

WORK

kitchen. stories. N°15

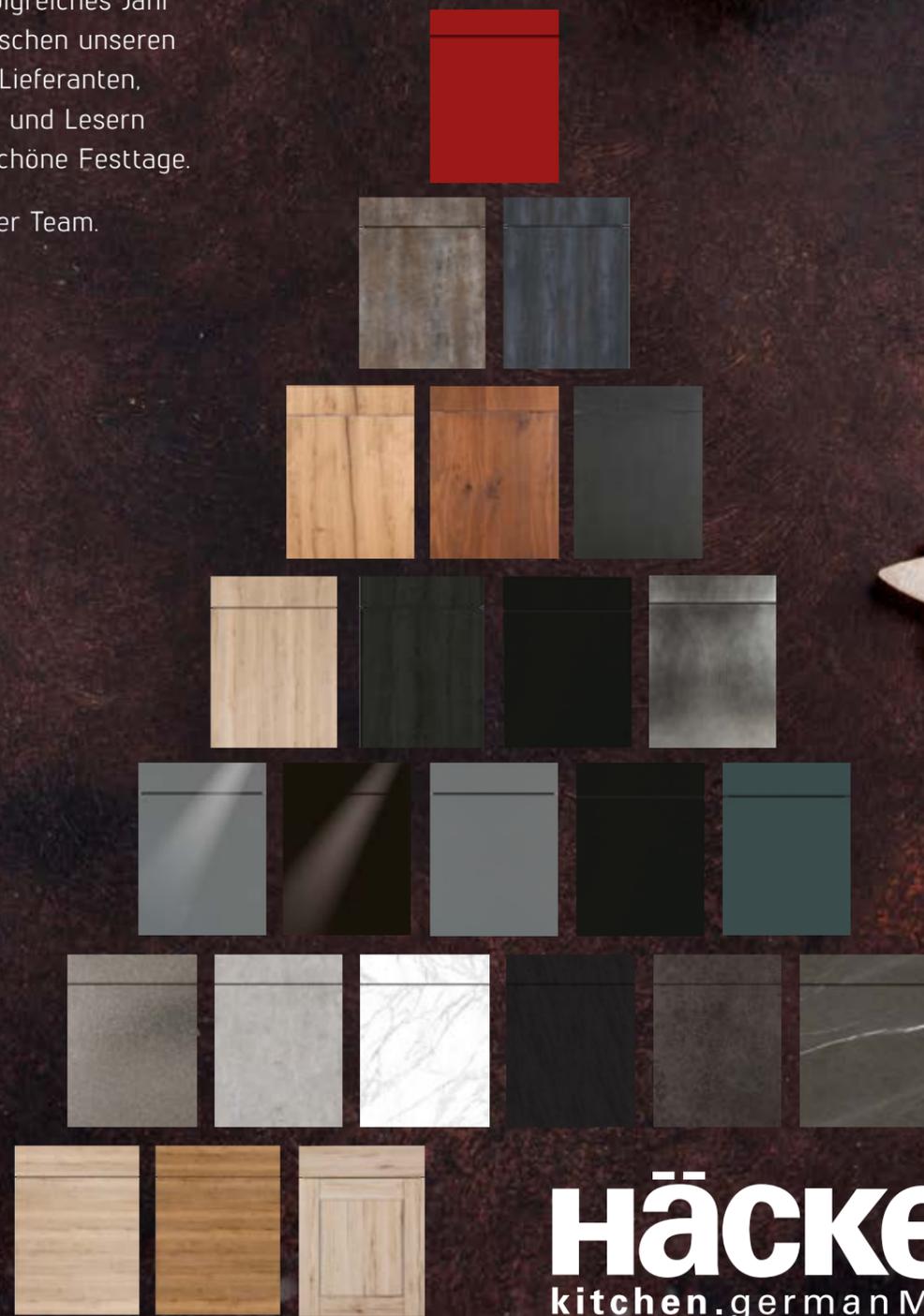


Häcker
kitchen.germanMade.

Bei uns gibt es nicht nur in der Adventszeit jeden Tag Neues zu entdecken.

Wir freuen uns über ein
sehr erfolgreiches Jahr
und wünschen unseren
Kunden, Lieferanten,
Partnern und Lesern
wunderschöne Festtage.

Ihr Häcker Team.



Häcker
kitchen.germanMade.



Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

normalerweise dreht es sich in unserem Editorial mal direkt, mal etwas entfernter um das Thema Küchen – verständlicherweise. In den vergangenen Wochen stand aber, trotz unserer hervorragend besuchten Hausmesse, noch ein weiteres Thema im Fokus. Seit vielen Jahren sind wir mit dem Fußballverein SV Rödinghausen sehr eng verbunden, haben als Hauptsponsor einen beeindruckenden Aufstieg über fünf Ligen ermöglicht und können nun kaum stolzer sein: Der SV Rödinghausen spielte in der zweiten Runde des DFB-Pokals gegen den deutschen Rekordmeister FC Bayern München. Bei all der sportlichen Auseinandersetzung und dem so häufig bemühten Vergleich zu David und Goliath stand für uns auch unsere Marke im Vordergrund. Plötzlich waren der Fußballverein und unsere Gemeinde Mittelpunkt des öffentlichen Interesses. In zahlreichen Ländern wurde das Spiel live übertragen, bei dem elf Spieler auf ihrem Trikot unser Logo trugen. Bei all der Euphorie über unseren couragierten Auftritt gegen die Bayern, der am Ende zwar nicht zum Sieg,

aber doch zu einem sehr respektablen Ergebnis führte, dürfen wir unsere Küchen natürlich nicht vergessen. Und so lesen Sie in dieser Ausgabe unseres WORK-Magazins von beidem: dem Fußballspiel und unserer Hausmesse, auf der wir gleich ein ganzes Feuerwerk an Neuheiten präsentieren konnten. Sie sehen also: Bei uns hat sich in den vergangenen Wochen sehr viel getan – es war wahrlich eine begeisternde Zeit in vielerlei Hinsicht.

Einige Tage noch, dann wird es deutlich ruhiger. Für das Fest wünschen wir Ihnen und Ihren Lieben eine Zeit der Ruhe und der Besinnung. Starten Sie mit frischem Schwung in ein erfolgreiches neues Jahr und lassen Sie es sich gut gehen.

Jochen Finkemeier
Geschäftsführender Gesellschafter

Markus Sander
*Geschäftsführer Vertrieb,
Marketing und Controlling*

Inhalt

03

Vorwort

54

Vorschau

56

Impressum

Intern



12

Sallys Blog

Millionen Zuschauer lieben die Back- und Kochvideos von Sallys Welt, die auf der Hausmesse nicht nur ihr Backkönnen unter Beweis stellte, sondern auch für den guten Zweck gekommen war.

14

Sierra Leone

In dem afrikanischen Staat existiert ein echtes Herzensprojekt von uns, das wir immer wieder und vor allem sehr gerne unterstützen.



52

Baubeginn

Fast schon in Rekordzeit nimmt der neue Produktionsstandort im niedersächsischen Venne Formen an. Nach der Planungsphase konnte jetzt der erste kleine Hügel auf dem zukünftigen Häcker Küchen-Gelände von den Verantwortlichen ausgehoben werden.

Handel



06

Stelldichein

Rund 8.000 Besucher kamen zur diesjährigen Hausmesse. Sie erlebten ein Feuerwerk an Neuheiten in einem komplett neuen Ambiente.



16

Es ist angerichtet

Wozu Blaupunkt-Einbaugeräte im Stande sind, zeigten ein Spitzenkoch und ein Sommelier, als insgesamt 1.800 Gerichte in Windeseile und doch auf höchstem Niveau zubereitet wurden.

32

Gewusst wie

52 Seiten Tipps und Tricks, voller Ideen und Innovationen. Die neue Broschüre für die Inneneinrichtung der Küche bietet einen komplett neuen Blick auf eine Thematik, die allzu häufig in Vergessenheit gerät – und doch so wichtig ist.

Partner



26

Schweres Maskottchen

Manch einer kommt zu Küchen RIEGA in Augsburg, um sich nicht nur die Ausstellung, sondern auch Schildkröte „Otto“ anzusehen.

36

Lugano

Lange gibt es Blaupunkt-Geräte noch nicht in der Schweiz. Doch trotz der kurzen Zeit sind die Erfolge im Küchenstudio in Lugano schon sehr beachtlich.



48

Planen in 3D

Der Luxemburger ist ein vorsichtiger Mensch. Zunächst möchte er die Küche, die er kauft, in 3D visualisiert sehen. Gefällt dieser Eindruck, kann er sich sogar vorstellen, seine ganze Wohnung mit Möbeln von Häcker Küchen auszustatten.

Wissenswertes



20

SV Rödinghausen

Die Fußballwelt guckte einen Tag lang nach Rödinghausen und Osnabrück. Nie war der Fokus auch auf Häcker Küchen größer als beim DFB-Pokal-Spiel gegen den FC Bayern München.



42

Work & Travel Lugano

Wohin gehen, wo speisen, wie seine Freizeit verbringen? Wer plant, einmal Lugano zu besuchen, bekommt hier die passenden Reisetipps.

44

On the Road

Victor Dittmann ist mit dem Rennrad für den guten Zweck unterwegs – und fand in Häcker Küchen einen wichtigen Sponsor.

