

WORK

kitchen. stories. N°11



Häcker
kitchen.germanMade.

WILLKOMMEN ZU HAUSE



16.–22.09.2017

Doors Open: 8.30 h

Doors Closed: 19.30 h

Get Together: 18.00–23.00 h*

*16.–21.09.

Häcker
kitchen.germanMade.

BLAUPUNKT



Sehr geehrte Leserin,
sehr geehrter Leser,

in unserem Hause ist es in diesen Tagen ein wenig lauter als gewohnt geworden. Handwerker gehen ein und aus, Gerüste werden auf- und wieder abgebaut, der donnernde Sound des Presslufthammers dröhnt durch unser Gebäude. Eigentlich würde man sagen, wie jedes Jahr kurz vor der Hausmesse. Doch in diesem Jahr ist vieles anders.

Selten haben wir so viele Wände versetzt, Decken und Böden herausgerissen und buchstäblich keinen Stein auf dem anderen gelassen. Es ist der größte und umfangreichste Umbau in der Geschichte von Häcker Küchen. Alles, aber wirklich alles ist neu. Selbst unsere Küchen werden in einer anderen Art und Weise glänzen. Wenn Sie diese WORK-Ausgabe aufmerksam lesen, dann entdecken Sie schon einige Visualisierungen, die wir Ihnen bezüglich der neuen Hausausstellung zeigen werden. Aber erst einmal sei nur so viel

verraten: Es hat sich selten so sehr gelohnt wie in diesem Jahr, zu uns nach Rödinghausen zu kommen. Auf den kommenden Seiten erfahren Sie, wie wir in unsere – und damit auch in Ihre – Zukunft investieren. Wie neben unserem bestehenden Verwaltungsgebäude zusätzlich ein ähnlich großes, neues Gebäude entsteht und was sich damit alles verändert. Bei all diesem Wachstum und bei all den baulichen Strukturen können Sie sich aber sicher sein: Wir bleiben, was wir schon immer für Sie waren. Ein bodenständiges, zukunftsorientiertes Familienunternehmen, welches auf Qualität, Innovation und vor allem auf die enge Bindung zu seinen Händlern bzw. seinen Geschäftspartnern setzt. Ein wichtiger Kommunikationsweg dabei ist unser WORK-Magazin. Nutzen Sie es, wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre.

Jochen Finkemeier & Markus Sander

Inhalt

03

Vorwort

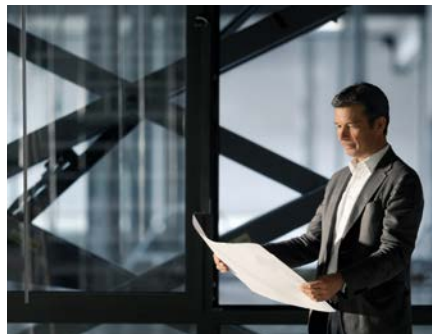
54

Vorschau

56

Impressum

Intern



06

Der Ausbau

Baukräne flankieren aktuell das Gelände rund um die Verwaltung. Zusätzliche Ausstellungsflächen, ein neuer Cateringbereich, ein größerer Campus und 300 neue Büroarbeitsplätze entstehen bei Häcker in Rödinghausen.

28

Salzburg erleben

Die Messe *Küchenwohntrends* in Salzburg überzeugte wieder mit viel Charme und Herzlichkeit. Welche Perspektiven hat die Messe aufgezeigt, wie ist der österreichische Markt sowie Süddeutschland einzuschätzen und welche Chancen tun sich auf?

34

Rückblick auf die Messe Lyon

Wenn eine Nationalität Wert auf gutes Essen legt, dann sind es die Franzosen. Ein Besuch auf der Messe in Lyon.

Handel

20

Hausausstellung 2017

Kaum ein Stein ist auf dem anderen geblieben, selbst der Granitfußboden musste größtenteils weichen. Ein erster, neugieriger Blick in die Häcker Hausausstellung 2017.



40

Alt gegen Neu

Kaum vorstellbar, was aus der 40 Jahre alten Apollo Küche geworden ist, die wir Ihnen in Ausgabe No.10 vorgestellt haben.



48

Im Herzen Russlands

Drei Küchen – eine exklusiver als die andere – finden sich im neuen Häcker-Showroom, welcher nun mitten im Zentrum Moskaus eröffnet werden konnte.

Partner



14

Spürbarer Beton

Als Dekor gibt es ihn schon eine ganze Weile. Doch jetzt zieht auch der echte Streichbeton in das Portfolio der Häcker Fronten ein. Wie aufwendig die Suche und die Umsetzung für die Abteilung der Produktentwicklung war, zeigt sich hier.

44

Besuch aus Kroatien

Längst sind die Gäste im Blaupunkt-Schulungszentrum international und erfahren nicht nur alles rund um die Hausgeräte-Marke, sondern schlemmen auch gern gemeinsam.



46

Blaupunkt Gerätenews

Zu viel sei noch nicht verraten. Und doch gewähren die Produktentwickler einen ersten, feinen Einblick in das neue Portfolio, welches in der Häcker Hausausstellung 2017 in komplett neuer Umgebung vorgestellt wird.

Wissenswertes

24

Ruhestand

Zwei Mitarbeiter, die das Unternehmen über rund 40 Jahre hinweg begleiteten und prägten, verabschieden sich in den Ruhestand.

38

Nachgefragt

Was bewegt den Kunden, was erwartet er, was wird positiv, was eher kritisch bewertet? In der aktuellen Kundebefragung standen zu Beginn viele Fragen. Und am Ende aufschlussreiche Antworten.



52

Work & Travel Moskau

Das Angebot an Hotels, Bars, Restaurants und Sehenswürdigkeiten ist in Moskau schier unermesslich. Wer kann und will da schon den Überblick behalten? Wir sind Ihnen vorausgereist und bringen die besten Tipps für eine Metropole mit, die sich stetig im Wandel befindet.

Titelbild



01

Von wegen Dekor

Es ist keine optische Täuschung – sondern echter Beton, der als Material für die neue AV 7000 verwendet wird. Mit der Einführung von Echtbetonfronten und Arbeitsplatten ist Häcker ein Vorreiter und löst das bisherige Imitat ab. Durch den Einsatz von echtem Beton auf MDF-Trägerplatten ist jede Front und jede Wange ein echtes Unikat, welches urbaner nicht sein könnte. Mehr über die Herstellung der Front erfahren Sie auf Seite 12.

