

Für den Vitaminkick to go: De'Longhi Group holt Trendmarken nutribullet und magic bullet nach Deutschland

- Marktstart in Deutschland 1. Januar 2022
- De'Longhi Group übernimmt US-amerikanisches Unternehmen Capital Brands Holding Inc.
- Mit nutribullet und magic bullet stärkt De'Longhi seine Führungsposition im Bereich Food Preparation

(Neu-Isenburg, 10. November 2021) Personal Blender liegen im Trend: Im Handumdrehen bereiten sie Smoothies, Shakes oder Dips zu und sind beliebt bei einer Zielgruppe, die sich für schnelle, gesunde Ernährung begeistert. Die Marken **nutribullet** und **magic bullet** gehören zu den führenden Marken, weil sie wie keine andere Brand für die einfache Integration gesunder Ernährung im Alltag stehen. Die De'Longhi Group übernimmt die US-amerikanische Capital Brands Holding Inc. und bringt die Trendmarken Anfang 2022 auch auf den deutschen Markt. Der Markteintritt ist schrittweise für online und den stationären Handel geplant.

„Über 80 Millionen Nutzer:innen weltweit vertrauen auf nutribullet und machen die Marke damit zur führenden Franchise für Personal Blender. Beide Marken verfügen über einen hohen Wiedererkennungswert, gelten als Innovationstreiber und haben eine enthusiastische Fan-Gemeinde“, sagt **Susanne Haring, CEO De'Longhi Deutschland GmbH**. „Durch die Übernahme der Muttergesellschaft Capital Brands ergänzen wir unser Portfolio um zwei junge und dynamische Marken, erweitern unser Angebot an innovativen Produkten und verbessern zugleich unsere Marktdurchdringung in den USA, einem wachsenden und für die Gruppe strategisch wichtigen Markt. In Deutschland legen wir unseren Fokus insbesondere auf den Premium-Markt und sind überzeugt, mit nutribullet die Sehnsucht nach schneller, gesunder Ernährung im Alltag erfüllen zu können.“



Ob Proteinshakes, Smoothies, Dips oder sogar Cocktails, die kompakten Mixer von nutribullet liefern perfekte Ergebnisse.

Know-how, neue Märkte und innovative Konzepte rund um das Trendthema gesunde Ernährung

Neben der Marken nutribullet und magic bullet bringt Capital Brands seine Forschungs- und Entwicklungszentren in Boston und in Connecticut mit ein. Diese Stärken und das Fachwissen bei der Entwicklung innovativer Produkte im Segment der Personal Blender sollen dazu beitragen, die wachsende Rolle der De'Longhi Group im Markt für gesunde Ernährung weiter zu stärken. Die Gruppe hat das amerikanische Unternehmen für 420 Millionen Dollar übernommen und aus bestehenden Liquiditätsreserven finanziert. Durch diesen Schritt sind die Vereinigten Staaten zum größten Absatzmarkt der Gruppe geworden, mit einem Gesamtumsatz von mehr als 500 Millionen Dollar.



Vom Blender für Babynahrung bis zum Standmixer lässt das nutribullet-Sortiment in der Küche keine Wünsche offen.

2003 gegründet hat die Capital Brands Holding Inc. ihren Hauptsitz in Los Angeles, Kalifornien. Mit einem Schwerpunkt auf Wellness-Ernährung entwickelt und vertreibt das Unternehmen Haushaltsgeräte in über 100 Märkten weltweit. Besonders erfolgreich ist das Segment Personal Blender mit den beiden Marken nutribullet und magic bullet, dessen Wert sich in den USA auf ca. 1,1 Milliarden Dollar beläuft. So ist Capital Brands in der Kategorie Mixer Marktführer in Nordamerika und anderen wichtigen Märkten der Welt wie Australien, Neuseeland und dem Vereinigten Königreich.

Bildmaterial 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, Braun und nutribullet und setzt im deutschen Markt auf eine Viermarkenstrategie aus einer Hand.

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