

WOOD ORK

No5

by **Häcker**
kitchen.germanMade.

Häcker

kitchen.german Made.

FROM
APP
TO Z



DE A
À Z

All catalogues, all editions of the WORK magazine and current trade fair newspapers in our Häcker App Scan and download now:

Tous nos catalogues, toutes les éditions du magazine WORK et les journaux actuels des salons dans l'application de Häcker. Scanner et télécharger maintenant :



<http://haecker-kuechen.de/app-int/>

Dear Readers,

You know us as a company that doesn't rest on its laurels but looks forward, to ensure an (even) better position for the future. Sometimes it is worth reviewing things to orientate ourselves even better. We have received lots of orders over the past months. This has encouraged us to invest once again in our production, which is already very state-of-the-art. You can find out what exactly we have procured and how the installation and test phase went on the following pages. Of course we have been on the road again for this WORK edition and have attended exhibitions and visited retailers. Something new is that we are not only reporting from the point of view of a kitchen manufacturer, but are introducing you to the actual country, giving you travel tips and therefore offering you much more. We are starting with Iceland - with icebergs, huge waterfalls and a landscape that invites you to go on a tour of discovery. At the centre of it all you will find a kitchen retailer who was born in Florida and moved to Reykjavik when he found love - an exceptional story to read in this edition.

We came another step closer to our retailers at trade fairs in Lyon and Salzburg. On the following pages you will find out what and who was awaiting us - and you will also see that trade fair presentation is becoming increasingly important to us. This will be shown at the upcoming in-house exhibition, which I would like to warmly invite you to attend. As always, you can expect the perfect mixture of a presentation of innovations and a meeting place for communication.

I hope that you enjoy an informative read before I can hopefully welcome you to our in-house exhibition in September.

Jochen Finkemeier

Chère lectrice, Cher lecteur,

Tous ceux qui connaissent notre entreprise savent que, loin de nous reposer sur nos lauriers, nous regardons vers l'avant pour (encore) mieux nous préparer pour l'avenir. Pour mieux s'orienter, il est parfois utile de jeter un regard sur le passé. Ces derniers mois, nous avons enregistré de très nombreuses commandes. Ce qui nous a amené

à investir dans notre production déjà très moderne. Quels sont ces investissements, comment se sont passées leur intégration et la phase de test ? Tout cela, vous le saurez en lisant les pages suivantes.

Pour cette nouvelle édition de WORK, nous sommes bien entendu également partis en voyage et nous nous sommes rendus sur des salons et chez des revendeurs. Nouveauté de cette édition : notre reportage consacré à un pays n'est plus uniquement basé sur notre activité de fabricant de cuisines. Nous

présentons également un pays et vous fournissons des conseils de voyage vous apportant ainsi un grand nombre d'informations utiles. Nous commençons par l'Islande, ses icebergs, ses chutes d'eau hautes de plusieurs mètres et ses paysages invitant à la découverte. C'est là que se trouve un revendeur Häcker, qui est né en Floride et est parti par amour s'installer à Reykjavik. Une histoire extraordinaire racontée dans les pages de la présente édition.

Dans le cadre des salons de Lyon et de Salzburg, nous avons appris à encore mieux connaître nos revendeurs. Dans les pages suivantes, vous en saurez un peu plus sur les événements et les rencontres qui nous attendaient sur ces deux salons et il ne vous échappera pas que nous accordons une importance toujours plus grande à la présentation de nos produits sur les salons. Comme en témoigne également nos prochaines Portes ouvertes auxquelles vous êtes dès maintenant invité. Ces Portes ouvertes seront l'occasion, comme d'habitude, de présenter nos nouveautés et d'offrir un cadre propice aux échanges.

Je vous souhaite une bonne lecture de notre magazine et espère vous rencontrer en septembre dans le cadre de nos Portes ouvertes.

Jochen Finkemeier



Northern Light

Anyone looking for a new kitchen in the Icelandic capital of Reykjavík has come to the right place at Eirvík. What is important to the locals? Nobody knows that better than Michael Sheehan - the sales manager from Florida.

Page 6

Qui recherche une nouvelle cuisine à Reykjavik, la capitale de l'Islande, fait le bon choix en se rendant chez Eirvík. Quels sont les attentes des Islandais en la matière ? Personne ne le sait mieux que Michael Sheehan, le chef des ventes venu tout droit de Floride.

Lumière du nord

Optimisation

Fitters and programmers, crane operators and concrete mixer drivers stay for a fortnight to integrate a new cutting saw in the production start-up. This now ensures increasing production levels and constant delivery times.

Page 14

Des installateurs, des programmeurs, des conducteurs de grue et de mélangeurs à béton sont restés deux semaines chez Häcker Küchen pour intégrer au processus de production une nouvelle scie de découpe. Cette dernière permet, dorénavant, d'augmenter la production et de garantir des délais de livraison constants.

Optimisation

Salut Lyon

The SADECC exhibition in Lyon certainly can't compare with the visitor numbers in Cologne or Milan. But quality and not quantity counts in the end. And the quality was right. Numerous retailers found their way to Lyon and the Häcker Küchen stand.

Page 24

Le salon SADECC de Lyon n'est pas comparable à celui de Cologne ou de Milan en termes de visiteurs. Mais, la quantité importe peu. C'est la qualité qui compte. Et cette dernière était au rendez-vous. De nombreux revendeurs ont fait le chemin jusqu'à Lyon pour visiter le stand de Häcker Küchen.

Salut Lyon

Craftsmanship

The developers from Kaindl AG grab their brushes and spatulas before a concrete decor is created. The Comet front panel, which impresses with its look and feel, is only created when handcraft and modern scanning technology come together.

Page 28

Avant qu'un décor style béton ne voie le jour, les concepteurs de Kaindl AG font appel au pinceau et à la spatule. L'alliance d'un travail artisanal et d'une technique de scannage moderne donne naissance à la façade Comet, qui se démarque tant au point de vue visuel que de celui du toucher.

Un travail artisanal

A successful new start

The Austrian sales team was completely reorganised two years ago. The exhibition in Salzburg now shows just how important this step was. Numerous current and new customers flocked to the stand to inform themselves about the latest product developments.

Page 36

Il y a deux ans, l'équipe commerciale d'Autriche a fait l'objet d'une refonte complète. Le salon de Salzbourg nous montre à quel point ce changement fut important. De nombreux clients, habituels ou nouveaux, se sont rendus sur le stand de Häcker Küchen pour s'informer sur les toutes dernières nouveautés.

Nouveau départ réussi

Surreal worlds of light

Sitting around for nights on end in the dark waiting for one single photo? Holger Kneifel can imagine nothing better. This is why he particularly enjoyed working a night shift and immersing Häcker's entrance foyer in a sea of colourful light.

Page 44

Rester des nuits entières dans l'obscurité pour prendre une seule photo? Pour Holger Kneifel, il n'y a rien de plus beau. Il a donc avec joie « travaillé de nuit » pour plonger le hall d'entrée de Häcker dans une mer de lumière multicolore.

Des univers de lumière surréels

WORK & Travel WORK & Travel Page 12

Blaupunkt-Lounge Lounge Blaupunkt Page 19

WM Küchen WM Küchen Page 20

Studio Meppen Magasin Meppen Page 32

IPA IPA Page 42

24 hour run Marathon de 24 heures Page 50

Morocco Maroc Page 52

Preview Aperçu de la prochaine édition Page 54

EIRVÍK

Opið alla virka daga
frá kl. 10:00 til kl. 18:00

Opið á laugardögum
frá kl. 11:00 til kl. 15:00

Lokað á laugardögum frá 1. júní til 31. ágúst

THE FIRST PORT OF CALL IN REYKJAVÍK

Nine months of winter, three months of summer - something you can't really imagine. Especially not today, on a sunny day mid-May under the beautiful blue sky with a view of the distant snow-capped mountains.

"Four seasons? You can still experience them in Iceland - but all on one day!" laughs Inga Ósk, an interior architect who has been a member of the Eirvík kitchen studio team, the most northern of all Häcker retailers, since the beginning of 2015. Michael Sheehan also has a smile on his lips when he hears this - the native American is used to a different climate after all. "My wife Erla, who grew up in Iceland, simply could not stand the hot and humid Florida weather in the long-term," remembers the 36-year-old. Love caused him to resign from his job as the captain of a yacht and move to Reykjavík in 2007 where he soon joined the company run by his father-in-law, Eyjólfur Baldursson.

Eirvík has been the first stop for integrated kitchen appliances, especially those from Miele, in the Icelandic capital since 1994. It is no wonder that kitchen furniture entered the studio just two years later - although mainly to present the electrical appliances better. "Every now and then customers would buy the complete package from us, but it remained the exception. The furniture segment was not actively marketed at any time," says Sheehan explaining the philosophy at the time. Nowadays electrical appliances and kitchen furniture are equal at Eirvík. Whilst the display windows of the 480 square metre store show refrigerators, washing machines and espresso machines, various demonstration ▶

UNE ADRESSE DE CHOIX A REYKJAVÍK

Neuf mois d'hiver et trois mois d'été : une situation plutôt difficilement imaginable ! Et surtout pas en cette belle journée de la mi-mai offrant un ciel d'un bleu éclatant et une vue qui s'étend jusqu'aux crêtes de montagnes recouvertes de neige à plusieurs kilomètres de là.

« Quatre saisons ? En Islande, c'est quand même possible, mais alors les quatre saisons en un seul jour ! », nous dit Inga Ósk en riant. Cette architecte d'intérieur fait partie depuis début 2015 de l'équipe du magasin de cuisines Eirvík, le revendeur le plus au nord de Häcker. En entendant ces mots, Michael Sheehan ne peut lui aussi réprimer un sourire. Né aux États-Unis, il est en effet habitué à tout autre climat. « Ma femme Erla a grandi en Islande et elle n'a pas, à la longue, supporté le climat humide et chaud de la Floride », se souvient cet homme de 36 ans. Par amour, il a finalement quitté son travail de capitaine de yacht et est parti en 2007 à Reykjavik, où il a peu de temps après

commencé à travailler dans l'entreprise de son beau-père Eyjólfur Baldursson. Depuis 1994, Eirvík est la première adresse en matière d'appareils encastrés pour cuisines et propose notamment des produits de la marque Miele. Il n'est donc pas étonnant que des meubles de cuisine aient également fait leur entrée dans ce magasin deux ans plus tard seulement, pour surtout mieux présenter les appareils ménagers. « Les clients achetaient parfois chez nous l'ensemble. Il s'agissait toutefois d'exceptions. Nous n'avons jamais effectué activement de publicité pour les meubles de cuisine », explique Michael Sheehan la philosophie de l'époque de l'entreprise. Aujourd'hui, les appareils ▶

kitchens can be found in the back part. The two areas are separate from each other in a business sense and act as independent companies. “However, anyone who chooses Eirvík does of course receive everything from one source,” emphasises Michael Sheehan, “and that is something our customers know and appreciate”. The customers are all from Iceland, with most of them coming from Reykjavík and the surrounding areas, because almost two thirds of the island’s inhabitants live here and the island only has an average of 3.2 inhabitants per square kilometre. “Our interior design is extremely important to us – especially because we spend most of the year in our own four walls,” explains Inga Ósk. The kitchen is playing an increasingly important role, because it is often the heart of an apartment or house.

