

Medieninformation

„Qualität, die ihrer Zeit voraus ist“:

Miele startet neue globale Markenkampagne

- ▶ Die Kampagne „Qualität, die ihrer Zeit voraus ist“ lädt dazu ein Hinter die Kulissen von Miele zu blicken. Dabei stehen keine Werbebotschaften im Mittelpunkt, sondern die Handwerkskunst und Nachhaltigkeit, die das Familienunternehmen lebt
- ▶ Mit der herausragenden Langlebigkeit seiner Produkte leistet Miele einen wichtigen Beitrag zu nachhaltigem Konsum; das Unternehmen selbst ist ab 2021 über alle Standorte hinweg CO₂-Neutral aufgestellt
- ▶ Die Markenkampagne folgt auf ein herausforderndes Jahr, in dem die Nachhaltigkeit und das eigene Zuhause für viele Verbraucher eine neue Bedeutung gewonnen haben

Spreitenbach, 21. Mai 2021. – Miele startet mit „Qualität, die ihrer Zeit voraus ist“ eine neue globale Markenkampagne: Im Rampenlicht stehen dabei die Themen Handwerkskunst, Leistung und Nachhaltigkeit. Mit der Kampagne setzt Miele ein deutliches Zeichen gegen die Wegwerfmentalität. Denn Miele-Produkte zeichnen sich durch ihre herausragende Qualität, Leistung und einer Langlebigkeit von 20 Jahren aus. Die Kampagne besticht durch die einzigartige, überraschende und mitreissende Bildsprache des Fotografen Dan Tobin Smith und gewährt Einblicke hinter die Kulissen von Miele.

„Das vergangene Jahr stand für uns alle im Zeichen enormer Volatilität und Verunsicherung. Besonders in herausfordernden Zeiten ist es für Verbraucher wichtig, sich auf starke Marken wie Miele verlassen zu können“, sagt Dr. Axel Kniehl, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der Miele Gruppe. „Miele steht für Vertrauen – die aktuelle Kampagne zeigt den Konsumenten, dass sie mit uns einen starken, verlässlichen Partner an ihrer Seite haben. Während der Pandemie haben viele Menschen die Bedeutung des eigenen Zuhauses wiederentdeckt. Deswegen treffen sie bewusstere Kaufentscheidungen und setzen auf

Werte, für die Miele bekannt ist – und sie wünschen sich vor allem Qualität, die ihrer Zeit wirklich voraus ist.“ Dass Qualität bei Miele kein simples Werbeversprechen ist, sondern gelebte Wirklichkeit, zeigen Beispiele, welche im Spot inszeniert werden. Während manche Automotoren 3'000 Stunden getestet werden, testet Miele seine Produkte bis zu 10'000 Stunden. Ein anderes Beispiel ist, dass jede Waschtrommel, bevor sie das Werk verlässt von Hand überprüft wird oder Miele für jedes Produkt Ersatzteile auch 15 Jahre nach Ablauf einer Serie an Lager hält.

Der Qualitätsanspruch von Miele spiegelt sich auch im Thema Nachhaltigkeit wider, das im Mittelpunkt der neuen Markenkampagne steht. So hat das Unternehmen erst vor Kurzem angekündigt, ab 2021 über alle Standorte hinweg CO₂-neutral zu sein. In Miele Geräten insbesondere den Waschmaschinen werden hohe Metallanteile verwendet, welche in den eigenen Werken wieder recycelt werden können. Die genutzten Metalle weisen eine Recyclingfähigkeit von nahezu 100 Prozent auf. Auch die weiteren Materialien und Verbindungstechniken haben Einfluss auf die Recyclingfähigkeit der Produkte. Deshalb achtet Miele auf die Verwendung möglichst sortenreiner Kunststoffe, um das Recyceln zu erleichtern oder überhaupt erst zu ermöglichen

