

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Den Küchenwasserplatz erleben

BLANCO Brand Experience Center am Stammsitz eröffnet

BLANCO steht für die hochwertige Ausstattung und Freude am Küchenwasserplatz. Mit seinem neu eröffneten Brand Experience Center schafft das Unternehmen an seinem Hauptsitz im baden-württembergischen Oberderdingen nun eine Erlebniswelt, in der Faszination und Wertigkeit der Marke konkret erfahrbar gemacht werden.

Erlebnisraum statt Produktausstellung

Auf 650 Quadratmetern lernen Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden alle Facetten und Möglichkeiten des modularen BLANCO UNIT-Portfolios kennen. Sie erhalten Einblicke in die richtungsweisende Design- und Materialkompetenz des Unternehmens und vollziehen nach, wie BLANCO in seiner 100-jährigen Unternehmensgeschichte den Küchenwasserplatz geprägt hat und bis heute prägt. „Wir wollen nicht einfach nur eine Produkt- oder Küchenausstellung. Wir möchten erlebbar machen, wie sich der Alltag am Küchenwasserplatz mit unseren Lösungen besser gestalten lässt“, beschreibt Daniela Römgens, Vice President und Head of Global Brand Marketing, die Ausrichtung des neuen Brand Experience Centers. „Es ist ein Ort der Inspiration, der Innovation und der Begegnung, der die Werte und die Identität der Marke BLANCO widerspiegelt.“

Geplant ist zunächst, das Brand Experience Center für Branchenpartner aus dem Küchenhandel, für Küchenplaner, Architekten und Designer sowie für Lieferanten zu öffnen.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 2

Ausprobieren erwünscht

In einer Planungs- und Bauzeit von 14 Monaten hat ein Expertenteam aus Designern, Raumplanern, Möbelbauern und Markenspezialisten ein funktionales wie emotional ansprechendes Raumkonzept verwirklicht, das auf praktische Erfahrbarkeit und Liebe zum Detail setzt. In insgesamt sechs thematischen Zonen, sogenannten Stages, können Besucherinnen und Besucher die ganze Vielfalt der Möglichkeiten für die individuelle Gestaltung des Küchenwasserplatzes mit BLANCO ausprobieren.

Insgesamt stehen 26 voll einsatzfähige BLANCO UNITs bereit, um verschiedene Wassersysteme, multifunktionale Spülen oder individuell konfigurierbaren Unterschranksysteme kennenzulernen. Darüber hinaus erhalten Besucherinnen und Besucher intensive Einblicke in die Themen Farbe, Materialität und Gestaltung, die anschaulich darstellen, wie sich der Küchenwasserplatz optimal auf die individuellen Bedürfnisse der Menschen angepasst konfigurieren lässt. In wieder einem anderen Bereich wird der Herstellungsprozess der BLANCO Produkte thematisiert und damit auch die eine oder andere technische Errungenschaft, die BLANCO Produkte unverwechselbar machen. "Wir wollen unserer Besucherinnen und Besucher einbeziehen und dabei alle Sinne ansprechen. Ausprobieren ist ausdrücklich erwünscht", so Daniela Römgens.

Die Ausstattung ist hochwertig: Neben modernen Beleuchtungskonzepten und Projektionstechnologien kommen in den bis zu knapp 12 Meter hohen Räumlichkeiten großflächige Bildmotive als Eyecatcher und Materialien wie Holz, Travertin und Edelstahl zum Einsatz. Auch der regional typische Sandstein findet sich beispielsweise

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 3

im künftigen Eingangs- und Empfangsbereich am Unternehmensstammsitz.

Markenprofilierung als Wachstumschance

BLANCO CEO Frank Gfrörer sieht ein klares Markenprofil gerade in schwierigen Zeiten als Voraussetzung für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung: „Das Brand Experience Center macht deutlich, wohin wir uns in den letzten Jahren entwickelt haben. Es trägt dazu bei, dass wir als Marke erlebbar werden und dass wir unseren Mehrwert für den Küchenwasserplatz eindrucksvoll unter Beweis stellen. Diese klare Positionierung wird uns helfen, zukünftige Wachstumschancen zu nutzen.“

Das Brand Experience Center am Headquarter in Oberderdingen ist eines von mehreren Markenerlebniswelten vor Ort in den Kernmärkten. In UK ist bereits Mitte 2023 ein Brand Experience Center in Betrieb gegangen, in der Schweiz im vergangenen Jahr. Darüber hinaus ist die Marke BLANCO in Asien mittlerweile in mehr als 100 Mono-Brand Showrooms und mehr als 1.800 Multi-Brand Stores vertreten, in denen sich die Marke hochwertig präsentiert.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 4

