

24.05.2019 – 13:00 Uhr

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2018 für den Spülen- und Armaturenspezialisten Blanco / Umsatz steigt auf 394 Millionen Euro / Solides Wachstum in Deutschland und auf internationalen Märkten



Oberderdingen (ots) -

Der Spülen- und Armaturenspezialist Blanco bleibt weiterhin auf Wachstumskurs. Das Unternehmen mit Hauptsitz im baden-württembergischen Oberderdingen steigerte im Geschäftsjahr 2018 seinen konsolidierten Umsatz um 15 Millionen Euro auf 394 Millionen Euro. Das entspricht einem Wachstum von 5 %. In Deutschland, dem größten Einzelmarkt, konnte die Blanco-Gruppe um 10 Mio. Euro gegenüber 2017 zulegen und erwirtschaftete im vergangenen Jahr 137 Mio. Euro (+7,5 %). Der Umsatz in den Märkten außerhalb Deutschlands stieg auf 257 Mio. Euro, was einem Anteil von 65 % des Gesamtumsatzes entspricht. Dabei entwickelten sich die internationalen Märkte unterschiedlich. Vor allem viele europäische Regionen sowie Asien verzeichneten überdurchschnittliche Wachstumsraten. "2018 war erneut ein erfolgreiches Jahr. Wir konnten sowohl im Inland als auch in vielen internationalen Regionen unsere Umsätze steigern, teilweise gegen den Markttrend", fasst CEO Frank Gfrörer anlässlich des jährlichen Pressegesprächs zusammen.

Der Wasserplatz in der Küche: multifunktional und smart

"Insbesondere unsere Silgranit-Spülen, die durch herausragende Materialeigenschaften, clevere Ausstattung und zeitgemäße Designs die Kunden weltweit begeistern, steuerten wiederum maßgeblich zum Umsatzwachstum bei", erläutert Gfrörer. Seine führende Rolle im Bereich Granit-Spülen hat Blanco in den Weltmärkten weiter gefestigt. So trugen etwa Linien wie Etagon, die in den Materialien Silgranit PuraDur, Edelstahl und Keramik verfügbar ist, zum Wachstum bei: Mit ihrer integrierten Stufe und der Möglichkeit, sehr effizient eine dritte Funktionsebene im Einzelbecken zu schaffen, gehört sie zu den Bestsellern.

Auch die Produktbereiche Küchenarmaturen und Zubehör verzeichneten einen überdurchschnittlichen Zuwachs. "Die Zukunft ist multifunktional und smart", hält Gfrörer fest. Mit einer neuen Generation von Küchenarmaturen, die ihren Nutzern ein beträchtliches Mehr an Komfort bieten - wie z.B. präzise Messbecherfunktion, gefiltertes Trinkwasser oder dank Sensor berührungslose Bedienung ermöglichen - läutete Blanco die Ära seiner Smart-Armaturen ein. Der Premium-Hersteller legt außerdem großen Wert auf einen richtungsweisenden Service, welcher ständig weiterentwickelt wird - sowohl im Vertrieb, in der Logistik als auch im Technischen Kundendienst. Mit neuen Dienstleistungen wie dem Montage-Service für Smart-Armaturen oder dem Aufmaß- und Einbau-Service inklusive Schulung für individuell geplante SteelArt-Edelstahl-Arbeitsplatten bietet Blanco seinen Handelspartnern lösungsorientierten Knowhow-Transfer und kompetente Unterstützung beim Kunden vor Ort. Auch in der Kommunikation geht Blanco neue Wege. So hat das Unternehmen 2018 erstmals eine digitale Markenkampagne durchgeführt. Dadurch gelang es, Konsumenten schon frühzeitig für das Thema Spüle und Armatur zu sensibilisieren und so eine gezielte Nachfrage von Blanco-Produkten beim Handel zu fördern.

Investitionen in Produktionskapazitäten von Silgranit-Spülen

Blanco setzt auf weiteres Wachstum und investierte im vergangenen Jahr 18,9 Millionen Euro. Der internationale Anteil fällt 2018

deutlich höher aus aufgrund des gerade im Bau befindlichen neuen Standorts für Silgranit-Spülen in Tschechien. Wichtige Investitionen flossen auch in den Ausbau der Anlagentechnologien in der Leitfabrik für Silgranit in Sinsheim. Darüber hinaus wurden im Edelstahl-Kompetenzcenter in Sulzfeld zahlreiche Fertigungsprozesse effizienter gestaltet. Im europäischen Logistikzentrum in Bruchsal wurde die Konsolidierung um hochmoderne Fördertechnik zugunsten einer künftig noch besseren Performance ergänzt.