Titelbild



01

Titelbild

Der SV Rödinghausen schaffte es durch das Zweitrundenspiel im DFB-Pokal gegen den Rekordmeister FC Bayern München, weltweites Interesse zu wecken. Und damit wurde auch Häcker Küchen als Hauptsponsor national wie international deutlich hervorgehoben. Auch wenn das Spiel am Ende knapp verloren ging: Es war ein mehr als begeisternder Fußballabend.

INS SCHWARZE GETROFFEN

— Eine Woche voller Neuheiten, Attraktionen und Gespräche inmitten einer komplett neu gestalteten und deutlich vergrößerten Hausausstellung: Die Hausmesse unter dem Motto „Home Stories“ begeistert die Besucher und die Verantwortlichen bei Häcker Küchen gleichermaßen. Nach der Messe ziehen die beiden Vertriebsverantwortlichen Marcus Roth und Jörg Varnholt im Interview ein erstes Fazit.

Marcus Roth: Ich kann eine rundum positive Bilanz ziehen. Wir waren und sind wirklich erfolgreich mit den ‚Home Stories‘ gestartet. Wir haben komplett neue Räume inszeniert, Architekturen geschaffen und die Menschen, die uns besucht haben, einfach begeistert. Es gab neben den vielen Neuheiten einen breiten Querschnitt über all unsere Produkte zu sehen – das war genau das, was unsere Kunden von uns erwarteten und was wir ihnen bieten wollten.

Jörg Varnholt: Auch aus allen europäischen Märkten haben wir ein sehr gutes Feedback bekommen. Unsere große Bandbreite ist das, was unsere Kunden schätzen und was es ihnen ermöglicht, nur mit uns zu arbeiten. Deshalb war auch die Erweiterung der Hausausstellung um rund 1.200 Quadratmeter so wichtig. So können wir umfassend zeigen, was wir können. Angefangen im Produktbereich classic und Preisgruppe Null bis hin zu den exklusiven systemat-Küchen in Preisgruppe Neun.

Wie sah denn der Besucherzuspruch in Zahlen aus?

Marcus Roth: Wir haben die gleiche Größenordnung erreichen können, die wir schon im letzten Jahr erzielten – und da hatten wir mit rund 8.000 Gästen einen neuen Rekord aufgestellt. Aber darum geht es nicht – uns ist die nackte Zahl nicht wichtig. Wir haben wie immer auf der Hausmesse viele langjährige sowie neue Kunden und eine Vielzahl von Interessenten begrüßen können. Wir haben intensive und zielgerichtete Gespräche geführt und persönliche Beziehungen pflegen können – das steht für uns an oberster Stelle. Daneben haben wir Impulse auch in den Ländern setzen können, in denen wir weiter vorankommen wollen. Für meinen Bereich ist da vor allem Österreich zu nennen. Hier greift unsere Strategie, verstärkt mit dem Fachhandel, dem Mittelstand und hochwertigen Einrichtungsspezialisten zusammenzuarbeiten. Und die haben wir auch auf unserer Hausmesse begrüßen können. Insgesamt begrüßten wir 54 Prozent mehr Kunden aus dem Nachbarland gegenüber des Vorjahrs.

Jörg Varnholt: Mehr als ein Drittel unserer Besucher kam in diesem Jahr aus dem Ausland – und das ist für uns ganz hervorragend. Für unser Wachstum brauchen wir genau diese Internationalität. In diesem Jahr ist auf der Messe besonders viel Italienisch gesprochen worden, was schon sehr auffällig war. Aber auch aus den Niederlanden, aus Frankreich, der Schweiz und Spanien haben uns sehr viele Händler besucht. Das zeigt, dass wir auch international den Geschmack treffen und begeistern. Das darf in Zukunft gerne so weitergehen. >

Vertriebsleiter Export
Europa Jörg Varnholt konnte
zahlreiche internationale
Gäste auf der Hausmesse
begrüßen.



Marcus Roth, verantwortlich für den Vertrieb in Deutschland und Österreich, kann ein durchweg positives Messefazit ziehen.





Marcus Roth: Man hat in diesem Jahr gesehen, dass die Küchen dunkler werden. Farben wie dunkelgrau und schwarz treffen den Zeitgeist. Das haben wir in unserer Ausstellung sehr gut umgesetzt. Ob bei den Furnieren, in der Direktbeschichtung oder bei den Lacken: Es wird edler und dunkler. Auch unsere Erweiterung der Griffkollektion um den Farbton schwarz hat hier im wahren Sinne des Wortes ins Schwarze getroffen. Da folgen wir nicht einem Trend, sondern setzen und untermauern ihn. Auch das war sicherlich ein Schlüssel zum Erfolg unserer Hausmesse.

Jörg Varnholt: Dazu zählt auch die Umsetzung des Themas ‚Home Stories‘. Wir haben ja nicht nur einfach Küchen gezeigt, sondern Räume inszeniert. Das hat dem Handel neue Ideen gegeben und ihn komplett neu inspiriert. Es reicht heute nicht mehr, einfach eine Küche hinzustellen und zu sagen: Hier, die ist neu, bitte verkaufen. Heute haben Licht, Tapeten, Fußböden und Dekoration eine viel größere Bedeutung für die Gesamtinszenierung und am Ende auch den Gesamterfolg. Das haben wir perfekt gespielt und so unseren Kunden viele Anregungen für die eigene Ausstellung mit auf den Weg gegeben.

Wenn man nachzählt, dann ist die Anzahl der gezeigten Küchen im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Führt das nicht irgendwann zu einer Überforderung der Besucher?

Marcus Roth: Das ist nur auf den ersten Blick so. Interessant ist, dass sich die Anzahl nur kaum erhöht hat. Im Vorjahr haben wir bewusst reduziert, jetzt aber konnten wir durch die neu geschaffene Fläche wieder auf 44 Küchen erhöhen – und das stellt bestimmt keine Überforderung für den Kunden dar, sondern zeigt einfach die unheimlich große Breite, die unser Portfolio zu bieten hat. Durch die zusätzliche Ausstellungsfläche hat sich jetzt vieles entzerrt. Daneben haben wir eine neue Event- und Kommunikationsfläche gewonnen, auf der man eine Kleinigkeit essen und gemütlich zusammensitzen kann. Das schafft einfach eine nette Atmosphäre. Hier geht es nicht nur um Küchen, sondern um Gespräche, die uns mit unseren Händlern besonders wichtig sind.

Jörg Varnholt: Wir haben auch noch mehr dafür getan, dass der Kunde geführt wird und den Überblick behält. So gibt es jetzt eine Fläche, auf der alle Neuheiten komprimiert auf einmal gezeigt werden. Hier sieht der Besucher auf einen Blick, was wir alles neu ins Programm aufgenommen haben. Und das ist besonders gut angekommen: Alle unsere Neuheiten sind auf den Punkt gebracht, leicht konsumierbar und in der Fülle sehr beeindruckend.

All das klingt nach einem sehr positiven Fazit. Gibt es da überhaupt noch Luft nach oben und Dinge, die Sie in den kommenden Jahren noch verbessern können und wollen?

Marcus Roth: Ja, wir sind vollkommen zufrieden mit dem, wie diese Hausmesse abgelaufen ist. Und doch gibt es natürlich immer Luft nach oben. In diesem Jahr haben wir den Eventcharakter unserer Hausausstellung noch weiter gestärkt – und das ist bei unseren Kunden sehr gut angekommen. Darauf wollen wir aufbauen und uns weiterentwickeln. Wir wollen gerne mit unseren Partnern und Kunden reden, sie besser kennenlernen und Spaß mit ihnen haben.



Sie konnten selber nicht zur Hausmesse kommen oder wollen die Höhepunkte noch einmal erleben? Hier geht es zu unserem Messefilm.

Jörg Varnholt: Wir freuen uns nicht nur über die hohe Anzahl an Besuchern, sondern auch darüber, dass die Verweildauer recht hoch ist. Das ist ein toller Erfolg und eine große Anerkennung für unsere Arbeit. Bei uns rauscht niemand durch. Bei uns nehmen sich die Besucher Zeit, bleiben nach dem Rundgang noch und erzählen uns, was ihnen gefällt, geben Anregungen, suchen einfach das Gespräch. Und genau diese Atmosphäre, die das ermöglicht, gilt es auch in den kommenden Jahren erneut zu schaffen.

Marcus Roth: Dazu trägt auch unser Bewirtungskonzept bei, welches wir zukünftig noch weiter ausbauen und verfeinern wollen bzw. werden. >



Auch Horst (l.) und Jochen Finkemeier zeigten sich positiv überrascht über den rundum gelungenen Messeauftritt.



Häcker Hausmesse 2018 in Zahlen



7.700
Messebesucher



aus mehr als
25
Ländern



1.500
Liter Eis gegessen



140
abgeschlossene
Baumpatenschaften



Ein Highlight der Messe: Die neue Vertikalhaube von Blaupunkt, die sich von Farbe und Material her der Küchenfront anpassen lässt.



Hat sich damit auch gezeigt, dass die Hausmesse hier in Rödinghausen weitaus wichtiger ist als Messen, die an anderen Orten stattfinden?

Jörg Varnholt: Wir können hier bei uns einfach viel mehr zeigen als auf einem externen Messestand. Wir haben hier den Raum und die Zeit. Deshalb ist die Hausmesse das ideale Forum für uns, unsere Kunden und Interessenten. Für uns ist und bleibt die Hausmesse unsere Plattform Nummer eins, wenn es darum geht, uns zu präsentieren. Nur hier entwickeln und pflegen wir die persönlichen Kontakte zwischen unserem Innendienst und unseren Kunden.

