

WORK

kitchen. stories. N°10



Häcker
kitchen.germanMade.

Besuchen Sie uns in

SALZBURG

*„Unsere Küche –
dein Element“*

10.–12. Mai 2017

Halle 10 / Stand E51



küchenwohntrends

fachmesse für küche essen wohnen



Sehr geehrte Leserin,
sehr geehrter Leser,

unser Anspruch war es schon immer, sehr gute Dinge noch ein Stück besser zu machen. Das gilt nicht nur für unsere Produkte, nicht nur für unsere Leistungen und Abläufe, sondern auch für unsere Werte, für das, was uns auszeichnet. Doch nicht nur hier. Auch unser Kundenmagazin WORK, das sich nun im vierten Jahr seit dem Ersterscheinen befindet, haben wir uns aus diesem Blickwinkel angesehen. So halten Sie mit dieser Ausgabe jetzt ein WORK in den Händen, das einen kleinen Relaunch erfahren hat. Ein Kundenmagazin, das Ihnen hoffentlich genauso gut wie uns gefällt, das Neuigkeiten transportiert und Wissenswertes vertieft. Apropos Neuigkeiten; Sie haben vielleicht in der Fachpresse gelesen, dass Stefan Möller zum Geschäftsführer aufgestiegen ist. Was dies für die Führung unseres Unternehmens, für die Konstellation in

der Geschäftsführung und die Perspektiven generell bedeutet, lesen Sie auf den kommenden Seiten. Dort finden Sie auch eine Küche, die aus einer Zeit stammt, in der die meisten von uns noch nichts mit dem Thema Küche zu tun hatten. 40 Jahre ist das „Schätzchen“ alt, welches nun durch eine neue Häcker Küche ersetzt werden soll. Wir begleiten diesen Tausch „Alt gegen Neu“ und wollen dies zukünftig häufiger tun. Wenn Sie also auch Kunden kennen, die eine sehr alte Häcker Küche gegen eine neue austauschen, dann geben Sie uns bitte Bescheid. Denn auch so können wir zeigen, wie das, was vor vielen Jahren schon sehr gut war, heute noch ein bisschen besser sein kann.

Jochen Finkemeier & Markus Sander

Inhalt

03

Vorwort

54

Vorschau

56

Impressum

Intern



06

Neue Spitze

Mit Stefan Möller erweitert sich die Geschäftsführung auf vier Personen. Im Interview verdeutlichen die Geschäftsführer, wie die Perspektive des Unternehmens aussieht.

20

Social Media
als Chance begriffen

Facebook & Co sind heute längst nicht kindische Spielerei, sondern ernstzunehmende Social-Media-Plattformen, die auch Häcker Küchen nutzt.

42

Rückblick auf die
LivingKitchen

Köln ist immer ein Anziehungsmagnet der Küchenbranche. Ein Rückblick auf die LivingKitchen.

Handel

22

Familien-Bande

Grund zum Feiern: Auf der Mittelmeerinsel Malta eröffnet ein neuer Häcker Küchen-Showroom. Und wir? Sind mittendrin.



36

Küchenbauer

Die Herzen von Familie Henningsen schlagen nicht nur für die Landwirtschaft, sondern auch für Häcker Küchen. Ein Besuch hoch im Norden Deutschlands.



50

40 Jahre Qualität

Eben noch stand hier eine 40 Jahre alte Häcker Küche, die nicht in die Verwertung, sondern zurück zu Häcker Küchen wandert.

Partner



16

Handarbeit im großen Stil

Wenn es um echte Exoten in der Holzbearbeitung geht, wenn Einzelstücke für die Hausmesse oder den exklusiven Händler- oder Endkundenwunsch erstellt werden sollen oder in kleinen Stückzahlen Aufwendiges hergestellt wird, dann ist der Betrieb Holzbearbeitung Meyer der perfekte Partner.



28

Punktgenau und
praxisnah

Über 60 Häcker Küchen-Händler lernen Blaupunkt ganz genau kennen: Produktschulungen in der Schweiz.

31

Blaupunkt Gerätenews

Das Thema Multicontrol war nicht nur auf der LivingKitchen das vorherrschende in der Techniksparte. Auch im aktuellen Blaupunktsortiment spielt es eine sehr große Rolle.

Wissenswertes



26

Work & Travel Malta

Wir verraten Ihnen, dass neben dem Wetter und den vielen Stränden noch viel mehr für die Mittelmeerinsel spricht.

32

Welkom bij Häcker Küchen

Niederländisch für Anfänger: Wir begleiten vier Häcker Küchen-Mitarbeiter bei ihrem dreiwöchigen Intensiv-Sprachkurs. Damit Sie zukünftig das tun, was Häcker am Herzen liegt: Die Kunden in ihrer Sprache anzusprechen.

46

Unser Engagement
für Sierra Leone

Wenn sich Rödinghauser seit 30 Jahren in Sierra Leone für den guten Zweck engagieren, dann unterstützt Häcker Küchen gerne ein außergewöhnliches Projekt – bei dem immer transparent gemacht wird, wo und wie jeder gespendete Euro eingesetzt wird.

Titelbild



01

Titelbild

Sieht so die moderne Häcker Küche aus? Sicher nicht. Aber wenn ein Modell, das auf den Namen „Apollo“ getauft wurde, nach 40 Jahren im täglichen Einsatz immer noch so gut wie dieses aussieht, dann ist es ein Titelbild wert. Auch, oder gerade weil dieses Schätzchen bald schon in Rödinghausen zu sehen sein – und vor Ort am Niederrein durch eine neue Häcker Küche ersetzt wird.

NEUE SPITZE

Zuwachs in der Geschäftsführung

Die Erfolgsgeschichte von Häcker Küchen wird fortgesetzt und die Geschäftsführung (GF) seit dem 01. Januar 2017 um ein weiteres Mitglied erweitert.

Ein Gespräch mit Jochen Finkemeier, Dirk Krupka, Markus Sander und Stefan Möller über Chancen und Herausforderungen, die ein solches Wachstum mit sich bringt. Und ein kleiner Einblick in das Geheimnis des Erfolges.

Bisher saßen bei GF-Sitzungen immer drei Herren zusammen, jetzt wird das schlagkräftige Team mit Hr. Möller weiter ausgebaut.

■ Jochen Finkemeier: Wir werden auch in Zukunft weiter wachsen – und dabei spielt der Einkauf eine sehr wichtige Rolle. Der Einkauf ist schon seit Langem in den Händen von Stefan Möller, welchen er auch zukünftig in der Funktion des Geschäftsführers weiterhin verantwortet. >

Man kann also von einer Erweiterung der Geschäftsführung sprechen?

— Dirk Krupka: Ja, alle sonstigen Bereiche bleiben besetzt wie bislang. Herr Möller ist nicht nur seit 24 Jahren ein Experte in seinem Bereich, sondern auch ein hervorragender Stratege, Visionär, aber auch ein Mann der Taten. Ihn in den Kreis der Geschäftsführung mit aufzunehmen war seit längerem geplant und rundet unser Entscheider-Team ab.

Lassen Sie uns weiter über das Thema Wachstum reden; hat es Sie eigentlich überrascht, dass die positive Entwicklung der vergangenen beiden Jahre so groß ausgefallen ist?

— Markus Sander: Grundsätzlich bin ich ein optimistischer Mensch, aber ein Wachstum von 25 Prozent über einen Zeitraum von 24 Monaten, hatte auch uns etwas überrascht. Trotz der großen Steigerung konnte dieses große Plus auch in der Fertigung und anderen internen Prozessen reibungslos abgedeckt werden. Eine Meisterleistung auf die wir besonders stolz sind. So können wir – aus allen Blickwinkeln betrachtet – von zwei wirklich extrem guten Jahren sprechen.

— D. Krupka: Wenn man die Möglichkeit hat zu wachsen, dann sagt man nicht nein! Es macht ja auch Spaß, das Wachstum im Inneren mitzugestalten und mit Leben zu füllen. Obwohl die Rekrutierung von entsprechendem Personal und die daran geknüpften Einarbeitungszeiten eine ganz schöne Herausforderung waren. Wir wollten bei unverändert hoher Qualität weiterhin pünktlich liefern können. Das war über alle Bereiche – von der Auftragsbearbeitung über die Produktion bis hin zur Logistik – eine wirklich große Anforderung, die wir professionell gemeistert haben. Und wissen Sie was? Über Erfolg sollte man sich nicht beklagen, da gibt es ganz andere Szenarien, die deutlich unangenehmer sind. Man darf so etwas nicht als Belastung begreifen, sondern als etwas Positives, das man aktiv gestalten kann.

— J. Finkemeier: Man muss sicherlich bei dieser Betrachtung auch die räumliche Entwicklung sehen, wir hatten einen schönen 5-Jahres-Plan, der nun links und rechts überholt wurde. So ein Wachstum lässt sich baulich nur schwer auffangen, da müssen wir flexibel sein und in der Übergangszeit auch mal Abstriche machen. Uns fehlt in der Planung ein gutes Jahr, da gibt es nichts dran zu rütteln. Vorübergehend bringt dies eine leichte Beeinträchtigung mit sich, der wir jedoch gelassen entgegen schauen können, denn in absehbarer Zeit ist das neue Verwaltungsgebäude bezugsfertig.

Wenn man hier aus dem Fenster schaut, sieht man die Baustelle für das neue Panorama II sehr gut, welches das Wachstum im Bereich der Verwaltung ganz gut puffert. Wie sieht es im Bereich der Produktion aus? Lässt sich da, sinnbildlich gesprochen, der Hebel immer weiter nach vorne schieben?

