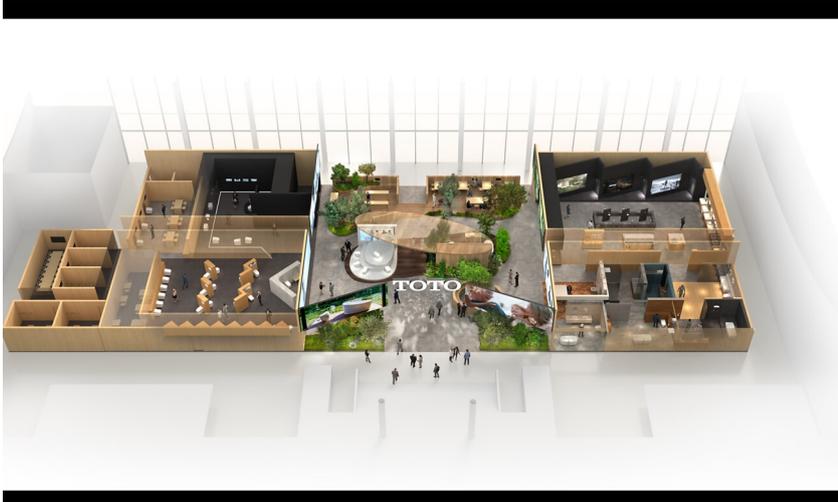


TOTO auf der ISH



Im Rahmen der Weltleitmesse für Heizung Sanitär und Klima, der ISH, zeigt TOTO vom 13. bis zum 17. März in Frankfurt/M. eine herausragende Präsenz: Erstmals lädt der japanische Sanitärexperte, der mit 36.000 Mitarbeitenden in 18 Ländern der Welt vertreten ist, in das Forum ein und regt auf 1500m² dazu an, sich auf eine sinnlich ansprechende Entdeckungsreise durch die Welt von TOTO zu begeben. „Mit einem Standkonzept, welches die Sinne stimuliert – Licht, Klang, fließendes Wasser und grüne Bäume – zeigen wir die neuesten nachhaltigen Produkte und den positiven Einfluss, den diese auf unseren Lebensstil nehmen“, lautet das Statement aus dem Unternehmen.

Unter dem Motto „Life Anew“ präsentiert TOTO Sanitärprodukte, die für einen Lebensstil stehen, der Komfort und gesunde Lebensweise vereint. Dabei ist es das erklärte Ziel des Unternehmens, aus alltäglichen Ritualen bereichernde Erlebnisse zu kreieren und damit ein neues Lebensgefühl für jeden zugänglich zu machen.

In der Entwicklung innovativer Sanitärkeramik gilt TOTO als führend und nutzt die ISH, neben vielen anderen Exponaten sein Kernprodukt – WASHLET – erlebbar zu machen. In diesem Zusammenhang spielt auch die nachhaltige Unternehmens- und Produktausrichtung und insbesondere die auf Nachhaltigkeit angelegte Forschung und Entwicklung eine wichtige Rolle.

Der Experte für WASHLET

Als WASHLET wird das von TOTO entwickelte Dusch-WC bezeichnet. WASHLET trägt mit seinen Komfort- und Hygienetechnologien dazu bei, Ressourcen zu schonen. Etwa durch die sanfte Reinigung mit Wasser anstelle von Toilettenpapier. Auch die Hygienetechnologien sind in diesem Zusammenhang zu erwähnen, da sie aggressive Reinigungsmittel überflüssig machen, besonders umweltschonend

Ansprechpartner für Journalisten:
bering*kopal GbR, Büro
für Kommunikation
Heike Bering
Tel. +49 (0)711 7451
759 15

heike.bering@
bering-kopal.de

Ansprechpartnerin im Unternehmen:
Anja Giersiepen
anja.giersiepen@
toto.com

TOTO im Internet:
eu.toto.com/de

sind und die Notwendigkeit der Reinigung des WCs auf ein Minimum reduzieren. In seinen unterschiedlichen Modellvarianten hat sich das WASHLET in den vergangenen 40 Jahren von Japan aus aufgemacht, um internationales Terrain zu erobern und Menschen auf der ganzen Welt für das hygienische, langlebige und ressourcenschonende Sanitärprodukt zu begeistern. Mittlerweile verzeichnet TOTO mehr als 60 Millionen verkaufte Exemplare weltweit. Bisher hat kein anderes Unternehmen so viele Dusch-WCs verkauft, so die Aussage des führenden Sanitärexperten.

