

Kochen in Eis? Mit Miele wird das Unmögliche möglich

Mit der aktuellen Premium-Dachmarkenkampagne von Miele sind keine Grenzen gesetzt.

Spreitenbach, 18. Februar 2020 – Die neue, digital getriebene Dachmarkenkampagne von Miele fällt auf. Eindrucksvoll inszeniert sie, was passiert, wenn Technologie auf Kreativität trifft. Mit dem Claim #LifeBeyondOrdinary bewirbt Miele damit die neue Einbaugeräte-Generation 7000, wobei der japanische Blumenkünstler Azuma Makoto auf drei der weltbesten Küchenchefs trifft.

Kochen in Eis? Ohne dass das Eis schmilzt? Der Miele Dialoggarer, der weltweit als einziges Gerät das revolutionäre Garen in Eis ermöglicht, zeigt auf, dass dem Kochen keine Grenzen gesetzt sind. Das demonstrieren auch die globale Kampagne sowie die vier Protagonisten, die im Zentrum des Storytelling stehen und angetrieben von #LifeBeyondOrdinary, die neue Einbaugeräte-Generation 7000 präsentieren.

Azuma Makoto, einer der weltweit renommiertesten Künstler für florale Installationen und botanische Skulpturen aus Japan, prägt mit seinen aussergewöhnlichen Kreationen aus Blumen in Eis die Bildsprache der gesamten Kommunikation.

Inspiziert von Makoto demonstrieren drei der weltbesten Küchenchefs eindrücklich ihre Fähigkeiten: Helena Rizzo (World's Best Female Chef*), Gaggan Anand (Gründer von Asia's Best Restaurant**) und Kyle Connaughton (ausgezeichnet mit drei Michelin Sternen***), interpretieren #LifeBeyondOrdinary visionär und auf ihre ganz persönliche Art und Weise. Die Verbindung von Kunst und Kulinarik schafft dabei die Einbaugeräte-Generation 7000.

„Unser Claim #LifeBeyondOrdinary unterstreicht das visionäre Denken und das Streben nach Innovation der Marke Miele. Mit der Kampagne ist es uns gelungen die Generation 7000 in einer ganz neuen Dimension zu präsentieren und somit die Kücheneinbaugeräte in Kombination mit unseren Protagonisten über verschiedenste Kanäle hinweg in neues Licht zu rücken,“ sagt Andreas Oehrli, Head of Marketing Communications Miele Schweiz.

Miele erneuert mit der Generation 7000 das gesamte Portfolio seiner Kücheneinbaugeräte im Premiumsegment. Weltweit sind das annähernd 3'000 Modellvarianten mit einer Vielzahl innovativer Funktionen, die das Kochen so einfach und intuitiv wie nie zuvor machen. Dazu zählt zum Beispiel eine Kamera im

* Von The World's 50 Best Restaurants zur World's Best Female Chef (2014) ausgezeichnet

** Restaurant "Gaggan" – Gewinner des Asia's 50 Best Restaurants Awards 2015, 2016, 2017 & 2018

*** Restaurant "Single Thread" – mit drei Michelin Sternen ausgezeichnet

Backofen, die Bilder in HD-Qualität auf das Smartphone überträgt, über das sich auch die Temperatur und Garzeit des Ofens flexibel steuern lassen.

Entwickelt wurde die Kampagne von Select World. Die Kampagne wurde in 20 Märkten gestartet. Neben den zahlreichen Filmen gibt es auch einen [Digital Hub](#), wo Interessierte die Miele-Geräte online kennenlernen und erleben können. Der Hub wurde von AKQA entwickelt.

Filmmaterial zur Kampagne gibt es hier:

[Film 1](#): Azuma Makoto und Helena Rizzo

[Film 2](#): Gaggan Anand

Zu diesem Text gibt es neun Fotos:



Foto 1:
Blumenkünstler Azuma Makoto



Foto 2:
Chefkoch Gaggan Anand

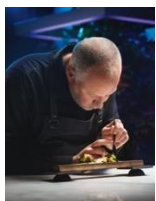


Foto 3 :
Chefkoch Kyle Connaughton



Foto 4:
Chefköchin Helena Rizzo



Foto 5:
Miele Dialoggarer



Foto 6:
Miele Dialoggarer



Foto 7:

Gericht von Gaggan Anand aus dem Miele Dialoggarer



Foto 8:

Gericht von Helena Rizzo



Foto 9:

Miele Induktionskochfeld KM7000

Medienkontakt:

Barbara Kaiser

E-Mail: barbara.kaiser@miele.com

Telefon: +41 56 417 25 40

Über das Unternehmen: Miele ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten für die Produktbereiche Kochen, Backen, Dampfgaren, Kühlen und Gefrieren, Kaffeezubereitung, Geschirrspülen, Wäsche- sowie Bodenpflege. Hinzu kommen Geschirrspüler, Waschmaschinen und Wäschetrockner für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs- und Desinfektionsgeräte für medizinische Einrichtungen und Laboratorien („Miele Professional“). Das 1899 gegründete Unternehmen ist in fast 100 Ländern mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt das in vierter Generation familiengeführte Unternehmen gut 20'100 Personen. Bei der Vertriebsgesellschaft Schweiz sind etwa 430 Mitarbeiter beschäftigt.