— D. Krupka: Unsere Produktionskapazitäten müssen wir immer mit einem Vorlauf von 2–3 Jahren planen, sodass wir kontinuierlich auf unterschiedlichste Szenarien vorbereitet sind. Wenn dann das Wachstum relativ rasant zunimmt, zieht das kurzfristige Anpassungsmaßnahmen mit sich. Die können wir aber aufgrund von effektiven Strategien schnell und flexibel einleiten. Die extrem positive Entwicklung der letzten Jahre hat uns nicht wirklich ins Schwitzen gebracht – das haben wir gut bewältigt. Eine Maßnahme dafür waren z.B. flexible Arbeitszeitmodelle, die helfen, solche Wachstumsperioden sicher auszusteuern. Wir haben unsere Kapazitäten in der Produktion und in der Logistik ausgebaut, sind somit entsprechend gut aufgestellt und haben die richtigen Antworten auf die Herausforderungen, die im weiteren Wachstum liegen.

— M. Sander: Da ging sehr vieles reibungslos und perfekt Hand in Hand, was für die Stärke unseres Unternehmens spricht.

— Stefan Möller: Wir vergessen dabei jedoch nicht, dass die permanenten Anpassungen unseren Kollegen und Mitarbeitern viel abverlangt hat. Am Ende waren es auch viele unserer Mitarbeiter, die ihre kreativen Ideen mit eingebracht haben, um hier noch effektiver sein zu können. Auch auf unserer Lieferantenseite ist es wichtig, dass alle in der Lage sind, mitzuwachsen. Wir müssen hier ein hohes Know-how mitbringen und beratend zur Seite stehen, damit all das funktioniert. Heute geht es auch in diesem Bereich um weit mehr. >



Wenn man Sie alle, nach diesen sehr erfolgreichen Jahren, nach dem Geheimnis Ihres Erfolges fragen würde, was würden Sie antworten?

— M. Sander: Wir hören immer wieder: Häcker ist einfach zu denken. Wir haben zwei Produktlinien, mit denen jeder Händler sehr viele Kundenwünsche abdecken kann. Wir verfügen über eine sehr gute Kompetenz im Bereich von grifflosen Küchen, da sind wir überproportional gut aufgestellt. Ganz oft hören wir auch von unseren Händlern, dass sie die freundliche und verbindliche Zusammenarbeit in Kombination mit einer pünktlichen Belieferung bei Häcker sehr schätzen. Das sind sicherlich Argumente, die für uns sprechen.

— D. Krupka: Also wenn wir das Geheimnis unseres Erfolges überhaupt verraten wollen, dann müssen wir sagen, dass unsere Mitarbeiter ein echtes „Pfund“ sind, welches wir in die Waagschale werfen können. Der zweite Grund ist in der Beherrschung der gesamten Wertschöpfungskette zu sehen. Wir streben ständig danach, in der täglichen Arbeit besser zu werden. Insgesamt ein gutes Fundament für unsere aktuelle und zukünftige Wettbewerbsfähigkeit.

— S. Möller: Dies sind ganz bestimmt wichtige, sachliche Aspekte. Es gibt aber auch emotionale Gründe, warum wir so erfolgreich sind. Wir haben einfach eine wertorientierte Unternehmerfamilie hinter uns, die bereit ist, einerseits Verantwortung zu übernehmen, aber auch gleichzeitig diese abgeben kann. Zudem sind diese Menschen, welche die Haupt-Verantwortung bei Häcker tragen, unglaublich geerdet, so dass ein recht sympathisches Paket entsteht. Das spürt man nicht nur innerhalb des Unternehmens – ich denke, dass auch unser Händler diesen positiven Spirit wahrnimmt.

— J. Finkemeier: Ich bin mir sicher, dass unser Kunde fühlt, wie besonders die Stimmung in unserem Unternehmen ist und wie wichtig wir jeden einzelnen unserer Händler nehmen. Dies immer wieder aufs Neue in die komplette Belegschaft zu tragen und vorzuleben, ist eine unserer Führungsaufgaben. Jeder Mitarbeiter muss diese Philosophie aufnehmen, begreifen und leben. Mit Herrn Hartwich als neuer Personalleiter haben wir auch die richtige Person, um das Thema Personalentwicklung sowohl national als auch international weiter zu professionalisieren.

— D. Krupka: Bei Häcker Küchen können wir uns um unser Kerngeschäft kümmern und hinter uns steht eine Unternehmerfamilie, die uns führen lässt, die sich mit uns austauscht und die zugleich auch mitsteuert. Das zieht sich wie ein roter Faden durch die Company. Hier ist niemand eine Nummer, hier ist jeder ein Mensch. Jeder unserer Mitarbeiter nimmt die Verantwortung für seinen Arbeitsbereich wahr. Dies führt zu einer Kontinuität und Zuverlässigkeit, die bei unseren Kunden auch sehr gut ankommt. >





Wenn die Zeichen also auch weiterhin auf Wachstum stehen, wo sehen Sie dann Potenziale, weiterzuwachsen?

— M. Sander: Man muss sich einfach klarmachen, dass wir mit einem Umsatzvolumen von über 500 Millionen Euro eine Bedeutung erreicht haben, in der wir keinen Markt mehr außer Acht lassen können. Wir haben eine Position erreicht, bei der wir in einigen europäischen Märkten schon an Grenzen stoßen und es darum geht, neue Vertriebswege zu erkunden bzw. sich neue Märkte zu erschließen.

— J. Finkemeier: Es ist erstaunlich, in welcher politischen Unwägbarkeiten wir uns gerade weltweit befinden. Umso überraschender ist, wie wenig uns all diese Turbulenzen im Ergebnis tangieren. Nach wie vor funktioniert unsere Strategie im Markt offensichtlich gut.

— M. Sander: Auch das ist ein Grund, warum wir uns jeden Markt genau anschauen und ihn analysieren müssen. Ich denke, man muss sich breit aufstellen, in möglichst unterschiedlichen Märkten. Auch auf die Gefahr hin, mal eine Durststrecke auszuhalten zu müssen. Am Ende gilt es, das Risiko zu streuen und gleichzeitig sich auftuende Chancen zu nutzen. Um neue Wege in der Vermarktung gehen zu können, haben wir uns auch entschlossen, das Marketing strategisch zu erweitern. Mit Frau Rehm haben wir uns eine Expertin in diesem Bereich an Bord geholt, die sich u.a. verstärkt um das Thema Markenaufbau von Häcker in den einzelnen Ländern kümmert und die Stärke der Marke weiter ausbaut.

Wenn Sie auch einen Ausblick zum Thema Produkt geben sollten, wie lautete Ihre Antwort? Bleibt es dabei, dass die weiße L-Küche gefragt ist?

— J. Finkemeier: Das ist eine spannende Frage. Man muss wirklich sagen, dass es immer wieder verschiedenste Wendungen in unserer Branche gegeben hat – aber momentan gibt es dafür so wenige Anzeichen wie nie zuvor. Es zeichnen sich wirklich wenige Markttendenzen ab, auch wenn ich persönlich nicht glaube, dass die weiße L-Küche noch viele Jahre aktuell sein wird (lacht). Grundsätzlich sind es aber eher die Details bzw. die weichen Faktoren, die entscheidend sind. Was nicht heißen soll und darf, dass wir nicht ganz genau hinschauen und zwischen Trend und Veränderung unterscheiden.

— S. Möller: Ich fühle mich als Verbraucher heute doch manches Mal überfordert. Und man muss einfach wissen und erkennen, dass sich nicht nur unsere Kunden, die Händler, verändern, sondern auch unsere Endkunden. Heute ist es schwierig zu sehen, was Trend ist und was sich dann tatsächlich verkauft. Da gilt es aufmerksam zu sein und die Kundenbrille nicht abzusetzen.

— M. Sander: Ich denke, wir müssen noch tiefer in die Marktforschung einsteigen und früher erkennen, was für große Trends auf uns zukommen könnten. Das ist auf der einen Seite spannend, auf der anderen Seite natürlich auch eine Herausforderung. Wir haben gerade eine Kundenbefragung sehr erfolgreich abgeschlossen – mit einem ganz klaren Ergebnis: Qualität und Zuverlässigkeit standen ganz weit oben auf der Liste. Das Thema Innovation fand sich deutlich tiefer im Ranking. Soll aber auch heißen, dass wir dieses Thema nicht außen vorlassen dürfen. Aber es zeigt auch, wo die Prioritäten unserer Kunden liegen. Gleichzeitig müssen wir uns von der deutschen Denkweise etwas lösen, um sich den Entwicklungen in China und Nordamerika anzunähern. Wir möchten diese Menschen, ihre Vorlieben und Gepflogenheiten in Bezug auf Küche besser kennen lernen. Dieses Um- und Reindenken sollten wir verinnerlichen und uns voll und ganz darauf einlassen. >

In der Presse gab es in jüngster Vergangenheit auch Spekulationen um den möglichen Neubau eines Produktionsstandortes. Wie sieht es damit aus?

— J. Finkemeier: Wenn man sich das Wachstum anschaut, dann liegt es auf der Hand, dass wir bauen und uns räumlich verändern müssen. Aber es gibt auch andere Möglichkeiten, die wir längst ergriffen haben.

