

Mit seinen Produktneuheiten konnte Blanco die Jury des German Design Awards 2026 überzeugen. Im Bild zu sehen ist die Armatur „Choice Luneoo-S“ in der Farbe „satin platinum“, kombiniert mit dem Becken „Oovalon“ im eleganten Farbton „cloud white“.



Ausgezeichnetes Design trifft klare Markenidentität

Blanco ist mit dem German Design Award 2026 in Gold in den Kategorien Produkt- und Markendesign ausgezeichnet worden.

Neue Programme Mit gleich zwei Auszeichnungen des renommierten German Design Awards ist Blanco erfolgreich in das Jahr 2026 gestartet: Die Jury des German Design Council – Rat für Formgebung würdigte das Unternehmen aus Oberderdingen mit einer Auszeichnung für seine „Blanco Unit“ mit der Armatur „Luneoo“ und dem Becken „Oovalon“. Zusätzlich erhielt auch die rundum erneuerte Markenidentität, die Blanco über das vergangene Jahr hinweg weltweit eingeführt hat, eine Auszeichnung.

Produktdesign, das überzeugt

Blanco hat zum 100-jährigen Firmenjubiläum im Herbst mit der Armatur „Luneoo-S“ und dem ovalen Spülbecken „Oovalon“ zwei Neuheiten vorgestellt, die als harmonische „Unit“ mit ihrem markanten Design ein optisches Statement am Wasserplatz setzen. Besonders die filigran-minimalistische Gestaltung der „Luneoo-S“ und der „Choice Luneoo-S“ fügt sich nahtlos in moderne Küchen- und Wohnräume ein und macht die beiden

Armaturen zum eleganten Blickfang. Sie vereinen mit ihrem textilartigen Schlauch, separatem Bedienknopf und zwei Strahlarten skulpturale Ästhetik mit höchster Alltagstauglichkeit. In der Ausführung als „Blanco Choice Luneoo-S“ wird die Armatur zudem zu einem vollwertigen 6-in-1-Drink-System. Mit nur einem Knopfdruck ermöglicht das System zusätzlich zum klassischen Leitungswasser stilles, medium oder sprudelndes Wasser sowie kochend heißes Wasser. Das Becken „Oovalon“ überzeugt hingegen mit einer gelungenen Balance aus sanft fließenden Formen und prägnanten Konturen. Gleichzeitig bietet das Modell hohe Funktionalität: Die großzügige „CapFlow“-Abdeckung sorgt nicht nur für eine effiziente Entwässerung, sondern setzt auch einen ansprechenden optischen Akzent. Gefertigt aus dem innovativen Werkstoff „Velgranit“, vereint das Becken eine seidige Haptik mit hoher Robustheit und Pflegeleichtigkeit. „Oovalon“ ist in den Farben „mystic black“ und „cloud white“ verfügbar und fügt sich damit harmonisch in moderne Küchenwelten ein. Das Modell ist dabei als flächenbündige IF-Variante oder als Unterbauversion verfügbar.

In Kombination bilden „Luneoo“ und „Oovalon“ eine besondere „Blanco Unit“, die die Jury mit ihrem Design, hochwertigen Materialien und smarter Funktionalität überzeugen konnte. So urteilten die Fachleute: „Die klare architektonische Formensprache der ‚Blanco Unit‘ setzt ein ästhetisch kraftvolles Statement am Wasserplatz. Die lampenähnliche Armatur und das samtige Becken verschmelzen zu einer harmonischen Einheit, deren differenzierte Details und smarte Bedienlogik überzeugen. Diese stimmige Verbindung aus Funktion, Material und Gestaltung definiert einen neuen, zeitgemäßen Standard für anspruchsvolle Arbeitsbereiche.“

Geschärftes Markenprofil

Ebenfalls ausgezeichnet wurde die im Jahr 2025 vollständig erneuerte Markenidentität von Blanco. Mit dieser will der Spezialist für den Küchenwasserplatz aus Oberderdingen seinen Anspruch, den zentralen Arbeitsplatz in der Küche funktional und ästhetisch aufzuwerten, weiter unterstreichen. Im Fokus des neuen Auftritts stehen dabei wiedererkennbare, charakteristische Farbschemata, ausdrucksstarke Schriften sowie moderne und puristische Bildwelten. Das Zusammenspiel dieser Bausteine soll gezielt den Küchenwasserplatz in den Vordergrund stellen.

Die Jury des German Design Award sagt: „Charakterstarke Farbwelten, eine ausdrucksstarke Typografie und die markante Bildsprache prägen die ‚New Blanco Brand Identity‘. Das ikonische Logo bleibt identitätsstiftend bestehen, während die Gestaltung den Küchenwasserplatz konsequent ins Zentrum rückt. Besonders beeindruckend ist die konsequente

Umsetzung, die eine klare Differenzierung schafft und den hohen Anspruch an Ästhetik, Funktionalität und Markenprofil glaubhaft vereint.“

Daniela Römgens, globale Marketingleiterin bei Blanco, und Chefdesigner Marcel Moritz sehen in den Auszeichnungen den Beleg für die sichtbare Weiterentwicklung des Unternehmens auf mehreren Ebenen. Römgens sagt: „Wir haben uns vom Komponentenhersteller zum Systemanbieter weiterentwickelt. Damit etablieren wir den Küchenwasserplatz als eigenständigen und hochwertigen Bereich in der Küche und erleichtern Menschen den Alltag mit unseren perfekt aufeinander abgestimmten Lösungen – von der Armatur oder einem Wassersystem

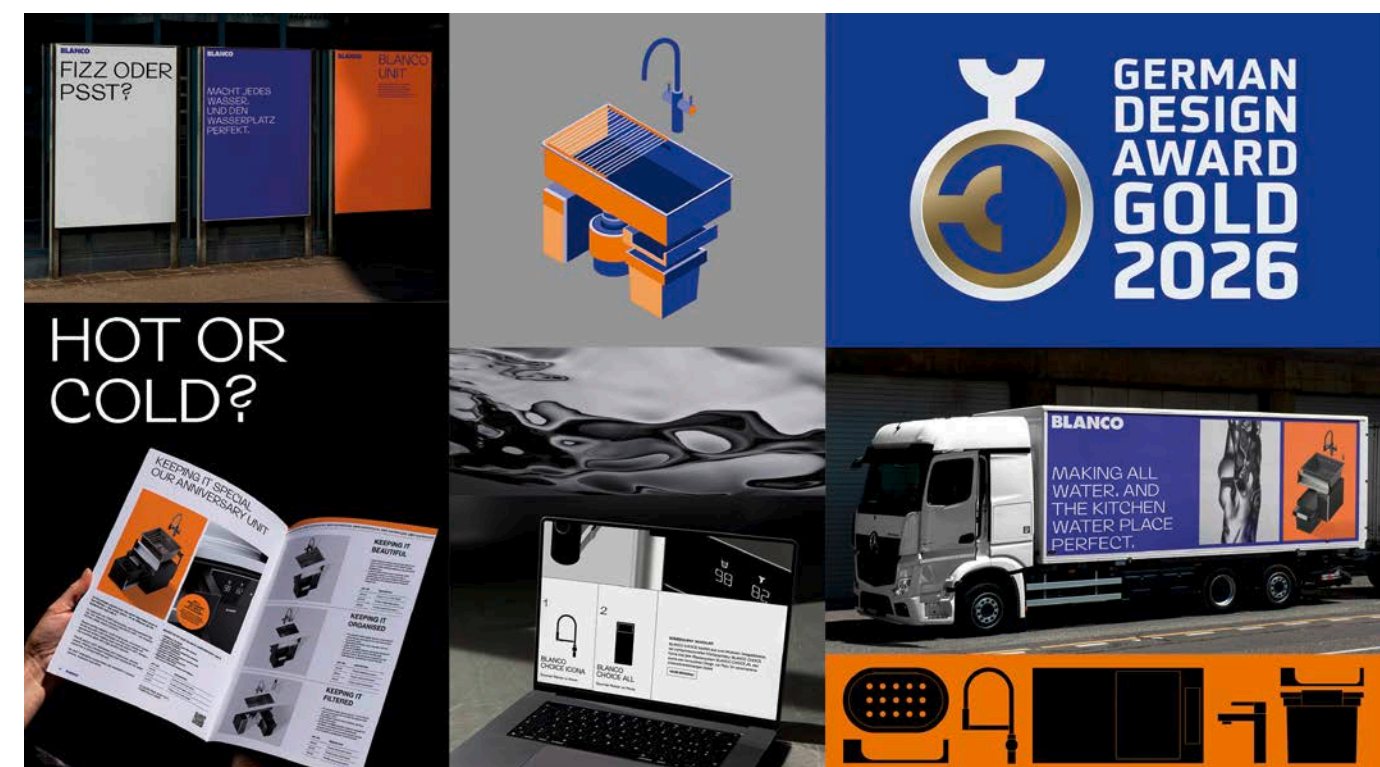


Die Armatur „Choice Luneoo-S“ überzeugt mit einer einfachen und intuitiven Bedienung: Die Regulierung von Wassermenge und -temperatur erfolgt über ein separates, bedienbares Modul – ganz ohne klassischen Hebel.

über ein Becken bis zur passenden Organisationslösung für den Unterschrank. Unsere neue Markenidentität bringt das zum Ausdruck und es freut uns, dass wir die Jury damit überzeugen konnten.“

Designer Moritz äußert sich hinsichtlich des Erfolgs der neuen Modelle: „Unsere nun ausgezeichnete ‚Unit‘ aus ‚Luneoo‘ und ‚Oovalon‘ spricht eine klare und wiedererkennbare Blanco-Design-Sprache. Wir zeigen außerdem, dass die ‚Blanco Unit‘ viele gestalterische Möglichkeiten bietet, einen Küchenwasserplatz einzurichten.“

kuecheundbadforum.de/PRODUKTE



Die neue Markenidentität von Blanco steht für die konsequente Weiterentwicklung des Unternehmens und rückt den Küchenwasserplatz gezielt in den Mittelpunkt. Fotos: Blanco