

Systemkompetenz am Küchenwasserplatz

BLANCO setzt im Jubiläumsjahr markante gestalterische Akzente

Im Jahr des einhundertjährigen Unternehmensjubiläums macht BLANCO seine Leistungsfähigkeit so sichtbar wie nie. Mit dem modular aufgefücherten Produkt-Portfolio, das Nutzungserlebnis, Qualität und Ästhetik miteinander verbindet und auf jede Küchensituation anwendbar ist, präsentiert sich BLANCO als der zukunftsweisende Systemanbieter für den Küchenwasserplatz. Zusätzlich sorgt die prägnante neue Markenidentität dafür, BLANCO in der stark umkämpften Küchen- und Möbelbranche unverkennbar zu positionieren und einen klaren Mehrwert zu vermitteln.

Die BLANCO UNIT als nahtlose Kombination von Becken und Armatur, kombinierbar mit Wasser- und Organisationssystemen und einem breiten Zubehörsortiment spiegelt den Wandel vom Zubehörlieferanten und Einzelkomponentenhersteller zum Systemanbieter ausdrucksstark wider. „Unser Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren in allen Bereichen spürbar weiterentwickelt und sein Leistungsangebot erheblich ausgebaut. Mit der BLANCO UNIT bieten wir ein konsequent durchdachtes System, das nicht nur die Küchenplanung erleichtert, sondern den Küchenwasserplatz vollständig definiert und aufwertet“, betont BLANCO Group CEO Frank Gfrörer. „Egal, ob für die Neuküche, für das gezielte Upgrade mit hochwertigen Komponenten oder für den Austausch bestehender Module: Gemeinsam mit dem Handel machen wir Verbraucherinnen und Verbrauchern ein Angebot, mit dem sie ihren individuellen Küchenwasserplatz konfigurieren und mit Blick auf Platzersparnis, Ergonomie, Funktionalität und Ästhetik optimieren können.“

BLANCO Design Identity: Wie der Küchenwasserplatz gestalterisch heraussticht

Als Pionier für Systemlösungen am Küchenwasserplatz setzt BLANCO auf eine ureigene Gestaltungsphilosophie. Die BLANCO Design Identity steht für ein eigenständiges, unverwechselbares und wiedererkennbares Gestaltungsraster, das Formgebung und Produktqualität aller Komponenten miteinander verbindet. Unabhängigkeit durch eine hohe Eigenkompetenz ist Frank Gfrörer dabei besonders wichtig: „Wir behalten die Gestaltung unserer Produkte vollständig in unserer Hand und können uns dadurch von der Masse abheben. Unser Designteam vereint Spezialistinnen und Spezialisten aus den Bereichen Kreation, Material und Farbe und tritt mit dem Anspruch an, im Endprodukt Form und Funktion auf höchstem Niveau zu vereinen. Dabei scheuen wir uns nicht, bewusst mit Konventionen zu brechen und neue Wege zu gehen“.

Die umfassende Gestaltungsvielfalt am Wasserplatz wird im Jubiläumsjahr sichtbarer denn je – mit einer ganz besonderen BLANCO UNIT, die auf der deutschen Küchenmeile im Herbst ihre Premiere feiert – als beeindruckendes Statement, das für hundert Jahre Designkompetenz und unternehmerischer Wandlungsfähigkeit steht.

Ikonomisches Statement am Küchenwasserplatz

Mit der BLANCO OOVALON/LUNEOO UNIT setzt das Unternehmen in seinem Jubiläumsjahr einen außergewöhnlichen Akzent. Das Oval ist dabei prägendes Gestaltungselement der Spüle. Die Kombination mit der Armatur oder dem Wassersystem, die an eine filigrane Leuchte erinnern, sorgt für eine eindruckliche Balance im Gesamterscheinungsbild: Zeitlos und modern zugleich schafft die BLANCO UNIT eine ruhige fließende Dynamik.