— D. Krupka: Wir haben zum Beispiel in der Classic-Fertigung den innerbetrieblichen Materialfluss reorganisiert und konnten somit zusätzliche Produktionskapazitäten schaffen. In den bestehenden Hallen wurden neue Fertigungsstraßen errichtet, womit zusätzliche Auftragseingänge abgedeckt werden können. Wir glauben an unseren weiteren Erfolg und entwickeln daher weiterführende Konzepte. In Werk III haben wir zum Beispiel erhöhte Kapazitäten geschaffen, Lagermaterialien ins Werk IV geschafft, neue Produktionsanlagen auf den freigewordenen Flächen errichtet und haben somit deutlich an Produktionsfläche gewonnen. Das ist vielleicht nicht wirklich medienwirksam, hilft uns aber weiter. Wobei ich betonen möchte, dass wir nicht an irgendwelche Grenzen produktionsseitig stoßen. Hier sind wir sehr gut aufgestellt.

— J. Finkemeier: Dennoch gibt es natürlich Planungen für die kommenden drei bis fünf Jahre, in denen wir über eine Ausweitung der Produktion an einem anderen Standort nachdenken. Wichtiger ist im Moment jedoch, dass wir unseren Verwaltungsbau trotz des strengen Winters, welcher eine längere Ruhephase nach sich zog, fertiggestellt bekommen. Mit diesem neuen Anbau werden wir auch unseren neuen Häcker Campus eröffnen. Fünf weitere großzügige Schulungsräume bieten deutlich mehr Platz für Seminare und Weiterbildungen unserer Kunden. Das Angebot an Fortbildungsmöglichkeiten wird sich merklich ausweiten und dem Motto: „Fit for Häcker“ gerecht werden.

Wenn Sie sich etwas für die kommenden zwei Jahre wünschen könnten, was wäre das?

— D. Krupka: Dass wir so bleiben, wie wir sind.

— S. Möller: Wir sollten unseren positiven Spirit weiterhin behalten.

— J. Finkemeier: Mir ist wichtig, dass wir unsere Werte und unsere Firmenphilosophie beibehalten. Ich wünsche mir auch, dass wir weiterhin diesen tollen Teamgeist in uns tragen und alle mit an einem Strang ziehen. Dann kann ich sehr optimistisch in die Zukunft blicken.

— M. Sander: Jeden Tag mit unseren Küchen immer mehr Kunden glücklich machen. —



HAND- ARBEIT

IM GROSSEN STIL

Es gibt in der Küchenfertigung immer wieder die Momente, wo nicht die große Stückzahl, sondern das exotische Werkstück gefragt ist. In dem nicht riesige Maschinen die Arbeit verrichten könnten, sondern traditionelles Handwerk gefragt ist, um das gewünschte Ergebnis zu erlangen. >

Immer dann, wenn solch eine Herausforderung ansteht, wenn der Werkstoff Holz in den Fokus rückt, steht das Unternehmen Meyer Holzbearbeitung als Partner zu Seite. Dabei können die rund 100 Mitarbeiter um Inhaber Ulrich Meyer-Bröcker auf eine 135-jährige Firmentradition zurückblicken. Begonnen hat alles als Tischerei, ehe im Laufe der Jahre ein Dienstleister der Möbel- und vor allem Küchenindustrie entstanden ist, der auf Augenhöhe entwickelt und produziert. „Wir sind die Spezialisten, wenn es rund um den Werkstoff Holz geht“, sagt Betriebsleiter und Prokurist Michael Meyer. Alle Arbeitsschritte, vom Zuschnitt über die Bekantung bis hin zur eigenen Lackiererei können hier mit einem modernen Maschinenpark abgebildet werden. „Dennoch steht bei uns das Handwerk immer noch im Mittelpunkt“, so Michael Meyer. So gelingt die abschließende Qualitätskontrolle am besten, wenn das geschulte Auge Maserung und Oberfläche beurteilt. Sind es die fließenden Handbewegungen, die die Front perfekt lackieren. Bereits 1978 hat die Zusammenarbeit mit Häcker Küchen begonnen, die

heute zu einer festen Partnerschaft angewachsen ist. Drei Mal am Tag werden Waren vom benachbarten Melle in Rödinghausen angeliefert. Und auch beim Thema Produktentwicklung übernimmt das Unternehmen Meyer Holzbearbeitung nicht nur den ausführenden Part. „Längst weiß Häcker Küchen um unsere Expertise im Bereich von Holz und zieht uns bei der Produktentwicklung mit hinzu und verlässt sich auf unser Urteil und unsere Ideen“, so Firmeninhaber Ulrich Meyer-Bröcker nicht ohne Stolz. Denn der Werkstoff Holz sei deutlich unberechenbarer als Kunststoff, gleichzeitig trage er wie kein anderer zu einer wohnlichen Atmosphäre bei. „Wir arbeiten seit 135 Jahren mit unseren Händen, mit unseren Köpfen und mit Holz – da darf man uns ruhig einiges zutrauen, das wir dann gerne noch übertreffen“, so Ulrich Meyer-Bröcker, der sich längst auch über die ostwestfälische Möbel- und Küchenbranche hinaus einen Namen gemacht hat.

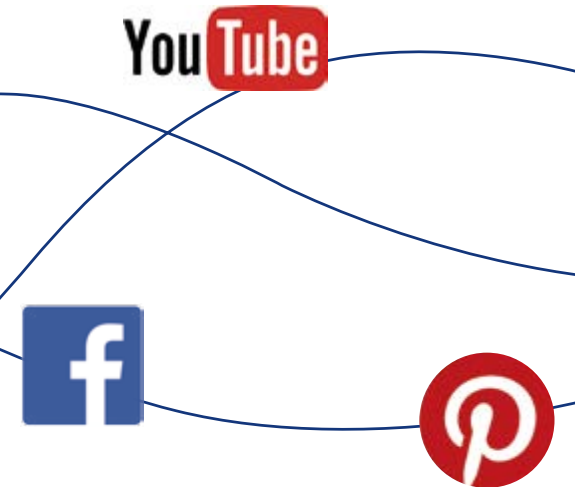


Leiten die Geschicke bei Meyer Holzbearbeitung:
Ulrich Meyer-Bröcker (rechts) und Michael Meyer



SOCIAL MEDIA

als Chance begriffen



Ein Jahr ist eine gute Zeitspanne, um sich in Ruhe Entwicklungen anzuschauen. Dabei können sich die Zahlen, die Aileen Rückwarth vorstellt, sehr gut sehen lassen. „Im März 2016 sind wir bei Facebook mit 250 Follower gestartet – heute wurde der Gefällt-mir-Button insgesamt schon mehr als 1.500mal auf der Häcker-Seite geklickt“, sagt die Mitarbeiterin aus der Marketingabteilung. Der Startschuss zur professionellen Betreuung fiel vor einem Jahr und ist der Popularität der sozialen Medien zu verdanken. „Ganz zu Beginn gab es schon inoffizielle Seiten auf Facebook, die auf private Initiativen gründeten“, erklärt Kommunikationsleiter Karsten Bäumer. „Wir finden es gut und richtig, dass über uns in den sozialen Medien gesprochen wird. Somit können wir mit unseren Fans und Interessenten in Kontakt treten“, so Karsten Bäumer. „Facebook erstellte automatisch eine inoffizielle Firmenseite, nachdem wir häufig

im sozialen Netzwerk zitiert wurden. Da war es ein Leichtes, diese zu übernehmen und nun selbst mit Inhalten zu beleben“, so Aileen Rückwarth. Es vergeht keine Woche mehr, in der nicht ein neuer Post auf der sehr gut frequentierten Seite landet. „In Messezeiten posten wir natürlich noch deutlich häufiger“, so Karsten Bäumer, denn vor allem seien es die Fotos, die für Klickzahlen sorgen. Nicht nur Hochglanzfotos kommen bei unseren Fans gut an, sondern auch spontane Schnappschüsse, wie der über 5 Meter hohe Weihnachtsbaum im Eingangsbereich des Verwaltungsgebäudes. „Dies zeigt uns vor allem, dass wir an diesem Thema dranbleiben, es noch weiter ausbauen wollen und werden“, unterstreicht Karsten Bäumer. Längst gibt es Häcker Küchen auch bei Instagram, Pinterest, Google+ und YouTube. Ein XING-Account ist für den Personalbereich eingerichtet, um über diesen Kanal weitere Fachkräfte für uns zu gewinnen. Auch



werden durch uns die offiziellen Einträge bei Wikipedia über das Unternehmen aktualisiert. Wichtig ist, dass Häcker Küchen dabei immer authentisch und ehrlich bleibt. „Es gibt nicht nur positive Posts, was bei Facebook ganz normal ist“, merkt Karsten Bäumer an. Wichtig sei, dass man damit professionell und freundlich umgehe. „Manchmal können wir leider nur auf unsere stationären Partner im Handel verweisen, des Öfteren greifen wir selbst ein, antworten und glätten somit die Wogen“, so Aileen Rückwarth. Trotz der seltenen Kritik sind die virtuellen Daumen, die nach oben gereckt werden, bei weitem in der Überzahl. Damit dies so bleibt, überlegen sich Karsten Bäumer und Aileen Rückwarth schon früh morgens, wie sie ihre Fangemeinde überraschen und begeistern können. Mal sind es kleine Videoclips, dann Fotos oder Produktinformationen, welche viel Gefallen bei den Usern finden.