Meanwhile, after eight years at Eirvík, Michael Sheehan knows exactly what is important to his customers when buying a kitchen. “We have been working very successfully together with Häcker Küchen since the end of 2007 and are impressed by the options the range can offer,” says Sheehan. However, if you take a closer look, you will not find a Häcker logo alongside those of Miele, Jura and other well-known manu-

facturers. “In 2012, we decided to sell kitchens from Häcker as Eirvík kitchens for a number of reasons. The product works very well in Iceland, the design suits the taste of our customers – but the unknown name made some people hesitate in the end,” says Michael Sheehan explaining the decision at the time. The economic crisis, which hit the country very hard in 2008, also played a role in this strategic orientation. The people have been very aware of supporting local manufacturers since the crisis. However, the quality often cannot be compared with that of international manufacturers. “Due to our cooperation with Häcker Küchen, we can offer our customers reliable German quality – but individually manufactured for the local market. It is important to our customers that the design comes from Iceland,” knows Inga Ósk. As part of a team of eleven, she not only designs kitchens but also provides consultation and conducts sales talks. It is great how flexible we can plan with Häcker kitchens and how we can design a tailored kitchen to suit the taste of each and every customer. Häcker Küchen sets itself apart from other manufacturers with constant innovations, such as lava grey inside the cabinets. “This is exactly the type of partner we ▶



électroménagers et les meubles de cuisine ont la même importance. Tandis que les vitrines du magasin comptant 480 mètres carrés offrent une vue sur les réfrigérateurs, les machines à laver et à expresso, la partie arrière du magasin abrite diverses cuisines d'exposition. Ces deux domaines sont indépendants économiquement et fonctionnent comme des entreprises autonomes. « Tout client optant pour Eirvík est bien entendu livré par un seul fournisseur », souligne Michael Sheehan, « et c'est justement ce que nos clients apprécient ». Ces clients sont exclusivement des Islandais, pour la plupart de Reykjavík et de ses environs. C'est là que près des deux tiers de la population de l'île habitent, sur laquelle on décompte une moyenne de seulement 3,2 habitants par kilomètre carré. « Comme nous passons la majeure partie de l'année dans nos quatre murs, nous attachons une grande importance à l'aménagement intérieur », explique Inga Ósk. Elle poursuit en nous disant qu'un rôle particulier est de plus en plus octroyé à la cuisine, puisqu'elle constitue le point central d'un appartement ou d'une maison.

Après huit ans passés chez Eirvík, Michael Sheehan connaît, lui aussi, les attentes des clients qui achètent une cuisine. « Depuis fin 2007, notre collaboration avec Häcker Küchen est très fructueuse et nous sommes ravis des possibilités offertes par sa gamme », déclare Michael Sheehan. Pourtant, un regard un peu plus approfondi sur

le magasin ne permet de reconnaître aucun logo de Häcker outre ceux de Miele, Jura et d'autres fabricants de renommée. « En 2012, nous avons décidé pour différentes raisons de vendre les cuisines de Häcker sous le nom de cuisines Eirvík. Ce produit fonctionne très bien en Islande, son design correspond au goût de nos clients. Certains hésitaient quand même à acheter parce que le nom de la marque n'est pas connu ici », explique Michael Sheehan la décision alors prise. La crise économique qui a frappé de plein fouet le pays en 2008 a également influencé cette orientation stratégique. Depuis la crise, la population veille fortement à soutenir les fabricants locaux. La qualité des produits n'est, bien souvent, pas comparable à celle des fabricants étrangers. « Cette collaboration avec Häcker Küchen nous permet d'offrir à nos clients une qualité allemande fiable avec une fabrication parfaitement adaptée au marché local. Pour nos clients, il est important que le design soit islandais », explique Inga Ósk. Elle fait partie d'une équipe de 11 personnes et conçoit des cuisines tout en assurant la vente et le conseil. « Les cuisines de Häcker sont formidables, elles permettent d'effectuer des plans flexibles et de concevoir pour chaque client une cuisine parfaitement adaptée à ses attentes. Les cuisines de Häcker se démarquent largement des autres fabricants grâce aux permanentes innovations dont elles bénéficient, à l'exemple du ▶



were looking for at the time,” says sales manager Michael Sheehan with satisfaction.

A sea container loaded with Häcker kitchens now makes its way from Rödinghausen via Hamburg or Rotterdam to Reykjavik every six weeks. The journey for the pre-fabricated kitchen furniture takes two weeks, then it only needs to be put together when it arrives. The kitchen studio Eirvík also offers assembly on request – after all, service is written with a capital S. “We stay in contact with our customers after the sale and want to know how satisfied they are with their kitchen after several years,” explains the sales manager. Anna Dora, a lawyer at the supreme court, bought her kitchen from Eirvík three years ago

– and you can tell that she is pleased about Michael Sheehan’s visit. The entire room was redesigned and a door and window were moved before the new model from Häcker moved in. “Plans such as these ones are the nicest challenges for me,” says Inga Ósk looking at the magnolia front panels shining in the sunlight. In terms of interior design, in Iceland we like things to be plain, simple and naturally warm – just like in the rest of Scandinavia. “Magnolia is therefore a very popular choice,” says Michael Sheehan, who is already looking forward to the innovations at the in-house exhibition, which will take place in September. Together with Inga Ósk, he will spend several days in Rödinghausen and make use of the opportunity for

talks with Andreas Möller, who is responsible for exports.

Loosely translated, “Eirvík” means “prosperity”. It is a word that describes the company’s success well, but is still one the family does not rely on. After all, the economic crisis hit the kitchen studio hard: a branch in the north of the country had to be closed and several employees lost their jobs. At the same time, Eirvík was the only kitchen studio on the island to survive. Michael Sheehan and his team are always conscious of keeping quality and service at the highest level. If it is up to them, the lorry with the container from Rödinghausen will soon arrive every four weeks – whatever time of year.



coloris gris lave à l’intérieur des éléments. C’est exactement le genre de partenaire que nous recherchions », conclut avec satisfaction le chef des ventes Michael Sheehan.

À l’heure actuelle, un conteneur maritime rempli de cuisines Häcker est acheminé toutes les six semaines de Rödinghausen via Hambourg ou Rotterdam, vers Reykjavik. La traversée des meubles de cuisine prémontés dure deux semaines. Ces meubles sont, ensuite, assemblés sur place. Sur demande, le magasin de cuisines Eirvík propose également le montage. Le service est, en effet, sa priorité numéro un. « Après la vente, nous restons en contact avec nos clients pour savoir s’ils sont satisfaits de leurs cuisines même après plusieurs années », explique le chef des ventes. Anna Dora, avocate à la Cour suprême, a acheté sa cuisine chez Eirvík il y a trois ans et exprime une joie non dissimulée lors de la visite de Michael Sheehan. Avant que le nouveau modèle de Häcker soit installé chez elle, la pièce complète a été modifiée. Une porte et une fenêtre ont été déplacées. « Les planifications de ce genre sont pour moi les plus beaux défis », déclare Inga Ósk en regardant les façades couleur magnolia qui brillent sous les rayons du soleil. En matière d’aménagement

intérieur, les Islandais aiment un style simple, minimaliste et bien sûr chaud, à l’instar des Scandinaves. « La couleur magnolia est donc très prisée », indique Michael Sheehan qui attend déjà avec un grand intérêt les nouveautés présentées au cours des Portes ouvertes en septembre. À cette occasion, il passera avec Inga Ósk plusieurs jours à Rödinghausen et en profitera pour s’entretenir, entre autres, avec le responsable des exports Andreas Möller.

En français, « Eirvík » correspond à peu près au mot « prospérité ». Une notion qui décrit parfaitement le succès de l’entreprise qui pourtant ne se repose pas sur ses lauriers. La crise économique a, en effet, frappé de plein fouet le magasin de cuisines Eirvík : une filiale dans le nord du pays a fermé ses portes. Quelques employés ont perdu leur travail. À noter quand même que Eirvík fut le seul magasin de cuisines de l’île à survivre à la crise. L’équipe qui entoure Michael Sheehan veille toujours à maintenir la qualité et le service à un niveau très élevé. Si ça ne tenait qu’à eux, un camion transportant le conteneur de Rödinghausen pourrait bientôt arriver toutes les quatre semaines et en toute saison.

WORK & TRAVEL ISLAND

BLUE LAGOON

We admit that you imagine gloves and woolly hats rather than bikinis and trunks when you think about Iceland. But this is exactly what you should pack in your hand luggage and plan to drop

Soyons sincères : quand on pense à un voyage en Islande, on se voit plutôt avec des gants et un bonnet qu'avec un bikini et un maillot de bain. Et pourtant ce sont justement les accessoires que vous devriez placer en premier dans vos bagages et vous devriez absolument

in at the Blue Lagoon on your way from Keflavík international airport to your accommodation. There's literally nowhere else you can dive into Icelandic life better than here - in 38°C thermal water.

planifier une halte au lagon bleu sur le chemin vous menant de l'aéroport international Keflavík à votre hébergement. Aucun autre endroit ne vous permet, en effet, de plonger littéralement dans la vie islandaise et dans ses eaux thermales de 38 °C.

Tip: Book your ticket in advance via the Internet and wrap yourself in a fluffy bathrobe immediately after arrival. A siliceous earth mud mask is a nice souvenir.

Conseil : Réservez à l'avance votre billet sur Internet et passez un peignoir de bain moelleux dès votre arrivée. Souvenir idéal à emporter : un masque de boue de silice.

GOLDEN CIRCLE

This tour around Reykjavík is not really an insider's tip - you are certain to come across one or two coach trips despite the solitude. However, you shouldn't give the Golden Circle a miss. Not to be missed: Kerið volcano crater, the Strokkur geysir, which shoots a 20 metre high column of steam into the air around every five minutes, the roaring double waterfall Gullfoss with an overall height of 32 metres and the impressive Þingvellir national park with Þingvallavatn, Iceland's largest lake.

Tip: Hungry? If you pass through the little village of Laugarvatn watch out for the signs for Restaurant Lindin. The view and the food (reindeer burger and chips) are unique.

