien Rhabarberkuchen.

Every Day ist Cake Day: Mit Kenwood wird jeder Tag zum Feiertag

Unterstützung holt sich Kenwood von beliebten Back-Influencer:innen, darunter [Backbube](#), [Kleines Kulinarium](#), [Eat this!](#), [Two Foodies Eating](#) und [Zorra Kochtopf](#). Gemeinsam inspirieren sie Hobbybäcker:innen und Kuchenliebhaber:innen dazu, sich selbst, Familie und Freund:innen das ganze Jahr hindurch zu feiern. In den kommenden Monaten teilen sie einschneidende Erlebnisse und individuelle Erfolge mit ihren Communities – um Impulse zu setzen und ihre eigene Leistung mit einem leckeren Kuchen wertzuschätzen.

Der Startschuss der Kampagne fällt – wie könnte es passender sein – am **World Baking Day, am 17. Mai**. Zu diesem Anlass zaubert Marc von [Bake to the roots](#) mit einem zuckerfreien Rhabarberkuchen, um einen Neubeginn zu zelebrieren: Vor zwei Jahren wurde bei ihm Diabetes diagnostiziert und inspirierte ihn zur Ausbildung zum Ernährungsberater:



„Den Rhabarberkuchen habe ich ausgewählt, weil er ein gutes Beispiel für die Veränderungen auf meinem Blog ist. Rhabarber ist gesund und stärkt das Immunsystem. Um seine Säure zu übertünchen, enthalten Rezepte mit Rhabarber allerdings meistens auch viel Zucker. Ich selbst habe diesen Kuchen früher viel zuckerhaltiger gebacken, doch die ‚verbesserte‘ Version wird mit einem Zuckeraustauschstoff zubereitet und ist damit auch für Diabetiker geeignet. Den Aufruf von Kenwood finde ich toll, auch unkonventionelle Gründe zu feiern. Für eine Freundin haben wir mal eine kleine ‚Break Up Party‘ organisiert, weil sie eine belastende Beziehung beendet hatte. Das ist eine Leistung und die sollte mit Kuchen belohnt werden.“

Im Pride-Monat Juni ermuntern Kenwood und [Die Jungs kochen und backen](#) alle Eltern, Geschwister, Freund:innen, Kolleg:innen und Unterstützer:innen der LGBTQIA+ Community, jedes Coming-out, jedes Umarmen der eigenen Identität gebührend zu feiern. Noch immer ist das Outing gegenüber Freund:innen und Familie für viele ein schwerer Schritt – dabei ist es doch wie ein zweiter Geburtstag, den es sich zu feiern lohnt.

Reasons to Celebrate: Es gibt immer einen Grund für Kuchen

Und nicht nur sich selbst sollte man feiern, sondern auch die herausragenden Milestones im Leben von Freund:innen, wenn wir so richtig stolz auf all das sind, was sie geleistet haben: Sei es der Schritt raus aus einer toxischen Beziehung oder der langgehegte Traum der Gründung der eigenen Firma. Es ist nicht leicht, über den eigenen Schatten zu springen, sich gegen gesellschaftliche Konventionen aufzulehnen und die Komfortzone zu verlassen. Auch einfach mal „Nein!“ zu sagen, für sich einzustehen und Grenzen zu setzen erfordert Kraft. Sei es gegenüber der oder dem übergriffigen Chef:in, einer missbräuchlichen Situation oder weil man ganz einfach andere Wünsche und Bedürfnisse hat. Freund:innen erkennen diese

Leistung, denn sie sind ganz nah dran an diesen Momenten, die besonders schwerfallen. Am **internationalen Tag der Freundschaft am 30. Juli** ermutigt Kenwood Back-Fans deshalb dazu, ihre Freund:innen für ihre Mut-Momente zu feiern.

Die inspirierenden Geschichten und natürlich leckere Kuchenimpressionen und –rezepte sammelt Kenwood auf einer eigenen [Landingpage](#) und in den sozialen Medien unter dem Hashtag **#reasonstocelebrate**.

Bildmaterial zum Download hier

Über De'Longhi:

Die italienische De'Longhi Group gehört zu den führenden Unternehmen in der Branche der Elektro-Haushalt-Kleingeräte. Mehr als 8.500 Mitarbeiter erwirtschafteten im Jahr 2020 einen Umsatz von 2,4 Milliarden Euro. Seit 2001 an der italienischen Börse MTA notiert, vertreibt die De'Longhi Group Produkte unter den Marken De'Longhi, Kenwood, Braun, Ariete, Nutribullet und Magic Bullet in mehr als 120 Märkten weltweit. Die britische Kenwood Group gehört seit 2001 vollständig zu De'Longhi und 2012 erwarb De'Longhi von Procter & Gamble die Markenrechte an den Haushaltsgeräten der Traditionsmarke Braun. Jüngst, im Dezember 2020, übernahm das Unternehmen die in den USA ansässige Capital Brand Holding, Inhaberin der Marken Nutribullet und Magic Bullet.

Die De'Longhi Deutschland GmbH beschäftigt in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main rund 110 Mitarbeiter. Mit führenden Marken in den Geschäftsbereichen Kaffee, Food-Preparation, Klimageräte und Luftbehandlung sowie Bügeln konnte das Unternehmen seinen Umsatz in den letzten Jahren kontinuierlich und 2020 deutlich über Marktniveau steigern. 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.com abrufbar.

PR Agentur

Current Global
IPG DXTRA (Germany)
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