

Neue Product Heros und Mehrwert-Aktion „myCHEF“ setzen starke Impulse für die laufende Marken-Kampagne „Kenwood can“

(Neu-Isenburg, 15. September 2020) Pünktlich zum 70sten Geburtstag der Chef-Serie stellte Kenwood kürzlich seine neuen Produkthighlights vor und schiebt mit ihnen die bereits im Juni gestartete Marken-Kampagne „Kenwood can“ noch einmal kräftig an. Erweitert werden die breit angelegten Mediabuchungen in TV und Online zudem mit der reichweitenstarken, crossmedialen Kooperation mit CHEFKOCH und der Endkunden-Mehrwert-Aktion „myCHEF“.

„myCHEF“: Mehrwert-Aktion für Backfans, die Vielfalt lieben

Neuestes Element der Kenwood-Marken-Kampagne ist die groß angelegte Mehrwert-Aktion „myCHEF“, die starke Impulse im Handel setzen soll. Vom 15. September 2020 bis 15. Januar 2021¹ können sich Kunden und Kundinnen durch den Kauf eines Kenwood Aktionsmodells zusätzlich Zubehör im Wert von bis zu 200 Euro² sichern. Die Registrierung erfolgt ganz einfach online: Der Kunde lädt seinen Kaufbeleg hoch und erhält nach der Prüfung sein gratis Zubehörpaket. Zubehör ist nicht umsonst Kern der Aktion, denn Vielfalt ist ein maßgebliches Kaufkriterium und Kenwood bietet für seine Küchenmaschinen mit mehr als 25 Teilen das umfangreichste Zubehör in der Kategorie an.

„Mit den Zubehörpaketen bieten wir Kunden und Kundinnen einen echten Mehrwert, sorgen für zusätzliche Inspiration und setzen folglich deutliche Kaufanreize zugunsten unserer Neuheiten“, so Claudia Zurmühlen, Brand Managerin von Kenwood. „Wir können damit den Handel unterstützen und gemeinsam unser überdurchschnittlich starkes Wachstum des ersten Halbjahres weiter ausbauen. Die Mehrwert-Kampagne ist also für Koch- und Backfans wie den Handel gleichermaßen ein echtes Plus.“

Content und Reichweite dank crossmedialer Kooperation mit CHEFKOCH

Ein weiterer Baustein der Kampagne ist eine crossmediale Kooperation mit CHEFKOCH, die Digital, TV, Print und Social Media umklammert und in der die Kenwood-Küchenmaschinen Cooking Chef XL und Titanium Chef Pâtissier XL als Problemlöser und Alleskönner in Erscheinung treten, gemäß dem Claim „Kenwood can“. Herzstück der Kampagne ist ein Content Hub auf CHEFKOCH, der über die Kampagnenlaufzeit kontinuierlich mit Rezepten, Videos und Artikeln erweitert wird. Über zahlreiche Online-Werbemittel, eigens produzierte Social-Media-Clips und zusätzliche Print Advertorials werden Interessenten auf die Plattform gelenkt. Einen Reichweiten-Boost erhält die Kampagne durch einen individuellen Rezept-Tipp, der im Umfeld der VOX-Kochshow „Das perfekte Dinner“ immer freitags ausgestrahlt wird. Dieser verweist auf den Content Hub und inszeniert neben leckeren Rezeptideen die Vorzüge der Kenwood-Küchenmaschinen.



Claudia Zurmühlen,
Brand Managerin
Kenwood



Die neue Cooking Chef XL



Die neue Titanium Chef
Pâtissier XL



PoS-Mehrwert-Kampagne
„myCHEF“

[Bildmaterial zum Download hier](#)

Brand-Kampagne „Kenwood can“ mit neuen Heros

Auch die bereits laufende Marken-Kampagne „Kenwood can“ wird mit der neuen Titanium Chef Patissier XL und der Cooking Chef XL fortgeführt. Ausgespielt wird sie mit groß angelegten Mediainvests in TV und begleitenden Digital-Maßnahmen. Flankierendes Storytelling umfasst PR-Maßnahmen, Product-Placements in einer deutschlandweiten, erfolgreichen Backsendung im TV, sowie Kooperationen mit einem kontinuierlich wachsenden Influencer Pool. Auch am PoS werden im Rahmen der Kampagne durch neue Präsentationsmöbel und umfassendes Material Impulse gesetzt.

Ziel der Kampagne ist die Emotionalisierung der Marke durch einen 15-Sekünder im TV, sowie Call-to-Actions für das kostenlose Zubehöropaket und passenden Online-Werbemitteln. Als Rundumkonzept macht sie Lust auf kulinarische Familienmomente und positioniert Kenwood Küchenmaschinen als perfekten Partner in der Küche. Die Kernaussage des Spots: Mit deiner Kenwood Küchenmaschine bist du jeder Aufgabe gewachsen und meisterst sie nahezu mühelos. Kenwood can!

Hier finden Sie den Werbespot von Kenwood: [Kenwood can 2020](#)
(Eine aktualisierte Version des Spots, mit der Titanium Chef Patissier XL, wird in Kürze veröffentlicht.)

Hier der Link zur offiziellen Landing-Page: [Kenwoodcan.de](#)

¹ Einlösbar bis 15. Februar 2021

² Bezogen auf den UVP

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