**GROHE LAHJOITTAA LASTENKIRJOJA HOPELLE**

LIXIL ja GROHE julkaisevat vuosittain yhteisöllisyyspäivänään lastenkirjan. Julkaistavien kirjojen aiheet liittyvät aina tavalla tai toisella veteen ja vastuullisuuteen.

Tänä vuonna kirjan aihe on hyvin ajankohtainen ja konkreettinen, tarkoituksenaan opettaa lapsille hyvän käsihygienian merkitystä haitallisten bakteerien ja virusten leviämisen ehkäisemiseksi. Lisäksi kirjassa kiinnitetään huomiota siihen, kuinka tärkeää on pitää hyvää huolta kallisarvoisesta luonnonvarastamme, vedestä.

Nyt julkaistava kirja kertoo leijonasta nimeltä Ali ja hänen huonosta suhtautumisestaan tassujen pesuun ja siitä kuinka huono käsihygienia lopulta johtaa koko lauman sairastumiseen. Aihetta käsitellään kirjassa pienille lapsille sopivalla tavalla.

”Joka vuosi jokainen GROHEn toimintamaa valitsee itse kohteen, jonka kokee tärkeäksi ja jonka kanssa haluaa lastenkirjan jakaa. Tänä vuonna kohteeksemme valikoitui HOPE, joka GROHEn tavoin on yksi yhteistyökumppaneista Suomessa 2021 pelattavissa miesten salibandyn MM-kisoissa. Yhteistyössä HOPEn ja MM2020-kumppaneiden toteuttama Anna Mahdollisuus -kampanja on avannut silmäni yhä useampien lapsiperheiden kokemalle ahdingolle. Toivon että näillä lahjoitettavilla kirjoilla voidaan ilahduttaa apua tarvitsevien perheiden pienimpiä”, kertoo GROHE Suomen markkinointipäällikkö Tanja Stade.

"Kirjan aihe on hyvin ajankohtainen ja tärkeä. On ilo saada jakaa näitä kirjoja ja sitä kautta lukukokemuksia Hopen tukemien perheiden lapsille. Tarinoiden kautta syntyy monesti suurimmat oivallukset ja yhdessä lukeminen yhdistää lasten ja aikuisten maailmoja." sanoo Hope ry:n toiminnanjohtaja Eveliina Hostila.

Myös MM-kisojen tapahtumajohtaja Hanne Pirkola on iloinen siitä, että yhteistyö kisakumppaneiden ja Hope ry:n välillä on jatkunut.

”Hienoa, että yhteistyö Hope ry:n ja kumppaneidemme välillä on tiivistynyt. Anna mahdollisuus -kampanja on kahdella toteutuskerrallaan saanut hyvän vastaanoton ja olemme pystyneet auttamaan lukuisia lapsia ja nuoria. Kisojen tavoitteena on olla enemmän kuin sarja huippuotteluita, ja olemme yhdessä kumppaniemme kanssa onnistuneet jo nyt siinä hienosti.

**About GROHE**

GROHE is a leading global brand for complete bathroom solutions and kitchen fittings and has a total of over 6,500 employees in 150 countries – 2,600 of them are based in Germany. Since 2014 GROHE has been part of the strong brand portfolio of the Japanese manufacturer of pioneering water and housing products LIXIL. In order to offer “Pure Freude an Wasser”, every GROHE product is based on the brand values of quality, technology, design and sustainability. Renowned highlights such as GROHE Eurosmart or the GROHE thermostat series as well as groundbreaking innovations such as the GROHE Blue water system underline the brand's profound expertise. Focused on customer needs, GROHE thus creates intelligent, life-enhancing and sustainable product solutions that offer relevant added value – and bear the "Made in Germany" seal of quality: R&D and design are firmly anchored as an integrated process in Germany. GROHE takes its corporate responsibility very seriously and focuses on a resource-saving value chain. Since April 2020, the sanitary brand has been producing CO2-neutral worldwide. GROHE has also set itself the goal of using plastic-free product packaging by 2021.

In the past ten years alone, more than 460 design and innovation awards as well as several top rankings at the German Sustainability Award have confirmed GROHE's success: GROHE was the first in its industry to win the CSR Award of the German Federal Government and was also featured in the renowned Fortune® magazine’s ranking of Top 50 that are “Changing the World”. [www.grohe.com](http://www.grohe.com) and [www.grohe.fi](http://www.grohe.fi)

**About LIXIL**

LIXIL makes pioneering water and housing products that solve every day, real-life challenges, making better homes a reality for everyone, everywhere. Drawing on our Japanese heritage, we create world-leading technology and innovate to make high quality products that transform homes. But the LIXIL difference is how we do this; through meaningful design, an entrepreneurial spirit, a dedication to improving accessibility for all and responsible business growth. Our approach comes to life through industry leading brands, including INAX, GROHE, American Standard and TOSTEM. Approximately 75,000 colleagues operating in more than 150 countries are proud to make products that touch the lives of more than a billion people every day. Learn more at [www.lixil.com](http://www.lixil.com)

**Hyväntekeväisyysjärjestö Hope – Yhdessä & Yhteisesti ry**

Hope on vuonna 2009 perustettu hyväntekeväisyysjärjestö, jonka tavoitteena on antaa kaikille lapsille tasa-arvoisemmat mahdollisuudet arkeen. Hope on poliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton järjestö ja se toimii 20 paikallistoimijan välityksellä eri puolilla Suomea. [www.hopeyhdistys.fi](http://www.hopeyhdistys.fi)

**MEDIAYHTEYDET**

Tanja Stade

Markkinointipäällikkö, GROHE Suomi

E-Mail: [tanja.stade@grohe.com](mailto:media@grohe.com)

Eveliina Hostila

Toiminnanjohtaja, Hope - Yhdessä & Yhteisesti ry

E-Mail: [eveliina.hostila@hopeyhdistys.fi](mailto:eveliina.hostila@hopeyhdistys.fi)