

## Welcome to Futuresque: Top-Employer De'Longhi Deutschland definiert die Zukunft der Premium-Haushaltsgeräte

- Auch 2024 behauptet De'Longhi seine Marktführerschaft
- Dominanz zeigt das Unternehmen auch mit zahlreichen Auszeichnungen
- Produktneuheiten und neue Wege im Marketing läuten vielversprechendes Geschäftsjahr 2025 ein

(Neu-Isenburg, 28. Februar 2025) De'Longhi Deutschland geht mit einer klaren Vision in das Jahr 2025: Innovation, Qualität und Nachhaltigkeit vereinen sich zu einem Markenerlebnis, das die Zukunft des Haushalts neu definiert. „Welcome to Futuresque“ – ein Anspruch, der in jeder neuen Produktgeneration, in jeder Designentscheidung und in jedem strategischen Schritt spürbar wird.



2025 setzt De'Longhi Deutschland auf Markenerlebnisse der Zukunft. (@De'Longhi)

### 2024 – Ein Jahr der Auszeichnungen

2024 war ein Jahr der Erfolge: De'Longhi behauptete seine Marktführerschaft und setzte neue Maßstäbe in zahlreichen Kategorien. Sieben Produkte, wie die mit dem innovativen Bean-Switch-System ausgestattete [De'Longhi Rivelia](#) oder der Hochleistungsmixer von Braun [PowerBlend 9](#), wurden 2024 als Testsieger bei Stiftung Warentest ausgezeichnet, hinzu kamen weitere Prämierungen für exzellente Qualität sowie eine erneute Auszeichnung als „Top Employer“, die das Unternehmen für seine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur würdigt.

Mit den Premiummarken De'Longhi, Kenwood, Braun Household und nutribullet wurde nicht nur die Innovationskraft unter Beweis gestellt, sondern auch das Gespür für die sich wandelnden Bedürfnisse der Konsument:innen. „Wir haben unsere Marktführerschaft behauptet und gezeigt, dass wegweisende Innovationen gepaart mit exklusivem Design und einer intuitiven, mühelosen Anwendung der Schlüssel zum Erfolg sind. Doch wir haben auch schon die Antworten auf die

Trends von morgen. Automatische Zubereitungssysteme sowie gesundheitsbewusste und KI-basierte Technologien ziehen immer mehr in die Küche ein und gehen damit auf die individuellen Ansprüche in der Ernährung und im Alltag ein“, so **Susanne Haring, Geschäftsführerin bei De'Longhi Deutschland** beim diesjährigen Fachhandelspresse-Roundtable.



*Geschäftsführerin Susanne Haring und Marketing Director Anne Leonhardi (@De'Longhi)*

### **Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie**

Die Zukunft verlangt aber mehr als nur technologische Exzellenz. Sie fordert ein Umdenken in Richtung nachhaltiger Produktionsprozesse, ressourcenschonender Materialien und energieeffizienter Lösungen. De'Longhi setzt genau hier an und verankert Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie. Von dem verstärkten Angebot von Reparatur- und Wartungsservices über den Einsatz recycelter Materialien bis hin zu Verpackungskonzepten ohne Styropor – die Gruppe stellt sicher, dass Premium-Qualität und Umweltbewusstsein Hand in Hand gehen.

### **Markenkommunikation 2025: Digital, interaktiv und Verdopplung der Kontakte**

Auch in der Markenkommunikation wird die Zukunft aktiv gestaltet. Mit einer verstärkten digitalen Präsenz, einer durchdachten Influencer-Strategie und immersiven Erlebnissen am Point of Sale rückt die Interaktion mit den Zielgruppen in den Mittelpunkt. Die Marken sind nicht nur verlässliche Begleiter im Alltag – sie stehen für Inspiration, zukunftsweisende Technologien und eine Vision, die weit über das Hier und Jetzt hinausreicht. Mit einem strategischen Fokus auf Social Media und einer Verdopplung der Werbekontakte strebt De'Longhi Deutschland an, die digitale Vernetzung exponentiell zu intensivieren und damit die Basis für eine zukunftsweisende Markenwelt zu schaffen, in der Innovation und Lifestyle nahtlos miteinander verschmelzen.

