

## Pressemitteilung

2021-06-08

### **BLANC & FISCHER Familienholding rechnet nach Stabilität in 2020 für 2021 mit einem Umsatz-Wachstum auf über 1,25 Mrd. Euro**

**Im Pandemie-Jahr trotz eines deutlichen Umsatzeinbruchs von März bis Mai Vorjahresniveau erreicht – Kein Corona-bedingter Abbau von Mitarbeitern – Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensstrategie wird konsequent vorangetrieben**

Oberderdingen – Ein Pandemie-Jahr mit einem Umsatz von 1,181 Mrd. Euro quasi auf Vorjahresniveau (1,188 Mrd. Euro), Ergebnisziele erreicht und für 2021 ein Wachstum von knapp sechs Prozent auf rund 1,25 Mrd. Euro im Visier: So beschrieb Dr. Johannes Haupt, CEO der BLANC & FISCHER Familienholding, die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmensgruppe mit Sitz im badischen Oberderdingen. Auch für die nähere Zukunft zeigte sich der CEO sehr optimistisch: „Wir haben 2021 den Ehrgeiz, den bereits ambitionierten Wachstumsplan von etwa sechs Prozent zu übertreffen. Und wir wollen bis 2025 einen Jahresumsatz von 1,5 Mrd. Euro erreichen“, erklärte Dr. Haupt in einem hybriden Pressegespräch, an dem die Journalisten wahlweise vor Ort in Oberderdingen oder per Internet teilnehmen konnten. Der CEO begründete diesen Optimismus vor allem mit zwei Faktoren: „Unsere Domäne ist die Küche. Und da hat die Pandemie bei allen negativen Begleiterscheinungen dazu geführt, dass sich die Menschen zwangsläufig noch stärker als früher auf ihr Zuhause konzentriert haben. Das belebt das Geschäft unserer Kunden in der Hausgeräte-Industrie merklich. Außerdem wird die Küche immer mehr als Lebens- und nicht als Funktionsraum gesehen, was unseren operativen Teilkonzernen auch in Verbindung mit den Möglichkeiten der Digitalisierung viele Chance für Innovationen und Wachstum bietet.“

#### **Mitarbeiter und operatives Geschäft gleichermaßen geschützt**

Die BLANC & FISCHER Familienholding und ihre Teilkonzerne haben 2020 weltweit rund 8.300 Menschen beschäftigt, etwa 200 weniger als im Vorjahr. „Die Mitarbeiter zu schützen und gleichzeitig unser operatives Geschäft in den Teilkonzernen weiterzuführen, waren unsere obersten Prioritäten im Jahr 2020. Beides haben wir erfreulich gut geschafft“, berichtete Dr. Haupt. Betriebsbedingt gekündigt wurde niemand. Stattdessen gab es an einigen

## Pressemitteilung

Standorten einzelner Teilkonzerne zeitweise Kurzarbeit. Wobei die Zeit der Kurzarbeit mit maximal zwei Monaten eher kurz ausfiel, denn auf einen dramatischen Umsatz-Rückgang von März bis Mai folgte bereits im Sommer ein ebenso steiler Wiederanstieg. Um die Mitarbeiter in den Produktionen und administrativen Bereichen vor einer Infektion zu schützen, wurden umfassende Hygienemaßnahmen umgesetzt, Arbeitsplätze – wo möglich – räumlich entzerrt, Schutzausrüstung zur Verfügung gestellt und Trennwände eingerichtet. Die BLANC & FISCHER Familienholding hat ihren Mitarbeitern weltweit die Möglichkeit geboten, sich bei Verdacht auf eine Infektion kostenfrei auf Corona zu testen – während der Arbeitszeit. „Auch das Thema mobiles Arbeiten sind wir sehr frühzeitig angegangen“, erklärte Dr. Haupt. In der BLANC & FISCHER Familienholding und ihren Teilkonzernen haben an den Standorten in Deutschland 1.143 Mitarbeiter – das sind 38 Prozent – die grundsätzliche Möglichkeit, fernab ihres Arbeitsplatzes zu arbeiten. Davon arbeiten 916 Mitarbeiter (also 80 Prozent) auch tatsächlich mobil. Dieses schnelle und entschlossene Handeln zeigte Wirkung: Weltweit verzeichneten die BLANC & FISCHER Familienholding und ihre Teilkonzerne von November 2020 bis Mai 392 Corona-Fälle – umgerechnet auf die Anzahl der Mitarbeiter sind das weniger als 5 Prozent.

