

PRESSEINFORMATION

Evolutionär: Waschen statt Wischen – wenn das Toilettenpapier überflüssig wird

Die Römer nahmen die Finger zu Hilfe. Später tränkten sie kleine Schwämme in Salzwasser und befestigten sie an einem Stock. Im Mittelalter mussten Moos, Laub oder alte Lumpen herhalten. Wer wohlhabend war, konnte zu Schafswolle greifen. Keine Frage, das ursprüngliche „Toilettenpapier“ ist weit von dem Hygieneartikel entfernt, den wir heute kennen und am 26. August mit dem „Internationalen Tag des Toilettenpapiers“ würdigen. Doch die Hygienekultur ist nicht beim Papier stehen geblieben. Schon längst hat sie das nächste Level erreicht: „Waschen statt Wischen“ lautet das neue Motto in der intimsten Körperpflege. Dieses neue Denken – ausgelöst wurde es durch die immer angesagteren Dusch-WCs – verändert die Welt.

Revolutionäre Toilettenhygiene

Während sich die einen beim Gedanken an Toiletten mit Dusch- und Föhnfunktion (z. B. das Dusch-WC Sensia Arena von GROHE) noch verhalten zeigen, ist das Reinigen mit Wasser nach der Benutzung der Toilette in anderen Kulturen bereits ebenso selbstverständlich wie das Händewaschen. Besonders beliebt sind Dusch-WCs in Asien. In Japan etwa beträgt ihr Anteil rund 80 Prozent. Aber auch in Europa – hier ist die Tendenz steigend in Richtung eines Anteils von fünf Prozent – kehren immer mehr Verbraucher alten Gewohnheiten den Rücken und verzichten auf Toilettenpapier. Und das aus einem guten Grund! Denn Wasser, das natürlichste Reinigungsmittel überhaupt, ist nicht nur hygienischer, sondern auch sanfter zur Haut.

Fernab der Norm: komfortabler und hygienischer als herkömmliche Toiletten

Dusch-WCs gelten als deutlich komfortabler und hygienischer als herkömmliche WCs. Denn nach dem Toilettengang schaffen kleine Duscharmé und vielfältig einstellbare Strahlarten eine gründliche Reinigung durch warmes Wasser. Für den ganz persönlichen Komfort sorgen die

Pure Freude
an Wasser



Geruchsabsaugung und der Warmluftföhn. Fortschrittliche Technologien bieten ein deutlich frischeres, reineres und angenehmeres Gefühl als die Nutzung von Toilettenpapier oder Feuchttüchern. Das macht den feinen, saubereren Unterschied! Auch die Art, Intensität, Temperatur und Position des Wasserstrahls, die Strahlart und das Reinigungsverfahren lassen sich individuell einstellen – bei dem GROHE Sensia Arena Dusch-WC sogar per Smartphone-App. Smarte Einstellungen, die ein Nutzer zu schätzen weiß. Dusch-WCs sind aber nicht nur angenehmer im Gebrauch. Sie sind auch umweltfreundlicher, da das Toilettenpapier überflüssig wird: eben Waschen statt Wischen!

Wahrscheinlich einer der saubersten Orte der Welt

Auch hierzulande erfährt das „Ende der Rolle“ einen immer größeren Zuspruch. Ein Dusch-WC-Anbieter, der diesen Wandel besonders vorantreibt, ist GROHE. Mit Sensia Arena hat das Unternehmen beispielsweise erst im letzten Jahr ein Modell auf den Markt gebracht, das auch europäischen Designansprüchen im Badezimmer entspricht. Waren die Modelle hinsichtlich Design und Technologie bisher vornehmlich für den asiatischen Markt konzipiert, kommt das neue Sensia Arena Dusch-WC überraschend minimalistisch daher: intuitiv zu bedienen sowie klar und einfach im Design. Eine innovative Oberfläche für eine saubere, nahezu keimfreie Keramik und eine automatische Reinigung der Duscharmee machen dieses Modell zum vermutlich saubersten Ort der Welt.

Weitere Informationen unter: [grohe.de](https://www.grohe.de)

Über GROHE

GROHE ist der weltweit führende Anbieter von Sanitärarmaturen und eine globale Marke für innovative Sanitärprodukte. Die Weltmarke GROHE setzt seit vielen Jahrzehnten auf die Markenwerte Technologie, Qualität, Design und Nachhaltigkeit, um „Pure Freude an Wasser“ zu bieten. Innovation, Design und Entwicklung sind eng aufeinander abgestimmt und als integrierter Prozess fest am Standort Deutschland verankert. Damit tragen GROHE Produkte das Qualitätssiegel „Made in Germany“. Im globalen Produktionsnetzwerk mit einheitlich hohen Fertigungsstandards werden die GROHE Produkte mit einzigartiger Präzisionstechnik gefertigt. So erfüllt GROHE weltweit seinen kompromisslosen Qualitätsanspruch an beste Verarbeitung und höchste Produktleistung. Über 280 Design- und Innovationspreise sowie mehrere TOP-Platzierungen als eines von „Deutschlands nachhaltigstes

Pure Freude
an Wasser



Großunternehmen“ bestätigen den Erfolg von GROHE. Der konsequente Einsatz von GROHE Produkten in international herausragenden Gebäuden zeigt die nachhaltige Präferenz von Architekten, Designern und Entwicklern. GROHE ist Teil der LIXIL Group Corporation, einer an der Tokyo Stock Exchange notierten Gesellschaft. LIXIL ist der weltweit führende Sanitärhersteller mit einem breiten Portfolio bekannter Marken wie GROHE, American Standard und INAX. Zudem ist LIXIL Japans größter Anbieter der Baustoffindustrie und Wohngebäudeausstattung.

Über LIXIL

LIXIL ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Bau- und Wohnungswirtschaft. Unser einzigartiges Portfolio umfasst nicht nur Technologien, die unseren täglichen Umgang mit Wasser revolutionieren, sondern auch eine vollständige Palette an Produkten und Dienstleistungen für den Gebäudebau und große Architekturprojekte. Dank unserer Kernkompetenzen im Bereich Wasser-, Küchen-, Gebäude- und Bautechnik sind unsere Marken LIXIL, INAX, GROHE, American Standard und Permasteelisa führend in ihren jeweiligen Märkten und Regionen. Mit über 70.000 Mitarbeitern weltweit ist LIXIL in mehr als 150 Ländern aktiv. Wir bringen Funktionalität, Qualität und Design unter einen Hut, um das Leben von Menschen – wo auch immer Sie sich befinden – besser und angenehmer zu machen. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.lixil.com, facebook.com/lixilgroup und www.linkedin.com/company/lixil-group.

GROHE

Feldmühleplatz 15 • 40545 Düsseldorf • Telefon: +49(0)211/9130-3030 • www.grohe.com

MEDIENKONTAKT

Thorsten Sperlich
Chief Communications Officer
E-Mail: media@grohe.com

Pressebüro

Edelman.ergo GmbH
Agrippinawerft 28, 50678 Köln, Deutschland
tel: +49 (0)221 912887-24 | fax: +49 (0)221 912887-77
m: grohe@edelmanergo.com | w: www.edelmanergo.com