

# WORLD No4 RANK

**Häcker**  
kitchen.germanMade.

by **Häcker**  
kitchen.germanMade.

# 4 GUTE GRÜNDE

## ORDNUNG

So individuell kann Ordnung sein. Ob Schubkasten, Auszug, Vorratsschrank oder Oberschrank – MOVE ermöglicht Innenorganisation ganz nach eigenem Geschmack. Dank vier verschiedener Boxen in drei Höhen und zwei Grundflächen wird der Stauraum zum Freiraum.

## MATERIAL

Die inneren Werte zählen. Deshalb wird die Innenorganisation von wertigen Materialien mit einzigartiger Haptik bestimmt. Massive Eiche sorgt im Zusammenspiel mit pulverbeschichtetem Metall für ein weiteres optisches Highlight in der Küche.

## FLEXIBILITÄT

Nebeneinander, übereinander oder frei platziert – so sieht Freiraum aus, wenn er wirklich individuell genutzt wird. Dank einer variablen Anordnung mit Mut zur Lücke. Die Anti-Rutsch-Matte macht auch den Zwischenraum zur Ideallösung für Küchenutensilien.

## FARBGLEICHHEIT

Was außen gefällt, setzt sich auf Wunsch auch innen fort. Mit den Farbtönen Champagner und Lavagrau, die nicht nur den Korpus der Küche einzigartig machen. Auch Zubehör und Einbauten sind farbgleich erhältlich.

## Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,



in den vergangenen Wochen hat sich bei uns einiges getan. Mit Markus Sander ist nicht nur eine hervorragende Führungspersönlichkeit zu uns in die Geschäftsführung gestoßen. Vor allem menschlich passt er perfekt zu unserer „Häcker Küchen Familie“, die auch weiterhin einen erfolgreichen Weg beschreiten will. Welch eine Anziehungskraft unsere Marke und unsere Produkte schon heute auf unsere Kunden ausüben, zeigte die Messe „LivingKitchen“ in Köln, bei der wir mehrere tausend Besucher begrüßen konnten. Markus Sander nutzte dabei die Gelegenheit, viele Menschen rund um die Küchenbranche kennenzulernen. Damit auch Sie sich ein Bild von ihm machen, stellen wir – Markus Sander, Dirk Krupka und ich – uns Ihnen als Führungstrio in dieser Ausgabe unseres Magazins vor.

Wie gewohnt nehmen wir Sie auch mit auf Reisen. Einmal nach Abu Dhabi, wo jetzt ein neuer Häcker Küchen Showroom in den Räumlichkeiten eröffnet

wurde, in denen früher reiche Scheichs ihre Lamborghini kauft. Zentral gelegen, lichtdurchflutet und großzügig geschnitten werden hier exklusive Häcker Küchen gezeigt. Nur wenige Kilometer entfernt lädt ein weiterer Showroom in Dubai dazu ein, sich über die neuesten Küchentrends zu informieren.

Viele tausend Kilometer weiter östlich zeigt sich in Shanghai ein ähnliches Bild. Im gerade eingeweihten Showroom – natürlich nach strengen Feng Shui Regeln konzipiert – zeigt sich, wie attraktiv unsere Möbel vor allem für die Designer und Projektleiter in dieser asiatischen Metropole sind.

Sie sehen also: Es gibt viel zu entdecken in unserer neuen WORK-Ausgabe, die sich auch mit neuen Technikrends beschäftigt, Ihnen unser innovatives Innen-Organisationssystem MOVE vorstellt und über einen Ihrer Kollegen berichtet, der in Potsdam ein ungewöhnliches Küchenstudio betreibt.

Ihr Jochen Finkemeier

**MOVE**  
kitchen. system.

Mehr Informationen finden Sie auf Seite 26 und in unserer neuen Move-Broschüre.



## Living Kitchen

Der Zeitpunkt ist kein optimaler. Und doch kommen viele tausend Fachbesucher zur LivingKitchen im Rahmen der IMM Cologne und informieren sich auf dem Häcker Küchen Stand über Trends und Neuigkeiten. Ein Messenachbericht.

Seite 6

## Nachgefragt

Seit dem 2. Januar ist Markus Sander Mitglied der Geschäftsführung bei Häcker Küchen. Im Interview erzählt der Verantwortliche für Vertrieb und Marketing gemeinsam mit Jochen Finkemeier und Dirk Krupka, wie die kurz- und mittelfristigen Planungen aussehen, wie die ersten Wochen der Zusammenarbeit in dem Führungstrio abgelaufen sind und wie erfolgreich die ersten Monate des laufenden Jahres verlaufen sind.

Seite 14

## Move

Was verbirgt sich alles in einem Schubkasten, in einem Auszug? Wie lässt sich der Platz am besten nutzen, wie organisieren, dass jede Gabel, jeder Gewürzstreuer sofort zur Hand ist? Das neue Innenorganisationssystem MOVE hilft hier weiter.

Seite 26

## Back to the Roots

Nach 10 Jahren sicherem Angestelltenverhältnis zog es Guido Hochmuth mit einem eigenen Küchenstudio zurück in seine Heimat und er traf damit genau die richtige Entscheidung.

Seite 30

## Blaupunkt als Anziehungspunkt

Fürstenau, mitten in Niedersachsen. Hier schätzt man noch echte Beratung, hier hört man hin, lässt sich überzeugen. Ein gutes Argument für den Küchenkauf bei Möbel LÜBBERING ist dabei das breite Blaupunkt-Programm, das hier präsentiert wird.

Seite 38

## Hürdenlauf

Ganz am Ende, als endlich das Häcker Küchen Logo draußen an der Fassade angebracht werden konnte, waren alle die Behördengänge, die Hürden, denen sich Steven Pardoe und Samir Ranavaya entgegenstellten, vergessen. Doch es hatte am Ende Jahre gedauert, ehe nun endlich der Häcker Küchen Showroom in Abu Dhabi eröffnet werden konnte. Die Geduld hat sich aber gelohnt.

Seite 46

Shanghai Seite 20

Gesundheitstage Seite 36

Bowling Seite 44

Sozial statt Schokolade Seite 52

Vorschau Seite 54



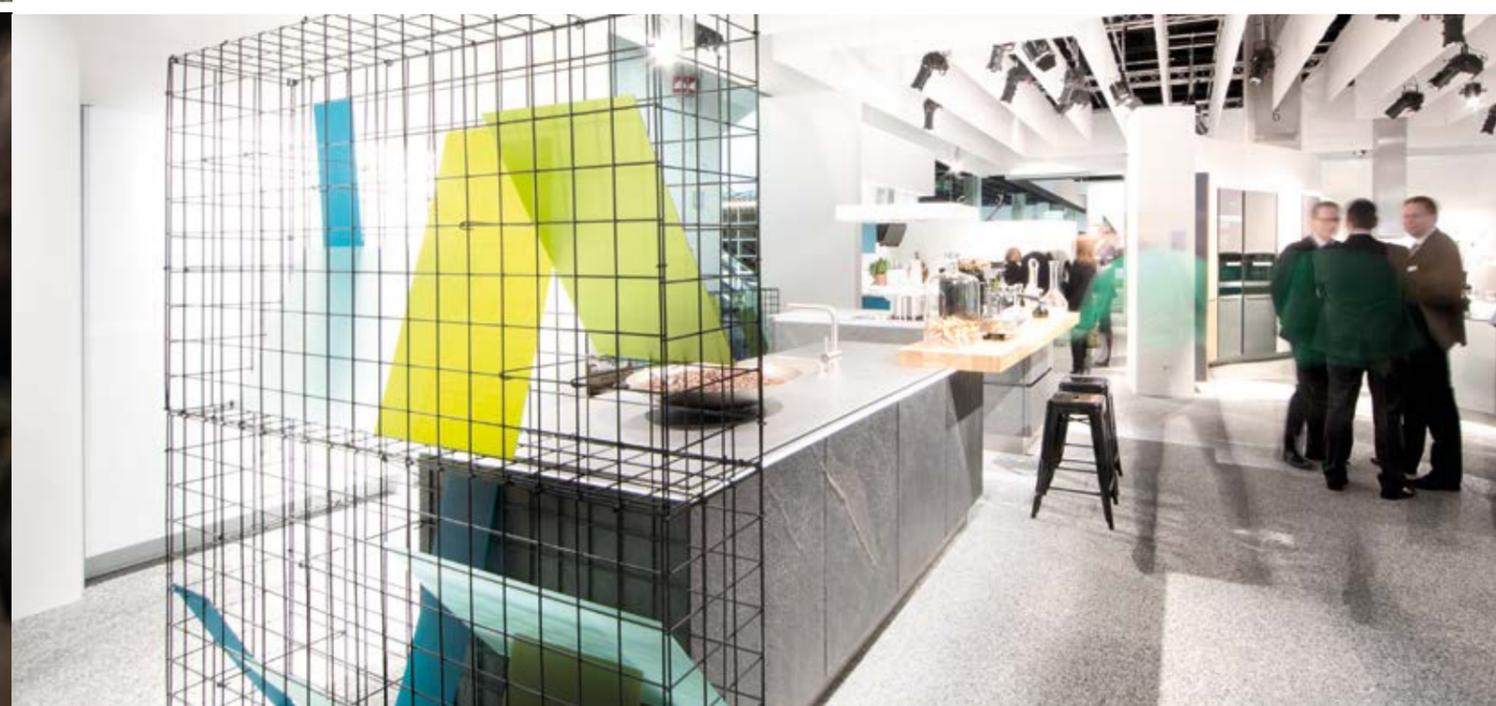
# DAS GROSSE TREFFEN KÜCHENMESSE „LIVINGKITCHEN“ ERWEIST SICH ALS PUBLIKUMSMAGNET