„Selbstverständlich ist es für einen echten Markenhersteller einfacher, für sich im sozialen Netzwerk zu werben. Aber wir, als White Label Produzent, sind durchaus mit unserem Ergebnis zufrieden und wollen diese virtuelle Community zukünftig noch deutlich stärker ausbauen“, hat sich Karsten Bäumer vorgenommen. Der Facebook-Account ist so konfiguriert, dass bei dem Kommunikationsteam sofort eine E-Mail eingeht, wenn sich etwas tut. „Dann antworten wir direkt, ganz gleich, um was es geht. Schreiben immer freundlich, helfen weiter, geben Auskunft oder verweisen an einen Händler vor Ort“, so die Strategie. „Das verstehen wir unter echtem Service. Man kann uns loben, man kann auch einmal Kritik äußern. Wichtig ist, dass wir in die Kommunikation mit unseren Usern treten – und genau das haben wir nach zwölf Monaten in den sozialen Netzwerken schon sehr gut geschafft“, so ein zufriedener Karsten Bäumer.



Grund zum Feiern: Martin Galea, Vincent Galea, Andreas Möller, Kevin Callus, Stephanie Vella und Andrew Galea freuen sich über die Neueröffnung des Showrooms auf Malta

Leise Musik sorgt für eine stimmungsvolle Atmosphäre in der Ausstellung. Gläser erklingen feierlich. Stimmen – englisch, französisch, maltesisch und deutsch – schwirren durch die Luft, die gleichermaßen nach Wein und Parfum duftet. Es ist eine ganz besondere Stimmung, die an diesem Tag im Joinwell-Showroom herrscht.

„Und genau so soll es auch sein“, begrüßt Export-Verkaufsleiter Andreas Möller die Besucher, sichtlich zufrieden angesichts der gelungenen Eröffnung des neuen Häcker Küchen-Showrooms auf der Mittelmeerinsel Malta. Es ist Anfang Februar – und während Gäste und Gastgeber an diesem Tag mit der Sonne um die Wette strahlen, zeigt das Thermometer bereits 20 Grad Celsius Außentemperatur. Doch das, worauf es heute wirklich ankommt, spielt sich im Inneren des gläsernen Gebäudes in Qormi ab – genauer gesagt: Auf drei Etagen mit ca. 4.500 Quadratmetern Ausstellungs- und Lagerfläche. Seit 2008 ist die Familie Galea hier mit ihrem Showroom namens Joinwell zuhause, der sich den Besuchern heute erstmals nach dem Umbau präsentiert. „Durch die Neugestaltung können wir unseren Kunden das Häcker Küchen-Sortiment optimal präsentieren“, erläutert Kevin Callus, der den Showroom leitet und sichtlich stolz auf die Arbeit der vergangenen Wochen zurückblickt. Auch die Inhabersfamilie zeigt sich sehr >

Familien- Bande





Wie vielfältig die Bedürfnisse der maltesischen Kunden sein können, weiß Familie Galea aus jahrelanger Erfahrung. Bereits seit 1947 begannen sie mit dem Aufbau ihres Unternehmens, das neben Küchen- und Polstermöbeln auch Dekorationsartikel, Büro- und Schlafmöbel anbietet. „Unser Ziel ist es, jedem Kunden – egal ob er in einer kleinen Mietwohnung oder in einer luxuriösen Villa lebt – eine individuelle Lösung zu bieten“, beschreibt Stephanie Valla, verantwortlich für das Verkaufs-Team, die Philosophie von Joinwell. Wohlfühlen ist das, worum es bei Joinwell geht – und das soll auch am Tag der Neueröffnung nicht anders sein. Bei feinem Serrano-Schinken, pikanter Salami, würzigem Parmesan, delikaten Oliven und prickelndem Prosecco genießen die Gäste – darunter Stammkunden, Innenarchitekten, Freunde der Familie – den Nachmittag, und hüllen den Showroom in eine feierliche Stimmung.

Martin Galea lächelt: „Am meisten freue ich mich darüber, unsere Besucher so fröhlich zu sehen. Das Tollste an der Zusammenarbeit mit Häcker Küchen ist die zuvorkommende Art, mit der uns jeder einzelne Mitarbeiter begegnet – denn auf dieselbe Weise behandeln wir unsere Kunden hier auf Malta. Man spürt, dass Häcker Küchen ein familiengeführtes Unternehmen ist – genauso wie Joinwell. Und ich denke, genau darin liegt das Geheimnis unseres Erfolgs“.

zufrieden mit dem Ergebnis und der Zusammenarbeit mit Andreas Möller und seinem Team aus Rödinghausen. „Wir waren schon lange auf der Suche nach einem verlässlichen Küchenproduzenten, der qualitativ auf hohem Niveau agiert“, erklärt Martin Galea und verweist schließlich auf ein Gespräch mit hülsta, einem langjährigen Partner und Lieferanten von Joinwell. „Da wir mit hülsta durchweg positive Erfahrungen gesammelt haben, sind wir der Empfehlung für Häcker Küchen gerne gefolgt“, erzählt Galea weiter.

Verschiedenste classic- und systemat-Küchen – von der traditionellen Bristol-Front bis hin zur modernen, mit technischen Features bestückten Hochglanz-Lösung – finden von nun an in der Joinwell-Ausstellung Platz. „Unsere Innenarchitektin Frau Jordan, die auf Zypern zuhause ist und die Bedürfnisse von Kunden aus dem Mittelmeerraum sehr gut kennt, hat die Küchen geplant und die gesamte Realisierung begleitet“, erläutert Andreas Möller, der den Eröffnungstag selbst dazu nutzt, um das Joinwell-Team für die Vorteile einer Häcker Küche zu sensibilisieren. „Beispielsweise ist unsere PUResist-Verleimung, die das Eindringen von Feuchtigkeit in die Küchenmöbel verhindert, ein wichtiges Verkaufsargument für den hiesigen Markt“, so Möller, „und diesen Wettbewerbsvorteil finden auch die Kunden richtig gut“.



WORK&TRAVEL MALTA

Daten&Fakten

Amtssprachen:
Maltesisch, Englisch
Währung: Euro
Hauptstadt: Valletta
Fläche: 316 km²
Einwohner: 433.300



Im Herzen des Mittelmeers

Wer denkt, Malta sei nur eine gewöhnliche Insel im Mittelmeer, hat weit gefehlt. Neben verschiedensten Stränden bietet das Archipel (Inselgruppe) mit den drei bewohnten Inseln Comino, Gozo und Malta nicht nur das ganze Jahr über Sonnenschein und sommerliche Temperaturen, sondern auch eine faszinierende Geschichte, die knapp 7.000 Jahre zurückreicht. Dabei ist heute noch spürbar und sichtbar, dass Malta unter dem wechselnden Einfluss fast aller großen Kulturen des Mittelmeerraums stand, bis es 1974 zu einer eigenständigen Republik wurde. Jede Reise nach Malta ist daher auch eine kleine Reise in die Vergangenheit – zu erleben in über 350 Kirchen, faszinierenden Tempelanlagen und nicht zuletzt in der Hauptstadt Valletta, die aufgrund ihres kulturellen Reichtums als UNESCO-Welterbe gilt.

Hilton Malta

Drei Restaurants, vier Bars, sieben Pools, ein Konferenzzentrum, dazu ein Fitnessclub und ein Spa – das Hilton Malta lässt fast keine Wünsche offen. Nur wenige Minuten sind es von hier bis nach Valletta und Mdina, oder nach Marsaxlokk, ein traditionelles und idyllisches Fischerdorf. Für alle, die gleichermaßen Erholung und (Outdoor) Aktivitäten suchen, ist das stilvolle Hotel der perfekte Ort.

*Vjal Portomaso,
St Julian's PTM 01, Malta*

Caviar & Bull (Restaurant)

Wer das Besondere sucht, ist im Caviar&Bull genau richtig aufgehoben. Mit Blick auf die St. George-Bucht servieren Küchenchef Marvin Gauci und sein Team frischesten Fisch, edlen Champagner und molekulare Cocktail-Kreationen, die für neuartige Geschmackserlebnisse sorgen. Tipp: Reservieren Sie Ihren Tisch bereits vor der Anreise nach Malta – die Plätze sind begehrt!

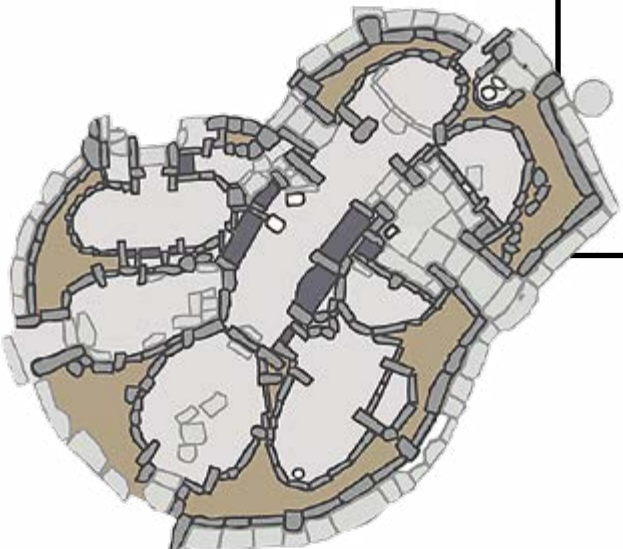
*Ix-Xatt ta' San Gorg, San Giljan,
Montag–Samstag 18:30 bis 23:00 Uhr
Sonntag 12:00 bis 15:30 Uhr*



Hagar Qim

Im Süden der Insel liegt Hagar Qim – einer der fünf großen maltesischen Tempelkomplexe und eines der lohnenswertesten Ausflugsziele. Wer die antike Stätte ganz in Ruhe erkunden möchte, steht möglichst früh auf – denn die zwischen 3600 und 2500 v. Chr. erbaute Tempelanlage ist bei Touristen sehr beliebt.

