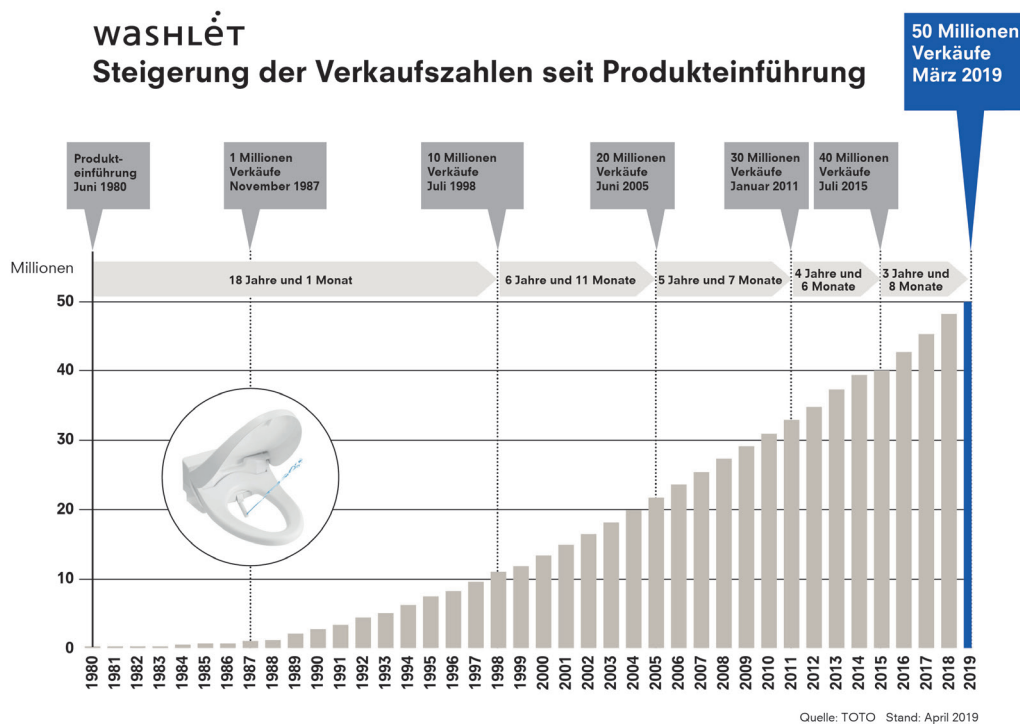


# TOTO erzielt Rekordmengen bei verkauften Dusch-WCs WASHLETs erfreuen sich zunehmender Beliebtheit und wurden seit Markteinführung im Jahr 1980 über 50 Millionen Mal verkauft.



Seit über 10 Jahren sind die Dusch-WCs von TOTO – die WASHLETs – fest im europäischen Markt etabliert. Erst vor kurzem wurde der japanische Marktführer als „World’s No.1 Brand“ für verkaufte Dusch-WCs ausgezeichnet. Die Marke TOTO, die stilvolles Design, Komfort und japanische Badkultur auf höchstem Niveau verkörpert, begeistert kontinuierlich mit technischen Innovationen und überzeugt immer mehr Menschen vom Luxus des Dusch-WCs. Dies belegt die eindrucksvolle Summe von 50 Millionen verkauften WASHLETs weltweit. Allein in den vergangenen 4 Jahren wurden 10 Millionen davon verkauft.

Was könnte den Erfolg eines Produktes deutlicher zum Ausdruck bringen, als seine herausragenden Verkaufszahlen? Die eindrucksvolle Summe von 50 Millionen WASHLETs hat das japanische Unternehmen TOTO seit der Markteinführung im Jahr 1980 an den Mann und an die Frau gebracht. Allein in den vergangenen 4 Jahren wurden 10 Millionen davon verkauft. Die WASHLETs erfreuen sich äußerster Beliebtheit – und das auf der ganzen Welt. Laut einer Studie der japanischen Regierung sind in Japan bereits 77,5 Prozent aller privaten Haushalte mit einem Dusch-WC ausgestattet und auch in öffentlichen Räumen wie Kaufhäusern, Bürogebäuden, Bahnhöfen und Flughäfen, ja und sogar in Zügen und Flugzeugen werden Dusch-WCs zunehmend eingesetzt.