Lieber süß, würzig oder dann doch richtig scharf? Diese Frage stellten sich viele Besucher, die den Häcker Küchen Messestand auf der diesjährigen „LivingKitchen“ im Rahmen der IMM Cologne besuchten. Dabei waren natürlich nicht die Ausstellungsküchen gemeint, sondern die Gewürze, die aus einer Bratwurst und Tomatensauce erst eine echt ostwestfälische Currywurst machten. „Wir haben uns dazu entschieden, ein kleines Stück Ostwestfalen mit nach Köln zu bringen“, sagt dann auch Marcus Roth, Vertriebsleiter Deutschland, der die Idee mit der deftigen Speise kreierte. Die fand von morgens bis abends großen Anklang bei den Gästen, die auf einen Stand strömten, der gleich sechs Küchenmodelle beherbergte. „Uns ist natürlich bewusst, dass der Zeitpunkt der Messe nicht ideal ist. Wir sind ja jetzt intern noch damit beschäftigt, unsere Hausmesse aufzuarbeiten, unsere da präsentierten Neuheiten zu platzieren“, so ▶



Inhaber Jochen Finkemeier. Doch hier in Köln gehe es nicht darum, mit Neuigkeiten und Innovationen zu überraschen. Vielmehr sei es wichtig, hier die zahlreichen Kunden von nah und fern zu treffen, einfach „ein Kommunikationszentrum zu bieten.“ Dieses Zentrum nutzte in diesem Jahr auch Markus Sander, der seit einigen Tagen als Geschäftsführer und damit Verantwortlicher für Vertrieb und Marketing in das Unternehmen eingetreten war. „Für mich persönlich kommt, bei aller Diskussion, diese Messe ganz sicher zum perfekten Zeitpunkt. Hier kann ich Produkte, Kollegen und vor allem die Kunden und ihre Wünsche kennenlernen. Einen besseren Start kann ich mir eigentlich gar nicht vorstellen“, freute sich Markus Sander auf zahllose Gespräche. Die fanden zumeist im Bewirtungsbereich statt, der leicht erhöht einen guten Überblick über das Geschehen auf dem Messestand gab - wäre es nicht häufig deutlich zu voll gewesen, um hier von einem echten Überblick zu sprechen. „Von der Resonanz und den Besucherzahlen können wir nur überwältigt sein“, resümierte Marcus Roth nach den Messetagen, der froh war, dass genug Würstchen geordert worden waren, um auch jedem Gast gerecht werden zu können. Der konnte ▶



aus drei verschiedenen Gewürzsorten die aussuchen, die ihm am besten schmeckte. War ihm diese Auswahl im wahrsten Sinne des Wortes noch nicht scharf genug, dann gab es noch eine vierte Variante, die nur auf besondere Nachfrage ausgegeben wurde und nur bei Schärfeliebhabern – dann aber für riesige Freude – sorgte. „Uns geht es mit diesem Messeauftritt eigentlich genau um das gleiche wie bei unserer Bewirtung. Wir wollen zeigen, wie vielfältig wir sind, welche unterschiedlichen Wünsche wir erfüllen können“, so Jochen Finkemeier. Der mischte sich immer wieder unter die vielen Gäste, diskutierte mit ihnen über eingeschlagene Wege, über Perspektiven, die die Küchenbranche aktuell bietet.

Echte Neuigkeiten wurden dabei in Köln nicht präsentiert. „Und ich denke, dass das auch nicht notwendig ist. Wir konzentrieren uns bei unseren Entwicklungszyklen auf unsere Hausmesse, das ist der Ort, an



»DAS HIER IST  
DER BRANCHENTREFF,  
HIERHER KOMMEN  
VOR ALLEM  
DEUTSCHE HÄNDLER«

dem wir zeigen, wie wir uns eine moderne Küche vorstellen, hier präsentieren wir unsere Technik- und Designneuheiten“, so Markus Sander, der dennoch den Auftritt in Köln durchaus positiv bewertete. „Das hier ist der Branchentreff, hierher kommen vor allem deutsche Händler, die sich auf möglichst breiter Basis informieren können und wollen.“

Wie sich diese Überlegungen in zwei Jahren auswirken, wenn die Entscheidung ansteht, ob dies so bleibt, ob weiterhin der Großteil der führenden deutschen Küchenhersteller – und damit auch Häcker Küchen – nach Köln kommen werden, ist noch ungewiss. Und eigentlich derzeit auch kein Thema. „Wir konzentrieren uns jetzt darauf, unsere für uns immens wichtige Hausmesse vorzubereiten. Der gilt unsere ganze Aufmerksamkeit, hier treten wir schon jetzt bei den Vorbereitungen in die heiße ▶



Phase ein“, unterstreicht Jochen Finkemeier. Die vielen Gespräche auf der „LivingKitchen“ hätten gezeigt, dass sich Häcker Küchen auf dem richtigen Weg befände – nun gelte es, den Blick weiter nach vorne zu richten, sich auf die Neuigkeiten zu fokussieren, die im September in Rödinghausen präsentiert werden. Currywürste wird es dann wohl nicht zu essen geben, „auch wenn ich mir gut vorstellen kann, dass der ein oder andere danach fragen wird. Und wer weiß, vielleicht nehmen wir die Tradition ja auf und denken sie weiter“, sagt Marcus Roth und will doch nicht zu viel verraten. So viel aber ist sicher: Wenn es um eine mannigfaltige Auswahl, um das Bedienen verschiedener Geschmäcker geht, liegt Häcker Küchen mit seinen Produkten ganz weit vorne.





»FÜR UNS  
ZÄHLT DIE  
TEAMLEISTUNG.  
IN DER  
GESCHÄFTS-  
FÜHRUNG  
UND IM  
GESAMTEN  
UNTERNEHMEN.«

Mit Markus Sander vergrößerte sich zum Jahreswechsel die Geschäftsführung bei Häcker Küchen von zwei auf drei Personen. Im Gespräch erläutern Jochen Finkemeier, Dirk Krupka und Markus Sander, wie sich die Geschäftsführung jetzt strukturiert, wie die ersten Wochen der Zusammenarbeit verlaufen sind und welche Perspektiven und Herausforderungen sie für das Unternehmen und die Branche sehen.

**Sehr geehrte Herren, seit dem 2. Januar bilden Sie nun zu dritt die Geschäftsführung von Häcker Küchen. Wie muss man sich eine solche Veränderung vorstellen, gibt es da eine Zeit der Eingewöhnung oder legt man da sofort los?**

*Markus Sander:* Ich denke, dass man auf der persönlichen Ebene schnell merkt, ob es passt oder nicht. Und ich muss sagen: Genau das tut es hier. Ich habe mich sofort sehr gut aufgenommen gefühlt, unsere Aufgabengebiete sind einerseits klar abgegrenzt und andererseits geht es in unserer gemeinsamen Arbeit darum, nicht zu fokussiert auf sein Spezialgebiet zu sein, sondern sich übergreifend einzubringen.

*Jochen Finkemeier:* Es heißt ja nicht ohne Grund Zusammenarbeit. Wir drei wollen hier etwas bewegen, wir wollen strategisch arbeiten, mit Weitsicht agieren. Unsere drei Büros sind nur wenige Schritte voneinander entfernt, wir treffen uns im festen Turnus, aber auch nach Bedarf und tauschen uns aus.

*Dirk Krupka:* Für uns ist der Eintritt von Herrn Sander einfach eine Bereicherung. Wir haben jetzt einen weiteren ausgewiesenen Fachmann bei uns und gleichzeitig eine weitere eigenständige, fundierte Meinung zu allen Themen, die uns derzeit und zukünftig bewegen. So etwas ist sehr wertvoll.

