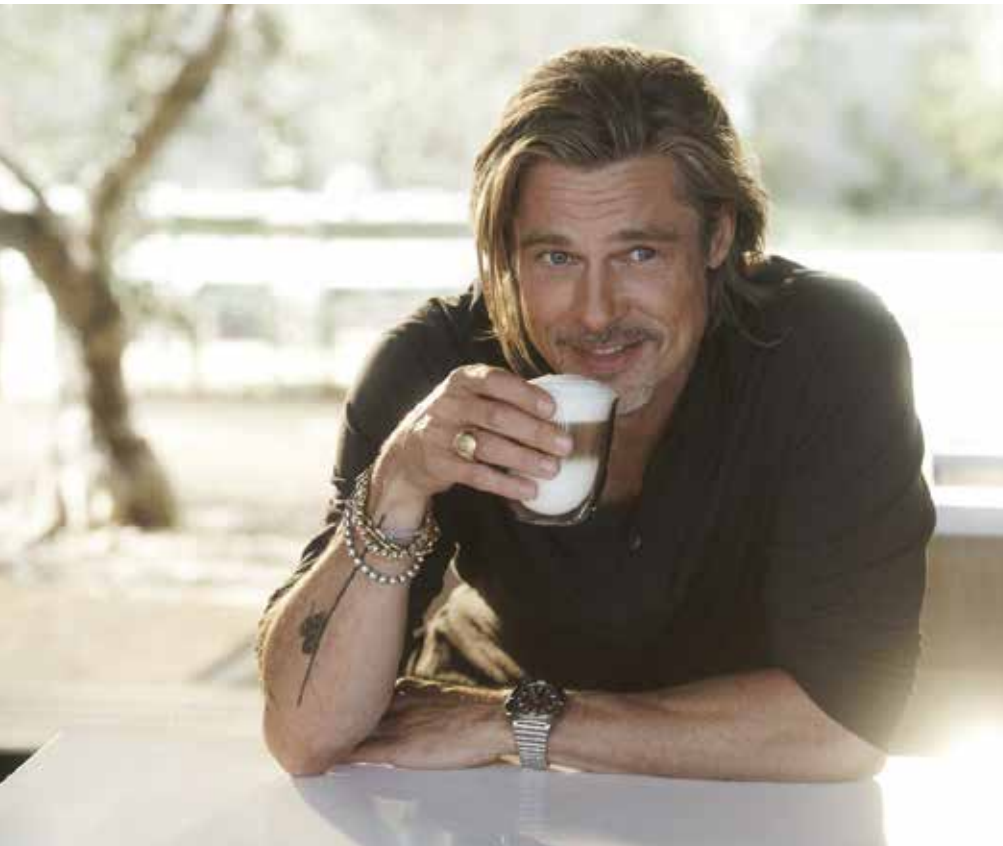


De'Longhi startet erste internationale Kampagne Brad Pitt als Hauptdarsteller



Kein Geringerer als Hollywood-Superstar Brad Pitt findet seine mit einem De'Longhi Vollautomaten zubereitete Kaffeespezialität „perfetto“.

Mit Brad Pitt als Hauptdarsteller startet De Longhi im September die erste internationale Kampagne der Firmengeschichte. Der Marktführer im Bereich Kaffeevollautomaten bringt dabei nicht nur TV Spots mit dem Hollywood-Superstar ins Fernsehen und in Social Media Kanäle, sondern ergänzt diese Auftritte auch mit einer Out-of-Home Kampagne. Der Fachhandel wird dabei mit einer großen Merchandise-Tour und neuen PoS-Materialien sowie fünf Jahren Garantie für ausgewählte Aktionsgeräte unterstützt.

Mit der Werbeinvestition will sich das Unternehmen weltweit und in Deutschland als führende Kaffeemarke positionieren. Die markante

Persönlichkeit von Brad Pitt soll dabei einen hohen Wiedererkennungswert gewährleisten und das Markenimage weiter positiv aufladen.