Marcus Roth: Hier sind wir zu Hause, hier sind wir als Häcker-Team im Ganzen präsent. Hierher kommen auch unsere Gäste gerne, Termin und Ort sind einfach perfekt. Und bringt für alle das optimale Ergebnis. Insgesamt ist die Küchenmeile A30 das Branchen-Event in Deutschland schlechthin.

Jörg Varnholt: Wenn man die Kunden hier hat, dann haben wir alle Möglichkeiten, können fachlich arbeiten und mit ihnen auch einfach eine gute Zeit verbringen. Schauen Sie sich unseren neuen Schulungsbereich an, der ist sensationell gut geworden und wurde mit Begeisterung von unseren Besuchern aufgenommen. Viel mehr Gäste als sonst haben sich für das Thema Schulungen interessiert und nachgefragt, ob und wann sie hier teilnehmen können – und das beantworten und ermöglichen wir hier sehr gerne.



Was sind denn Ihre ganz persönlichen Highlights der diesjährigen Hausmesse?

Marcus Roth: Für mich war das ganz sicher das Thema Touchfree. Diese Antifingerprint-Oberfläche in der Produktlinie systemat ist wirklich ein echter Gewinn. Eine ganz besondere Lackoberfläche, die unsere Kunden begeistert aufgenommen haben. Das ist eine echte Innovation, die einen Mehrwert für den Endkunden bietet – und das sogar zu einem wirklich guten Preis. In der Produktlinie classic ist sicher die Meteor-Front zu nennen. Mit den beiden neuen Farben oxid und Schwarzstahl treffen wir exakt den Zeitgeist und dies zu einem sehr attraktiven Einstiegspreis.

Jörg Varnholt: Da kann ich nur zustimmen und noch die neue Vancouver-Front in der Melamin-Holzoptik nennen. Die lässt sich einfach super kombinieren, begeistert auch in der grifflosen Variante und bietet einfach einen knackigen Preis. Auch die Blaupunkt-Neuerscheinungen sind sehr gut angekommen und sind echte Highlights. Hier spielen wir das Thema schwarz weiter. Es geht um intuitive Bedienungen der Geräte, die voll im Trend liegen und vom Markt gefordert werden. Das ist eine echte Erfolgsstory, die sich jetzt auch in vielen europäischen Ländern fortsetzt. Das ist schon klasse, was da gerade möglich wird.

Marcus Roth: Am Ende sind es aber nicht die Einzelheiten, nicht die einzelnen Neuheiten, die den Erfolg dieser Messe ausgemacht haben, sondern die Summe aller Dinge. Ohne wenn, ohne aber. Es war einfach ein Treffer mitten ins Schwarze.

10.000- FACHER DANK *an Sally*



10.000 Euro gingen als Spende an den CVJM Rödinghausen für das Youth Development Project in Sierra Leone.

— Sie hat 15 Millionen Follower auf den Social-Media-Kanälen, eigene Koch- und Backbücher herausgebracht, vertreibt unter ihrer Marke Back- und Kochzubehör und hat eine eigene Sendung auf VOX – und dann nahm sich Bloggerin und Self-made-Star Sally noch die Zeit, um auf der Hausmesse von Häcker Küchen in Rödinghausen ihre Backkünste unter Beweis zu stellen und die Besucher mit ihrer Anwesenheit zu begeistern. „Wir freuen uns sehr darüber, dass wir unseren Gästen auf unserer Hausmesse durch Sally auf der einen Seite zeigen konnten, wie gut und lecker man in unseren Küchen backen kann“, so Gisela Rehm, Marketingleiterin bei Häcker Küchen. Auf der anderen Seite ging dieser zweitägige Besuch der Back-Bloggerin über eine normale Liveshow deutlich hinaus. Sally signierte ihr Backbuch „Sallys Classics“ und überreichte es immer mit sehr persönlichen Worten. Häcker orderte

die Bücher im Vorfeld und spendete die Erlöse, die mittels der Bücher erzielt wurden, einem guten Zweck: „Am Ende konnten wir durch die Spenden für das Backbuch von Sally unser Herzensprojekt, das Youth Development Project und die Kissi Town School in Sierra Leone, mit 10.000 Euro unterstützen“, so Gisela Rehm überwältigt. „Wir haben sehr schnell die Zusage von Sally bekommen und konnten unseren Besuchern süße Leckereien bieten. Auch das Buch für den guten Zweck fand gegen eine kleine Spende reißend schnellen Absatz“, sagt Gisela Rehm, die verstärkt darauf setzt, „dass wir unsere Hausmesse mit einem gewissen Eventcharakter ausstatten, der unseren Besuchern zeigt, was in einer Häcker Küche alles möglich ist. Sie sollen sich bei uns so richtig wohlfühlen, überrascht und verwöhnt werden. Wenn sie dann noch so sympathische Menschen wie Sally kennenlernen und sich sozial und

nachhaltig einbringen können, haben wir unser Ziel erreicht“, so die Marketingleiterin. Das Youth Development Project, kurz YDP, ist eine Organisation in Sierra Leone, die jungen Menschen Unterstützung für ihr Leben zukommen lässt und ihnen Hoffnung auf eine bessere Zukunft gibt. Häcker Küchen fördert das Projekt seit vielen Jahren. „Mit den zur Verfügung stehenden Mitteln soll die Kissi Town School, in der aktuell rund 200 Schulkinder betreut werden, unterstützt werden. Wir haben das Thema auch in die diesjährige Hausausstellung integriert. Ein nachempfundenes Klassenzimmer der Schule in Freetown soll die Situation vor Ort abbilden und greifbarer machen“, so Jochen Finkemeier, geschäftsführender Gesellschafter bei Häcker Küchen. Für lediglich 60 Euro monatlich kann darüber hinaus eine Lehrerpatschaft abgeschlossen und damit ein gesamtes Monatsgehalt sichergestellt werden.

DAS PRINZIP

**HÄCKER KÜCHEN UNTERSTÜTZT
HILFSPROJEKT IN SIERRA LEONE**

„HOFFNUNG“



— Jungen Menschen eine Perspektive zu geben ist das erklärte Ziel des Youth Development Project (kurz YDP). Seit über 30 Jahren bietet das Hilfsprojekt in Sierra Leone Jugendlichen eine Berufsausbildung und seit sechs Jahren auch eine vollständige Schulausbildung an, um ihnen so eine bessere Aussicht für ihre Zukunft zu geben. Es sind Menschen wie Francis Palmer, die in einem von Krisen geschüttelten Land mit ihrem Handeln Hoffnung verbreiten.



Francis Palmer war vor 30 Jahren noch ein Teenager, als er auf das YDP aufmerksam wurde und von dort an jede freie Minute mit den Menschen vor Ort verbrachte. Wie viele andere junge Menschen, fand auch er hier Freunde, Gemeinschaft und vor allem eins: Hoffnung. Denn genau die fehle vielen Kindern und Jugendlichen in einem Land, das unter Armut, Korruption und den Auswirkungen von Ebola-Epidemien enorm zu leiden hätte, berichtet Palmer.

wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Situation mitwirken können, darum kämpft Francis Palmer Tag für Tag aufs Neue.

Und so stand für ihn außer Frage, dass er nach seinem Studium in den USA wieder zurück in sein Heimatland kehren und dort sein Wissen für das Hilfsprojekt einsetzen würde. „Bildung ist der Schlüssel zum Erfolg. Wenn du den Menschen zeigst, wie sie ihr Potenzial richtig nutzen können, gibst du ihnen das Werkzeug für eine bessere Zukunft“, ist Palmer überzeugt. Vor allem gehe es darum, wieder einen Sinn in das Leben der Jugendlichen zu bringen. Wenn er von seinen Erlebnissen und Eindrücken aus seinem Heimatland erzählt, wird schnell klar, dass das Prinzip „Hoffnung“ die Triebfeder des Projekts ist. Den Jugendlichen wieder Hoffnung zu geben, ihnen Wege aus der vermeintlichen Ausweglosigkeit aufzuzeigen und sie mit Wissen und Kompetenzen auszustatten, mit denen sie produktiv an der

Sein Besuch bei Häcker Küchen war für ihn daher nicht nur Anlass für das Projekt zu werben, sondern ebenso interessiert zeigte sich der Leiter des YDP an den Ausbildungsstrukturen des ost-westfälischen Küchenherstellers. „Die Präzision und Fundiertheit, mit der Häcker Küchen den Nachwuchs ausbildet, ist beeindruckend. Da können wir noch vieles lernen“, so Palmer nach dem Gespräch mit Geschäftsführer Jochen Finkemeier, der diese Anerkennung nur zurückgeben konnte: „Mit was für einer Passion und Findigkeit Herr Palmer seine Arbeit macht und den Menschen vor Ort damit Zuversicht und Hoffnung schenkt, ist wirklich beeindruckend und absolut vorbildhaft. Wir sind stolz, dieses Projekt unterstützen zu dürfen.“

