

De'Longhi Deutschland startet größte, crossmediale Werbekampagne der Firmenhistorie

Kaffeevollautomaten-Marktführer lüftet das Geheimnis um die ideale Milchschaumkomposition

(Neu-Isenburg, Oktober 2019) Milchschaum ist eine Wissenschaft für sich. Das zeigt die neue kanalübergreifende Kampagne von De'Longhi. Mit der bisher größten Werbekampagne in der Firmenhistorie erlaubt die De'Longhi Deutschland GmbH erstmals Einblicke in das geheime „Kaffee-Labor“ des Kaffeeexperten, in dem Ingenieure den perfekten Kaffeegenuss erforschen. Die crossmedial entlang der Customer Journey konzipierte Kampagne besteht aus TV-Spots, Online-Videos und Social Media Inhalten. Dadurch werden circa eine Milliarde Bruttokontakte erreicht, allein etwa 500 Millionen in der achtwöchigen TV-Ausstrahlung. Die von der Kreativagentur M&C Saatchi entwickelte Kampagne startet ab Kalenderwoche 43 mit dem 25-sekündigen Spot im TV auf reichweitenstarken Sendern wie ARD, ZDF, RTL, Sat.1, VOX, Sport1 und Sky zur Prime Time. Die Media-Planung der Kampagne wurde von der Düsseldorfer Agentur MediaCom durchgeführt. Als digitale Verlängerung des TV Flights werden weitere Online-Videos zum Beispiel auf YouTube ausgespielt, die die Geschichte konsequent weitererzählen und jeweils einen anderen Aspekt des „perfekten“ Milchschaums beleuchten. Entsprechendes Content Marketing in den sozialen Netzwerken komplettiert das Kampagnenkonzept. Zusätzlich unterstützen umfangreiche Point-of-Sale-Maßnahmen im stationären Handel, darunter eine Endkunden-Promotion mit 30-Tage-Geld-zurück-Garantie für De'Longhi Kaffeevollautomaten mit LatteCrema System, den Marketing-Mix.

„Mit unserer neuen crossmedialen Werbekampagne geben wir den Startschuss für einen innovativen Kommunikationsansatz. Im Mittelpunkt der humoristischen Spots stehen dabei unser ausgezeichnetes LatteCrema Milchschaumsystem und das Geheimnis hinter der Komposition des cremig-feinporigen De'Longhi ‚Traumschaums‘. Nicht umsonst wurden unsere Kaffeevollautomaten von Stiftung Warentest bereits das zweite Jahr in Folge für den besten Milchschaum im Test gelobt“, so Markus Schwichtenberg, Brand Manager De'Longhi.



Better Everyday

[Download Bildmaterial](#)



Der perfekte Milchschaum ist eine Wissenschaft für sich



„Traumschaum“ von De'Longhi



Markus Schwichtenberg, Brand Manager De'Longhi

mehr >>

Charmante Kaffee-Ingenieure gehen dem ultimativen Milchschaumergebnis auf den Grund

Kaffe ESPECIALITÄTEN wie Cappuccino oder Latte Macchiato mit ihrem samtig weichen Milchschaum sind nicht nur ein Genuss für alle Sinne – sie sind auch Ausdruck der italienischen Lebensart. Da darf auch De'Longhi in seiner Werbekampagne die Kreation des perfekten Milchschaums mit einem italienischen Augenzwinkern aufgreifen: Die Zuschauer sehen in unterhaltsamen Laborversuchen den Unterschied zwischen einem Standard-Cappuccino und einem perfekten Milchschaum-Cappuccino von De'Longhi. Denn nur die Kombination verschiedener Faktoren wie der idealen Temperatur und dem optimalen Mischungsverhältnis aus Luft, Dampf und Milch ergibt den perfekten, feinporigen Milchschaum. Die Botschaft des Spots ist dabei klar: „Wir nehmen Kaffeegenuss ernst und nur mit dem LatteCrema System gelingt Milchschaum perfekt auf Knopfdruck“. Die in Tallinn (Estland) gedrehte Kampagne klärt auf sympathische Art und Weise darüber auf, dass viel Know-How und Leidenschaft hinter dem perfekten Milchschaum stecken und Kaffeeliebhaber sich nur mit dem Besten zufrieden geben sollten.

