

## 100 JAHRE TOTO

Das WASHLET und die „Clean Technology“ – beides hat TOTO in Europa eingeführt. Im Jahr 2017 wird TOTO 100 Jahre alt.



**„Hello Europe!“: Inspirierend und selbstbewusst, so ist der erste Auftritt des japanischen Komplettbadanbieters TOTO noch vielen in Erinnerung. Es war das Jahr 2009, als TOTO sich den auf Antrieb begeisterten Besuchern auf der ISH präsentierte und sie mit der sympathischen Grußformel auf dem Messestand empfing. Als Sensation wurde das in Europa bis dato wenig bekannte WASHLET gefeiert sowie die „Clean Technology“, die das Badezimmer zu einem neuen Komfort- und Wohlfühlraum mit unsichtbar integrierter Technik machte. Im Jahr 2017 feiert TOTO sein hundertjähriges Bestehen.**

Anders als in Europa kennt TOTO in Japan jedes Kind, denn die Produkte sind Teil der japanischen Alltagskultur. Doch bereits nach acht Jahren in Europa kann TOTO ein positives Fazit ziehen: die Begeisterung für die japanische Badkultur und deren technische Errungenschaften sind in Europa angekommen. Ob Luxushotel oder Krankenhaus, ob Wohnresidenz oder Seniorenwohnanlage: immer mehr Bauherren, Planer und Architekten entscheiden sich dazu, aus dem umfangreichen Programm des japanischen Komplettbadanbieters vor allem das WASHLET einzusetzen.

### **Ansprechpartner für Journalisten:**

Thomas Kopal  
thomas.kopal@bering-kopal.de  
bering\*kopal  
Büro für Kommunikation  
Reinbeckstr. 40  
70565 Stuttgart  
Tel.: + 49 (0) 711 7451759-12  
Fax: + 49 (0) 711 7451759-20

### **Ansprechpartnerin im Unternehmen:**

Anja Giersiepen  
Anja.Giersiepen@totoeu.com

### **TOTO im Internet:**

de.toto.com

TOTO hat den Begriff WASHLET gleich zu Beginn der Produktion im Jahr 1980 als Warenzeichen eintragen lassen; seitdem steht das WASHLET weltweit als Synonym für das Dusch-WC.

### **TOTO hat den Horizont erweitert**

Als Japan sich das erste Mal auf der ISH präsentierte, war das WASHLET in Deutschland weitgehend unbekannt. Auch andere Innovationen im Badezimmer, wie zum Beispiel Toiletten ohne Spülrand mit einer sehr effektiven, kreisenden Spülung, gab es bis dato auf dem europäischen Markt noch nicht und war für viele Besucher eine Überraschung.

### **Neue Komponente in der Sanitärbranche**

„Das WASHLET ist innerhalb unseres Portfolios unser wichtigstes Produkt: Wir sind die Pioniere der WASHLET-Technologie – unsere Wettbewerber in Europa verfügen nicht über die jahrzehntelange Erfahrung, die erforderlich ist, um Dusch-WCs technisch so ausgereift zu produzieren und zu entwickeln“, lautet die Einschätzung von Hubertus Brüggemann, Sales Director TOTO Europe. TOTOs Markteintritt mit dem Fokus auf Technologie habe der Sanitärbranche in Europa, die sich bis dahin vor allem im Design voneinander differenziert habe, eine vollkommen neue Komponente hinzugefügt, so Brüggemann weiter.

### **In Japan gehört TOTO zur Kultur**

In Japan erfahren Besucher TOTO noch anders als derzeit in Europa, ganzheitlicher. Der weltumspannende Konzern eröffnete in Tokio 1983 eine Architekturgalerie (Gallery TOTO MA), die er mit mehreren Ausstellungen im Jahr aktiv betreibt und die Werke zeitgenössischer internationaler Architekten vorstellt. Darüber hinaus ist TOTO angesehen für den Verlag TOTO Publishing, der relevante Publikationen im Bereich Design und Architektur veröffentlicht. Mit der Gallery TOTO auf dem Flughafen Tokio-Narita hat das Unternehmen im Jahr 2015 ein weiteres außergewöhnliches Projekt geschaffen, das mit Videoinstallationen und Raum-im-Raum-Installationen die Nähe zu Kunst und Architektur herstellt; jedoch eigentlich ein öffentlich zugänglicher Sanitärbereich ist. Und pünktlich zum 100-jährigen Bestehen hat TOTO am Konzernsitz im japanischen Kitakyushu ein Museum eröffnet: Die Ausstellungsstücke und die grüne Architektur des Gebäudekomplexes vermitteln den Wertekanon des Technologieführers: Hygiene und ein respektvoller Umgang mit der Natur.