**» WIR SIND STOLZ, DIESES
PROJEKT UNTERSTÜTZEN
ZU DÜRFEN.«**

2 TAGE, 4 GERICHTE, 1.800 GENIESSER

— „Ich liebe es, für viele Menschen zu kochen. Und der Ansturm hier war bombastisch“, sagt Marc Höhne, Spitzenkoch aus dem Elsbach Restaurant in Herford, der während der Häcker Küchen Hausmesse seinen Arbeitsplatz für zwei Tage nach Rödinghausen verlegte. Gemeinsam mit Marcus Lagmöller von HK Appliances verwandelte er die Campusküche in eine kulinarische Schmiede mit höchstem Qualitätsanspruch. „Auf unserer Speisekarte standen confierter Kabeljau, gratinierter Ziegenkäse, in Teriyaki geschmorter Schaufelbug vom Rind und Cupcakes mit Icing“, sagt Marcus Lagmöller. Per Headset versorgten die Beiden nicht nur die begeisterten Zuschauer mit Informationen, sondern spielten sich auch gegenseitig mit viel Humor gewürzt die sprichwörtlichen Bälle zu. Bei der Zubereitung kamen natürlich Blaupunkt-Einbaugeräte zum Einsatz. >



Confierter Kabeljau mit Karotten–Ingwerpüree und Liebstöckelcrumble

Weinempfehlung:
2017 Dautermann Weißer Riesling

Gratinierter Ziegenkäse mit Rote Bete–Relish und Tomaten–Chili Chutney

Weinempfehlung:
2017 Dautermann Cabernet Blanc

In Teriyaki geschmorter Schaufelbug* vom Rind mit Lauch und gepufftem Reis

Weinempfehlung:
2014 Dautermann Cabernet Sauvignon

Cup Cakes mit Icing

Weinempfehlung:
2014 Dautermann Spätburgunder Beerenauslese

**Schaufelbug:
Ist in der Mitte von einer feinen Sehne durchzogen, die durch das 16 Stunden lange Schmoren schön weich wird. Beim Schmoren wandelt sich die Sehne zu Gelatine.*

Sorgte für den passenden, edlen Tropfen: Marcus Lagmüller, Produktmanager bei HK Appliances und gelernter Sommelier.



„Wir haben das ganze Programm genutzt: Muldenlüfter, Backöfen und Dampfgerar. Und neben dem Kochen und der Auswahl der zu den Gerichten perfekt passenden Weine wurden auch die Geräte, ihre Eigenschaften und Vorteile vorgestellt“, erzählt Marcus Lagmüller. Der gelernter Sommelier verwöhnte die Gäste mit Cabernet Blanc, Riesling, Cabernet Sauvignon und Spätburgunder Beerenauslese und beriet zu Anbaugebieten, Geschmacksnuancen und Einsatzmöglichkeiten der Weine. „Spannend zu sehen war, dass die Besucher nicht nur zu uns kamen, um schnell etwas Leckeres zu essen, sondern sich Zeit nahmen und genau wissen wollten, wie wir welches Gerät einsetzen und wie welches Gericht zubereitet wird“, so Marcus Lagmüller, der vor allem für überraschte Gesichter sorgte, als er erzählte, wie lange das Rindfleisch im Dampfgerar geschmort wurde. „In der Mitte ist der Schaufelbug von einer feinen Sehne durchzogen, die sich in Gelatine

verwandelt, wenn man sie nur lange genug schmort“, so Marcus Lagmüller. Am Ende waren 16 Stunden notwendig, ehe die Verwandlung gelang und das Gericht serviert werden konnte. Doch nicht nur diese Zahl überraschte. „Nachdem wir am Sonntagabend auch den letzten Gast mit unseren Speisen und Getränken glücklich gemacht hatten, zogen wir ein erstes Fazit: Wir haben tatsächlich in zwei Tagen 1.800 Gerichte zubereitet“, rechnet Marcus Lagmüller vor und kann es selbst kaum glauben. „Das zeigt, dass Blaupunkt-Einbaugeräte auch für Spitzenküchen und den Einsatz bei längeren Kochevents geeignet sind“, fügt der Produktmanager bei HK Appliances noch an und weiß dabei aber ganz genau, dass ihr Zuhause eigentlich die ganz normale Küche ist. „Es ist aber auch einmal gut zu sehen, zu was die Geräte im Stande sind, wenn man sie so einsetzt und sie ihre ganze Qualität zeigen können.“

Der Mann am Herd: Marc Höhne, der normalerweise in seinem Restaurant im Elsbach-Haus in Herford kocht, wechselte für zwei Tage den Arbeitsplatz.



SPIEL DES LEBENS

— Es ist die Geschichte, wie sie wohl nur der Fußball schreibt. Die Geschichte vom kleinen David, der am Ende den übermächtig erscheinenden Goliath nicht zu Fall, aber doch mächtig ins Straucheln bringt. Es ist auch die Geschichte von einem Fußballverein, der noch vor einem knappen Jahrzehnt auf einem Fußballplatz spielte, der im Herbst so nass war, dass mehr Spiele abgesagt als angepfiffen wurden. Ein Retter musste her, einer, der unterstützte, der Perspektiven bot und der Geld in die Hand nahm. Einige Jahre später blickt dieser tatkräftige Mensch, Horst Finkemeier, auf respektable und erfolgreiche

Jahre zurück. Von der Kreisliga A in die Regionalliga – immerhin Deutschlands viert-höchste Spielklasse. Und jetzt das DFB-Pokalspiel gegen den FC Bayern München. Der nicht mit einer B-Elf in das Stadion reiste, sondern seine besten Spieler aufbot. Der nach wenigen Minuten mit 2:0 führte und alles so aussah, als sei dies nur eine ganz normale Begegnung. Groß gegen klein, stark gegen schwach – mit einem am Ende klaren, wenn nicht zweistelligen Ergebnis. Doch was dann passierte, ließ nicht nur die Herzen von Fußballfans höher schlagen. Die Jungs von Trainer Enrico Maaßen kämpften. Und wie.

„Wir haben uns als echte Einheit präsentiert, die einfach ihre noch so kleine Chance nutzen wollte.“

Auf der Brust das Logo von Häcker Küchen, in der Brust ein echtes Kämpferherz, das verborgene Kräfte freisetzte. In der 49. Spielminute fiel der Anschlusstreffer und ab da drückte ganz Fußballdeutschland außer den eingefleischten Bayernfans den Underdogs aus Rödinghausen die Daumen. Im Stadion mehr als 16.000 Fußballfans, unter ihnen die gesamte Führungsebene von Häcker Küchen und viele Mitarbeiter, die Karten ergattert hatten. An den Fernsehern Millionen von Fußballfans, die eine packende Schlussviertelstunde sahen. Der Rekordmeister agierte ideen- und vor allem wirkungslos. >



Der SV Rödinghausen, angefeuert von den Fans, warf alles nach vorne, versuchte durch Einsatz und Kampf den Vierklassenunterschied wettzumachen. Am Ende blieb es beim 1:2 und doch dem überzeugenden Gefühl, dass der Verlierer hier der eigentliche Sieger war. „Wir sind sehr, sehr stolz, so eine Leistung gezeigt zu haben“, konnte am Ende Enrico Maaßen feststellen und endlich das machen, was sich all die Besucher schon vor dem Anpfiff vorgenommen haben: einfach das Spiel zu genießen. Zu hoffen, dass die Niederlage nicht zu hoch ausfallen

würde, dass die heimischen Kicker ihr Herz in beide Hände nehmen und alles geben würden. Und genau das taten sie. An einem denkwürdigen Abend, an dem die Geschichte des SV Rödinghausen seinem bisherigen Höhepunkt entgegensteuerte. Und bei dem am Ende auch der Name Häcker Küchen von so vielen wie wohl noch nie wahrgenommen wurde. Nicht nur, weil der Name auf der Brust der Spieler prangte. Sondern weil das Unternehmen ein Projekt erst ins Rollen brachte, das nun für so viel sportliche Begeisterung sorgte.



„Wer kann von sich schon sagen, ein Spiel 1:2 verloren und doch eigentlich alles gewonnen zu haben?“





Ein schwerer Brocken: Georg Riegel junior kann die viele Jahre alte Schildkröte "Otto" mit Mühe hochhalten.

Alles andere als **SCHILD KRÖTEN TEMPO**

— Eilig hat es Otto nicht. Es ist 16 Uhr und längst hat er sich unter eine kleine Brücke zurückgezogen und bereitet sich auf die Nacht vor. Und das im sehr gemächlichen Tempo. Eben so, wie sich Afrikanische Landschildkröten fortbewegen. Dabei ist rund um das 20 Kilogramm schwere Tier und seine vier Artgenossen alles in Bewegung. „Wir haben uns mit dem Bau hier vor einem Jahr in der Größe verfünffacht – und werden nicht nur vom Umsatz, sondern auch vom Team her weiter wachsen“, sagt Georg Riegel junior, Geschäftsführer bei RIEGA in Augsburg. Sein Urgroßvater gründete das Geschäft als Schreinerei, sein Opa vergrößerte es und Vater Georg, der heute ebenso wie Bruder Matthias die Geschäfte leitet, hat aus der Schreinerei ein Möbel- und Küchengeschäft gemacht. >



Sehr großer Wert wird bei RIEGA auf die stimmige Dekoration der Ausstellungsküchen gelegt.



