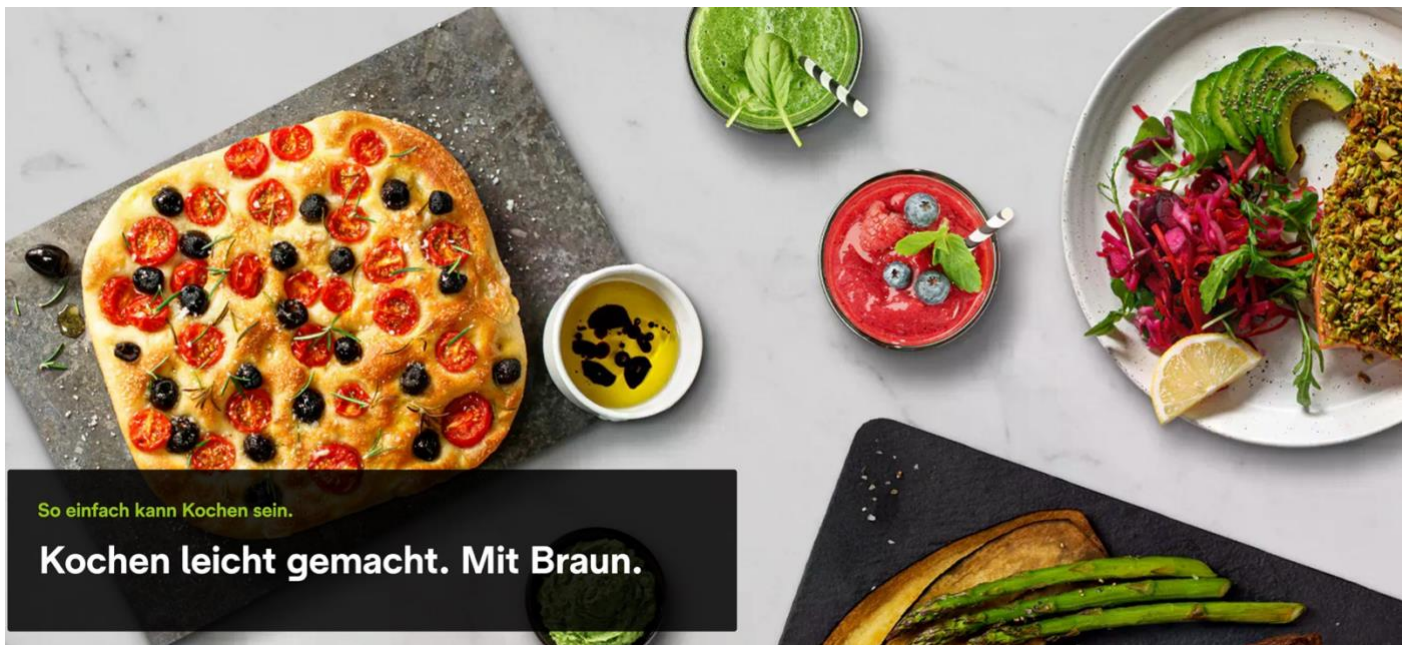


Kochen leicht gemacht: Braun startet neue Markenkampagne

- Neue produktübergreifende Kampagne positioniert Braun als einfachen Problemlöser für das alltägliche Kochen
- Dank Vielseitigkeit, unkomplizierter und intuitiver Bedienung sowie starker Leistung sind die Braun Produkte aus der Küche nicht mehr wegzudenken
- Mit der Kampagne soll die Markenbindung vertieft und neue Käufer:innengruppen gewonnen werden

(Neu-Isenburg, 5. November 2025) Egal, ob Single oder Familien, junge Erwachsene oder Berufstätige: Die Zubereitung von Mahlzeiten kann im Alltagstrubel ganz schön anstrengend und zeitintensiv sein. Mit einer neuen Markenkampagne zeigt Braun ab November, dass die richtigen Küchengeräten Leichtigkeit in das tägliche Kochen bringen. Gesundes, leckeres Essen auf Knopfdruck – vom Frühstückssmoothie bis hin zum leckeren Dip fürs Abendessen.



Ob Focaccia, Smoothie oder Steak – mit Braun wird jede Mahlzeit zum Genussmoment. (© Braun)

Braun als einfacher Problemlöser in der Küche

Die neue Kampagne positioniert Braun als einfachen Problemlöser in der Küche, der jede:n dabei unterstützt, gesunde und nahrhafte Mahlzeiten ohne großen Aufwand zuzubereiten. Dabei richtet sich das Unternehmen bewusst nicht nur an Kochbegeisterte, sondern an alle Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen – von jungen Erwachsenen, die nach Inspiration und Unterstützung suchen, bis hin zu berufstätigen Eltern mit wenig Zeit.

Für jede Anforderung die richtige Lösung

Vier Geräte, ein Ziel: mühelos gutes Essen. Der MultiQuick 9 Stabmixer übernimmt gleich mehrere Aufgaben auf einmal – vom luftigen Teig bis zur cremigen Suppe – und sorgt für weniger Chaos in der Küche. Die MultiFry 5 3 in 1 bringt gesunde Vielfalt auf den Teller: Frittieren, Backen oder Grillen – alles gelingt mit einem Gerät. Mit dem PowerBlend 9 Standmixer wird aus frischem Obst ein Smoothie und aus Gemüse eine feine Suppe oder nahrhafter Babybrei. Und wenn's heiß hergeht,

sorgt der MultiGrill 9 Pro ganz einfach für saftige Steaks, knackiges Grillgemüse und goldbraune Pancakes.



BRAUN
MultiQuick
9

**Vielseitigkeit
leicht gemacht.
Mit dem Braun
MultiQuick 9.**



Mit Braun wird Kochen ganz einfach – für mühelose, leckere Mahlzeiten im Alltag. (© Braun)

„Mit der neuen Markenkampagne setzen wir unsere Positionierung als Marke für leichtes Kochen konsequent fort. Wir zeigen, dass Design bei Braun nicht nur eine Frage der Ästhetik, sondern des Alltagsnutzens ist. Unser Ziel ist es, Konsument:innen auf ihrer gesamten Kochreise zu begleiten – von der Inspiration bis zum fertigen Gericht“, erklärt **Kirsten Winhuysen, Brand & Media Managerin Braun**.

Kampagne für mehr Wiedererkennbarkeit

Die neue Kampagne setzt auf eine konsistente, Brand-first ausgerichtete Kommunikation und stellt den praktischen Nutzen der Produkte in den Vordergrund. Herzstück sind Markenfilme, die die Einfachheit und Vielseitigkeit der Braun-Geräte im Alltag mit einem Augenzwinkern inszenieren. Vom PoS bis hin zu den gängigen sozialen Medien: Mit dem breit angelegten Markenauftritt stärkt Braun die mentale Verfügbarkeit, erhöht die Wiedererkennbarkeit der Marke und schafft stärkere Abstrahleffekte über das gesamte Portfolio hinweg. Ziel ist es, neue Käufer:innengruppen zu gewinnen und die Markenbindung im relevanten Kaufmoment zu vertiefen.

Die Markenfilme sind hier zu sehen:

<https://www.youtube.com/watch?v=WXpa17IKINw>

<https://www.youtube.com/watch?v=Ij3TUsEuRDo>

Weitere Informationen zur Kampagne und den Produkten finden Interessierte unter: braunhousehold.com/de-de/kochen-leicht-gemacht.

Bildmaterial und weitere Informationen finden Sie im [De'Longhi 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 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.com 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

Julia Hildner
pressoffice.germany@delonghigroup.com