

PRESSEINFORMATION

Mit GROHE duschen, ohne nass zu werden

- GROHE eröffnet mit GROHE SPA den ersten Flagship-Store in Asien – mit virtuellem Showroom.
- GROHE zeigt, wie der Badezimmerkauf im Zeitalter der Digitalisierung funktioniert.
- Besucher können hunderte Produkte virtuell und dreidimensional ausprobieren.

Düsseldorf, 18. April 2018: GROHE, der weltweit führende Anbieter von Sanitärarmaturen, hat seinen ersten Flagship-Store in Asien eröffnet. Im Herzen von Singapurs Haupteinkaufsstraße setzt GROHE SPA die Messlatte hoch an, um Designer und Verbraucher mit einem Showroom für die innovativsten GROHE Wassertechnologien zu begeistern und zu inspirieren. Auf knapp 600 Quadratmetern und zwei Ebenen erfahren die Besucher alles über die preisgekrönten GROHE Kollektionen und können hautnah erleben, was hinter dem Unternehmensmotto „Pure Freude an Wasser“ steckt.

Showroom zur Bühne gemacht

„GROHE setzt auf die Markenwerte Technologie, Qualität, Design und Nachhaltigkeit und legt Wert auf Innovationen, die unseren Kunden einen Mehrwert bieten“, sagt Bijoy Mohan, CEO von LIXIL Asia. „In diesem Sinne wollen wir uns auch im Einzelhandel immer wieder steigern. Deshalb haben wir den ersten Flagship-Store von GROHE in Asien zu einer Bühne gemacht, auf der wir die Fortschritte von GROHE im Bereich der Wassertechnologie real und virtuell zum Leben erwecken. Was noch wichtiger ist: Wir möchten die Art und Weise, wie Verbraucher mit unseren Produkten interagieren, inspirieren und verändern.“

Virtuell erleben, wie Funktion und Design zusammenpassen

GROHE SPA ist mit intelligenten Technologien ausgestattet, die Verbrauchern und Designern dabei helfen, besser zu planen und ihre Auswahl zu visualisieren. Eine Attraktion ist dabei ein Konfigurator, mithilfe dessen sich das bevorzugte Duschsystem virtuell aussuchen lässt. Ausgerüstet mit einem „Virtual Reality“-Headset gewinnen Besucher den Eindruck, als stünden sie tatsächlich unter der Dusche ihrer Wahl. Kunden können somit

Pure Freude
an Wasser



realitätsnah erleben, wie Funktion und Design zusammenpassen, und eine Vorauswahl ihrer Präferenzen treffen, ohne dabei nass zu werden. Insgesamt können Besucher des Flagship-Stores hunderte Produkte von GROHE virtuell und dreidimensional ausprobieren.

Sofortiger Zugriff auf Produktinformationen via RFID und Smartphone

Beim Gang durch den Flagship-Store haben Besucher zudem die Möglichkeit, GROHE Produkte über ihr Smartphone mittels RFID-Technologie zu markieren und sich die gewünschten Informationen per E-Mail zuschicken zu lassen. Oder sie projizieren ihre Auswahl direkt vor Ort auf einen interaktiven Touchscreen, um mehr über die Produkte zu erfahren und zu sehen, wie diese weltweit in Hotel- und Wohnprojekten eingesetzt werden. Alternativ können Kunden Bilder ihres eigenen Badezimmers mitbringen, diese mithilfe einer App mit GROHE Produkten ausstatten und einfach herausfinden, welche Armatur sich beispielsweise am besten mit welcher Dusche kombinieren lässt. Wie das aussieht, lässt sich als 360-Grad-Foto auf dem Smartphone ansehen. Zudem ist das neu gestaltete Badezimmer mithilfe der 3D-Brille VR Goggles virtuell begehbar.

Verschiedene Duschsprays hautnah erleben

Auch Kunden, die Produkte lieber real erleben möchten, kommen im GROHE SPA voll auf ihre Kosten: Um sich von den verschiedenen Duschsprays live ein Bild machen zu können, bietet GROHE SPA spezielle Wasserbereiche, in denen Besucher die [GROHE DreamSpray Technologie](#) hautnah erleben können. Diese sorgt im Inneren der Brausen für äußerste Präzision und eine gleichmäßige Wasserverteilung auf jede einzelne Düse. Und im Live-Küchenbereich können Verbraucher [GROHE Minta Touch](#) ausprobieren – eine Küchenarmatur, die per Berührung mit dem Arm ein- und ausgeschaltet werden kann, sodass die Hebel immer sauber bleiben, auch wenn es die Hände vom Kochen gerade nicht sind.

GROHE SPA inspiriert mit hochwertigen Luxusbadewannen

GROHE Kollektionen und Produkte sind in vielen der luxuriösesten Spas und Hotels der Welt zu finden. Mit GROHE SPA wurden sieben dieser Badezimmersuiten nachgebildet – jede davon erzählt eine einzigartige Designgeschichte und zeugt von der Vorliebe der Architekten, Designer und Entwickler für die Marke GROHE. Im neuen Flagship-Store können Verbraucher durch die Bäder gehen, um sich inspirieren zu lassen und mehr über die verschiedenen

Pure Freude
an Wasser



Produkte zu erfahren. Ziel des Showrooms ist es, dass die Besucher zu Hause ihre eigenen, ganz persönlichen Spas kreieren.

GROHE SPA, Shaw Centre, Scotts Road 1, Ebene 1 #01-04/05, Singapur

Öffnungszeiten: Täglich von 11.00 bis 21.30 Uhr

Weitere Informationen unter https://www.grohe.sg/en_sg/

Bildmaterial (Quelle: GROHE)



Bildunterschrift: Im neuen Flagship-Store GROHE SPA in Singapur lässt sich auf einem interaktiven Touchscreen mehr über die Produkte vor Ort erfahren – auch darüber, wie diese weltweit in Hotel- und Wohnprojekten eingesetzt werden.

Pure Freude
an Wasser

GROHE
Wasser



Bildunterschrift: Im neuen Flagship-Store GROHE SPA in Singapur kommt „Virtual Reality“ zum Einsatz, damit Kunden ihr bevorzugtes Duschsystem vor dem Kauf so realistisch wie möglich erleben können.



Bildunterschrift: Im neuen Flagship-Store GROHE SPA in Singapur erfahren Besucher auf knapp 600 Quadratmetern alles über die Designinspiration der preisgekrönten GROHE Kollektionen.

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.

PART OF **LIXIL**

Pure Freude
an Wasser



Innovation, Design und Entwicklung sind dabei stets eng aufeinander abgestimmt und als integrierter Prozess fest am Standort Deutschland verankert. Damit tragen GROHE Produkte das Qualitätsiegel „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: <mailto: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