

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

**Mit der BLANCO UNIT zum Systemanbieter am Küchenwasserplatz
BLANCO setzt Transformationskurs erfolgreich
fort**

Oberderdingen, 24.04.2023 – Die BLANCO Gruppe hat ihren Transformations- und Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt. Der Pionier für Systemlösungen am Küchenwasserplatz steigerte im vergangenen Geschäftsjahr seinen Umsatz um zwei Prozent auf insgesamt 493 Mio. Euro. Während das Unternehmen in den Jahren zuvor von der pandemiebedingten Sonderkonjunktur im Bau- und Renovierungsbereich, dem so genannten Cocooning-Effekt, profitieren konnte, gestaltete sich vor allem das zweite Halbjahr 2022 aufgrund der globalen Rahmenbedingungen herausfordernd. Trotzdem sei es gelungen, das Unternehmen weiter zukunftsfähig auszurichten, so BLANCO CEO Frank Gfrörer: „Das Geschäftsjahr 2022 war ein Transformationsjahr. Wir haben es genutzt, um weitere strategische und operative Weichenstellungen vorzunehmen und die BLANCO UNIT als hochwertige Systemeinheit zu vermarkten. Mit unseren Neuheiten, allen voran dem BLANCO Multi Frame als zukunftsweisender Premium-Einbaulösung, sowie neuen Farbkonzepten, konnten wir letztes Jahr sowohl im Handel als auch bei Konsumentinnen und Konsumenten attraktive Impulse setzen.“

Insgesamt operierte BLANCO im abgelaufenen Geschäftsjahr in einem schwierigen Gesamtumfeld, das geprägt war vom Krieg in der Ukraine, von der angespannten Liefersituation an den Beschaffungsmärkten, drastisch gestiegenen Energie- und Transportkosten, gefolgt von steigender Inflation und nachlassender Konsumdynamik. Vor diesem Hintergrund entschied das Unternehmen im Frühjahr 2022, sich aus dem

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 2

operativen Geschäft in Russland zurückzuziehen und die dortige Tochtergesellschaft aufzulösen. Darüber hinaus reagierte das Unternehmen mit einer erstmals unterjährigen Preiserhöhung sowie mit Maßnahmen zur Kosten- und Energieeinsparung in Produktion und Logistik.

Aufwertung des Küchenwasserplatzes durch Innovationen und hochwertige Gestaltungssprache

In eine neue Dimension der cleveren Unterschrank-Organisation stieß das Unternehmen im vergangenen Jahr vor: Die im September 2022 erstmals präsentierte Weltneuheit BLANCO Multi Frame erhöht nicht nur den Komfort für Nutzerinnen und Nutzer, sondern vereinfacht als vorinstalliertes Komplettsystem das gesamte Handling für die Handelspartner – von der Bestellung und Lieferung bis zur Montage.

Neben technischen Innovationen bleibt die Weiterentwicklung der Designsprache ein Treiber der Premiumstrategie. Mit trendstarken neuen Farben für ein ausgewähltes Portfolio an Spülen, Armaturen und drink.systems erweiterte BLANCO 2022 die Möglichkeiten der hochwertigen Küchengestaltung mit BLANCO UNITs, die sich damit nicht nur funktional, sondern auch gestalterisch ergänzen. Zwei weitere Neuheiten für die BLANCO UNIT – die Armatur BLANCO SONEA-S Flexo und der im Unterschrank integrierbare Restezerkleinerer BLANCO FWD – wurden mit dem internationalen iF design award 2022 ausgezeichnet.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 3

Näher an Kunden und Konsumenten: Neuausrichtung der globalen Marktorganisation

Um die Vermarktung der BLANCO UNIT international zu intensivieren und die Premiummarke BLANCO unter lokalen Marktbedingungen bestmöglich zu positionieren, wurde im Herbst 2022 der globale Vertrieb neu ausgerichtet, mit klarem Fokus auf die Kernregionen EMEA, Nordamerika und Asia-Pacific. Gleichzeitig sorgt eine noch spezifischere Marktsegmentierung für eine effiziente und zielgerichtete Marketingsteuerung.

