24.05.2012 – 14:00 Uhr

Geschäftsjahr 2011 der BLANCO GmbH + Co KG / Spülenhersteller BLANCO mit neuem Umsatzrekord in Deutschland

Oberderdingen (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs -

Die Blanco GmbH + Co KG, einer der weltweit führenden Anbieter von Küchenspülen, befindet sich weiter auf Erfolgskurs und vermeldet für das Geschäftsjahr 2011 ein erneutes deutliches Umsatzplus. Wie das Unternehmen auf seiner jährlichen Pressekonferenz berichtete, erhöhte sich der konsolidierte Netto-Umsatz auf 252 Millionen Euro - ein Zuwachs von 10 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr.

Besonders erfolgreich war der Spülenspezialist auf dem Heimatmarkt Deutschland. Hinzugewonnene Marktanteile und die erfreuliche Marktentwicklung trugen zur Steigerung der Erlöse um über 8 Prozent auf die neue Bestmarke von 97 Mio. Euro bei. Auf den Auslandsmärkten konnte sich Blanco behaupten und trotz anhaltend schwieriger Umstände auch hier einen leichten Zuwachs verzeichnen.

Mit dem Start in das Geschäftsjahr 2012 ist Blanco mit seinen 1.200 Mitarbeitern sehr zufrieden. Die internationalen Märkte sind jedoch weiterhin von Unsicherheiten und verschärftem Wettbewerb geprägt. Deshalb setzt Blanco auf konsequente Optimierung der Prozesse und höhere Effizienz, um seine globale Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Deutschland, der größte Markt des Unternehmens, erwies sich als Wachstumsmotor. Mit zweistelligen Steigerungen glänzten vor allem die pflegeleichten Spülen aus Silgranit. Der Küchentechnikspezialist profitiert weiter vom Trend zu farbigen Spülen und intensivierte seine Vermarktungsaktivitäten in diesem Segment. Küchenarmaturen und die exklusiven Produkte der Subbrand Blanco SteelArt steuerten mit deutlichen Zuwächsen überproportional zum Umsatz bei.

Insgesamt schwierig und uneinheitlich präsentierten sich die ausländischen Märkte. Eine im Wesentlichen stabile Entwicklung zeigten die zentraleuropäischen Anrainerstaaten. In Südeuropa verzeichneten insbesondere Italien, Spanien und Portugal zweistellige Marktrückgänge. Nordeuropa bewegt sich - bis auf Schweden - auf Vorjahresniveau. Viele osteuropäische Staaten leiden unter den Finanzierungsengpässen, die trotz potenziell höherem Bedarf zu einer Nachfrageschwäche führten. In Russland hingegen konnte Blanco ein weiteres deutliches Wachstum realisieren - unter anderem durch die Übernahme der nationalen Distribution. In Nordamerika stagnierte der US-amerikanische Markt, während der kanadische Markt rückläufig war. Der asiatische Markt, insbesondere in China, entwickelte sich dynamisch, auch begünstigt durch die Neubauaktivitäten.

"Blanco konnte in den meisten Ländern ein überdurchschnittliches Wachstum realisieren und damit die Marktanteilsposition verbessern. Problematisch blieb die Situation in Nordamerika", fasst Achim Schreiber, Vorsitzender der Geschäftsführung, die Situation zusammen.

Blanco produziert Spülen aus den drei marktrelevanten Materialien Edelstahl, Granit, Keramik und kann daher die individuellen Verbraucherwünsche sehr gut bedienen. Besonders erfolgreich vermarktete das Unternehmen seine Spülen aus Silgranit. Die Produktion wurde im letzten Jahr in den beiden Silgranit-Werken nochmals deutlich auf mehr als 600.000 Spülen gesteigert. Damit unterstreicht Blanco seine weltweite Marktführerschaft im Bereich Granitspülen.

Der Produktbereich Küchenarmaturen verzeichnete ebenfalls zweistelliges Wachstum. Mit dem weiteren Ausbau des Produktportfolios sowie der konsequenten Umsetzung der hohen Produktanforderungen zur maximalen Hygiene und Sicherheit konnte Deutschlands langjähriger Marktführer seinen Erfolgskurs fortsetzen. So werden nur hochwertige Materialien eingesetzt. Besondere Sorgfalt misst man den Wasser führenden Teilen zu. Die über die umfassenden internen Qualitätssicherungsmaßnahmen hinaus gehende freiwillige Zertifizierung durch die DVGW (Deutsche Vereinigung des Gas- und Wasserfaches e.V.) untermauert das hohe Verantwortungsbewusstsein gegenüber den Verbrauchern.