**Was sind denn die ersten Themen gewesen, die Sie nun zu dritt in Angriff genommen haben?**

*Markus Sander:* Natürlich ging es für mich erst einmal darum, die Menschen und Strukturen kennenzulernen. Gleichzeitig wissen wir alle am Tisch, dass in den vergangenen Jahren bei Häcker Küchen sehr erfolgreiche Arbeit geleistet wurde – die Organisation aber auch Schritt halten muss. Wenn Sie sich beispielsweise anschauen, wie viele neue Mitarbeiter wir eingestellt haben und überlegen, was das für ein Unternehmen an Auswahlverfahren, Einarbeitung und Mitarbeiterbewertung bedeutet, dann können Sie sich vorstellen, dass dies

große organisatorische Herausforderungen sind.

*Jochen Finkemeier:* Natürlich darf man es auch nicht so sehen, dass wir uns auf dem Jahresergebnis von 2014 ausruhen. Wir schauen nach vorne und wollen weiter wachsen. Aber – und das ist uns sehr wichtig – es geht uns darum, mit Augenmaß neue Ziele zu erreichen, nicht durch Zukäufe die Zahlen nach oben zu drücken. Wenn man sich die Zahlen des ersten Quartals 2015 anschaut, dann sieht man, dass wir auf einem sehr guten Weg sind.

*Dirk Krupka:* Ich glaube, dass die von Herrn Finkemeier angesprochene kontinuierliche Entwicklung sehr wichtig ist, um auf der Basis unserer Leistungs- ▶

fähigkeit für unsere Kunden und den Handel auch zukünftig ein zuverlässiger Partner zu sein.

**Wenn Sie bei Häcker Küchen die Umsätze - und damit ja auch die Zahl der produzierten Küchen - immer weiter steigern können, dann geht dies ja nicht ohne Veränderungen in der Produktion. Wie haben Sie darauf in den vergangenen Monaten reagiert?**

*Dirk Krupka:* Das vergangene Jahr war schon eins, das uns wirklich viel abverlangt hat. Und damit meine ich nicht uns als Geschäftsführung, sondern jeden einzelnen Mitarbeiter. Wir wissen es sehr zu schätzen, welcher hoher Einsatz hier gezeigt wurde, wie wirklich großen Herausforderungen mit sehr viel Engagement begegnet wurde. Dafür können wir uns nur bedanken, das muss man einmal deutlich herausstellen und respektvoll anerkennen. Wir haben in den vergangenen

Monaten vieles umgestellt und einige Investitionen getätigt. Das wird sich in den folgenden Jahren fortsetzen, um mit der Entwicklung immer Schritt halten und Kapazitäten vorhalten zu können, die dann schnell abgerufen werden.

Unsere dynamische und erfolgreiche Entwicklung erfordert von uns allen eine stetige und hohe Lern- und Veränderungsbereitschaft.

**Ist das Produkt Küche denn eigentlich eines, das immer wieder aufs Neue Begehrlichkeiten weckt? Also gelingt es auch zukünftig, immer mehr Menschen für den Kauf einer Häcker Küche zu begeistern? Die Zahlen sprechen hier ja eine klare Sprache.**

*Jochen Finkemeier:* Das ist die Herausforderung, der wir uns stellen. Und es gelingt. Wenn man sich anschaut, wie die Themen Elektrifizierung und Konnektivität Einzug in die Küche gehalten

haben, wie sich modische Trends auch in den Modellen widerspiegeln, dann kann man mit Fug und Recht von einer echten Weiterentwicklung sprechen. Betrachtet man die Elektrogeräte-Industrie, dann muss man anerkennen, dass auch hier die Innovationsrate sehr gut ist. Früher stand die Kaffeemaschine in der Küche, lag der Wein im Keller. Heute haben sich in beiden Feldern Einbaugeräte etabliert, wurden also neue Nischen gefunden und besetzt.

*Dirk Krupka:* Unsere Küchen werden auf der Basis ihrer konsequenten Weiterentwicklung immer neue Begehrlichkeiten wecken. Unsere Küche ist einfach ein tolles Produkt. Sie wird technisch permanent weiterentwickelt und verbessert.

Wir haben hohe Ansprüche an unser Design und an die technische Ausstattung unserer Küchen, aber auch an die Serviceleistungen, die wir für unsere Kunden bringen.



Ich bin überzeugt, dass wir in allen Bereichen sehr leistungsfähig sind, um so mehr Menschen zum Kauf einer Häcker Küche zu begeistern.

*Markus Sander:* Grundsätzlich gehen wir davon aus, dass eine Küche, wie sie vor fünf Jahren angeboten wurde, heute schwer verkäuflich wäre. Und genau dem begegnen wir. Wie erfolgreich wir Neuheiten im Markt platzieren, sehen Sie an unserer aktuell positiven Entwicklung - und das in einem Gesamtmarkt, der eher stabil ist.

**Ein Teil Ihres Erfolges ist sicherlich die Einführung der Blaupunkt-Geräte. Wie bewerten Sie diesen Schritt im Nachhinein?**

*Jochen Finkemeier:* Wir waren von dem Erfolg von Beginn an überzeugt. Aber ganz sicher darf man sich natürlich nie sein. Heute wissen wir, dass es genau

richtig war, diesen Schritt zu gehen, unseren Händlern diese Exklusivität zu ermöglichen.

*Dirk Krupka:* Die Marke Blaupunkt hat einen ausgewiesenen hohen Bekanntheitsgrad und bietet daher beste Voraussetzungen für eine erfolgreiche Vermarktung. Fast jeder von uns hat doch bereits positive eigene Erfahrungen mit den Produkten aus dem Hause Blaupunkt gemacht.

*Markus Sander:* Es war und ist wirklich goldrichtig, diese Marke mit unseren Küchen und den Einbaugeräten zu verknüpfen. Wir sehen nicht nur in Deutschland, sondern in vielen anderen Märkten, welchen Stellenwert die Marke Blaupunkt hat, wie wir durch diese Marke ebenfalls weiter an Bedeutung gewinnen. Da darf man schon jetzt ruhig von einem sehr erfolgreichen Start sprechen. ▶



**Können Sie zum jetzigen Zeitpunkt schon einen Ausblick geben, wie es mit dem Thema und vor allem den Produkten von Blaupunkt weitergehen wird?**

*Jochen Finkemeier:* Natürlich entwickeln wir mit unserem Partner ständig die Produkte weiter. Dabei ist uns die Positionierung wichtig. Wir wollen nicht in den Premium- oder Luxusbereich mit unseren E-Geräten vordringen, sondern uns in einem vernünftigen Bereich mit ebensolchen Preisen bewegen. Das ist unsere Chance, hier unseren Händlern etwas Besonderes und Exklusives zu bieten.

**All das sind ja sicherlich Themen, die Sie auch in dieser Runde besprechen. Wie muss man sich da die Ausrichtung generell vorstellen, schauen Sie eher auf die kommenden Monate, auf die nächste Hausmesse oder noch weiter?**

*Dirk Krupka:* Ich denke, wir haben alle wesentlichen Dinge im Blick. Notwendige Entscheidungen im Tagesgeschäft werden mit der gleichen Selbstverständlichkeit getroffen, wie strategische Überlegungen gründlich vorbereitet und durchdacht werden. Unsere erforderlichen strategischen Überlegungen, das liegt in der Natur der Sache, gehen sicherlich deutlich über die nächsten Monate hinaus. Zuletzt getroffene Entscheidungen waren zum Beispiel Investitionsentscheidungen oder gemeinsame Festlegungen in der Produktentwicklung, die auch die nächste,

von Ihnen angesprochene Hausmesse betreffen.

*Jochen Finkemeier:* In den vergangenen zwei Jahren haben wir uns in der Geschäftsführung mehr um das Tagesgeschäft gekümmert, da gab es nur wenige strukturelle Veränderungen, die es zu diskutieren gab. Das ist heute anders. Wir sehen einmal die Dinge, die uns in den kommenden ein bis zwei Jahren beschäftigen. Und dann auch die mittelfristigen Planungen für einen Zeitraum von drei bis sechs Jahren. Da sind wir dran, da tauschen wir uns aus. Wir haben hier im Team – natürlich nicht nur in der Geschäftsführung, sondern auch in der Geschäftsleitung – eine sehr gute Stimmung. Aber es ist selbstverständlich nicht eine Oase der Harmonie. Hier werden Fakten und Meinungen ausgetauscht. Wir drei sehen uns nicht als Spezialisten, sondern als Menschen, die sich um das große Ganze kümmern. Und ich denke, ich kann für uns drei sprechen, wenn ich sage, dass uns die Meinungen, die Ideen der jeweils beiden anderen sehr wichtig sind. Das macht am Ende ja den Entscheidungsprozess, das gemeinsame Vorankommen aus.