„Unsere Premium-Marken stehen nicht nur für höchste Qualität und exklusives Design – sie bieten handfeste Vorteile, die den Alltag unserer Kund:innen spürbar bereichern. Sie liefern Lösungen, die den individuellen Bedürfnissen gerecht werden: Während in großzügigen Küchen Raum für

kulinarische Entfaltung und kreative Genussmomente geschaffen werden, punkten unsere kompakten und effizienten Angebote im urbanen Umfeld. Hier vereint sich Freude am Genuss mit konkreten zukunftsweisenden Vorteilen, die den Alltag transformieren. Im Jahr 2025 fokussieren wir unser Marketing noch stärker darauf, diese Vorteile klar zu kommunizieren – durch eine verstärkte digitale Präsenz, datenbasiertes Storytelling und immersive Markenerlebnisse, die den Mehrwert unserer Produkte in den Mittelpunkt stellen. Unser Ziel ist es, den direkten Nutzen und die passgenauen Lösungen, die unseren Kund:innen echten Mehrwert bieten, erlebbar zu machen“, betont **Anne Leonhardi, Marketing Director bei De'Longhi Deutschland**.

### **Produktneuheiten und Innovationen 2025: Vielfalt für jeden Lebensstil**

De'Longhi bringt italienische Kaffeekultur in jedes Zuhause – von Einsteigermodellen bis hin zu Profimaschinen. 2025 setzt das Unternehmen diese Tradition mit neuen Produkten fort und startet im März mit der PrimaDonna Aromatic. Der Kaffeevollautomat mit einem Design made in Italy vereint präzise Mahlgradeinstellungen, intuitive Steuerung und smarte Features, wie die neue Coffee Lounge App, für ein Kaffeeerlebnis auf höchstem Niveau – so schön ist perfetto!

Einfach, mühelos, intuitiv: Braun bleibt seinem Markenversprechen treu, den Alltag mit durchdachtem, zeitlosem Design zu erleichtern und setzt mit innovativen Lösungen für Zubereitung und Kochen seinen Wachstumsanspruch fort – den Auftakt macht die neue MultiFry 5. Die Weiterentwicklung der beliebten Heißluftfritteusen-Serie kombiniert moderne Technologie mit Vielseitigkeit und macht kreative Gerichte für die gesamte Familie noch einfacher.

Kenwood entwickelt sich kontinuierlich weiter und setzt 2025 auf intelligente, modulare Lösungen für individuelle Koch- und Backerlebnisse einer neuen Generation. Bestehende Produktlinien werden gezielt optimiert und um neue, trendbewusste Farbvarianten erweitert – für noch mehr Auswahl und persönliche Gestaltungsmöglichkeiten in der Küche, ohne Kompromisse bei Qualität und Langlebigkeit. Damit definiert die Marke das Backen und Kochen neu – mit visionären Ansätzen, wie der rezeptstarken Kenwood & Me-App, die den Weg in eine zukunftsweisende Ära ebnen und Küchen in innovative Erlebniswelten verwandeln.

nutribullet will 2025 weiter wachsen und setzt den Fokus auf hohe Investments in Digital und Social Media. Vom leistungsstarken Blender über portable Lösungen für gesunde Smoothies on the Go bis hin zum Airfryer bietet die Marke moderne Lösungen für eine bewusste Lebensweise und gesunde Ernährung – ohne komplizierte Rezepte oder lange Zubereitungszeiten.

Mit einem klaren Fokus auf Technik, Design und Funktionalität setzt De'Longhi Deutschland nicht nur Trends, sondern gestaltet aktiv die Zukunft des Haushalts.

**Über die De'Longhi Group:**

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

PR-Agentur  
Achtung! GmbH  
Straßenbahnring 3  
20251 Hamburg

Tel.: +49 40 45 02 10-514  
[delonghi@achtung.de](mailto:delonghi@achtung.de)

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

Julia Hildner  
[pressoffice.germany@delonghigroup.com](mailto:pressoffice.germany@delonghigroup.com)