

09.06.2021 – 12:00 Uhr

BLANCO 2021: mit Sicherheit in die Zukunft / Wachstum mit cleveren System-Lösungen für den Wasserplatz



Oberderdingen (ots) -

Es ist nicht nur der Wert der Gesundheit, der den meisten Menschen in der Corona-Krise sehr viel bewusster geworden ist. Seit Lockdowns und einhergehenden Kontaktbeschränkungen wurde sehr viel Zeit zuhause verbracht - und dabei festgestellt, dass die nun viel intensiver genutzte Küche in die Jahre gekommen ist und es an Platz, Komfort und Funktionalität mangelt. Den Wunsch nach einem behaglichen Zuhause, einer neuen Küche haben sich auch im vergangenen Jahr trotz oder gerade auch wegen der Pandemie sehr viele Menschen erfüllt. So gestaltete sich das Jahr 2020 für Blanco, Spezialist für den Wasserplatz und Erfinder der Unit als hochwertige Systemlösung für alle Tätigkeiten rund ums Trinken, Vorbereiten und Saubermachen, äußerst dynamisch.

Denn mit der Pandemie kamen unerwartete Herausforderungen auf das internationale Unternehmen mit Tochtergesellschaften in Europa, Russland, China, APAC und Nordamerika zu. Sehr frühzeitig begann Blanco mit Schutzmaßnahmen: "Die Gesundheit der Belegschaft ist nach wie vor einer unserer wichtigsten Leitgedanken", betont COO Andreas Ostermann von Roth, das gelte für alle Beschäftigten weltweit, sowohl in der Verwaltung als auch in der Produktion. Homeoffice wurde von Beginn an gefördert und wird bis heute überall dort, wo es möglich ist, erfolgreich praktiziert. Hierfür wurde kurzfristig in zusätzliche Hardware und spezielle Telefonmanagement-Software investiert, damit z. B. auch die Vertriebs-Innendienst-Teams möglichst zuhause arbeiten und somit weiterhin ihren Kunden betreuen konnten. In den Werken setzte man ebenso mit klarem Hygienekonzept konsequent auf Sicherheit, reduzierte Begegnungen in den Produktionshallen auf das Notwendigste und organisierte Schichten situationsangepasst. Doch gleichzeitig galt es, den Handel weiterhin mit hohem Service-Niveau zu beliefern. "Genau diesen Spagat zu meistern, war und ist eine außerordentliche Herausforderung für uns alle", resümiert Ostermann von Roth. Ob während der ersten Lockdowns im Frühjahr 2020 oder jetzt, ein Jahr später: "Wir hatten mit erheblichen Lieferrückständen zu kämpfen. Wir haben jedoch keine Kosten gescheut, um unsere Kunden dennoch zuverlässig versorgen zu können. Das ist uns in mehr als 80 Prozent der Fälle gelungen, was in diesem Kontext beachtlich ist, uns aber nicht zufrieden stellen kann." Die Kunden seien anderes gewohnt von Blanco, und er fügt hinzu: "Wenn man jedoch berücksichtigt, dass sich unsere Mannschaft bislang in der Krise hoch flexibel gezeigt und sich mit 150 Prozent eingebracht hat, um die Kundenwünsche bestmöglich zu erfüllen, dann weiß ich, dass wir mit einem solch großartigen Team das Unternehmen sicher in die Zukunft führen können", so der COO.

Sicher in die Zukunft als internationaler Systemanbieter

Um die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und den Rahmen für künftige Wachstumsstrategien zu bilden, investiert Blanco in vielen Bereichen. Denn trotz globaler massiver Umsatzeinbrüche in den ersten beiden Quartalen infolge der Lockdowns konnte im Geschäftsjahr 2020 ein Rekordumsatz von 408 Millionen Euro erzielt werden, was einem Wachstum von 3,1 Prozent entspricht. Das Inland steigerte seinen Umsatz auf 151 Millionen Euro. Die Erlöse in den internationalen Regionen beziffern sich auf 257 Millionen Euro.