DEN PLAN IM BLICK





Erst der Blick aus der Vogelperspektive offenbart, wie groß das aktuelle Bauvorhaben tatsächlich ist. Baukräne, Gerüste, schwere Betonplatten und jede Menge an Eisenstahl werden von den Bauarbeitern täglich bewegt. Noch fehlen in dem dreistöckigen Gebäude Fassaden und Fenster. „Aber wir befinden uns absolut im Zeitplan“, sagt Häcker Küchen-Inhaber Jochen Finkemeier und rechnet vor, wie sich der Bau entwickeln soll. Aufgeteilt in mehrere Bauabschnitte gehe es darum, Anfang 2018 die zusätzlichen 1.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche fertigzustellen. Ihr angeschlossen sind Büros, Schulungs- und Lagerräume. Im Februar soll dann der Campus eröffnet werden, hier finden zukünftig verschiedenste Händler-Schulungen statt. „Ein Thema, dem wir immer mehr Bedeutung zumessen. Hier haben wir nun die räumlichen Möglichkeiten geschaffen, um in perfekter Atmosphäre unseren Kunden alles rund um Häcker mit an die Hand geben zu können“, so Jochen Finkemeier. Auch ein neuer Ort für die Bewirtung der Gäste und die Verköstigung der eigenen Mitarbeiter ist für 2018 geplant. Es wird eine Businesslounge für die Gäste geben, eine große Kantine schließt sich an und wird nun für deutlich mehr Mitarbeiter als bisher ausgelegt sein. „Wir haben in den vergangenen Monaten viele Kolleginnen und Kollegen der Verwaltung in angemieteten Gebäuden außerhalb von Rödinghausen unterbringen müssen. Grundsätzlich sind wir aber davon überzeugt, dass es wichtig ist, an einem Standort zu arbeiten, sich auszutauschen und ein Wir-Gefühl zu entwickeln“, unterstreicht Jochen Finkemeier. So werden im zweiten Bauabschnitt rund 300 Büroarbeitsplätze im neuen Panorama II Gebäude entstehen. >

„Wir wollten mit dem Anbau eine echte Erweiterung schaffen, die am Ende optisch zu einem Ganzen verschmilzt“, so der Unternehmensinhaber.

„Grundsätzlich sind wir der Überzeugung, dass wir mit unseren aktuell rund 3.000 Quadratmetern schon eine sehr attraktive und großzügig geschnittene Ausstellungsfläche anbieten und bespielen können“, sagt Jochen Finkemeier. Jetzt gelte es, für die Hausmesse 2018 die Produktneuheiten ins beste Licht zu rücken und die Attraktivität noch weiter zu steigern. „Hier befinden wir uns in konkreten Planungen, arbeiten aktuell also gleich an zwei Ausstellungen. Unsere Kunden werden die attraktiv gestalteten Ausstellungsflächen begeistert aufnehmen – davon sind wir fest überzeugt.“

In den Etagen über der Ausstellung wird vor allem der Vertriebsinnendienst die sehr modern und offen gestalteten Büroräume beziehen. Zusätzliche Kommunikationsflächen sollen dafür sorgen, dass die Häcker Mitarbeiter hier die Chance nutzen, sich auszutauschen. Dabei ist, so Jochen Finkemeier, „mit Luft gebaut worden.“ Sprich: Noch ist nicht jedes Büro besetzt und das voraussichtliche Wachstum ist auch hier im Neubau bereits mit eingeplant.

Parkplätze wurden mit der Erhöhung der Mitarbeiterzahl zunehmend Mangelware bei Häcker. „Manch ein Besucher hatte in den vergangenen Monaten schon mal Schwierigkeiten, nah an unserer Ausstellung zu parken. Das wollen und werden wir jetzt ändern“, >



»Ab 2018 bieten wir viele neue Möglichkeiten für uns und unsere Gäste. Darauf freuen wir uns jetzt schon.«

so Jochen Finkemeier. 250 neue Stellplätze sind hinter der Bahnlinie entstanden und mit einer futuristisch wirkenden Brücke mit dem Firmengelände verbunden. Auch die Zahl der LKW mit Häcker Küchen-Schriftzug nimmt stetig zu. Damit auch sie perfekt parken können, entstehen nördlich des neuen Gebäudes weitere, großzügig bemessene Parkflächen.

Wie lange all diese Erweiterungen ausreichend sind, ist ungewiss. „Grundsätzlich haben wir mit gut zehn Jahren geplant – aber bei den heutigen Entwicklungen am Markt ist das schon ein sehr großer, kaum zu überblickender Zeitraum. Wir sind erst einmal froh, dass wir unsere Mitarbeiter wieder zurück zu uns nach Rödinghausen holen können, dass wir uns räumlich Luft geschaffen haben. Und auch die deutlich gewachsene Ausstellungsfläche, der Catering- und Schulungsbereich bieten ab 2018 viele neue Möglichkeiten für uns und unsere Gäste. Darauf freuen wir uns jetzt schon.“ —



HART WIE BETON

— Vom lauten, piependen Warnton begleitet, schwebt die rote Lore durch die Luft, ehe sie kurz anhält und sich flüssiger Beton in eine große Form ergießt. Männer in grau-blauen Latzhosen, streichen mit überdimensionalen Wischern über die graue Oberfläche und produzieren so die nächste Betonwand, die Stunden später draußen auf dem Hof austrocknen wird. „Das ist genau das, was wir als Motiv gesucht haben“, sagt Michael Dittberner, Leiter Produktentwicklung und Produktmanagement bei Häcker Küchen. Für ihn und sein Team sind dies längst keine ungewöhnlichen Orte mehr. Wer Trends nicht verfolgen, sondern aufspüren möchte, der muss unbekannte Wege gehen, muss sich Materialien aus ganz unterschiedlichen und möglichst neuen Blickwinkeln nähern. So wie beim Echtbeton, der auf der kommenden Hausmesse erstmals als Programm AV 7000 in den Farbtönen natur und dunkel vorgestellt wird. „Das Thema Beton ist derzeit aktuell, wird aber im Volumengeschäft durch Dekordrucke realisiert. Wir gehen jetzt noch einen anderen Weg und präsentieren eine Echtbetonfront“, so Dittberner, der gemeinsam mit seiner Kollegin Anna Schmidt in das benachbarte Betonwerk gefahren ist. Schmidt ist Ingenieurin für Holztechnik mit dem Schwerpunkt Produkt- und Designmanagement; vor allem aber eins: neugierig. So fahren und fliegen die Mitarbeitenden dieser Abteilung zu den wichtigsten Messen, tauschen sich mit Kunden und Lieferanten aus, schauen sich aber auch bei Pinterest, Instagram oder Houzz um, „immer auf der Suche nach etwas Neuem, nach Materialien und Designs, die in unser Portfolio passen“, so Dittberner. Ist eine solche Neuheit gefunden, geht es darum, die Machbarkeit zu überprüfen, das Ganze visuell und konzeptionell aufzubereiten, ehe es dem Entscheiderkreis vorgestellt wird.

„Da wird dann häufig kontrovers diskutiert – und genau das ist richtig und wichtig. Denn was wirklich Trend wird und was nicht, lässt sich selten auf den ersten Blick entscheiden. Viele Faktoren spielen dann bei der endgültigen Entscheidung eine Rolle. Etwa, welcher Lieferant was liefern kann, wie Fertigungsprozesse eingebunden werden können oder das womöglich neue Produkt in die Unternehmens- und Produktstrategie passt.“ Beim Thema Echtbeton war die Entscheidung eine, die schnell gefällt wurde. Der Beton besteht aus natürlichen Quarzsanden, Portlandzement und Wasser, die Oberfläche ist glatt und mit kleinen Lufteinschlüssen (Lunker), die sich als Vertiefungen zeigen, durchsetzt. „Bei der Herstellung werden natürlich entstandene Materialien eingesetzt. Minimale Unregelmäßigkeiten in Farbe und Struktur sind nicht beeinflussbar und sogar gewollt. So ist jede Front, jede Wange und jede Arbeitsplatte ein Unikat und damit absolut authentisch“, erklärte Dittberner erst den weiteren Entscheidern, dann den Kunden bei der Erstvorstellung. Auch das gehört zur Aufgabe der Produktentwickler und der Produktmanager: Die Neuheiten vorzustellen, sie einzuordnen in das Gesamtportfolio. >



Der Vergleich mit dem Original zeigt keine Unterschiede. Michael Dittberner (r.) und Anna Schmidt begutachten in einem Betonwerk ihre neuen Echtbetonfronten.





