

Kenwood sucht mit virtuellem Community Event Deutschlands talentierteste Hobbybäcker

(Neu-Isenburg, 09. Juni 2020) Kenwood sucht Deutschlands ambitionierteste Backtalente und ruft zum virtuellen Backwettbewerb für Hobbybäcker auf: dem Kenwood Back Award. Unterstützt von Chefkoch.de feiert der Küchenmaschinen-Hersteller damit die Passion fürs Backen und seine jahrzehntelange Tradition – denn die erfolgreiche Kenwood Chef-Serie hat dieses Jahr 70sten Geburtstag. Über 2.300 Anmeldungen sind für die digitale Aktion eingegangen.

Gelebte und liebevolle Familienmomente sind nicht nur in Zeiten von Corona ein wichtiger emotionaler Anker für viele Menschen. Ein leckerer, selbst gebackener Kuchen ist schon immer eine besondere Form der Zuneigung, der Genuss mit Tradition, Kreativität und Erinnerungen verknüpft. Genau dieses Gefühl ist seit 1947 die DNA des Küchenmaschinen-Herstellers Kenwood und steht im Fokus des ersten digitalen Community Events der Marke.

Kenwood Back Award: Große Bühne für Deutschlands Hobbybäcker

Gemeinsam mit Chefkoch.de, Europas größter Food-Plattform, ruft Kenwood Deutschlands ambitionierteste Backtalente und Hobbybäcker auf, sich mit ihrem Lieblingsrezept zu bewerben und die Familiengeschichte dahinter zu erzählen: Ob über Generationen weitergegebene Tortenklassiker, Großmutter's Lieblingskuchen im modernen Gewand oder eine besondere Erinnerung mit der ein ganz bestimmtes Gebäck verknüpft ist. Wer im Finale gegeneinander antreten darf, das kann die Community in der Votingphase maßgeblich mitbestimmen. Nach einer Vorauswahl durch Chefkoch und Kenwood, wählen die Nutzer durch Kommentare ihre beiden Favoriten, die dann im großen Finale ihre Backkünste unter Beobachtung einer fachkundigen Jury, die unter anderem aus den Experten von Kenwood und der Chefkoch-Redaktion besteht, unter Beweis stellen werden.

Aktivierung auf Europas größter Food-Plattform

Traditionsrezepte und Familienmomente, darum geht es beim Kenwood Back Award. Europas größte Food-Plattform Chefkoch.de ist der ideale Partner dafür. Denn auf dem zentralen Tummelplatz für Foodies in Deutschland treffen sich die Menschen, die Backen genauso lieben wie Kenwood. Für die Project Leads Claudia Zurmühlen, Brand Manager Kenwood und Anika Zinn, PR Specialist, war das Hauptaugenmerk, dass die digitale Community im Kern des Back Awards steht. So zählt der Kenwood Back Award nicht nur auf alle elementaren Aspekte der Marke, sondern auch auf die digitale Unternehmensstrategie von De'Longhi ein, unter der Kenwood firmiert.



René Némorin, Marketing
Director De'Longhi
Deutschland

„Nicht erst seit Corona sind Digitalisierung und die virtuelle Interaktion mit unseren Kunden für uns besonders relevant“, sagt René Némorin, Marketing Director der De'Longhi Deutschland GmbH. „Neben der Kommunikation auf unseren sozialen Kanälen und emotionalisierenden digitalen Kampagnen wie dem Kenwood Back Award, bieten wir interessierten Konsumenten weitere digitale Kontaktpunkte entlang des Kaufprozesses. So besteht zum Beispiel auf unserer Website die Möglichkeit zur persönlichen Produktberatung per Live Video Chat mit einem unserer Produktexperten und somit ein direkter digitaler Draht zu Marke und Produkten.“

Der Countdown für die Back-Champions läuft

Bis zum 07. Juni konnten Hobbybäcker ihre Lieblingsrezepte einreichen und ihre Kreativität und Traditionsverbundenheit unter Beweis stellen. Über 2.300 Anmeldungen sind dabei eingegangen. Aus allen Einsendungen werden nun die fünf besten Backrezepte als Semi-Finalisten durch die fachkundige Jury, bestehend aus den Experten von Kenwood und der Chefkoch-Redaktion, ausgewählt. Wer im Finale gegeneinander antreten darf, bestimmt die Community in der Votingphase. Der/die Erstplatzierte(r) wird final durch die Jury gekürt und erhält ein Preisgeld in Höhe von 5.000 Euro sowie eine Kenwood Küchenmaschine. Auch der/die Zweitplatzierte geht nicht leer aus und darf sich über eine Kenwood Küchenmaschine freuen.

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
TeamKenwood@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