

Performance needs a break: De'Longhi und vier Ausnahmesportler:innen zeigen, was Kaffee und Spitzensport wirklich gemeinsam haben.

- De'Longhi startet ab Mitte Oktober 2026 in Deutschland und Österreich eine neue Kampagne rund um Kaffee, Spitzensport und persönliche Auszeiten.
- Mit dabei sind vier Athlet:innen, die Einblick in ihren Alltag mit De'Longhi geben: Rennrodler Felix Loch, Skispringer Philipp Raimund, Skirennläuferin Mirjam Puchner und Para-Radsportlerin Denise Schindler.
- Unter dem Motto „Performance needs a break“ rücken verschiedene Social-Media-Formate, individuelle Kaffeemomente, unerwartete Gemeinsamkeiten und echte Begegnungen in den Mittelpunkt.

(Neu-Isenburg, xx. Oktober 2026) Zwischen Trainingsplänen, Siegerpodesten und dem nächsten Wettkampf zählt für Sportler:innen oft jede Millisekunde. Dass Performance aber ohne bewusste Auszeiten unmöglich ist, erzählt De'Longhi gemeinsam mit vier Sportler:innen: Felix Loch (Rennrodler), Philipp Raimund (Skispringer), Mirjam Puchner (Skirennläuferin) und Denise Schindler (Para-Radsportlerin). Vier Rituale, eine gemeinsame Überzeugung – auch Performance braucht ab und an eine (Kaffee-)Pause.

Spitzensportler:innen wissen sehr genau, was diese kleine Auszeit wert ist. Ihr Alltag ist getaktet, ihr Körper permanent im Dienst. Umso bedeutsamer werden die Momente, die nur ihnen gehören. Genau hier setzt De'Longhi an und bringt Spitzensport mit echtem Alltag zusammen und zeigt Kaffee als das, was er für die vier Athlet:innen ist: ein Ritual, eine Pause und ein Elixier für sportliche Höchstleistung. Kaffee ist ein fester Moment im Tagesablauf von Menschen, die täglich an ihre Grenzen gehen – und dabei genau wissen, wann sie eine Pause brauchen. Wie diese genau aussieht, entscheidet jeder für sich. Ob heiß oder kalt, ob morgens um sechs Uhr zum Wachwerden oder nach dem letzten Training zum Runterkommen: Kaffeegenuss ist so individuell wie der Mensch dahinter.

Vier Charaktere. Ein gemeinsamer Moment.

Felix Loch, Philipp Raimund, Mirjam Puchner und Denise Schindler könnten in ihrem Alltag kaum unterschiedlicher sein. Was sie verbindet, ist kein Sportgerät, keine Disziplin. Es ist dieser eine Moment, in dem alles kurz stillsteht.

Felix Loch ist Rennrodler und hat in dieser Sportart alles gewonnen, was es zu gewinnen gibt: dreimal Olympiagold, dreizehnmal den WM-Titel und seinen achten Gesamtweltcup im März 2026. Sport war schon immer Familiensache bei den Lochs: Sein Vater war Bundestrainer im Rodeln. Heute ist Felix selbst Vater von zwei Söhnen, leidenschaftlicher Radsportler und jemand, der seinen morgendlichen Kaffee als Familienritual sieht. Ein fester Punkt, bevor der Tag beginnt – und ein zweiter, bevor es aufs Rad geht.

Philipp Raimund – oder „Hille“, wie ihn seine Community nennt – ist Skispringer und seit Milano Cortina 2026 Olympiasieger auf der Normalschanze. Was ihn neben dem Sport auszeichnet: Seine offene, gewinnende und sympathische Art. Sie hat ihm nach seinem Olympiasieg ebenso viel Zuspruch eingebracht wie die Medaille selbst. Abseits der Schanze ist er leidenschaftlicher Gamer mit starker Online-Präsenz – und einer, für den Kaffee kein Morgenritual, sondern Fokussmoment ist.

Ob vor dem Wettkampf oder mitten in einer langen Gaming-Session: Die Tasse hilft, in jeder fordernden Situation konzentriert zu bleiben.

Die österreichische Skirennläuferin **Mirjam Puchner**, deren stärkste Disziplinen Super-G und Abfahrt in ihrer aktiven Karriere waren, hat 14 Jahre Weltcup-Zirkus hinter sich: Olympia-Silber im Super-G in Peking 2022, WM-Silber in der Abfahrt beim Heimweltcup in Saalbach 2025, 178 Weltcuprennen. Abseits des Sports hat sie einen besonderen Blick für Ästhetik sowie Design und ist überzeugt davon, dass schöne Dinge im Alltag einen Unterschied machen. Genau diese Einstellung verbindet sie mit De'Longhi. Zum ersten Mal seit langer Zeit trinkt sie ihren Kaffee ohne Wettkampfkalender im Kopf, in Ruhe, bewusst, auf ihre Art.