Ce circuit dans les environs de Reykjavík n'est plus vraiment un secret. Même dans les coins les plus reculés, vous rencontrerez certainement un ou plusieurs bus de voyage. Pourtant, vous ne devez manquer sous aucun prétexte le Cercle d'or. À voir absolument : le cratère du volcan Kerið, le geyser Strokkur qui projette dans l'air toutes les cinq minutes environ une colonne d'eau haute de 20 mètres, la succession de deux chutes d'eau Gullfoss au fort débit et d'une hauteur totale de 32 mètres et l'impressionnant parc national Þingvellir avec le Þingvallavatn, le plus grand lac d'Islande.

Conseil : Vous avez faim ? Si vous passez par le village Laugarvatn, suivez les pancartes vous menant au restaurant Lindin. La vue et la nourriture (burger au renne avec frites) y sont uniques.



ISAK

There is no better way to discover Iceland than by car. But do you really want to hit the road in a Ford Focus or Vauxhall Astra? Then don't bother. After all, you literally can't experience this island in a comfortable limousine, but only in true style in a wonderfully shaky Land Rover Defender.

Tip: Hire your Land Rover in advance online via ISAK. The shuttle service from the airport to the collection point in Reykjavík (and back) is of course included. And if you are still looking for a soft bed for the night after the tour: in the Reykjavík Residence Suites there are not only the most comfortable mattresses but also the tastiest breakfast.

Rien de mieux qu'une voiture pour découvrir l'Islande. Mais, voulez-vous vraiment prendre la route avec une Ford Focus ou une Opel Astra ? Autant ne pas démarrer ! Une berline aux sièges moelleux ne permet pas de découvrir véritablement cette île. Montez plutôt à bord d'un Land Rover Defender et vivez les paysages islandais au rythme saccadé de ce 4x4.

Conseil : Louez à l'avance votre Land Rover auprès de l'agence de location ISAK. Le service de transfert de l'aéroport à la station de prise en charge (et inversement) à Reykjavík est bien entendu inclus. Et si vous cherchez un bon lit pour passer la nuit après votre circuit : les Reykjavík Residence Suites proposent non seulement des matelas très confortables, mais aussi un petit-déjeuner très délicieux.

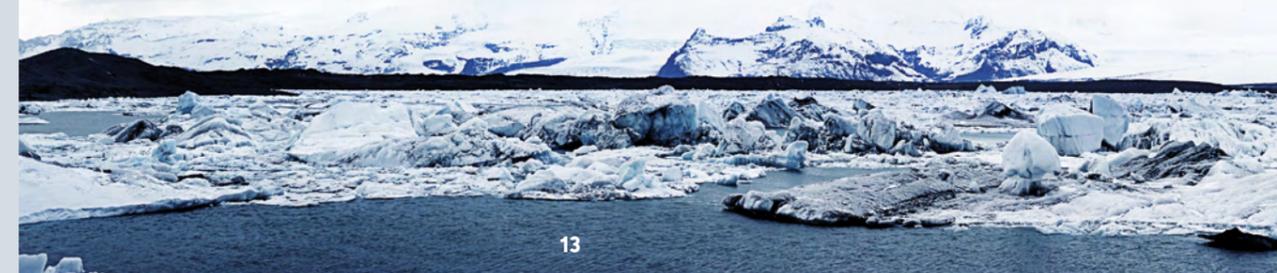
JÖKULSÁRLÓN

If there were polar bears in Iceland, you would be certain to find them here at Jökulsárlón glacial lake. The icebergs, which are former pieces of the Breiðamerkurjökull glacier, float in the water for up to seven years before they are small enough to drift into the nearby Atlantic. The ice glistens crystal clear on the black beach - a breathtaking scene that is certainly worth the 380 kilometre trip from Reykjavík.

Si l'Islande abritait des ours blancs, ils seraient très certainement ici, au lac glaciaire de Jökulsárlón. Les icebergs, des morceaux de glace qui se sont détachés du glacier Breiðamerkurjökull, dérivent pendant sept ans environ dans les eaux du lac avant d'être assez petits pour passer dans l'Atlantique qui se trouve près du lac. La plage de sable noir et la glace limpide qui scintille offrent un décor à couper le souffle, qui ne vous fera pas regretter les 380 kilomètres qui séparent ce site de Reykjavík.

Tip: Road 1 heading south takes you directly from Reykjavík to Jökulsárlón. You only pass through a few small villages on the way - so keep an eye on your fuel level. Anyone who wants to refuel their stomachs during a pit stop should stop just before Vík at Skaftárskáli coming from the direction of Reykjavík. There are chocolate bars and fishing hooks in the petrol station shop and burgers, schnitzel and hot dogs right next door. Even more authentic? Not a chance.

Conseil : Au départ de Reykjavík, suivez la route 1 en direction du sud qui vous mène directement à Jökulsárlón. Un nombre très faible de petits villages parsème cette route. Vérifiez donc toujours le niveau de votre réservoir d'essence. Si vous souhaitez reprendre des forces tout en faisant le plein d'essence, faites une halte juste avant Vík chez Skaftárskáli (en venant de Reykjavík). Le magasin de la station-service propose des barres chocolatées et des hameçons de pêche et, à côté, des burgers, des escalopes et des hot-dogs. Impossible de trouver plus authentique !



OPEN HEART SURGERY OPERATION A CŒUR OUVERT



Things should really be quiet here. No hustle and bustle, no delivery vans driving up, no assembly teams in boiler suits levering and screwing, adjusting and tying. Production is at a standstill for two weeks at Häcker Küchen; company leave, production lines stopped, holidays. "However, it is exactly these two weeks that we need to use intensively," says Dirk Krupka, managing director at Häcker Küchen - responsible for the entire production area and therefore directly involved in a subject that creates pleasure on the one hand, and busy company holidays on the other.

Production is working to capacity this year - if not slightly better. "We have arrived at a point where we are always producing at full load. But we need room to grow - new capacities," says Dirk Krupka and quickly identifies what other people would describe as a bottleneck in the production process: the saw.

What sounds like an oversized circular saw to inexperienced visitors is actually a complex production unit that grabs a large wooden panel, cuts it on one side first and then transfers it to the next saw unit where the second side is cut. "This deflection requires lots of time," demonstrates Dirk Krupka and ▶

Ici, tout devrait être tranquille. Aucune agitation frénétique, aucun camion de livraison qui passe, aucune équipe d'installation qui en bleu de travail soulèvent et vissent, ajustent et fixent. Pendant deux semaines, la production est stoppée chez Häcker Küchen. La fermeture annuelle signifie que l'arrêt des bandes de production et les vacances. « Finalement, ce sont ces deux semaines que nous pouvons et devons utiliser de façon intensive », déclare Dirk Krupka, gérant de Häcker Küchen et responsable de l'ensemble de la production, qui aborde un thème qui d'une part est une source de joie et, d'autre part prépare une fermeture annuelle bien remplie.

Cette année, la production est très élevée, connaît même une légère amélioration. « Nous utilisons maintenant l'ensemble de nos capacités de production. Nous avons besoin d'augmenter ces capacités », nous dit Dirk Krupka qui mime rapidement ce que tout non connaisseur appellerait un goulot : la scie.

Les visiteurs inexpérimentés pensent à une scie circulaire de très grande taille. Il s'agit en fait d'une unité de production complexe qui saisit une grande plaque en bois, la découpe d'abord sur un côté, puis la dirige vers l'unité de sciage suivante située tout près, où le deuxième côté est découpé. « Ce changement ▶



knows how time can be saved in future. The previous figures are impressive enough: the current saw creates 4.5 pieces per minute – not a bad rate. However, three cutting saws now reach simultaneously into the wooden panel stores, independently turn the heavy raw material, rotating and sawing almost in the same step, and will therefore achieve an output of 7.5 pieces per minute. A rate that will not be achieved in the first hour and not in the first week after commissioning. “The first aim is to achieve the usual capacities. Then we will increase it step-by-step,” says Uwe Klingenhagen, production manager in factory II and now, in the middle of the company holidays, responsible for ensuring that everything will not come to a halt in factory II. The heavy crane trucks have already left the premises, have been unloaded and are now positioned in the right place waiting to start. The concrete mixers, which had to be manoeuvred backwards into the huge factory concourse, also left long ago, having poured their concrete over the area where an investment costing millions now stands. “In the end, the technology and mechanics aren’t so important. Programming is much more relevant,” says the production manager and looks over at the service providers who have connected their laptops up to the machines and are moving columns of figures from right to left. Their “shift” can reach 12 hours on these summer days and we are relying on

them to achieve something in the short two weeks, which should last a long time. “There is a clear specification. When the production lines start running again next week, we have to saw as many panels as before the company holidays – even more straight away would be better though,” demonstrates Uwe Klingenhagen, but still doesn’t let anything unsettle him. There are another five days to go after all. Tomorrow the very first board will be picked up by the suction cups, driven over a track, which is attached above all the machines, to saw number two and hopefully processed in no time at all. “If that works, we will be simulating normal operation – knowing full well that we will still have to re-adjust and that there will always be things that don’t work as planned,” says Klingenhagen. It is therefore no wonder that Dirk Krupka describes the installation as “open heart surgery”. The time frames in which we can intervene so decisively in the production run are becoming increasingly less but, at the same time, the pressure to keep the delivery times constant is rising. Impressive figures are required to demonstrate what is behind this project. Roughly 8400 cabinets are currently manufactured at Häcker Küchen each day. Every 17 minutes a new tour starts with the load, which is fully completed after 2 hours; it is taken off the loading terminal and makes its way to the customer. The figures show that we don’t want any delays, ▶

de direction prend beaucoup de temps », qui calcule devant nous et qui sait déjà comment à l’avenir réduire ce temps. Il faut dire que les chiffres actuels sont déjà très impressionnants : la scie utilisée est capable de scier 4,5 pièces par minute. Un chiffre plutôt bon. À présent, trois autres scies de découpe saisissent simultanément le matériau dans le stock de plaques de bois, modifient automatiquement le sens du lourd matériau brut, le tournent et le scient en même temps et peuvent ainsi traiter au total 7,5 pièces par minute. Une valeur qui n’est pas atteinte dans la première heure et ni dans la première semaine suivant la mise en service. « Notre premier objectif partiel est d’atteindre à nouveau nos capacités de production habituelles. Puis, nous les augmenteront petit à petit. », déclare Uwe Klingenhagen, chef de production dans l’usine II et responsable de l’immobilisation pas tout à fait complète de la production dans l’usine II, en pleine fermeture annuelle. Les chariots-grues ont déjà quitté depuis longtemps le site et tous les éléments qui attendent le démarrage de la production ont été déchargés et sont déjà en place. Les mélanges à béton qui ont été introduits en marche arrière dans l’énorme hall de fabrication avoir déversé leur béton sur la surface sur laquelle repose à présent un investissement qui se chiffre en millions. « Finalement, ce n’est ni la technique ni la mécanique qui comptent.

