

Hot Summer! De'Longhi, Kenwood und Braun überraschen am POS mit coolen Aktionen

- De'Longhi ruft den Cold Brew Summer aus und lockt Kaffeefans an den POS
- Braun schafft köstliche Grill-Oasen in Märkten in ganz Deutschland
- Kenwood setzt auf die Macht der Community und ehrliches Feedback

(Neu-Isenburg, 12. Juli 2023) Trotz steigender Temperaturen lässt sich der Sommer genießen: Mit kalten Trend-Getränken, kulinarischen Genusserlebnissen und aktivierenden Aktionen wecken die drei Marken De'Longhi, Kenwood und Braun das Interesse der Verbraucher:innen und bringen Summer-Vibes in den stationären Handel.



De'Longhi sorgt mit Verköstigungspaketen für erfrischende Erlebnisse am POS. (© De'Longhi)

De'Longhi lockt mit kalten Erfrischungen

Unter dem Motto „Entdecke Deinen Cold Brew Summer“ und dem passenden Hashtag #COLDBREWSUMMER2023 lockt De'Longhi nicht nur Social Media-Nutzer:innen in die Märkte. Cold Brew ist das Trendgetränk des Jahres. Insbesondere jüngere Konsument:innen greifen inzwischen immer öfter zur kalten Kaffeevariante. Denn: Cold Brew schmeckt erfrischend, ist leicht und anregend. Und da Probieren über Studieren geht, bringt De'Longhi Cold Brew an den POS – mit einem Verköstigungspaket in Zusammenarbeit mit Lavazza, Alpro und Fever Tree.

Reichweitenstarke Influencer:innen unterstützen die Kampagne mit Kaffeerezepten auf ihren Instagram-Profilen und dem Aufruf, sich vor Ort von dem erfrischenden Kaffeegetränk zu überzeugen. Über einen Store Locator können interessierte Konsument:innen teilnehmenden Handelspartner in ganz Deutschland finden.

Händler:innen können sich für die Aktion anmelden und erhalten ein Cold Brew Aktions-Kit inklusive Social Media- und POS-Assets zur Bewerbung. Das attraktive Verköstigungspaket am POS sorgt für ein eindrückliches Genuss- und Service-Erlebnis, das so nur im stationären Handel erlebt werden kann.

Braun macht den Handel zur Grill-Oase

Sommerzeit ist Grillzeit. Deshalb verwandelt Braun 20 Elektromärkte in ganz Deutschland zu Grill-Oasen. Mit einer ganztägigen Produkt- und Erlebnisvorführung werden die vielseitigen Funktionen der neuen Braun MultiGrills erlebbar gemacht – es wird lecker und abwechslungsreich. Das überzeugt nicht nur Grill-Fans. Mit drei Platten und Grillpositionen sorgt der Braun MultiGrill für maximale Flexibilität bei der Zubereitung von knackigem Gemüse, saftigem Fleisch und köstlichen Desserts. Vom ersten Termin am 13.07. in Hamburg bis zum letzten Stopp der Roadshow am 25.08.2023 in Nürnberg können Besucher:innen Köstlichkeiten vom Grill probieren und sich von der Qualität und Vielseitigkeit der Geräte live überzeugen. Um Besucher:innen zahlreich anzulocken, erhalten teilnehmende Händler:innen POS- und Kommunikationsmaterialien zur Bewerbung der Aktion im Vorfeld.



Renderings geben einen Eindruck davon, wie einladend die Braun MultiGrills in Szene gesetzt werden. (© Braun)

Kenwood setzt auf echtes Feedback

Viele Verbraucher:innen recherchieren vor dem Kauf im Internet und vertrauen auf Rezensionen und Bewertungen, um relevante Informationen zu Produkten zu erhalten. Besonders wichtig erscheint dabei: Statt Lobhudelei wünschen sich die Nutzer:innen natürliche, realistische und authentische Bewertungen. Weil sich aber nicht jeder Mensch dazu berufen fühlt, schafft Kenwood bis zum 31.12.2023 einen Anreiz: Die ersten 1.000 Menschen, die eine ehrliche Online-Rezension über die Erfahrung mit einer Kenwood Küchenmaschine veröffentlichen, die ab dem 01.01.2023 gekauft wurde, erhalten als Dankeschön ein Kenwood Vorbereitungsset KWSP200 im

Wert von 129,99 Euro. Alle Teilnahmebedingungen werden auch auf der Aktionsseite zu finden sein, die mit Beginn der Aktivierung live geht. Beworben wird die Aktion breit auf Social Media, im Kenwood-Newsletter und Online.



Über Banner, Social Media und den Newsletter ruft Kenwood Käufer:innen dazu auf, ehrliche Rezensionen zu verfassen. (© Kenwood)

+++

* Es gelten nur die in den Teilnahmebedingungen definierten Aktionsmodelle und Online-Händler:innen im Aktionszeitraum vom 1.1.2023 bis 31.12.2023

DēLonghi Group



KENWOOD

BRAUN

nutribullet.

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 130 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

Achtung! GmbH
Straßenbahnring 3
20251 Hamburg

Tel.: +49 40 45 02 10-514
delonghi@achtung.de

Kontakt De'Longhi

De'Longhi Deutschland GmbH
Carl-Ulrich-Straße 4
63263 Neu-Isenburg

pressoffice.germany@delonghigroup.com