Das spannendste an der Arbeit bleibt aber das Suchen, das Aufstöbern. Überall auf der Welt werden die Märkte, die Designs, die Strömungen und Tendenzen beobachtet. Ein Netzwerk aus Designern und Architekten hilft dabei, nichts zu verpassen und möglichst immer der Erste zu sein. Mit einem Vorlauf von gut 18 Monaten wird hier gesichtet und wieder verworfen, werden technische Entwicklungen begleitet und sich immer wieder gefragt: Passt das zu uns? Genügt das den Ansprüchen unserer Kunden? Können wir damit eine der wenigen Sortimentslücken schließen? Aber der Weg kann auch ein umgekehrter sein. „Wir überprüfen auch, was sich überlebt hat, welche Farben oder Materialien nicht mehr gefragt sind“, erklärt Anna Schmidt. Ein wohlgehütetes Dokument ist dabei die Statistik der Fronten und Farben, die sich gut verkaufen – und welche in der Gunst der Händler und Käufer soweit gefallen sind, dass sie aussortiert werden müssen. Damit sitzt Dittberner und seinem fünfköpfigen Team die Zeit im Nacken. Bereits im Oktober, direkt nach der Hausmesse, beginnt der neue Zyklus. Als Suchender, als Ansprechpartner, Schnittstelle und Moderator zugleich. Immer auf der Suche nach dem Trend, immer die Mitbewerber beobachtend. Es sei eine herausfordernde und spannende Tätigkeit zugleich, sagen die beiden, als sie direkt an der großen Platte stehen, an der riesige Betonstücke für den Straßen- und Kanalbau hergestellt werden. Ein paar Tage später halten sie die ersten, streng geheimen Musterfronten in den Händen, Wochen später schon diskutieren sie mit Lieferanten, zurren gemeinsam mit anderen Fachbereichen des Unternehmens die Standards fest und zeigen bereits im Sommer den ersten Gästen, was da bald schon für Aufsehen sorgen wird. Auf der Hausmesse? „Ist unsere Arbeit längst getan. Da können wir entspannt Gäste durch die Ausstellung führen und die Ergebnisse unserer Arbeit vorstellen. Gedanklich aber sind wir da schon sehr viel weiter – so ungefähr im Jahr 2019“, sagt Dittberner und muss selbst ein wenig schmunzeln. Zeit ist ein Faktor, der in der Produktentwicklung außergewöhnliche Formen angenommen hat. —————

WILLKOMMEN ZU HAUSE

— *Willkommen zu Hause* – so lautet das Motto unserer diesjährigen Hausmesse. Küchen stehen auch weiterhin im Zentrum der Ausstellung, doch die Welt des Kochens und Zusammenlebens ist längst eine geworden, die sich nicht mehr in engen Kojen abbilden lässt. Großzügig gezeichnet und doch heimelig interpretiert schafft die neue Hausausstellung das, was sich jeder für sein eigenes Zuhause wünscht: Eine Welt, in der man sich wohlfühlt, die dem Auge schmeichelt und das Gefühl von Geborgenheit bietet.

— Ein Gewächshaus in einer Küchenausstellung? Was auf den ersten Blick überrascht, ist beim zweiten Hinschauen naheliegend. Was hier wächst, passt doch perfekt in die Küchenwelt. Und wenn man diesen Ort sogar zur Kommunikation nutzen kann, wenn überall in der Ausstellung Räume und Sitzmöglichkeiten zum Austausch einladen, dann wandelt sich die Hausmesse weg vom reinen Anschauen hin zum echten Erleben.





— Die Marke Blaupunkt ist auch heute noch mit der Zeit der Autoradios fest verbunden. Was liegt also näher, als die Präsentation der neuen Blaupunkt Küchen-Einbaugeräte in einer Werkstatt zu zeigen? Hebebühne und Sportwagen inklusive!



— Wie hat sich das Thema Küchendesign in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten entwickelt? Wer über eine solch lange Tradition wie Häcker Küchen verfügt, der sollte trotz all der Zukunftsausrichtung auch mal nach hinten schauen. Und so seinen Gästen einen Besuch in der Küchenhistorie ermöglichen.



— Einfach mal die Tür schließen, sich zurückziehen, am Kaminfeuer besprechen, was nicht die große Runde machen soll? Auch das ist zukünftig in der Ausstellung möglich. In einem Ambiente, welches an alles erinnert – nur nicht an eine Küchen-Hausmesse. Wir haben unsere Ausstellung zu einer Erlebnisfläche gemacht, in der wir Sie herzlich empfangen möchten – WILLKOMMEN ZU HAUSE!





70 JAHRE Erfahrung

— „Das Wort Langeweile? Haben wir in all den Jahren nie kennengelernt“, sagen Volker Sundermeier und Rainer Wegner. Beide sind sich allerdings sicher, dass Langeweile auch in den kommenden Wochen nicht auftreten wird – auch wenn sich dann beide im wohlverdienten Ruhestand befinden. „Am 14. Juli ist für uns Schluss“, sagt Volker Sundermeier, der stolze 35 Jahre lang bei Häcker Küchen arbeitete. „Ich habe in einer Stellenanzeige in der Zeitung davon erfahren, dass hier ein Buchhalter gesucht wurde. Das hat mich interessiert und so habe ich mich beworben“, so Sundermeier. Damals war „Häcker Küchen noch ein 100 Mitarbeiter starker Industriebetrieb, echte Betriebsstrukturen gab es da nur wenige“, erzählt der 60-Jährige heute. So half er mit, genau diese kaufmännischen Strukturen aufzubauen, gründete die Lohnbuchhaltung, die EDV, die IT mit eigener Softwareentwicklung und eigenem Servicebereich. Häcker Küchen wurde so zum einzigen Küchenhersteller mit eigenem, selbst entwickelten ERP-System und steigerte dadurch Flexibilität und Realisierungsgeschwindigkeit deutlich. „In meiner langen Zeit bei Häcker Küchen habe ich tatsächlich zehn IT-Umstellungen mitgemacht. Das zeigt ja, wie innovativ wir hier unterwegs sind“, sagt Volker Sundermeier. Auch das Forderungs- und Kreditmanagement führte Sundermeier als Mitglied der Geschäftsleitung ein. „Hier konnte ich einige Händler auch in schwierigen Zeiten begleiten und mit ihnen gemeinsam Wege finden, die Probleme zu lösen“, so Sundermeier. >

