

Pressemitteilung  
Nr. 039/2026

## **Zwischen Natur, Design und Kulinarik: Miele inszeniert Outdoor Cooking auf Menorca**

- ▶ Marketing-Kampagne inszeniert Outdoor-Küche als neue Spezies im Stil einer Naturdokumentation
- ▶ Event auf Menorca macht die neue Outdoor-Kategorie als multisensorisches Erlebnis erlebbar

**Gütersloh, 13. Mai 2026 – Zum Start der Grillsaison bringt Miele seine Outdoor-Küche „Dreams“ in den Markt und begleitet diesen Schritt mit einem neuen Kommunikationsansatz: einer Marketing-Kampagne im Stil einer Naturdokumentation und einem Event auf Menorca, das die Kampagnenidee in die Realität überträgt.**

Inspiziert von klassischen Dokumentationen inszeniert die Miele Launch-Kampagne die Outdoor-Küche als neue Spezies im Zusammenspiel mit der Natur. Gekoppelt an Botschaften wie „Kennt keine Rivalen“ zeigt die Kampagne, wie die Miele Outdoor-Küche auf äußere, unberechenbare Einflüsse reagiert und sich im Außenbereich behauptet. Die verschiedenen Motive und Videos rücken dabei jeweils Eigenschaften der Küche in den Fokus: Modularität, Qualität und Leistung. Die Werbekampagne ist die erste bei Miele, die vollständig draußen aufgenommen wurde. Als Kulisse diente ein Nationalpark an der Grenze von Slowenien und Italien.

### **Von der Kampagne zur Erfahrung: Outdoor Cooking Event auf Menorca**

Mit einem Event auf Menorca greift Miele den Ansatz der Kampagne erneut auf: Die Veranstaltung Anfang Mai übersetzte die Kampagnenidee in eine Expedition durch die Natur der Insel – eine Landschaft, die selbst von Anpassung geprägt ist. Gestein und Vegetation haben sich hier über die Zeit weiterentwickelt.

Das Event zieht hier die Parallele zur Outdoor-Küche von Miele: Mehrere Stationen präsentierten, wie die Küche sich an ihre Umgebung angepasst hat und zeigten kleine und große Konfigurationen der Outdoor-Küche in wechselnden Settings. Jede Station der Expedition sprach dabei einen neuen Sinn an: die Qualität der Küche wurde deutlich durch das Erfühlen von Oberflächen und Bedienelementen, die Leistung durch Geräusche von Brennern und Zutaten sowie Vielfalt über den Geschmackssinn – durch den Einsatz verschiedener Zubehöre und Zubereitungsarten.

„Mit Outdoor Cooking betreten wir als Marke bewusst neues Terrain. Aus diesem Grund wollen wir diese Produktkategorie anders erzählen – und auch mit Erwartungen an klassische Grillwerbung brechen. Die Kampagne inszeniert unsere Outdoor-Küche als neue Art, die sich an ihre Umgebung angepasst hat. Das Event auf Menorca übersetzt genau diese Idee in ein reales Erlebnis“, sagt Dr. Axel Kniehl, Geschäftsführer Marketing & Sales bei Miele.

Ein zentraler Schauplatz des Events war der Steinbruch Santa Ponça im Zentrum der Insel. Über Jahrhunderte wurde hier Kalkstein abgebaut. Es ist ein Ort ohne klassische Infrastruktur, der das Kochen unter freiem Himmel unter realen Bedingungen zeigt. An diesem Ort bereitete Zwei-Sterne-Koch Daniel Gottschlich (Restaurant Ox&Klee, Köln) ein Menü mit der Outdoor-Küche zu.

„Miele gehört zu den prägendsten Premium-Marken im Küchenbereich. Als Koch ist es eine besondere Freude, mit diesen Produkten zu arbeiten – vor allem jetzt auch im Outdoor-Bereich. Draußen auf diesem Niveau zu arbeiten, ist ein echtes Erlebnis – eine Verbindung aus Handwerk, Präzision und Geschmack, wie man sie so nur selten findet“, so Daniel Gottschlich.

Für das Dinner im Steinbruch hat die niederländische Designerin Sabine Marcelis einen Tisch entworfen, der den Kontrast Menorcas zwischen Natur und Kultur aufgreift. Gefertigt aus Travertinstein und kombiniert mit einer Glasplatte, reflektiert das Objekt das Licht im Steinbruch und verändert sich im Verlauf des Tages. Am Nachmittag wurde der Tisch zum Mittelpunkt des gemeinsamen Mittagessens – eingebettet in die monumentale Landschaft des Steinbruchs.

## Medienkontakt

Jessica Wieneke

Phone: +49 5241 89-1015

E-Mail: [jessica.wieneke@miele.com](mailto:jessica.wieneke@miele.com)

**Über Miele:** Seit 1899 folgt Miele seinem Markenversprechen „Immer Besser“ in Bezug auf Qualität, Innovationskraft und zeitlose Eleganz. Das weltweit aufgestellte Unternehmen für Premium-Hausgeräte begeistert Kundinnen und Kunden mit wegweisenden Lösungen im vernetzten Zuhause. Hinzu kommen Maschinen, Anlagen und Services für den gewerblichen Einsatz etwa in Hotels, Sport- und Pflegeeinrichtungen sowie in der Medizintechnik. Mit langlebigen und energiesparenden Geräten unterstützt Miele seine Kundinnen und Kunden darin, ihren Alltag möglichst nachhaltig zu gestalten. Das Unternehmen ist seit 127 Jahren im Besitz der beiden Gründerfamilien Miele und Zinkann. Im Geschäftsjahr 2025 erwirtschaftete Miele mit rund 23.000 Mitarbeitenden einen Umsatz von 5,16 Milliarden Euro. Das globale Netzwerk umfasst 19 Produktionsstandorte sowie 49 Service- und Vertriebsgesellschaften (Stand: März 2026). Hauptsitz ist Gütersloh in Nordrhein-Westfalen.

## Zu diesem Text gibt es vier Fotos



**Foto 1:** Die neue Miele Marketing-Kampagne „Eine neue Art“ bricht mit Erwartungen und inszeniert die Outdoor-Küche als neue Spezies in ihrem natürlichen Lebensraum – inspiriert von klassischen Naturdokumentationen. (Foto: Miele)



**Foto 2:** Das Event auf Menorca überträgt die Kampagnenidee in die Realität: Die Veranstaltung führte durch unterschiedliche Landschaften der Insel – jede Station macht eine Facette von Outdoor Cooking erlebbar. (Foto: Miele)



**Foto 3:** Im Steinbruch Santa Ponça auf Menorca zeigt Zwei-Sterne-Koch Daniel Gottschlich, wie er mit der Miele Outdoor-Küche Gerichte auf höchstem Niveau zubereitet. Der von der niederländischen Designerin Sabine Marcelis entworfene Tisch greift Materialität und Licht des Steinbruchs auf und wird Teil des Erlebnisses. (Foto: Miele)



**Foto 4:** Das Eventkonzept führte die Gäste durch die Natur Menorcas. Gestein und Vegetation haben sich an die rauen Bedingungen vor Ort angepasst – ein Prinzip, das das Event auf die Miele Outdoor-Küche überträgt und erlebbar macht. (Foto: Miele)

Download Text und Fotos: [www.miele-presse.de](http://www.miele-presse.de)

Folgen Sie uns:

