

BLANCO gewinnt Red Dot Brands & Communications Design Award 2025

100 Jahre BLANCO – ein Jubiläumsjahr, das die Früchte eines visionären Markenwandels des Pioniers für den Küchenwasserplatz sichtbar macht

Oberderdingen, 20. August 2025 – Die konsequente Bereitschaft, sich weiterzuentwickeln, ein klarer Fokus auf den Küchenwasserplatz und ein strategischer Weitblick: Diese Faktoren zählen sich in diesem Jahr für BLANCO in besonderer Weise aus. Nachdem das Unternehmen vor wenigen Monaten bereits mit dem „German Brand Award 2025“ ausgezeichnet wurde, krönt nun der renommierte „Red Dot Brands & Communication Design Award 2025“ die erfolgreiche Marken-Neuausrichtung des Pioniers für den Küchenwasserplatz.

Die internationale Jury des Red Dot-Awards, die für ihr Votum kompromisslose Maßstäbe in puncto Design- und Kommunikationsqualität ansetzt, vergibt diese Auszeichnung ausschließlich an Marken, die durch visionäre Konzepte und herausragende Designlösungen überzeugen. Damit unterstreicht die erneute Würdigung die gelungene Transformation, die BLANCO in den vergangenen Jahren durchlaufen und mit dem neuen Markenauftritt gekrönt hat. „Dass wir im Jahr unseres 100-jährigen Bestehens erneut eine solch bedeutende Auszeichnung erhalten, ist für uns ein ganz besonderer Moment“, sagt Daniela Römgens, Vice President Global Brand Marketing bei BLANCO. „Das zeigt, dass unsere Entscheidung, das Markenbild zu schärfen und klarer zu positionieren, auf ganzer Linie trägt. Diese zweite Ehrung innerhalb kurzer Zeit ist eine wunderbare Bestätigung für das Engagement unseres gesamten Teams – und gleichzeitig ein Ansporn, unsere Zukunft weiterhin genauso mutig und vorausschauend zu gestalten.“

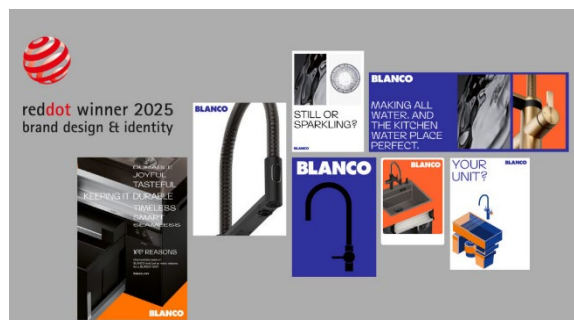
Warum die neue Markenidentität den Unterschied macht

Mit dem Ziel, den Wandel vom klassischen Spülenhersteller hin zum Systemanbieter für den Küchenwasserplatz auch optisch zu festigen, wurde eine Markenidentität geschaffen, die Modernität, Klarheit und Innovationskraft vereint. Durch die hochwertigen Lösungen, die Design, Funktionalität und Langlebigkeit verbinden und in der BLANCO UNIT als nahtlos integrierbares System gipfeln, hebt sich das Unternehmen optisch prägnant und unverwechselbar von der Branche ab. "Diesen Mehrwert für unsere Kundinnen und Kunden, Konsumentinnen und Konsumenten sichtbar zu machen, war uns ein wichtiges Anliegen", betont Römgens.

In Zusammenarbeit mit der Kreativagentur Strichpunkt hat BLANCO charakteristische visuelle Elemente entwickelt, die die neue Markenidentität greifbar machen: prägnante Farbschemata, eine moderne Typografie und puristische Bildwelten sorgen für eine klare Wiedererkennbarkeit und bringen gleichzeitig den selbstbewussten Anspruch der Marke auf den Punkt. Gleichzeitig bleibt das prägnante BLANCO-Logo, das seit den 1980er Jahren das Markenbild prägt, ein fester Bestandteil der neuen Identität und verbindet Modernität mit Tradition.

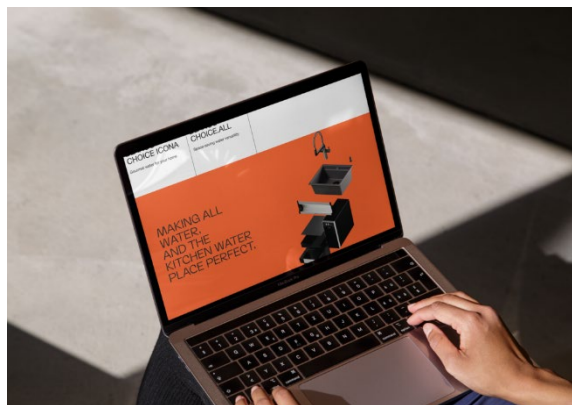
Bildunterschriften

Bildunterschrift 1



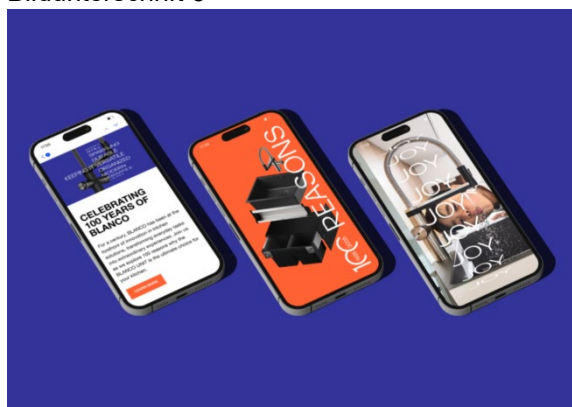
Die konsequente Weiterentwicklung, der klare Fokus auf den Küchenwasserplatz und ein strategischer Weitblick zahlen sich für BLANCO aus. Mit dem renommierten „Red Dot Brands & Communication Design Award 2025“ erhält das Unternehmen bereits die zweite Auszeichnung für seine neue Marken-Neuausrichtung.

Bildunterschrift 2



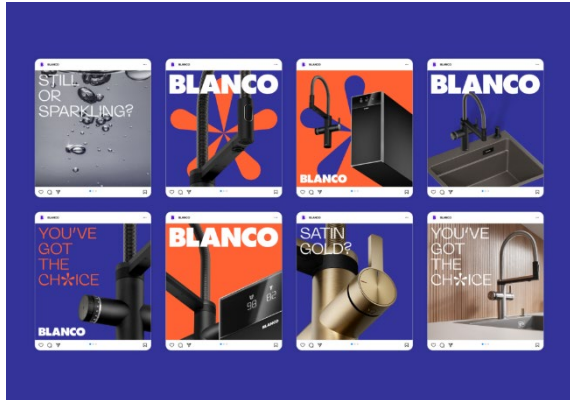
Zentrale Elemente der neuen Markenidentität von BLANCO sind wiedererkennbare, charakteristische Farbschemata, ausdrucksstarke Schriften sowie moderne und puristische Bildwelten.

Bildunterschrift 3



Mit seinem neuen Markenauftritt setzt sich BLANCO in der wettbewerbsstarken Branche klar ab und lenkt die Aufmerksamkeit von Konsumentinnen und Konsumenten, die eine neue Küche planen, noch stärker auf den Küchenwasserplatz und den Mehrwert der BLANCO UNIT.

Bildunterschrift 4



Digitale Kampagnen wie die für BLANCO CHOICE.All setzen in moderner Bildsprache die Vorteile des Premium-Wassersystems, das normales, aber auch gefiltertes Wasser in unterschiedlichen Sprudelgraden und Temperaturen liefert, ausdrucksstark in Szene.

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

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