*Triq Hagar Qim,
Il-Qrendi QRD 2501, Malta,
tägl. 9:00–17:00 Uhr geöffnet*



● **PUNKTGENAU**

und praxisnah



*Fokussiert: Olaf Thuleweit schult interessierte
Häcker Küchen-Händler in der Schweiz*

— „Wenn es darum geht, unsere Kunden für die Einbaugeräte von Blaupunkt zu begeistern, bin vor allem ich gefragt – als überzeugende Verkäuferin“, sagt Claudia Rizzo und wendet sich sogleich wieder Olaf Thuleweit zu. Während der Geschäftsführer von HK Appliances die Funktionen eines neuen Induktions-Kochfelds erläutert, schauen und hören neben ihr neun weitere Schweizer Häcker Küchen-Händler ganz genau hin. Wie funktioniert die Bedienung? Welche Besonderheiten gibt es? Wie aktiviere ich den integrierten Muldenlüfter? Und worauf ist bei der Küchenplanung eigentlich zu achten, wenn ein Muldenlüfter verbaut werden soll? Claudia Rizzo sieht neben der hohen Qualität und den recht soliden Features einen ganz großen Vorteil bei den Blaupunkt-Geräten. Diese Elektrogeräte sind

nicht im Internet zu bekommen und somit keinem Preiskampf ausgesetzt. Unnötige Diskussionen mit dem Endkunden werden somit vermieden und das Verkaufsgespräch bekommt an keiner Stelle eine Unglaubwürdigkeit.

Gemeinsam mit Andreas Möller, Verkaufsleiter Export Häcker Küchen, reist Olaf Thuleweit vier Tage lang durch die Alpenrepublik, um über 60 Kunden die Marke Blaupunkt und das Einbaugerätesortiment buchstäblich näherzubringen. Denn neben einer ausführlichen Präsentation ist die Praxisschulung an zwei Musterküchenzeilen ein wichtiger Teil des Programms. „Es geht hier um mehr als bloß graue Theorie“, betont Olaf Thuleweit, der den direkten Kontakt zu den Händlern sehr schätzt. „Am Ende der Woche werden wir selbst viel Neues gelernt haben. In der

Schweiz laufen die Geschäfte mit den Blaupunkt-Geräten bereits gut an, jedoch besteht auch noch ein großes Potential für Wachstum“, ergänzt Andreas Möller und erläutert weitere Besonderheiten des hiesigen Marktes. So galt es, im Vorfeld verschiedenste Approbationen zu erhalten und zu gewährleisten, dass die Geräte mit einem landestypischen Stecker geliefert werden. Weiterhin zahlt der Endkunde in der Schweiz bereits beim Kauf eines E-Geräts eine sogenannte „vorgezogene Recyclinggebühr“, welche wiederum von Häcker Küchen abgeführt wird.

Nun, nachdem die Markteinführung bereits einige Zeit zurückliegt, haben Häcker Küchen und HK Appliances vor allem noch eines zu leisten: Überzeugungsarbeit. Denn längst nicht alle Händler, die in dieser Woche am Schulungsangebot teilnehmen,

haben Blaupunkt bereits in ihr Sortiment aufgenommen. Welche Argumente sprechen also für die Marke Blaupunkt? Wie können die Händler diese Argumente wiederum für ihre Kunden nutzen? Was zeichnet die Geräte aus und wo sind diese preislich angesiedelt? Auch die Häcker Küchen-Außendienstmitarbeiter Patrick Splinter, Jean Luc Seiler und Wolfgang Dietrich, welche die vier Schulungstage in Maienfeld und Wangen an der Aare begleiten, kennen diese Fragen ihrer Händler gut. „Der Markenname Blaupunkt wird – wie auch in Deutschland – stark mit dem Autoradio assoziiert. Deshalb ist der gemeine Schweizer erst einmal skeptisch, wenn er den Markennamen im Zusammenhang mit Küchen-Einbaugeräten hört“, lächelt Splinter, „dennoch bin ich sicher, dass unsere Händler ihre Kunden vom Kauf überzeugen können, >



Wie wird der Blaupunkt-Muldenlüfter verbaut? Patrick Splinter und Olaf Thuleweit werfen einen Blick ins Innere des Auszugs.

wenn sie die Vorteile dieser Marke erkannt haben. Und genau das möchten wir – ein besseres Verständnis für die Produkte – mit Hilfe der persönlichen Schulungen erreichen“.

Aufmerksam verfolgen die Teilnehmer derweil Olaf Thuleweits Ausführungen zu verschiedenen Reinigungsfunktionen von Backöfen – Katalyse, Pyrolyse und Hydrolyse –, ehe Kühlschrank, Geschirrspüler und Dunstabzugshaube erläutert werden. Die Händler probieren aus, hinterfragen, tauschen sich rege aus und nicken am Ende zufrieden. „Obwohl

ich die Blaupunkt-Produkte bereits in meinem Studio anbiete, konnte ich heute noch sehr viel für meine Verkaufsgespräche mitnehmen“, fasst Häcker Küchen-Händler Giovanni Mantovani den Tag zusammen, der am Nachmittag bei einer gemeinsamen Tasse Kaffee ausklingt. Olaf Thuleweit und Andreas Möller bedanken sich bei allen Teilnehmern. Und nehmen von ihrer Reise eine wichtige Aufgabe mit nach Hause: Die Entwicklung eines Dampfgarers für das Blaupunkt-Sortiment. „Ein absolutes Muss für die Schweiz“, weiß nun auch Olaf Thuleweit.

FASZINIERENDE TECHNIK, DIE VERBINDET

Der Trend auf der diesjährigen LivingKitchen in Köln zeigte bei den Elektro-Einbaugeräten in eine klare Richtung: Die Geräte werden per WLAN und Bluetooth miteinander verbunden, das Thema Connectivity war und ist in aller Munde. Doch es gibt noch weitere Neuheiten, die sich selbstverständlich auch in den neu vorgestellten Blaupunkt-Produkten wiederfinden. Den Blaupunkt-Muldenlüfter gibt es nun schon in der zweiten, noch leistungsfähigeren und leiseren Generation. Dunstabzugshauben lassen sich via Multi Control über die passenden Kochfelder ansteuern.

Schwarze Eleganz –
die schwebende
Dunstabzugshaube

5DB 96450



Multi Control –
Wortlose Kommunikation,
einzigartige Verbindung

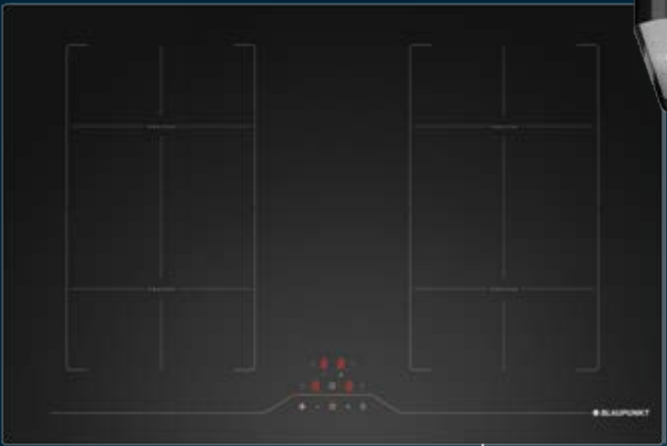
Hier kommt zusammen, was zusammen gehört:
Blaupunkt Kochfelder mit Multi Control gehen eine
einzigartige Verbindung ein – mit
den Multi Control Dunstabzugshau-

ben. Diese lassen sich ganz einfach über das Bedien-
feld des Kochfeldes steuern. Der kabellose Multi
Control Sensor verspricht langlebigen technischen
Standard und intuitive Bedienung.



Kochen auf Augenhöhe –
das Intelligente Kochfeld

5II 84250



Eine Augenweide –
Integrierter Abzug

5IX99350



Welkom bij HÄCKER KÜCHEN



Intensieve
taalcursus

— „Die Schüler sind sehr motiviert und lernen schnell“, fasst Eleonore Helle ihre Eindrücke zusammen, und lächelt zufrieden. Ihre Schüler – das sind nicht etwa Kinder oder Jugendliche, sondern vier Mitarbeiter von Häcker Küchen aus Rödinghausen, die drei Wochen im niederländischen Vught verbringen, um hier einen Intensiv-Sprachkurs am Instituut Jeroen Bosch zu belegen. >

„De studenten zijn
heel gemotiveerd
en ze leren snel.“



„Ik had niet
gedacht dat je
zoveel en zo goed
Nederlands kunt
leren in zo'n
korte tijd.“

Tag für Tag unterrichtet Eleonore Helle die Gruppe sowohl vormittags als auch nachmittags. Auf dem Lehrplan stehen neben Grammatikübungen vor allem praxisnahe Sprech- und Schreibaufgaben. „Ich hätte nicht gedacht, dass man in so kurzer Zeit so viel und so gut Niederländisch lernen kann“, beschreibt Gabriele Draba ihre Erfahrungen nach anderthalb Wochen Sprachkurs, und widmet sich sogleich wieder ihrer Aufgabe: Der Vorbereitung eines geschäftlichen Telefonats. Gemeinsam mit ihrer Kollegin Christina Hagemeister, die im fiktiven Telefongespräch in die Rolle der Kundin schlüpft, trägt Gabriele Draba das Ergebnis vor – und freut sich schon jetzt auf die Anwendung im Berufsalltag. „Natürlich weiß ich, dass der Kurs nur ein Anfang ist und es darüber hinaus Übung braucht; doch schon jetzt kann ich sagen, dass mir die Kenntnisse im Kontakt mit unseren Kunden von Nutzen sein werden“, schildert die Key Account-Managerin ihre Eindrücke.

