

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Geschäftsjahr 2019 des Spezialisten für den Wasserplatz in der privaten Haushaltsküche**BLANCO setzt Wachstum fort**

Gesamtumsatz auf 395 Millionen Euro erhöht / In Deutschland trotz stagnierendem Küchenmarkt gewachsen / Umsatztreiber: Silgranit-Spülen und Küchenarmaturen / Zweithöchste Investition in der Unternehmensgeschichte für Produktionsverbund Silgranit / Vom Produkt zum System: der Wasserplatz in der Küche

Die Blanco-Gruppe hat das Geschäftsjahr 2019 mit einem konsolidierten Nettoumsatz von 395 Millionen Euro abgeschlossen. Trotz einer sich weltweit abschwächenden Konjunkturlage und eines sich verschärfenden Wettbewerbs konnte das Unternehmen aus dem Südwesten Deutschlands weltweit ein leichtes Plus erzielen. Wachstumstreiber waren wiederum Silgranit-Spülen und Küchenarmaturen. Im Inland erzielte der international agierende Spezialist für Wasserplatzlösungen in der Haushaltsküche einen Umsatz von 142 Millionen Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 3,5 % gegenüber Vorjahr. Hier konnte Blanco seine führende Rolle in einem stagnierenden Küchenmarkt ausbauen. Die internationalen Regionen zeigten hingegen sehr unterschiedliche Verläufe, teilweise geprägt von starken konjunkturellen Schwankungen. Der Umsatz in den Märkten außerhalb Deutschlands beziffert sich 2019 auf insgesamt 253 Millionen Euro und liegt somit knapp auf Vorjahreshöhe. Der Anteil am Gesamtumsatz beträgt entsprechend 64 %. Auch wenn die positive Entwicklung im Inland die Umsatzeinbrüche in einigen internationalen Märkten kompensiert habe, sei man nicht zufrieden, bekennt CEO Frank Gfrörer unumwunden auf der jährlichen Pressekonferenz. „Nach zehn Jahren kontinuierlichen Wachstums erleben wir im Inland wie auch im internationalen Geschäft einen prägnant erstarkten Wettbewerb. Um unsere ehrgeizigen Ziele in

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 2

Zukunft erreichen zu können, sind künftig deutlich höhere Anstrengungen als bisher nötig.“

Den Handel unterstützen: Vom Produkt zum System

Bisher einer der führenden Spülen- und Armaturenhersteller, der Millionen Kunden weltweit mit hochwertigen Produkten und zuverlässigem Service überzeugt, geht Blanco nun noch einen Schritt weiter. „Wir möchten unseren Partnern im Handel in Zukunft ein noch besseres Leistungspaket zur Verfügung stellen, um sie beim Abverkauf an die Kunden zu unterstützen“, kündigt Gfrörer an. Als Spezialist für den Wasserplatz konzentriert sich der Hersteller noch intensiver auf diesen zentralen Bereich in der Küche. Ziel ist, als Marke für nahtlos integrierte Lösungen wahrgenommen zu werden, welche Konsumenten mit täglich erlebbarem Komfort und Nutzen rund ums Vorbereiten, Trinken und Reinigen begeistert. Dafür steht die „Blanco Unit“: Sie verkörpert ganzheitliche Lösungen, die über das pure Produkt hinaus gehen und den Konsumenten mit maßgeschneiderten Services und Informationen ein nachhaltiges Markenerlebnis schaffen sollen – in allen relevanten Märkten der Welt.

Die Konsumenten mit smarten Produkten und Service begeistern

Mit attraktiven Produkten wie der neuen Generation der Smart-Armaturen mit besonderen Funktionen wie berührungslose Bedienung, Wassermenge nach Maß, gefiltertes oder kochend heißes Wasser, hat Blanco die Sparte der Küchenarmaturen erfolgreich weiterentwickelt. Ein spezieller Montage-Service des Technischen Kundendienstes unterstützt bei Bedarf die Handelskunden beim Einbau der hochwertigen Wassersysteme. Im Bereich der weltweit erfolgreichen Silgranit-Spülen entwickelte Blanco die Modell- und Farbpalette weiter. Der neue intensive Farbton Schwarz feierte bereits in einigen

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 3

internationalen Märkten Premiere und wird im Herbst in den deutschen Markt eingeführt.

