

HEISS. KALT. PERFETTO. BRAD PITT UND SPIKE JONZE SCHREIBEN EIN TIERISCH GUTES KAPITEL FÜR DE'LONGHI

- Der neue Kampagnen-Spot feiert den persönlichen Kaffee-Moment mit der De'Longhi Eletta Ultra und grenzenloser Freiheit

(Neu-Isenburg, 16. September 2026) Gibt es den einen perfekten Kaffee? Für De'Longhi lautet die Antwort klar: Nein. Es gibt nur das eigene „Perfetto“. In der neuen globalen Kampagne inszeniert Oscar-Preisträger Spike Jonze Hollywood-Star Brad Pitt in seinem ganz normalen Alltagstrubel – umgeben von 16 Hunden. Seine unkomplizierte Atempause: der eigene Lieblingskaffee auf Knopfdruck. Statt vorgegebener Perfektion setzt De'Longhi auf die eigene Vorliebe – und feiert Kaffee als individuelles Ritual für jeden Moment.



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

Humorvolles Storytelling: Brad Pitt und Spike Jonze für De'Longhi

Im Mittelpunkt der Kampagne steht Brad Pitt in seinem lebhaften Zuhause – beobachtet von 16 Hunden, die als treue Mitbewohner jeden seiner Schritte begleiten. Seine kleine Auszeit im Alltagsgewusel: der Lieblingskaffee auf Knopfdruck. Oscar-prämierter Regisseur von „Her“ und „Where the Wild Things Are“ Spike Jonze fängt dieses Szenario mit feinem Humor ein und bringt seinen Blick für das Emotionale auf den Punkt. Unter der Leitidee „There is no single perfect coffee – only your own Perfetto“ zeigt De'Longhi, dass Kaffee viel mehr ist als nur ein Getränk: Ob cremiger Cappuccino am Morgen oder erfrischender Cold Brew am Nachmittag – es ist ein persönliches Ritual, ganz nach eigenem Geschmack und der jeweiligen Stimmung.



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

Eletta Ultra: Lieblingskaffee auf Knopfdruck

Als Hero-Produkt der Kampagne vereint die Eletta Ultra zeitloses Design und eine inspirierende Rezeptvielfalt. Der Kaffeevollautomat mit Hot & Cold Technologie verwandelt das Zuhause in das Lieblingscafé: Der persönliche Perfetto-Moment mit dem individuellen Lieblingsgetränk, wann immer er gebraucht wird. Mit über 50 heißen und kalten Kaffee Rezepten – von beliebten Klassikern bis zu modernen Signature Drinks und erfrischendem Cold Brew – passt sich der Vollautomat dem individuellen Lebensstil an. Das italienische Premium-Design fügt sich als ästhetisches Highlight in jede Küche ein, während die Silent Technology bei der Zubereitung für angenehme Ruhe sorgt.



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

Technische Details Eletta Ultra

Hinter dem zeitlosen Design der Eletta Ultra steckt modernste Technik. Die Highlights:

- Silent Technology für eine besonders leise Kaffeezubereitung
- Cold Extraction Technology zaubert echten Cold Brew in unter 5 Minuten
- Personalisierung: 4 Nutzerprofile + Familienprofil für schnellen Zugriff auf dein Lieblingsgetränk
- LatteCrema Hot & LatteCrema Cool: Milchschaum für heiße und kalte Milchgetränke

Alle Informationen inkl. Bildmaterial finden Sie auch im [De'Longhi Newsroom](#).

De'Longhi 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