Überraschende Wege sind es also, die TOTO einschlägt, um das Bad und die Hygiene sinnlich erfahrbar zu machen.

### TOTO Meilensteine

- Im Jahr 1917 gründet Kazuchika Okura das Unternehmen unter dem Namen TOYO TOKI CO. Ltd, das kurz darauf in TOTO umbenannt wird. Von Anfang an legte das Unternehmen einen besonderen Fokus auf die Hygiene. Er führt als erster Sanitärkeramik nach europäischem und amerikanischem Vorbild in Japan ein. Okura ist der Wegbereiter für die Massenproduktion von Sanitärkeramik in Japan. Heute ist TOTO mit 70 % Marktanteil in Japan der unangefochtene Marktführer.
- TOTO beginnt 1946 auch mit der Produktion von Sanitärarmaturen.
- Zur Zeit der Olympischen Spiele 1964 in Tokio erlebt Japan ein Wirtschaftswunder, mit dem ein Boom der Bauindustrie einhergeht. TOTO ist Vorreiter bei der Badezimmertechnologie und entwickelt vorgefertigte Modulbadezimmer.
- TOTO bringt 1980 das WASHLET auf den Markt und setzt neue Maßstäbe bei Sauberkeit und Komfort. Heute haben etwa 70% der japanischen Privathaushalte ein WASHLET installiert.
- Mit der Einführung der NEOREST Series im Jahr 1993 wird die Clean-Technology-Philosophie konsequent umgesetzt: TOTO avanciert zum Komplettbadanbieter auf höchstem Niveau.
- TOTO feiert auf der ISH in Frankfurt im Jahr 2009 seinen europäischen Markteintritt. Unterscheiden sich die großen Hersteller vor allem durch ihr Design, legt TOTO den Schwerpunkt auf innovative Technologien und wird neben anderen Produkten vor allem Trendsetter im Bereich WASHLETs und spülrandlose WCs.

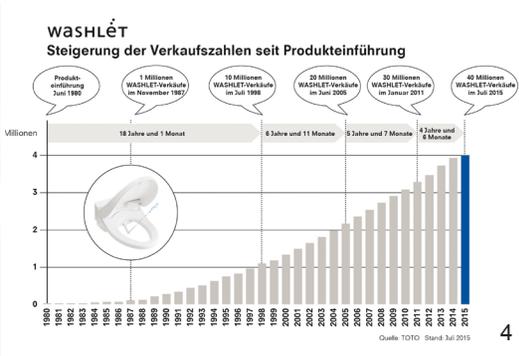
### Über die TOTO Europe GmbH

Bei TOTO steht der Mensch und sein Wohlbefinden im Mittelpunkt. Dabei vereint das japanische Unternehmen modernes Design mit viel Know-how. Die dahinterstehenden, in Jahrzehnten verfeinerten Technologien bleiben immer im Hintergrund und sind diskret und einfach in der Handhabung. Bereits 1917 in Kitakyushu, Japan, gegründet, entwickelt, produziert und vertreibt TOTO seit 2009 seine ganzheitlichen Badezimmerkonzepte für gehobene Ansprüche auch in Europa. Das Ziel ist es, durch Regeneration, Komfort und Hygiene ein neues Lebensgefühl zu schaffen.

Die Produkte von TOTO integrieren die Technik intelligent und nahezu unsichtbar in das Design. Dabei legt TOTO großen Wert auf Hygiene, Ressourcensparen und Komfort. Japans führender Hersteller präsentiert als Komplettbadanbieter Sanitärkeramik, Armaturen und Accessoires aus einer Hand, die in enger Zusammenarbeit mit renommierten Designern entstehen. Im Jahr 2017 feiert das Unternehmen seinen 100. Geburtstag. Weltweit arbeiten 28 000 Menschen bei TOTO.

