

De'Longhi goes Hollywood –mit der ersten internationalen Marketingkampagne

- Brad Pitt ist Hauptdarsteller der TV-Spots der internationalen Werbekampagne
- 5 Jahre Garantie für ausgewählte Aktionsgeräte
- Großangelegte Merchandise-Tour und neue POS-Materialien ab September geplant

(Neu-Isenburg, 02. September 2021) Als Markführer im Bereich Kaffeevollautomaten startet De'Longhi im September 2021 die erste internationale Kampagne der Firmengeschichte für diese wichtige Kategorie. Die groß angelegte Marketingaktion wird, neben den TV-Spots, auch auf den Social Media Kanälen, als Out-of-Home Kampagne und im Fachhandel präsentiert. In den Hauptrollen: Ein Kaffeevollautomat von De'Longhi und **Hollywood-Star Brad Pitt**.

„De'Longhi konnte in den letzten Jahren außergewöhnliches Wachstum verzeichnen – insbesondere Kaffeemaschinen haben dabei eine zentrale Rolle gespielt“, erklärt **Massimo Garavaglia, CEO De'Longhi Group**. „Wir sehen in Brad Pitt den perfekten Markenbotschafter, um De'Longhi weltweit zu repräsentieren – er verkörpert die Quintessenz unserer Marke: mutig und international, aber gleichzeitig anspruchsvoll und elegant.“ De'Longhi soll sich damit als weltweit und in Deutschland führende Kaffeemarke positionieren. Mit diesem Testimonial wird der Marke ein Gesicht mit starkem Wiedererkennungswert gegeben und lädt sie weiter positiv auf.

“In Deutschland sind wir der einzige Hersteller, der Kaffeevollautomaten vom Preiseinstieg bis in die Premiumklasse bietet. Die Nachfrage im Premiumsegment nimmt immer mehr zu, weshalb wir uns in dieser Preisklasse bereits seit einigen Jahren stärker aufstellen“, ergänzt **Susanne Haring, Geschäftsführerin De'Longhi Deutschland GmbH**, die hier auch die stärkste Verbindung zwischen der Marke und Ambassador Brad Pitt sieht: Er ist der Premium-Botschafter einer Premium-Marke.



De'Longhi-Perfetto Kampagne 2021

5 Jahre Garantie und aufmerksamkeitsstarkes Paket für den Point of Sale

Die Werbekampagne wird auch im Fachhandel ausgespielt und mit einer starken Mehrwertaktion aufgeladen. Für viele Aktionsmodelle, darunter den Star der Kampagne, die PrimaDonna Soul erhalten Käufer vom 01.09. bis 31.12.2021 nach Registrierung eine Garantieverlängerung auf 5 Jahre. Die Kampagne und Mehrwertaktion werden prominent am POS über Aufsteller, Sticker und Poster beworben.



De'Longhi Perfetto Kampagne 2021

„Perfetto“ – von der Bohne bis zum Ergebnis in der Tasse

De'Longhi ist als Unternehmen eng verbunden mit seinen Wurzeln und steht für die typisch italienische Leidenschaft für Harmonie und Eleganz, ikonisch und authentisch zugleich. Genau wie ein Hollywood-Star, der sich schlicht einen perfekten Kaffee zubereitet – „perfetto“.

Um vollkommenen Genuss – von der Bohne bis in die Tasse – möglich zu machen, arbeitet De'Longhi entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit Kaffee-Experten zusammen. Das wichtigste dabei: Die Seele der Bohnen ergründen und das Optimum aus ihr herausholen, abhängig von Sorte, Röstgrad und individueller Präferenz. Deshalb warten der Kaffeevollautomat PrimaDonna Soul und die Siebträgermaschine La Specialista Maestro mit der Bean Adapt Technology auf. Denn so wie ein Schauspieler meist nur so gut sein kann, wie sein Regisseur es zulässt, so kann auch die beste Bohne nur so gut sein, wie die Maschine, mit der sie zubereitet wird.

Kaffee mit Barista-Feeling: Die La Specialista-Familie

Die Familie der Siebträgermaschinen wurde im Juni um die [La Specialista Maestro](#) ergänzt. Entwickelt, um die Wissenschaft der Extraktion und die Kunst der Kaffeezubereitung in Balance für höchsten Genuss zu verbinden ist sie die erste Siebträgermaschine mit der innovativen Bean Adapt Technology. Sie bringt echtes Barista-Feeling nach Hause und macht den Einstieg in die

Welt der Siebträgermaschinen frustfrei, denn ihre Funktionen unterstützen Kaffeefans bei den zentralen Schritten der Zubereitung. Die Bean Adapt Technology sorgt für eine optimale Abstimmung der Brühparameter auf die verwendeten Kaffeebohnen und bildet damit die Grundlage für perfekten Kaffeegenuss. Nutzer:innen ermitteln mit ihr den idealen Mahlgrad, die ideale Dosierung und ideale Temperatur, um den Kaffeebohnen jede Nuance ihres Aromas zu entlocken. Für Milchschaum-Fans bietet die La Specialista Maestro gleich zwei Milchsysteme: Das LatteCrema-System für cremigen Milchschaum auf Knopfdruck und eine professionelle Dampfpflanze, für Fans kreativer Latte Art. Wer weniger braucht ist dem Schwestermodell – der La Specialista Prestigio – gut ausgestattet.

Premium Kaffeegenuss mit der PrimaDonna Soul

Die [PrimaDonna Soul](#) vereint elegantes, italienisches Design und technologische Innovation zu perfektem Kaffeegenuss für jeden Geschmack – sie setzt Maßstäbe für Kaffeefullautomaten im Premiumbereich, denn sie ist die erste ihrer Art mit Bean Adapt Technology, die über das Smartphone bedient wird. Mittels Coffee Link ermitteln Nutzer:innen die optimalen Einstellungen für die verwendeten Bohnen, worauf hin sich die PrimaDonna Soul die wichtigsten Parameter für die Zubereitung elektronisch einstellt, um der Bohne vollen Geschmack zu entlocken. Zusätzlich wartet die PrimaDonna Soul mit einem großen TFT-Touchdisplay zur komfortablen Bedienung auf. Integriert sind zudem Profifunktionen für bis zu fünf Kaffeegenießer:innen, die Smart-One-Touch-Funktion, die Kaffeerezepte nach Häufigkeit der Zubereitung sortiert sowie das ausgezeichnete LatteCrema System, für perfekten, cremigen Milchschaum.



De'Longhi La Specialista Maestro



De'Longhi PrimaDonnaSoul

Das Video ist auf [YouTube](#) abrufbar.



Bildmaterial zum Download [hier](#) oder im [Newsroom](#)

Die Nutzungsrechte des Bildmaterials sind auf einen Zeitraum von 12 Monaten beschränkt und enden am 01. September 2022.

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 120 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

Andrea Perleth

andrea.perleth@delonghigroup.com

Anika Zinn

anika.zinn@delonghigroup.com