

## Gutes Design ist langlebig: Braun etabliert Aktionswochen

- Neukund:innen profitieren von Garantie-Versprechen: Cashback und 5 Jahre Garantie
- Premium-Modelle aus den Kategorien Stabmixer, Standmixer, Kaffeezubereitung und Bügeln bis in den Sommer im Vorteilspaket
- Mehr als 100 Jahre Qualitätsbewusstsein, Erfahrung und Innovation in der Küche

(Neu-Isenburg, 05. April 2022) Wie kaum eine zweite Marke steht Braun seit mehr als 100 Jahren für Produkte, die sich durch intuitives, nützliches und langlebigen Design auszeichnen. Gerade in Zeiten des schnelllebigen Konsums haben diese Werte eine besondere Bedeutung und begleiten das Unternehmen auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft. Deshalb lanciert Braun eine umfassende **Mehrwertaktion**, die genau auf diese Langlebigkeit einzahlt – und die als **feste Instanz wiederkehrend** geplant ist.

Vom **1. April bis zum 30. Juni 2022** startet die erste Welle der **Braun-Wochen** mit einer umfangreichen Mehrwertkampagne für alle Aktionsprodukte der **Premium-Serien 7 und 9** aus den Kategorien Stabmixer, Standmixer, Kaffeezubereitung und Bügeln. Die Aktionsmodelle reichen von den **MultiQuick-Stabmixern**, über den neuesten **Standmixer PowerBlend 9** und die Filterkaffeemaschinen der **MultiServe**-Reihe bis hin zu den Bügelstationen **CareStyle** und dem **TexStyle**-Bügeleisen. Mit der **101 Tage dauernden Geld-zurück-Garantie** können Neukund:innen die Produkte von Braun ohne Risiko testen. Zusätzlich gibt es auf die Aktionsmodelle **5 Jahre Garantie**. Die Registrierung läuft einfach online über die [Aktionsseite](#).

**Braun Wochen**  
5 Jahre Garantie\*  
+  
101 Tage Geld-zurück-Garantie\*

**Gutes Design ist langlebig**

**BRAUN**

\* Für selektierte Produkte.

The image features a black background with white line-art illustrations of four Braun products: a coffee machine, a stick blender, a stand mixer, and an iron. The Braun logo is in the top right corner. A blue and green banner on the left contains the promotional text. The central text reads 'Gutes Design ist langlebig'.

Braun will mit gutem Design die Zukunft beeinflussen, auch in den nächsten 100 Jahren.

**Braun verstärkt Qualitätsversprechen mit Kaufanreizen im Handel**

„Die 5-Jahre-Garantie und Cashback-Aktion sind ein echtes Plus für unsere Kund:innen. Zugleich unterstreichen wir damit unseren Anspruch an höchste Qualität und zeitloses Design unserer Produkte – und das ohne Kompromiss. Mit unseren Produkten scheuen wir keinen Alltagstest, weshalb wir die Aktionswochen als feste Instanz für Braun etablieren wollen“, erläutert **Hwa-Youl Kim, Brand Managerin Braun**. „Auf diese Weise schaffen wir einen Mehrwert für unsere Handelspartner:innen. Schon jetzt kann ich verraten, dass wir auch in der zweiten Jahreshälfte entsprechende Aktionswochen geplant haben.“

Zur aufmerksamkeitssteigernden Umsetzung der Aktion gibt es vielseitige **POS-Materialien** wie Regaldisplays, Aktionseinleger oder auch Guerillafolien. Für die Webseiten der Partner:innen stehen gesonderte **Online-Assets** zur Verfügung. Die Braun-Aktionswochen werden durch eine umfangreiche Online-Video-Kampagne, Kampagnen im Bereich Adressable und Connected TV sowie Social Media-Maßnahmen medial unterstützt.



*Praktische Alltagshelfer im zeitlosen Design – perfekt für einen nachhaltigen Lifestyle.*

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 9.000 Mitarbeiter:innen 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:innen. 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](http://www.delonghi.com), [www.kenwoodworld.com](http://www.kenwoodworld.com), [www.braunhousehold.com](http://www.braunhousehold.com) und [www.nutribullet.de](http://www.nutribullet.de) abrufbar.

## PRESSEINFORMATION

The logo for Braun, consisting of the word "BRAUN" in a bold, black, sans-serif font.

### **PR Agentur**

Current Global | IPG DXTRA (Germany)  
Karlstraße 68  
80335 München

Tel.: +49 (0)89 380179 0  
[teamdelonghi@currentglobal.com](mailto:teamdelonghi@currentglobal.com)

### **Kontakt De'Longhi**

Deutschland GmbH  
Carl-Ulrich-Straße 4  
63263 Neu-Isenburg

Andrea Perleth | Anika Zinn  
[pressoffice.germany@delonghigroup.com](mailto:pressoffice.germany@delonghigroup.com)