*Letzter Arbeitstag am Schreibtisch:
Volker Sundermeier verantwortete über 35 Jahre
die Verwaltung von diesem Platz aus.*

300 kaufmännische Angestellte wurden in diesem Zeitraum in den von Sundermeier geleiteten Abteilungen ausgebildet, eine Aufgabe, „die mir sehr viel Freude bereitet hat“, so der Vater von zwei erwachsenen Kindern. Sein Hobby soll nun den Takt des Ruhestandes bestimmen. „Ich habe mir vor Jahren ein Bauernhaus auf einem 20.000 Quadratmeter großen Grundstück gekauft“, erzählt der Ruheständler. Der Restaurierung und dem großen Garten will sich Volker Sundermeier jetzt intensiv widmen. Ein weiteres Hobby – das Radfahren – teilt er mit Rainer Wegner. Der 66-Jährige trat auch vor genau 35 Jahren in den Betrieb ein und kümmerte sich bis Mitte Juli verantwortungsvoll um die Tourenplanung. 300 LKW-Touren befinden sich dabei nicht nur in der EDV, sondern auch im Kopf von Rainer Wegner. „Wenn man so etwas von klein an aufgebaut hat, dann weiß man immer, wo welcher LKW gerade ist.“ Selbst mitgefahren ist Wegner erstaunlicherweise nie. „Manchmal habe ich mich geärgert, dass ich keinen LKW-Führerschein gemacht habe. Dann hat es mich wieder gefreut – denn sonst hätte ich wohl manches Mal einspringen müssen“, so der Leiter der Tourenplanung. Der ist auch heute noch stolz darauf, dass Häcker Küchen über einen eigenen Fuhrpark verfügt. „Damit sind wir deutlich flexibler. Gleichzeitig entsteht eine Bindung zwischen Fahrern und Kunden, die wir und die Kunden sehr schätzen.“

Nun werden Rainer Wegner und Volker Sundermeier erst einmal gemeinsame Radtouren planen. Zusammen verabschiedeten sie sich von ihren Kollegen, „auch wenn man sich noch nicht so richtig vorstellen kann, wie es sich anfühlt, hier morgens nicht mehr herzufahren“, sagt Volker Sundermeier dann doch ein wenig wehmütig. Aber die passende Zeit sei gekommen, „und jetzt lassen wir beide uns einfach darauf ein, doch einmal das Wort Langeweile kennenzulernen.“

Jede Tour, die die rund 90 LKW der Häcker-Flotte zurücklegen, hat Rainer Wegner im Kopf. Selbst mitgefahren ist er in 35 Jahren nie.



Hochgefühl am Alpenrand

— Gisela Rehm (Leitung Marketing) und Marcus Roth (Geschäftsleiter Vertrieb D/AT) ziehen nach Salzburg-Messe ‚Küchenwohntrends‘ positives Resümee.

Sehr geehrte Frau Rehm, sehr geehrter Herr Roth, die Messe in Salzburg liegt nun ein paar Tage hinter uns, wie fällt Ihr Fazit aus?

M. Roth: Da darf man ruhig von einem sehr positiven Fazit sprechen.

G. Rehm: Wir haben uns hier auf einem rund 250 Quadratmeter großen Stand mit fünf Küchen präsentiert, die direkt auf den Markt in Österreich zugeschnitten waren. Der Messestand lehnte sich im Look an den von der IMM in Köln an, war aber etwas kleiner, gemütlicher, irgendwie heimeliger. Das ist bei unseren Gästen sehr gut angekommen.

M. Roth: Durchweg positiv wurde auch bewertet, dass wir unsere Kollegen aus dem Vertrieb vor Ort hatten. Unterstützend dazu sind zusätzlich noch Kollegen aus der Sachbearbeitung und dem Kundendienst mit nach Salzburg gereist. Ein absolutes Novum war, dass wir unseren Product-Pilot auch auf der Messe durch einen eigenen Mitarbeiter vorgestellt hatten – dies wurde von unseren Kunden begeistert aufgenommen. >



Wenn Sie sagen, dass Sie die gezeigten Küchen auf den Markt in Österreich zugeschnitten haben, was heißt das genau? Was ist hier gerade „en vogue“, wo liegen die Unterschiede zum deutschen Markt?

M. Roth: Sie unterscheiden sich nicht von der Planung, aber in der Materialität. So ist in Salzburg beispielsweise die systemat-Küche mit Schichtstoff sehr gut angekommen. Wir haben unsere fünf Ausstellungsküchen in sehr angenehmen, harmonischen Farbkombinationen gezeigt, haben viel Holz und moderne, dunkle Farbtöne präsentiert. G. Rehm: Hier durften die Küchen zwar modern, aber nicht zu cool wirken. Gleichzeitig haben wir mit dem Modell *Uno* in anthrazit und der *Comet* Küche in Spachtelbeton auch zwei absolute Neuheiten gezeigt – die wirklich begeistert haben.

M. Roth: Beide kamen so gut an, dass gleich viele Fragen rund um die Themen Platzierungen von Musterküchen und Lieferzeiten aufkamen. Auch hier waren wir sehr gut aufgestellt und konnten die ersten Mustertüren direkt eine Woche nach der Messe auf den Weg zu den interessierten Händlern bringen.

Sie waren nun das zweite Mal als Aussteller auf der Messe Küchenwohntrends in Salzburg. Wie war Ihr Gesamteindruck von der Veranstaltung?

M. Roth: Ich hatte und habe das Gefühl, dass die Messegesellschaft einen sehr guten Job bei der Besucherfrequenz und der Außendarstellung gemacht hat. Die namhaften deutschen Hersteller und die Einkaufsverbände aus Österreich waren alle da,

dazu kamen hochwertige Umfeldmöbler und die Produzenten der Elektrogeräteindustrie, die ebenfalls komplett waren. So ergab sich für den Besucher ein sehr attraktives Messebild. Was allerdings erstaunlich war, ist, dass kein einziger österreichischer Produzent hier ausgestellt hat. Wieso sie diese Leuchtturmmesse für den Markt nicht genutzt haben, bleibt mir unerklärlich – für uns aber war das bestimmt ein Vorteil, den wir genutzt haben.

Lässt sich dieser Nutzen genauer beziffern?

M. Roth: Zu viel wollen wir natürlich nicht verraten (*lacht*). Aber wir konnten einen Großteil unserer Händler treffen und mit ihnen ausführliche Gespräche führen. Dazu kamen viele Neukontakte, die wir nun auswerten.

Handelt es sich bei der Messe in Salzburg eigentlich wirklich um eine Messe ausschließlich für den österreichischen Markt? Die Grenze ist ja sehr nah, nutzen da nicht die Händler aus Süddeutschland die Möglichkeit, sich hier zu informieren?

M. Roth: Doch, das tun sie. Deshalb hatten wir auch einige Vertriebskollegen aus Deutschland mit auf dem Stand. Bis aus Nürnberg kommen die Händler nach Salzburg, das ist ja keine wirklich große Distanz – da ist Rödinghausen deutlich weiter entfernt.

Können Sie zum jetzigen Zeitpunkt schon sagen, ob Sie in zwei Jahren wiederkommen?