*Markus Sander:* Wichtig ist uns, dass wir bei diesen Entscheidungen immer wieder auf die Meinung von Horst Finkemeier zurückgreifen können. Diesen Erfahrungsschatz nutzen wir sehr gerne, um die Erfolgsgeschichte von Häcker Küchen weiterschreiben zu können.

# ASIEN IM RAMPENLICHT



Vor einem Jahr begrüßte hier noch eine große Baustelle im Rohbau die Besucher - jetzt aber plätschert ein kleines Bächlein durch die perfekt abgestimmte Ausstellung, ist nicht nur der Eingang nach strengen Feng Shui Regeln konzipiert. „Wir sind schon jetzt mit dem Start sehr zufrieden“, sagt dann auch Liu Hong, Inhaber des Showrooms in Shanghai, der wohl zu einem der schönsten und aufwendigsten weltweit gehört. Bereits im Eingangsbereich strahlen frische, weiße Orchideen mit dem hochglänzenden Fronten einer schwarzen Nova-Küche um die Wette, erwartet den Besucher im hinteren Teil des Showrooms eine großzügig aufge-

teilte Ausstellungsfläche, die das gesamte Portfolio von Häcker Küchen in exklusivem Umfeld auf zwei Etagen zeigt.

Dabei sind es vor allem Großprojekte, die hier abgewickelt werden. „Wir rechnen bei unseren Aufträgen mit einer Projektquote von rund 95 Prozent. Shanghai liegt für den chinesischen Markt sehr gut, wir befinden uns hier in der Nähe weiterer, sehr großer Städte, in denen sehr viel gebaut wird“, erklärt Liu Hong, der nicht nur auf das Produkt, sondern auch auf die Planung sehr großen Wert legt. „Wir haben ein eigenes Team an Spezialisten und Architekten und können so ▶



mit den Projektverantwortlichen auf Augenhöhe sprechen“, so der Showroom-Inhaber, der bei der Auswahl der Lage in Shanghai nicht lange überlegen musste. „Hier in der Yi Shan Road sind alle namhaften internationalen Küchenhersteller vertreten. Da war und ist es für uns selbstverständlich, dass wir genau hierher gehören und mit einem sehr besonderen und exklusiven Showroom auf uns und die Produkte von Häcker Küchen aufmerksam machen“, sagt Liu Hong, als er Häcker Küchen Inhaber Jochen Finkemeier und Exportleiter Andreas Möller in seinem gerade eröffneten Showroom begrüßen kann. Die beiden Gäste zeigen

sich beeindruckt von der geschmackvollen Einrichtung und der Liebe zum Detail, mit der hier etwas „ganz besonderes kreiert wurde“, so Andreas Möller. Gerade diese Atmosphäre, die hier geschaffen wurde, sei wichtig für den wirtschaftlichen Erfolg, erklärt Liu Hong seinen Gästen aus Rödinghausen. Die Lieferzeit von sechs Wochen sei kein Problem, das kalkuliere jeder Projektleiter ein. Weitaus wichtiger sei es, dass sich die Investoren und Architekten hier wohl und verstanden fühlen, dass sie merken, ihr Gegenüber lebt die Marke. „Wir sind von der Qualität der Küchen voll und ganz überzeugt. Das macht es einfach, die Projektleiter ▶



»WIR SETZEN DARAUF, DASS ARCHITEKTEN UND PROJEKTLEITER IN UNSEREM SHOWROOM EINE ATMOSPHÄRE WAHRNEHMEN, DIE SIE INSPIRIERT. ENTSCHEIDEND IST DAS GESAMTBILD – VON DER QUALITÄT DER PRODUKTE BIS HIN ZUM MARKENAUFTRITT. BEIDES PASST HIER PERFEKT ZUSAMMEN.«



davon zu überzeugen, mit uns gemeinsam auch wirklich große Projekte im gesamten asiatischen Raum anzugehen“, so Liu Hong. Wichtig sei es, dass die Marke in den Vordergrund gestellt wird, denn darauf fokussieren sich die Kunden, berichtet der Inhaber des Showrooms, der nicht umsonst ein großes Häcker-Logo über der modernen Fassade anbringen ließ und gleichzeitig weder Kosten noch Mühen scheute, um durch eine geschickte Fassadenstruktur noch mehr Blicke auf den erfolgreichen Showroom zu ziehen.

# BE WE GEND

Auch wenn Design und Technik einer Küche immer weiter in den Vordergrund rücken – am Ende ist die Küche immer noch ein Ort, der all die Utensilien beherbergt, die man zum Zubereiten der Speisen benötigt. Damit dies so gelingt, dass jedes noch so kleine Teil möglichst schnell wiedergefunden und der bereitstehende Platz optimal genutzt wird, gibt es das neue Innen-Organisationssystem MOVE. Es sind vor allem vier Argumente, die für dieses hochwertige System sprechen und es einzigartig im Markt machen.

Durch das eingesetzte Kastensystem wird das Ordnen deutlich vereinfacht. Es wird nicht einfach nur Stauraum geboten, sondern auf intelligente Art und Weise die Möglichkeit geschaffen, jeden Auszug, jeden Schubkasten individuell zu bestücken. Alles bekommt so seinen ganz eigenen Platz – und kann etwa durch einen speziellen Besteck- oder Messereinsatz, einen Rollenhalter oder Gewürzeinsatz noch weiter konkretisiert werden.

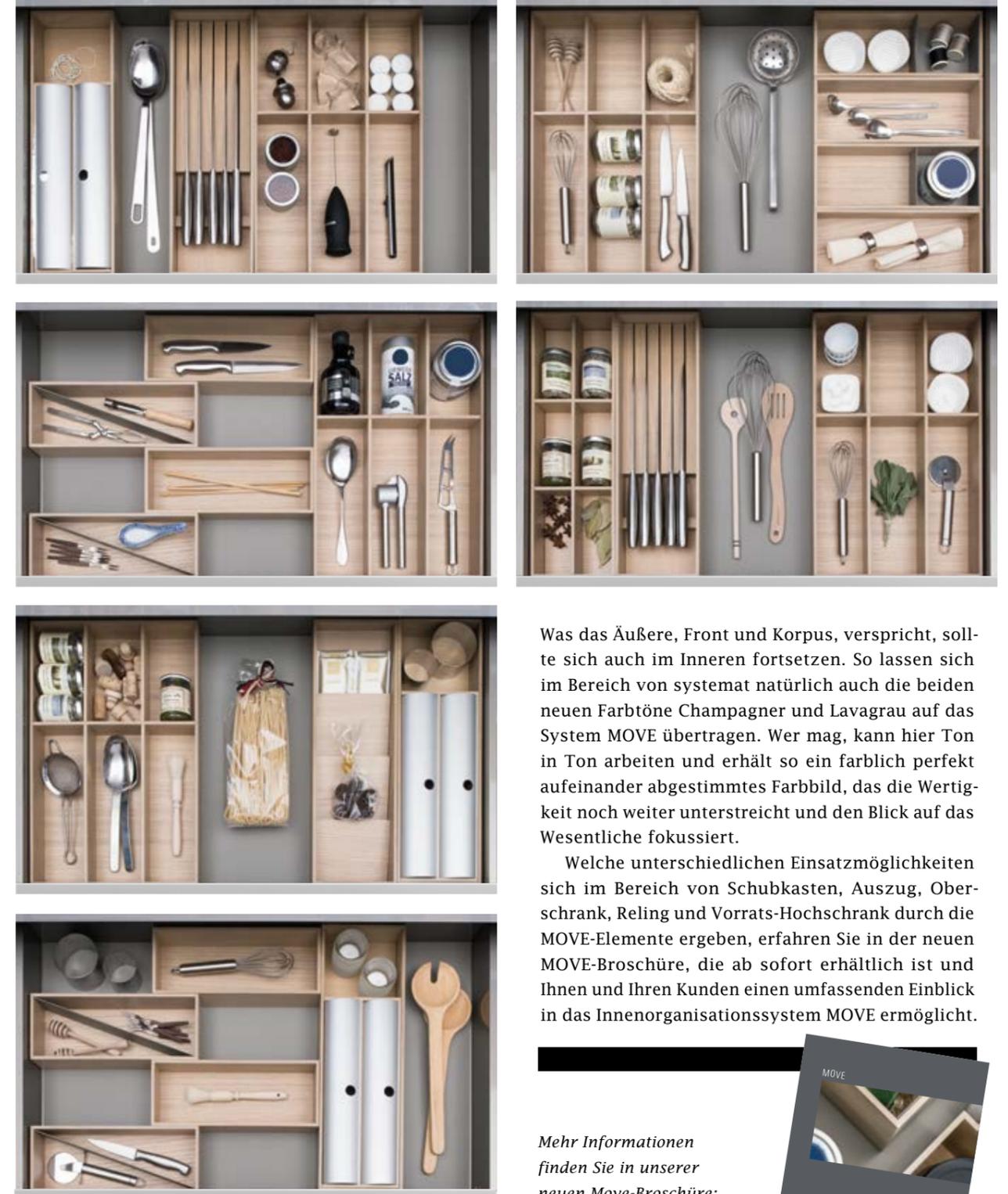
Wie flexibel das System einsetzbar ist, zeigt sich beim ersten Blick in einen damit ausgestatteten Auszug. Die aus Echtholz gefertigten Kästen können übereinander gestapelt und verschoben werden – so entsteht ein System im System, das ein Maximum an Flexibilität bietet und seinem Namen alle Ehre macht.

