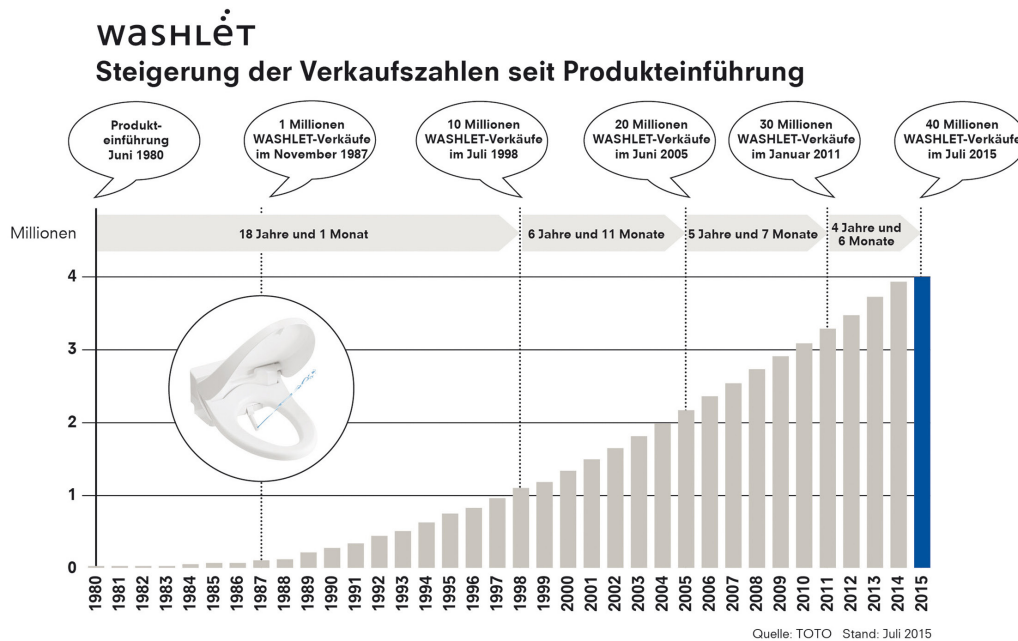


40 MILLIONEN VERKAUFTE WASHLETS

TOTO verzeichnet eine weltweit steigende Nachfrage nach WASHLETS. In zehn Jahren könnten sie in Europa zum Standard gehören.



Die Kurve zeigt steil nach oben: 40 Millionen WASHLETS hat TOTO seit 1980 weltweit verkauft und behauptet sich bis heute als Technologieführer der Sanitärbranche. In Japan verfügen inzwischen 77,5 Prozent aller Haushalte über ein Dusch-WC und auch in Europa steigt die Nachfrage. In zehn Jahren dürften WASHLETS auch hierzulande zum Standard gehören.

Ein auf Körpertemperatur beheizbarer Toilettensitz, eine ausfahrbare Stabdüse zur Intimreinigung mit warmem Wasser und ein Warmlufttrockner: Mit all diesen komfortablen Funktionen war schon das allererste WASHLET ausgestattet, das TOTO im Juni 1980 auf den Markt brachte – lange vor allen anderen Herstellern. Heute, 35 Jahre später, hat TOTO weltweit bereits 40 Millionen Dusch-WCs verkauft und ist nach wie vor Technologieführer der Sanitärbranche.

WASHLETS reinigen sich heute teilweise selbst

Stabdüse und beheizbarer Toilettensitz gehören heute zur Grundausstattung aller WASHLETS von TOTO. Hinzu kommen je nach Modell zahlreiche weitere Komfort- und Hygienefunktionen.

Die luxuriöseste Ausführung, das WASHLET NEOREST AC, reinigt sich sogar teilweise selbst und ist damit allen Wettbewerbsprodukten weit voraus: Nach der Nutzung säubert es sich zunächst mit elektrolytisch aufbereitetem Wasser, das antibakterielle Eigenschaften besitzt. In einem zweiten Schritt bekämpft das Dusch-WC Schmutz und Keime aktiv mit der Actilight-Technologie: Dabei bewirkt die Zirkon-Beschichtung des WC-Beckens

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

zusammen mit einem im Deckel integrierten UV-Licht eine photokatalytische Reaktion, die Verunreinigungen zersetzt.

Zum Standard gehört heute auch die hocheffiziente Spülung Tornado Flush, mit der alle WASHLETs und WC-Keramiken von TOTO ausgestattet sind: Düsen erzeugen einen kreisenden Strudel, der das gesamte WC-Becken erfasst und mit nur drei beziehungsweise 4,5 Litern Wasser rückstandslos reinigt. Konventionelle Spülungen anderer Hersteller bleiben nachweislich weit hinter diesem Hygieneergebnis zurück.

Luxushotels setzen auf WASHLETs von TOTO

77,5 Prozent aller Haushalte in Japan verfügen inzwischen über ein Dusch-WC. Das hat erst kürzlich eine Studie im Auftrag der japanischen Regierung ergeben. Außerdem kommen die Hightech-Toiletten dort zunehmend auch in Kaufhäusern, Bürogebäuden, Bahnhöfen und Flughäfen, ja selbst in Zügen und Flugzeugen zum Einsatz. Ein ganz besonderer Erlebnisraum für TOTO-Sanitärprodukte hat erst im April 2015 im Narita Airport in Tokio eröffnet: die 145 Quadratmeter große Gallery TOTO.