### **Nachhaltiges Wachstum**

Konsequent fortgesetzt hat die BLANC & FISCHER Familienholding auch ihre „Triple P“ genannte Nachhaltigkeits-Offensive, die inzwischen Teil der Unternehmensstrategie ist. Die drei Ps stehen dabei für die Bereiche Planet, People und Performance. Bei der Performance liege laut Dr. Haupt der Fokus auf Wachstum: Das Ziel ist hier für die nächsten Jahre bis 2025 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von fünf Prozent, um eben im Jahr 2025 einen konzernweiten Umsatz von 1,5 Mrd. Euro zu erreichen. 60 Prozent dieses Umsatzes sollen auf dem Europäischen Markt einschließlich des Nahen Ostens und Afrikas (EMEA) erreicht werden, der Rest zu jeweils 20 Prozent in der asiatisch-pazifischen Region (APAC) und auf dem amerikanischen Kontinent. Dabei liege der Fokus auf einem organischen Wachstum über eine noch bessere Durchdringung der Kernmärkte, wobei Dr. Haupt auch gezielte Akquisitionen und Partnerschaften nicht ausschloss. Um die wirtschaftlichen Ziele möglichst umweltschonend zu erreichen, gebe es im Bereich „Planet“ eine Vielzahl von Nachhaltigkeits-Projekten mit dem Ziel, vor allem den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu senken. Als Beispiel nannte er die CO<sub>2</sub>-Reduktion in der globalen

## Pressemitteilung

Lieferkette. Aktuell entstünden hier noch rund 5.000 Tonnen CO<sub>2</sub> jährlich, an einer markanten Reduzierung wird nachhaltig gearbeitet.

### **Innovationsfähigkeit weiter ausgebaut**

Parallel zur Nachhaltigkeit haben sich die BLANC & FISCHER Familienholding und ihre Teilkonzerne laut Dr. Haupt vor allem den weiteren Ausbau der Innovationsfähigkeit auf die Fahnen geschrieben. Dafür wurde unter anderem in der Unternehmenszentrale das Future Kitchen Lab eingerichtet – eine für alle Teilkonzerne nutzbare, interne Denkfabrik, in der Ideen für die Küche von morgen erdacht und erprobt werden sollen. Ein Beispiel dafür ist das Projekt ATOLL, das der CEO im Future Kitchen Lab zeigte. Hierbei handelt es sich um einen vom japanischen Teppanyaki inspirierten Tisch, der aus einer speziellen High-Tech-Keramik besteht und so die Möglichkeit bietet, in der Oberfläche praktisch unsichtbar Induktionsbeheizungen einzubauen. So wird der Tisch zum Kochfeld, ohne sein außergewöhnliches, klares Design einzubüßeln und seine inneren Werte zu offenbaren. Dr. Haupt: „ATOLL steht gewissermaßen sinnbildlich für unsere Mission. Wir wollen mit unseren Produkten und Innovationen den Lebensraum Küche weiter verbessern und komfortabler gestalten und dabei gleichzeitig knappe Ressourcen und das Klima schonen. Bei ATOLL kann diese knappe Ressource der Platz sein, in vielen anderen Bereichen sind es Rohstoffe und Energie – aber der Grundgedanke bleibt gleich.“

\* \* \*

## Pressemitteilung



Dr. Johannes Haupt, Vorsitzender der Geschäftsführung der BLANC & FISCHER Familienholding

**Foto: E.G.O.**



Beim Projekt ATOLL handelt es sich um einen Tisch, der aus einer speziellen High-Tech-Keramik besteht und so die Möglichkeit bietet, in der Oberfläche praktisch unsichtbar Induktionsbeheizungen einzubauen. So wird der Tisch zum Kochfeld.

**Foto: BLANC & FISCHER Familienholding**

## Pressemitteilung

### Über die BLANC & FISCHER Familienholding

Die BLANC & FISCHER Familienholding prägt den Lebensraum Küche weltweit. Zur Unternehmensgruppe gehören der französische Spezialist für Kochfelder mit verschiedenen Beheizungsarten und Dunstabzüge ARPA, der Spezialist für den Wasserplatz in der Küche BLANCO, der Produzent von Investitionsgütern für Großküchen und Zulieferer der Industrie BLANCO Professional, der interne Dienstleister für IT und übergeordnete Funktionen BLANC & FISCHER Corporate Services sowie der Komponentenzulieferer für Hersteller von Hausgeräten E.G.O. Insgesamt beschäftigen diese Unternehmen rund 8.300 Mitarbeiter in 23 Ländern und an 56 Standorten weltweit. 2020 erwirtschaftete die Gruppe einen Umsatz von 1,18 Mrd. Euro. Die Holding ist zu 100 Prozent im Besitz der Familien Blanc und Fischer.

### Kontakt:

Christine Metz  
E.G.O. Elektro-Gerätebau GmbH  
Managing Director /Head of  
Corporate Communications  
Blanc-und-Fischer-Platz 1-3  
75038 Oberderdingen  
Telefon (07045) 45 67 831  
E-Mail: Christine.Metz@egoproducts.com

Hubert Heinz  
Communication Consultants GmbH  
Breitwiesenstraße 17  
70565 Stuttgart  
Telefon (0711) 9 78 93 21  
E-Mail: heinz@cc-stuttgart.de