Besonderer Wert wurde bei der Konzeption von MOVE auf die eingesetzten Materialien gelegt. Echtholz und Metall charakterisieren das hochwertige System. Hier werden wertvolle Bestecke ebenso harmonisch aufbewahrt wie weitere Utensilien, die Kochen zum Erlebnis machen. Perfekt aufeinander abgestimmt und passgenau gearbeitet findet sich hier eine Wertigkeit in der Materialität, die schlicht begeistert. ▶





**MOVE**  
kitchen. system.



Was das Äußere, Front und Korpus, verspricht, sollte sich auch im Inneren fortsetzen. So lassen sich im Bereich von systemat natürlich auch die beiden neuen Farbtöne Champagner und Lavagrau auf das System MOVE übertragen. Wer mag, kann hier Ton in Ton arbeiten und erhält so ein farblich perfekt aufeinander abgestimmtes Farbbild, das die Wertigkeit noch weiter unterstreicht und den Blick auf das Wesentliche fokussiert.

Welche unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten sich im Bereich von Schubkasten, Auszug, Oberschrank, Reling und Vorrats-Hochschrank durch die MOVE-Elemente ergeben, erfahren Sie in der neuen MOVE-Broschüre, die ab sofort erhältlich ist und Ihnen und Ihren Kunden einen umfassenden Einblick in das Innenorganisationssystem MOVE ermöglicht.

Mehr Informationen  
finden Sie in unserer  
neuen Move-Broschüre:





# DER RICHTIGE DRAHT ZUM KUNDEN

GUIDO HOCHMUTH SETZT  
BEI SEINEM KÜCHENSTUDIO  
AUF PERSÖNLICHKEIT UND  
INDIVIDUALITÄT



Wenn man in Babelsberg die Karl-Liebkecht-Straße entlang Richtung Norden fährt, entdeckt man ein paar hundert Meter hinter dem alten Rathaus das Küchenstudio von Guido Hochmuth. Hier hat sich der gelernte Einzelhandelskaufmann im Januar 2014 selbstständig gemacht. Hell und freundlich wirkt das Küchenstudio, das Herr Hochmuth zusammen mit seiner Frau Anke führt. Die Arbeitsteilung ist klar strukturiert: Sie ist für die Dekoration und Buchhaltung verantwortlich, er kümmert sich um die anderen Aufgaben, die täglich anfallen. Von der Beratung der Kunden, über die Vermessung der Räume bis hin zur Vermittlung der Handwerker, die die Küchen passgenau beim Kunden einbauen, im Kern dreht sich seine Arbeit immer um den persönlichen Kontakt zu den Menschen. Und das liegt ihm.

Wer den freundlichen Mann in seinem Küchenstudio erlebt, könnte meinen, dass ihm der Verkauf von Küchen bereits mit in die Wiege gelegt worden ist. Tatsächlich sahen seine Berufspläne zunächst aber ganz anders aus: „Pyrotechniker wollte ich werden“, erzählt er und kann sich ein Grinsen nicht verkneifen. Sein Entschluss eine Lehre in einem Potsdamer Möbelhaus zu machen sei Ende der 80er Jahre rein zweckmäßig gewesen. „Wer damals in einem Möbelhaus angestellt war, hatte die Chance an Dinge ranzukommen, die man im Osten sonst nicht bekommen hätte“, erzählt er im feinsten Potsdamer Dialekt und beweist auf authentische Art und Weise eine Offenheit, die in einem unwillkürlich ein Gefühl von Vertrauen erzeugt. Wer so ehrlich ist, der verkauft einem nichts, wo er nicht absolut hinter steht.

Und genau das ist ihm wichtig. Die Redensart „Der Kunde ist König“ höre für ihn nicht einfach nach der Unterschrift auf dem Kaufvertrag auf. Vielmehr ginge es darum, den Kunden langfristig zu betreuen, sich auch nach Monaten noch mal zu erkundigen, ob er mit der neuen Küche zufrieden ist oder Änderungen vorgenommen werden müssen. Dieser persönliche Kontakt sei es, den er an der Zusammenarbeit mit Häcker ebenso schätzen würde. Aus der Zeit im Potsdamer Küchenstudio kannte er bereits die Zuverlässigkeit der Häcker-Mitarbeiter – klar, dass er diese Zusammenarbeit in seinem eigenen Geschäft direkt fortgeführt hat. „Mit dem persönlichen Draht zum Zulieferer verhält es sich ebenso, wie mit dem Kontakt zum Kunden: Über die Jahre entwickelt sich daraus ein Vertrauen, das die Grundlage für eine gute Zusammenarbeit ist“, sieht der Geschäftsmann die Parallelen zwischen Handelspartner und seiner Kundschaft. Genau dieser Service sei es, den seine Kunden so sehr schätzen würden und der sein Geschäft von den großen Küchenhäusern unterscheidet. „Küchen gibt es überall, bei uns bekommen die Kunden darüber hinaus Individualität und Persönlichkeit“, bringt Guido Hochmuth den Kern seines Services auf den Punkt. Dass er mit dieser Einstellung richtig liegt, beweisen die vielen Kunden, die ihn in seinem Küchenatelier aufsuchen. „Kuriöserweise haben die Leute sogar im Internet nach mir recherchiert, um ihre Küchen bei mir zu kaufen“, erzählt er stolz und ist froh, dass ihm seine Kunden auch in der Selbstständigkeit die Treue halten.



Dabei bestanden bei ihm und seiner Frau zunächst durchaus Zweifel, ob dieser Schritt der richtige ist. Zwar hatte er genug berufliche Erfahrung im Verkauf von Küchen, „aber aus dem sicheren Angestelltenverhältnis in die Selbstständigkeit zu wechseln, bedeutete schon ein wesentlich höheres Risiko für uns“, erinnert sich Anke Hochmuth an die Zeit, in der ihr Mann den Entschluss fasste, nach 10 Jahren zu kündigen und einen eigenen Showroom zu eröffnen. Die Anonymität der Großstadt, das hektische Treiben, das alles habe in ihm immer mehr das Gefühl von innerer Unruhe hervorgerufen. Die Zeit danach bezeichnet er daher selber als notwendige Schaffenspause, die er dazu genutzt habe, den Schritt in die Selbstständigkeit vorzubereiten.

Die Standortfrage war schnell geklärt: Er wollte zurück in seine Heimat. Es sei die Mischung aus Kleinstadt-Flair und der Nähe zur Millionenmetropole, die perfekt zu seinem Geschäftsmodell passe und das Leben hier äußerst lebenswert mache. „In 20 Minuten ist man in der Berliner Innenstadt und doch spürt man hier nichts von der Hektik, die dort herrscht“, lobt Hochmuth die angenehme ▶





Atmosphäre der Medienstadt. „Die Menschen kaufen hier noch im Laden vor Ort und jeder kennt jeden“, fügt seine Frau hinzu und lobt die lokale Verbundenheit, die die Menschen hier vereinen würde.

