

Pressemitteilung  
Nr. 114/2018

Miele launcht faszinierende globale Markenkampagne

## „Limits? Gibt es nicht.“ – mit #LifeBeyondOrdinary von Miele

**Gütersloh, 29. Oktober 2018. – Was haben die Weltrekordhalterin im Freediving und die neuen Geschirrspüler von Miele gemeinsam? Beide beeindruckten mit Höchstleistung, setzen neue Maßstäbe und sind in der aktuellen Markenkampagne #LifeBeyondOrdinary zu sehen, mit der Miele die Grenzen des Möglichen verschiebt. Die globale Kampagne unterstützt die Markteinführung des neuen Miele G 7000, des innovativsten Geschirrspülers im Markt.**

Marina Kazankova will Dinge erleben, die sonst keiner erlebt. Immer besser sein als andere und dabei immer wieder neue Rekorde aufstellen – mit dieser Motivation erreichte sie den Weltrekord beim Streckentauchen über 154 Meter. Und wie Marina Kazankova unter Wasser unmöglich Geglauhtes möglich macht, so einzigartig folgt Miele erneut seinem Markenclaim "Immer Besser". Ein Statement, das den Anspruch des Unternehmens in den Fokus stellt – nämlich den Kunden die besten Produkte und Services zu bieten, die sie im Markt bekommen können.

„#LifeBeyondOrdinary ist eine Storytelling Omnichannel Platform, die mit den etablierten Codes der Hausgeräte-Industrie bricht. Durch inspirierenden Content und einzigartige Visualisierung erreichen wir hiermit in der Kommunikation und für die Marke Miele ein neues Level“, sagt Cindy Groenke, Corporate Director Global Marketing & Digital Transformation der Miele Gruppe.

Marina Kazankova taucht hinab in die faszinierende Unterwasserwelt und verschafft dem Betrachter einen einzigartigen Blick in die Tiefen des Meeres. Miele verbindet dieses Erlebnis mit der Erfahrung, die der Nutzer mit der neuen Miele-Geschirrspüler-Generation erlebt – die auf ihre Weise die Grenzen des Möglichen verschiebt. Die Kampagne wurde vor der griechischen Insel Kalymnos gedreht, einem der internationalen Hotspots für Freediving-Sportler. Regie führte Denis Lagrange, der bereits mehrfach für seine atemberaubenden Unterwasser- und Hollywood-Produktionen ausgezeichnet wurde. „Wir freuen uns, eine der stärksten deutschen Marken dabei zu unterstützen, ihre Werte noch prägnanter und emotionaler in Szene zu setzen“, sagt Dennis May, Chief Creative Officer der DDB Group in Deutschland, die mit Miele gemeinsam die Kampagne entwickelt hat.

>>>

Frei zur  
redaktionellen  
Verwendung

Belege erbeten an  
Miele & Cie. KG  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Postanschrift  
Postfach  
33325 Gütersloh

Telefon  
05241 89-1953  
Telefax  
05241 89-1950

www.miele.de  
presse@miele.de

Mit dieser bahnbrechenden Kampagne lanciert Miele seine jüngste Weltneuheit, den Geschirrspüler G 7000, der Technik und Komfort des Geschirrspülens auf ein neues Level hebt: Das Reinigungssystem AutoDos mit der integrierten PowerDisk® dosiert das Reinigungsmittel automatisch – abgestimmt auf die Verschmutzung des Geschirrs oder das gewählte Spülprogramm.

Die Omnichannel-Kampagne startet nach der Weltpremiere auf der IFA in Berlin ab sofort deutschlandweit. Der globale Rollout folgt in den nächsten Monaten.

Weitere Informationen online unter: [g7000.miele.com](http://g7000.miele.com)

(365 Wörter, 2.721 Zeichen inkl. Leerzeichen)

### **Medienkontakt:**

Christina Tenambergen

Telefon: +49 (0)5241/89-1963

E-Mail: [christina.tenambergen@miele.com](mailto:christina.tenambergen@miele.com)

**Über das Unternehmen:** Miele ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten für die Produktbereiche Kochen, Backen, Dampfgaren, Kühlen/Gefrieren, Kaffeezubereitung, Geschirrspülen, Wäsche- sowie Bodenpflege. Hinzu kommen Geschirrspüler, Waschmaschinen und Wäschetrockner für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsgeräte für medizinische Einrichtungen und Laboratorien (Geschäftsbereich Professional). Das 1899 gegründete Unternehmen unterhält acht Produktionsstandorte in Deutschland sowie je ein Werk in Österreich, Tschechien, China und Rumänien. Hinzu kommen die zwei Werke der italienischen Medizintechnik-Tochter Steelco Group. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2017/18 rund 4,1 Milliarden Euro, wovon 70 Prozent außerhalb Deutschlands erzielt wurden. In fast 100 Ländern ist Miele mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt der in vierter Generation familiengeführte Konzern etwa 20.100 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, 11.200 davon in Deutschland. Der Hauptsitz des Unternehmens ist Gütersloh in Westfalen.

### **Zu diesem Text gibt es drei Motive und drei Videos:**

**Motiv 1:** Key Motiv „Limits? Gibt es nicht.“ aus der Kampagne #LifeBeyondOrdinary zum Launch der innovativen Geschirrspüler G 7000 von Miele. (Foto: Miele)

**Motiv 2:** „Performance“ aus der Kampagne #LifeBeyondOrdinary von Miele. (Foto: Miele)

**Motiv 3:** „Cave“ aus der Kampagne #LifeBeyondOrdinary von Miele. (Foto: Miele)

>>>

**Video 1:** „Limits? Gibt es nicht.“ [45 Sekunden Image Spot](#) aus der Kampagne #LifeBeyondOrdinary von Miele (Video: Miele)

**Video 2:** „Performance“: [6 Sekunden Online Video \(Bumper Ad\)](#) aus der Kampagne #LifeBeyondOrdinary von Miele (Video: Miele)

**Video 3:** „Cave“: Weiteres [6 Sekunden Online Video \(Bumper Ad\)](#) aus der Kampagne #LifeBeyondOrdinary von Miele (Video: Miele)

Download unter [www.miele-presse.de](http://www.miele-presse.de)

Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/Miele\\_Presse](https://www.twitter.com/Miele_Presse) 