Mehr über TOTO im Internet auf: [de.toto.com](http://de.toto.com)

Düsseldorf, im November 2017  
Abdruck honorarfrei/Beleg erbeten



1. Im neuen TOTO Museum erinnert man an den Firmengründer Kazuchika Okura, der das Unternehmen unter dem Namen TOYO TOKI CO. Ltd, gründete und das kurz darauf in TOTO umbenannt wurde.
2. Anlässlich des 100-jährigen Bestehens hat TOTO auf dem Gelände der Konzernzentrale im japanischen Kitakyushu (Präfektur Fukuoka) das TOTO Museum eingerichtet. Die beiden japanischen Architekturbüros Azusa Sekkei (Architektur und Bauaufsicht) und Tanseisha (Innenarchitektur) schufen ein futuristisches Gebäude.
3. Die Gallery TOTO im Wartebereich des neuen Terminal 2 auf dem Narita Airport in Tokio bietet einen außergewöhnlichen Erlebnisraum mit TOTO-Sanitärprodukten. (Foto: Daici Ano)
4. Seit der Markteinführung der TOTO WASHLETs im Jahr 1980 wurden weltweit bereits mehr als 40 Mio. Stück verkauft.
5. Im Juni 1980 brachte TOTO das allererste WASHLET auf den Markt. Zu den komfortablen Funktionen gehörten auch hier schon: ein auf Körpertemperatur beheizbarer Toilettensitz, eine ausfahrbare Stabdüse zur Intimreinigung mit warmem Wasser und ein Warmlufttrockner.
6. Das Hightech-WASHLET Neorest AC bekämpft Schmutz und Keime aktiv mit der Actilight-Technologie. Dabei setzt die Zirkon-Beschichtung des WC-Beckens zusammen mit einem in den Deckel integrierten UV-Licht eine photokatalytische Reaktion in Gang, die Schmutz aktiv zersetzt.



7. Viele Luxushotels bieten ihren Gästen mit den innovativen WASHLETs von TOTO ein außergewöhnliches Hygieneambiente, wie hier im 7132 Hotel im schweizerischen Vals.

8. Die Komplettbadserien von TOTO begeistern durch die unsichtbaren innovativen Technologien und das zurückhaltende, ästhetische Design.

9. Auf der ISH 2009 präsentierte sich der japanische Komplettbadanbieter TOTO erstmalig in Europa.

Fotos: TOTO. Alle Texte und Bilder liegen zum Download für Sie bereit unter:  
<http://www.bering-kopal.de/de/Presselounge/Presseinformationen.html>

**Meilensteine TOTO Europe GmbH**

- Im Jahr 2009 feiert die TOTO Europe GmbH den Markteintritt auf der europäischen Bühne und nimmt erstmalig an der ISH-Weltleitmesse teil. In London und Paris werden Verkaufsbüros eröffnet.
- TOTO stattet im Jahr 2009 in London das Luxushotel Connaught mit WASHLETs aus – das erste in Europa.
- Das WASHLET Neorest LE erhält in 2009 den reddot design award.
- Die japanische Airline JAL stattet 2009 ihre Lounge auf dem Frankfurter Flughafen mit TOTO WASHLETs aus.
- Das Luminist Waschbecken gewinnt in 2009 den if produkt design award.
- 2010 wird ein eigener Showroom in London Clerkenwell eröffnet
- 2013 stellt TOTO auf der ISH das erste WASHLET mit selbstreinigenden Eigenschaften vor. Das WASHLET AC der NEOREST Serie ist mit der Actilight-Technologie ausgestattet.
- Die Fachzeitschrift sbz testet 2015 in Zusammenarbeit mit der Hochschule Esslingen die Tornado Flush Spülung des SG WCs und erklärt diese zur besten Spülung randloser WCs im Markt.
- Der Neubau von Schloss Elmau wird pünktlich zum G7 Gipfel in 2015 mit TOTO WASHLETs bestückt.