Ein altes Joga-Studio mitten in Babelsberg stand frei und so machten sie sich an die Arbeit, rissen mit der Unterstützung des Vaters Wände ein, ließen vom befreundeten Handwerker dicke Kabelbäume ziehen und kümmerten sich gemeinsam um die Planung des Innenausbau. Nach den Renovierungsmaßnahmen übernahmen Mitarbeiter von Häcker den Einbau der Küchen. „Der gesamte Showroom stand innerhalb von einer Woche. Die Monteure von Häcker haben absolut zuverlässig und einwandfrei gearbeitet“, erzählt er begeistert und ist froh, dass er sich für Häcker als Küchenpartner entschieden hat: „Sei es nun die Sachbearbeitung, die zuverlässig arbeitet, die auffallend geringe Fehlerquote bei der Anlieferung oder die Mitarbeiter in der Montage, die wirklich ein goldenes Händchen für den Aufbau haben – die Zusammenarbeit mit Häcker war von Anfang an sehr angenehm und eine echte Starthilfe für uns.“

Heute, ein Jahr nach der Eröffnung, steht der Geschäftsmann in seinem Laden, telefoniert mit Handwerkern, diskutiert mit seiner Frau über neue Deko-Gegenstände und präsentiert seinen Kunden die neuesten Errungenschaften der Küchenbranche. „Unsere Kunden legen großen Wert auf Qualität“, berichtet er und schätzt den Anteil an Kunden, die eine systemat-Küche kaufen auf über 70 % ein. „Wer nach 20 Jahren eine neue Küche kauft, möchte natürlich eine Verbesserung spüren. Klar, dass die Wahl dann häufig auf eine hochwertige Arbeitsplatte aus Quarzstein oder Keramik fällt“, erläutert der Verkäufer und beweist wieder einmal, dass ihm der Verkauf von Küchen einfach liegt und er hierbei voll in seinem Element ist.

Die Entscheidung sich selbstständig zu machen, scheinen seine Frau und er jedenfalls nicht zu bereuen. Und so freuen sich die beiden auf ein weiteres Jahr, in dem sie den Kunden den Service bieten können, den man leider immer seltener bekommt: Die persönliche Beratung, individuell auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten.

»DIE MENSCHEN KAUFEN HIER NOCH IM LADEN VOR ORT UND JEDER KENNT JEDEN«

# BEWUSSTER UMGANG MIT EIGENER GESUNDHEIT

## HÄCKER STELLT GESUNDHEIT DER MITARBEITER IN DEN MITTELPUNKT

Bei den Häcker Küchen Gesundheitstagen dreht sich alles um das Thema Gesundheit. Eine Woche lang haben die Mitarbeiter die Möglichkeit, sich vor Ort von Ärzten und medizinischem Fachpersonal untersuchen zu lassen und über Vorsorgemaßnahmen zu informieren. Insgesamt gingen die Gesundheitstage bei Häcker bereits in die zweite Runde und fanden bei den Mitarbeitern erneut großen Anklang.

„Die Beteiligung unserer Mitarbeiter ist wieder enorm“, freuen sich Jürgen Steinfeld, Leiter der Personalabteilung, und Sabine Hauch, Assistentin der Geschäftsführung, über die hohen Anmeldezahlen in diesem Jahr. Gemeinsam organisierten sie die Aktionswoche, die mit 520 Anmeldungen wieder voll ausgebucht war und sogar um eine weitere Woche im Herbst ergänzt werden muss, um allen Interessenten gerecht zu werden.

„Nirgendwo kann man die Menschen besser erreichen, als an ihrem Arbeitsplatz“, erklärt Jürgen Steinfeld und betont das große Potential dieser Veranstaltung im Häcker Küchen Panorama, um die Belegschaft für die eigene Gesundheit zu sensibilisieren. „Häufig sind es Hürden, wie lange Arbeits- oder Wartezeiten, die dazu führen, dass man einen Arztbesuch immer wieder aufschiebt“, zählt eine Vertreterin der Barmer GEK die Gründe auf, die ihre Kunden dazu bewegen, Arztbesuche zu vernachlässigen. So käme es, dass viele Menschen wichtige Vorsorgeuntersuchungen viel zu lange vor sich herschieben und sich Genesungschancen im Falle einer Erkrankung dadurch drastisch verringern würden. Genau an diesem Punkt setzt Häcker Küchen mit der Gesundheitswoche an. Die Mitarbeiter können hier während ihrer Arbeitszeit kostenlose Untersuchungsangebote, wie Messungen der Blutwerte durch das Werksarztzentrum Herford sowie Haut- und Rückenscreenings in Anspruch nehmen. Zusätzlich können sie sich von fachkundigem Personal der Berufsgenossenschaft Holz und Metall unter dem Motto „Denk an mich, dein Rücken!“ zum Thema Rückengesundheit

und Balance und durch das Fitnessstudio „WiehenVital“ zum Thema körperliche Fitness und Ernährung beraten lassen. Zum Abschluss hatte jeder Mitarbeiter die Gelegenheit mit der Betriebsärztin vom Werksarztzentrum ein Beratungsgespräch zu führen. „Damit wir alle Mitarbeiter erreichen, haben wir bereits vor zwei Monaten einen Informations- und Anmeldebogen verteilt. Bei Interesse konnte man die Anmeldung mit einem einfachen Kreuz bestätigen und bekam von unserer Personalabteilung anschließend einen Termin zugeteilt“, beschreibt Jürgen Steinfeld die Mobilisierungsversuche, die von Häcker im Vorfeld der Aktion unternommen wurden.

„So eine Wertschätzung gegenüber der körperlichen Verfassung der Mitarbeiter findet man nicht in jedem Unternehmen“, so die Beraterin für Firmengesundheit, die viel Erfahrung mit betrieblichen Maßnahmen zur

gesundheitlichen Förderung von Angestellten machen konnte. Somit ist es dem Küchenhersteller in Kooperation mit der Barmer GEK wieder einmal gelungen, seine Mitarbeiter für einen verantwortungsvollen Umgang mit der eigenen Gesundheit zu sensibilisieren und ihnen die Hürden bei der regelmäßigen Wahrnehmung von Vorsorgeuntersuchungen zu nehmen. „Bereits nach den letzten Gesundheitstagen 2012 konnten wir feststellen, dass sich anschließend viele unserer Mitarbeiter intensiver mit dem Thema Gesundheit auseinandergesetzt haben. Und auch in diesem Jahr haben wir schon eine Menge positiver Rückmeldungen zu dieser Aktion bekommen“, resümiert Jürgen Steinfeld die positiven Auswirkungen der Häcker Gesundheitstage.



# ***PUNKT***

MÖBEL  
LÜBBERING  
SETZT  
AUF  
E-GERÄTE

# *LANDUNG*

VON  
BLAUPUNKT

 **BLAUPUNKT**



Noch sind die Küchen nicht dekoriert, stehen Pappkartons in den Kojen, ist noch nicht entschieden, welcher Monitor welchen Werbefilm zeigt, wo welches Display auf ganz besondere Angebote hinweisen soll. Noch ein paar Tage, dann wird die erste Filiale von Möbel Lübbering eröffnet. Man könnte meinen, dass die Nerven blank liegen, dass ein Besuch alles andere als erwünscht sei. Aber weit gefehlt. Inhaber Michael Lübbering geht von Koje zu Koje, wirft hier mal einen prüfenden Blick, findet dort mal Zeit für ein Gespräch mit seinen Mitarbeitern und Handwerkern, die letzte Hand anlegen, ehe in ein paar Tagen die Verkleidung an den Schaufenstern abgenommen und die ersten Gäste hereingebeten werden können. „Das hier, das ist die Erfüllung einer Vision, die wir schon vor acht Jahren hatten“, sagt Michael Lübbering beim Kaffee um die Ecke bei McDonalds. Das Fastfood-Restaurant als Ort eines Interviews deshalb, weil es eben hier im niedersächsischen Fürstenau keine große Auswahl gibt. Auf dem Spaziergang zum Haus mit dem gelben M steht ein großer Traktor auf dem Parkplatz. „Die hiesigen Landwirte“, sagt Lübbering, „sind genau unsere Kunden,“ und zeigt mit dem Finger auf die riesige Zugmaschine.

Deshalb legte sein Vater genau hier mit der Unternehmensgründung 1979 zunächst

als Handelsvertreter den Grundstein. 1994 entstand ein 1.000 Quadratmeterhaus in Wietmarschen-Lohne. Bis heute ist die Verkaufsfläche und auch die Betriebsfläche kräftig angewachsen. Allein das 2012 neugebaute Lagergebäude misst stattliche 3.500 Quadratmeter. „Vor acht Jahren habe ich mich gefragt, wo das alles hinführen soll und kann“, erzählt der 45-Jährige, der trotz, oder gerade wegen des ländlichen Standortes längst kein Kleiner mehr in der Branche ist.

Schon damals waren es Möbel und Küchen, die bei Möbel Lübbering vertrieben wurden. Insbesondere im Küchenverkauf überlagerte immer die Konzentration auf den Verkauf der Kommission. Die E-Gerätemarke - vorausgesetzt es war eine ordentliche Qualität - war zweitrangig. „Wir kauften immer Einbaugeräte direkt beim Hersteller. Auch weil der Einkaufsverband das so empfahl“, erzählt Lübbering.

Doch das Bild hat sich gewandelt. Durch das aufkommende Internet standen immer häufiger Kunden im Laden, die den elektronischen Preisvergleich für die E-Geräte gleich in Form von Smartphone und Suchmaschine aus der Tasche zogen. „Auch die Zeiten, in denen bestimmte Hersteller in für sie wichtige Gebiete besondere Einkaufskonditionen gewährten, sind längst vorbei.