Um die BLANCO UNIT als Premiumprodukt am Küchenwasserplatz für Handelspartner und für Konsumentinnen und Konsumenten sichtbarer und erfahrbarer zu machen, hat BLANCO eine Reihe von Maßnahmen umgesetzt. So wurde das neue Brand-Space-Konzept ausgerollt, das dem Handel ein Spektrum hochwertiger UNIT-Module und Materialien für Showrooms und Ausstellungsküchen bereitstellt. Eine europaweite Händler-Road-Show durch sieben Länder, begleitet von Social-Media-Kampagnen, sorgte zudem für hohe Aufmerksamkeit bei Küchenfans. In Indonesien hat BLANCO zusammen mit einem langjährigen Handelspartner einen Flagship-Store eröffnet. Zu den weiteren markenstrategischen Aktivitäten 2022 gehörte die Präsenz auf wichtigen Branchenmessen im Inland und in internationalen Märkten.

Investitionen in die Zukunft: Standorte und Knowhow optimieren

Die Transformation von BLANCO schreitet dynamisch voran – in allen Unternehmensbereichen. 2022 konnten einige umfassende Digitalisierungsprojekte, ob in der Produktion, Logistik oder Administration, erfolgreich vorangetrieben oder abgeschlossen werden, etwa die Einführung eines digitalen Lagerverwaltungssystems in Großbritannien und der Launch eines digitalen Transportmanagement-

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 4

systems in Nordamerika, um die Kunden künftig noch serviceorientierter zu bedienen. Auch die über mehrere Jahre angelegte Umstellung des weltweiten ERP-Systems hat wichtige Etappenziele erreicht, hebt CFO Rüdiger Böhle hervor.

Fertiggestellt wurden außerdem die Umbauten zur Erhöhung der Produktionskapazität für Silgranit-Spülen in den Werken in Toronto (CA) und Most (CZ). Darüber hinaus hat BLANCO im vergangenen Jahr in die Infrastruktur für die Bereitstellung alternativer Energien investiert.

Als Unternehmen, das seit bald 100 Jahren für langlebige Produkte für die Küche steht, haben der effiziente und schonende Einsatz von Ressourcen und richtungsweisende Qualitätsstandards auf Premium-Niveau seit jeher einen hohen Stellenwert. BLANCO hat 2022 intensiv am Nachhaltigkeitskonzept der BLANC & FISCHER Familienholding mitgewirkt und dokumentiert diesen Einsatz transparent im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht A.I.R., der als Download auf den Webseiten des Unternehmens zur Verfügung steht.

Mit exzellentem Team Premiummarke BLANCO weiterentwickeln

Die BLANCO Gruppe beschäftigte zum Jahresende weltweit 1.587 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vollzeit/Jahresende). „Sie alle haben zum Geschäftserfolg beigetragen, in dem sie sich für unser gemeinsames Ziel, den Wasserplatz zu einem begehrten Markenprodukt in der hochwertigen Küche zu machen, einsetzen. Dafür bedanken wir uns als Geschäftsführung ganz herzlich“, betont CFO Böhle und führt weiter aus: „Mit klarem Kurs auf die strategische Ausrichtung hat BLANCO im vergangenen Jahr konsequent Knowhow aufgebaut, sei es durch ein umfassendes Entwicklungsprogramm für die

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 5

Belegschaft, maßgeschneidert auf die Anforderungen der Transformation, sowie durch gezielte Neueinstellungen“.

Für das Jahr 2023 geht das Unternehmen von einem verhaltenen Wachstum des Geschäftsvolumens aus, denn die globalen Rahmenbedingungen und deren Folgen seien schwer abzuschätzen, so CEO Frank Gfrörer. „Wir setzen dennoch alles daran, Menschen zu inspirieren, ihre neue Küche mit der BLANCO UNIT auszustatten, um sich mit komfortablen Zusatznutzen wie veredeltem Trinkwasser für jeden Geschmack, digitalen Bestell-Services für Verbrauchsmaterialien oder praktischen Utensilien rund ums Trinken, Vorbereiten und Säubern das Leben einfacher und angenehmer zu machen.“

Das Geschäftsjahr 2022 in Zahlen (gerundet*)

Konsolidierter Gesamtumsatz	493 Mio. Euro (+ 9 Mio. Euro / + 2%)
Umsatz Inland	167 Mio. Euro (+ 1 Mio. Euro / + 1%)
Umsatz International	326 Mio. Euro (+ 8 Mio. Euro / + 2%)
Umsatz Auslandsanteil	67 Prozent
Investitionen	20 Mio. Euro
Beschäftigte	1.587
(Vollzeit/Ende 2022)	
- davon in Deutschland	1.085
- davon an internationalen Standorten	502

*) Wir weisen darauf hin, dass durch Rundungen Differenzen zu den genauen Zahlen bei Prozentangaben, absoluten Werten und Vergleichen zum Vorjahr auftreten können.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 6