Um die Gruppe zusätzlich für den Kundenkontakt zu wappnen, legt Eleonore Helle großen Wert auf die Vermittlung von Fachvokabular. Begriffe wie Schubkasten, Auszug, Griff und Front werden dabei genauso behandelt wie Dunstabzugshaube und Kühlschrank – schließlich sollen die Mitarbeiter bestmöglich auf die Praxis vorbereitet werden. Auch das Verfassen von E-Mails oder kleinen Texten übt Eleonore Helle mit ihren Schülern, mit denen sie sich – seit der ersten Minute an – ausschließlich auf Niederländisch unterhält.

Schubkasten - lade
Auszug - kof
Griff - greep
Unterschrank - onderkast
Dunstabzugshaube - afzuigkap
Kühlschrank - koelkast



„Das war am Anfang gar nicht so leicht“, lacht Christina Hagemeister, die als Sachbearbeiterin in Rödinghausen regelmäßig auch mit niederländischen Kunden in Kontakt kommt. „Es ist schön, dass wir diese Kunden bald auch in ihrer Landessprache bedienen und ihnen damit einen zusätzlichen Service bieten können. Ich freue mich, dass Häcker Küchen uns diese Möglichkeit zur Weiterentwicklung bietet“, bringt die 30-Jährige auf den Punkt. Die Wertschätzung der niederländischen Kunden motiviert Häcker Küchen dazu, Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen regelmäßig auf Sprachschulen zu schicken. Schon heute arbeiten Menschen aus 33 Nationen bei Häcker – ein klares Zeichen für die internationale Ausrichtung des Familienunternehmens.

Jeden Tag machen sich die Schüler nach Unterrichtschluss auf den Weg in ihre Gastfamilien. Christina Hagemeister ist bereits die 46. Sprachschülerin, die ein Zuhause auf Zeit bei der Familie Maas findet. „Wir möchten, dass die Schüler eine tolle Zeit in Vught haben und sich hier wohlfühlen“, beschreibt Marianna Maas ihre Motivation, und begrüßt Christina herzlich – selbstverständlich auf Niederländisch. Denn egal ob beim Kochen oder Kartenspielen: Auch hier finden Unterhaltungen nur in der Landessprache statt. Christina Hagemeister hat sich schnell daran gewöhnt und genießt die verschiedenen Aktivitäten im Kreise der Familie: „Und wer weiß? Vielleicht komme ich ja schon bald für einen Fortgeschrittenenkurs zurück“.

In de
familiekring

A man with short brown hair, wearing a maroon V-neck sweater over a collared shirt and blue jeans, is leaning against the side of a red Case International forklift. He is looking towards the camera with a slight smile. The forklift has a large black hydraulic arm and a red body. The background is a blurred outdoor setting.

KÜCHEN BAUER

Bauer sucht Kunde

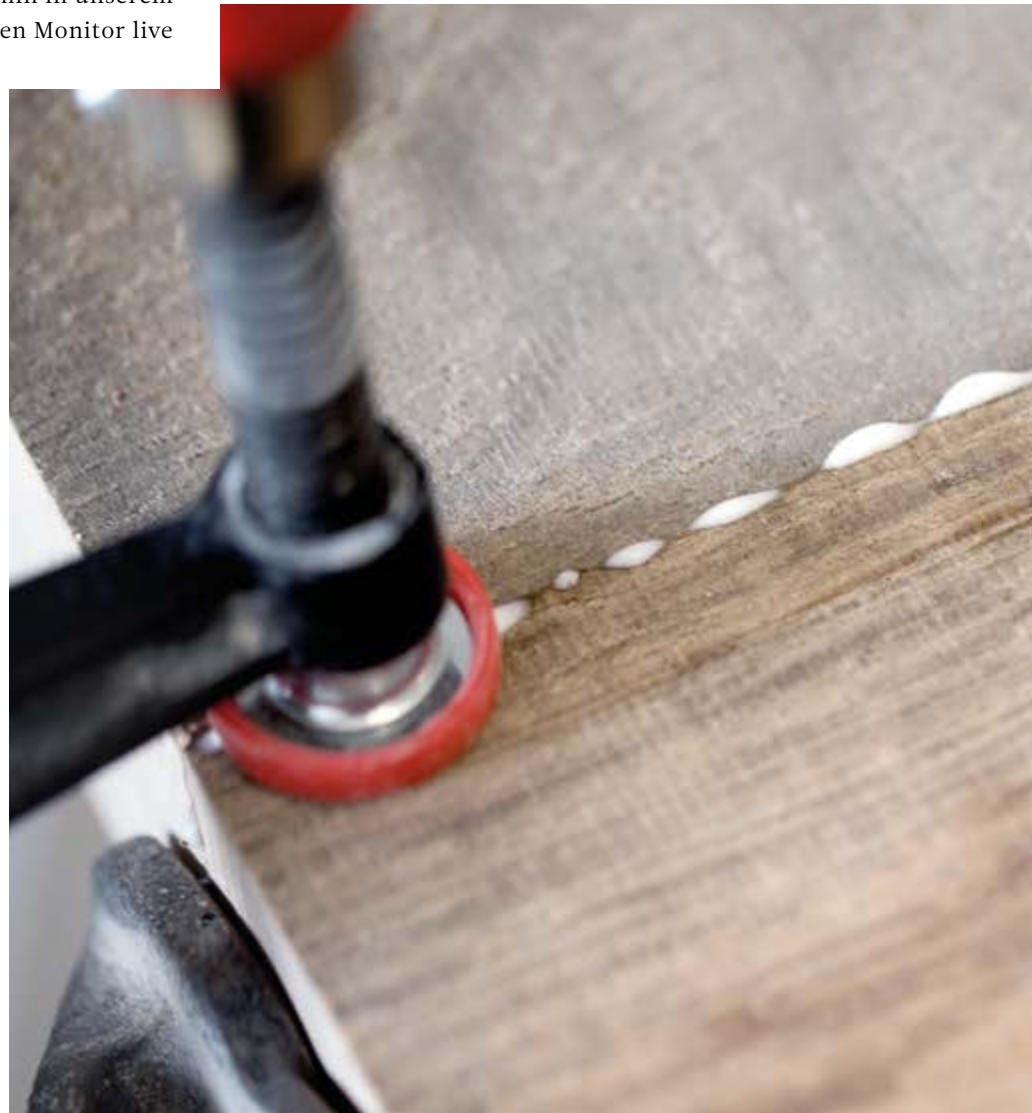
— Wer sich auf den Weg zum Küchenstudio von Asmus Henningsen macht, den führt es weit in den Norden Deutschlands. Sehr weit sogar. Hamburg? Lassen wir meilenweit hinter uns. Kiel? Rechts liegen. Denn das Ziel wartet nicht mal eine Stunde entfernt von der Grenze zu Dänemark: Die Gemeinde Taarstedt. Nur knapp 900 Menschen leben hier – drei davon aktuell auf dem Hof der Familie Henningsen.

Mit einem festen Händedruck begrüßen Asmus Henningsen und seine Frau Dagmar die Besucher in ihrem Küchenstudio, welches viele an diesem Ort ganz sicher nicht erwartet hätten. Und doch finden zahlreiche Kunden Tag für Tag ihren Weg in die Taarstedter Dörpstraat, um sich vom Ehepaar Henningsen beim Küchenkauf beraten zu lassen. Bereits in zehnter Generation führt Asmus Henningsen den Hof, der 1876 erbaut wurde. Heute dienen die ehemaligen Stallungen als Lager, und das Küchenstudio grenzt an das Wohnhaus der Familie Henningsen. „Die Landwirtschaft betreiben wir nur noch als Nebenerwerb“, erklärt Asmus Henningsen, der ebendiese Mischung aus Acker- und Küchenbau als besonders reizvoll empfindet. Als gelernter Elektroinstallateur arbeitete der 56-Jährige zwanzig Jahre lang in einem Küchenstudio im nahegelegenen Schleswig, lernte hier Hæcker Küchen kennen und schätzen. >



„Als wir uns schließlich selbstständig gemacht haben, kam für mich kein anderer Lieferant in Frage“, erinnert sich Henningsen noch gut an die damalige Zeit. Mit seinem eigenen Küchenstudio, welches im Jahr 2000 eröffnet wurde und stets drei aktuelle Ausstellungsküchen ihren Platz finden, erzielte der leidenschaftliche Landwirt schnell erste Erfolge. „Es hat sich einfach rumgesprochen“, lächelt Dagmar Henningsen, die als gelernte Bankkauffrau vor allem einen Blick auf alles Wirtschaftliche wirft. Bis heute hat das Ehepaar in überschaubare Werbemaßnahmen investiert, so baut der Erfolg allein auf Kontakten aus Weiterempfehlungen und natürlich auch über Berufskollegen aus der Landwirtschaft auf. Tagtäglich sind drei eigene Montageteams unterwegs, um die Küchen fachgerecht auszuliefern und aufzubauen; alle zwei Wochen fährt ein LKW aus Rödinghausen vor und füllt das Lager wieder auf.