Für das laufende Jahr erwartet Frank Gfrörer ein moderates Wachstum. Zwar könnten externe Faktoren wie handelspolitische Konflikte oder die Brexit-Thematik sich dämpfend auf die Konjunktur auswirken, so der Blanco-Chef. Doch gehe man von einem stabilen Konsumklima im Inland und den internationalen Regionen aus. Insgesamt sei jedoch weiterhin mit volatilen Märkten und sehr unterschiedlichen Entwicklungen zu rechnen.

"Unseren Fokus richten wir weiterhin auf den Konsumenten - weltweit. Wir werden uns deshalb konsequent an den Bedürfnissen der Verbraucher in den relevanten Märkten orientieren, ihnen möglichst schon in einer sehr frühen Phase des geplanten Küchenkaufs Orientierung bieten. Gleichzeitig werden wir alles daransetzen, dem Handel hochwertige, exzellent durchdachte Produkte, ganzheitliche Systeme für Spüle, Armatur und Abfallorganisation sowie zuverlässigen Service zu bieten, um ihn beim Durchverkauf bestmöglich zu unterstützen", betont Frank Gfrörer.

Mit seinen 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, davon 1.100 an deutschen Standorten, möchte Blanco auch 2019 seine ambitionierten Wachstumsziele umsetzen. Der Spülen- und Armaturenspezialist zählt zu den besten Arbeitgebern Deutschlands, was die jüngste Analyse des Nachrichtenmagazins Focus erneut bestätigte. Eine hohe Mitarbeiterorientierung und ein wertschätzender Umgang werden von den Beschäftigten ebenso honoriert wie das attraktive Arbeitsumfeld und die Möglichkeit, schon frühzeitig verantwortungsvolle Aufgaben zu übernehmen.

Zum Unternehmen: BLANCO mit Sitz in Oberderdingen (Baden-Württemberg) zählt zu den führenden Herstellern hochwertiger Spülen und Küchenarmaturen. Der größte deutsche Spülen-Hersteller ist seit vielen Jahren auch im Produktbereich Küchenarmaturen in Deutschland führend. Das Sortiment bietet darüber hinaus Abfallsysteme und Zubehör rund um die Spüle. Das Unternehmen stellt seine Spülen in allen drei marktrelevanten Materialien Edelstahl, Silgranit und Keramik selbst her. Die Blanco-Gruppe beschäftigt insgesamt 1.500 Mitarbeiter, davon 1.100 in Deutschland. Zur Gruppe gehören zahlreiche Tochtergesellschaften im In- und Ausland, vor allem in Europa, Nordamerika und Asien. 2018 erzielte Blanco einen konsolidierten Jahresumsatz von 394 Millionen Euro. Produziert wird überwiegend an den Standorten in Sulzfeld und Sinsheim nahe dem Unternehmenssitz, sowie in Toronto und Istanbul. Das europäische Logistikzentrum befindet sich in Bruchsal.

Das Unternehmen, 1925 von Heinrich Blanc gegründet, gehört heute mehrheitlich zur Blanc & Fischer Familienholding.

Blanco lebt eine wertorientierte Unternehmenskultur und wurde als Arbeitgeber bereits mehrfach ausgezeichnet.

Kontakt:

BLANCO GmbH + Co KG
Leiter Unternehmenskommunikation
Stefan Kohl
Flehinger Str. 59
D-75038 Oberderdingen
Telefon: +49 7045 44-81584
E-Mail: stefan.kohl@blanco.de
www.blanco.de

BLANCO GmbH + Co KG
Presse + Kommunikation
Antje Hilbert
Flehinger Str. 59
D-75038 Oberderdingen
Telefon: +49 7045 44-81404
E-Mail: antje.hilbert@blanco.de

Medieninhalte



Premium-Hersteller Blanco stellt hohe Anforderungen an die Qualität seiner Produkte. Hier nimmt Mitarbeiter Andreas S. im Sinsheimer Werk für Silgranit-Spülen einen Rohling prüfend in Augenschein. Foto: Blanco / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/17725 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Blanco GmbH + Co KG"



Spülen- und Armaturenspezialist Blanco knüpft an das Wachstum der vergangenen Jahre an und verbucht 2018 einen konsolidierten Gesamtumsatz von 394 Mio. Euro. Sowohl im Inland als auch in den Märkten außerhalb Deutschlands konnte Blanco seinen Umsatz steigern, 65 % davon wurden in internationalen Märkten erwirtschaftet. Von links: Wolfgang Schneider (Geschäftsführer Technik), Rüdiger Böhle (Kaufmännischer Geschäftsführer) und Frank Gfrörer (Vorsitzender der Geschäftsführung). Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/17725 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Blanco GmbH + Co KG/TOBIAS SCHWERDT"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100060081/100828499> abgerufen werden.