LEHDISTÖTIEDOTE

**Tulossa: GROHE lanseeraa alan ensimmäisen digitaalisen foorumin**

**GROHE X:n**

* Alan ensimmäinen: LIXIL EMENA lanseeraa **16. maaliskuuta** digitaalisen foorumin, jossa on mahdollista kokea GROHE innovaatiot ja tuote uutuudet ensimmäisten joukossa.
* Asiakaslähtöinen sisältö: GROHEn eri asiakasryhmien, tarpeisiin räätälöity informatiivista ja inspiroivaa sisältöä.
* Uudet vuorovaikutustavat: vierailijat voivat olla yhteydessä GROHE asiantuntijoihin saadakseen yksilöllistä tukea.

**Düsseldorf, Helmikuu 4, 2021 –** GROHE X:n myötä LIXIL EMENA lanseeraa alan ensimmäisen digitaalisen alustan alan johtavalle maailmanlaajuiselle saniteettimerkilleen GROHElle. Foorumin kävijöillä on mahdollisuus luoda oma henkilökohtainen GROHE kokemuksensa informatiivisen ja inspiroivan multimediasisällön avulla, joka on räätälöity sekä ammattilaisten, että kuluttajien tarpeisiin. Olipa kyseessä sitten teollisuuden asiakas, joka haluaa tietää mitkä globaalit trendit vaikuttavat saniteettiteollisuuden toimintaan, asentaja joka etsii ohjevideoita helpottaakseen työtään, arkkitehti joka etsii inspiraatiota viimeisimmistä trendeistä, tai kuluttaja jota kiinnostaa uusimmat tuoteinnovaatiot unelmakylpyhuoneen toteuttamiseksi – GROHE X antaa jokaiselle mahdollisuuden tutkia GROHEn maailmaa ja laajentaa näkökulmaansa. Alun perin foorumi luotiin vaihtoehdoksi joka toinen vuosi järjestettävälle maailman johtavalle vesi- ja LVI-alan ISH-messuille, joista GROHE vetäytyi covid-19-pandemian takia. GROHE X onkin kuitenkin paljon enemmän kuin vain messujen korvike: Ihmisten yhdistämisen lisäksi, se on ajatuksia herättävä, viihdyttävä ja kerää GROHE sisällöt yhteen ja samaan paikkaan. GROHE X tuo lähemmäksi GROHE asiantuntijat ja antaa mahdollisuuden saada helposti tukea ja apua tuotteisiin liittyvissä kysymyksissä. Nyt kun fyysisen tapaamisen mahdollisuudet ovat rajalliset, GROHE X tarjoaa täydellisen ympäristön yhteistyölle ja ideoiden jakamiselle - GROHE X on uusi kohtaamispaikka.

”GROHE X on seurausta uudesta ajattelutavastamme. Otimme uuden normaalin ja ymmärretyt haasteet uusina mahdollisuuksina ”, näin Jonas Brennwald, Leader LIXIL EMENA ja Co-CEO Grohe AG selittävät GROHE X:n keskeisen roolin. "Minulle GROHE X on osoitus siitä, että etenkin tällaisina aikoina meidän täytyy vaihtaa sana "mutta" sanaan "ajattele jos" ja olen enemmän kuin ylpeä siitä, että kaikki GROHElla olivat rohkeita ajattelemaan näin ennakkoluulottomasti. GROHE X:n avulla tarjoamme asiakkaillemme keskeisen, aina saatavana olevan foorumin inspiroitua, mutta myös olla vuorovaikutuksessa kanssamme - missä tahansa asiakkaamme ovatkin, milloin tahansa he meidän apuamme kaipaavatkaan. Tavoitteenamme on myös tulevaisuudessa luoda uusia verkostoja GROHE X:n avulla. Tämä digitaalinen alusta on vasta alkua kokemusten ekosysteemille, joka ohjaa sitoutumistamme asiakkaisiimme tulevina vuosina. Heti kun se on jälleen mahdollista, GROHE X:n kokemusta täydennetään hybridi- tai rekka-kiertueilla ”, hän lisää.

"Vaikka fyysinen etäisyys on avain näinä päivinä, haluamme silti tarjota asiakkaillemme ainutlaatuisen ympäristön kokea innovaatioitamme ja keskustella kanssamme suoraan", sanoo Thomas Fuhr, Leader Fittings LIXIL International ja CEO Grohe AG. "GROHE X antaa kaikille mahdollisuuden uppoutua GROHEn monipuoliseen maailmaan, se antaa mahdollisuuden luoda yksilöllinen brändikokemuksesi. Saat ainutlaatuisi kulissien takana olevia oivalluksia tehtaistamme ja siitä, miten asiakaslähtöinen toimitusketjumme yhdistää ne maailmanmarkkinoille, opit lisää uusimmista teknologioistamme, jotka on kehitetty omalla R&D osastollamme Hemerissä Saksassa, me otamme sinut mukaan myös kestävän kehityksen matkallemme, johon lisätään uusi virstanpylväs. On hämmästyttävää, mitä tiimimme herättivät tämän foorumin elämään niin lyhyessä ajassa.”

**Asiakaskeskeisyyden asettaminen ytimeen**

Räätälöimme sisällön huolella jokaiselle kohderyhmälle, GROHE X heijastaa myös GROHEn uutta kaupallista strategiaa. GROHEn yhteistyökumppaneiden kattavan palautteen perusteella siitä, mitä he odottavat tuotemerkiltä, ​​johtoryhmä kehitti markkinoille lähestymistavan, joka tarjoaa eriytetyn tuotevalikoiman ja erityispalveluja kullekin kohderyhmälle: tukkukauppiaille, asentajille, arkkitehdeille, suunnittelijoille ja loppukäyttäjille. Keskittyminen asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin on keskeistä myös niiden uusien tuotteiden suhteen, joita GROHE esittelee GROHE X:ssä. Kuluttajien elämää parantavien tuoteratkaisujen kehittäminen edellyttää syvällistä ymmärtämistä siitä, mitä kuluttajat odottavat asumiselta. GROHE ennakoi kuluttajien tarpeet kehitysprosessin alkuvaiheessa, selvittääksesi mitkä ratkaisut tarjoavat kuluttajille lisäarvoa tulevaisuuden kylpyhuoneessa ja keittiössä ja kuinka brändi aikoo laajentaa edelleen kestävän kehityksen muutostaan ​​ German Sustainability Award 2021 kaksoisvoittajana.

GROHE X aukeaa osoitteessa [grohe-x.com](http://www.grohe-x.com/) 16. maaliskuuta erilaisilla tapahtumilla, jotka on räätälöity GROHEn yhteistyökumppaneille.

**Lisätietoja:** [**grohe-x.com**](http://www.grohe-x.com)

**About GROHE**

GROHE is a leading global brand for complete bathroom solutions and kitchen fittings and has a total of over 7,000 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 490 design and innovation awards as well as several sustainability awards confirmed GROHE's success. GROHE was the first in its industry to win the CSR Award of the German Federal Government and the German Sustainability Award 2021 in the categories “Resources” and “Design”. As part of the sustainability and climate campaign “50 Sustainability & Climate Leaders“ GROHE is also driving sustainable transformation.

**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. Over 60,000 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

**MEDIA CONTACT**

Tanja Stade

Markkinointipäällikkö, GROHE Suomi

[tanja.stade@grohe.com](mailto:tanja.stade@grohe.com)

+358 40 6838 720