

Kulturwandel auf der Toilette

Geberit AG, Rapperswil-Jona, 10. März 2009

Körperreinigung mit Wasser – auch auf der Toilette: Die Sanitärtechnik-Firma Geberit ist sich sicher, dass auf europäischen Toiletten ein Kulturwandel stattfindet. „Wir wollen diesen Kulturwandel vorantreiben“, sagt Albert Baehny, CEO von Geberit. Deshalb hat das Unternehmen seine WCs, die mit Wasser reinigen, dem Zeitgeist angepasst und bringt sie neu unter dem Namen Geberit AquaClean auf den Markt. Starfotograf Michel Comte sowie Barbara Becker und Melanie Winiger tragen die Kampagne.

Eine junge Frau macht sich frühmorgens frisch für einen langen Arbeitstag – sie reibt sich mit einem Frotteetuch am ganzen Körper ab, rubbelt das lange Haar mit demselben bis es glänzt und wischt zu guter Letzt mit einem trockenen Waschlappen die Zähne sauber. Kein Tropfen Wasser ist im Spiel beim Sauber- und Frischmachen! Das Szenario scheint grotesk. Doch es ist auf europäischen Toiletten seit Jahrhunderten eine Realität – statt mit frischem Wasser reinigen wir uns hierzulande nach dem Toilettengang mit trockenem Papier.

Geberit bringt uns die Reinigung mit Wasser

Erstaunlich, denn Wasser gilt in unserer Kultur sonst als Urquell der Reinheit. Wann immer etwas wirklich sauber sein soll, greifen wir zu Wasser – ohne Wasser fühlen sich die Menschen, ob Mann oder Frau, ob alt oder jung, schmutzig und nicht mehr wohl in der eigenen Haut. Der Sanitärtechniker Geberit ist überzeugt, dass sich die Körperreinigung mit Wasser auch auf der Toilette durchsetzen wird. Was in Japan und Finnland bereits alltäglich ist, wird sich auch bei uns durchsetzen. Mit Geberit AquaClean - dem WC, das uns mit Wasser reinigt - will Geberit den Kulturwandel auch auf unseren Toiletten vorantreiben.

Entspannung und Wohlbefinden auf der Toilette

„Wir haben in den vergangenen Jahren in vielen Gesprächen mit unseren Kundinnen und Kunden festgestellt, dass das Bedürfnis nach Entspannung, Komfort und Wohlbefinden immer stärker wird. Immer mehr Menschen träumen von einer kleinen Wellness-Oase in den eigenen vier Wänden – dazu gehört auch eine Toilette, die natürlich, schonend und wohltuend mit Wasser reinigt“, ist Albert Baehny, CEO von Geberit, überzeugt. Geberit vertreibt seit über 30 Jahren WCs, die mit Wasser reinigen. Da mag es erstaunen, dass das Unternehmen gerade jetzt vermehrt auf diese Produkte setzt. Baehny: „Die Zeit ist reif für eine Änderung der Hygienestandards auf unseren Toiletten.“

Auch Barbara Becker und Melanie Winiger lieben Wasser

Getragen wird dies von einem neuen Auftritt in Werbung, Broschüren und auf dem Internet, der die Natürlichkeit und Kraft des Wassers unterstreicht. Eingefangen hat die Faszination des Wassers für die Geberit AquaClean Kampagne kein geringerer als Starfotograf Michel Comte. Mit seinen Schweizer Wurzeln und seinem persönlichen Engagement für die wertvolle Ressource Wasser hat er viel mit Geberit gemeinsam. Inmitten einer abgelegenen Schweizer Berglandschaft hat er Barbara Becker und Melanie Winiger beim Genuss des erfrischenden Nass auf Film gebannt. Die sanfte, ausgeglichene Barbara Becker und das Energiebündel Melanie Winiger verkörpern mit ihrer Art die gegensätzlichen Eigenschaften von Wasser ideal – von Ruhe und Harmonie bis hin zu Kraft und Wildheit – und schenken der Kampagne damit Leben. Mit ihrer natürlichen Persönlichkeit unterstreichen sie auch die Kampagnenbotschaft „I love Water“ perfekt.

Viele fühlen sich nicht sauber nach dem Toilettengang

Der in Kundengesprächen gewonnene Eindruck von einem Kulturwandel auf der Toilette wurde im Herbst 2008 durch eine von Geberit in Auftrag gegebene Wohlfühl- und Hygienestudie des Umfrageinstituts GfK* bestätigt. Die in sechs Ländern** befragten Menschen waren offen und ehrlich. Ein Drittel der Europäer fühlt sich nicht sauber nach dem Toilettengang und drei Viertel glauben, dass die Reinigung mit Wasser gründlicher wäre. „Insgesamt ist eine erstaunlich hohe Bereitschaft festzustellen, die bestehenden Gewohnheiten, also die Reinigung mit Papier, abzulegen. Jeder Zweite könnte es sich sogar vorstellen, ein WC, das ihn mit Wasser reinigt, zu kaufen“, erläutert Markus Zumbühl, Mitglied der Ressortleitung Custom Research bei GfK Schweiz. Und fügt an: „In meiner 15-jährigen Erfahrung mit solchen Umfragen hat es sich immer wieder gezeigt, dass der Mensch ein „Gewohnheitstier“ ist und neuen Produkten gegenüber eher skeptisch eingestellt ist. Wenn über 50 Prozent angeben, ihre Gewohnheiten ändern zu wollen, ist das wirklich eine große Zahl.“

* Studie in Österreich vom market Institut durchgeführt, ** Schweiz, Deutschland, Österreich, Italien, Spanien, Japan

Unter www.geberit.com: detaillierte Pressemappe

Wasser ist nicht nur Mittelpunkt der Geberit AquaClean Kampagne, sondern auch zentral in allem, was Geberit wie auch Barbara Becker, Melanie Winiger und Michel Comte im Bereich Nachhaltigkeit tun, um diese wertvolle Ressource zu respektieren und zu schützen. Mehr dazu unter: www.i-love-water.com/kampagne .

Als europäischer Marktführer ist die Geberit Gruppe ein globaler Anbieter in der Sanitärtechnik mit einem Umsatz von CHF 2,5 Milliarden. Sie beschäftigt weltweit 5'700 Mitarbeitende in 40 Ländern.

Pressekontakt:

Geberit Vertriebs GmbH
Theuerbachstraße 1
D-88630 Pfullendorf

Karin Degner
Marketing Services B2C

Telefon +49 7552 934-513
Telefax +49 7552 934-99513

karin.degner@geberit.com
www.geberit.de



Comte_Bergsee.jpg

Bildunterschrift:

In der neuen Geberit AquaClean Markenkampagne transportiert der von Michel Comte fotografierte Schweizer Bergsee die Themen "natürliche Frische und Sauberkeit".



Logo I Love Water.jpg

Bildunterschrift:

Die Kernbotschaft der Geberit AquaClean Markenkampagne lautet "I love Water" - Ich liebe Wasser. Der sinnbildliche Herz-Po macht die Liebeserklärung ans Wasser komplett und taucht als Kernmotiv der Kampagne überall auf.



Badezimmer_8000plus.jpg

Bildunterschrift:

Ein Badezimmer als Wohlfühloase: mit dem Geberit AquaClean 8000plus kann jeder sein persönliches Verwöhnprogramm der Extraklasse genießen - tagtäglich.