M. Roth: Bei dem diesjährigen Erfolg würde ich heute schon sagen, dass wir in zwei >





Jahren wieder mit dabei sind. Wir haben aktuell eine richtig gute Performance in Österreich – und das liegt auch daran, dass wir uns hier aktiv präsentieren. Natürlich ist uns daran gelegen, dass wir all unsere Händler zu uns nach Rödinghausen bekommen, dass wir ihnen vor Ort während der Hausmesse unsere Neuheiten präsentieren. Aber wir müssen auch akzeptieren, dass viele Österreicher ihre Entscheidung in Salzburg treffen. Und darauf reagieren wir dann gerne mit einem regionalen Messeauftritt. Österreich haben wir als wichtigen Zielmarkt ins Auge gefasst, also sollten wir dann auch zukünftig diese Leuchtturmmesse begleiten.

Wenn Sie mit der Entwicklung im Küchenmöbelbereich sehr zufrieden sind, wie steht es dann mit dem Thema Blaupunkt in Österreich?

G. Rehm: Auch hier können wir von einer sehr guten Entwicklung sprechen. Wir vermarkten immer häufiger Küche und Gerät. Sehr gut angekommen ist in Salzburg auch das Thema Muldenlüfter (Kochfeld mit integriertem Dunstabzug), hierzu war das Interesse sehr groß. Insgesamt zeigt sich, dass wir mit Blaupunkt in Österreich den

Geschmack der Händler getroffen haben. Das war auch ein Grund, warum wir in drei der fünf Ausstellungsküchen E-Geräte von Blaupunkt platziert haben. Und, das darf man ruhig nebenbei erwähnen: Viele der anderen Aussteller haben gesagt, dass unser Stand zu den schönsten der gesamten Messe gehörte. Das ist ja auch ein Prädikat, das man sich erst einmal erarbeiten muss.

Vor zwei Jahren hat es für Häcker Küchen in Österreich eine komplette Neustrukturierung gegeben. Wie würden Sie den aktuellen Stand beurteilen?

M. Roth: Ja, den hat es gegeben und da sind wir auf einem sehr guten Weg. Im Herbst beginnt ja mit Christian Gasser ein neuer Kollege als Verkaufsleiter Österreich bei uns – da wird es dann sicherlich noch ein paar Nachjustierungen geben, weil wir uns von seinen Erfahrungen natürlich auch viel Input versprechen. Generell sind wir hier in Österreich auf einem sehr guten Weg, auch wenn wir als Häcker Küchen nie sagen würden, dass wir unser Ziel erreicht haben (*lacht*).

G. Rehm: In Bayern würde man sagen „a bissl was geht ollawei“



Wir sind zufrieden –
aber natürlich geht immer
noch ein bisschen mehr

— Jörg Varnholt, Exportleiter Europa, erklärt auf der Messe in Lyon, wie sich Häcker Küchen in den vergangenen Jahren in Frankreich entwickelt hat und welche Perspektiven der Markt bietet.

Sehr geehrter Herr Varnholt, hat es sich für Sie gelohnt, hier zur Messe nach Lyon zu kommen?

Jörg Varnholt: Das auf jeden Fall. Wir treffen hier nicht nur viele unserer Bestandskunden, sondern konnten auch schon viele Neukundenkontakte knüpfen. Wir bieten hier auf dem Stand einfach eine ungezwungene Atmosphäre, in der man sich austauschen kann. Hier gibt es etwas zu trinken und zu essen, wir bieten die Möglichkeit, uns erstmals oder noch besser kennenzulernen. Das ist wichtig und kommt gut an.

Ihr Stand hat sich zu dem von vor zwei Jahren auf den ersten Blick stark verändert. Trügt hier der Eindruck?

JV: Nein, das stimmt schon. Wobei wir den Stand nur um wenige Meter verändert haben. Aber der Look ist ein ganz anderer. Wir haben uns hier an Köln (IMM) angelehnt. Wir zeigen uns in einem modernen Industrielook und sind zu allen Seiten im wahrsten Sinne des Wortes offener geworden. Das kommt bei den Kunden sehr gut an. >

Und die Küchen, die hier gezeigt werden, sind die auch speziell für den französischen Markt konzipiert?

JV: Grundsätzlich kann man feststellen, dass sich die Geschmäcker in Europa immer mehr angleichen. Echte Unterschiede findet man hier nur selten. Weiß ist auch hier in Frankreich en vogue, manchmal wird hier etwas mehr mit Farben gespielt, das sind aber eher kleine Nuancen. Wir zeigen in Lyon zwei systemat-Küchen, zweimal classic – zweimal Küchen mit Griff und zwei grifflose Varianten – am Ende also einen normalen Querschnitt durch unser Portfolio.

Wie wichtig sind denn diese Messe und das Land Frankreich insgesamt für Häcker Küchen?

JV: Frankreich ist ganz sicher einer der wichtigsten Exportmärkte für Häcker Küchen in Europa. Wir haben hier erst 2002 angefangen, was wohl an der Sprachbarriere liegt, die doch zumindest auf den ersten Blick eine Hürde darstellt. Über die letzten Jahre hat sich das aber sehr gut entwickelt, wir gehören hier aktuell zu den großen Spielern am Markt. Man kennt und schätzt uns hier sehr. Auch die Aussichten für die nächsten Jahre sind positiv – wir sind sehr optimistisch. Wir haben in Frankreich sieben Außendienstmitarbeiter und zwei Key Account Manager, das ist schon ein großes Team, welches für unsere Kunden als Ansprechpartner dient. Was die Messe in Lyon angeht, wird sich zeigen, wie sich die Situation in zwei Jahren darstellt. Wir analysieren ganz in Ruhe und treffen dann unsere Entscheidung.

Als Deutscher schätzt man die Franzosen so ein, dass sie für das Thema Essen und Kochen sehr viel mehr Geld ausgeben, dass es ihnen viel mehr bedeutet. Spiegelt sich das auch in Ihren Erfahrungen wider?

JV: Ja, generell ist das so, dass in Frankreich das Essen als viel wichtiger erachtet wird und auf Lebensmittel mehr Wert gelegt wird. Bei den Küchenplanungen gibt es aber große Unterschiede. In Paris sind die Küchen oftmals kleiner, auf dem Land aber wird deutlich großzügiger geplant als bei uns. Grundsätzlich verfügt eine Küche in Frankreich über mehr Eventcharakter, in ihr kocht man gemeinsam, da empfängt man seine Freunde. Das, was in Deutschland gerade startet, hat hier schon eine sehr lange Tradition: Die Küche ist das Zentrum des gemeinsamen Wohnens und Lebens. Wenn man sich aber die Fronten, die Farben und Materialien anschaut, dann sieht man, dass Europa doch zusammenwächst. Das ähnelt sich immer mehr, da wird es immer schwerer, echte Unterschiede festzustellen.



Wenn man in einem Land wie Frankreich als Exporteur startet, wie legt man da los? Und wie ist der Stand heute, gibt es noch Regionen, in denen man keine Häcker Küche kaufen kann?