Le plus important, c’est la programmation », nous dit le chef de production qui regardent vers les fournisseurs qui ont raccordé leurs ordinateurs portables aux machines et qui déplacent des colonnes de chiffres de la droite vers la gauche. Leur journée de travail dure parfois 12 heures au cours de cet été. Sans eux, impossible d’obtenir en deux petites semaines ce qui devra servir longtemps. « Notre attente est très claire. Dès que les lignes de production reprendront du service lundi prochain, nous devons scier au minimum autant de plaques qu’avant la fermeture annuelle. Nous aimerions même pouvoir en scier encore plus. », calcule Uwe Klingenhagen tout en gardant son calme. Il nous reste encore cinq jours. Demain, la toute première planche sera saisie par les ventouses, sera acheminée sur une voie installée sur toutes les machines vers la scie numéro deux qui, espérons-le, traitera rapidement la planche. « Si ça marche, nous simulerons un fonctionnement normal tout en sachant que nous devons toujours effectuer des ajustements et qu’il y a encore des choses qui ne fonctionnent pas tout à fait comme nous le souhaitons », précise Uwe Klingenhagen. Pas étonnant alors que Dirk Krupka désigne cette installation « d’opération à cœur ouvert ». Il poursuit en nous expliquant que les créneaux de livraison, cruciaux pour pouvoir influencer le déroulement de la production, sont de plus en plus courts et que la pression ▶



no bottlenecks and nothing that can negatively influence the speed or cycle. In order to make sure this happens on Monday after the company holidays, the old saw will be running as usual while the new one is broken in and brought up to speed at the same time. The things that are just mentioned in passing when talking to those involved with this installation would make pulses race elsewhere: the three edge circuits are also being renewed, which are connected directly to the saw and also setup, programmed and brought up to the right speed. The old ones are becoming long in the tooth, so it is better to invest and renew now rather than get some nasty surprises. All of this, however, is work that needs to be completed during almost every company holiday period. "We used to have three weeks when production came to a standstill. But we cannot and do not want to expect our customers to accept a delay to delivery times. This means we only have two weeks to manage such a feat of strength, so that we are not only able to be pleased about full order books, but also able to keep up with production and delivery," says Dirk Krupka.

The company holidays have long become periods of work in which the heart of Häcker Küchen doesn't stop beating. Quite the opposite is true: it is almost beating even more frantically, and slightly out of rhythm, before returning to an even speed when normal production starts up. Thanks to the new technology, let's hope that after this summer the heart does manage to pump even more cut panels, cabinets and kitchens through production.



pour maintenir les délais constants augmente dans le même temps. Pour comprendre l'ampleur de ce projet, il faut en citer les chiffres qui sont impressionnants. À l'heure actuelle, environ 8 400 éléments de cuisine sont fabriqués chaque jour chez Häcker Küchen. Toutes les 17 minutes, un nouveau circuit démarre un chargement qui est complètement terminé au bout de 2 heures, se détache du terminal de chargement et est acheminé chez le client. Les chiffres montrent également qu'il faut ici éviter tout retard, tout goulot d'étranglement ou tout

événement qui pourrait se répercuter négativement sur la vitesse et la cadence. Pour que tout fonctionne également de cette façon le lundi suivant la fermeture annuelle, l'ancienne scie sera utilisée comme d'habitude pendant que la nouvelle scie sera rodée en parallèle pour atteindre son régime normal. Tout ce que les personnes avec lesquelles nous nous entretenons sur cette installation évoquent au passage, provoquerait en d'autres lieux une augmentation du pouls cardiaque : les trois plaqueuses de chants ont également été remplacées. Elles se raccordent directement à la scie et doivent aussi être installées, programmées et mises à la bonne cadence. Les anciennes finissaient par être usées. Il valait donc

mieux investir maintenant et les remplacer avant d'avoir de mauvaises surprises. Tous ces travaux doivent être effectués pendant presque chaque fermeture. « Avant, nous arrêtons la production pendant trois semaines. Mais, nous ne pouvons et ne voulons plus imposer aujourd'hui des retards de livraison à nos clients. Nous ne disposons donc plus que deux semaines pour accomplir un tel tour de force qui nous permettra de bénéficier d'un carnet de commande bien rempli ainsi que de maintenir la cadence de la production et des livraisons », déclare Dirk Krupka.

Les périodes de fermeture sont donc depuis longtemps des périodes de travail pendant lesquelles le cœur de Häcker Küchen ne cesse pas de battre. Bien au contraire : il bat même à un rythme encore plus élevé, un peu moins constant avant qu'il ne retrouve sa cadence régulière dès que la production normale reprendra. Même si à la fin de l'été ce cœur réussira grâce à la nouvelle technique mise en œuvre à « pomper » dans la production encore plus de plaques découpées, d'éléments et de cuisines.

THE PERFECT END TO A PERFECT DAY

The Blaupunkt Lounge invites you to enjoy a relaxing evening at the in-house exhibition.

Once the latest products have been introduced and the tour of the fair has been completed, it is time to relax. Those responsible are relying on the new Blaupunkt Lounge so that this year's in-house exhibition at Häcker Kitchens turns out even better than in previous years. "We simply know that our customers and visitors really like to round off the day with us after their work is

done. Of course, we are happy to comply," says Marcus Roth, member of the management team and responsible for marketing in Germany and Austria. Nothing is more boring than having to sit in a hotel room after all the impressions of a day at the exhibition in Rödinghausen.

"We have expanded our catering area this year and provided an

attractive Blaupunkt Lounge, which not only offers more comfortable seating but also homemade cocktails and music appropriate to the time of day," comments Marcus Roth. Behind the bar four barkeepers will serve refreshments and treats, whilst a DJ will entertain the Blaupunkt Lounge with music until midnight. "Here, we are deliberately continuing the 'on stage' theme of our fair," says Marcus Roth, who is looking forward to many interesting conversations in this relaxed environment.

The Blaupunkt Lounge will be open every day of the exhibition from 17:00.



UN SON PARFAIT

La lounge de Blaupunkt invite à la détente en fin de journée dans le cadre des Portes ouvertes

Une fois les nouveaux produits présentés et le tour de l'exposition terminé, il est temps de se reposer un peu. Les organisateurs ont souhaité offrir un espace détente encore plus réussi que les années précédentes et proposent ainsi la lounge de Blaupunkt. « Nous savons que nos clients et visiteurs souhaitent terminer la soirée dans nos locaux après une journée bien remplie. C'est avec joie que nous répondons à leur souhait », explique Marcus Roth, membre de la Direction et responsable des ventes

en Allemagne et en Autriche. Il n'y a rien de plus ennuyeux que de rester dans sa chambre d'hôtel après toutes les impressions récoltées tout de long d'une journée passée dans les Portes ouvertes organisées à Rödinghausen.

« Cette année, nous avons complété notre espace catering d'une lounge Blaupunkt, qui propose non seulement un nombre plus important de places encore plus confortables, mais aussi des cocktails maison et de la musique en fonction

de l'heure », poursuit Marcus Roth. Quatre barkeepers veillent derrière leur comptoir à ce que les visiteurs puissent se rafraîchir et ne manqueront pas de les surprendre tandis qu'un disc-jockey assurera la partie musicale de la soirée jusqu'à minuit. « Nous avons donc délibérément décidé de prolonger le thème < On stage > de nos Portes ouvertes », explique Marcus Roth qui se réjouit déjà des nombreuses discussions passionnantes qu'il aura sûrement l'occasion d'avoir dans ce cadre informel.

La lounge Blaupunkt sera ouverte tous les jours des Portes ouvertes à partir de 17 heures.

EVERYTHING TOUT FOR THE POUR LA KITCHEN CUISINE

WM Küchen + Ideen was founded in Frammersbach, 70 kilometres east of Frankfurt am Main, in 1990. Six proprietors are involved including both founders of the company: master carpenter Manfred Anderlohr and his brother-in-law Dieter Rüppel. At the time, Manfred Anderlohr was a master carpenter of 20 years experience. Dieter Rüppel had also been involved in kitchen sales for the same length of time; a combination, which still characterises WM Küchen + Ideen today, 25 years later.

Something special for the kitchen

"To be honest, you can get nice kitchens anywhere," explain Dieter Rüppel and his son Sven Rüppel in unison, but not without effort, which is why so many still come to them. And some even from 100 kilometres away: "Our customers get a complete package. We have sixteen in-house fitters, the latest trade fair innovations on-site and, last but not least, our own joinery." Not only does this workshop make modifications to the kitchen, which go beyond what kitchen manufacturers offer, but also offers complete interior furnishings if required. "When someone has a special request, they have come to the right place to implement it!" ▶

En 1990, la société WM Küchen + Ideen a été créée à Frammersbach, à 70 kilomètres à l'est de Francfort-sur-le-Main. Elle est détenue par six personnes dont les deux fondateurs : le maître menuisier Manfred Anderlohr et son beau-frère Dieter Rüppel. Le premier disposait à l'époque d'une expérience de 20 ans dans la menuiserie tandis que Dieter Rüppel vendait depuis aussi longtemps des cuisines. Une combinaison qui caractérise aujourd'hui encore la société WM Küchen + Ideen, 25 ans plus tard.

Une offre particulière pour la cuisine

« Soyons sincères. On trouve partout de belles cuisines », expliquent d'une même voix Dieter Rüppel et son fils Sven Rüppel sans mentionner pourquoi autant de clients viennent chez eux et n'hésitent pas, pour certains, à faire plusieurs centaines de kilomètres : « Nos clients obtiennent chez nous une offre complète. Nous disposons de seize installateurs en interne, proposons toujours sur place les toutes dernières innovations en provenance des salons et surtout nous avons notre propre menuiserie ». Cette dernière s'occupe des ajustements à effectuer dans une cuisine, au-delà de ce que peut offrir le fabricant de cuisines, et peut également prendre en charge sur demande le ▶





developments. Now we have to say it was almost enough space, because an additional storage site had to be rented only two years later.

However, the innovative product range and the comprehensive service are not the only factors that make WM Küchen + Ideen so successful. "You do not get anything from us, which we are not happy with. This standpoint makes it easy for us to enjoy selling our products. Of course, the fact that we are reliable is also decisive factor for our customers," emphasises Dieter Rüppel. The customer gets a binding delivery date at the time of deciding to buy. Even more important is the choice of suppliers and products. "We would choose Häcker again and again. The quality, the service and, above all, the reliability are unrivalled. We have worked with other manufacturers in the past, but have always returned to Häcker."