Denise Schindler ist Para-Radsportlerin und eine der stärksten Stimmen im deutschen Sport. Vormalige Paralympics-Medaillengewinnerin, dreifache Weltmeisterin, ZDF-Expertin bei den Paralympics in Paris 2024 und Milano Cortina 2026, Autorin, Keynote-Speakerin, Mitglied im IPC Athletes' Council. Sie spricht seit Jahren offen über Resilienz, über Sichtbarkeit im Para-Sport, über das, was Leistung wirklich bedeutet. Seit Kurzem ist sie Mutter. Ihr Alltag hat sich neu sortiert – zwischen Kind, Bühne und Studio. Den Kaffee trinkt sie irgendwann dazwischen. Wann genau, entscheidet der Morgen. Dass er kommt, steht fest.

„Was Felix, Philipp, Mirjam und Denise verbindet, ist nicht die Sportart, nicht die Nation, nicht die Generation. Es ist die Erfahrung, dass echte Leistung Momente braucht, in denen man nicht leistet. De'Longhi steht seit jeher für genau dieses Bewusstsein: Kaffee ist kein Getränk. Er ist eine Haltung. Eine Einladung, innezuhalten, um dann besser weiterzumachen“, erklärt Katja Wendel, Marketing Director Deutschland bei der De'Longhi Group. „Dass wir das mit vier Athlet:innen erzählen dürfen, die diesen Moment so authentisch leben, macht uns sehr stolz.“

Aus Haltung werden Geschichten.

Im Mittelpunkt der Kampagne ab Mitte Oktober stehen authentische Einblicke in das Leben der vier Athlet:innen – abseits von Medaillen und Ergebnislisten. Als Teil der De'Longhi Family zeigen sie sich in Social-Media-Formaten wie „Espresso Yourself“ oder beim „Coffee Ride“ von ihrer ganz persönlichen Seite und lassen hinter die Kulissen blicken: spontan, nahbar und mit viel Humor. Geschichten, die beweisen, dass es selbst bei Spitzensportler:innen nicht immer um Höchstleistung geht, sondern manchmal einfach um einen guten Kaffee und echte Momente.

Ein weiteres Highlight: Erstmals begleitet De'Longhi die renommierte „Sportler des Jahres“-Gala am 20. Dezember 2026 im Kurhaus Baden-Baden als Partner. Wenn dort die besten Athlet:innen des Landes gefeiert werden, sind natürlich auch Gesichter der De'Longhi Family auf dem roten Teppich zu erwarten.

Performance needs a break. Denn wer alles gibt, darf auch mal Pause machen.

Alle Informationen inkl. Bildmaterial finden Sie auch im [De'Longhi Newsroom](#).

De'Longhi Group



KENWOOD

BRAUN

nutribullet

Über die De'Longhi Group:

Die italienische De'Longhi Group gehört zu den führenden Unternehmen in der Branche der Elektro-Haushalt-Kleingeräte. Mehr als 10.000 Mitarbeiter:innen in mehr als 30 Ländern erwirtschafteten im Jahr 2025 einen Umsatz von 3,8 Milliarden Euro. Seit 2001 an der italienischen Börse MTA notiert, vertreibt die De'Longhi Group Produkte unter den Marken De'Longhi, Kenwood, Braun, Ariete, nutribullet und magic bullet in mehr als 120 Märkten weltweit. Die britische Kenwood Group gehört seit 2001 vollständig zu De'Longhi und 2012 erwarb De'Longhi von Procter & Gamble die Markenrechte an den Haushaltsgeräten der Traditionsmarke Braun. Im Dezember 2020, übernahm das Unternehmen die in den USA ansässige Capital Brand Holding, Inhaberin der Marken nutribullet und magic bullet. Zuletzt übernahm die De'Longhi Group 2024 La Marzocco, einen der weltweit führenden Anbieter von professionellen halbautomatischen Kaffeemaschinen.

Die De'Longhi Deutschland GmbH beschäftigt in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main rund 135 Mitarbeiter:innen. Mit führenden Marken in den Geschäftsbereichen Kaffee, Food-Preparation, Klimageräte, Luftbehandlung sowie Bügeln konnte das Unternehmen seinen Umsatz in den letzten Jahren kontinuierlich und 2024 deutlich über Marktniveau steigern. Das Unternehmen vertreibt Premium Markenprodukte von De'Longhi, Kenwood, Braun und nutribullet und setzt im deutschen Markt auf eine Brand-First Strategie.

Informationen über die Unternehmen der De'Longhi Group sind auf den Websites www.delonghi.com, www.kenwoodworld.com, www.braunhousehold.com und www.nutribullet.com abrufbar.

PR-Agentur

haebmau AG
Franz-Joseph-Straße 1
80801 München

Tel.: +49 089 381080
delonghigroup@haebmau.de

Kontakt De'Longhi

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

Dragana Sdorra
pressoffice.germany@delonghigroup.com