„De'Longhi konnte in den letzten Jahren außergewöhnliches Wachstum verzeichnen - insbesondere Kaffeemaschinen haben dabei eine zentrale Rolle gespielt“, erklärt Massimo Garavaglia, CEO der De'Longhi Group. „Wir sehen in Brad Pitt den perfekten Markenbotschafter, um De'Longhi weltweit zu repräsentieren – er verkörpert die Quintessenz unserer Marke: mutig und international, aber gleichzeitig anspruchsvoll und elegant.“

„In Deutschland sind wir der einzige Hersteller, der Kaffeevollautomaten vom Preiseinstieg bis in die Premiumklasse bietet“, fügt Susanne Harring, Geschäftsführerin De'Longhi Deutschland GmbH, hinzu. „Die Nachfrage im Premiumsegment nimmt immer mehr zu, weshalb wir uns in dieser Preisklasse bereits seit einigen Jahren stärker aufstellen.“ Hier sieht Harring auch die stärkste Verbindung zwischen der Marke De'Longhi und ihrem Ambassador Brad Pitt: „Er ist der Premium-Botschafter einer Premium-Marke.“

Einfach „Perfetto“

Mit dem italienischen Wort „perfetto“ drückt der Hollywood Star in den Spots nach der Zubereitung eines Kaffeespezialität den Anspruch von De'Longhi aus, Kaffeetrinkern den vollkommenen Genuss zu bieten. Um das zu erreichen, arbeitet das Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von der Bohne bis

in die Tasse mit Kaffee-Experten zusammen, um für jede Sorte, jeden Röstgrad und jede individuelle Präferenz das Beste zu bieten. Besonders deutlich wird das beim Flaggschiff-Vollautomaten PrimaDonna Soul und der Siebträgermaschine La Specialista Maestro, denn diese beiden Modelle sind mit der innovativen Bean Adapt Technology von De'Longhi ausgestattet. Damit ist es möglich, über die Coffee Link App die besten Einstellungen für die verwendeten Bohnen zu ermitteln, damit die Maschine die wichtigsten Parameter für die Zubereitung elektronisch einstellen kann, um der Bohne ihren vollen Geschmack zu entlocken. Nachdem De'Longhi die Bean Adapt Technology vor einem Jahr zuerst in den Flaggschiff-Vollautomaten PrimaDonna Soul eingebaut hatte, kam im Juni dieses Jahres mit der La Specialista Maestro auch eine Siebträgermaschine mit diesem Feature hinzu. Sie bringt Kaffeeliebhabern echtes Barista-Feeling nach Hause, und zwar ohne Frust, denn ihre Funktionen machen die Zubereitung authentischer Kaffeespezialitäten wirklich einfach: Die Bean Adapt Technology sorgt für die optimale Abstimmung der Brühparameter – vom idealen Mahlgrad über die richtige Dosierung bis zur besten Temperatur, um den Kaffeebohnen jede Nuance ihres Aromas zu entlocken. Für Milchschaum-Fans bietet die La Specialista Maestro zudem gleich zwei erstklassige Alternativen: Das LatteCrema-System für cremigen Milchschaum auf Knopfdruck und eine professionelle Dampfpflanze.



Auch für das De'Longhi Flaggschiff PrimaDonna Soul gibt es im Rahmen der Kampagne eine Garantieverlängerung auf fünf Jahre.

Das Flaggschiff: PrimaDonna Soul

Wer auf den besonderen Komfort und die Vielfalt eines Kaffeevollautomaten Wert legt, ist mit dem De'Longhi Flaggschiff PrimaDonna Soul richtig beraten. Denn dieses Premiumprodukt ist nicht nur mit der Bean Adapt Technology ausgestattet, sondern auch mit einem großen TFT-Touchdisplay, das die Bedienung zum Kinderspiel macht. Hier lassen sich nicht nur mit wenigen Fingertipps die individuellen Vorlieben von bis zu fünf Menschen festlegen und abrufen. Die Kaffee-rezepte werden auch nach der

Häufigkeit ihrer Zubereitung sortiert und das Latte Crema System von De'Longhi sorgt für perfekten, cremigen Milchschaum, dessen Konsistenz individuell eingestellt werden kann. Praktisch ist auch die Kannenfunktion, bei der ein Fingertipp genügt, damit bis zu sechs Tassen Kaffee in die mitgelieferte Kanne laufen.

Starkes Paket für den Point of Sale

Die Werbekampagne wird auch im Fachhandel ausgespielt und mit einer starken Mehrwertaktion aufgeladen. Für viele Aktionsmodelle, darunter auch der Flaggschiff-Vollautomat PrimaDonna Soul und die Siebträgermaschine La Specialista Maestro, gibt es bis zum 31.12.2021 eine Garantieverlängerung auf fünf Jahre ohne Mehrkosten. Für Aufmerksamkeit am PoS sorgen Aufsteller, Sticker und Poster.



Mit der La Specialista Maestro brachte De'Longhi im Juni die erste Siebträgermaschine mit Bean Adapt Technology auf den Markt.