Das Unternehmen investiert in seinen Produktionsverbund "Composite": So werden die Werke für die weltweit erfolgreichen Silgranit-Spülen, die nach wie vor stärkster Wachstumsmotor sind, in Most (Tschechien) und Toronto (Kanada) erweitert.

Außerdem wird die Produktivität am deutschen Standort Sinsheim erhöht.

Investition in Qualität bedeutet Sicherheit für den Kunden

Blanco versteht sich als Premiummarke, damit verbunden ist ein Anspruch an hohe Qualität, langer Lebensdauer, guten Gebrauchseigenschaften hervorragendem Kundennutzen - und dies weltweit. "Zuverlässigkeit gehört zur Unternehmens-DNA, das treibt uns an. Wir wollen ein exzellenter und verlässlicher Systemanbieter auch in unseren internationalen Märkten werden und den globalen Footprint vergrößern", beschreibt CEO Frank Gfrörer das Ziel. Dies werde man insbesondere mit dem Aufbau regionaler Organisationen für die Beschaffung und das Qualitätsmanagement umsetzen. Deshalb investiert das Unternehmen in den Ausbau eines globalen, dezentral organisierten Qualitätsmanagements. Derzeit entsteht zudem ein neues Prüf- und Versuchszentrum am Stammsitz in Oberderdingen. Im Fokus stehen hier die technisch anspruchsvollen Units, die als Systemlösung besondere Qualitätskriterien erfüllen müssen. Hierbei verfolgt Blanco einen innovativen Ansatz und setzt auf eine agile Produktentwicklung.

Wissen weitergeben: Kunden werden Experten für den Wasserplatz

Maßstäbe setzt Blanco auch mit der Etablierung kundenorientierter digitaler Services, wie etwa der neuen internationalen virtuellen Schulungsplattform für Handels- und Vertriebspartner, Planer, Monteure, aber auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die so genannte "Brand Academy" verfolgt ebenso einen globalen Ansatz und wird von Singapur aus geführt. Knowhow zu Produktneuheiten, Installationen, Wartungen und Reparaturen sowie zur Montage der Unit-Komponenten: Darum geht es künftig ganz praxisnah auch im neuen Schulungszentrum für Präsenztrainings, das direkt an das Prüf- und Versuchszentrum angeschlossen ist.

Blanco 2021 - mit Sicherheit in die Zukunft

"Die Umsetzung der neuen Strategie ist nun überall zu spüren", sagt CEO Frank Gfrörer. "Ein ganz wesentlicher Aspekt ist die verstärkte Ausrichtung auf den Konsumenten und dem damit einhergehenden Versprechen einer Premium-Marke." Mit einer Vielzahl neuer Produkte, allen voran den Units als ganzheitliche Systemlösungen bietet das Unternehmen seinen Handelspartnern attraktive Möglichkeiten, sich zu differenzieren und Mehrwert zu schaffen. Ob für den Familienhaushalt oder die Singleküche: Units mit integrierten Wassersystemen wie Evol-S Pro Soda & Filter begeistern mit maximalem Komfort ihre Nutzerinnen und Nutzer, denn sie bieten über Leitungswasser hinaus auch gefiltertes Wasser in drei Stufen (still, medium, sprudelnd); dazu kann die Menge bestimmt werden sowie die Temperatur. Mit der Blanco Unit wird die Wasserzentrale in der Küche völlig neu gedacht, und darüber hinaus der nachhaltige Umgang mit Ressourcen gefördert. Die hochwertigen, perfekt aufeinander abgestimmten Komponenten, mit Trinkwassersystem oder einfacher Armatur, Becken und Abfalltrennsystem fügen sich als hochwertige Gesamtlösung nahtlos in das Küchenleben ein. Für ihr durchdachtes Produktkonzept wurde Evol-S Pro Soda & Filter gerade mit dem internationalen iF design award 2021 ausgezeichnet.