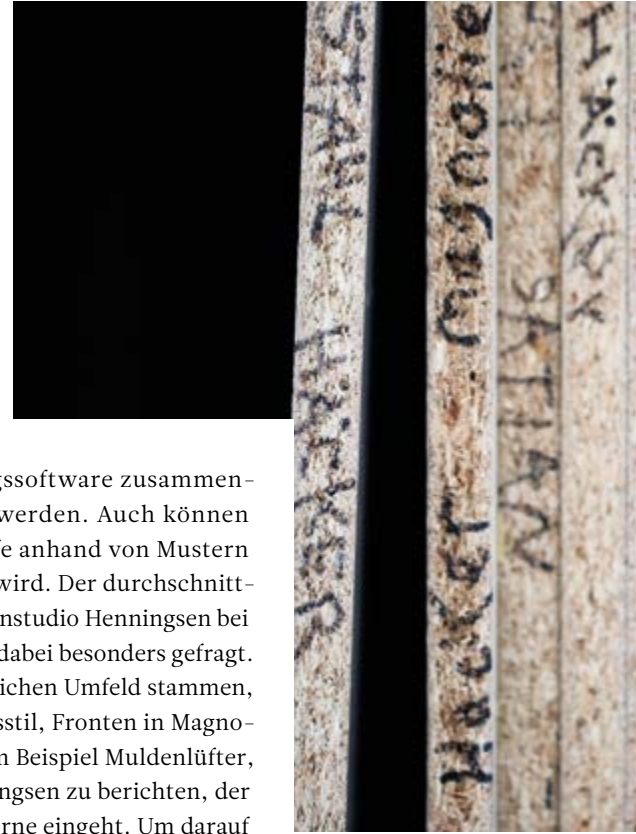
Trotz – oder gerade wegen – der gut gefüllten Auftragsbücher nehmen sich Dagmar und Asmus Henningsen viel Zeit für jeden einzelnen Kunden. „Die Grundlage für jede Planung bildet das Aufmaß, das wir vor Ort selbst aufnehmen“, erklärt Dagmar Henningsen, „erst im Anschluss vereinbaren wir einen Planungstermin in unserem Küchenstudio“. Hier können die Kunden über einen Monitor live



mitverfolgen, wie Schränke in der Planungssoftware zusammen-gerückt, verschoben und neu angeordnet werden. Auch können Frontenoberflächen direkt befühlt und Griffe anhand von Mustern ausgesucht werden, ehe ein Angebot erstellt wird. Der durchschnittliche Verkaufspreis einer Küche liegt im Küchenstudio Henningsen bei 15.000 Euro, Modelle der systemat-Linie sind dabei besonders gefragt. „Da die meisten unserer Kunden aus dem ländlichen Umfeld stammen, sind viele Planungen sehr klassisch: Landhausstil, Fronten in Magnolie oder Weiß. Doch auch aktuelle Trends, zum Beispiel Muldenlüfter, sind zunehmend gefragt“, weiß Asmus Henningsen zu berichten, der auf die Sonderwünsche seiner Kunden sehr gerne eingeht. Um darauf schnell und flexibel reagieren zu können, hat er vor einigen Jahren in eine eigene Kantenmaschine investiert, mit der er beispielsweise Passstücke oder speziell zugeschnittene Arbeitsplatten anfertigen kann.

„Obwohl das Sortiment von Häcker Küchen sehr breit gefächert ist, können individuelle Wünsche nicht immer mit den Standardelementen realisiert werden – dann kommt unser handwerkliches Geschick ins Spiel“, so Asmus Henningsen.

„Auch Sohn Martin, der gerade eine Tischlerlehre absolviert und diese im Sommer erfolgreich abschließen wird, ist im Umgang mit der Maschine bereits versiert. Die Tochter Uta befindet sich derzeit in einem dualen Studium und zeigt Interesse am Vertrieb. Der ältere Bruder Jürgen, der bereits eine Tischlerlehre beendet hat und derzeit an der Fachschule des Möbelhandels in Köln BWL studiert, unterstützt uns in seinen Semesterferien“, so Asmus Henningsen. >





Vielleicht übernehmen die Kinder eines Tages das Küchenstudio – so wünschen es sich Asmus und Dagmar Henningsen, auch wenn der Ruhestand für sie noch in weiter Ferne liegt. Bis es so weit ist, nutzen sie jede Möglichkeit, die partnerschaftliche Verbindung mit Häcker Küchen zu pflegen. So ist der alljährliche Besuch zur Hausmesse in Rödinghausen obligatorisch – und auch auf der imm Cologne haben die beiden Anfang 2017 Halt gemacht, um einen Blick auf die Neuheiten im Sortiment zu werfen und spannende Gespräche zu führen. „Für uns besonders wichtig: Häcker Küchen ist nicht nur zuverlässig, sondern auch innovativ“, fasst Asmus Henningsen die gewonnenen Eindrücke zusammen, „und damit sind sie dem Wettbewerb weit voraus“.

Asmus und Dagmar Henningsen haben die Tierhaltung vor knapp 15 Jahren aufgegeben. Zu groß war die Doppelbelastung, zu fordernd das Hin- und Her zwischen Stall und Küchenstudio. Den 90 Hektar Ackerbau betreiben sie noch heute und bestellen die Felder mit Gerste, Weizen und Raps. „Nicht eine Sekunde lang haben wir diese Entscheidung bereut. Denn Halbherzigkeit ist einfach nichts für uns.“, lächelt Asmus Henningsen, und schwingt sich auf seinen leuchtend-roten Traktor. Ein wahrer Küchen-Bauer eben – mit Leib und Seele. —

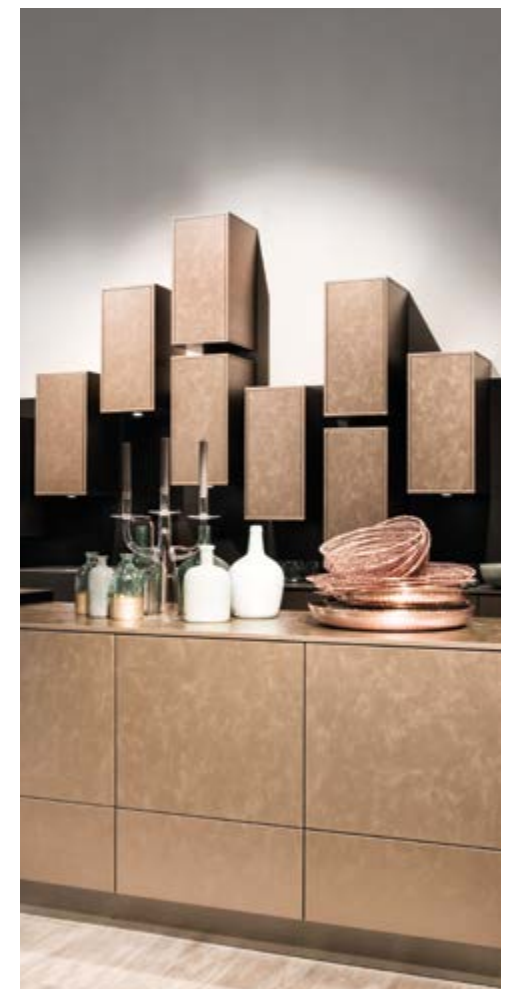


4 ELEMENTE — EIN AUFTRITT





— Aquamarines Blau, erdige Töne, feuriges Gold und Kupfer oder wolkiges Weiß – Farbtöne, die den vier Elementen entsprechen, bestimmten das Bild des Messestandes auf der LivingKitchen in Köln. Vor allem Besucher aus dem In- und dem angrenzenden Ausland strömten auf den großzügig geschnittenen Häcker Messestand und informierten sich hier nicht nur über Neuheiten und Trends, sondern nutzten auch die Zeit, um sich intensiv mit den Häcker Mitarbeitern auszutauschen. „Wir können von einem rundum gelungenen Messeauftritt sprechen. Unser Messestand war ein echter Publikumsmagnet, auch wenn das Publikum insgesamt ruhig noch etwas internationaler hätte sein können“, so Geschäftsführer Markus Sander.



HOFFNUNG OPTIMISMUS PERSPEKTIVE ENGAGEMENT



— Wer sich mit Andreas Koch über das Hilfsprojekt YDP unterhalten will, sollte Zeit mitbringen. „Da ist in den vergangenen 30 Jahren so viel passiert, dass ich selbst aufpassen muss, nicht den Faden zu verlieren“. Dabei ist der Rödinghauser ein Mann der ersten Stunde. Vor 30 Jahren arbeitete er im Rahmen seines landwirtschaftlichen Studiums in Sierra Leone, lernte Land und Leute kennen und erschrak über die geringen Perspektiven, die hier jungen Menschen geboten wurden. „Mir war gemeinsam mit zwei Mitstreitern schnell klar, dass ich hier etwas unternehmen wollte“, so Andreas Koch. So gründete er das YDP, das Youth Development Program, welches sich zur Aufgabe machte, jungen Menschen eine Ausbildung zu bieten. „Es ging und geht uns dabei aber nicht nur um die klassische Berufsausbildung, sondern auch darum, die Persönlichkeiten zu fördern und das Selbstbewusstsein zu stärken“, so Andreas Koch. Der wusste schon damals, dass er alleine ein solches Projekt nicht stemmen konnte. Doch es brauchte nur ein Telegramm an den CVJM Rödinghausen und schon war die Finanzierung der ersten Schritte gesichert. „Wir waren von der Idee, hier in Freetown, in Sierra Leone, jungen Menschen eine Perspektive bieten zu können, sofort beeindruckt“, sagt auch Günther Clausing, der sich ebenso wie Andreas Koch seit 30 Jahren beim CVJM in Rödinghausen engagiert. Doch

