

Marke zählt: Renommierete Auszeichnung für den Pionier des Küchenwasserplatzes

BLANCO gewinnt German Brand Award 2025 für seinen neuen Markenauftritt

Oberderdingen, 14. Juli 2025. Die BLANCO Gruppe, Pionier ganzheitlicher Systeme für den Küchenwasserplatz, ist mit dem renommierten German Brand Award für ihren umfassenden Marken-Relaunch in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation Brand Design – Corporate Brand“ ausgezeichnet worden.

Die internationale Jury zeigte sich überzeugt: „Mit einem prägnanten Fokus auf den zentralen Arbeitsbereich in der Küche gelingt es der Marke, sich klar vom Wettbewerb abzuheben. Die harmonische Kombination aus reduzierten Designelementen, markanter Typografie und puristischer Bildsprache unterstreicht den Premiumanspruch von BLANCO. Die mutige Farbpalette und zeitgemäße Visualisierungen schaffen eine ästhetisch und funktional überzeugende Markenerfahrung, die sowohl emotional als auch strategisch nachhaltig wirkt.“

Dass BLANCO im Jahr des 100-jährigen Bestehens sein Markenprofil schärft, hat gute Gründe, so BLANCO CEO Frank Gfrörer: „Wir stehen wie kein anderes Unternehmen für die ganzheitliche Systemlösung am Küchenwasserplatz. Mit unserer BLANCO UNIT als aufeinander abgestimmten Angebot aus Armatur, Wassersystem, Becken und Unterschränkorganisation werten wir den Wasserplatz als Herzstück der Küche auf und schaffen für unsere Kunden sowie für Konsumentinnen und Konsumenten echten Mehrwert – funktional und emotional. Das bringen wir mit der neuen Markenidentität aufmerksamkeitsstark zum Ausdruck. Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung“, so Gfrörer.

Daniela Römgens, Vice President für Global Brand Marketing, ergänzt: „Wir haben mit unserer neuen Markenidentität bewusst mit klassischen Branchencodes gebrochen. Gleichzeitig machen wir die Vorteile unserer ganzheitlichen Lösungen für den Wasserplatz sichtbarer und unterstreichen die Wertigkeit unseres Angebots. Handel und Konsumentinnen und Konsumenten profitieren von einer aufmerksamkeitsstarken und konsistenten Markenerfahrung – ob online, in Printmedien, im Shop oder im Küchenstudio. Ich freue mich sehr, dass wir für unseren Mut, bewährte Pfade zu verlassen, belohnt wurden.“

KONTAKT FÜR JOURNALISTINNEN,
JOURNALISTEN, REDAKTIONEN
FÜR FRAGEN/THEMEN

ZU PRODUKTEN:
BLANCO GmbH + Co KG
D-75038 Oberderdingen
Emanuele Giuliana
T: +49 (0)7045 44-81620
emanuele.giuliana@blanco.de

ZUM UNTERNEHMEN:
Global Corporate Communications
Jan Ribbeck
T: +49 (0)7045 44-81298
jan.ribbeck@blanco.de

Antje Hilbert
T: +49 (0)7045 44-81404
antje.hilbert@blanco.de

www.blanco.com

1 PI25/07/14

Über BLANCO

BLANCO steht für den Küchenwasserplatz in privaten Haushalten. Als international etablierter Premiumanbieter mit deutschen Wurzeln entwickelt und stellt das Unternehmen Produkte her, die durch preisgekröntes Design, hochwertige Materialien und individuelle Gestaltungsmöglichkeiten überzeugen. Herzstück des Portfolios ist die modular aufgebaute BLANCO UNIT, die Becken, Armaturen und Wasserveredelung sowie Organisationssysteme für den Unterschrank als System-Komponenten in Form und Funktion nahtlos miteinander verbindet. BLANCOs Antrieb: mehr Komfort, Flexibilität und Freude in der täglichen Nutzung des privaten Küchenwasserplatzes. Bei einem Jahresumsatz von mehr als 380 Millionen EURO (2024) setzen sich dafür weltweit insgesamt mehr als 1.400 Mitarbeitende ein – am Hauptsitz im baden-württembergischen Oberderdingen genauso wie in den Landesgesellschaften in Europa, Asien, Australien und Nordamerika.

BLANCO.COM

BLANCO hat aufmerksamkeitsstarke grafische Elemente eingeführt, um die Wertigkeit, Vielseitigkeit und Lebensfreude rund um das Thema Küchenwasserplatz zu betonen. Die Bildwelten und grafischen Elemente betonen den Mehrwert, den die modularen BLANCO UNITS im Alltag bieten. Eine moderne Typografie setzt weitere frische Akzente in der Markenwahrnehmung. BLANCO rollt die neue Markenidentität derzeit global an sämtlichen digitalen und analogen Touchpoints aus – vom Webauftritt über Produkt-Kataloge bis hin zu Anzeigen und POS-Materialien wie Displays oder Aufstellern für die Küchen-Ausstellungen der Handelspartner.