Der Druck wächst also“, sagt Michael Lübbering und erkannte schnell: Diese gnadenlose Transparenz wird das Geschäft mit Miele, Siemens & Co nicht einfacher werden lassen. „Dass sich Häcker Küchen dann dazu entschieden hat, eine eigene, exklusive E-Geräte Marke herauszubringen, kann ich nur als genialen Schachzug bezeichnen“, so der Mann aus dem Norden. Noch wichtiger als die Verquickung von Möbel und Gerät ist für ihn allerdings der Markenname Blaupunkt. „Für mich steht der Name Blaupunkt für Qualität, Zuverlässigkeit und guten Service. Selbst mein 16-jähriger Sohn wusste, als ich ihm erstmals davon erzählte, dass es sich hier um einen Elektronik-Hersteller im weitesten Sinne handelt“, freut sich Lübbering noch heute. Kein Wunder also, dass er gleich mehrere Kojen in der neuen

Küchenwelt in Fürstenau mit den E-Geräten mit dem blauen Punkt ausstattete. „Wir hatten hier einen Unternehmer, der ein großes Mietshaus mit Küchen von uns ausstattete. Gut sollte es sein, und günstig. Als ich ihm ein paar unbekanntere Marken nannte, winkte er nur ab. Bei Blaupunkt nickte er sofort, das kannte er, das wurde am Ende in dem Projekt verbaut“, sagt Michael Lübbering und zählt noch weitere Argumente auf, die für Blaupunkt sprechen. „Ich brauche einfach ein Produkt, eine Marke, bei der ich es schaffe, mich in Ruhe mit dem Kunden zu unterhalten. Da will ich nicht sofort preislich unter Druck gesetzt werden, sondern erst einmal erzählen, Küchen und Geräte vorstellen können“, wünscht sich der Inhaber von Möbel Lübbering, dem genau das mit den Blaupunkt-Geräten gelingt. Vor ▶



anderthalb Jahren sei es für ihn noch undenkbar gewesen, dass man Möbel und Gerät so eng miteinander verknüpfe. Jetzt aber, in Zeiten von Internethandel und maximaler Markttransparenz sei das der einzig richtige Weg. Dabei verzichtet Michael Lübbering sogar auf den Kundendienst des Blaupunkt-Herstellers BSH und bringt lieber seine eigenen Monteure in Aktion. „Das nicht, weil ich dem sehr guten BSH-Kundendienst nicht traue. Aber mir ist es wichtig, dass ich selber noch näher am Kunden dran bin, dass ich ihm nicht nur ein defektes E-Gerät repariere, sondern auch Vorschläge zu seiner Küche und einem eventuellen Neukauf machen kann.“

Doch Michael Lübbering ist niemand, der sich ausruht, der nur im Hier und Jetzt lebt. „Ich lege meine Pläne immer im Siebenjahresrhythmus aus. Die nächste Etappe sollte

das Wachsen auf fünf bis zehn Filialen sein“, rechnet Lübbering vor. Auch hier soll es Häcker Küchen und Blaupunkt E-Geräte geben, auch hier vertraut er darauf, dass der Kunde auf dem Lande die Gesamtbetreuung sucht, sich intensiv und in Ruhe beraten

lassen möchte. All diese Filialen nur eine gute Fahrstunde vom Möbelhaus in Wietmarschen-Lohne, von der Zentrale entfernt. Damit der Kontakt nicht abreiße, das, was hier gelebt wird, auch dort weitergegeben werden könne. „Wir wollen

einfach eine gute Alternative zum Internet und zum Verkaufstempel mit der anonymen, riesigen Fläche bleiben“, sagt Lübbering. Und muss nicht lange überlegen, was denn danach die nächste Etappe sein soll. „In 14 Jahren? Da steht mein Ruhestand an.“, sagt der 45-Jährige, lacht und wirkt so, als könne er das selber nicht glauben.

**„Wir setzen auf unseren eigenen Kundendienst. Damit sind wir noch näher an unserem Kunden.“**

KÜCHENSTUDIO

Möbel  
Lübbering

BSH



# SCHWUNG VOLLER AUSKLANG

Erst ein gemeinsames Essen, lockeres Unterhalten, das Genießen der freien Zeit - und dann ran an die Balls mit den drei Löchern und locker in der Hüfte die Bowling-Balls in Richtung Pins jagen lassen. So sah der perfekte Abschluss eines arbeitsreichen Tages aus, den Architekten von russischen Vertragshändlern in Rödinghausen verbrachten. „Es ist uns daran gelegen, dass diese jungen Menschen möglichst viel über unsere Produkte wissen - und gleichzeitig trotz dieser doch sehr anstrengenden Tage eine schöne Zeit bei uns verbringen“, so Andreas Möller, Exportleiter bei Häcker Küchen und

auch an diesem Abend mit von der Partie, als im nahegelegenen Bowlingcenter die Pins reihenweise zum Umstürzen gebracht wurden.

Dabei wurde die komplette „Bildungsreise“ von Häcker Küchen organisiert. Es wurde ein Programm zusammengestellt, das es in sich hatte. „Wir legen intern sehr großen Wert auf eine umfang- und facettenreichen Schulung“, erklärt Andreas Möller, der dabei auf die Sprachkenntnisse seiner Kollegen Seibel und Wurms setzen kann. „Die Schulung läuft komplett auf Russisch, so dass hier jeder schnell versteht, um was es uns geht, was unsere Produkte und Serviceleistungen ausmacht“, so Andreas Möller.

Bevor die russischen Gäste nach dem viertägigen Aufenthalt im Werk in Rödinghausen den Rückflug antraten, konnten sie einen Teil ihres so gewonnenen Wissens gleich in der Praxis „ausprobieren“. Traditionell wird ein Abend genutzt, um gemeinsam in der Häcker Ausstellung zu kochen. Auch hier waren die Sprachbarrieren schnell überwunden und es zeigte sich, „dass die Küche - gerade wenn es sich um eine Häcker Küche handelt - ein wunderbarer Ort ist, um sich zu treffen, zu unterhalten und Freundschaften zu pflegen“, so Andreas Möller mit einem Augenzwinkern.





# WAS LANGE WÄHRT...

**Es liegen gerade einmal 100 Kilometer zwischen Dubai und Abu Dhabi. Und doch ist in der einen Stadt die internationale Küchenindustrie längst angekommen, während es in Abu Dhabi nur einen Showroom gibt. Den von Steven Pardoe und Samir Ranavaya. Die beiden Engländer etablierten schon vor Jahren die Marke Häcker Küchen in Dubai mit einem eigenen, ausladenden und exklusiven Showroom direkt an Dubais Hauptstraße, ehe sie jetzt einen Schritt weitergehen.**

Wir fahren mit den beiden über den achtspurigen Highway nach Abu Dhabi und sie beginnen zu erzählen. Von dem Verwaltungsmarathon, der immer wieder neue Hürden barg, ehe sie endlich die Genehmigung für den Shop in den Händen hielten. Über Jahre zog sich dieses Verfahren, immer neue Regeln wurden aufgestellt, verworfen und noch einmal verschärft. „Es war ein Albtraum“, sagt dann auch Steven Pardoe, der alleine viele Monate geduldig warten und immer wieder neue Unterlagen heranschaffen, immer wieder den Weg zu den zuständigen Behörden suchen musste, ehe es erlaubt war, das Häcker Küchen Logo an die Fassade zu hängen.

„Doch all die Mühen haben sich gelohnt“, sagt Samir Ranavaya, als er im Frühjahr diesen Jahres in dem neuen Showroom steht.

