

Miele

Globale Markenkampagne gestartet

Dienstag, 25.05.2021

Miele startet mit „Qualität, die ihrer Zeit voraus ist“ eine neue globale Markenkampagne: Im Rampenlicht stehen dabei die Themen Handwerkskunst, Performance und Nachhaltigkeit. Mit der Kampagne setzt Miele nach eigenen Angaben zudem ein deutliches Zeichen gegen die Wegwerfmentalität, denn Miele-Produkte zeichnen sich durch herausragende Qualität und Langlebigkeit aus. Die Kampagne besticht durch eine einzigartige, überraschende und mitreißende Bildsprache und wird in 49 Ländern weltweit gelauncht.

„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.“

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.

„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 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.“

Globale Markenkampagne gestartet

Links

- [Miele](#)