Time to celebrate

67 employees make sure that customers are not only satisfied but happy too. The modern exhibition, opened in 2008, also plays a big role as a customer magnet and has become something like a centre for events in Frammersbach. Cabaret evenings, parties, cooking courses or company celebrations have already taken place here; even private birthdays have been celebrated amidst the kitchen displays. Great importance is attached to the use of the environment to your benefit: the kitchens are connected and fully functional; after all we want to be able to present everything to the customer in detail.

The biggest celebration in the company's history so far, however, will take place in a nearby brewery. All customers from the 25-year history were contacted and presented with a refreshment voucher for the big jubilee event so that they can fully enjoy the lively programme of music, tributes and various specialities. Furthermore, WM Küchen + Ideen also developed a popular alternative to the jubilee discount: Instead of percentage discounts, customers get a Porsche Carrera 911 when purchasing a kitchen. This is only for one day of course, but the offer is catching on.

There are more than enough ideas for the future too, for instance an 'Academy of Delights' with its own meat maturing chamber, luxury products, cooking courses and all the trappings. But possibly the next generation will be challenged by this.

In the meantime, Sven Rüppel, Katharina Bauer, Sandra Anderlohr and Alexander Rüppel are 4 members of the young generation who have arrived to work in and on the company. Dieter Rüppel gives each of them a motto: "You are on the right path when everyone is laughing and says your idea is crazy!"

Just like 25 years ago, we do not sit down in front of a screen moving elements around, but sit down together at a desk to discuss what the customer envisages, and what he requires as far as space is concerned as well as the budget. "First you have to listen to the customer," states Rigobert Sauer, the showroom manager in Aschaffenburg. In a second talk, the coloured plans still produced by hand are discussed. This allows the experts enough time to deal intensively with the circumstances and requirements of the customers to achieve a better outcome. To give the customer a better image of their new kitchen, software will help here in future too, but not for kitchen planning. "We have already looked at interesting architectural software, which meets our requirements better," comments proprietor Bernd Rüppel.

A success story

Apart from Frammersbach, the family business has in the meantime acquired 5 further branches in Aschaffenburg, Bebra, Hanau, Langenberg and Marktheidenfeld. Over the last 25 years we have been able to stand up to competition from large furniture stores. An important component: each studio provides a proprietor as a contact partner. In Frammersbach, the largest studio with 1200 square metres of exhibition space, it is possible to generate a quarter of the kitchen turnover for the entire region. This is proof that you can even be successful in a rural area. The headquarters are still in this location today, where the business is controlled centrally. However, the joinery, administration and storage depot had to move to the open fields three years ago to create more space for further

réaménagement complet de la pièce. « Si quelqu'un a un souhait particulier, il ne s'est pas trompé d'adresse en venant chez nous. Nous sommes, en effet, capables de réaliser ce souhait ! »

Pour cela, nous ne nous asseyons pas autour d'un écran pour déplacer les éléments d'un côté et de l'autre, mais tranquillement autour d'une table, tout comme 25 ans auparavant. Pour discuter des attentes du client et des conditions aussi bien spatiales que financières. « Il faut d'abord écouter le client », déclare Rigobert Sauer, le directeur du showroom à Aschaffenburg. Au cours d'un deuxième entretien, on discute des plans qui sont encore colorés à la main. Ainsi, les spécialistes ont suffisamment de temps pour s'imprégner de façon intensive des conditions et des attentes du client. Pour un meilleur résultat. Pour que le client puisse mieux se représenter sa nouvelle cuisine, nous nous servons ici aussi d'un logiciel. Il ne s'agira toutefois pas d'un logiciel de planification de cuisines. « Nous avons déjà examiné un logiciel d'architecture très intéressant qui répond parfaitement à nos exigences », ajoute le propriétaire Bernd Rüppel.

Un succès qui ne se dément pas

Outre Frammersbach, cette entreprise familiale dispose de 5 autres filiales à Aschaffenburg, Bebra, Hanau, Langenberg et Marktheidenfeld. En 25 ans d'existence, elle a réussi à s'imposer contre la concurrence des grands magasins de meubles. Autre point important : dans chaque magasin, l'un des propriétaires est disponible pour conseiller la clientèle. Le magasin de Frammersbach dispose d'une surface d'exposition de 1 200 mètres carrés et enregistre un quart du chiffre d'affaires de toute la région dans le domaine de la vente de cuisines. Ce qui prouve que l'on peut également rencontrer un franc succès dans des zones rurales. C'est à Frammersbach que se trouve aujourd'hui encore le siège de la société assurant la gestion centralisée des commandes. La menuiserie, les services administratifs et l'entrepôt ont toutefois dû faire de la place il y a trois ans pour l'agrandissement de la société. On sait maintenant que cette place n'a pas suffi. Deux ans plus tard, il a fallu louer un entrepôt supplémentaire. La gamme de produits innovants et la large offre de prestations de WM Küchen + Ideen ne sont pas les seuls ingrédients qui ont permis à cette société de prospérer. « Nous ne vendons aucun produit que nous ne trouvons pas convaincant. Cette décision nous permet de ressentir de la joie lorsque nous vendons nos produits. Il est bien entendu également capital pour nos clients que nous soyons fiables », insiste Dieter Rüppel. Dès qu'il se décide à acheter, nous communiquons à chaque client une date de livraison fixe. Le choix des fournisseurs et des produits est également important.

« Si c'était à refaire, nous opterions à nouveau pour Häcker. Leur qualité, leur service et leur fiabilité sont inégalables. Nous avons déjà travaillé avec d'autres fabricants, mais nous sommes toujours revenus vers Häcker. »

L'heure est à la fête

67 employés s'affairent à ce que les clients soient non seulement satisfaits mais aussi heureux. L'exposition moderne inaugurée en 2008 agit également comme un aimant sur les clients. Elle constitue, depuis longtemps, un petit centre de manifestations à Frammersbach. Des soirées cabaret, des fêtes, des cours de cuisines ou des soirées d'entreprises y sont déjà organisés. Des anniversaires privés sont même fêtés au milieu des cuisines d'exposition. Ces manifestations profitent d'atouts auxquels WM Küchen + Ideen attache une grande importance : les cuisines sont branchées et parfaitement prêtes à fonctionner. Ce qui permet de présenter aux clients tous leurs détails.

La plus grande fête de l'histoire de l'entreprise a, toutefois, lieu dans une brasserie près des locaux. Tous les clients de cette longue histoire de 25 ans ont reçu une invitation avec un bon de consommation pour assister à ce grand anniversaire et profiter pleinement d'un programme varié proposant musique, hommages et diverses spécialités. En outre, WM Küchen + Ideen a répondu à la demande en proposant une autre offre spéciale, en complément du rabais accordé : pour tout achat d'une cuisine, ses clients reçoivent une Porsche Carrera 911 au lieu d'un pourcentage de réduction. Pour une journée bien entendu. Mais, l'offre plaît. WM Küchen + Ideen ne manque pas d'idées non plus pour les temps à venir. À l'exemple de « l'académie gourmandises » comprenant une chambre de maturation de viande, des produits raffinés, des cours de cuisine et tout ce qui a trait à ces thèmes. L'occasion aussi pour la nouvelle génération d'apporter son concours. Sven Rüppel, Katharina Bauer, Sandra Anderlohr et Alexander Rüppel : ils sont déjà 4 à travailler au sein de WM Küchen + Ideen et à contribuer au développement de l'entreprise. Dieter Rüppel n'a sûrement pas manqué de leur faire part de la devise suivante : « Si tout le monde rit et trouve ton idée folle, alors tu es sur le bon chemin ! »



LITTLE EXHIBITION

Big impact

For four days in April the EUREXPO exhibition hall in the French city of Lyon becomes the kitchens exhibition SADECC. In the middle of it all there is a large Häcker Küchen exhibition stand with a team led by sales manager, Jörn Varnholt, who characterises the French market and classifies the SADECC exhibition in an interview.

Mr Varnholt, how do the French and German attitudes to food differ? The popular opinion is that French people attach much more importance to food. Is it true?

Jörn Varnholt: Yes, I would certainly say so. Eating is still celebrated here. You can have lively conversations with French people about favourite dishes, wines and insider's restaurant tips. Business meetings are no different; French people take plenty of time and like to enjoy their food before returning to business matters. ▶

UN PETIT SALON d'importance majeure



Pendant quatre jours en avril, le parc des expositions EUREXPO à Lyon abrite le salon de la cuisine SADECC. Au milieu du salon se trouve le grand stand de Häcker Küchen avec une équipe composée du chef des ventes Jörn Varnholt, qui nous parle, au cours de cet entretien, des caractéristiques du marché français et du salon SADECC.

Monsieur Varnholt, en quoi le rapport des Français à la nourriture est-il différent de celui des Allemands ? Les Allemands pensent que les Français attachent une très grande importance à la nourriture. Est-ce vrai ?

Jörn Varnholt : Oui, c'est vrai. Manger correspond ici encore à un rituel. Il est possible d'avoir, avec les Français, des conversations animées sur ses plats et vins préférés ou bien encore sur de bons plans de restaurants. Ce qui vaut aussi pour les rendez-vous professionnels. Dans ce contexte, les Français prennent vraiment leur temps, aiment aborder le thème du plaisir de manger avant de repasser à une conversation plus professionnelle. ▶

AV 4030

gris lave
lustre laque

AV 1092

Can you notice this affinity towards food in kitchens as well?

Yes, of course. But in a different way. French people go out for meals more often than Germans. This is mirrored in the number of households with a kitchen. It is more than 90 percent in Germany but only half of all households in France. Things are changing at the moment – a modern kitchen is in high demand at the moment – which is, of course, an opportunity for us as a German kitchen manufacturer.

What is the acceptance of German kitchens like? Is the slogan “German made” an important sales argument?

Absolutely. German products are in demand and have an excellent reputation. This applies to cars – and also to German kitchens.

And what about the French taste when it comes to kitchens and their design?

A few years ago I could have given you clear differences between the perfect German and comparable French kitchen. However, the tastes are becoming more aligned and, due to the Internet and the ability to compare, are becoming more European and more similar. Here at the exhibition in Lyon, just like at our in-house exhibition and in Cologne, we can see that the subject of lava grey, extending from the front and body to the interior design, is going down very well. However, that is certainly not specific to the country. People here in France also like our huge portfolio and everyone can find something they like in our range.

Which visitors are actually coming to your stand?

You need to know that the SADECC is purely an exhibition for trade

visitors – which is good for us because it means we have more time for each individual visitor. Our retailers are of course coming here; we are using this opportunity very intensively to communicate with each other. Of course we are also delighted about every potential new customer who visits us on the stand, who we can invite to enjoy something to eat and drink, who enjoys the atmosphere on our stand and would like to get to know us as people and as a company.