BLANCO Head of Global Design & Innovation Marcel Moritz: „Mit der Armatur LUNEOO verlassen wir bewusst den Rahmen klassischer Küchengestaltung. Wir haben uns eher von Wohnräumen inspirieren lassen, in denen Objekte wie Leuchten eine exklusive und zugleich behagliche Atmosphäre schaffen. Das Ergebnis ist ein ikonisches Statement mit kraftvollen, ausgewogenen Proportionen und wertet die Küche als architektonisches Highlight auf. Die geometrische Präzision, für die die BLANCO Design Identity steht, findet sich selbstverständlich auch hier. Mit der ovalen Form des Beckens fügen wir unserer Designsprache aber eine neue, weiche Dimension hinzu, die ideal in offene, ineinanderfließende Wohn- und Küchenarchitekturen passt. Diese UNIT ist also keine Abkehr von der BLANCO Formsprache, sondern ihre konsequente Weiterentwicklung.“

Premiere des neuen Werkstoffs

Last but not least unterstreicht die OOVALON/LUNEOO UNIT die Expertise, die BLANCO seit Jahrzehnten in der Verarbeitung von Edelstahl und innovativen Verbundwerkstoffen entwickelt hat. Dass Design- und Materialweiterentwicklungen bei BLANCO immer Hand in Hand gehen, beweist auch die Premiere eines neuen Verbundwerkstoffs, der dem OOVALON Becken seine prägende Ästhetik verleiht: VELGRANIT begeistert mit zwei warmen, neutralen Farbtönen, einer samtig-glatten Textur und steht für eine Evolution der BLANCO Design Identity, die sich auch im filigran gestalteten Beckenrand widerspiegelt. Das Zusammenspiel aus Form und Material macht diese besondere BLANCO UNIT zu einem funktionalen Designobjekt mit kompromisslosem Komfort, das als ausdrucksstarker Blickfang völlig neue Akzente setzt und in der Küche zu einem ikonischen Statement wird.

Bildunterschriften:

Bild 1



Die umfassende Gestaltungsvielfalt am Wasserplatz wird im Jubiläumsjahr der BLANCO sichtbarer denn je – mit einer ganz besonderen BLANCO UNIT, die auf der deutschen Küchenmeile im Herbst ihre Premiere feiert – als beeindruckendes Statement, das für hundert Jahre Designkompetenz und unternehmerischer Wandlungsfähigkeit steht. Mit der Weltpremiere der BLANCO UNIT OOVALON/LUNEOO gelingt es dem Unternehmen in außergewöhnlicher Weise, die Balance zwischen kreativer, geradezu extravaganter Produktidee und praktischem Nutzen in eine Formensprache zu bringen, die elegant durch das Oval charakterisiert wird.

Bild 2:



Im Jahr des hundertjährigen Unternehmensjubiläums macht BLANCO seine Leistungsfähigkeit so sichtbar wie nie. „Unser Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren in allen Bereichen spürbar weiterentwickelt und sein Leistungsangebot erheblich ausgebaut. Mit der BLANCO UNIT bieten wir ein konsequent durchdachtes System, das nicht nur die Küchenplanung erleichtert, sondern den Küchenwasserplatz vollständig definiert und aufwertet“, betont BLANCO Group CEO Frank Gfrörer. „Egal, ob für die Neuküche, für das gezielte Upgrade mit hochwertigen Komponenten oder für den Austausch bestehender Module: Gemeinsam mit dem Handel machen wir Verbraucherinnen und Verbrauchern ein Angebot, mit dem sie ihren individuellen Küchenwasserplatz konfigurieren und mit Blick auf Platzersparnis, Ergonomie, Funktionalität und Ästhetik optimieren können.“

Bild 3:



Die BLANCO OOVALON/LUNEOO UNIT setzt einen außergewöhnlichen Akzent im Jubiläumsjahr. Marcel Moritz, BLANCO Head of Global Design & Innovation: „Mit der Armatur LUNEOO verlassen wir bewusst den Rahmen klassischer Küchengestaltung. Wir haben uns eher von Wohnräumen inspirieren lassen, in denen Objekte wie Leuchten eine exklusive und zugleich behagliche Atmosphäre schaffen. Das Ergebnis ist ein ikonisches Statement mit kraftvollen ausgewogenen Proportionen. Die geometrische Präzision, für die die BLANCO Design Identity steht, findet sich selbstverständlich auch hier. Mit der ovalen Form des Beckens OOVALON fügen wir unserer Designsprache aber eine neue, weiche Dimension hinzu, die ideal in offene, ineinanderfließende Wohn- und Küchenarchitekturen passt.“

Foto / 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

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