Seit TOTO 2009 in den europäischen Markt eintrat, finden die WASHLETs auch hier zunehmend Verbreitung. Immer mehr Luxus- und Wellnesshotels lassen inzwischen WASHLETs von TOTO in ihre Zimmer und Suiten einbauen. Auf der Referenzliste des japanischen Unternehmens stehen so klingende Namen wie ShangriLa, Hilton, Mandarin Oriental, Peninsula, Ritz Carlton, Hyatt, Jumeirah und Marriott.

WASHLET in zehn Jahren Standard

Diese großen Hotelketten fungieren als Trendsetter und Multiplikatoren, weil sie ihrem internationalen Publikum, das von zuhause bereits einen sehr hohen Standard gewohnt ist, immer noch ein bisschen mehr Komfort, Luxus und ansprechendes Design bieten müssen. „Die Gäste in einem Hotel erwarten das Besondere, das sie anschließend für ihre privaten Bäder übernehmen“, erklärt Hubertus Brüggemann, Vertriebsdirektor bei TOTO Europe. Er ist überzeugt: „In zehn Jahren werden auch in europäischen Haushalten WASHLETs zum Standard gehören.“

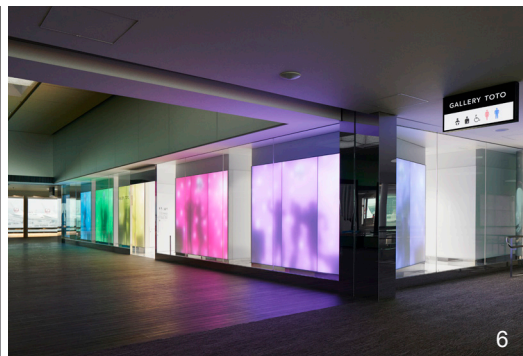
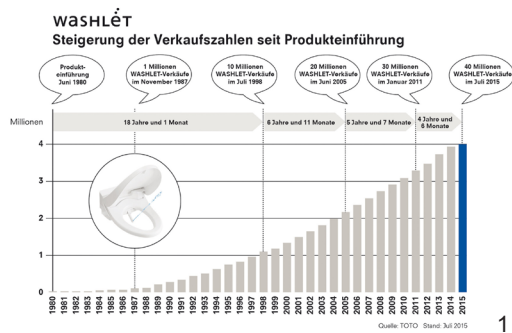
Damit könnte er durchaus recht haben: Weltweit verzeichnet TOTO derzeit einen exponentiellen Kurvenverlauf bei der Nachfrage nach WASHLETs.

Düsseldorf, im Oktober 2015
Abdruck honorarfrei/Beleg erbeten

Über die TOTO Europe GmbH

TOTO verwandelt Badezimmer in Wohlfühloasen. Dabei vereint das japanische Unternehmen europäisches Design, deutsche Ingenieurskunst und japanisches Know-how. Bereits 1917 in Kitakyushu, Japan, gegründet, entwickelt, produziert und vertreibt TOTO seit 2009 seine ganzheitlichen Badezimmerkonzepte für gehobene Ansprüche auch in Europa. Im Mittelpunkt steht die Vereinigung von Komfort und umweltfreundlicher Clean Technology. 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, Möbel und Accessoires aus einer Hand, die in enger Zusammenarbeit mit eigenen und renommierten europäischen Designern entstehen. Weltweit arbeiten 24 000 Menschen bei TOTO.

Düsseldorf, im Oktober 2015
Abdruck honorarfrei/Beleg erbeten



1. 40 Millionen WASHLETs hat TOTO seit 1980 weltweit verkauft. Das Unternehmen verzeichnet derzeit einen exponentiellen Kurvenverlauf bei der Nachfrage nach den Hightech-Toiletten. 2. Ein auf Körpertemperatur beheizbarer Toilettensitz, eine ausfahrbare Stabdüse zur Intimreinigung mit warmem Wasser und ein Warmlufttrockner: Mit all diesen komfortablen Funktionen war schon das allererste WASHLET ausgestattet, das TOTO im Juni 1980 auf den Markt brachte. 3. Heute reinigt sich die luxuriöseste Ausführung, das WASHLET NEOREST AC – hier im Connaught Hotel in London – sogar teilweise selbst und ist damit allen Wettbewerbsprodukten weit voraus. 4. Das WASHLET NEOREST AC bekämpft Schmutz und Keime aktiv mit der Actilight-Technologie: Dabei bewirkt die Zirkon-Beschichtung des WC-Beckens zusammen mit einem im Deckel integrierten UV-Licht eine photokatalytische Reaktion, die Verunreinigungen zersetzt. 5. Zum Standard gehört heute auch die hocheffiziente Spülung Tornado Flush, mit der alle WASHLETs und WC-Keramiken von TOTO ausgestattet sind. 6. Die Gallery TOTO im Wartebereich des neuen Terminal 2 auf dem Narita Airport in Tokio bietet einen außergewöhnlichen Erlebnisraum für TOTO-Sanitärprodukte.

Fotos 1-5: TOTO, Foto 6: DAICI ANO. Alle Texte und Bilder liegen zum Download für Sie bereit unter: <http://www.bering-kopal.de/de/Presselounge/Presseinformationen.html>