

De'Longhi startet größte Media-Kampagne des Jahres und attraktive Mehrwert-Aktion mit 5 Jahren Herstellergarantie

(Neu-Isenburg, 15. September 2020) Mit der PrimaDonna Soul bringt De'Longhi die neue, einzigartige Bean Adapt Technology in den deutschen Markt – und unterstützt dies mit einer umfangreichen Media-Kampagne. Im Fokus steht der neue Product Hero und getreu nach dem Motto „Straight to the Soul of Coffee“ dreht sich bei der breit angelegten Kampagne alles um die Seele der Kaffeebohne. Dabei setzt De'Longhi nicht nur auf Bewegtbildformate, auch Social-Media-Aktivitäten, Multiplikatoren, PR-Kampagnen und eine verkaufsfördernde Mehrwert-Aktion sind Teil der Marketingstrategie für das vierte Quartal.

Crossmediale Kampagne verzahnt TV, Web und Fachhandel

Die großangelegte Media-Kampagne baut auf einem TV-Spot auf, der ab KW 40 über drei Monate lang auf reichweitenstarken Sendern ausgestrahlt wird. Darin dringen Zuschauer*innen ganz in die Seele der Kaffeebohne vor und verstehen, wie die Bean Adapt Technology durch Optimierung der Mahl- und Brühparameter nur die besten Aromen aus den Kaffeebohnen in die Tasse zaubert.

Flankiert wird der Spot von parallel ausgespielten digitalen Maßnahmen, darunter Onlinevideos, klassische Bannerwerbung, Social Media und Content Marketing. Darüber hinaus lanciert De'Longhi eine separate Coffee Lounge Plattform, auf der Interessierte ihr Kaffeefachwissen zu Bohnenvarietäten, Kaffeeanbau und -verarbeitung erweitern können.

Mehrwert-Kampagne, Live-Demos und starke PoS-Aktivierung

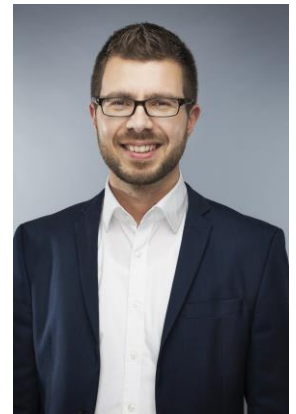
Zusätzlich zu den Media-Aktivitäten startet De'Longhi eine viermonatige Mehrwert-Aktion und setzt dabei auf die Qualität seiner Produkte. Zwischen dem 15. September 2020 und dem 15. Januar 2021 erhalten Käufer mit der 5 Jahre Herstellergarantie einen besonderen Kaufanreiz. Die Garantie-Aktion gilt für viele neuerworbene Premium-Geräte der Produktfamilien Dinamica Plus, PrimaDonna S Evo, PrimaDonna Class, PrimaDonna Soul, PrimaDonna Elite und Maestosa.

„Mit der neuen Kampagne will De'Longhi nicht nur zur besten Sendezeit und umfassend online Präsenz zeigen, sondern mit der zusätzlichen Mehrwert-Aktion auch im Handel Impulse setzen und den Konsumenten einen starken Kaufanreiz bieten. Mit 5 Jahren Herstellergarantie unterstreichen wir unsere Expertise als langjähriger Marktführer für Kaffeevollautomaten“, sagt Markus Schwichtenberg, Brand Manager der Marke De'Longhi.

Parallel werden im September die ersten Neuheiten an den Fachhandel ausgeliefert. Mit neuen Möbeln und umfangreichen PoS-Materialien sorgt De'Longhi für starke Präsenz am PoS und unterstützt so seine



Die neue PrimaDonna Soul, Herzstück der Media-Kampagne



Markus Schwichtenberg,
Brand Manager De'Longhi



PoS-Mehrwert-Kampagne:
5 Jahre Herstellergarantie

[Bildmaterial zum Download hier](#)

PRESSEINFORMATION



Better Everyday

Handelspartner vor Ort. Speziell für Fachhandelspartner gibt es im vierten Quartal exklusive Live-Demonstrationen der Neuheiten. Auch online wird es neue Training-Videos und Webinare zur Produktvorführung geben.

Hier finden Sie den Werbespot zu De'Longhis PrimaDonna Soul: [„Straight to the Soul of Coffee“](#)

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.

PR Agentur

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

Kontakt De'Longhi

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

Anika Zinn

anika.zinn@delonghigroup.com

Maria Mahler

maria.mahler@delonghigroup.com