

Grohe

Launch eines digitalen „Erlebnis-Hub“

Donnerstag, 04.02.2021

Am 16. März startet Lixil Emena für seine Marke Grohe, einer der weltweit führenden Sanitärmarken, eine digitale Plattform, die Markteinblicke bieten und Produktneuheiten aus erster Hand erlebbar machen soll. Im digitalen „Erlebnis-Hub“ „Grohe X“ sollen dabei informative und inspirierende multimediale Inhalte präsentiert werden, alle zugeschnitten auf die Bedürfnisse der professionellen Geschäftspartner und Kunden von Grohe. Über zielgruppenspezifische, dedizierte Content-Formate erhalten Besucher die Möglichkeit, ihr ganz individuelles Grohe-Markenerlebnis selbst zu gestalten. In einer Mitteilung des Unternehmens heißt es: „Egal, ob ein Fachpartner aus der Industrie erfahren möchte, welche globalen Trends das Sanitärgeschäft beeinflussen, ein Installateur nach Installationsvideos sucht, die ihm die tägliche Arbeit erleichtern, ein Architekt sich von aktuellen Trends inspirieren lassen möchte oder Konsumenten nach den neuesten Produktinnovationen Ausschau halten, um ihr Traumbad zu verwirklichen: ‚Grohe X‘ ermöglicht allen, die Welt von Grohe zu entdecken – wann und wo immer sie möchten.“

Ursprünglich war „Grohe X“ als Alternative zur alle zwei Jahre stattfindenden ISH, der Weltleitmesse für Wasser, Wärme und Klima, initiiert worden, da Grohe seine Teilnahme an der Messe aufgrund der Covid-19 Pandemie absagen musste. Heute sei „Grohe X“ mehr als ein Messe-Ersatz: Die digitale Plattform vereine nicht nur zum Nachdenken anregende und unterhaltsame Geschichten an einem Ort, sondern bringe dank direktem, unkompliziertem Austausch mit Markenexperten die Welt wieder ein Stück näher zusammen. Gerade in einer Zeit, in der die Möglichkeiten für persönliche Treffen limitiert sind, biete „Grohe X“ die perfekte Umgebung für Zusammenarbeit und den Austausch von Ideen. Zusätzlich zum umfangreichen, frei verfügbaren redaktionellen Angebot startet die Plattform am 16. März mit verschiedenen Veranstaltungsformaten, die sich an die professionellen Geschäftspartner der Marke richten.

„‚Grohe X‘ ist das Ergebnis unserer disruptiven Denkweise. Wir haben die neue Normalität angenommen und Herausforderungen als neue Chancen verstanden. Für mich ist ‚Grohe X‘ der Beweis dafür, dass man gerade in Zeiten wie diesen das ‚aber‘ gegen ein ‚stell dir vor‘ austauschen muss, und ich bin mehr als stolz, dass alle bei Grohe so mutig waren, so offen zu denken. Mit ‚Grohe X‘ bieten wir unseren Kunden eine zentrale, immer verfügbare Plattform, die ihnen sowohl Inspiration als auch die Gelegenheit bietet, mit uns zu interagieren – wo immer sie sind, wann immer sie uns brauchen. Auch in Zukunft wollen wir mit ‚Grohe X‘ neue Wege beschreiten. Die digitale Plattform ist nur der Anfang eines neuen Markenerlebnis-Konzepts, das den Dialog mit unseren Kunden in den kommenden Jahren vorantreiben wird. Sobald es wieder möglich ist, wird ‚Grohe X‘ um Hybrid- oder Truck-Tour-Events ergänzt“, bekräftigt Jonas Brennwald, Leader Lixil Emena und Co-CEO Grohe AG, die zentrale Rolle, die „Grohe X“ für die globale Marke spiele.

Auch wenn physische Distanz aktuell notwendig ist, wollen wir für unsere Kunden einen einzigartigen Rahmen schaffen, in dem sie unsere Innovationen erleben und sich direkt mit uns austauschen können. GROHE X ermöglicht allen, in die vielfältige Welt von GROHE einzutauchen, und bietet die nötigen Bausteine, um ein individuelles Markenerlebnis zu gestalten. Sie erhalten exklusive Einblicke in unsere Werke und wie unsere kundenorientierte Lieferkette diese mit den globalen Märkten verbindet. Sie

erfahren mehr über unsere neuesten Technologien, die in unserer eigenen R&D-Abteilung in Hemer entwickelt werden, und wir nehmen sie mit auf unsere Nachhaltigkeits-Reise, der wir einen weiteren Meilenstein hinzufügen werden. Es ist erstaunlich, was unsere Teams in so kurzer Zeit auf die Beine gestellt haben", so Thomas Fuhr, Leader Fittings LIXIL International und Co-CEO Grohe AG.

Launch eines digitalen „Erlebnis-Hub“

Links

- [„Erlebnis-Hub“ „Grohe X“](#)