

Tisková zpráva  
č. 13/2024

## Miele spouští „jubilejní“ kampaň s názvem Láska na celý život aneb “Once a Miele, Always a Miele”

Praha / Brno, 18.9.2024

**Společnost Miele, výrobce prémiových přístrojů pro domácnost, představuje svou nejnovější kampaň s podtitulem „Láska na celý život“. Kampaň přichází v roce, kdy společnost slaví úctyhodných 125 let od svého založení. Kreativní tým v ní vzdává hold kuchyňským pomocníkům, kteří se stávají součástí domácností na dlouhá léta a po generace. Jakmile jednou vyzkoušíte Miele, už nebudete chtít nic jiného.**

„V roce 125. výročí od založení značky Miele ztělesňuje kampaň „Láska na celý život“ vše, co firma představuje,“ říká Josef Jelínek, generální ředitel Miele ČR a SR.

Přístroje Miele jsou výsledkem dlouholetých zkušeností a neúnavného zdokonalování. Jsou navrhovány tak, aby se staly nepostradatelnými společníky, spojujícími nejmodernější technologie s nadčasovým designem.

V centru pozornosti kampaně stojí špičková řada kuchyňských přístrojů Miele, zahrnující indukční varné desky s integrovaným odsavačem par (KMDA), kombinované parní trouby – konvektomaty (DGC) - a nejnovější myčky nádobí. Název kampaně „Láska na celý život“ odráží filozofii Miele vyvíjet a vyrábět přístroje, které si svou kvalitou a dlouhou životností získávají majitele na dlouhá léta. Tento přístup ostatně značku provází od jejího zrodu v roce 1899.

Miele také poodhaluje plány na uvedení softwarových vylepšení, která přinesou v následujících měsících pokročilé funkce pro ještě intuitivnější ovládání kuchyňských přístrojů. Jde především o MealSync, tedy synchronizaci dvou a více vestavných trub tak, aby dokončily různé pokrmy ve stejný okamžik, a Smart Food ID, inteligentní kameru, která díky umělé inteligenci rozpozná vložené potraviny a automaticky nastaví optimální způsob jejich přípravy na základě uloženého automatického programu. Obě tyto novinky si budou moci zákazníci stáhnout díky softwarové aktualizaci v aplikaci Miele@Mobile u všech spotřebičů generace 7000 podporující tyto funkce, tedy i u spotřebičů, které zákazníci mají již doma.

To vše jen podtrhuje odhodlání společnosti držet krok s rychle se měnícími potřebami moderních domácností, které Miele ctí již 125 let.

Souběžně s hlavní kampaní nabízí Miele zvýhodněné sestavy praček a sušiček, které mohou domácnostem ušetřit až 13 000 Kč. Tato akce rozšiřuje paletu možností pro zákazníky, kteří touží po kompletním řešení péče o prádlo za atraktivních podmínek.

Kampaň „Láska na celý život“ bude k vidění napříč různými mediálními kanály v on-line i off-line prostředí. Veřejnost tak bude mít četné příležitosti seznámit se nejen se s produkty Miele, ale i s bohatou historií značky.

Pro detailní informace o kampani, představovaných produktech a fascinujícím 125letém příběhu společnosti Miele, navštivte prosím stránky <http://www.miele.cz/laska-na-cely-zivot>.