Investition in die Zukunft: Produktionsverbund für Silgranit-Spülen

Im vergangenen Jahr hat Blanco 29,3 Millionen Euro investiert. Der größte Anteil entfiel auf das neue Werk für Silgranit-Spülen im tschechischen Most, das Ende 2019 fertiggestellt wurde. So entlastet das neue Werk die an ihre Kapazitätsgrenzen gestoßene Produktion in Sinsheim. Mit dem nun erweiterten Produktionsverbund Sinsheim-Most-Toronto sind die Rahmenbedingungen für weiteres Wachstum gelegt.

Mit exzellenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wachsen

Das Unternehmen beschäftigte zum Jahresende weltweit 1.515 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dass Blanco im Bereich Personalmanagement höchste Qualitätsstandards verfolgt, bekräftigt die erneute Zertifizierung durch das internationale Top Employers Institute. Essentieller Bestandteil der Unternehmenskultur ist seit jeher auch die gelebte Wertschätzung und ein vertrauensvoller Umgang miteinander, bereichsübergreifend und über alle Hierarchien und Landesgrenzen hinweg. Initiiert durch das schnelle Wachstum von Blanco in den vergangenen Jahren und der somit komplexeren internationalen Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe, wurde der Wertekatalog überarbeitet und setzt nun neue Akzente für alle Beschäftigten. „Die neuen globalen Unternehmenswerte bilden für uns alle in der Zusammenarbeit die Basis dafür, unsere Kunden und Handelspartner weltweit mit exzellenten Produkten, Leistungen und Services zu begeistern“, bringt CFO Rüdiger Böhle, auch verantwortlich für Personalmanagement, den neuen Wertekompass auf den Punkt.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 4

Umfassende Weiterbildungsangebote, bedarfsorientierte Arbeitszeitmodelle und ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement, das über Standards hinausgeht, dokumentieren, so der CFO, die hohe soziale Verantwortung, die das Unternehmen für seine Beschäftigten zeigt. Hochwertige Entwicklungsprogramme wie die jüngst erfolgreich abgeschlossene internationale Potentialförderung „STEP“ für berufserfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Haus fokussieren sich darauf, junge Menschen mit besonders ausgeprägter Entwicklungsmotivation gezielt auf neue Verantwortungen innerhalb der Blanco-Gruppe vorzubereiten.

2020: Lieferfähigkeit zu jedem Zeitpunkt in der Corona-Krise

Das laufende Geschäftsjahr ist geprägt vom weltweiten Ausbruch des Corona-Virus. Blanco hat sehr frühzeitig reagiert und die Abläufe an die Situation angepasst. „Oberste Priorität hatte von Beginn an die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, betonte Andreas Ostermann von Roth, COO und Leiter der Covid-19-Taskforce bei Blanco. „Gleichzeitig ist es uns gelungen, den Service und die Lieferungen an unsere Kunden weltweit sicherzustellen. Wir haben dafür keine Kosten gescheut, waren zu jedem Zeitpunkt lieferfähig und sind das bis heute. Derzeit sind auch für die Zukunft keine coronabedingten Lieferverzögerungen zu erwarten.“ Intern liegt der Fokus auf der Bewältigung der Krise. So ist der Auftragseingang in den letzten Wochen aufgrund der Lockdown-Maßnahmen zurückgegangen. „Wir passen unsere Kapazitäten flexibel an die Marktnachfrage an, zu den Instrumenten zählt auch Kurzarbeit.“ Es bewähren sich, so der COO, in der jetzigen Phase die Stärken von Blanco.

Die Umsätze im ersten Quartal 2020 entwickelten sich weitgehend nach Plan. Allerdings sei insgesamt mit einem deutlichen Umsatzeinbruch

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 5

aufgrund der Folgen der Pandemie zu rechnen, so Frank Gfrörer. „Doch der Kurs ist perfekt abgestimmt auf die künftige globale Ausrichtung der Marke, und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind hoch motiviert. Unser Ziel bleibt trotz der Krise, dass Blanco zum Synonym für den nahtlos integrierten Wasserplatz in der hochwertigen Küche wird.“

Bildunterschriften:

Bild 1:



Blanco setzt sein Wachstum fort: Die Blanco-Gruppe hat das Geschäftsjahr 2019 mit einem konsolidierten Nettoumsatz von 395 Millionen Euro abgeschlossen. Trotz einer sich weltweit abschwächenden Konjunkturlage und eines sich verschärfenden Wettbewerbs konnte das Unternehmen aus dem Südwesten Deutschlands weltweit ein leichtes Plus erzielen. Wachstumstreiber waren erneut Silgranit-Spülen und Küchenarmaturen. Die Geschäftsführer bei der Jahrespressekonferenz (von links): Rüdiger Böhle (CFO), Frank Gfrörer (CEO / Vorsitzender der Geschäftsführung), Andreas Ostermann von Roth (COO).

Bild 2:

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 6



Das Unternehmen beschäftigte zum Jahresende weltweit 1.515 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, darunter 1.090 in Deutschland. Abb.: Mitarbeiter im Werk Sinsheim – einer der drei Standorte, wo die weltweit erfolgreichen Silgranit-Spülen hergestellt werden.

Bild 3:



Der Stammsitz von Blanco in Oberderdingen, im Südwesten Deutschlands, wo das Unternehmen 1925 von Heinrich Blanc gegründet wurde.

Bild 4:

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 7



Als Spezialist für den Wasserplatz konzentriert sich der Hersteller künftig noch intensiver auf diesen zentralen Bereich in der Küche. Ziel ist, als Marke für nahtlos integrierte Lösungen wahrgenommen zu werden, welche Konsumenten mit täglich erlebbarem Komfort und Nutzen rund ums Vorbereiten, Trinken und Reinigen begeistert.

Bild 5:



Eine Stufe, zwei Schienen, drei Funktionsebenen: Mit cleveren Konzepten wie der Becken-Linie Etagon begeistert Blanco Millionen Konsumenten rund um den Globus. Die Spülen und Becken aus dem außergewöhnlich widerstandsfähigen, pflegeleichten Verbundwerkstoff Silgranit trugen auch 2019 maßgeblich zum Wachstum bei.

Bild 6:

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 8



Mit attraktiven Produkten wie der neuen Generation der Smart-Armaturen mit besonderen Funktionen wie berührungslose Bedienung, Wassermenge nach Maß oder gefiltertes Wasser, hat Blanco die Sparte der Küchenarmaturen erfolgreich weiterentwickelt. Mit Evol-S Volume etwa lässt sich die gewünschte Wassermenge an einem zusätzlichen Bedienknopf vorher einstellen.

Fotos: Blanco

Blanco steht für bis ins Detail durchdachte Systeme für den Wasserplatz in der privaten Haushaltsküche. Mit modernem Design, ergonomischer Handhabung und zuverlässiger Produktqualität überzeugt die Marke Konsumenten weltweit. Dabei greifen alle Komponenten von der Armatur über die Spüle bis zur Unterschrank-Organisation perfekt ineinander. Somit tragen die Blanco-Systeme maßgeblich dazu bei, hochwertige Küchen rund um den Globus mit täglich erlebbarem Komfort und Nutzen rund ums Vorbereiten, Trinken und Reinigen nachhaltig aufzuwerten.

Vor mehr als 90 Jahren gegründet, ist das Unternehmen heute einer der führenden Hersteller von Spülen und Küchenarmaturen weltweit. Mit Tochtergesellschaften in Europa, Nordamerika und Asien sowie Handelspartnern ist Blanco in rund 100 Ländern der Welt präsent und bietet seinen Kunden ein perfekt auf die jeweiligen Bedürfnisse der Konsumenten zugeschnittenes Portfolio. Der Unternehmenssitz und wichtige Produktionsstandorte befinden sich im Südwesten Deutschlands. Die Blanco-Gruppe erzielte 2019 einen konsolidierten Jahresumsatz von 395 Mio. Euro und beschäftigte zum Jahresende weltweit 1.515 Mitarbeiter, davon 1.090 in Deutschland und 425 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.de

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 9

Kontakt für Redaktionen/Journalisten:

BLANCO GmbH + Co KG
Stefan Kohl
Director / Head of Global Group
Communications
75038 Oberderdingen
Germany
Telefon: +49 7045 44-81584
E-Mail: stefan.kohl@blanco.de
www.blanco.de

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