Abu Dhabi hat längst den Kampf mit Dubai aufgenommen, zu Wenige wissen, dass dies hier die Hauptstadt der Vereinigten Arabischen Emirate ist, zu lange verbarg sich die Stadt im Schatten Dubais. Das soll sich jetzt ändern. Ist Dubai schon ein Ort, in dem in Rekordzeit Hochhäuser gen Himmel gebaut werden, so ragen in Abu Dhabi noch mehr Baukräne aus der stetig wachsenden Skyline heraus. Es geht - wie überall in den Emiraten - um das höher, schneller, weiter. Und auch da spielen Steven Pardoe und Samir Ranavaya gerne mit. In ihrem Showroom befindet sich der größte je gebaute flying table, da sind sie sich sicher. Über mehr als neun Meter spannt sich die Sonderanfertigung, die sich auf deutlich kompaktere Maße zusammenschieben lässt. Ob das jemand wirklich kauft? „Das kannst du nicht wissen“, so Pardoe. Aber mit so einem Ausstellungsstück lässt sich eine Geschichte erzählen, kommt man ins Gespräch, zeigt der Showroombetreiber, zu was er, zu was Häcker Küchen in der Lage ist. ▶



Viele hochwertige systemat-Küchen finden sich in der modern gestalteten Ausstellung, riesige, doppeltürige Kühlschrankskombinationen zollen der Hitze Tribut, die hier vor allem im Sommer die Quecksilbersäule auf Werte jenseits der 45 Grad treibt und es nötig macht, nahezu alle Lebensmittel zu kühlen. Doch es gibt noch weitere Besonderheiten im Land des Öls und der Kamele. Ein paar Meter neben dem flying table ruht eine schwere, an Marmor erinnernde Arbeitsplatte auf der systemat Küche. Verspielte Armaturen spiegeln den orientalischen Einfluss wider, alles wirkt größer, ausladender, exotischer. „Es geht hier in Abu Dhabi nicht immer darum, dass die Küche der perfekte Ort für das Kochen ist. Hier steht man früh morgens nach durchgeführter Nacht zusammen, mit der Küche zeigt der Eigentümer, was ihm wichtig ist, in welchem Bereich auf der Gesellschaftsskala er zuhause ist. Es

geht hier viel um Sehen und gesehen werden. Das ist für europäische Maßstäbe manchmal zumindest gewöhnungsbedürftig, hier aber ganz normal“, erzählen die beiden Geschäftsführer, die jetzt zwischen den beiden Städten hin und her pendeln. Das natürlich im deutschen (Volks)Wagen, hier wird gelebt, was die Marke Häcker Küchen vorgibt. Kein übertriebenes Auftreten, weder Glitzer noch Glamour. Wobei das nicht ganz stimmt. Wer abends vor dem Showroom an der Sheikh Zayed Road in Dubai steht, den Sportwagen zuschaut, die sich röhrend einen Weg durch die Automassen bahnen, der schaut rüber zu einem Häcker Küchen Showroom, der durch seine großflächige Leuchtwerbung schon von weitem als solcher zu erkennen ist. Apropos Sportwagen – die standen noch vor ein paar Jahren ▶



im jetzigen Häcker Küchen Showroom in Abu Dhabi. Allerdings nicht lange, denn die italienischen Boliden werden hier nicht verkauft, sondern zugeteilt. „Das Kontingent ist dabei schneller erschöpft, als die Nachfrage befriedigt ist“, erklärt Samir Ranavaya und ist sich sicher, mit diesem Mietobjekt an exponierter Stelle in Abu Dhabi die richtige Wahl getroffen zu haben. Neugierige Blicke fallen in die Schaufenster, hier hat keine pompöse Eröffnung stattgefunden, sondern laden die beiden Briten immer wieder Projektleiter, Architekten und



bekannte Persönlichkeiten zum Kochevent in den Showroom ein. „Dabei finden wir in ruhiger Atmosphäre die Zeit, um uns in Ruhe zu unterhalten und unsere Produkte vorzustellen“, sagt Steven Pardoe und weiß, dass die Produkte nicht der einzige Grund für ihren Erfolg sind. Es ist die Mischung aus perfektem Service, aus hochwertiger Montage und einfühlsamer Beratung. All das ist nicht selbstverständlich in einem Staat, in dem vieles sehr schnell aufgebaut und häufig fast genauso flott wieder abgerissen wird. Auf die Frage, ob man die gerade einmal

100 Kilometer auseinander liegenden Städte nicht auch mit einem Showroom hätte bedienen können, finden die beiden eine klare Antwort: „Wer in Abu Dhabi erfolgreich verkaufen will, der muss hier sein, der muss sich absetzen von Dubai, muss den Menschen hier zeigen, dass er sie ernst nimmt, ein Teil von ihnen ist.“ All das ist schon jetzt geschafft. Und damit sind die vielen Hürden auf dem Weg bis zu diesem Ziel schon fast vergessen.





Melanie Gerhardt Initiatorin,  
Vanessa Neumann Betriebsrat,  
Sabine Redeker Kinder- und  
Jugendhospiz Bethel und  
Matthias Warning Betriebsrat  
bei der Spendenübergabe.

# SOZIAL STATT SCHOKOLADE

*Wie der Verzicht auf Schokolade  
nicht nur der Figur guttut*

Querdenken war das Motto des letzten Innovations-  
tages bei Häcker Küchen, an dem sich die kaufmänni-  
schen Auszubildenden ein individuelles Projekt über-  
legen sollten. Völlig frei konnten sie den Schwerpunkt  
wählen. Für die Auszubildende Melanie Gerhardt war  
allerdings direkt klar: Sie wollte sich etwas Sozia-  
les einfallen lassen. Mit ihrer Idee, dass die 1.200  
Häcker Küchen-Mitarbeiter auf ihren Schoko-Nikolaus  
verzichten würden, die bisher der Betriebsrat jedes  
Jahr verteilt, und stattdessen das dafür vorgesehene  
Geld einem guten Zweck zugutekommt, konnte die  
Auszubildende dann auch die Jury überzeugen, die  
sich aus Betriebsrat und Geschäftsleitung zusamen-  
setzte. Gleich zwei Institutionen freuten sich dann  
im Dezember, von den Häcker Küchen-Mitarbeitern  
durch diese tolle Idee Unterstützung zu erfahren.  
Den Lübbecker Werkstätten in Bünde spendeten sie  
einen sogenannten Fasernebel, also leuchtende Glas-  
fasern, die im beliebten Snoezelraum Anwendung  
finden. Im Snoezelraum können Entspannungstech-  
niken praktiziert und die sensitive Wahrnehmung  
angeregt werden.

Das 2012 eröffnete Kinder- und Jugendhospiz Bethel  
in Bielefeld freute sich ebenfalls über einen Teil der  
Spende. Anders als es von Hospizeinrichtungen für Er-  
wachsene der Fall ist, kommen die kleinen Patienten  
nicht hierher, um die letzte Lebensphase zu verbringen.  
Diese Einrichtung bietet Kindern, die an lebensverkür-  
zenden Krankheiten leiden, und ihren Eltern und Ge-  
schwisterkindern die Möglichkeit, bis zu vier Wochen im  
Jahr als Gäste für eine Auszeit aufgenommen, entlastet,  
hochprofessionell versorgt und begleitet zu werden.  
Mit Sack und Pack ziehen die Kinder dann hier ein und  
dürfen mit ihren Lieben zusammen entlastende Wo-  
chen erleben. Ein Besuch im Tierpark, Basteln, Wandern -  
vieles wird hier den Familienmitgliedern ermöglicht,  
damit sie wieder Kraft sammeln können für den Alltag.  
Der Aufenthalt der Familie wird dabei komplett durch  
Spenden finanziert. Deshalb freute sich das Kinder- und  
Jugendhospiz Bethel sehr über die gespendeten Bastel-  
materialien für Laubsägearbeiten von den 1.200 Häcker  
Küchen-Mitarbeitern aus Rödinghausen.

# VORSCHAU FÜR SIE UNTERWEGS.



## MESSE

Selbstverständlich bildet die Hausmesse den Höhepunkt des Jahres bei Häcker Küchen. Die Vorbereitungen haben längst begonnen. Materialien werden gesichtet, neue Techniken ausprobiert, Konzepte entwickelt und Pläne geschmiedet, ehe im September die Türen der diesjährigen Hausmesse geöffnet werden. In unserer kommenden WORK-Ausgabe gewähren wir Ihnen schon einen kleinen Ausblick auf die Dinge,

die da kommen. Doch mittlerweile werden Produktneuheiten von Häcker Küchen nicht nur im eigenen Werk, nicht nur in Köln und Mailand gezeigt, sondern in diesem Jahr auch auf Messen in Lyon und Salzburg. Wie fasziniert die Besucher hier waren, was Sie auf den Messeständen von Häcker Küchen erwartete, erfahren Sie in der kommenden WORK-Ausgabe, die im Spätsommer erscheinen wird.

# KÜCHE

## AUF DEN PUNKT GEBRACHT



**Häcker**  
kitchen.germanMade.

**BLAUPUNKT**

# Häcker

kitchen.germanMade.

**Häcker Küchen GmbH & Co. KG**

Werkstraße 3

32289 Rödinghausen

Tel. +49 (0) 5746-940-0

Fax +49 (0) 5746-940-301

[info@haecker-kuechen.de](mailto:info@haecker-kuechen.de)

[www.haecker-kuechen.de](http://www.haecker-kuechen.de)

Konzeption, Text, Foto und Layout:

[www.hoch5.com](http://www.hoch5.com)

[info@hoch5.com](mailto:info@hoch5.com)



**Häcker**  
kitchen.germanMade.