The exhibition takes place every two years. How many times has Häcker been represented?

This is the fourth time in a row we have had a stand here. Whereby it has always grown in relation to our development as a company in France. Two years ago we booked 100 square metres and have increased it to 140 square metres this year. You can see how important the French market is to us, which expectations we have of this exhibition and how they are fulfilled.

How can Häcker Küchen's position in France be evaluated?

We certainly belong to the top 5 kitchen companies from Germany and have constantly achieved growth here. Of course we want to maintain this, which is why we are here. Our market competitors have, of course, also been attending this exhibition for a while. We can also see that the numbers of French exhibitors are declining somewhat, which is probably due to the local economic situation. However, it is an advantage for us because we can present ourselves even better and our customers can find even more time to get to know us.



If the tastes in kitchen design are similar to the German tastes, what about electrical appliances – are there any differences?

Not really. The market is dominated by the BSH group, but all other well-known providers can of course also be found. Our challenge is to score points with the Blaupunkt brand. The brand name is already known in France – most people think about classic car radios. We want to and will use this recognition to make Blaupunkt brand electrical appliances well-known and successful. Blaupunkt is, after all, another piece of the puzzle in our overall concept. The customers and fans we have gained in France particularly praise the overall package that Häcker Küchen offers. There is the very good product, the flexible and professional in-house sales in Rödinghausen, our own fleet with reliable drivers and the field sales team with its proximity to the customers. People appreciate all of that here – and that is probably the key to our success.

Cette attirance pour la nourriture se ressent-elle également dans le domaine de la cuisine ?

Oui, bien sûr. Mais d'une autre façon. Les Français mangent plus souvent à l'extérieur de chez eux que les Allemands. Ce qui se traduit également dans le nombre de foyers disposant d'une cuisine. En Allemagne, ils sont plus de 90 pour cent alors qu'ils sont à peine la moitié de tous les foyers en France. La tendance est en train de changer. Il existe, à l'heure actuelle, une très forte demande de cuisines modernes. Ce qui représente, bien entendu, une véritable opportunité pour notre société de cuisines.

Comment la cuisine allemande est-elle accueillie ? L'indication « german made » constitue-t-elle un argument de vente essentiel ?

Tout à fait. Les produits allemands sont très demandés en France et jouissent d'une excellente réputation. Ce qui s'applique aux voitures et vaut également pour les cuisines allemandes.

Quel est le goût des Français en matière de cuisine et de leur design ?

Il y a quelques années, j'aurais pu vous citer des différences notables entre la cuisine allemande parfaite et une cuisine française comparable. Les goûts se rapprochent, ils sont de plus en plus européens et semblables. Ce qui s'explique par Internet et les nombreuses possibilités de comparaison. Nous pouvons observer sur le salon de Lyon, tout comme lors de nos Portes ouvertes et à Cologne, que le gris lave décliné sur les façades et les corps jusqu'à l'équipement intérieur est très bien accueilli. Mais ce n'est probablement pas spécifique à un seul pays. Notre large gamme de produits plaît aussi en France.

Chacun trouve ce dont il a envie dans notre offre.

Quels visiteurs se rendent sur votre stand ?

Je dois d'abord mentionner que le SADECC est un salon qui s'adresse uniquement aux professionnels. Ce qui nous convient, puisque nous pouvons ainsi accorder plus de temps à chaque visiteur. Nos revendeurs nous rendent bien entendu visite. Nous profitons alors fortement de cette opportunité pour échanger. Nous sommes également ravis d'accueillir tout nouveau client potentiel qui vient sur notre stand, qui accepte notre invitation à boire et à manger, qui apprécie la très bonne ambiance régnant sur notre stand et qui souhaite faire connaissance avec nos employés et notre entreprise.

Ce salon a lieu tous les deux ans. Combien de fois Häcker participe déjà à ce salon ?

Nous sommes présents sur ce salon pour la quatrième fois d'affilée. Notre stand a toujours grandi en parallèle à notre développement en France. Il y a deux ans, nous avons réservé 100 mètres carrés. Cette année, nous avons à nouveau augmenté la superficie de notre stand qui passe à 140 mètres carrés. Ce qui traduit bien l'importance du marché français pour notre entreprise, nos attentes à l'égard de ce salon et les moyens que nous mettons en œuvre pour satisfaire ces attentes.

Comment évaluez-vous la position de Häcker Küchen en France ?

Nous faisons sûrement partie du top 5 des entreprises de cuisines allemandes et nous enregistrons ici des taux de croissance constants. Nous sommes, bien entendu, ici pour conforter ces bons résultats.

Nos concurrents participent aussi depuis longtemps à ce salon. Nous constatons toutefois que le nombre d'exposants français a légèrement reculé, ce qui s'explique par la situation économique du pays. Ce recul est, pour nous, plutôt une aubaine. Nous pouvons, en effet, encore mieux présenter notre entreprise et nos clients ont encore plus de temps pour nous découvrir.

Si les goûts en matière de design sont très semblables à ceux des Allemands, quelles sont les différences dans le domaine des appareils électroménagers ?

Il n'y en a pas vraiment. Le marché français est dominé par le groupe BSH. On trouve aussi d'autres grands fabricants. Notre nouveau défi consiste à imposer la marque Blaupunkt auprès de la clientèle. Les Français connaissent déjà cette marque. Elle est, ici aussi, liée aux auto-radios classiques. Nous sommes bien décidés à utiliser cette notoriété pour faire connaître et prospérer les produits électroménagers de Blaupunkt. Blaupunkt constitue un morceau du puzzle de notre concept global. Les clients que nous avons su convaincre en France louent surtout les avantages de l'offre complète proposée par Häcker Küchen. Cette offre comprend un très bon produit, un service commercial flexible et compétent basé à Rödinghausen, un parc automobile interne avec des chauffeurs fiables, des représentants qui agissent en fonction des besoins des clients. Tous ces facteurs sont très appréciés et constituent très certainement la clé de notre succès.

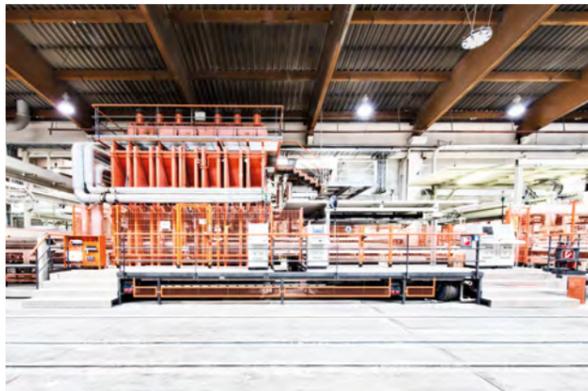
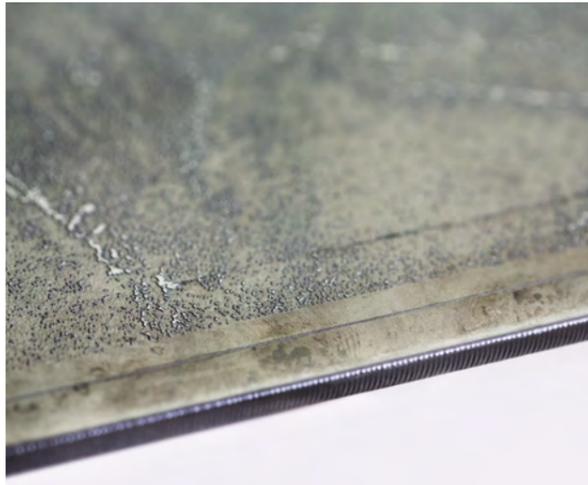
A question of HAPTICS

L'époque à laquelle seul l'aspect extérieur d'une façade suffisait à convaincre est révolue depuis longtemps. « Aujourd'hui, nos revendeurs et nos consommateurs finaux veulent passer la main sur la façade. Ils veulent en sentir la qualité et l'aspect avec les yeux ainsi qu'avec le bout de leurs doigts », explique Michael Dittberner, chef du développement produits chez Häcker Küchen et ainsi responsable de la nouvelle façade Comet, à laquelle on n'a pas ajouté pour rien l'attribut « béton pour enduit ». ▶

How the new Comet front was developed

Long gone are the days when a front only impressed with its looks. "Nowadays, our retailers and end customers want to run their hands over the front, not only see the quality and appearance, but also feel it with their fingertips," says Michael Dittberner, manager of product development at Häcker Küchen, and therefore also responsible for the new Comet front, which is also additionally called spatula concrete for a reason. ▶

Une question de TOUCHER



Anyone who wants to know how the spatula concrete look is created and learn about the history of this product should travel to M. Kaindl KG in Salzburg. Located directly next to the airport, a futuristically designed showroom invites you to take a tour around the Kaindl world of decors. However, Matthias Lienbacher from product development and the Kaindl representative for Germany, Herbert Zetzl, don't just present the product. A glass bridge takes you directly into the development department where utensils used in concrete construction lie on the table with spatulas and brushes. "Everything started with this. We watched how plaster is applied and how you achieve the characteristic surface, which is not too rough and

grooved, which reminds you of brush-on plaster," explains Matthias Lienbacher. They kept scratching the surface again and again, spreading and applying another layer, before the white model surface was finished. Computer technology was needed after this manual part. The surface was scanned, a film was produced and a heavy press plate was produced, which mirrors the surface as a negative.

There are two possibilities at M. Kaindl KG where you can watch what can be achieved with this press plate. Those who choose the large series variation find themselves in a large production concourse where huge sheets of paper are lifted by computer control and placed on carrier plates with millimetre precision. Carriages pull these plates towards the press where the characteristic surface is imprinted or rather stamped.

Anyone who wants to take a closer look stands in front of a laboratory press in miniature format in prototype production. The decorative papers are still positioned by hand here, the clamping plate moves rather gently into the laboratory press, which has been previously equipped with the right laboratory plate using a magazine. Then it is pressed for several seconds with a high pressure and temperature. Then the sample cools down before the sample front is taken into expert hands. Just like retailers and end customers later on, they let their hands run over the Comet front nodding knowledgeably and approvingly.

This unusual front will be available in future in the Häcker kitchen in the colour variations pearl grey and opal grey. These fronts will celebrate their premiere at the in-house exhibition and will especially impress those who want an authentic and individual look at the same time. "Of course we know that all facets of white are and remain the number one. However, it is important for us to be involved with shaping further trends and to offer new possibilities and looks. And this is exactly what we can and want to achieve with the Comet front. Here our customers will find a new front, which impresses with its look and feel and lifts the concrete theme out of the exclusive area of real concrete to a more attractively priced program with an authentic surface. Concrete, as an urban and purist material, suits our era and the grey colours offer various options for decoration and the creation of a timeless yet individual kitchen world," says Michael Dittberner. At the end of our visit to M. Kaindl KG in Salzburg, he takes the sample front in his hands once again, turns it towards the light, looks at the characteristic grooves, lets his fingers glide over the surface and already knows that he is holding one of the highlights at the upcoming in-house exhibition in his hands.

