UUTINEN

**GROHE voitti Red Dot: Sanitary Brand of the Year -palkinnon**

• GROHE vakuuttaa johdonmukaisella brändinhallinnalla

• Globaali brändi luo merkitystä saniteettiteollisuuden sisällä ja sen ulkopuolella

• Palkintojenjakotilaisuus järjestetään Konzerthaus Berliinissä 1. marraskuuta 2019

Kansainväliset asiantuntijat ovat myöntäneet Red Dot: Sanitary Brand of the Year -palkinnon globaalille saniteettibrändi GROHElle. Palkinto myönnetään alan parhaalle brändille. Useiden päivien ajan asiantuntijat tarkastelivat, keskustelivat ja arvioivat yhteensä 8 697 työtä. Erinomaisella suunnittelun laadulla ja poikkeuksellisen johdonmukaisella omien arvojen välittämisellä eri kanavissa GROHE vakuutti kokeneet tuomarit. GROHEn lisäksi Deutsche Telekom ja HappyGoal saivat korkeimman tunnustuksen Brändit-kategorioissa.

"Olemme iloisia palkinnosta. Se on tunnustus GROHE-brändille ja sen työntekijöille yli 150 maassa, jotka edustavat johdonmukaista brändikokemusta joka päivä. Samalla se on tunnustus uudelle tielle, jonka olemme GROHE brändille valinneet. Tavoitteenamme on ollut tuoda esiin GROHE tuotteiden taustalta löytyvät arvot, mikä antaa merkityksellisyyden myös saniteettiteollisuuden ulkopuolelle ”, tiivistää GROHE AG:n toimitusjohtaja Thomas Fuhr.

Tunnettu palkinto modernista, uraauurtavasta brändi viestinnästä luovutetaan Red Dot Galassa 1. marraskuuta 2019.  Red Dot -palkinnon perustaja ja toimitusjohtaja professori tohtori Peter Zec luovuttaa palkinnon ja on onnitellut jo palkinnonsaajia: ”Red Dot -tuomariston vakuuttaminen ei ole helppo tehtävä. Asiantuntijamme ovat erittäin kriittisiä ja kaikki ehdokkaat arvioidaan erittäin tiukkojen kriteereiden perusteella ennen lopullista päätöstä.  Red Dot: Brand of the Year -palkinnon voittajat voivat olla ylpeitä tuomariston vakuuttamisesta. GROHEn brändiviestintä  välittää johdonmukaista brändimielikuvaa eri kanavissa. Haluan onnitella ansioituneita palkinnonsaajia erinomaisesta suorituksesta ja odotan innolla että pääsen luovuttamaan palkinnon symbolina heidän erinomaisesta menestyksestään."

Palkintoseremonian jälkeen Berliinin Konzerthausissa gaala jatkuu  “Design on Stage” -voittajien esittelyllä, jossa palkitut yritykset ja työt esitellään 1 400 kutsuvieraalle, myös GROHE on edustettuna. Lisäksi GROHE on mukana "International Yearbook Brands & Communication Design 2019/2020" -kirjassa, joka ilmestyy 14. marraskuuta 2019 ja tulee myyntiin maailmanlaajuisesti.

**Tietoa GROHEsta**

GROHE on maailmanlaajuisesti toimiva, johtava vesikalusteiden valmistaja, joka työllistää yli 6 000 työntekijää, niistä 2 400 Saksassa. GROHE on kuulunut LIXIL Group Corporationiin vuodesta 2014. Kansainvälisenä brändinä GROHE keskittyy tärkeisiin yritysarvoihinsa – teknologiaan, laatuun, muotoiluun ja kestävään kehitykseen. Tavoitteena on taata ”Pure Freude an Wasser” -lupauksen täyttyminen. Alkutaipaleeltaan asti GROHE on kehittänyt uusia tuotekategorioita. Tällaisia ovat GROHE Blue- ja Red-vesijärjestelmät sekä uusi GROHE Sense -vesiturvallisuusjärjestelmä, joka on innovatiivinen lisä älykotiteknologian kasvumarkkinoille. Innovaatiot, muotoilu ja kehitys kulkevat käsi kädessä, ja niitä vaalitaan Saksan tuotantolaitoksella integroituna prosessina. GROHEn tuotteet kantavatkin laadusta kertovaa Made in Germany -merkkiä. Vain kymmenen vuoden aikana GROHEn suosio on huomioitu yli 300 design- ja innovaatiopalkinnolla sekä usealla korkealla sijoituksella Saksan suurten yritysten kestävän kehityksen kategoriassa. GROHE voitti alansa ensimmäisenä Saksan valtion myöntämän CSR-palkinnon ja pääsi maineikkaan Fortune®-lehden Change the World -listalle, johon valitaan 50 maailmaa muuttavaa yritystä. Lue lisää osoitteesta: [www.grohe.fi](https://www.grohe.fi/fi_fi/)

**Tietoa LIXIListä**

LIXIL valmistaa uraauurtavia vesitekniikkaan ja asumiseen liittyviä tuotteita, jotka ratkaisevat arjen haasteita ja mahdollistavat paremman asumisen kaikille ja kaikkialla. Japanilaista taustaamme hyödyntäen luomme maailman johtavaa teknologiaa ja innovaatioita, joiden avulla valmistamme koteja mullistavia laadukkaita tuotteita. LIXILin kilpailuetu piilee siinä, miten tämä saavutetaan: järkevällä muotoilulla, yrittäjähenkisyydellä, esteettömyyteen panostamisella sekä liiketoiminnan vastuullisella kasvulla. Filosofiamme herää henkiin alan johtavissa brändeissä, joita ovat INAX, GROHE, American Standard ja TOSTEM. Yli 70 000 työntekijäämme toimivat yli 150 maassa ja ovat ylpeitä valmistaessaan tuotteita, jotka ovat joka päivä osa yli miljardin ihmisen elämää. Lue lisää osoitteesta [www.lixil.com](http://www.lixil.com/).

**Lisätietoja:**

Tanja Stade, markkinointipäällikkö, GROHE p. 040 6838720, tanja.stade@grohe.com