Die 2.500 Quadratmeter große Ausstellung zieht nicht nur Kunden aus Augsburg und Umgebung an, sondern auch Interessenten und Käufer aus dem nördlichen München. „Für den Münchener ist es von der Fahrtzeit egal, ob er sich in den Stau der Innenstadt stellt oder zu uns kommt. Und bei uns bekommt er obendrauf noch einen freien Parkplatz und ein echtes Einkaufserlebnis“, erklärt der Juniorchef, der den Kunden zuhört, die über eine Art Catwalk durch die Ausstellung laufen. Exklusive Möbeleinstücke sind hier zu besichtigen sowie zu erwerben – selbst das WC wurde mit Tapeten im Zebrastreifenlook so außergewöhnlich gestaltet, dass die Kunden auch hier stauen. Ein paar Meter weiter wartet das Terrarium und damit auch das Zuhause von Otto, dem wohl meistfotografierten „Mitarbeiter“ von RIEGA. Vater Georg Riegel hatte immer schon ein Faible für die gepanzerten Tiere, interessierte sich erst für Wasserschildkröten, dann für die Afrikanischen Landschildkröten, die im Sommer auch in ein Außengehege wechseln können. „Wir bekommen fast tagtäglich Anfragen von Menschen, die hier Schildkröten abgeben wollen“, sagt der

25-jährige Georg Riegel junior und muss dies jedoch leider ablehnen. Dafür sei aber der Kontakt zum Tierheim in Augsburg und zur Reptilien-Aufzuchtstation in München ein intensiver.

Weiter geht es über den Holzsteg, der sich durch die untere Etage des beeindruckenden Firmengebäudes schlängelt. Vorbei an der Popcornmaschine, am Bistro, in welchem Mal eine Lesung stattfindet, dann eine Modenschau, ein Konzert oder Vorträge. „Es geht uns verstärkt darum, unseren Besuchern ein echtes Erlebnis zu bieten, nicht nur einfach Möbel oder Küchen zu verkaufen“, sagt Georg Riegel, als wir die erste Etage erreicht haben. Hier lädt die große Showküche nicht nur zu Kochkursen ein, sondern dient auch als Mittelpunkt für Kochsendungen im Regionalfernsehen. „Das hat unseren Bekanntheitsgrad deutlich gesteigert. Und gleichzeitig verlieren wir nicht den Kontakt zu den Kunden, die gerade eine Küche bei uns gekauft haben. Denn die sind herzlich eingeladen, an solchen Events teilzunehmen – und nehmen das sehr gerne wahr.“ >



Immer noch an Bord: Siegfried Riegel, Großvater von Matthias und Georg junior.



Direkt aus Indien kommen die Türen, die gerne als Dekorationsobjekte genutzt werden.



Leiten heute das Unternehmen: Matthias, Georg und Georg Riegel junior (v.l.)

Ein paar Meter weiter folgt der Bereich der Küchenausstellung, „den wir bewusst großzügig geplant haben. Wir zeigen hier 16 Musterküchen, was in Relation zur Fläche eher wenige sind. Aber so bieten wir Großzügigkeit und können auch mal angrenzende Räume wie Bade-, Wohnzimmer oder auch Ankleide- und Hauswirtschaftsraum zeigen. Zum größten Teil verkaufen wir Häcker Küchen. Mit unserem 42-köpfigen Team setzen wir auf Service und Beratung – und nehmen uns vor allem viel Zeit“, sagt Georg Riegel. Seit mehr als dreißig Jahren werde das Familienunternehmen von Häcker Küchen beliefert: „Service und Beratung können seit jeher nicht besser sein. Das bekommst du sonst nirgends“, ist sich Georg Riegel sicher. Bei den Arbeitsplatten kann er seinen Kunden sogar etwas ganz Individuelles bieten. „Wir gießen selber Arbeitsplatten aus

Microfein-Beton, die gute sechs Zentimeter dick sind und so behandelt werden, dass sie widerstandsfähig und bedenkenlos in der Küche eingesetzt werden – viele Kunden spricht dieser urbane Look an“, sagt Georg Riegel. Er arbeitet ebenso wie sein Vater und sein Großvater im Einbaugerätebereich schon immer mit Miele zusammen. „Die partnerschaftliche Verbindung ist damals wie heute sehr eng.“ Aber auch die Geräte von Blaupunkt haben es in das reichhaltige Sortiment geschafft. „Damit können wir unseren Kunden eine preislich sehr interessante Alternative bieten, bei der die Qualität zu hundert Prozent stimmt“, erklärt Riegel. Drei eigene Schreiner- und zwei Montage-Teams sorgen für den Aufbau und setzen manchmal auch äußerst ausgefallene Türen als Blickfang in Wohn- und Schlafzimmer. „Wir haben einen Lieferanten aus Indien, der alte, sehr mondän wirkende Holztüren als Einzelstücke anbietet, die wir gerne als exklusives Highlight mit anbieten“, so Georg Riegel zu einem Einkaufs- und Erlebniskonzept, das seinesgleichen sucht. Von alledem bekommt Otto nichts mehr mit. Die imposante Schildkröte hat längst die Augen geschlossen, denn morgen ist schließlich auch noch ein Tag, an dem das Reptil wieder im Vordergrund stehen wird.

Kein Platz für

UNORDNUNG



Für jedes Schätzchen ein Plätzchen

Ganz am Ende des Planungs- und Verkaufsgesprächs für eine neue Küche – die Front, die Farben und die Technik sind ausgesucht – folgt die letzte Frage: Welches Zubehör darf es denn sein? „Meist sind die Käufer dann schon so voller Input, dass sie kaum noch aufnahmefähig sind“, sagt Gisela Rehm, Marketingleitung bei Häcker Küchen. Doch sind es nicht im Alltag die kleinen Dinge, die in einer Küche für Übersicht sowie Ordnung und damit für Freude am Kochen sorgen? „Wir wollen mit unserer neuen Zubehörbrochure den Händlern und Endkunden eine Art Ideensammlung an die Hand geben, die zeigt, dass es sich lohnt, sich mit dieser Thematik intensiv auseinanderzusetzen“, so Gisela Rehm. Das müsse im ersten Schritt gar nicht im Küchenstudio sein, sondern könne durchaus auch auf dem eigenen Sofa geschehen. „Wir haben die hochwertig-magazinige Broschüre, die auf Deutsch und Englisch erhältlich ist, so gestaltet, dass der Leser einfach Lust darauf bekommt, sich Gedanken zum Thema Innenorganisation und Stauraum zu machen“, ergänzt Verena Eisermann, verantwortliche Texterin des Häcker-Marketing-Teams. Kein Wunder also, dass die Broschüre den Titel „Ordnung ist das halbe Leben“ trägt. „Wir bieten so viele clevere Möglichkeiten und Lösungen an, wenn es darum geht, den Platz in der Küche perfekt zu nutzen und technische Innovationen einzusetzen“, sagt Gisela Rehm und muss für den Einsatz der neuen Zubehörbrochure nicht lange werben. >



Bestens beraten

Auf 52 Seiten zeigt die neue Broschüre zur Innenausstattung, was in einer Häcker Küche stecken kann, wenn man sich mit dem Thema bewusst auseinandersetzt. Aktuell ist die Broschüre in Deutsch und Englisch erhältlich.

„Wir haben sie auf der Hausmesse vorgestellt und die Resonanz war wirklich überragend. Das zeigt ja, wie wichtig eine solche Broschüre ist, die eben nicht die klassischen Küchenfotos zeigt, sondern sich dem eher Unsichtbaren, Versteckten in der Küche widmet“, so die Marketingleiterin. Besonders praktisch ist ein sogenannter Ausklapper am Ende des Heftes. Mit ihm lässt sich eine Merkliste erstellen, die aufzeigt, welche Möglichkeiten modernes Zubehör bietet und welcher Bedarf individuell vorhanden ist. Ob Vorrats-Hochschrank, ausgeklügelte Eck-schranklösung, Backblechhalter oder Kindersicherung – all das sind Themen, die hier reichhaltig bebildert und mit kurzen, knackigen Texten vorgestellt werden. So erhält der Kunde am Ende eine Küche, die nicht nur schick aussieht, sondern auch in ihrer Funktionalität begeistert und ein Maximum an Interior bietet. „Wir zeigen mit dieser Broschüre zur Inneneinrichtung ansprechend aufbereitete Tipps und Tricks sowie smarte Umsetzungsmöglichkeiten auf, die einerseits maximal durchdacht sind, andererseits Spaß bereiten und die Ordnung in der Küche auch lange aufrechterhalten“, so Verena Eisermann. Kurzum: Ein unterhaltsames, kurzweiliges und pfiffig aufbereitetes Interior-Magazin mit viel Wortwitz und inspirierendem Charme.

Wie effizient nutzen Sie den bei Ihnen vorhandenen Platz?

Wenn die Ordnung in der Küche erst einmal hergestellt ist, kann das Kochvergnügen so richtig beginnen.



Auch das Küchen Forum und Küchen Journal sind jetzt in einer Neuauflage mit den aktuellen Modellen erschienen.

Lust auf die neue Zubehörbroschüre bekommen? Kein Problem. Fragen Sie einfach bei Ihrem zuständigen Außendienstmitarbeiter nach.

Kompromisslos in Lugano

Blaupunkt überzeugt auf ganzer Linie



— Giovanni Mantovani muss nicht lange überlegen, wenn er nach den Vorteilen der Blaupunkt-Einbaugeräte gefragt wird: „Die Qualität ist perfekt, das Preis-Leistungs-Verhältnis so wieso und der Umstand, dass es die Geräte mit dem blauen Punkt nicht im Internet zu kaufen gibt, bringt uns auch nur Vorteile“, erklärt der Schweizer.

