

312 Millionen Euro Umsatz im Geschäftsjahr 2014 / Deutliche Zuwächse international und im Heimatmarkt / Marktposition ausgebaut mit innovativen Küchenspülen, Armaturen und Abfallsystemen / Weltmarktführerschaft bei Granitspülen erneut bestätigt / Umfangreiche Investitionen in Deutschland / Erweiterungsbau für europäisches Logistikzentrum realisiert

Oberderdingen, 12. Mai 2015. Mit einem weiteren Rekordumsatz hat Blanco das Geschäftsjahr 2014 abgeschlossen. Das Unternehmen verzeichnet einen konsolidierten Gesamtumsatz von 312 Millionen Euro – ein Plus von 6,5 % gegenüber dem Vorjahr. Dabei wuchs der Spülen- und Armaturenspezialist deutlich im Inland und erhöhte seine Umsätze um 5,4 % auf 115 Millionen Euro. Ein noch kräftigeres Wachstum erzielte das Unternehmen in seinen internationalen Märkten. Hier stieg der Umsatz um 7,2 % auf 197 Millionen Euro. Der Auslandsanteil erhöhte sich leicht, bleibt gerundet jedoch bei 63 %. Die Zahl der Beschäftigten lag 2014 bei weltweit 1.350 Mitarbeitern. „Mit attraktiven Produkten, zuverlässigem Lieferservice und wichtigen Weiterentwicklungen im Produktportfolio und bei den Werkstoffen, allen voran beim Spülenmaterial Silgranit PuraDur, konnten wir unsere Marktposition in Deutschland und auf internationaler Ebene erneut verbessern“, betonte der Vorsitzende der Geschäftsführung Achim Schreiber anlässlich der jährlichen Pressekonferenz am Stammsitz des Unternehmens. Gleichzeitig blickt Deutschlands größter Spülenhersteller und Marktführer für Küchenarmaturen mit einem Volumen von 33,6 Millionen Euro auf das investitionsstärkste Jahr in der Unternehmensgeschichte zurück. Fast zwei Drittel davon flossen in die Erweiterung des europäischen Logistikzentrums in Bruchsal, das vor wenigen Tagen offiziell in Betrieb genommen wurde. Weitere Investitionen wurden in den Ausbau von Anlagen und Produktionstechnologien in den deutschen Spülen-Werken in Sinsheim und Sulzfeld getätigt, ebenso am Standort Toronto in Kanada. Das für Achim Schreiber „hervorragende Geschäftsjahr 2014“ sei eine ausgezeichnete Grundlage und Motivation für 2015. Hinzu kommen insgesamt gute Rahmenbedingungen in Deutschland wie eine sehr gute Beschäftigungslage, Minimalzinsen und das gestiegene Bewusstsein der Konsumenten für Qualität. Doch trotz der Aussichten auf eine sich weiter belebende Konsumkonjunktur dürfe man die wirtschaftlich angespannte Situation einiger Mittelmeerländer, sowie die Probleme in Russland und der Ukraine und deren möglicher langfristiger Folgen auf die Gesamtwirtschaft nicht unterschätzen, so Schreiber. Dennoch gehe man von einem guten Umsatzwachstum auch in 2015 aus. Besser als der Markt sowohl im Inland als auch im Ausland hat Blanco 2014 weitere Marktanteile gewonnen. Zum erfolgreichen internationalen Wachstum wesentlich beigetragen haben vor allem die Erfolge der Tochtergesellschaften in den USA und Großbritannien. Selbst der Absatz auf dem russischen Markt hat sich erfreulich entwickelt, allerdings bereitete der dramatische Verfall des Rubels erhebliche Probleme. Auch in China kann Blanco – vor dem Hintergrund eines leicht abgeschwächten Wirtschaftswachstums – auf eine dynamische Geschäftsentwicklung zurückblicken. Mit Silgranit-Spülen und Küchenarmaturen erneut an der Spitze Der Premiumhersteller, der 2014 die 50-millionste Spüle feierte, konnte seine Kunden auch im vergangenen Jahr begeistern. Besondere Stärke hat Blanco im Segment Silgranit-Spülen bewiesen und als Weltmarktführer für Granit-Spülen seinen Vorsprung abermals ausgebaut. Zahlreiche Neuheiten in allen Segmenten sowie eine neue

Farbe zeugen vom feinen Gespür für den Bedarf in den jeweiligen Märkten. Dies wurde gekrönt von der deutlichen Weiterentwicklung des überragend widerstandsfähigen und reinigungsfreundlichen Materials Silgranit PuraDur, das jetzt noch pflegeleichter ist und über eine dezent glattere Haptik verfügt.

Als weiterer Wachstumsmotor erwies sich das Geschäftsfeld Küchenarmaturen. Hier hat Blanco seine Marktführerschaft nochmals deutlich ausgebaut, wie das aktuelle Heinze Sanitär-Panel (2014) aufweist, und steht nunmehr im 14. Jahr an der Spitze des deutschen Markts. Mit einem facettenreichen Spektrum an Neuheiten ergänzte Blanco sein umfangreiches Produktprogramm um besonders praktische wie formschöne Lösungen. Den generell konsequent und nachhaltig hohen Anspruch an eine stringent durchdachte Produktgestaltung unterstreichen die vielen Auszeichnungen für Design und Innovation rund um den Globus. 90 Jahre Blanco: Aus Tradition modern  
Im neunzigsten Jahr der Firmengeschichte hat Blanco seine Beschäftigtenzahl im In- und Ausland auf 1.350 erhöht, davon 1.000 in Deutschland. Die Ausbildung nimmt dabei einen wichtigen Stellenwert ein. Im Jahr 2014 befanden sich in Deutschland im Durchschnitt 46 Jugendliche bei Blanco in Ausbildung. Der Spülenhersteller gilt in der Region als attraktiver Arbeitgeber. Das belegen nicht nur die hervorragenden Ergebnisse von bundesweiten Arbeitgeber-Rankings, sondern auch die letztjährige Ehrung für 25- und 40-jährige Betriebszugehörigkeit, bei der 47 Personen mit aufsummierten 1.200 Jahren einen beachtlichen Rekord aufstellten.

Nachhaltiges Personalmanagement und eine aktiv gelebte Unternehmenskultur, die auf ethischen Werten wie Respekt, Zuverlässigkeit und Vertrauen basiert, rangieren bei dem Unternehmen in Familienhand ganz oben. Zur Stabilität trägt auch die erstmals verfasste Familiencharta der Gesellschafter bei, die wesentliche Elemente der Unternehmensleitlinien langfristig als Leitbild definiert hat.