JV: Wir sind heute flächendeckend in Frankreich präsent, ob nun in Paris oder im letzten Winkel der Bretagne, an der deutschen Grenze oder am Mittelmeer. Insgesamt sind wir also wirklich gut aufgestellt. Es gibt noch ein paar kleine Städtchen, in denen wir uns engagieren möchten, aber wir zählen aktuell mehr als 200 Kunden in Frankreich – damit schaffen wir schon eine sehr gute Marktdurchdringung.

Wie sieht es denn in der anderen Richtung aus; ist es einfach, die neuen Händler nach Rödinghausen einzuladen und kommen sie dann auch?

JV: Der erste Schritt ist immer schwer. Einen Erstkunden nach Rödinghausen zu bekommen – das ist nicht wirklich einfach. Sie fühlen sich anfangs wegen der Sprachbarriere nicht sofort wohl, da gibt es eine Hürde, die man akzeptieren muss. Gleichzeitig ist es für viele eine mehrtägige Reise und da fragt man sich schon: Lohnt sich das? Kann ich mein Geschäft, meine Mitarbeiter so lange alleine lassen? Wenn wir es aber einmal geschafft haben, dass unsere französischen Händler zu uns zur Hausmesse gekommen sind, dann fragen sie immer wieder, wann sie das nächste Mal willkommen sind. Die vielen neuen Ideen auf der Hausmesse, die persönlichen Kontakte begeistern dann doch. Und auch die Werksführung können wir mittlerweile in französischer Sprache anbieten. Auch das ist ein Argument, das zeigt, dass unsere Hausmesse auch für Frankreich enorm wichtig ist.





Freuen sich über die positiven Ergebnisse:
Lukas Bartling (r.) und Christian Schmidt haben
die Kundenbefragung durchgeführt.

Was ist wirklich wichtig?

— Was ist ihm wichtig, wenn ein Händler sich für Häcker Küchen entscheidet? Was begeistert ihn noch nach Jahren, was findet er nirgendwo sonst und was könnte seiner Meinung nach noch verbessert werden? „Die Antworten haben uns selbst ein wenig überrascht“, sagen Lukas Bartling und Christian Schmidt, die gemeinsam mit 18 weiteren Auszubildenden bei Häcker Küchen für die vergangene Kundenbefragung zuständig waren. Als sogenanntes „Azubiprojekt“ wurde die Aufgabe von der Geschäftsleitung direkt an die jungen Kollegen übertragen, die sich erst einmal in einem ausgiebigen Meeting mit den zu stellenden Fragen auseinandersetzten. „Wir hatten eine Woche Zeit, um einen Fragenkatalog zu erstellen und ihn der Geschäftsführung und Geschäftsleitung vorzustellen“, so die beiden Azubis. Was genau abgefragt wurde, bleibt ebenso geheim wie das Ergebnis. „Das sind ja am Ende Dinge und Daten, die hochsensibel sind“, erklärt Lukas Bartling und lässt sich nur so viel entlocken: Auf Platz eins der Dinge, die die Häcker-Kunden am meisten an ihrem Lieferanten schätzen, stehen Qualität und Termintreue, erst auf Rang drei folgt der Preis. Doch nicht nur das erstaunte die beiden

Auszubildenden. Auch die hohe Zahl der Fragebogen-Rückläufer sorgte bei beiden für überraschte Gesichter. „Wir haben insgesamt 2.486 Fragebögen auf den Weg gebracht und mit 788 zurückgesendeten Bögen einen sehr guten Resonanzwert von 31,7 Prozent erreicht“, erklären die beiden hochzufrieden. Verschickt wurden die Schreiben an Kunden in Deutschland, Frankreich, den Niederlanden und in der Schweiz. Dabei stellte sich die Kommunikation mit den Kunden innerhalb der Schweiz per E-Mail erst als kleines Problem dar. „Wir wussten ja nicht genau, wen wir hier in welcher Sprache ansprechen sollten. Am Ende hat dann aber doch alles geklappt“, so Lukas und Christian. Sie durften die so gesammelten Ergebnisse selbst analysieren und der Geschäftsführung sowie der Geschäftsleitung vorstellen. „Das war schon ein aufregender Moment“, erzählen die beiden. Und wissen gleichzeitig, dass sie wichtige Daten ermittelt haben, die nun weiter ausgewertet und strategisch umgesetzt werden. „Unser Dank gilt all den Kunden, die sich Zeit genommen und den Fragebogen ausgefüllt haben“, so Lukas und Christian, die wissen, dass erst das Mitmachen den Erfolg der Kundenbefragung ermöglicht hat. —

Wellnesskur für die Küche



— „Wenn man sich das Foto so anschaut, dann glaubt man nicht, dass unsere alte Küche mal in diesem Raum gestanden hat“, sagt Marlies Sluiter, während ihr Blick ungläubig zwischen ihrer neuen Küche und der vorherigen WORK-Ausgabe hin- und herwandert. In ihr wurde ihre bisherige Häcker Küche vorgestellt, die gute 40 Jahre alt geworden war und nun abgebaut wurde. „Irgendwann war es dann für uns doch an der Zeit, eine neue Küche zu kaufen“, hatten sich Karl-Heinz und Marlies Sluiter vorgenommen und im Küchenstudio „Küche-Life“ in Kavelaer einen Partner gefunden, „der schnell verstanden hat, was wir suchten.“ Dass es wie-



der eine Häcker Küche sein sollte, war uns von vornherein klar: „Wir hatten ja nun über Jahrzehnte nur die besten Erfahrungen mit unserer Küche gemacht.“

Mit der anstehenden Renovierung des eigenen Hauses sollte also auch die Küche komplett erneuert werden. Die Wahl fiel auf die Faro-Front in Hochglanz-Weiß. „Plötzlich war es in unserer Küche viel heller als zuvor“, freute sich Marlies Sluiter, als nach der Renovierungsphase, in der ein Durchbruch zum Wohnbereich geschaffen wurde, die Küche einsatzbereit war. Es dauerte allerdings ein wenig, ehe sich das Ehepaar in ihr zurecht fand. „Wir haben jetzt so viel Stau-

raum, so viele Schubladen und Auszüge, dass wir uns erst einmal einen genauen Überblick verschaffen mussten, ehe wir wussten, was wir wohin geräumt hatten.“ Auch der neue Backofen hielt einige Überraschungen bereit. „Der ist so schnell fertig – das bin ich überhaupt nicht gewohnt“, wundert und freut sich Marlies Sluiter zugleich. Bereut, dass sie sich von ihrer alten Küche trennten, haben es die Sluiters nie. „Es ist jetzt alles viel moderner, viel heller. Und die Küche ist tatsächlich sehr gut zu pflegen. Unser Küchenstudio hat uns noch empfohlen, auf einen größeren Kühlschrank umzusteigen. Und auch das war die perfekte Empfehlung – >



Sah so wirklich unsere alte Küche aus?
Marlies und Karl-Heinz Sluiter lassen sich
in der WORK-Ausgabe zeigen,
wie es damals aussah.