Auch im vergangenen Jahr konnten das Unternehmen wieder mehrere Designpreise erringen. Sowohl in Deutschland als auch in den USA erhielten Blanco-Spülen und Küchenarmaturen erneut renommierte Auszeichnungen. Dazu zählten u.a. zwei KB Culture Awards und der IF product design award. Ein besonderes Highlight war aber zweifelsohne die Verleihung von gleich 4 red dots im Frühjahr 2012. "Diese Auszeichnungen sind eine Bestätigung der Blanco Design-Philosophie und zugleich Anerkennung unserer über Jahre geschaffenen Designkompetenz," unterstreicht Achim Schreiber.

Das Investitionsvolumen wurde 2011 im Vergleich zum Vorjahr deutlich angehoben und betrug 11,7 Mio. Euro. Besondere Schwerpunkte bildeten der Ausbau der Produktionskapazitäten für Silgranit-Spülen, die Reorganisation und Prozessoptimierungen am Standort Sulzfeld und die Entwicklung innovativer Produkte in allen Bereichen. Eine eigene Photovoltaikanlage wurde auf dem Dach des Logistikzentrums Bruchsal installiert und leistet einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz.

Der Grundsatz der Nachhaltigkeit hat für Blanco einen besonderen Stellenwert. Daher stehen die drei Aktionsfelder Ökonomie, Ökologie und soziales Umfeld gleichberechtigt nebeneinander. Der soeben erschienene dritte Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert weitere wichtige Aktivitäten der letzten beiden Jahre und gibt einen Ausblick auf geplante Maßnahmen.

Traditionell widmet Blanco der Unternehmenskultur besondere Aufmerksamkeit. Um die von großen Freiheitsgraden und starker individueller Verantwortung geprägte Arbeitsweise noch stärker zu verankern, wurden neue Leitlinien für die Zusammenarbeit und Führung erarbeitet. Im Jahresdurchschnitt beschäftigte der Spülenspezialist weltweit 1200 Menschen; der Anteil der deutschen Standorte stieg leicht auf 920 Mitarbeiter.

Die guten Zahlen des Geschäftsjahres 2011 sind für Achim Schreiber ganz wesentlich ein Verdienst der Belegschaft "Ich bin begeistert von dieser fantastischen Teamleistung und dem einzigartigen Blanco-Spirit", betont Achim Schreiber. "Für dieses großartige Engagement und die herausragende Motivation gilt allen unser Dank."

Der Auftakt des neuen Geschäftsjahres 2012 lässt optimistisch nach vorn blicken, denn vor allem das außerordentliche Wachstum im deutschen Markt sorgt für gute Stimmung. Diese dynamische Entwicklung erhält nicht nur bestehende Arbeitsplätze, sondern führt auch zum Personalaufbau mit zusätzlichen Stellen vor allem in Deutschland.

Info:

Die BLANCO GmbH + Co KG mit Sitz in Oberderdingen (Baden-Württemberg) zählt zu den weltweit führenden Anbietern für Küchentechnik und steht für ein umfangreiches Sortiment an hochwertigen Qualitätsprodukten wie funktionale Haushaltsspülen und Küchenarmaturen sowie Abfallorganisationssysteme und Zubehör. Tochtergesellschaften bestehen im Ausland u. a. in USA, Kanada, West- und Osteuropa. Blanco beschäftigt insgesamt ca. 1.200 Mitarbeiter. Produziert wird in Sinsheim, Sulzfeld, Istanbul und Toronto.

Das Unternehmen, 1925 von Heinrich Blanc gegründet, gehört heute mehrheitlich zur E.G.O. Blanc und Fischer Gruppe. 2007 wurde der Geschäftsbereich "Catering + Med Systeme" in eine eigenständige Gesellschaft, die neue BLANCO CS GmbH + Co KG umgewandelt.

Beide BLANCO Gesellschaften sind Mitglieder der Organisation Caux Round Table (CRT) und verpflichten sich zur Achtung ethischer Geschäftsprinzipien.

Kontakt:

BLANCO GmbH + Co KG
Leiter Unternehmenskommunikation
Stefan Kohl
Flehinger Str. 59
D-75038 Oberderdingen
Telefon: +49 7045 44-81584
E-Mail: stefan.kohl@blanco.de
Internet: www.blanco.de

BLANCO GmbH + Co KG
Presse + Kommunikation
Hans-Dieter Radke
Flehinger Str. 59
D-75038 Oberderdingen
Telefon: +49 7045 44-81409
E-Mail: hansdieter.radke@blanco.de
Internet: www.blanco.de

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100011726/100719041 abgerufen werden.