Produkthero: De'Longhi Kaffeevollautomaten-Sortiment mit LatteCrema System

Im Zentrum des Werbespots stehen die Alleinstellungsmerkmale des ausgezeichneten LatteCrema Systems von De'Longhi, mit dem viele Kaffeevollautomaten des Marktführers ausgestattet sind: In dem einzigartigen Milchaufschäumsystem entsteht für jede Milchkafeespezialität besonders cremiger Schaum dank des optimalen Verhältnisses von Dampf, Milch und Luft. Zusätzlich lässt sich mit dem Vario-Drehregler die Konsistenz für jedes Getränk ganz unkompliziert und individuell einstellen. Die Kernbotschaft der Kampagne zahlt darauf ein, dass erst der perfekte Milchschaum einen Cappuccino oder Latte Macchiato zum höchsten Geschmackserlebnis werden lässt. „Unsere interne Marktforschung zeigt, dass der Cappuccino noch vor dem Latte Macchiato das Lieblings-Milchkafeetränk der Deutschen ist. In der klassischen Heißgetränkezeit im Winter ist für uns als Kaffeevollautomaten-Marktführer somit Hochsaison. Unser Ziel ist es daher, mit der neuen Werbekampagne die Konsumenten in ihrem Kaufentscheidungsprozess frühzeitig anzusprechen, zu inspirieren – und natürlich auch gut zu unterhalten“, sagt René Némorin, Marketing Director De'Longhi Deutschland GmbH, der für die Kampagne in Deutschland verantwortlich zeichnet.



Better Everyday



LatteCrema
Milchaufschäumsystem von
De'Longhi



René Némorin, Marketing Director
De'Longhi Deutschland GmbH

YouTube Links zu TV Spots sowie Online Spots:

- [25“ TV Spot](#)
- Online Spot „[Einfache Reinigung](#)“
- Online Spot „[Perfekte Cremigkeit](#)“
- Online Spot „[Schaumdichte](#)“



Weitere Informationen sind auf der Website www.delonghi.de abrufbar.

Über De'Longhi:

Der italienische Elektrokonzern De'Longhi S.p.A. gehört zu den führenden Unternehmen seiner Branche. Mehr als 8.500 Mitarbeiter erwirtschafteten im Jahr 2018 über 2,07 Milliarden Euro Umsatz. Vom italienischen Treviso aus verkauft das Unternehmen seine Produkte weltweit, in über 100 Ländern. Das Sortiment umfasst Hunderte verschiedener Artikel, von der Espressomaschine über Bodenpflege bis hin zu mobilen Klimageräten. Seit 2001 gehört die Kenwood Appliances Plc. vollständig zu De'Longhi und die Aktien des Unternehmens werden an der Mailänder Börse gehandelt. 2012 erwarb De'Longhi von Procter & Gamble die Markenrechte an den Haushaltsgeräten der Traditionsmarke Braun.

Die De'Longhi Deutschland GmbH beschäftigt in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main knapp 130 Mitarbeiter. Solide aufgestellt in den vier Geschäftssparten Heizen/Klimageräte/Luftbehandlung, Bügeln/Bodenpflege, Espresso/Kaffee und Food-Preparation konnte das Unternehmen seinen Umsatz in den letzten Jahren kontinuierlich steigern, im Jahr 2018 auf 280,8 Millionen Euro. Das Unternehmen vertreibt Premiummarkenprodukte von De'Longhi, Kenwood und Braun und setzt im deutschen Markt auf eine Dreimarkenstrategie aus einer Hand.

Informationen über die Unternehmen der De'Longhi Group sind auf den Websites www.delonghi.com, www.kenwoodworld.com und www.braunhousehold.de abrufbar.



De'Longhi Kaffee-Ingenieure aus der neuen Werbekampagne

Kontakt Grayling

Grayling Deutschland GmbH
Bleichstraße 52-56
60313 Frankfurt a.M.
www.grayling.com

Vivian Weitz

Delonghi-team@grayling.com
Tel.: +49 69 96 221943

Kontakt De'Longhi

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

Maria Mahler

maria.mahler
@delonghigroup.com