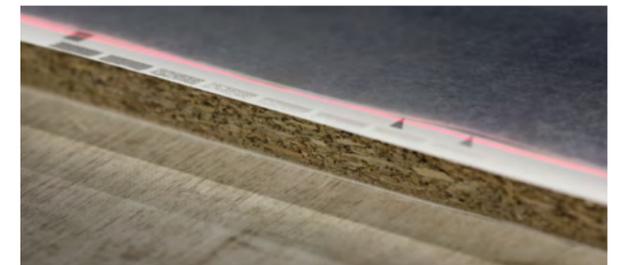
Pour savoir comment cet aspect « béton pour enduit » est produit, quelle histoire se cache derrière cette façade, il faut partir à Salzbourg, et rendre visite à la société M. Kaindl KG. Juste à côté de l'aéroport, un showroom futuriste invite à suivre un circuit permettant de découvrir l'univers des panneaux décoratifs de Kaindl. Matthias Lienbacher du développement produits et le représentant de Kaindl en Allemagne, Herbert Zetzl, ne se contentent pas de simplement présenter leurs produits. Ils vous font passer par un pont en verre pour accéder directement au département développement, où des ustensiles utilisés pour les ouvrages en béton tels que des spatules et des pinceaux jonchent des tables. « C'est avec ces ustensiles que tout a commencé. Nous avons regardé comment on pose de l'enduit, comment on obtient cette surface caractéristique, qui n'est pas trop grossière puis comporte des sillons, rappelant le crépi », explique Matthias Lienbacher. Ils n'ont cessé de gratter la surface, à nouveau l'enduire et remettre une couche jusqu'à ce que la surface du modèle blanche soit prête. Après cette phase artisanale, ils ont utilisé une technique informatique moderne. La surface a été scannée, un film créé et une lourde tôle de pressage produite, qui correspond au négatif de la surface.

Il existe deux possibilités de voir chez M. Kaindl KG, ce qu'il est possible de faire avec cette tôle de pressage. Ceux qui choisissent de voir la fabrication en grande série se retrouvent dans un grand hall de fabrication, dans lequel d'énormes feuilles de papier sont soulevées et posées au millimètre près sur des plaques supports grâce une commande par ordinateur. Des chariots poussent ces plaques vers la presse, dans laquelle la surface caractéristique est imprimée sur, ou plutôt, dans les plaques.

Ceux qui souhaitent voir ce processus plus en détails passent dans le service de construction de modèles et se retrouvent devant une presse de laboratoire en miniature. Les papiers décoratifs sont ici encore posés à la main, le panneau de particule se déplace lentement dans la presse de laboratoire, qui est au préalable équipée de la tôle de laboratoire adaptée provenant d'un dépôt. Puis, les éléments sont pressés pendant plusieurs secondes à une température et une pression élevées. La façade modèle est, ensuite, refroidie, avant de passer dans les mains des experts. Ils passent leurs mains sur la façade Comet, tout comme les revendeurs et les consommateurs finaux le feront plus tard, se font des signes de la tête d'un air entendu.

Cette façade unique sera bientôt proposée dans les variantes gris perle et gris opale chez Häcker Küchen. Ces deux façades seront présentées pour la première fois dans le cadre des Portes ouvertes et ne manqueront pas de susciter l'engouement de tous ceux qui recherchent à la fois un design authentique et individuel. « Bien sûr, nous savons que le blanc dans toutes ces

facettes reste le coloris numéro un. Nous souhaitons toutefois contribuer à l'élaboration d'autres tendances ainsi que proposer de nouveaux designs et possibilités. La façade Comet nous offre cette opportunité. Nos clients trouvent ici un produit qui séduit tant au point de vue visuel que de celui du toucher et qui permet au béton de passer du domaine exclusif du vrai béton à une gamme au prix attractif et à la surface authentique. Le béton est un matériau urbain et minimaliste. Il est donc parfaitement adapté à notre époque. Les tons gris offrent de nombreuses possibilités de décoration et permettent de créer une cuisine indémodable et également individuelle », précise Michael Dittberner. À la fin de sa visite chez M. Kaindl KG à Salzbourg, il prend encore une fois dans ses mains la façade modèle, la place à contre-jour, regardent ses sillons caractéristiques, fait glisser ses doigts sur la surface et sait déjà qu'il tient ici l'un des produits phares des prochaines Portes ouvertes.



HOW TIME FLIES

Kitchen studio celebrates
a 30-year partnership
with Häcker Küchen



When Lothar Hempel tells his story it sounds like it comes from a kitchen sales textbook. At 18 he trained as a retail salesman, attended seminars to train as an interior and kitchen consultant and is now what you can call a kitchen professional. He joined Küchenstudio Meppen as early as 1993 and took over management from the founders Jonny Behrens and Bernhard Bose in 1999. Both of them had chosen to work closely with Häcker Küchen from 1985 - a partnership Lothar Hempel has been loyal to ever since. "I have always supported and still fully support the Häcker product - otherwise I couldn't sell it," says Lothar Hempel. At the beginning, the Häcker Küchen brand was only a second brand before it managed to achieve 70 percent of the company's current turnover and still continues to increase. "I am particularly impressed by the variety of the product range: I can serve introductory customers with the classic range and serve customers exclusively with the systemat range. You used to need two manufacturers to cover such a wide range as a retailer; now I get everything from once source," says the 51-year-old delighted. He also simply describes the order placement, processing and reliability in delivery and assembly as "top". And last but not least, the in-house exhibition at Häcker Küchen always encourages

him in his decision to work together with Häcker Küchen.

Lothar Hempel now employs three staff members in sales, three fitters, an office worker, two assistants and a freelance fitter. One reason for this comparatively large team is that the company founder, Jonny Behrens, was Dutch and Meppen is only about fifteen minutes from the Dutch border. "We still have a ratio of around 50/50 of German and Dutch customers", says owner, Lothar Hempel, who knows that people on the other side of the border appreciate the quality of German kitchens, the reliability and thoroughness of German workmanship and, of course, the value for money.

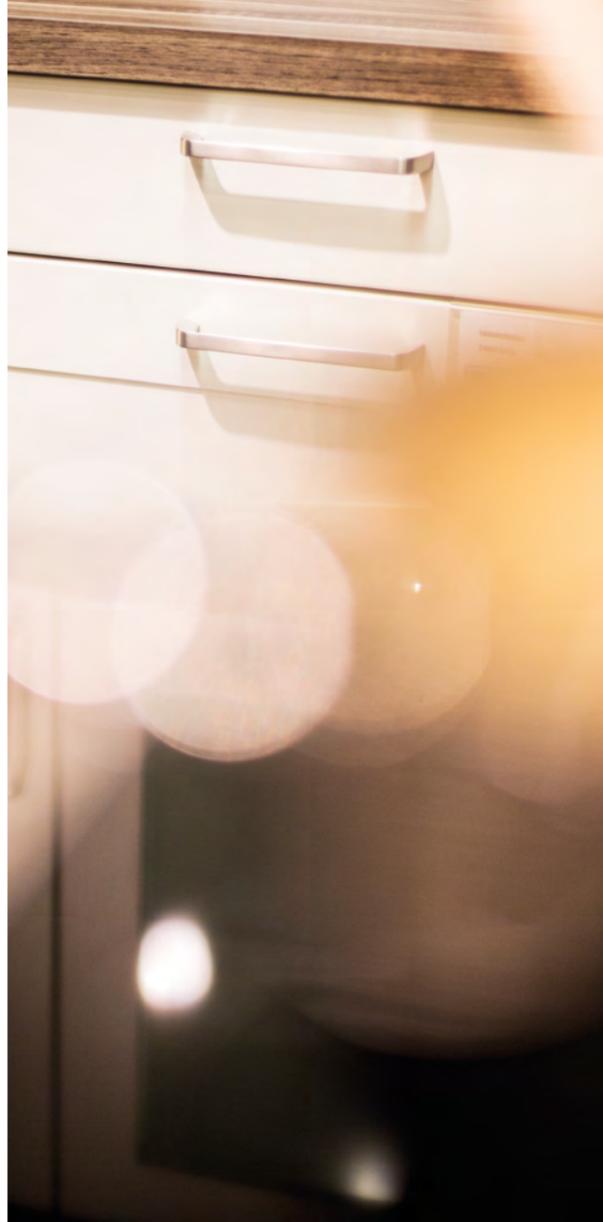
Lothar Hempel does not have to invest greatly in advertising. "We now gain around 80 percent of our customers through recommendations - and that is a real sign of quality," says the kitchen expert. In order to evaluate even better how good the quality of the production and service really is, each customer is asked to complete an assessment sheet; "we can only improve from this feedback after all." Lothar Hempel only rarely finds requests for the special offers in these sheets. "We have generally decided to place our focus on quality and mutual trust - special offers and freebies are just not right," says the owner of Küchenstudios ▶

COMME LE TEMPS PASSE

Un magasin de cuisines qui
fête 30 ans de collaboration
avec Häcker Küchen

Quand Lothar Hempel raconte son histoire, on a l'impression qu'elle sort tout droit d'un manuel de vente de cuisines. À 18 ans, il a suivi une formation commerciale, puis il a pris des cours pour devenir conseiller en aménagement et en cuisine et il est, aujourd'hui, ce qu'on appelle un professionnel de la cuisine. Dès 1993, il a intégré le magasin de cuisines Meppen, il en a repris la direction en 1999 succédant aux fondateurs Jonny Behrens et Bernhard Bose. Ces derniers travaillaient en étroite collaboration avec Häcker Küchen depuis 1985. Lothar Hempel est, aujourd'hui encore, fidèle à ce lien qui unit les deux entreprises. « Je soutiens depuis toujours les produits de Häcker. Je ne pour-

rais sinon pas les vendre », explique Lothar Hempel. Au début, la marque Häcker Küchen n'était qu'une marque secondaire avant de représenter aujourd'hui environ 70 pour cent de son chiffre d'affaires et de continuer sa croissance. « Je suis surtout séduit par la diversité de la gamme de produits : je peux proposer les produits classic aux clients souhaitant une cuisine d'entrée de gamme et les produits systemat à ceux recherchant une cuisine exclusive. Auparavant, un revendeur avait besoin de deux fabricants pour couvrir une telle différence. Je peux maintenant fournir tous mes clients avec un seul fabricant », poursuit en se réjouissant ce quinquagénaire. Il qualifie également de « supers » le traite- ▶



Meppen, who relies on the fact that buying a kitchen is a matter of trust. The customer also benefits from the fact that Hempel describes himself as a perfectionist. "If a buyer is only 90 or 95 percent satisfied with us, it is not enough. We have to get everything right - appointments, assembly and, of course, the product. This perfectionism is popular among customers and means that business is growing further." But it doesn't need to. "I also want some time for my private life, for my hobbies and especially for my family," says the father of two, who you can certainly describe as satisfied. And as a creative person, he loves offering his own creations and one-offs together with his employee Andreas Nieters. "We often like to move away from the beaten path with our planning," says Hempel characterising his

very own planning style. It is well received by customers and simply offers the alternative to "off-the-peg kitchens". He doesn't just see himself as a kitchen consultant, but also likes to advise customers architecturally and on new builds, when it comes to the rooms that will accommodate kitchens later on. "Kitchen planning nowadays is simply more than putting cabinets on the wall," says Hempel who thinks about the overall room design on the one hand, but also has "an eye on the small effects" to convince with details. "To us, the art is finding out what is important to the customer." The success of Küchenstudio Meppen is based on this sensitivity - and, of course, the partnership with Häcker Küchen, which has now lasted for 30 years.

ment des commandes et la fiabilité des livraisons et des installations. Les Portes ouvertes de Häcker Küchen le confortent également à chaque fois dans sa décision de travailler avec Häcker Küchen.