Platz kann man in der Küche irgendwie nie genug haben“, sagt das Ehepaar, das sich auch noch über etwas anderes freut. „Wir sind froh, dass unsere alte Küche nicht auf dem Sperrmüll gelandet ist – dafür ist sie uns dann doch zu sehr ans Herz gewachsen“. Dabei ist der Weg, den die bisherige Küche genommen hat, eher durch den Zufall bestimmt worden. „Als wir gesehen haben, welch ein Schätzchen sich hier verbirgt, haben wir in Rödinghausen angerufen und gefragt, ob das nicht etwas für die Ausstellung von Häcker Küchen wäre“, erzählt Jörg Grüntjens

von Küche-Life. Hier war man nach Durchsicht der ersten Fotos sofort begeistert und organisierte den Abtransport nach Ostwestfalen. In der neuen Hausausstellung ist die Küche, die sich noch in einem hervorragenden Zustand befindet und zu der es sogar noch den original Prospekt bzw. die Verkaufsunterlagen gibt, zu sehen. „Und wer weiß, vielleicht fahren wir ja eines Tages auch einmal nach Rödinghausen, um sie zu besuchen“, erzählen Marlies und Karl-Heinz Sluiter schmunzelnd.

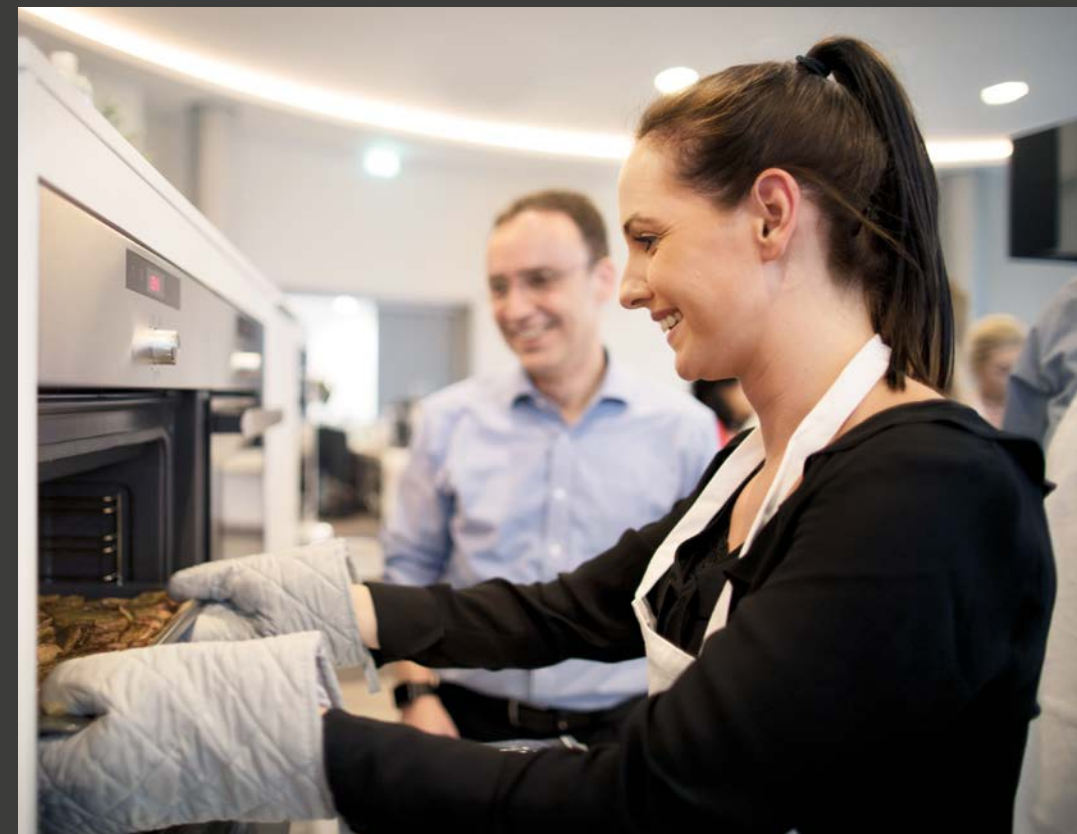


GEMEINSAM LERNEN GEMEINSAM KOCHEN

„Als wir damit begonnen haben, unser Schulungsprogramm deutlich auszubauen, konnten wir nicht ahnen, wie viele Menschen sich dafür begeistern“, sagt Olaf Thuleweit, Geschäftsführer der HK Appliances GmbH nicht ohne Stolz. Jetzt kamen sogar Händler und deren Mitarbeiter aus Kroatien, um sich im Blaupunkt-Schulungszentrum erklären zu lassen, was die Einbaugeräte von Blaupunkt ausmacht und wie sie zu bedienen sind. „Seit ein paar Wochen sind wir auch in Kroatien mit unseren Produkten am Markt. Da ist es natürlich optimal, dass wir hier die entsprechenden Händler gleich intensiv auf ihre Verkaufsgespräche vorbereiten können“, so Thuleweit. Die gut 30 Gäste reisten mit dem Bus von Kroatien nach Rödinghausen und nahmen hier nicht nur an der zweitägigen Schulung teil, sondern setzten ihre neu gewonnenen Kenntnisse gleich abends in die Praxis um. „Bei uns ist es schon lieb gewonnene Praxis, dass wir mit unseren Gästen auch die Abende verbringen, mit ihnen unter professio-

neller Anleitung kochen und dann gemeinsam beim Essen den Abend gesellschaftlich ausklingen lassen“, so Olaf Thuleweit. Gemeinsam mit seinem Kollegen Marcus Lagmöller und Andreas Möller als Verkaufsleiter Export von Häcker Küchen erklärte Thuleweit den kroatischen Gästen, wie die Blaupunkt-Produkte zu nutzen sind, wenn Fleisch, grüner Spargel und Kartoffeln perfekt aufeinander abgestimmt zubereitet werden. „Wir wollen uns bei solchen Schulungen als ein Gastgeber präsentieren, der nicht nur die Fakten präsentiert, sondern das, was unsere Produkte ausmacht: Die perfekte technische Unterstützung in der Küche, damit sich die Menschen darin voll auf ihre Leidenschaft, das Kochen, konzentrieren können.“

Nach dem dreitägigen Aufenthalt machten sich die Gäste aus Kroatien wieder auf den Weg in ihre Heimat, nun bestens ausgestattet, um das breite Portfolio der Blaupunkt-Geräte auch in ihrem Land vorstellen zu können.



SCHWARZ

ist das neue

SCHWARZ

Der Mix macht's. Wem nützt schon modernste Technik, wenn das Design allzu bodenständig ist. Das gilt für den ersten Blick und setzt sich in der intensiven Umsetzung mit dem Produkt weiter fort.

— Mit der Farbe Schwarz setzt sich ein Trend in der Küchentechnik fort, was in der Küchengestaltung bereits angekommen ist. So wird sich diese klassische und gleichzeitig moderne Farbe auch in der diesjährigen Präsentation der Blaupunkt-Einbaugeräte wiederfinden. Und das nicht nur auf Metall-, sondern auch, soviel sei schon verraten,

auf zahlreichen Glasflächen. Gleichzeitig zeigt sich das ohnehin schon breite Blaupunkt-Portfolio noch breiter aufgestellt. Die Verbindung zwischen Erhitzung und Abluft wird auf ein neues Niveau gehoben, das Thema Connectivity weiter ausgebaut. Die individuelle Lichtsteuerung ist ein weiteres aktuelles Thema und natürlich wartet auf die Gäste ein Neuheitenfeuerwerk, das einmal mehr zeigt, dass mit der Markeneinführung von Blaupunkt eine echte Innovationskraft zum Leben erweckt wurde. All das in einem Ambiente, das den Wurzeln der Marke gerecht wird und sie gleichzeitig in einem modernen, überraschenden und innovativem Umfeld zeigt.

