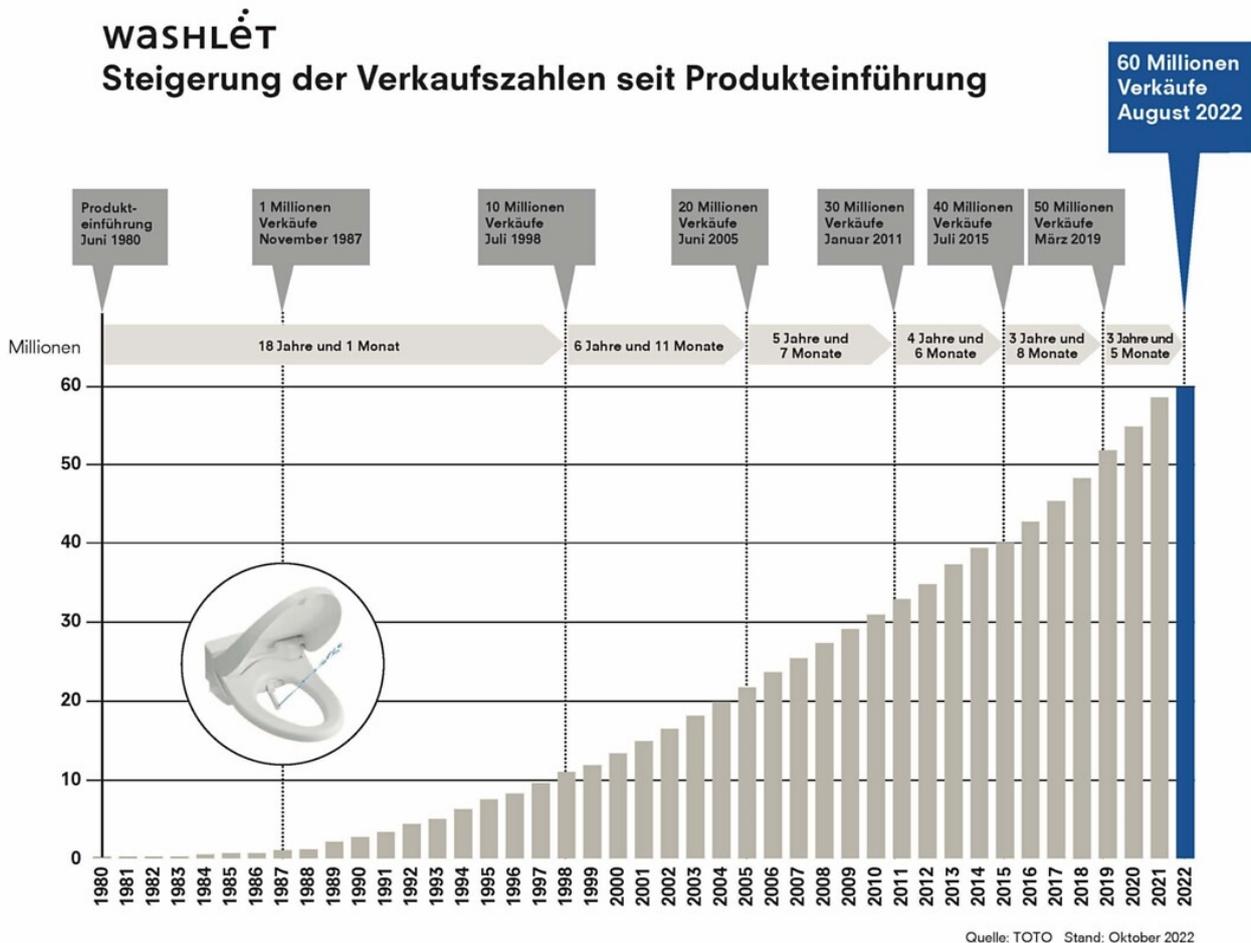


TOTO verzeichnet 60 Millionen verkaufte WASHLET – weltweit

In 2022 konnte der japanische Komplettbadanbieter die 60 Millionen Marke knacken. Seit Markteinführung 1980 steigt die Anzahl der verkauften WASHLET weltweit damit immer schneller.