Mantovani, am 1. August 1952 geboren, ist CEO von zwei Unternehmen. Die SIBI Arredamenti AG wurde bereits 1957 als reine Schreinerei gegründet und stellte als eine der ersten Firmen Küchen in Lugano und Umgebung her. Jahre später kam die MATCO AG hinzu, mit der die Vorgänger von Giovanni Mantovani Interieur-Utensilien vertrieben. Als dann der erste deutsche Küchenproduzent auf das Unternehmen zukam, fuhren die Inhaber zweigleisig. Bei SIBI wurde weiterhin selber gebaut, bei MATCO die Küchen aus Deutschland vertrieben. „Irgendwann liefen uns aber in der Produktion die Kosten weg. Gleichzeitig hatten wir Probleme beim Service mit den Küchen – und kamen auf Häcker Küchen als neuen Lieferanten“, erzählt der heute 66-Jährige. „Heute würde ich sagen, dass wir diese Entscheidung schon zehn Jahre eher hätten treffen müssen. Aber das lässt sich ja leider nicht mehr ändern“, so Mantovani. Der erfolgreiche Geschäftsmann setzt seitdem komplett auf Häcker Küchen und war auch einer der ersten, der sich dafür entschied, Blaupunkt-Einbaugeräte ins Portfolio mit aufzunehmen. „Bei allen anderen Marken habe ich das Problem, dass meine Kunden die Geräte im Internet günstiger bekommen, als ich sie ihnen anbieten kann. Selbst bei den Einkaufspreisen ist es manchmal so, dass ich besser beim Elektrofachmarkt um die Ecke einkaufe. Das kann mir bei Blaupunkt nicht passieren“, freut sich Giovanni Mantovani.

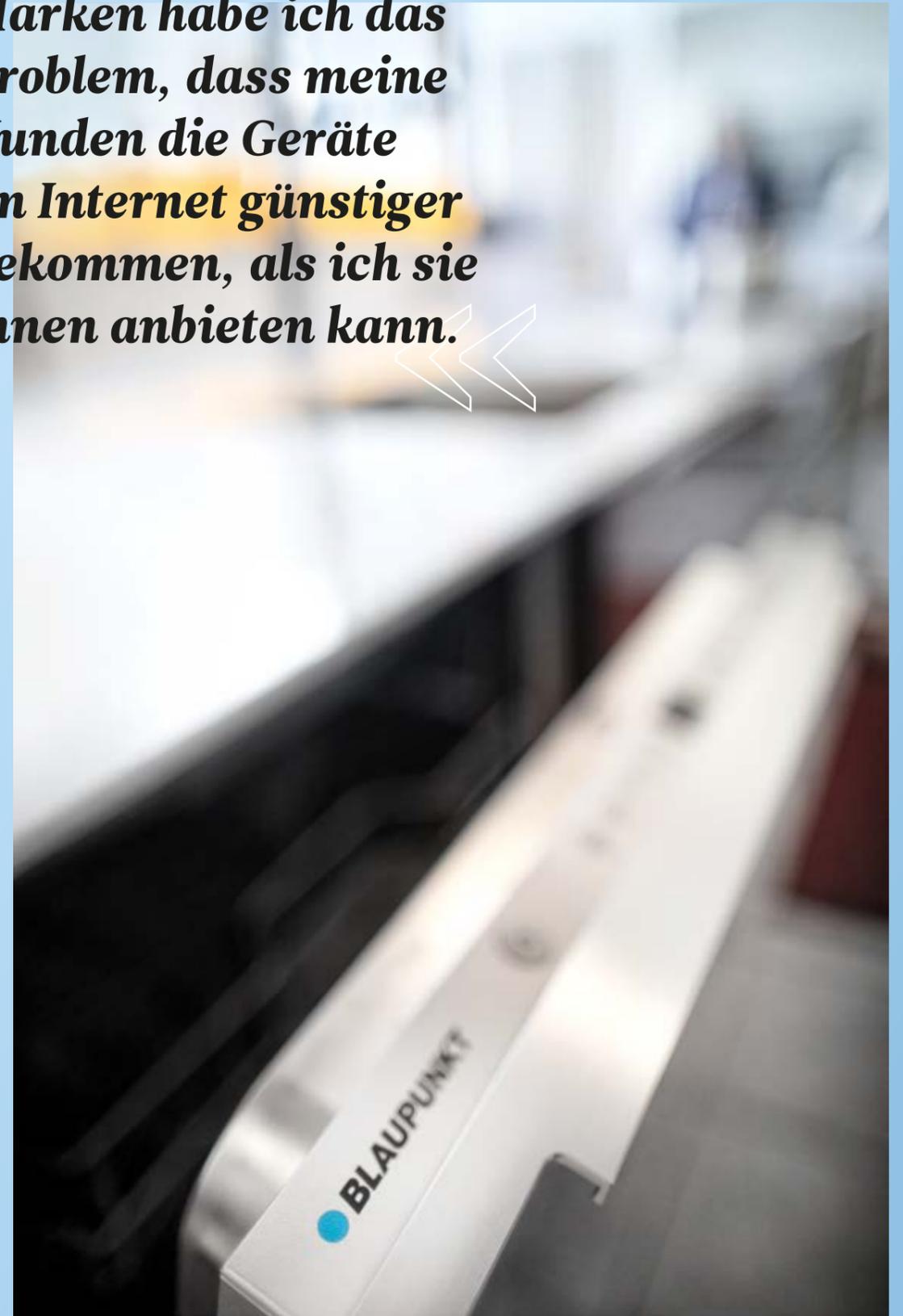


Seine Kunden in und rund um Lugano haben kein Problem damit, dass sie die Marke meist nur aus dem Autoradiobereich kennen. „Wenn sie sich die Hauben, die Geschirrspüler und Kühlschränke hier in der Ausstellung anschauen und sich von Qualität und Design überzeugt haben, dann gibt es keine Bedenken mehr.“

Besonders angetan hat es Mantovani die Pyrolysefunktion der Blaupunkt-Backöfen. „So etwas wünscht sich jeder Schweizer – allerdings war das bislang so teuer, dass dies nicht für jeden erschwinglich war. Als ich dann den ersten Blaupunkt-Backofen mit Pyrolysefunktion hier in meiner Ausstellung vorführen konnte, wurde er mir förmlich aus den Händen gerissen. Im Moment habe ich im Übrigen noch keinen Nachfolger, also plane ich erst einmal damit, dass ich selber noch einige Jahre weitermache und Menschen für Häcker Küchen und Blaupunkt-Geräte begeistere“, erzählt der 66-jährige Giovanni Mantovani in die Zukunft schauend. 2013 reiste er das erste Mal zur Häcker Hausmesse nach Rödinghausen. Hier war er so begeistert, dass er nun im Jahresrhythmus wiederkommt. „Mir muss nach 40 Jahren in der Küchenbranche niemand mehr ein neues Scharnier oder einen neuen Weißton zeigen. Für mich ist viel wichtiger, dass ich sehe, wie ein Unternehmen funktioniert, dass ich mich mit meinen Ansprechpartnern unterhalten kann. >

Freut sich über das sehr gute Preis-Leistungs-Verhältnis der Blaupunkt-Geräte: Giovanni Mantovani.

Bei allen anderen Marken habe ich das Problem, dass meine Kunden die Geräte im Internet günstiger bekommen, als ich sie ihnen anbieten kann.





Und genau das wird mir bei Häcker Küchen und bei den Verantwortlichen von Blaupunkt geboten“, sagt Mantovani. Der zeigt auch gerne seinen Kunden, was die Einbaugeräte mit dem blauen Punkt können. „Ich habe in diesem Topf hier immer Wasser, das ich schnell erhitzen und mit dessen Hilfe ich die Kraft des Muldenlüfters demonstrieren kann“, sagt Mantovani und will weiterhin auf beides setzen: auf den Vertrieb von Muldenlüftern und klassischen Abzugshauben. Beides sei in der Schweiz und im nördlichen Teil Italiens akzeptiert und gesucht.

Seit nunmehr fast drei Jahren arbeitet das Unternehmen MATCO mit Blaupunkt-Einbaugeräten. „Wir haben jetzt schon unzählige Geräte verkauft. Aber tatsächlich hat es noch keine einzige Reklamation gegeben. Wir mussten noch nie ein Gerät austauschen oder einen Servicemitarbeiter schicken. Das ist wirklich einzigartig“, lobt Giovanni Mantovani die Marke mit dem blauen Punkt. „Das ist einer der allergrößten Vorteile, den die Geräte aus Rödinghausen zu bieten haben.“

Wir haben jetzt schon unzählige Geräte verkauft. Aber tatsächlich hat es noch keine einzige Reklamation gegeben. Das ist wirklich einzigartig.

WORK & TRAVEL LUGANO

Daten & Fakten

Amtssprache: Italienisch
Fläche: 75,8 km²
Einwohner: 63.668

An der Schweizer Grenze zu Italien tummeln sich die Schönen und die Reichen. Und das nicht ohne Grund, bietet Lugano doch ein mediterranes Klima, den wunderschönen Luganer See und viele weitere Sehenswürdigkeiten, die es lohnt, zu besuchen, wenn man in Lugano ist.



Ristorante le bucce di Gandria

Hoch über der Stadt thronend findet der Besucher hier zweierlei: sehr gutes Essen und den perfekten Blick über Stadt und See. Auf den ersten Blick eher unscheinbar, offenbart sich hier eine reichhaltige Speisekarte, die auch echte Feinschmecker begeistert.