Parallel zu den vielen Neuheiten darf natürlich auch das Gesellige nicht zu kurz kommen. Seien Sie also schon jetzt herzlich zum Besuch in der Blaupunkt-Lounge eingeladen, wo Kommunikation großgeschrieben wird. —

● **BLAUPUNKT**

Häcker

Москва

hacker
КУХНИ

MIT PAUKEN OHNE TROMPETEN



— „Wir freuen uns, hier und heute einen unserer weltweit neuesten Häcker-Showrooms eröffnen zu dürfen und wünschen Dmitry und seinem Team damit viel Erfolg!“, begrüßt Export-Verkaufsleiter Andreas Möller an diesem feierlichen Abend die Gäste in Moskau. Nicht einmal eine Stunde nach Beginn der Veranstaltung füllen mehrere Dutzend Gäste den neuesten Häcker-Showroom im Westen Moskaus, die Stimmung ist ausgelassen, die Begeisterung nicht nur bei Andreas Möller, sondern auch bei Ina Seibel groß. Als Export Key-Account Manager betreut sie alle russisch-sprachigen Länder – das Projekt und den Kunden bereits seit mehreren Monaten von Rödinghausen aus. „Nun freue ich mich, die Ergebnisse unserer bisherigen Zusammenarbeit vor Ort zu sehen. Im Showroom sind drei luxuriöse Musterküchen ausgestellt – eine bessere Präsentation können wir uns kaum vorstellen“, lächelt sie zufrieden. Auch die Gäste – eine Mischung aus Freunden, Bekannten, Innenarchitekten und treuen Kunden des Inhabers – sind davon überzeugt, dass der Showroom schon bald zu einer der Top-Küchenadressen der Stadt avancieren wird. Um dieses Ziel zu erreichen, finden Besucher hier ausschließlich feinste Materialien und Küchen mit herausragenden Funktionen vor. „Die systemat-Küchen sind so geplant, dass sie die gehobenen Ansprüche der russischen Kunden erfüllen“, erklärt Ina Seibel beim Gang durch die moderne Ausstellung.



„Wir setzen ganz bewusst unsere hochwertigsten Fronten ein und arbeiten dabei gezielt mit Kontrasten. So kombinieren wir zum Beispiel dunklen Granit mit mattem Weiß oder setzen Akzente in Bronze. Auch die eingebaute Technik zählt zu der besten, die unser Portfolio zu bieten hat: Pocket Doors, Climber und die sogenannte Flying Bridge, unsere verschiebbare Arbeitsplatte, finden sich hier wieder“, ergänzt Andreas Möller.

Mit diesem neuen Showroom in Moskau setzt Häcker Küchen seine Wachstumsstrategie in Russland konsequent fort. „Mit Dmitry Buhanov haben wir einen sehr erfahrenen Küchenhändler gefunden, der uns, die Philosophie und die Qualität von Häcker Küchen perfekt versteht. Er führt bereits verschiedene Mono-brand-Showrooms mit großer Leidenschaft und großem Erfolg, sodass wir absolutes Vertrauen in seine Arbeit haben“, erzählt Ina Seibel. Es ist der Anfang von etwas ganz Neuem und Großem, darüber sind sich alle einig. Wir wünschen Dmitry jedenfalls *toi, toi, toi.*



WORK & TRAVEL MOSKAU

Herzlich Willkommen
Добро пожаловать

Drei internationale Flughäfen und acht Fernbahnhöfe: Wer sich auf den Weg in die russische Hauptstadt macht, dem stehen viele Wege offen. Einmal angekommen, versetzt das politische, wirtschaftliche und kulturelle Zentrum des Landes jeden Besucher ins Staunen. Hier trifft historischer Prunk auf modernstes Business, sind die Gebäude beeindruckend riesig, die Straßen zehnspurig breit und die Möglichkeiten zum Entdecken unendlich groß.

Basilus-Kathedrale

Wir alle kennen wohl die berühmte Kathedrale am Rande des Roten Platzes, die mit ihren unterschiedlich bunt verzierten Kuppeln das Wahrzeichen Moskaus darstellt. Für jede Kuppel steckt im Inneren eine andere Kirche – und das bereits seit dem 16. Jahrhundert. Heute gilt die Basilus-Kathedrale als Museum mit wechselnden Ausstellungen, welche die Türen täglich für Besucher aus aller Welt öffnet.

Roter Platz, Moskau

tägl. im Winter 11:00 – 17:00 Uhr

im Sommer 10:00 – 19:00 Uhr

Die Kassen schließen 30 Minuten vorher.

Café Pushkin

Lust auf eine kleine Zeitreise? Dann nichts wie los und auf ins Café Pushkin. Frühstück, Mittag- und Abendessen werden hier in historischem Ambiente serviert, das Sie garantiert staunen lassen wird. Möchten Sie in der einstigen Apotheke speisen? Oder doch lieber im Kaminzimmer, vielleicht auch in der Bibliothek? Ganz egal, wie Sie sich entscheiden – falsch wäre es nur, dieses Restaurant bei Ihrem Besuch in Moskau auszulassen.

26-A Tverskoy Boulevard, Moskau

24 Stunden geöffnet

www.cafe-pushkin.ru/en

Daten & Fakten

Amtssprache: Russisch

Währung: Rubel

Fläche: 2.510 km²

Einwohner: 15.1 Millionen



Das erwartet Sie in Ausgabe No. 12

Stockholm



Hoch im Norden

Früher parkten hier Flugzeuge, heute lässt es sich hier vortrefflich wohnen. Im Herzen Schwedens, mitten in Stockholm stellen wir Ihnen ein außergewöhnliches Wohnprojekt vor. In einem ehemaligen Hangar begeistern moderne Häcker Küchen und ein Ambiente, welches nordisches Design und Wohnlichkeit perfekt miteinander verbindet.

Rückblick



Blick zurück nach vorn

Wer durch unsere Hausausstellung 2017 gegangen ist und wer sich all die vielen Neuheiten hat vorstellen lassen, der muss die Eindrücke und Fakten erst einmal sacken lassen. Wir stellen Ihnen im Nachgang der Hausmesse die Highlights zusammen, dringen tiefer in Technik und Design ein, fassen zusammen und stellen heraus, welche Neuheiten Sie und Ihre Kunden begeistern werden. Dabei wandert unser Blick nicht nur zurück, sondern auch nach vorn. Nur noch ein paar Monate, und schon sehen wir uns auf der Eurocucina in Mailand wieder.



● **BLAUPUNKT** **LOUNGE**

Get Together
16.–21.09., 18.00–23.00 h

Häcker
kitchen.germanMade.

16.–22.09.2017
Doors Open: 8.30 h
Doors Closed: 19.30 h

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:

August 2017