Immer schneller, immer besser: TOTO hat sich bereits in den 1980er Jahren auf den Weg gemacht, um mit seinen innovativen Dusch WCs – den WASHLET – den weltweiten Markt zu durchdringen, zunächst in Japan, dann in Übersee. Dieses Jahr verzeichnet der japanische Sanitärexperte 60 Mio verkaufte WASHLET weltweit seit Markteinführung im Jahr 1980. Das ist ein erheblicher Sprung von 50 Mio auf 60 Mio in gut drei Jahren. Zum Vergleich: Ganze 18 Jahre hat das Unternehmen benötigt, um von 1980 bis 1998 auf 10 Millionen zu kommen. Nach den aktuell vorliegenden Zahlen nimmt die Verbreitung der japanischen Dusch-WCs jedes Jahr an Geschwindigkeit zu.

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

Von Japan in die Welt: Im Jahr 1980 hat der japanische Sanitärspezialist TOTO die neuartige und bis dato nahezu unbekannte Toilette mit Bidetfunktion auf den Weg gebracht und feiert im Jahr 2022 rund 60 Millionen verkaufte Modelle. Ein Blick in die Historie zeigt, wie sich der Prozess beschleunigt: Von der Markteinführung bis zur ersten Millionen vergingen sieben Jahre. Weitere 11 Jahre waren nötig, um die 10 Millionen-Hürde zu überwinden. Der Sprung von 50 auf 60 Millionen vollzog sich nun innerhalb von nur drei Jahren im Zeitraum von 2019 bis 2022.

Ansprechpartnerin im Unternehmen:

Anja Giersiepen
anja.giersiepen@
toto.com

TOTO im Internet:
eu.toto.com/de

Neue Kultur der Toilettennutzung

Nach den Worten von Noriaki Kiyota, Präsident von TOTO LTD., hat TOTO seit der Markteinführung im Jahr 1982 seine Aktivitäten auch in Übersee ausgedehnt, um „eine neue Kultur der Toilettennutzung in der ganzen Welt zu verbreiten.“ So begann das Unternehmen bereits in den späten 1980er Jahren, seine Dusch-WCs mit Erfolg in die USA zu verkaufen und startete im Jahr 2009 mit dem Vertrieb auf dem europäischen Markt. Inzwischen ist der Sanitärexperte in 18 Ländern präsent, die sich weltweit auf die verschiedenen Regionen verteilen.

WASHLET-Modelle sind in ganz Japan präsent – Für TOTO ist Japan ein „Showroom für die Welt“

In Japan ist TOTO absoluter Marktführer. Hier verfügen bereits mehr als 80 % der Privathaushalte über ein Dusch-WC, bei denen es sich in der Mehrzahl um die WASHLET-Modelle von TOTO handelt.

In Japan ist die Nutzung von Dusch-WCs völlig normal und alltäglich. So finden sich WASHLET in Japan mittlerweile in den meisten öffentlichen Toiletten, kommerziellen Einrichtungen, Flughäfen und öffentlichen Verkehrsmitteln, etwa in Flugzeugen und dem Hochgeschwindigkeitszug. In japanischen Hotels gehört das Dusch-WC zum Standard und auch Büros, Schulen und Gesundheitseinrichtungen sind völlig selbstverständlich mit Dusch-WCs ausgestattet.

Höherer Hygienestandard weltweit

Nach aktuellen Zahlen von TOTO hat sich in den vergangenen 10 Jahren die Anzahl der in Japan ausgelieferten WASHLET-Modelle um das 1,2-fache erhöht und die Anzahl der nach Übersee gelieferten Modelle in etwa verfünffacht. Während sich das WASHLET in Japan in fast allen Bereichen etabliert hat, verzeichnet TOTO auch in Nordamerika, Europa und China eine stark angestiegene Nachfrage. Nach Einschätzungen des Unternehmens ist diese Entwicklung unter anderem auch auf die Pandemie zurückzuführen, die den Hygienestandard außerhalb Japans auf ein höheres Niveau gehoben habe.

