

## Weiter auf Erfolgskurs: De'Longhi Deutschland setzt mit Neuheiten-Feuerwerk auf fortlaufendes Wachstum

(Neu-Isenburg, 27. August 2020) Abweichend von der Tradition, neue Produkte im Rahmen der IFA in Berlin vorzustellen, zündete De'Longhi Deutschland bereits heute, eine Woche vorher, ein Neuheiten-Feuerwerk und machte damit auch deutlich, dass der erfolgreiche Wachstumskurs des ersten Halbjahrs weiterverfolgt wird. Vorgestellt wurden unter anderem ein neuer Premium-Kaffeefullautomat, zwei Küchenmaschinen, die das Premium-Segment von Kenwood erweitern und ein neuer High-End-Stabmixer von Braun.

### Groß angelegte Media-Kampagnen und starke Verkaufsförderungsmaßnahmen

Mit den neuen Produkten will De'Longhi seinen Erfolgskurs des ersten Halbjahres fortsetzen und plant dafür umfassende Maßnahmen für Sichtbarkeit durch Kommunikation und Verkaufsförderung. René Némorin, Marketing Director von De'Longhi Deutschland: „Wir werden im vierten Quartal massiv investieren und erstmalig parallel mit großen, nationalen Kampagnen aller drei Marken unsere Hauptkategorien Küchenmaschinen, Stabmixer sowie Kaffeevollautomaten mit voller medialer Kraft unterstützen. Zudem werden wir unsere digitalen Plattformen und Services weiter ausbauen – der Startschuss fällt heute mit dem GoLive der Neuheiten auf unseren Websites – und auch unsere erfolgreichen digitalen Produktberatungen werden wir verstärken. Nicht zuletzt intensivieren wir unsere Zusammenarbeit mit dem Handel mit starken Verkaufsförderungsmaßnahmen, Mehrwertaktionen für alle drei Marken und neuen POS-Elementen, die unsere Partner bei der Vermarktung entsprechend unterstützen werden.“

### Neues Vertriebskonzept Grundlage für Erfolg und Vertrauen

Susanne Harring, Commercial Director von De'Longhi Deutschland ergänzt: „Wir haben unsere Versprechen im ersten Halbjahr gehalten. Wir haben uns neu aufgestellt und durch die Trennung des Bereiches Electronic Retail in ein Team für Media Saturn und eine dedizierte Vertriebsmannschaft aus Key Account Managern, Regionalleitern und 14 Außendienstlern nur für den Fachhandel eine schlagkräftige Truppe auf den Weg gebracht. Zudem sind wir sehr stolz, dass wir das Vertrauen und die Unterstützung des Handels in unsere Premiumstrategie durch striktes Channelizing, klare Portfoliostrategie und innovative POS-Konzepte gewinnen konnten. Dass diese Strategie aufgeht, zeigen die deutlich gestiegenen Durchschnittspreise im Handel für z.B. Kaffeevollautomaten.“



René Némorin, Marketing  
Director De'Longhi  
Deutschland



Susanne Harring,  
Commercial Director,  
De'Longhi Deutschland

Auch im zweiten Halbjahr setzen wir diesen Weg mit selektiver Vermarktung ausgewählter Highlight-Produkte und einem Großaufgebot an Aktionen und Maßnahmen für unsere Handelspartner fort. Nach exklusiven Live-Demonstrationen unserer Neuheiten in den Zentralen unserer Handelspartner folgt ab Mitte September unsere groß angelegte Fachhandels-Roadshow.“ 50 Standorte und Gespräche mit 250 Fachhandelspartnern stehen auf dem Programm der geplanten „Upgrade your Life Cube Tour“. Parallel sollen noch im September die ersten Neuheiten an den Fachhandel ausgeliefert werden.

### **Neue Highlight-Produkte in den Erfolgskategorien Kaffeefullautomaten, Küchenmaschinen und Stabmixer**

Die De'Longhi PrimaDonna Soul, die das Marktwachstum im Premiumsegment der Kaffeefullautomaten weiter antreiben wird, punktet mit der neuartigen Bean Adapt Technology, die für eine optimale Anpassung der Brühparameter an die verwendeten Kaffeebohnen, den Röstgrad und die persönlichen Präferenzen des Nutzers sorgt. Die Cooking Chef XL und die Titanium Chef Patissier XL von Kenwood versprechen, den Markt für Küchenmaschinen weiter zu dominieren. Beide Geräte verfügen über clevere Funktionen wie einer integrierten Waage, Bedienung über Touch Display und App sowie Induktions- bzw. Wärmefunktion zum Backen bzw. Kochen. Der neue Braun MultiQuick 9 setzt auf mehr Leistung, neue Technologien zur Geschwindigkeitsreglung und auf ein nochmals erweitertes Zubehör-System.

### **Überdurchschnittliches Wachstum im ersten Halbjahr**

Während der Markt für Elektrokleingeräte\* im 1. Halbjahr in Deutschland um 10,4% im Wert zulegen konnte, konnte die De'Longhi Gruppe sogar 15,2% und somit deutlich stärker als der Marktdurchschnitt wachsen. Getrieben wurde diese Entwicklung bei De'Longhi insbesondere von den Produktkategorien Kaffeefullautomaten, mit einem Wachstum von 17,2% und Küchenmaschinen, die ein Wachstum von 44,2% verzeichnen konnten.

„Das Wachstum auch über Marktdurchschnitt zeigt klar, dass sowohl unsere Produkte als auch die direkte und antizyklische Ansprache der Kunden in den letzten Monaten hervorragend angenommen wurde und wir hier gemeinsam mit unseren Handelspartnern entsprechend erfolgreich agieren konnten“ unterstreicht René Némorin die positive Entwicklung in den letzten Monaten.

„Wir waren auch während des Lockdowns in der Lage, unsere Produktions- und Lieferprozesse sehr flexibel und agil anzupassen und konnten auf den Bedarf vergleichsweise gut und vor allem schnell reagieren. Zudem haben wir uns mit dem Handel eng abgestimmt, mit welchen Produkten wir den wachsenden Bedarf decken können und



*PrimaDonna Soul*



*Cooking Chef XL*



*Titanium Chef Patissier XL*



*MultiQuick 9*



*TexStyle 5*

[Bildmaterial zum Download hier](#)

haben Konzepte entwickelt, trotz Lockdown die gestiegene Kundennachfrage zu bedienen.“ schließt Susanne Haring ab.

\*unabhängiges Marktforschungsinstitut, Verkaufszahlen in Umsatz Januar – Juni 2020 vs. Vorjahr

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

#### PR Agentur

Current Global  
CMGRP Deutschland GmbH  
Karlstraße 68  
80335 München  
Tel.: +49 (0)89 380179 0  
[TeamDeLonghi@currentglobal.com](mailto:TeamDeLonghi@currentglobal.com)

#### Kontakt De'Longhi

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

#### Anika Zinn

[anika.zinn@delonghigroup.com](mailto:anika.zinn@delonghigroup.com)

#### Maria Mahler

[maria.mahler@delonghigroup.com](mailto:maria.mahler@delonghigroup.com)