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

**Ansprechpartnerin im Unternehmen:**  
Anja Giersiepen  
anja.giersiepen@toto.com

**TOTO im Internet:**  
de.toto.com

### Luxushotels und Privathaushalte

Auch in Luxus- und Wellnesshotels, die einen hohen Anspruch an Design und Komfort hegen, setzen die Architekten und Planer in den Zimmern und Suiten auf die verlässliche Hightech-Qualität der Dusch-Toiletten. Ob im Hotel Schloss Elmau bei Garmisch-Patenkirchen mit seiner knapp hundertjährigen Tradition, im mondänen Flair des Grandhotels Vier Jahreszeiten Kempinski München oder im exklusiven Luxushotel Park HYATT Wien – in den besten Hotels Europas kommen die WASHLETs von TOTO zum Einsatz. Und was die großen Hotels als Trendsetter vormachen, wird oft von ihren internationalen Besuchern für das eigene Heim übernommen.

### Komfort genießen

Wer einmal die Vorzüge des Dusch-WCs genossen hat, möchte sie nicht mehr missen. Als lebensverändernd und wohltuend wird die Erfahrung der erstmaligen Nutzung eines WASHLETs beschrieben. Der auf Körpertemperatur beheizbare Toilettensitz und eine ausfahrbare Stabdüse zur Intimreinigung mit warmem Wasser sind komfortable Funktionen, die schon seit dem ersten Modell zur Standardausstattung der WASHLETs gehören. Erweiterbar um Warmlufttrockner oder die Selbstreinigungsfunktion mit antibakteriellem Wasser, lässt das WC auch bei anspruchsvollen Nutzern kaum einen Wunsch offen.

### Sauberkeit durch Innovation

Cleanovation – die Verschmelzung der Begriffe Clean und Innovation – das setzen die WASHLETs bei allen Modellen mit dem höchsten Hygienestandard um. Die Reinheit hat oberste Priorität bei TOTO. Bei allen WC-Keramiken ist die hocheffiziente Spülung Tornado Flush eingebaut. Der von einer Düse erzeugte, kreisende Strudel reinigt das gesamte WC-Becken mit nur drei beziehungsweise 4,5 Litern Wasser rückstandslos. Oberhalb der Keramik platziert, ist die Stabdüse vor Verschmutzung hinter einer Verschlusskappe geschützt und kann nicht mit dem Spülwasser oder gar Fäkalien in Berührung kommen. Eine gründliche Entkalkung aller WASHLET-Modelle ist mühelos durchführbar.

### Klare Designsprache

Während das randlose Design des Dusch-WCs zum wahren Klassiker avanciert ist, zeigt das eckige WASHLET SX und das runde Pendant, das WASHLET RX, seit 2018 auf dem Markt, eine neue, noch klarere Formgebung. Die Keramik und das WASHLET verschmelzen optisch zu einer harmonischen Einheit. Mit seiner bewährten Komfort-Technologie erweitert diese Ausführung die Auswahl der Dusch-WC-Modelle. „Funktional wie ästhetisch von höchster Qualität, werden auch diese Neuheiten dazu beitragen, dass das WASHLET den internationalen Vorsprung als „World's No. 1 Brand“ beim Verkauf von Dusch-WCs halten kann,“ ist sich Hubertus Brüggemann, Sales Director TOTO Europe sicher. Als Innovator in der Sanitärtechnik strebt TOTO an, Baddesign und Hygienetechnologien stetig weiterzuentwickeln und setzt damit weltweit Maßstäbe – auch beim attraktiven Preis-Leistungsverhältnis. Der außerordentliche Erfolg der 50 Millionen verkauften Exemplaren spricht dabei für sich.

Düsseldorf, im Mai 2019

Abdruck honoarfrei / Beleg erbeten

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



**o.l.:** Das elegante WASHLET RX gehört zu den jüngsten WASHLET-Modellen von TOTO. Im Design präsentiert sich das neue RX durchgängig und harmonisch. Foto: TOTO Europe

**o.r.:** Das Neorest gehört zu den TOTO WASHLETs der Luxusklasse und hat neben den bewährten Standard-Hygienetechnologien einige Extras zu bieten, unter anderem die erweiterte Hygienefunktion ewater+. Foto: TOTO Europe

**u.:** TOTO entwickelt seine WASHLET-Modelle in Funktion und Design immer weiter. Mit seiner klaren Form erweitert das neue WASHLET SX die Auswahl an Dusch-WCs und integriert die bewährten Hygienetechnologien. Foto: TOTO Europe

**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 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 feierte das Unternehmen seinen 100. Geburtstag und wurde im Jahr 2018 vom internationalen Marktforschungsinstitut Euromonitor International als „World's No.1 Brand“ beim Verkauf für Dusch-WCs ausgezeichnet. Weltweit arbeiten 30 000 Menschen bei TOTO.

Düsseldorf, im Mai 2019  
Abdruck honoarfrei / Beleg erbeten

Mehr über TOTO im Internet auf: **de.toto.com**