Bildmotive

Bild 1:



Die BLANCO Gruppe hat ihren Transformations- und Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt. Der Pionier für Systemlösungen am Küchenwasserplatz steigerte im vergangenen Geschäftsjahr seinen Umsatz um zwei Prozent auf insgesamt 493 Mio. „Das Geschäftsjahr 2022 war ein Transformationsjahr“, resümiert CEO Frank Gfrörer. „Wir haben es genutzt, um weitere strategische und operative Weichenstellungen vorzunehmen und die BLANCO UNIT als hochwertige Systemeinheit zu vermarkten. Mit unseren Neuheiten, allen voran dem BLANCO Multi Frame als zukunftsweisender Premium-Einbaulösung, sowie neuen Farbkonzepten, konnten wir letztes Jahr sowohl im Handel als auch bei Konsumentinnen und Konsumenten attraktive Impulse setzen.“

Bild 2:



Geschäftsführung der BLANCO Gruppe (von links): COO Andreas Ostermann von Roth, CEO Frank Gfrörer, CFO Rüdiger Böhle.

Bild 3:

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 7



In eine neue Dimension der cleveren Unterschrank-Organisation für die BLANCO UNIT stieß das Unternehmen im vergangenen Jahr vor: Die im September 2022 erstmals präsentierte Weltneuheit BLANCO Multi Frame erhöht nicht nur den Komfort für Nutzerinnen und Nutzer, sondern vereinfacht als vorinstalliertes Komplettsystem das gesamte Handling für die Handelspartner – von der Bestellung und Lieferung bis zur Montage.

Bild 4:



Die BLANCO UNIT steht für funktional und gestalterisch miteinander harmonisierende Systeme aus Becken, Highend-Armaturen, Wasserveredelung mit Quellkohlenensäure, Filtration, Kühlung und ergänzenden Accessoires vom Spülmittelspender bis hin zur Abfall- und Unterschrankorganisation in der Küche. Die Bandbreite an Funktionen sowie die Vielfalt an Designs, Farben und Materialien eröffnen Handel und Küchenplanern flexible Gestaltungsmöglichkeiten und Konsumentinnen und Konsumenten eine große Auswahl für jeden individuellen Geschmack.

Fotos: BLANCO

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 8

BLANCO bietet Systemlösungen für den Wasserplatz in der privaten Haushaltsküche. Dabei steht die BLANCO UNIT für funktional und gestalterisch miteinander harmonisierende Systeme aus Becken, Highend-Armaturen, Wasserveredelung mit Quellschwefelwasserstoff, Filtration, Kühlung und ergänzenden Accessoires vom Spülmittelspender bis hin zur Abfall- und Unterschrankorganisation. Die Bandbreite an Funktionen sowie die Vielfalt an Designs, Farben und Materialien eröffnen Handel und Küchenplanern flexible Gestaltungsmöglichkeiten und Konsumentinnen und Konsumenten eine große Auswahl für jeden individuellen Geschmack.

1925 gegründet, ist das Unternehmen heute eine international etablierte Premiummarke für den Küchen-Wasserplatz. Mit Tochtergesellschaften in Europa, Nordamerika und APAC sowie Handelspartnern ist die Marke BLANCO in rund 100 Ländern präsent und bietet ein perfekt auf die jeweiligen Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten zugeschnittenes Portfolio. Neben dem Unternehmenssitz im baden-württembergischen Oberderdingen befinden sich verschiedene Produktions- und Logistikstandorte im Südwesten Deutschlands sowie im Vereinigten Königreich, Tschechien, USA, Kanada, Australien und China.

Die BLANCO-Gruppe erzielte 2022 einen konsolidierten Jahresumsatz von 493 Mio. Euro und führte zum Jahresende weltweit 1.587 Beschäftigte (Vollzeit), davon 1.085 in Deutschland und 502 an den internationalen Standorten.

1925 von Heinrich Blanc gegründet, ist BLANCO heute Mitglied der BLANC & FISCHER Familienholding und wurde als Arbeitgeber bereits mehrfach ausgezeichnet. www.blanco.com

Kontakt für Journalisten/Redaktionen

zum Unternehmen:

BLANCO GmbH + Co KG

D-75038 Oberderdingen

Corporate Communications

Jan Ribbeck

E-Mail: jan.ribbeck@blanco.de

Antje Hilbert

E-Mail: antje.hilbert@blanco.de

www.blanco.com