PRESSEINFORMATION

GROHE DESIGN präsentiert auf der Fuorisalone in Mailand den neuen ATRIO Experience Cube

- GROHE zeigt während der Fuorisalone 2018 seine eigens entworfene ATRIO Installation im Showroom
- Der Experience Cube lässt die Besucher ATRIO mit allen Sinnen erleben
- ATRIO ist das kreative Ideal von GROHE, bei dem Design und Technik in exakter Harmonie zusammenkommen

Düsseldorf, 16. April 2018. GROHE, der weltweit führende Anbieter von Sanitärarmaturen, stellt während der im April in Mailand stattfindenden Messe Fuorisalone im neu renovierten GROHE Showroom (in der Via Crocefisso 19) erstmals eine eindrucksvolle ATRIO Installation vor. Der schwarze Experience Cube lässt den Besucher in ein multimediales Erlebnis eintauchen, das die Geschichte der neuen ATRIO Kollektion auf abstrakte Weise darstellt. Dabei geht es um die beiden zentralen Merkmale, für die ATRIO steht: Eleganz und Präzision. In der Mitte des Würfels haben die Betrachter die Möglichkeit, ATRIO mit allen Sinnen zu erfahren. Die Videosequenzen in Kombination mit der Musik und einer besonderen Wasserinstallation lassen die Gäste voll und ganz die beiden prägenden Attribute des neuesten Designhighlights von GROHE erleben. „Mit dem Launch tritt GROHE eine neue Ära des Designs ein, in der wir das Bekannte hinter uns lassen und etwas wirklich Bedeutungsvolles schaffen – eine Ikone. Bei ATRIO geht es um ein Design, das nicht zeigt, was wir gemacht haben, sondern vielmehr, was wir nicht gemacht haben", erklärt Michael Seum, Vice President Design bei GROHE.

Zeitlose Eleganz

Die neue ATRIO Kollektion beruht auf einem Design, das den typischen Versuchungen luxuriöser Designelemente widersteht. Die wahre Eleganz von ATRIO entsteht durch Reduktion auf das Wesentliche und die Vereinfachung auf eine einzigartige Geometrie: ein vollkommener Kreis, der für Effizienz, Weiblichkeit und Perfektion steht. Dabei hat der zylindrische Ring eine hoch symbolische Bedeutung und repräsentiert ein Versprechen. Das zurückhaltende Design der ATRIO Kollektion bereichert jede Umgebung um eine zeitlose Eleganz.

Das Ideal der Präzision

Bei ATRIO folgt das Wasser der Form; und das auf überaus präzise Weise. Diese technische Perfektion Made in Germany erforderte handwerkliches Geschick, das durch technisches Know-how abgerundet wurde: „Es waren technische Experten notwendig, die trotz des minimalistischen Designs der neuen ATRIO Kollektion in der Lage waren, diese neuartige Form der Perfektion umzusetzen. Dabei mussten Design und Technik in exakter Harmonie zusammenkommen", so Michael Seum. Darüber hinaus erfordert das Design eine gewissenhafte Konzentration auf Details und Handwerk. Aus diesem Grund ist ATRIO mehr als nur eine Armaturenkollektion – ATRIO ist das kreative Ideal von GROHE, das dank deutscher Handwerkskunst zum Leben erweckt wird. Der GROHE Showroom ist vom 17. bis 22. April zwischen 10 und 20 Uhr für die Öffentlichkeit zugänglich – außer am Mittwoch, dem 18. April, dann ist er von 11 bis 14 Uhr geöffnet.

Weitere Informationen unter www.grohe.de/de_de/unternehmen/news/fuorisalone2018.html

Über GROHE

GROHE ist der weltweit führende Anbieter von Sanitärarmaturen und beschäftigt insgesamt mehr als 6.000 Mitarbeiter – davon 2.400 in Deutschland. Seit 2014 ist GROHE Teil der LIXIL Group Corporation. Als Weltmarke setzt GROHE auf die Markenwerte Technologie, Qualität, Design und Nachhaltigkeit, um „Pure Freude an Wasser" zu bieten. GROHE erschließt seit jeher auch neue Produktkategorien. Hierzu zählen neben den Wassersystemen GROHE Blue und Red auch das kürzlich vorgestellte Wassersicherheitssystem GROHE Sense als innovativer Baustein im Wachstumsmarkt des Smart Home. Innovation, Design und Entwicklung sind dabei stets eng aufeinander abgestimmt und als integrierter Prozess fest am Standort Deutschland verankert. Damit tragen GROHE Produkte das Qualitätssiegel „Made in Germany". Allein in den letzten zehn Jahren bestätigen über 300 Design- und Innovationspreise sowie mehrere TOP-Platzierungen beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis den Erfolg von GROHE. GROHE wurde als Vorreiter seiner Branche mit dem Corporate Social

Responsibility Preis der Bundesregierung ausgezeichnet sowie vom renommierten FORTUNE® Magazin in das Ranking der Top 50, die „die Welt verändern“ aufgenommen.

Über LIXIL

LIXIL entwickelt richtungsweisende Wassertechnologien und Gebäudeausstattung, die maßgeblich dazu beitragen, alltägliche Herausforderungen zu meistern und die Qualität von Wohnräumen zu verbessern – für jeden, überall. Aufbauend auf unserer japanischen Herkunft entwickeln wir weltweit führende Technologien und nutzen unsere Innovationsstärke, um hochwertige Produkte herzustellen, die das Leben unserer Kunden erleichtern. Das Besondere an LIXIL ist dabei die Art und Weise, wie wir arbeiten: Wir bringen nutzerzentriertes Design, Unternehmergeist und ein verantwortungsvolles Geschäftswachstum in Einklang und legen Wert darauf, den Zugang aller Menschen zu innovativen Technologien und Qualitätsprodukten zu vereinfachen. Unser Ansatz wird durch branchenführende Marken wie INAX, GROHE, American Standard und TOSTEM zum Leben erweckt. Mehr als 70.000 Mitarbeiter in über 150 Ländern sind stolz darauf, Produkte herzustellen, die Teil des täglichen Lebens von mehr als einer Milliarde Menschen sind. Erfahren Sie mehr unter www.lixil.com.

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
Medienpark Kampnagel, Barmbeker Str. 4, 22303 Hamburg, Deutschland
Tel: +49 (0)40 356206 045 | Fax: +49 (0)40 372880
M: grohe@edelmanergo.com | W: www.edelmanergo.com