Ristorante le bucce di Gandria
via Cantonale
6978 Lugano

Öffnungszeiten:
Mittwoch – Sonntag: ab 19:00 Uhr

Einfach einsteigen und losfahren

Wer den Luganer See vom Wasser aus kennenlernen möchte, der mietet sich einfach bei den zahlreichen Anbietern ein umweltfreundliches Elektromotorboot. Bis zu sechs Personen finden in ihm Platz und es braucht keinen Führerschein, um es zu steuern. Die Verleiher weisen den Freizeitkapitän kurz in die Regeln und die Technik ein, ehe die kleine Kreuzfahrt vor herrlicher Kulisse beginnen kann.



Staglio - La pizza al taglio

Wenn es nur noch wenige Kilometer bis Italien sind, darf die Pizza auf der Speisekarte nicht fehlen. Im Staglio aber wird fein gespeist, das Ambiente entspricht der gehobenen Küche und auch die Pizzen, die hier serviert werden, sind alles, nur nicht gewöhnlich.

Staglio - La pizza al taglio
Corso Elvezia 8
6900 Lugano

Öffnungszeiten:
Montag – Freitag: 11.00 – 21:00 Uhr
Sonntag: 17:00 – 21:00 Uhr



Kunst statt Übernachten

Aus dem alten Hotel Palace wurde das Zentrum für zeitgenössische Künste, kurz LAC. Hier wird nicht nur moderne Kunst ausgestellt, sondern auch Musikalisches geboten. Im neuen Konzert- und Theatersaal finden 1.000 Zuhörer Platz, die über eine breite Glasfront auch immer wieder einen Blick auf den Luganer See werfen können.

Piazza Bernardino Luini 6
6900 Lugano

Öffnungszeiten:
Dienstag – Sonntag 10:00 – 18:00 Uhr
Donnerstag 10:00 – 20:00 Uhr



EINE REISE ZU SICH SELBST

*Küchenstudio-Inhaber
Victor Dittmann auf Benefiztour*

— Mit dem Rennrad von Köln nach Santiago de Compostela in 15 Tagen – eine anspruchsvolle Leistung. Erfährt man dann, dass der Fahrer hauptberuflich Inhaber eines Küchenstudios ist, Rennradfahren nur sein Hobby nennt und kurz vor seinem 60. Geburtstag steht, kommt man aus dem Staunen nicht mehr heraus. Victor Dittmann kennt diese Strapazen und ist trotzdem – oder gerade deswegen – nicht davon abzubringen, sich dieser Herausforderung zu stellen. >

Die Idee, mit dem Rennrad von seinem Heimatdorf Rösrath bis nach Santiago de Compostela zu fahren, kam dem Inhaber von Akurat Küchen in Dormagen während der Tourplanung 2017. Damals sollte es in die Dolomiten gehen, nachdem die Alpen und die Berge Mallorcas bereits in den Vorjahren abgehakt werden konnten. „Und was machen wir nächstes Jahr?“, stellte sein guter Freund und Tourbegleiter Ralf Horath die entscheidende Frage. Auch wenn die Antwort zunächst gar nicht so ernst gemeint war, habe er dann doch vielen Leuten davon erzählt, „sodass es letztlich kein Zurück mehr gab“, erinnert sich Dittmann an den Moment, als ihm bewusst wurde, dass es Zeit für eine der größten Herausforderungen in seinem Leben ist. Denn auch wenn er seit 15 Jahren Rennrad fährt, neben Radtourenfahren (RTF) und den alljährlichen Rennradtouren mit Freunden, im Winter auch mal auf ein Mountainbike steigt und eigentlich permanent im Training ist, so wurde ihm schon etwas anders, als die Streckenberechnung bei Google 11.000 Höhenmeter ergab. Auch bei einem anderen Programm, welches auf die Tourenplanung mit dem Rennrad spezialisiert ist, machte ihm die Gesamtzahl an zu bewerkstellenden Höhenmetern keine falsche Hoffnung. Einen Bruchteil einer Sekunde habe er dann doch an seinem Vorhaben gezweifelt, aber der Reiz, sich hohe Ziele zu setzen und daran zu wachsen, sei zu verlockend für ihn gewesen. „Außerdem mag ich Herausforderungen. Und Steigungen noch viel mehr“, fügt er hinzu und weiß, dass diese Kombination an Vorlieben für eine Tour von insgesamt 2.200 Kilometern und 19.500 Höhenmetern auch dringend notwendig ist.

Und so begannen die Vorbereitungen für ein Unterfangen, bei dem neben Disziplin und Willenskraft vor allem organisatorisches Talent und körperliche Fitness gefragt sind. 250 bis 300 Kilometer fuhr er mit dem Rennrad nun in der Woche, stellte seine Ernährung komplett auf das Training um und holte sich ein Rennrad, das nach einer professionellen Sportdiagnose exakt auf seine Körpergröße und Anforderungen eingestellt



wurde. Die Route plante er mit allen Tourabschnitten, Zwischenstopps und Hotelübernachtungen durch und stimmte sie mit allen am Projekt Beteiligten ab. Als Fahrer des Begleitfahrzeugs konnte er seinen Sohn gewinnen, der sie an vereinbarten Wegpunkten mit Wasser versorgen sollte, ansonsten aber am jeweiligen Zielhotel auf die beiden Fahrer warten würde. „Gerade bei den Touren, die ich alleine fahre, ist es aber auch einfach eine Sicherheitsfrage, jemanden in erreichbarer Nähe zu haben“, erzählt er von der ersten Woche der Tour, die er ohne seinen Wegbegleiter antreten muss. „Ralf und ich fahren natürlich zusammen in Rösrath los, aber dann kann er aus zeitlichen Gründen erst in Frankreich einsteigen“, erklärt er. Es ist gerade diese Passage der Tour, die für ihn die größte Herausforderung sein wird. Denn ganz auf sich allein gestellt, den eigenen Gedanken nachhängend, Tagestouren von rund 140 Kilometern hinter sich zu bringen und bei Steigungen, die kein Ende nehmen wollen, trotzdem den eigenen Schweinehund zu überwinden, das habe es schon in sich, erzählt er. Es ist nicht das erste Mal, dass er

Mit Unterstützung unterwegs: Häcker Küchen sponsert die Benefizfahrt von Victor Dittmann.

alleine auf dem Rennrad unterwegs ist. Während 2016 die restliche Gruppe nach einer Tour die Rückreise mit dem Bus antrat, entschied er sich für sein Rennrad und fuhr die Strecke von Garmisch-Partenkirchen nach Rösrath allein: „Man fragt sich dann schon, was man sich eigentlich gerade wieder antut und ist doch glücklich, wenn man am Abend auf die gefahrenen Kilometer zurückschauen kann.“ So eine Tour ist für Dittmann auch immer eine Reise zu sich selbst. Respekt vor den Anforderungen auf Profiniveau habe er aber trotzdem. Gerade die viertletzte Tour mit 195 Kilometern und 2.300 zu fahrenden Höhenmetern ist eine Strecke à la Tour de France und somit eine der großen Herausforderungen der gesamten Strecke. „Wenn es nicht mehr geht, dann hilft es manchmal schon, einfach kurz anzuhalten, einen Schluck Wasser zu trinken und die Umgebung zu genießen“, sieht er die Option, seinen Sohn zu informieren und die Tagestour damit aufzugeben, nur als letzte Instanz.

„Viel wichtiger ist, dass wir mit dem Projekt anderen Menschen helfen können“, kommt er auf den Benefizgedanken der Tour zu sprechen. Mithilfe von Sponsoren sollen Spenden für soziale Kinderhilfsprojekte gesammelt werden, die zu jeweils 50 Prozent an ein internationales und nationales Hilfsprojekt gehen. „Kinder sind unsere Zukunft. Doch selbst in so einem reichen Land wie Deutschland gibt es immer noch viel zu viele Kinder, die nicht unter den Bedingun-

gen aufwachsen können, wie sie sollten“, so Victor Dittmann. Für ihn ist es entscheidend, dass die Gelder zu 100 Prozent dort ankommen, wo sie gebraucht werden. Mit diesem Ansatz konnte er auch Häcker Küchen als einen der Hauptsponsoren des Projekts gewinnen.

„Wir pflegen seit Jahren eine partnerschaftliche Geschäftsbeziehung zu Häcker. Als ich Marcus Roth von dem Projekt erzählte, war er sofort davon überzeugt. Wir sind sehr froh, dass wir mit Häcker Küchen einen so großen Sponsor mit ins Boot holen und für unser Projekt begeistern konnten“, ist Victor Dittmann dankbar für die Unterstützung. Stolz zeigt er sein Trikot, das alle Sponsoren zeigt und für den Tourstart am nächsten Tag sorgfältig bereitgelegt wurde. Denn bis zum Beginn der ersten Etappe sind es nicht einmal mehr zwölf Stunden – höchste Zeit also, noch einmal Energie im eigenen Bett zu tanken und die Akkus aufzuladen, bevor es dann wirklich losgehen kann. Von Rösrath nach Santiago de Compostela in nur 15 Tagen – ein beeindruckendes Vorhaben.

Wie es den beiden Rennradfahrern auf ihrer Tour ergangen ist? Unter www.wirrollen-fuerkinder.de kann man alles über das Projekt erfahren. Hier findet man auch einen Blog mit allen Einzelheiten rund um den Tourverlauf und Informationen zum Spendenaufruf.



Abschied vor der großen Tour: Victor Dittmann nimmt seine Ehefrau noch einmal in den Arm, dann kann die Tour mit dem Rennrad beginnen.

