

Blanco

Setzt Wachstumskurs fort

Freitag, 24.05.2019

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 Mio. Euro auf 394 Mio. 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 Mio. 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 Mitarbeiter-orientierung und ein wertschätzender Umgang werden von den Beschäftigten ebenso honoriert wie das attraktive Arbeitsumfeld und die Möglichkeit, schon frühzeitig verantwortungsvolle Aufgaben zu übernehmen.

Setzt Wachstumskurs fort

Links

- [Blanco](#)