Zum German Brand Award

Der German Design Council wurde 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages gegründet und setzt sich seitdem für die Relevanz von Gestaltung und Markenführung ein. Seit 2016 vergibt er den German Brand Award. Der German Brand Award zeichnet herausragende Markenstrategien, erstklassige Kommunikation und innovative Umsetzungen in sämtlichen Bereichen moderner Markenführung aus – von Corporate Design und Employer Branding bis hin zur digitalen Markeninszenierung. Prämiert werden Marken, die Orientierung schaffen und echten Mehrwert für Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur bieten.

Bildunterschriften

Bildunterschrift 1



Die BLANCO Gruppe, Pionier ganzheitlicher Systeme für den Küchenwasserplatz, ist mit dem renommierten German Brand Award für ihren umfassenden Marken-Relaunch in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation Brand Design – Corporate Brand“ ausgezeichnet worden.

KONTAKT FÜR JOURNALISTINNEN,
JOURNALISTEN, REDAKTIONEN
FÜR FRAGEN/THEMEN

ZU PRODUKTEN:
BLANCO GmbH + Co KG
D-75038 Oberderdingen
Emanuele Giuliana
T: +49 (0)7045 44-81620
emanuele.giuliana@blanco.de

ZUM UNTERNEHMEN:
Global Corporate Communications
Jan Ribbeck
T: +49 (0)7045 44-81298
jan.ribbeck@blanco.de

Antje Hilbert
T: +49 (0)7045 44-81404
antje.hilbert@blanco.de

www.blanco.com

2 PI25/07/14

Über BLANCO

BLANCO steht für den Küchenwasserplatz in privaten Haushalten. Als international etablierter Premiumanbieter mit deutschen Wurzeln entwickelt und stellt das Unternehmen Produkte her, die durch preisgekröntes Design, hochwertige Materialien und individuelle Gestaltungsmöglichkeiten überzeugen. Herzstück des Portfolios ist die modular aufgebaute BLANCO UNIT, die Becken, Armaturen und Wasserveredelung sowie Organisationssysteme für den Unterschrank als System-Komponenten in Form und Funktion nahtlos miteinander verbindet. BLANCOs Antrieb: mehr Komfort, Flexibilität und Freude in der täglichen Nutzung des privaten Küchenwasserplatzes. Bei einem Jahresumsatz von mehr als 380 Millionen EURO (2024) setzen sich dafür weltweit insgesamt mehr als 1.400 Mitarbeitende ein – am Hauptsitz im baden-württembergischen Oberderdingen genauso wie in den Landesgesellschaften in Europa, Asien, Australien und Nordamerika.

BLANCO.COM

Bildunterschrift 2



Die neue Markenidentität der BLANCO charakterisiert sich durch aufmerksamkeitsstarke grafische Elemente, eine markante Typographie sowie puristische Bildsprache, die die Wertigkeit, Vielseitigkeit und Lebensfreude – kurzum den Mehrwert, den die modularen BLANCO UNITS im Alltag bieten – betonen.

Bildunterschrift 3



BLANCO rollt die neue Markenidentität derzeit global an sämtlichen digitalen und analogen Touchpoints aus – vom Webauftritt über Produkt-Kataloge bis hin zu Anzeigen und POS-Materialien wie Displays oder Aufstellern für die Küchen-Ausstellungen der Handelspartner.

Fotos / Bildnachweis: BLANCO

KONTAKT FÜR JOURNALISTINNEN,
JOURNALISTEN, REDAKTIONEN
FÜR FRAGEN/THEMEN

ZU PRODUKTEN:
BLANCO GmbH + Co KG
D-75038 Oberderdingen
Emanuele Giuliana
T: +49 (0)7045 44-81620
emanuele.giuliana@blanco.de

ZUM UNTERNEHMEN:
Global Corporate Communications
Jan Ribbeck
T: +49 (0)7045 44-81298
jan.ribbeck@blanco.de

Antje Hilbert
T: +49 (0)7045 44-81404
antje.hilbert@blanco.de

www.blanco.com

3 PI25/07/14

Über BLANCO

BLANCO steht für den Küchenwasserplatz in privaten Haushalten. Als international etablierter Premiumanbieter mit deutschen Wurzeln entwickelt und stellt das Unternehmen Produkte her, die durch preisgekröntes Design, hochwertige Materialien und individuelle Gestaltungsmöglichkeiten überzeugen. Herzstück des Portfolios ist die modular aufgebaute BLANCO UNIT, die Becken, Armaturen und Wasserveredelung sowie Organisationssysteme für den Unterschrank als System-Komponenten in Form und Funktion nahtlos miteinander verbindet. BLANCOs Antrieb: mehr Komfort, Flexibilität und Freude in der täglichen Nutzung des privaten Küchenwasserplatzes. Bei einem Jahresumsatz von mehr als 380 Millionen EURO (2024) setzen sich dafür weltweit insgesamt mehr als 1.400 Mitarbeitende ein – am Hauptsitz im baden-württembergischen Oberderdingen genauso wie in den Landesgesellschaften in Europa, Asien, Australien und Nordamerika.

BLANCO.COM