die Mittel, die benötigt wurden, um mittlerweile nicht nur Ausbildungen zu ermöglichen, sondern auch eine Schule zu bauen und zu betreiben, stiegen ebenfalls an. „Als wir davon gehört haben, was hier wichtiges geleistet wird, waren wir sofort bereit zu helfen“, erzählt Jochen Finkemeier heute. An dem Projekt begeistern ihn gleich zwei Aspekte. „Für uns ist es wichtig, dass wir uns vor Ort, also regional engagieren. Wir wollen Menschen und Ideen unterstützen, die uns kennen, die wir kennen und die einfach



einen Bezug zu Häcker Küchen und der Region haben“, so Finkemeier. Gleichzeitig faszinierte ihn die Idee, Menschen in einem Land, das immer wieder von Kriegen und Unruhen heimgesucht wurde, Hilfestellung zu geben. „Wenn man auf den Fotos sieht, wie viele Kinder in die Schule des YDP kommen, die sonst gar keine Bildung erfahren würden, dann geht

einem schon das Herz auf“, so der Häcker Küchen Inhaber. Mittlerweile nimmt die so gebaute Schule 120 Schülerinnen und Schüler auf, während in der Schublade schon Pläne für den weiteren Ausbau lagern. „Man darf sich ein solches Bauvorhaben nicht so vorstellen, wie dies in Deutschland möglich ist. Hier kämpfen wir mit Korruption und mit vielen Unwägbarkeiten. Und doch ist es wichtig, dass wir uns hier engagieren und es den vielen Kindern ermöglichen, zur Schule zu gehen“, sagt Andreas Koch. >



Der setzt dabei nicht nur auf Kräfte und Mitstreiter aus Europa. „Viel wichtiger ist es, dass wir den Aspekt der Hilfe zur Selbsthilfe immer wieder in den Vordergrund stellen“, so Koch, der froh ist,

dass er mit seinem Freund Francis einen Mitstreiter gefunden hat, der in Sierra Leone geboren wurde, beim YDP eine Ausbildung absolvierte, in Europa und den USA gelebt und heute die Leitung vor Ort übernommen hat. „Das ist für uns natürlich ein großes Glück. Francis kennt das YDP in und auswendig, er weiß, welche Herausforderungen auf uns in Sierra Leone warten und wie wir die meisten Probleme direkt vor Ort gelöst bekommen“, freut sich Andreas Koch. Er kann heute gleich von zwei Orten berichten, an denen das YDP tätig ist. An dem einen steht die Schule, am anderen können sich junge Menschen in handwerklichen Berufen ausbilden lassen. Damit dies nicht nur theoretisch gelingt, sind die Helfer auch auf Geld- und Sachspenden angewiesen. „Wir sind immer wieder froh, wenn wir ausrangierte Maschinen bekommen können, die hier in Deutschland verschrottet werden müssten. Das wäre ja viel zu schade, weil sie in Afrika immer noch eine sehr gute Basis zum Lernen bieten“, so Andreas Koch, der sich auch hier auf die Hilfe von Häcker Küchen verlassen kann. „Wir gucken nicht nur im eigenen Maschinenpark, was wir abgeben können, wenn bei uns keine

Einsatzmöglichkeit mehr besteht. Gleichzeitig haben wir aber viele Mitarbeiter, die sich auch engagieren und mithelfen, gespendete Maschinen zu untersuchen und zu reparieren, ehe sie auf die Reise nach Westafrika gehen“, so Jochen Finkemeier. Denkbar ist, dieses soziale Engagement in Zukunft weiter auszubauen. „Wir können uns durchaus vorstellen, dass Mitarbeiter von uns nach Sierra Leone reisen, um dort vor Ort mit anzufassen“ sagt Jochen Finkemeier. Und vielleicht reicht ja auch schon der große Bekanntheitsgrad von Häcker Küchen dafür, dass dem YDP noch mehr geholfen werden kann. „Wir suchen aktuell Menschen, die uns bei der Einrichtung eines Ausbildungszweiges rund um das Thema Windkraft- und Solaranlagen helfen können“, so Andreas Koch. Derzeit lotet das YDP Perspektiven aus, um organische Abfälle und Plastikmüll zu recyceln, die in Sierra Leone ein erhebliches Problem darstellen. Auch hier bestehen noch Lücken im Etat. Koch setzt auch weiterhin auf das, was von Anfang an die Triebfeder in dem Projekt ist: Hoffnung. „Wir haben uns von Beginn an ‚HOPE‘ auf unsere Fahnen geschrieben. Weil wir davon überzeugt sind, dass wir mit Beharrlichkeit und Kontinuität hier in Sierra Leone einen wichtigen und nachhaltigen Beitrag leisten können“. Alles Werte, mit denen sich Häcker Küchen sehr gut identifizieren kann. „Auch wir setzen nicht auf hektische Aktionen, sondern ein wohlüberlegtes Agieren. Wenn wir eine solche gute Sache unterstützen können, dann tun wir das sehr gerne“, so Jochen Finkemeier. —



Unterstützen auch Sie den YDP Sierra Leone:

Kontakt:

Andreas Koch

Tel.: +491713870808

E-mail: ydpst87@t-online.de

Spendenkonto:

CVJM Rödinghausen e.V.

DE93 4949 0070 0420 8247 00

Volksbank Bad Oeynhausen Herford,

Stichwort „YDP“

40 JAHRE QUALITÄT

Familie Sluiter trennt sich nur schweren Herzens von ihrer Küche. 40 Jahre hat sie ihren Dienst verrichtet, klaglos und problemlos.

— Echte Probleme habe es mit der Häcker Küche, für die noch die Originalrechnung vorliegt und sogar das Prospektmaterial von damals aufbewahrt wurde, nie gegeben. Gut, nach rund 30 Jahren sei die Arbeitsplatte an einer Stelle ein wenig aufgequollen, habe der Herd erneuert werden müssen, weil die Backfunktion nicht mehr funktionierte. Sonst aber befindet sich die dunkelbraune Küche der Sluiters in einem Zustand, der dafür sorgt, dass sie nicht einfach entsorgt wird. Mitarbeiter von Häcker Küchen wur-

den auf dieses „Schätzchen“ aufmerksam und bauten bei der Familie am Niederrhein behutsam ab, was schon bald in Rödinghausen gezeigt wird. Die gesamte Küche mitsamt dem funktionsfähigen Kühlschrank, der 40 Jahre lang gekühlt und gefroren hat, wurde abgebaut, transportsicher verpackt und wird bald schon in der Ausstellung in Rödinghausen zu sehen sein. Während hier also auf Geschichte, Tradition und Nostalgie >





gesetzt wird, haben sich die Sluiters für den entgegengesetzten Weg entschieden. Bei ihnen wird erst einmal das Erdgeschoss renoviert. Wände werden versetzt, größere Räume geschaffen, sodass auch eine offene Wohnküche entsteht. Die soll natürlich wieder mit einer Häcker Küche ausgestattet werden, auch wenn die Sluiters noch ein wenig skeptisch sind, ob diese „wohl auch wieder 40 Jahre halten wird“, erzählt das Ehepaar schmunzelnd.

Wie die neue Küche aussieht, welche Verwendung für das alte Exemplar in Rödinghausen gefunden wurde, erfahren Sie in der WORK No. 11. Parallel dazu suchen wir noch mehr Endkunden, die sich fotografisch über die Schulter schauen lassen, wenn sie ein echtes Schätzchen gegen eine neue Häcker Küche tauschen. Schicken Sie uns eine E-Mail an marketing@haecker-kuechen.de mit dem Stichwort Neu-gegen-Alt, wenn Sie uns bei dieser Aktion helfen können.



Wie die neue Küche aussieht, welche Verwendung für das alte Exemplar in Rödinghausen gefunden wurde, erfahren Sie in der WORK No. 11.



Das erwartet Sie in Ausgabe No. 11

Trend



Ständig auf der Suche

Welche Farben könnten es sein, die heute noch niemand kennt und morgen in aller Munde sind? Welche Oberfläche wird in ein oder zwei Jahren begeistern und welche Trends aus ganz anderen Branchen finden sich schon bald in der Küchenwelt? All das sind Fragen, mit denen sich die Produktentwicklung bei Häcker Küchen beschäftigt. „Im Schnitt sind wir unserer Zeit rund zwei Jahre voraus“, sagt Michael Dittberner, Leiter der Produktentwicklung. Wie er mit seinem Team arbeitet, wie es möglich ist, immer wieder die neuesten Entwicklungen von normalen Trends zu unterscheiden, lesen Sie in unserer kommenden WORK-Ausgabe.

Messen



Unterwegs in Europa

Es sind nicht nur die Messen in Mailand, Köln und Rödinghausen, auf denen Häcker Küchen seine Neuheiten präsentiert und den intensiven Kontakt zu seinen Kunden sucht. Auch in Lyon und Salzburg werden großzügige Messestände aufgebaut, die speziell auf die Anforderungen der Länder ausgerichtet sind. Sie sind vor allem eine wunderbare Gelegenheit, um den Austausch mit den Händlern vor Ort noch weiter zu intensivieren. Wir haben die beiden Messen sadec und Küchenwohntrends besucht und berichten über die Ereignisse in Frankreich und Österreich und geben einen ersten Ausblick auf die Hausmesse in Rödinghausen.



SPRING IS COMING SOON

Unsere Frühjahrsaktion 2017
steht vor der Tür.

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

www.haecker-kuechen.de

Konzeption, Text, Foto und Layout:

www.hoch5.com | info@hoch5.com

Gedruckt in Deutschland:

April 2017