Messeneuheit

Zum ersten Mal zeigt TOTO in diesem Jahr auf der ISH NEOREST WX. Der dort präsentierte Prototyp der smarten Toilette mit WASHLET, gehört zu den high-end Toiletten. NEOREST sind die am weitesten entwickelten Toiletten mit integriertem WASHLET des japanischen Herstellers, die innovatives Design mit Spitzentechnologie verbinden. Die ganzheitliche Form des NEOREST WX, die sich die ursprüngliche Weichheit der Keramik zunutze macht, schafft ein sanftes, gerundetes Design, das dem Nutzer ein Gefühl von Behaglichkeit vermittelt. Durch die schnörkellose und schlichte Formensprache passt es perfekt in jedes Badezimmerambiente.

1 Der großzügig angelegte Messestand lässt die Besucher die Produkte mit allen Sinnen erleben. Foto: TOTO

2 Eingang des Messestandes. Sonnenlicht, das durch die Bäume dringt und Geräusche aus der Natur begrüßen den Besucher und schaffen eine Oase der Ruhe im Messealltag. Foto: TOTO

3 Die Markenbotschaft PURE LUXURY steht für einen gehobenen Anspruch im Badezimmer. NEOREST unterstützt dabei und fördert das Wohlfühl. Foto: TOTO

4 TOTO verfügt über eine große Auswahl an WASHLET. Bisher hat das Unternehmen 60 Millionen Stück weltweit verkauft, so viel wie kein anderer Hersteller. Foto: TOTO



5 Die Duschen mit ihrer innovativen Technologie begleiten die Nutzer perfekt durch den Tag – vom Aufstehen bis zum Zubettgehen. Sie wirken belebend bis beruhigend und entspannend. Foto: TOTO

6 NEOREST WX. Smarte Toilette der Extraklasse mit integriertem WASHLET. Foto: TOTO



Über TOTO Europe

Bei TOTO, das zu den führenden internationalen Sanitärunternehmen zählt, steht der Mensch und sein Wohlbefinden im Mittelpunkt. Bereits 1917 in Kitakyushu, Japan, gegründet, entwickelt, produziert und vertreibt TOTO seit 2009 seine ganzheitlichen Badezimmerkonzepte für gehobene Ansprüche auch in Europa. Das Ziel ist es, durch Regeneration, Komfort und Hygiene ein neues Lebensgefühl zu schaffen und die Technik intelligent und nahezu unsichtbar in das Design zu integrieren. Japans führender Hersteller präsentiert als Komplettbadanbieter Sanitärkeramik, Armaturen und Accessoires. Das Unternehmen kann mittlerweile auf über 40 Jahre Entwicklung und Herstellung von WASHLET zurückblicken und hat bisher weltweit über 60 Mio. Stück verkauft. Auf dem Weg zu einem nachhaltig ausgerichteten Unternehmen, das die Entwicklung hin zu einer vollständig emissionsfreien Gesellschaft unterstützt, zeigt TOTO ein hohes Engagement: Mit dem Beitritt zur Initiative RE100 bekennt sich die TOTO-Unternehmensgruppe dazu, an allen Standorten bis zum Jahr 2040 vollständig auf Strom aus erneuerbaren Energien umzustellen. Im Juni 2021 erfolgte die Zertifizierung der Science Based Targets Initiative (SBT), um die Reduzierung von Treibhausgasen im Einklang mit dem Pariser Abkommen zu erreichen und auf dieser Grundlage die CO₂-Emissionen systematisch weiter zu reduzieren. Weltweit arbeiten mehr als 36000 Menschen bei TOTO.

Mehr über TOTO: de.toto.com