„Die Pandemie hat viele Menschen dazu gebracht, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und sie daran erinnert, was im Leben wirklich wichtig ist – Nachhaltigkeit wird dabei immer bedeutender“, sagt Technik-Geschäftsführer Dr. Stefan Breit. „Für Miele ist Langlebigkeit seit jeher die wahre Nachhaltigkeit. Deshalb legen wir bei der Entwicklung und Herstellung unserer Produkte besonderen Wert auf diesen Aspekt. Wir bieten unseren Kundinnen und Kunden damit nicht nur eine Verlässlichkeit für viele Jahre, sondern auch die Gewissheit, zugleich die Umwelt und das Klima zu entlasten.“

Die Kampagne wurde von der Hamburger Werbeagentur Select World entwickelt. Innerhalb des kommenden Jahres werden nach und nach neue Themen aufgegriffen, die die Werte von Miele und die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden verbinden. Die einzigartigen Bilder der Kampagne stammen vom britischen Fotografen Dan Tobin Smith – der unter anderem bereits mit Kunden wie Adidas, Apple und Louis Vuitton zusammenarbeitete – und rücken eindrucksvoll die Qualität und Handwerkskunst der Miele-Geräte in den Fokus.

„Verbraucher legen Wert darauf, bewusster und nachhaltiger einzukaufen. Die Geräte von Miele stehen seit jeher für einzigartige Qualität,“, sagt Barbara Castegnaro, Senior Vice President Brand and Customer Experience. „Mit Qualität, die ihrer Zeit voraus ist‘ gehen wir vom Produkt- zum Markenmarketing über und setzen die Werte unserer Marke auf faszinierende Weise neu in Szene.“

Die neue Miele Markenkampagne wird in 49 Ländern gelauncht. In der Schweiz wird die Kampagne 360 Grad gespielt. Die Spots sind unter anderem im Fernsehen, „Digital out of Home“ und online zu sehen. Neben klassischen „Out of Home“-Formaten und Anzeigen, setzt Miele Schweiz an der Uraniastrasse in Zürich ein Mega-Poster ein. Link zur Kampagnen-Website [Miele | Qualität - Der Zeit voraus | Immer Besser.](#)

Manifesto-Film:

- DE <https://youtu.be/2xzEIkL-BXc>
- FR <https://youtu.be/3cVK2XTAeFI>
- IT <https://youtu.be/2KI54WYN3Hs>

Zu diesem Text gibt es fünf Fotos



Foto 1: Glänzende Ergebnisse, tagein, tagaus. Getestet auf 5'600 Betriebsstunden. (Foto: Miele)



Foto 2: Miele Geschirrspüler werden auf eine Lebensdauer von 20 Jahren getestet. 20 Jahre brillante Perfektion. Und dabei auch noch 590'000 Liter Wasser sparen. (Foto: Miele)



Foto 3: Miele Waschmaschinen mit Schontrommel. Diese verlässt das Werk erst, wenn die Qualität von Hand überprüft wurde. (Foto: Miele)



Foto 4: Mega-Poster an der Uraniastrasse in Zürich. (Foto: Miele)



Foto 5: Seit über 120 Jahren gibt sich Miele nie mit dem Besten zufrieden. Miele produziert Geräte auf dem neusten Stand der Technik für eine Lebensdauer von 20 Jahren. (Foto: Miele)

Fokus Nachhaltigkeit:

[Nachhaltigkeit | Qualität, ihrer Zeit voraus | Miele - YouTube.](#)

Fokus Wäschepflege:

<https://youtu.be/VAmQDzvZiqE>

Fokus Geschirrspülen:

https://youtu.be/CGP5_PAYL1A

Medienkontakt:

Barbara Kaiser

Telefon: +41 79 560 45 73

E-Mail: barbara.kaiser@miele.com

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.

Miele zählt zu den nachhaltigsten Unternehmen Deutschlands!

Dies haben das Magazin stern und das Marktforschungsunternehmen [Statista](#) in einer umfangreichen Befragung herausgefunden. Im Gesamtranking liegt Miele auf Platz 5 von 2000 analysierten Firmen und erreicht in der Kategorie „Soziales“ sogar den höchsten Wert.

Übrigens: Miele wurde in einer [Studie](#) der Financial Times 2020 von seinen Mitarbeitenden zu einem der diversesten Unternehmen Europas gewählt.