WORK 15
 Küchenmöbel an der Wand:
 Wie für das Wohnzimmer
 gemacht zeigen sich diese
 Schränke in der Wohnaus-
 stellung in Luxemburg.

GANZ WEIT WEG VOM MAINSTREAM

„Wundern Sie sich nicht, wenn Sie unser Bad benutzen – die Möbel stammen alle von Häcker Küchen“, sagt Walter Dahm. Und sein Gegenüber wundert sich tatsächlich nicht, schließlich baut Dahm nicht nur Küchen aus den Rödinghausener Möbeln, sondern auch Schlafzimmer, Wohnzimmer und ganze Büroeinheiten.

— „Ich habe mich schon seit Langem mit vielen Möbelherstellern beschäftigt. Da kann niemand der Küchenmöbelindustrie das Wasser reichen. Wir nutzen Küchenmöbel, ganz gleich, ob wir ein Immobilienbüro oder eine Arztpraxis einrichten“, erzählt Dahm, der als leitender Angestellter beim HK Kichestudio in Luxemburg arbeitet. An den Dialekt und den Firmennamen musste sich Dahm, der auch heute noch in Deutschland wohnt, nicht lange gewöhnen, als er 2015 zum neuen Arbeitgeber nach Luxemburg wechselte. „Der Dialekt ist dem aus meiner Heimat, der Südeifel, schon sehr ähnlich.“ Dafür gibt es aber eine ganze Reihe anderer Besonderheiten, die den Handel in Luxemburg von dem in Deutschland unterscheidet.

„Wenn du Geschäfte in Luxemburg machen willst, dann musst du auch genau hier ein Standbein bzw. einen Standort haben. Der Luxemburger erwartet das“, sagt Dahm und führt durch das Küchenstudio, welches im Luxemburgischen Mersch liegt. Im Erdgeschoss erwartet den Besucher das Baugeschäft, hier kann er sich Türen, Markisen und Treppen aussuchen. Eine Etage höher findet sich dann das Küchenstudio. „Wir haben hier die Anzahl der Küchen bewusst reduziert und zeigen nun, wie man mit den Möbeln von Häcker Küchen auch im Wohnzimmer Stauraum schaffen und im Schlafzimmer für Ordnung sorgen kann“, so Dahm. Der entwirft für die Kunden ganze Wohnwelten, richtet Häuser ein, zeichnet im 3D-Programm und präsentiert große Ausdrücke und Perspektiven, die dafür sorgen, dass der Kunde sich mitsamt Lichtstimmung vorstellen kann, wie er schon bald wohnen wird. Meist herrschen auch hier die gedeckten Töne vor: „Der Luxemburger ist ein Mensch, der lieber auf Altbewährtes setzt“, so Walter Dahm. Er ist absolut überzeugt von der Qualität der Küchen aus Rödinghausen – der Preis stimme, der Service sowieso. Dem verlange er manches Mal einiges ab, weil er nicht nur die Bestellpositionen untereinander schreibt, sondern Pläne und Ansichten schickt und sich Hilfe holt, wenn Exotisches geplant und geordert werden soll. >



„Das konnte ich aus meinen früheren Tätigkeiten nicht. Und ich war ehrlich gesagt anfangs sehr skeptisch. Aber heute muss ich sagen, dass das ganz wunderbar klappt“, lobt Dahm das Drei-Mann-Team, das auch die exotischsten Wünsche umsetzt. Dass aus Küchenmöbeln am Ende Badmöbel entstehen, dass Spülen als Waschbecken umfunktioniert werden, dass Schubkastenmodule Socken im Schlafzimmer aufbewahren, ist vielleicht nicht so gedacht. „Aber es funktioniert. Wir wollen hochwertige und zuverlässige Möbel verkaufen. Ganz gleich, für welchen Teil des Hauses oder einer Wohnung.“



Liebe zum Detail: Horst Kandels (l.) und Walter Dahm im Luxemburger HK Kichestudio.



„Meinen Ansprechpartnern in Rödinhäusern macht es Spaß, dass nicht von der Stange bestellt wird“, sagt Dahm. Er hat von seinen Chefs und Geschäftsinhabern Horst Kandels sowie Thomas Reuter freie Hand bekommen, als es um die Einrichtung des Küchenstudios ging. Die beiden konzentrieren sich mehr auf die Bau- und Möbelgeschäfte hier in Luxemburg und Kaisersesch. Also kann Walter Dahm das machen, was ihm am meisten liegt: Bauherren beraten sowie Ideen und Konzepte entwickeln. Dass der Kunde am Ende Küchenmöbel von Häcker Küchen im Wohnzimmer stehen und hängen hat, weiß er oft nicht. „Hauptsache, Planung und Qualität stimmen – und die passen perfekt“, so Dahm. Er setzt gerne Akzente und verplant Elektrogeräte, die auffälliger sind. Hier kommen oft Geräte von MIELE oder NEFF zum Einsatz. Doch auch Blaupunkt-Geräte werden vermehrt nach Luxemburg geliefert. „Die Geschichte, die man da erzählen kann, passt einfach.“ Ist der Auftrag bestätigt, montieren nicht die eigenen Kollegen, sondern externe Mitarbeiter.



Mit 3D-Programm wird die spätere Wohn- und Arbeitssituation visualisiert.

DER STARTSCHUSS IST GEFALLEN

Bau des neuen Werks hat begonnen.

— Es ist das größte Investitionsprojekt der Unternehmensgeschichte: Häcker Küchen baut ein weiteres Werk für die Produktion hochwertiger Küchenmöbel in Ostercappeln-Venne im Osnabrücker Land. Der Neubau, der in unmittelbarer Nähe zum Hauptsitz in Rödinghausen errichtet wird, stellt eines der modernsten Werke überhaupt dar.

Es entstehen mehrere hundert qualifizierte Arbeitsplätze, die Häcker Küchen bereits jetzt sukzessive besetzt. Der symbolische erste Spatenstich läutete nun den offiziellen Baubeginn ein. Auf 215.000 Quadratmetern Betriebsgelände realisiert Häcker Küchen ein zukunftsweisendes Produktions- und Logistikkonzept, um die geplanten Um-

satzsteigerungen der nächsten Jahre adäquat realisieren zu können. „Durch den Neubau in Ostercappeln-Venne haben wir die Möglichkeit, modernste Produktionsabläufe auf der Basis digitalisierter Prozesse aufzubauen. Ein hoher Automatisierungsgrad wird Maßstäbe in der Prozessqualität sowie Produktivität setzen“, sagt Dirk Krupka, Geschäftsführer

Technik bei Häcker Küchen. „Wir werden unsere Wettbewerbsfähigkeit langfristig absichern und ausbauen können. Es werden rund 450 zukunftssichere Arbeitsplätze entstehen, die wir bereits jetzt besetzen. Wir suchen unter anderem Mitarbeiter für die Produktion und die innerbetrieblichen logistischen Prozesse, Maschinenbediener, Kraftfahrer und Versandmitarbeiter. Die Inbetriebnahme des neuen Werks ist für Herbst 2020 geplant.“ Mehr als die Hälfte aller Zulieferer befinden sich im Umkreis von weniger als 50 Kilometern. Der neue Standort sichert somit auch eine perfekte Integration bestehender Zulieferstrukturen und schafft gleichzeitig die notwendigen logistischen Voraussetzungen wie Lagerkapazitäten und Materialfluss, um zukünftiges Wachstum auch von der Versorgungsseite her sicherstellen zu können.

„Eine der Hauptstrategien von Häcker Küchen ist ‚Made in Germany‘ und wird auch zukünftig die Arbeitsplätze hier in der Region sichern“, so Jochen Finkemeier, geschäftsführender Gesellschafter bei Häcker Küchen.

„Wir sehen uns in der Verantwortung, mit dem Bestehenden nachhaltig zu wirtschaften. Gleichzeitig müssen die Grundsteine für das weitere Wachstum gelegt werden. Unsere Investitionen und Projekte sind Zeugnis unseres Engagements“, so Jochen Finkemeier.



Der erste Spatenstich besiegelte den offiziellen Baubeginn. Die Inbetriebnahme ist für Herbst 2020 geplant.



Das erwartet Sie
in Ausgabe No.16



Vorher/Nachher



St. Petersburg



Eröffnung an der Ostsee

St. Petersburg ist die nördlichste Millionenstadt der Welt. In der historischen Innenstadt befinden sich rund 2.300 Paläste, Prunkbauten und Schlösser – und bald auch das erste Küchenstudio, das Häcker Küchen führt. In der kommenden WORK-Ausgabe berichten wir von der Eröffnung dieses Studios in der Stadt an der Ostsee.

Gewusst, wie

Meist ist es nicht die Technik, die auf den ersten Blick begeistert. Sondern die Art und Weise, wie eine Küche in der eigenen Studioausstellung präsentiert wird. Wir zeigen Ihnen, wie Sie mit wenigen Mitteln Ihre Ausstellungsküchen deutlich aufwerten und so ein ganz anderes Erscheinungsbild erzielen können.

Frohe Weihnachten



Wir bedanken uns für die partnerschaftliche Zusammenarbeit und das entgegengebrachte Vertrauen in uns und unsere Produkte.

Wir wünschen Ihnen erholsame Festtage, einen guten Jahreswechsel und viel Glück und Erfolg im neuen Jahr.

Ihr Team von HKA / Blaupunkt

HKA **BLAUPUNKT**

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:

Dezember 2018



Häcker
kitchen.germanMade.