

Mit Milchschaumbart Gutes tun: De'Longhi Deutschland und Wayne Carpendale starten Spendenkampagne #milchschaumbart für die Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe auf Instagram

(Neu-Isenburg, März 2020) Kaffeetrinken und dabei Gutes tun?! De'Longhi Deutschland und Wayne Carpendale zeigen, wie das geht. Mit Unterstützung des beliebten Moderators und Schauspielers und unter dem Hashtag #milchschaumbart ruft De'Longhi die Instagram Community dazu auf, ihre Bilder mit Milchschaumbart zu posten. Für jeden Teilnehmer spendet De'Longhi einen Euro an die Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe.

Auf Instagram posten und dabei Spenden sammeln

Bis zum 31. März 2020 können Instagram-Nutzer die Charity-Aktion unterstützen und haben dabei zwei Möglichkeiten. Entweder sie bereiten sich – so wie Wayne Carpendale – einen extracremigen Cappuccino zu, zaubern sich einen echten Milchschaumbart ins Gesicht und posten ihr Foto mit dem Hashtag und Verlinkung von De'Longhi Deutschland auf ihrem öffentlichen Profil. Oder aber sie nutzen einen eigens für die Aktion erstellten Instagram-Story-Filter, mit dem sich User einen virtuellen Milchschaumbart auf die Oberlippe setzen können.

Den Startschuss zur Aktion gaben Wayne Carpendale und Stephan Tahy am 2. März 2020 mit einem gemeinsamen Aufruf und den ersten Milchschaumbart-Bildern auf Instagram. Weitere prominente Gesichter wie Schauspieler Jörn Schlönvoigt und Influencer wie Vanessa Tamkan unterstützen die Kampagne und rufen ihre Follower zum Mitmachen auf.

Mit dieser kreativen Online-Spendenkampagne macht sich De'Longhi Deutschland für die Arbeit der Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe stark. Die Stiftung hat es sich zum Ziel gesetzt, betroffenen Menschen zu helfen, die Schlaganfall-Versorgung zu verbessern und im besten Fall, Schlaganfälle zu verhindern.

Mit Kaffee gegen Schlaganfall

Seit Ende des Jahres 2019 dreht sich bei De'Longhi Deutschland alles um den perfekten Milchschaum. In der aktuellen Kampagne des italienischen Traditionsunternehmens gehen Wissenschaftler im „Kaffeelabor“ dem Geheimnis des cremig-feinporigen De'Longhi Milchschaums auf den Grund und tragen deutlich sichtbar einen Milchschaumbart. Das ikonische Markenzeichen der Kampagne wird nun genutzt, um Bewusstsein für das Thema Schlaganfall zu schaffen und Spenden zu sammeln. „Die Arbeit der Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe zu unterstützen, ist für uns ein echtes Herzensprojekt. Studien zufolge kann neben einer gesunden Lebensweise auch der tägliche Kaffeegenuss das Schlaganfallrisiko positiv beeinflussen¹, deshalb ist das Thema für uns so naheliegend,“ so Stephan Tahy, Geschäftsführer der De'Longhi Deutschland GmbH.



#milchschaumbart für den guten Zweck



Wayne Carpendale und De'Longhi
Deutschland Geschäftsführer
Stephan Tahy



Wayne Carpendale mit #milchschaumbart

„Mit unserer Spendenkampagne #milchschaumbart zeigen wir, wie einfach es sein kann, sich für einen guten Zweck zu engagieren.“

Soziales Engagement ist für De'Longhi und Wayne Carpendale Herzenssache

Bereits im vergangenen Jahr hatte Küchenmaschinen-Spezialist Kenwood, ebenfalls Teil der De'Longhi Deutschland GmbH, im Rahmen eines Back-Events auf die Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe aufmerksam gemacht.

Carpendale engagiert sich bereits seit längerer Zeit in verschiedenen sozialen Projekten, unter anderem als Mitgründer der Initiative hand2hold, die sich für benachteiligte Kinder einsetzt. „Ich finde, die Spendenkampagne #milchschaumbart ist eine tolle Möglichkeit, um vielen Menschen dieses wichtige Thema näher zu bringen und auch darauf aufmerksam zu machen, wie man einen Schlaganfall möglichst frühzeitig erkennt,“ sagt Carpendale. „Jede zweite Minute erleidet in Deutschland ein Mensch einen Schlaganfall² – das Risiko ist also real und betrifft uns alle. Mit #milchschaumbart bietet De'Longhi jedem die Möglichkeit, die Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe zu unterstützen. Und zwar ganz einfach und mit Spaß, nämlich mit dem persönlichen Milchschaumbart.“

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.

1 Quellen: [Ding M, Bhupathiraju SN, Satija A, van Dam RM, Hu FB. Long-term coffee consumption and risk of cardiovascular disease: a systematic review and a dose-response meta-analysis of prospective cohort studies. Circulation. 11;129\(6\):643-59.](#)

Deutsche Gesellschaft für Neurologie, 2014:

<https://www.dgn.org/presse/pressemitteilungen/2713-schlaganfall-risiko-fuenf-tassen-kaffee-protag-sind-kein-problem>

2 Quelle: Deutsche Schlaganfall Gesellschaft, 2019: <https://www.dsg-info.de/presse/pressemeldungen/521-dsg-begruesst-erstmalige-dfg-verbund-foerderung-zur-schlaganfallforschung.html>



Better Everyday

[Weiteres Bildmaterial zum Download hier](#)

Kontakt Grayling

Grayling Deutschland GmbH
Bleichstraße 52-56
60313 Frankfurt a.M.
www.grayling.com

Nora Wendt

Delonghi-team@grayling.com
Tel.: +49 69 96 221943

Kontakt De'Longhi

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

Maria Mahler

maria.mahler@delonghigroup.com