

## PRESSEINFORMATION

### **GROHE ist treibende Kraft der digitalen Transformation innerhalb der Sanitärbranche und setzt neue Maßstäbe auf der ISH 2019**

- Das Jahr 2018 stand bei GROHE ganz im Zeichen strategischer Partnerschaften und der Digitalisierung von Wasser.
- Auf der ISH 2019 präsentiert GROHE sich erstmals als eine der global führenden Marken für ganzheitliche Badlösungen, Küchensysteme und intelligentes Wassermanagement.

**Düsseldorf, 14. Januar 2019.** GROHE, eine führende globale Marke für ganzheitliche Badlösungen und Küchenarmaturen, setzt ihren Erfolgskurs im Jahr 2019 fort. Im vergangenen Jahr hat GROHE sich von einem reinen Hardware-Hersteller hin zu einer treibenden Kraft der digitalen Transformation innerhalb der Sanitärbranche mit eigenen Internet of Things-Produkten (IoT) weiterentwickelt. Die intelligente Wassersteuerung GROHE Sense Guard ist mittlerweile in der Welt des Smart Home angekommen.

„In sämtlichen Produkten, Innovationen und Aktivitäten von GROHE steckt der Anspruch, den Umgang mit Wasser mit Blick in die Zukunft aktiv mitzugestalten“, sagt Michael Rauterkus, CEO GROHE AG. „Es geht darum, Antworten auf die drängendsten Fragen unserer Zeit zu finden. Welche Lösungen wir in allen Bereichen des Wassermanagements als GROHE dazu beitragen können, wird unser großes Thema auf der diesjährigen ISH sein.“

#### **GROHE schließt Allianzen gegen Wasserschäden**

Strategische Partnerschaften mit Versicherungen in Europa wie der Provinzial Rheinland oder der Gothaer Allgemeine und in den USA wie der Munich Re Tochter HSB Group, haben GROHE 2018 neue Absatzkanäle eröffnet. Zudem lässt sich der Wassersensor GROHE Sense ab sofort mit Magenta SmartHome von der Deutschen Telekom und GROHE Sense Guard mit den vernetzten Haushaltsgeräten von Nest verbinden. Durch die Zusammenarbeit mit IoT-Experte relayr lässt sich das intelligente Wassersicherheitssystem

künftig noch flexibler und schneller mit anderen IT-Ökosystemen und -plattformen vernetzen. Weitere strategische Partnerschaften werden 2019 folgen.

### **GROHE investiert in Innovationen**

Ein weiterer Meilenstein war die Einweihung des Labor-Erweiterungsbaus im September in Hemer. Mit einer Investitionssumme von 1,1 Millionen Euro bündelt GROHE alle zuvor dezentralen Tätigkeiten des Entwicklungslabors und ermöglicht so eine noch engere Verzahnung innerhalb der Zentralbereiche von Forschung und Entwicklung. Dies gewährleistet ab sofort noch effizientere Entwicklungsprozesse für mehr Innovationen.

### **GROHE als globale Marke international auf Erfolgskurs**

GROHEs Truck Tour begeisterte Kunden in 33 Ländern weltweit und konnte im März den 100.000sten Besucher feiern. Weitere internationale Highlights: Zum Launch wurde die neue Armaturenkollektion Atrio im renovierten GROHE Showroom während der Mailänder Design Week in einer Kunstinstallation kreativ in Szene gesetzt und begeisterte Kunden, Partner und Medien. In Asien wiederum überzeugte GROHE mit einem neuen virtuellen Showroom im Flagship-Store in Singapur: Hier heißt es „duschen ohne nass zu werden“. Selbst die Fußball-WM in Russland fand unter Beteiligung von GROHE statt: Alle von der FIFA zertifizierten Arenen sind mit GROHE Produkten ausgestattet worden.

### **Vielfache Auszeichnungen ehren Nachhaltigkeitsengagement und Innovationsstärke**

GROHEs Engagement für intelligente, wassersparende Technologien wird wahrgenommen und wertgeschätzt. So wurde die Marke beim diesjährigen Deutschen Nachhaltigkeitspreis zum dritten Mal unter die Top 3 der „nachhaltigsten Großunternehmen Deutschlands“ gewählt. Zudem ist 2018 mit 63 Design-Auszeichnungen das bisher awardreichste Jahr in GROHEs Geschichte.

### **ISH 2019: GROHE setzt weiteren Meilenstein**

Zurzeit arbeitet GROHE mit Hochdruck an den Vorbereitungen für die ISH 2019, die weltweit führende Messe für den verantwortungsvollen Umgang mit Wasser und Energie in Gebäuden, die im März in Frankfurt am Main stattfindet. Mit einem neuen Standkonzept,

Pure Freude  
an Wasser

The GROHE logo consists of the word "GROHE" in a bold, white, sans-serif font, positioned above three white wavy lines that represent water. The entire logo is set against a dark blue square background.

neuen Veranstaltungsformaten und vielen Innovationen wird GROHE, wie auch schon bei der Messe 2017, neue Maßstäbe setzen.

So wird sich GROHE erstmals umfassend als führende globale Marke für ganzheitliche Badlösungen, Küchensysteme und intelligentes Wassermanagement präsentieren. Dabei bleibt GROHE dem ISH-Motto seines erfolgreichen und preisgekrönten Messeauftritts von 2017 treu: „Water. Intelligence. Enjoyment“. Dahinter verbirgt sich das Bestreben von GROHE, qualitativ hochwertige, intelligente und nachhaltige Lösungen zu entwickeln, mit einem Design, das über Form und Funktion hinausgeht.

Weitere Informationen unter:

[www.grohe.com](http://www.grohe.com)

Folgen Sie uns auf unseren Social Media Kanälen [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#) und [YouTube](#).

Pure Freude  
an Wasser

**GROHE**  


### Über GROHE

GROHE ist eine führende globale Marke für ganzheitliche Badlösungen und Küchenarmaturen 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, Unternehmerteil 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](http://www.lixil.com).

### GROHE

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

### MEDIENKONTAKT

Thorsten Sperlich  
Chief Communications Officer  
E-Mail: [media@grohe.com](mailto:media@grohe.com)

### Pressebüro

Edelman GmbH  
Agrippinawerft 28, 50678 Köln, Deutschland  
tel: +49 (0) 221 828281-45  
m: [grohe@edelman.com](mailto:grohe@edelman.com) | w: [www.edelman.de](http://www.edelman.de)