Units bringen nicht nur täglich spürbaren Komfort und Nachhaltigkeit in die Haushalte, sie gestalten auch den Beratungs-, Planungs- und Abwicklungsprozess für den Küchenhandel einfacher und sicherer. Das zu vermitteln und die Händler bei der Vermarktung mit umfangreichen Materialien für den POS und mit weiteren Services wie Trainings zur Installation zu unterstützen, leistet das mehrstufige "Blanco Unit Partner-Programm", mit dem sich die teilnehmenden Handelspartner der DACH-Region zu Experten für den Wasserplatz qualifizieren können. Darüber hinaus signalisiert die gerade gestartete, breit angelegte Online-Kampagne für die Soda Unit aufmerksamkeitsstark und direkt an den Touchpoints der Konsumenten eine neue, frische Dynamik der Marke Blanco.

Verantwortung und Engagement schaffen Sicherheit

Für die Umsetzung seiner strategischen Ziele hat Blanco zudem in Knowhow und Personalaufbau investiert. Das Unternehmen in Familienhand führte Ende 2020 1.542 Beschäftigte (Vollzeiter), darunter 1.102 in Deutschland und 440 an den internationalen Standorten. Blanco wurde zum achten Mal in Folge als Top Arbeitgeber 2021 gekürt (Focus 08/2021) und zählt zu den besten Arbeitgebern im Südwesten Deutschlands. Zahlreiche Programme für die Beschäftigten - von fachlichen und persönlichen Weiterbildungsangeboten über flexible Arbeitszeiten bis hin zur Alters- und Gesundheitsvorsorge tragen zur Motivation und Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei. "Wir legen Wert auf ein hochwertiges Personalmanagement ebenso wie auf attraktive Rahmenbedingungen und interessante Entwicklungsmöglichkeiten", betont CFO Rüdiger Böhle. "Im Grunde ist es das stimmige Gesamtpaket, was uns als Arbeitgeber auszeichnet". Dazu gehört nicht zuletzt auch die Selbstverpflichtung zu den weltweit geltenden "Global Values", die eine erfolgreiche Zusammenarbeit nach innen und nach außen unterstützen.

So ist dem Unternehmen auch die gesellschaftliche Verantwortung wichtig. Um Menschen in internationalen Krisengebieten, denen der Zugang zu Trinkwasser erschwert oder gar unmöglich ist, zu helfen, engagiert sich Blanco seit 2019 bei der arche noVa. Die Kooperation mit der gemeinnützigen Organisation mit Sitz in Dresden konzentriert sich auf die Errichtung mechanischer Wasserpumpen und die Ausbildung von Einheimischen zur selbstständigen Wartung und Reparatur der Pumpen, was die Lebensbedingungen der Menschen dort spürbar verbessert. (www.arche-nova.org).

Pressekontakt:

Antje Hilbert
Global Group Communications
External Communications
75038 Oberderdingen
Telefon: +49 7045 44-81404
E-Mail: antje.hilbert@blanco.de

Medieninhalte



Die weltweit erfolgreichen Silgranit-Spülen sind nach wie vor stärkster Wachstumsmotor. Mitarbeiter im Werk Sinsheim entnimmt Spülenrohling aus der Gießform. Mitarbeiter im Werk Sinsheim für Silgranit-Spülen bei der Qualitätsprüfung. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/17725 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Produktqualität überzeugt die Marke Konsumenten weltweit. Dabei greifen alle Komponenten von der Armatur über die Spüle bis zur Unterschrank-Organisation perfekt ineinander und bilden eine nahtlos integrierte Einheit. Somit tragen die Blanco-Units maßgeblich dazu bei, hochwertige Küchen rund um den Globus mit täglich erlebbarem Komfort und Nutzen rund ums Trinken, Vorbereiten und Reinigen nachhaltig aufzuwerten. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/17725 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100060081/100872312> abgerufen werden.