

Matcha-Kokosnuss-Kuchen ist Kuchen des Jahres 2021 Kenwood stellt Back Award unter Motto "Diversity"

(Neu-Isenburg, 04. November 2021) Drei kreative Kuchenkreationen haben den Sprung ins Finale um den Titel „**Kuchen des Jahres**“ beim diesjährigen Kenwood Back Award geschafft, der unter dem Motto Diversity steht. Wie vielfältig Diversität auszulegen ist, zeigt sich bereits in den Top 3 der eingereichten phantasievollen Backkunstwerke, die kulturelle, körperliche sowie sexuelle Vielfalt widerspiegeln: Das Team Michelle Neumann und Gianluca Weisel zeigen mit ihrem Matcha-Kokosnuss-Kuchen, dass Toleranz im Kopf beginnt. Julia Schmitts Apfelwein-Käsekuchen enthält eine kreative Fusion verschiedenster Geschmäcker der ganzen Welt, während Olivia Türks In Unity we stand-Kuchen die körperliche Diversität feiert. Alle drei Finalist:innen erhielten die **brandneue Kenwood Titanium Chef Baker XL** und mussten sich damit perfekt ausgerüstet einer weiteren Aufgabe stellen.

So lief der Kenwood Back Award 2021 ab

Aus 558 Einreichungen begeisterten Backfans wählte die Jury um Europas erfolgreichste YouTuberin im Bereich Kochen und Backen **Saliha „Sally“ Özcan**, „**Backbube**“ **Markus Hummel** und **Claudia Zurmühlen, Brand Managerin bei Kenwood**, ihre drei Favorit:innen. Dann lag es in der Hand der Kenwood-Community zu entscheiden, welche Kreation ganz oben auf dem Siegertreppchen landet. Über den **Titel „Kuchen des Jahres“** sowie 1.000,00 Euro Preisgeld und einer das Motto widerspiegelnden Trophäe, freuen sich nach einer spannenden Votingphase Michelle und Gianluca. Ihr **Hope Cake „Kopfsache“**, der mit bunten Blumen Pride und Toleranz feiert, konnte die meisten Stimmen gewinnen. Die zweitplatzierte Julia erhält zudem ein achteiliges Cake Set im Wert von über 100,00 Euro. Die neue Küchenmaschine aus dem Hause Kenwood wurde zusätzlich unter allen Einreichungen an eine:n Glückliche:n verlost.



Der Kuchen des Jahres 2021 beim diesjährigen Kenwood Back Award regt zum Nachdenken an.

Diversität und Backen – ein perfektes Match

„Ganz besonders freut es uns, dass vor allem unsere Gedanken hinter dem Kuchen in die Bewertung eingeflossen sind. Diversity ist unserer Meinung nach allumfassend und hat vor allem mit Respekt und Toleranz zu tun“, so Gianluca. „Das Thema Backen kann man super gut auf Diversität projizieren: Oft bleiben wir bei dem, was wir schon kennen und backen bekannte Rezepte nach. Öffnet man sich aber mal für andere Geschmäcker und Kombinationen, ist man vielleicht zunächst etwas skeptisch, im Nachgang aber meistens positiv überrascht“, ergänzt Michelle. „Ich kann es kaum erwarten, uns an weiteren kreativen Eigenkreationen zu versuchen, die mit unserer neuen Kenwood Küchenmaschine jetzt auch bedeutend einfacher von der Hand gehen werden.“



Kreativ und vielseitig: Die Finalist:innen zum Kuchen des Jahres 2021.

„Mit unserer Suche nach dem diversesten Kuchen des Jahres haben wir den Beweis angetreten, dass die Vielfalt unserer bunten und bereichernden Gesellschaft auch in unserer Passion zum Backen und den verschiedenen Ergebnissen steckt. Ganz getreu den Werten der Marke Kenwood, stehen Vielseitigkeit und Menschlichkeit im Vordergrund. Kenwood kann die Fantasie beflügeln, liebevolle familiäre Momente erschaffen und egal, welche Herausforderung man an sie stellt – unsere Küchenmaschinen sind ihnen gewachsen. Genau wie wir Menschen, können sie jede Aufgabe meistern“, erläutert **Claudia Zurmühlen, Brand Managerin bei Kenwood**. „Besonderer Dank gilt an dieser Stelle unserer tollen Community, die geliefert hat: Die Final-Kuchen, sowie sämtliche Einreichungen zeigen, wie sich multikulturelle Vielfalt bis Gender Diversity in Backkreationen ausdrücken lässt. Wir sind mehr als begeistert von den einfallsreichen Umsetzungen und Back-Inspirationen, deshalb [stehen alle Rezepte des diesjährigen Back Awards](#) natürlich kostenfrei zum Nachbacken und Anregen im Kenwood Club.“

Bildmaterial des Back Award und der neuen Titanium Chef Baker XL zum Download [hier](#) oder im [Newsroom](#).

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 | Anika Zinn

pressoffice.germany@delonghigroup.com