Hohe Qualität und Service „Made in Japan“

Auch in Europa sind die WASHLET auf dem Vormarsch. So wurden die WASHLET in den vergangenen Jahren zunehmend im Bereich der gehobenen Hotellerie und in Privathaushalten nachgefragt. Seit der Markteinführung in Europa im Jahr 2009

hat der japanische Sanitär-Experte eine umfangreiche Produktrange in allen Preisklassen mit hohem Qualitätsstandard und innovativen Hygiene- und Komforttechnologien speziell für den europäischen Markt etabliert.

Die hohe Qualität und der anspruchsvolle Servicegedanke „Made in Japan“ schaffen zunehmend Vertrauen in das WASHLET, das sich durch einzigartige TOTO-Technologien auszeichnet.

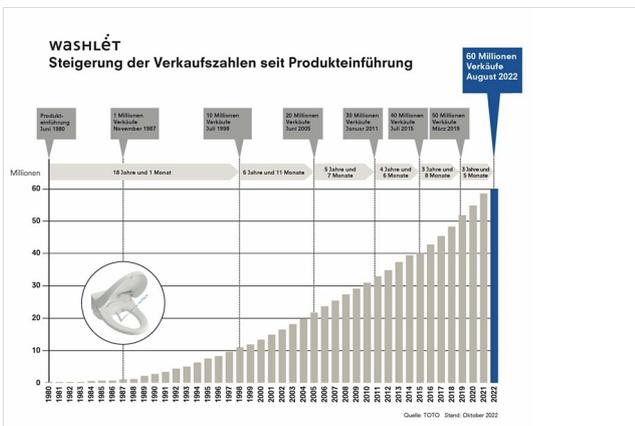
1 Entwicklung der Verkaufszahlen seit Produkteinführung 1980, kumulierte Werte.

2 Außerhalb Japans liegt für das international ausgerichtete Unternehmen TOTO gegenwärtig das größte Entwicklungspotenzial, das sich mit einem Blick auf die Zahlen sehr dynamisch entfaltet.

3 Das WASHLET ist das Kernprodukt im Portfolio des japanischen Komplettanbieters TOTO. Seit der Markteinführung in Europa im Jahr 2009 hat der Sanitärerperte eine umfangreiche Produktrange in allen Preisklassen speziell für den europäischen Markt etabliert. Foto: TOTO

4 Die ganze Expertise von TOTO steckt im formschönen WASHLET RW und seinem eckigen Pendant, dem SW. Sämtliche Erkenntnisse und Erfahrungen aus mehr als 40 Jahren WASHLET-Produktion und über 60 Millionen verkauften Stückzahlen fließen ein in die Modelle RW und SW, die beide zur Prime Edition von TOTO zählen. Beide Modelle wurden mit dem iF Design Award 2020 prämiert. Foto: TOTO

1.



2.



3.



4.



5 Ein WASHLET (hier das Modell RW) von TOTO aus der Nähe. Die Besonderheit bei allen Dusch-WCs des japanischen Sanitärexperten ist die Stabdüse, die oberhalb der Keramik platziert und daher optimal vor Verunreinigungen geschützt ist. Nach der Nutzung verschwindet die Düse sauber hinter einer Schutzklappe. Foto: TOTO

5.



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. Im Jahr 2020 konnte das Unternehmen auf 40 Jahre Entwicklung und Herstellung von Dusch-WCs (WASHLET™) zurückblicken. 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 30 000 Menschen bei TOTO.

Mehr über TOTO: <https://eu.toto.com/de>

QR-Code der Medieninformation

