

Unroutine your Life: De'Longhi bringt mehr Vielfalt ins Leben und in die Kaffeeauswahl

- De'Longhi inspiriert mit Unroutine Challenge dazu, mit Routinen zu brechen inspiriert durch kalte und heiße Kaffeespezialitäten
- Eletta Explore überzeugt dank größter Kaffeegetränkevielfalt mit mehr als 100 Rezepten
- Ezgi Polat, Laura Maria Marsueschke und Timon Kaufmann waren Teil der Rezeptentwicklung des neuen Kaffeevollautomaten von De'Longhi

(Neu-Isenburg, 16. Mai 2022) Morgens ein schneller Kaffee zum Frühstück, im Büro geht der erste Gang gleich zum Kaffeeautomaten und der Espresso rettet aus dem Nachmittagstief: Kaum etwas ist so habitualisiert wie die alltäglichen Kaffeeroutinen. Dabei sehnen sich viele nach Micro-Abenteuern und neuen Erlebnissen – vor allem nach den letzten zwei Jahren. De'Longhi hat das erkannt und möchte mit dem Motto „**Unroutine**“ dazu inspirieren, Neues zu wagen und vor allem Kaffee mal anders zu denken. So bringt der neue Kaffeevollautomat **Eletta Explore** mit heißen wie kalten Kaffee-Kreationen das volle Coffeeshop-Erlebnis nach Hause, dank großer Rezeptvielfalt mit 40 voreingestellten Rezepten und weiteren 100+ Kaffeeideen in der App. Neben der Getränkeauswahl lädt auch die praktische To-Go-Funktion dazu ein, spielend leicht mit den allhergebrachten Routinen des immer gleichen Kaffees zu brechen.



De'Longhi hat sich mit Expert:innen zusammengetan und die **Unroutine-Challenge** ins Leben gerufen, bei der Brewing Bartender Timon Kaufmann, Urban-Jungle-Blogger Igor Josif, Kaffee-Fan Nuria Baum und das Team von earlybird coffee aus ihrer Komfortzone treten und sich an Ungewohntem versuchen. Denn es gibt gute Gründe mal aus den üblichen Routinen herauszutreten, erklärt **Franca Cerutti, Psychotherapeutin für Verhaltenstherapie**, die die Unroutine-Challenge begleitet hat: „Der Mensch ist ein Gewohnheitstier. Das hat auch seinen Zweck, denn es spart Energie, wenn das Gehirn bei bereits Bekanntem quasi auf Autopilot läuft. Im Gegenzug wird Erlebtes aber nicht richtig verarbeitet. Der Mehrwert an Unroutine ist es daher, ganz bewusst aus

den üblichen Routinen ausubrechen und besondere Momente zu erleben, die hängenbleiben. Das sorgt für frischen Wind im Oberstübchen und kitzelt unsere Sinne wach.“

Das bestätigen auch die Teilnehmer:innen der **Unroutine Challenge**, die für 14 Tage ihre eigenen Grenzen in den Bereichen Mut, Bewusstsein, Kreativität und Genuss ausweiten. Für sie hat sich schnell gezeigt, dass die Routinen im Kopf verankert sind und sich durch Unroutine neue Impulse ziehen lassen – ob beim Komplimente geben, Yoga machen oder bereits ganz simpel durch das Ausprobieren neuer Kaffeerezepte. Beim Launch-Event „Coffeeshop at Home“ berichteten die Partner:innen von ihren Erfahrungen, wie sie am Ball geblieben sind und was sie aus der Challenge mitnehmen.



Kalte Liebe, Grandmas Nightcap und Banana Ginger Chocolate Split sind nur drei der leckeren Kreationen der Eletta Explore.

Kaffee mal anders denken – mit der Eletta Explore

„Kaffee besticht durch seine enorme Vielseitigkeit. Das merkt man auch an aktuellen Trends in der Kaffeeszene, die mit Kreationen wie Espresso Tonic oder Bumble Coffee experimentierfreudiger ausfallen. Die Eletta Explore ist die Antwort auf genau das. Sie bietet mit ihrer Vielzahl an Rezepten die große Chance, Kaffee abseits des Standards zu entdecken und den eigenen Horizont immer wieder zu erweitern“, sagt **Timon Kaufmann**, Brewing Bartender und Challenge-Teilnehmer.

Bereits bei der Entwicklung des neuen Vollautomaten stand die Vielseitigkeit des Kaffees ganz klar im Fokus: So haben internationale Kaffee-Expert:innen eigens für die Eletta Explore Rezepte entwickelt, die nun Teil der mehr als 40 vorinstallierten Kreationen der Maschine sind. **Ezgi Polat**, **Laura Maria Marsueschke** und **Timon Kaufmann** haben bei 15 Rezepten ihrer Kreativität freien Lauf gelassen und Neukreationen von Kaffee-Cocktails bis hin zu von Desserts inspirierten Getränken entworfen.

Bildmaterial zum Download



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, 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