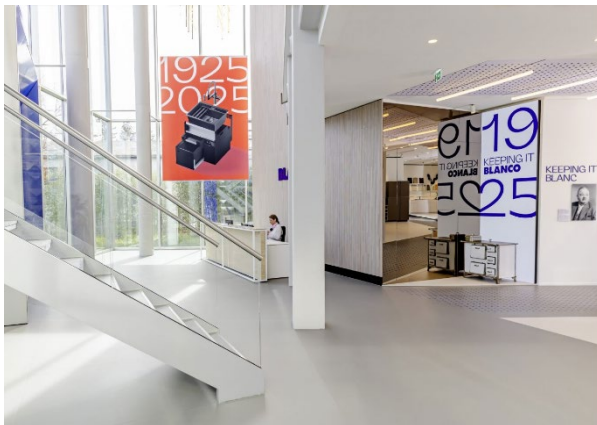
Bildmotive

1)



Nach einer 14-monatigen Umbaupause wurde aus dem ehemaligen Showroom das BLANCO Brand Experience Center am Hauptsitz des Unternehmens in Oberderdingen.

2)



Der transparent gestaltete Eingangsbereich zum BLANCO Brand Experience Center verbindet die aktuelle Markenidentität mit Motiven aus der einhundertjährigen Geschichte des Unternehmens.

3)



Auf einer Gesamtfläche von rund 650 Quadratmetern macht BLANCO in elf unterschiedlichen Themenbereichen alle Facetten der Gestaltung des Küchenwasserplatzes erlebbar.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 5

4)



5)



6)



7)



4–7: Klare Linien und ein aufgeräumtes Design sorgen für ein hochwertiges Marken- und Produkterlebnis im BLANCO Experience Center.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 6

8)



9)



10)



11)



8–11: Ausprobieren ausdrücklich erwünscht: Im BLANCO Experience Center sind mehr als 25 voll funktionsfähige BLANCO UNITs verbaut, die sowohl für die Mitarbeitenden als auch für das Fachpublikum bereitstehen. Hier kann die ganze Vielfalt der Möglichkeiten mit dem modularen System für den Küchenwasserplatz ausprobiert und erfahren werden.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 7

12)



13)



12–13: Verschiedenen Themenzonen machen auf die vielfältigen Nutzungs- und Gestaltungsmöglichkeiten und somit den Mehrwert am Küchenwasserplatz aufmerksam.

Zu BLANCO:

BLANCO bietet Systemlösungen für den Wasserplatz in der privaten Haushaltsküche. Dabei steht die BLANCO UNIT für funktional und gestalterisch miteinander harmonisierende Systeme aus Becken, Highend-Armaturen, Wasserveredelung mit Quellkohlenensäure, Filtration, Kühlung und kochendem Wasser auf Knopfdruck sowie ergänzenden Accessoires bis hin zur Abfall- und Unterschränkorganisation. Die Bandbreite an Funktionen sowie die Vielfalt an Designs, Farben und Materialien eröffnen Handel und Küchenplanern flexible Gestaltungsmöglichkeiten und Konsumentinnen und Konsumenten eine große Auswahl für jeden individuellen Geschmack.

1925 gegründet, ist das Unternehmen heute eine international etablierte Premiummarke für den Küchen-Wasserplatz. Mit Tochtergesellschaften in Europa, Nordamerika und im asiatisch-pazifischen Raum sowie Handelspartnern ist die Marke BLANCO in rund 100 Ländern präsent und bietet ein perfekt auf die jeweiligen Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten zugeschnittenes Portfolio. Neben dem Unternehmenssitz im baden-württembergischen Oberderdingen befinden sich verschiedene Produktions- und Logistikstandorte im Südwesten Deutschlands sowie im Vereinigten Königreich, Tschechien, USA, Kanada, Australien und China.

Die BLANCO-Gruppe erzielte 2023 einen konsolidierten Jahresumsatz von 413 Mio. Euro und führte zum Jahresende weltweit 1.544 Beschäftigte (Vollzeit), davon 1.038 in Deutschland und 506 an den internationalen Standorten.

1925 von Heinrich Blanc gegründet, ist BLANCO heute Mitglied der BLANC & FISCHER Familienholding und wurde als Arbeitgeber bereits mehrfach ausgezeichnet. www.blanco.com

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 8

Kontakt für Journalisten/Redaktionen zum Unternehmen:

BLANCO GmbH + Co KG
D-75038 Oberderdingen
Corporate Communications
Jan Ribbeck
E-Mail: jan.ribbeck@blanco.de
Antje Hilbert
E-Mail: antje.hilbert@blanco.de
www.blanco.com