

Braun startet große Werbeoffensive: Mit #REALIRONMAN bringt Braun echte Männer an das Bügelbrett

(Neu-Isenburg, Dezember 2016) Die „Real Iron Men“ übernehmen bei Braun ab sofort das Eisen. Mit der neuen Werbekampagne rund um das Hashtag #REALIRONMAN bricht Braun mit Stereotypen und setzt das Thema Bügeln neu in Szene. „Die Zeit ist reif für moderne, wahre Männer, die das Eisen selbst in die Hand nehmen“, unterstreicht Marketing Director René Némorin. „Die Kampagne zeigt, dass echte Männer nicht nur mehr Wert auf die Pflege ihres Körpers legen, sondern auch wissen, wie sie diesen stilvoll verpacken. Die Braun CareStyle 7 macht es ihnen dabei leicht, dies auch umzusetzen. Zum Beispiel ermöglicht die iCare-Technologie, alle Textilien mit einer voreingestellten Temperatur zu bügeln. Männer-einfach eben!“ Herzstück der Kampagne ist das Onlinevideo im lässigen Industrial Style, das vier durchtrainierte Männer dabei zeigt, wie sie sich scheinbar für einen sportlichen Wettkampf vorbereiten. Aber: Der Real Iron Man stiehlt nicht nur den Körper – echte Männer „stählen“ auch ihre Kleidung. Ein Statement, das auch die Frauen begeistern wird. Die Kampagne ist seit dem 28. November 2016 online zu sehen und wird vor allem digital breit, aber zielgruppen-genau beworben.



[mehr >>](#)

BRAUN



Presseinformation

Dreh- und Angelpunkt der vernetzten Kampagne ist das Video. Die Landingpage www.realironman.eu im Look-and-feel des Werbevideos bietet nicht nur Informationen zu den Iron Men und den Bügelgeräten. Über ein Gewinnspiel werden auch mehrere Bügelstationen des neusten Modells CareStyle 7, sowie viele weitere attraktive Gewinne verlost. „Wir konnten bekannte Blogger für unsere Aktion gewinnen und sind gespannt, welchen persönlichen Iron Man sie erfolgreich ans Bügelbrett locken werden“, freut sich Némorin.

Die Zeit ist reif für #REALIRONMAN

Noch immer behauptet die Mehrheit der Männer, sie könne weder waschen noch bügeln. Zur Freude aller Frauen ist die Zeit jetzt reif, das Gegenteil zu beweisen. „Der Mann von heute ist eben nicht mehr der ‚Pascha‘, der zu Hause bedient werden will – er ist unabhängig, legt Wert auf ein gepflegtes Äußeres und bügelt dafür seine Kleidung auch selbst“, unterstreicht René Némorin. Im Rahmen seiner Strategie setzt Braun zudem auf aktives Suchmaschinenmarketing für die 200 Millionen Bruttokontakte umfassende Kampagne. Die Aktion läuft ab sofort und wird auch 2017 weitergeführt.

Die CareStyle 7 von Braun ist seit September 2016 auf dem Markt

„Mit der neuen CareStyle 7 wollen wir den Bügelmarkt aufmischen und den Kunden zeigen, dass Bügeln keine Qual sein muss, sondern auch ‚männlerleicht‘ von der Hand gehen kann“, stellt Némorin klar. Die Dampfbügelstation ist das aktuellste Modell der CareStyle-Serie von Braun und wurde bereits mit dem Plus X Award für High Quality und Design ausgezeichnet. Mit ihrer patentierten, abgerundeten 3D BackGlide-Bügelsohle verfügt die CareStyle 7 über eine 360°-Gleitfähigkeit. Eine absolute Neuheit, dank der die Bügelsohle schneller und effizienter über alle Textilien gleiten kann – sogar rückwärts. Selbst Knopfleisten, Taschen oder Reißverschlüsse unterbrechen den Bügelfluss nicht. Die iCare-Technologie sorgt durch den integrierten Textilschutz sowohl in der Normal- als auch in der energiesparenden Eco-Funktion für die optimale Temperatureinstellung für alle Stoffe, unabhängig davon, ob Jeans oder Seide. Die Pro-Modelle verfügen zusätzlich über eine integrierte Turbo-Funktion, die das Bügeln auch schwerer Stoffe mit maximaler Dampfleistung und einer höheren Temperatur spielend leicht gestalten.

Über De'Longhi:

Der italienische Elektrokonzern De'Longhi S.p.A. gehört zu den führenden Unternehmen seiner Branche. Mehr als 6.500 Mitarbeiter erwirtschafteten im Jahr 2015 über 1,89 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 rund 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 2015 auf 239 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.de, www.kenwoodworld.de und www.braunhousehold.de abrufbar.

BRAUN

Weitere Informationen

Deutscher Pressestern®
Bierstadter Straße 9 a
65189 Wiesbaden
www.deutscher-pressestern.de

Romy Cutillo

E-Mail: r.cutillo@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-14

Sandra Hemmerling

E-Mail: s.hemmerling@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-15



DEUTSCHER PRESSESTERN

Kontakt Braun Household

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

Ferdinand-Maximilian Schlüssler

E-Mail: maximilian.schluessler@delonghigroup.com
Tel.: +49 6102 5999-902

