

PRESSEINFORMATION

GROHE startet mit Dusch-WC-Kampagne an internationalen Flughäfen durch

- Der Werbeslogan „First class seats for everyone“ wirbt für das intelligente Dusch-WC GROHE Sensia Arena
- Größte Außenwerbekampagne in der Geschichte von GROHE: 19 internationale Flughäfen, 15 Länder, 20 Millionen Besucher
- Kampagne ist Teil einer breit angelegten Kommunikationsoffensive inklusive Public Relations und Social Media und beinhaltet Aktivierungen in den Bereichen Sales und Marketing sowie Trainings und Mitarbeiterkommunikation

Düsseldorf, den 12. März 2018: GROHE, der weltweit führende Anbieter für Sanitärarmaturen, wirbt seit Anfang März an 19 internationalen Flughäfen in 15 Ländern für sein intelligentes Dusch-WC GROHE Sensia Arena. Mit der Kreativkampagne „FIRST CLASS SEATS FOR EVERYONE“ (auf Deutsch: „Erste Klasse Sitze für jedermann“) zielt GROHE auf internationale Reisende ab. GROHE Sensia Arena ist ein Dusch-WC erster Güte. Die intelligente Toilette von GROHE besticht durch ein überragendes Design sowie durch modernste Technologie – ist dabei jedoch für jedermann erschwinglich. Kein anderes Produkt von GROHE hat so viele Designpreise gewonnen wie GROHE Sensia Arena.

20 Millionen Flughafenbesucher sollen erreicht werden

Die Kampagne ist unter anderem an den Drehkreuzen London Heathrow (Großbritannien), Paris Charles-de-Gaulle (Frankreich), Frankfurt am Main (Deutschland) und Amsterdam Schiphol (Niederlande) zu sehen. Bei der Plakatierung handelt es sich um die größte Außenwerbekampagne in der Geschichte von GROHE, die mehr als 20 Millionen Flughafenbesucher erreichen soll. Ziel ist dabei auch, dem Dusch-WC maximale Aufmerksamkeit zu sichern, und sich als führender Anbieter sowie Partner von Händlern,

Pure Freude
an Wasser



Showroom-Betreibern und Projektentwicklern zu positionieren. Zusätzlich wird ein GROHE XXL-Truck an ausgewählten Flughäfen Halt machen und detaillierte Informationen zur Verfügung stellen. Public Relations und Social-Media-Maßnahmen, Mitarbeiter-Aktivierungen und dezidierte Sales-Aktionen unterstützen die Kampagne.

Unterstützung für Handwerker und den Fachhandel

Der Verkauf des Sensia Arena lohnt sich auch für die GROHE Partner: Handwerksbetriebe, die am Treueprogramm SMART teilnehmen, erhalten 1.000 SMARTs pro verkauftem und gescanntem Dusch-WC. GROHE unterstützt zudem den Fachhandel und Handwerker mit Trainings und Informationsmaterialien. Dazu gehören beispielsweise Thekendisplays, Poster oder Galeriekarten für Badausstellungen. Selbstverständlich ist das GROHE Sensia Arena auch eines der Highlights, die im Rahmen der [europaweiten Erlebnistour](#) der vier GROHE XXL-Trucks und in den S-Trucks gezeigt wird. Verbraucher und Handwerker können das Dusch-WC während der Stopps ausprobieren und sich von GROHE Mitarbeitern beraten lassen.

Weitere Informationen unter

www.grohe.de/dusch-wc

www.grohe-smart-treueprogramm

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 als eines von „Deutschlands nachhaltigsten großen Marken“ den Erfolg der Marke. 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 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

Pure Freude
an Wasser



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 in Einklang, um das Leben von Menschen – wo auch immer sie sich befinden – besser und angenehmer zu gestalten. 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

Kerstin Germund • Edelman.ergo GmbH
Barmbeker Straße 4, 22303 Hamburg, Deutschland
t: +49 (0)40 - 3562 06 - 045
m: kerstin.germund@edelmanergo.com | w: www.edelmanergo.com