

DE'LONGHI LAUNCHT NEUE GLOBALE PERFETTO-KAMPAGNE MIT BRAD PITT UNTER DER REGIE VON SPIKE JONZE

- Hollywood trifft Alltagsritual: Star-Regisseur Spike Jonze inszeniert Brad Pitt in einem humorvollen Spot über persönliche Kaffeemomente statt starrer Perfektion.
- Heiß & Kalt auf Knopfdruck: Die Eletta Ultra bereitet über 50 heiße und kalte Kaffeespezialitäten zu – perfekt für Trendfans von Cold Brew bis hin zu Liebhabern echter Klassiker.
- Marktführer mit klarem Fokus: De'Longhi unterstreicht seinen Markterfolg in Deutschland und zeigt, dass wahrer Genuss so individuell ist wie der eigene Geschmack.

(Neu-Isenburg, 16. September 2026) Für die neue globale Kampagne holt De'Longhi Hollywood-Star Brad Pitt und Oscar-Preisträger Spike Jonze (Her, Being John Malkovich) zusammen. Pitt kehrt als Markenbotschafter zurück, während Jonze die Regie des Spots übernimmt. Die gemeinsam mit der Agentur LOLA Madrid entwickelte Kampagne setzt auf humorvolles Storytelling und rückt das individuelle Kaffeeerlebnis in den Mittelpunkt. Im Fokus des deutschen Marktes steht dabei der Kaffeevollautomat Eletta Ultra.



Always Perfetto – Brand Ambassador Brad Pitt zelebriert individuellen Kaffee-Genuss in der neuen Kampagne. (©De'Longhi)

Humorvolles Storytelling statt Standard-Perfektion

Im Mittelpunkt des Films steht Brad Pitt in einer turbulenten WG-Szenerie mit 16 eigenwilligen

Mitbewohnern – seinen Hunden –, die jeden seiner Schritte kommentieren. Pitts tägliche Oase im Trubel: der perfekte Kaffee auf Knopfdruck. Unter der Leitidee „There is no single perfect coffee – only your own Perfetto“ zelebriert De'Longhi persönliche Vorlieben statt standardisierter Perfektion.



Paw Patrol: Brad Pitt wird von seinen vierbeinigen Freunden auf Schritt und Tritt beobachtet. (©De'Longhi)

„Kaffeegenuss ist individuell. Spike Jonze hat diese Philosophie im neuen Spot auf den Punkt gebracht“, erklärt Susanne Haring, Geschäftsführerin De'Longhi Deutschland & Österreich. „Als Marktführer bei Kaffeefullautomaten feiern wir die persönlichen Vorlieben unserer Kunden. Wir zeigen, dass De'Longhi beide Welten perfekt beherrscht – ob heiß oder kalt.“



Dank LatteCrema Hot & Cool Technologie zaubert die Eletta Ultra über 50 heiße & kalte Kaffeerezepte auf Knopfdruck. (©De'Longhi)

Hot & Cold: Strategischer Fokus auf die Eletta Ultra

Mit dem Claim „Hot & Cold – always perfetto“ unterstreicht De'Longhi seine Technologie für Heiß- und Kaltgetränke. Als Hero-Produkt im deutschen Markt vereint die Eletta Ultra beide Welten: Sie bedient die steigende Nachfrage nach Cold-Brew-Trends ebenso wie nach klassischen Kaffeespezialitäten. Ausgestattet mit der LatteCrema Hot & Cool Technologie bereitet der Premium-Vollautomat über 50 heiße und kalte Kaffeerezepte auf Knopfdruck zu – immer mit der perfekten Milchschaumkonsistenz.

Integrierter Crossmedia-Flight

Die Kampagne startet im September und wird über einen reichweitenstarken Crossmedia-Mix aus Broadcast (TV), Digital und Social Media ausgerollt. Die Arbeit führt die erfolgreiche globale Markenplattform „Perfetto“ fort und vertieft die langfristige kreative Partnerschaft zwischen De'Longhi und der Agentur LOLA Madrid.

Mehr zur Kampagne finden Sie auf der [De'Longhi Website](#) sowie auch im [De'Longhi Newsroom](#) für weitere Informationen inkl. Bildmaterial.

DēLonghi Group



KENWOOD

BRAUN

nutribullet.

Über die De'Longhi Group:

Die italienische De'Longhi Group gehört zu den führenden Unternehmen in der Branche der Elektro-Haushalt-Kleingeräte. Mehr als 10.000 Mitarbeiter:innen in mehr als 30 Ländern erwirtschafteten im Jahr 2025 einen Umsatz von 3,8 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. Im Dezember 2020, übernahm das Unternehmen die in den USA ansässige Capital Brand Holding, Inhaberin der Marken nutribullet und magic bullet. Zuletzt übernahm die De'Longhi Group 2024 La Marzocco, einen der weltweit führenden Anbieter von professionellen halbautomatischen Kaffeemaschinen.

Die De'Longhi Deutschland GmbH beschäftigt in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main rund 135 Mitarbeiter:innen. Mit führenden Marken in den Geschäftsbereichen Kaffee, Food-Preparation, Klimageräte, Luftbehandlung sowie Bügeln konnte das Unternehmen seinen Umsatz in den letzten Jahren kontinuierlich und 2024 deutlich über Marktniveau steigern. Das Unternehmen vertreibt Premium Markenprodukte von De'Longhi, Kenwood, Braun und nutribullet und setzt im deutschen Markt auf eine Brand-First Strategie.

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

haebmau AG
Franz-Joseph-Straße 1
80801 München

Paula Blain
delonghigroup@haebmau.de

Kontakt De'Longhi

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

Dragana Sdorra
pressoffice.germany@delonghigroup.com