Lothar Hempel emploie, à l'heure actuelle, trois vendeurs, trois installateurs, un employé de bureau, deux aides et travaille avec un installateur indépendant. Cette équipe relativement grande s'explique notamment par le fait que le fondateur de l'entreprise, Jonny Behrens, est hollandais et que la frontière hollandaise ne se trouve qu'à quinze minutes de là. « Nous comptons aujourd'hui encore autant de clients allemands que hollandais », explique Lothar Hempel qui sait que la qualité des cuisines allemandes, la fiabilité et la minutie du travail allemand ainsi que bien entendu le rapport qualité-prix comptent également beaucoup de l'autre côté de la frontière.

Lothar Hempel n'a donc pas vraiment besoin de faire beaucoup de publicité. « Environ 80 pour cent de nos clients viennent chez nous sur recommandation. C'est un vrai signe de qualité », déclare cet expert en cuisines. Pour encore mieux évaluer notre qualité et notre service réels, chaque client est invité à remplir un formulaire d'évaluation. « Ce feedback est pour nous le seul moyen de nous améliorer. » Très peu de clients de Lothar Hempel expriment, dans ces formulaires, le souhait de bénéficier d'offres spéciales. « Nous avons décidé d'une façon générale de nous concentrer sur la qualité et la confiance mutuelle. Des offres spéciales et des compléments gratuits n'auraient ici pas leur place », précise le propriétaire du magasin de cuisines Meppen, pour qui la vente de cuisines est une affaire de confiance. Les

clients de Lothar Hempel profitent également du fait qu'il soit perfectionniste comme il le dit lui-même. « Si un client est satisfait à 90 ou 95 pour cent de notre travail, ça ne suffit pas. Chez nous, tout doit être parfait, les dates de livraison, l'installation et bien sûr le produit. » Ce perfectionnisme plaît beaucoup aux clients et permettrait de faire encore plus fructifier le magasin. Pourtant, il n'en a pas besoin. « Je veux aussi avoir du temps pour ma vie privée, mes hobbies et surtout ma famille », nous dit ce père de deux enfants que l'on pourrait qualifier de très satisfait. D'une nature créative, il aime proposer avec le concours de son employé Andreas Nieters ses propres créations et des produits uniques. « Quand nous préparons des plans, nous aimons souvent nous éloigner des chemins battus », indique Lothar Hempel pour expliquer son style de planification bien individuel. Il poursuit en nous disant que ce style convient à ses clients et offre des cuisines qui ne sont pas standard. Il considère ainsi qu'il est bien plus qu'un pur conseiller en cuisines. Il conseille aussi ses clients pour les questions d'architecture et pour les constructions neuves à chaque fois qu'une pièce est destinée à abriter une cuisine. « Planifier une cuisine signifie aujourd'hui bien plus que de poser des meubles sur un mur », déclare Lothar Hempel, qui pense à l'aménagement de l'espace dans son ensemble tout en gardant en tête les petits détails qui séduiront ses clients. « Toute la finesse de ce métier consiste aujourd'hui à savoir ce qui est important pour un client. » C'est selon lui cette sensibilité qui forme la base du succès de son magasin de cuisines Meppen et bien entendu également sa collaboration avec Häcker Küchen depuis maintenant 30 ans.

“GREETINGS AUSTRIA”

Häcker Küchen at the
küchenwohntrends in Salzburg

«SALUT L'AUTRICHE»

*Häcker Küchen sur le salon
küchenwohntrends de Salzbourg*



It might be raining outside, but there's nothing but sunshine indoors. At least at the start of the Salzburg exhibition, this describes what is happening in front of and inside the exhibition halls. Häcker Küchen is also represented with an exhibition stand here for the first time. "We simply want to get to know our retailers better and fly the flag," says Marcus Roth, managing director for sales and marketing and therefore also responsible for the Austrian market. After the reorganisation two years ago, Häcker Küchen is presenting itself at the "küchenwohntrends" on a good 230 square metre exhibition stand, which primarily displays one thing: modern kitchens that are popular in Austria. "Here in Austria, we notice that the kitchen is given a higher priority than in Germany," says Markus Hanhus, who was able to welcome lots of well known faces to the exhibition stand and guide them around. With a motivated field sales team, plenty of job satisfaction meant an exhibition could be opened that could be described as a success from the very beginning. "We are generally very satisfied with the developments here in Austria. We conducted the first new talks last year, gained associations as customers and formulated a clear orientation: we view ourselves as a partner to retailers," says Marcus Roth, who travelled to Salzburg, just like managing director Markus Sander, to gain an impression of the positive development on location. Häcker Küchen's strengths lie in supporting the kitchen retail and medium-sized furniture retailers ▶



Dehors, la pluie tombe. À l'intérieur, le soleil brille ardemment. C'est du moins de cette façon qu'il est possible de décrire l'animation qui règne devant et dans les halls d'exposition lors du démarrage du salon de Salzburg. Pour la première fois, Häcker Küchen participe à ce salon et a installé un stand. « Nous souhaitons tout simplement faire la connaissance de nos revendeurs et montrer notre soutien », explique Marcus Roth, directeur des ventes et marketing et, ainsi, responsable du marché autrichien. Après une réorganisation opérée il y a deux ans, Häcker Küchen se présente sur le salon « küchenwohntrends » sur un stand de 230 mètres carrés qui montre avant tout une chose : des cuisines modernes qui sont prisées en Autriche. « En Autriche, nous avons remarqué que la cuisine jouit d'une importance plus grande qu'en Allemagne », signale le chef des ventes Marcus Hanhus, qui a eu l'occasion de voir et de guider de nombreuses personnes qu'il connaissait déjà. Une équipe commerciale motivée et de l'entrain au travail, tels sont les ingrédients qui ont permis d'aborder un tel salon qui s'est révélé être dès le départ un vrai succès. « Nous sommes dans l'ensemble très satisfaits de notre développement en Autriche. L'an dernier, nous avons engagé de premiers entretiens, nous avons convaincu des fédérations et défini une orientation très claire : nous nous considérons comme le partenaire des revendeurs spécialisés », explique Marcus Roth, qui tout comme Marcus Sander a fait le voyage à Salzburg pour se faire une image sur place du développement positif de la société. Les atouts de Häcker Küchen résident ici dans l'accompagnement des revendeurs spécialisés de cuisines et des PME spécialisées dans la vente de meubles. La nouvelle orientation du fabricant de cuisines de Rödninghausen consiste également à entretenir des contacts personnels qui présentent de nombreux avantages pour les clients. « Avec nos produits et nos offres de prestations complètes, un revendeur peut réaliser environ 80 pour cent des cuisines. Ce qui signifie que nous avons couvert tous les besoins avec nos gammes de produits classic et systemat. La gamme classic correspond à des cuisines équipées d'entrée de gamme : un design élégant, une qualité excellente à un prix avantageux. La gamme systemat propose des arguments de choix tels que le corps de 78 cm, des matériaux spéciaux et un nombre plus important de bois, de laques brillantes, de laques mates et de surfaces en verre, et bien plus encore. En outre, nous proposons pour ces deux gammes une offre attractive d'électroménager », indique Marcus Roth pour évoquer les arguments qui séduisent les clients de l'autre côté des Alpes. Nous ne souhaitons toutefois pas positionner Häcker Küchen comme une marque, bien au contraire. « Nous sommes convaincus que la neutralité de notre commercialisation assure aux revendeurs spécialisés la possibilité de se démarquer et ainsi d'obtenir des marges plus importantes. Avec notre marque, nous ne souhaitons pas nous mettre en avant et ainsi permettre aux ▶



and personal contacts distinguish the new orientation of the kitchen manufacturer from Rödinghausen, which show the customer lots of advantages. "We offer around 80 percent of the possible kitchens from products and service packages for retailers. This means we have covered everything with our product lines classic and systemat. classic is for the introductory range of planned integrated kitchens: smart design, top quality and always price orientated. systemat generally offers added value sales arguments such as the high 78 body and special materials with more choice of wood, high gloss coatings, matt coatings, glass surfaces and much more. We also offer our attractive appliance block marketing in both product lines," says Marcus Roth about the arguments that convince in the Alpine region. The aim is not to establish Häcker Küchen as a brand - quite the opposite is true. "We are convinced that neutrality in our marketing gives retailers the opportunity to achieve a compari-

son and therefore achieve higher profit margins. We want to take a step backwards with our brand name and the kitchen retailer can move forwards with his own name in the region. The retailer is the brand! That is our philosophy." Just how well our philosophy is received is shown by the high numbers of visitors to the stand. People talked shop here, new products were presented there. But it was not just about talking about cabinets and fronts. "We also view this exhibition as a communications platform. We want to get to know our existing retailers even better and, of course, we are not upset if new potential customers come to our stand," says Markus Hanhus, who draws our attention to another argument in favour of Häcker Küchen, which naturally applies to the Alpine state of Austria. "We deliver our kitchens with our own fleet of trucks." These trucks are also filled with integrated kitchen appliances from Blaupunkt increasingly often. "We entered the market with Blaupunkt after the last

in-house exhibition and achieved very high acceptance here in Austria straight away. Customers know the brand Blaupunkt from the car stereo sector and expect a great deal from it in the kitchen segment," says Marcus Roth, delighted to know that he has a trump up his sleeve as a manufacturer with the BSH Group customer service. Combined with very good value for money, the overall package, which has been able to be presented to a large audience at the Salzburg exhibition, has become even more well-rounded. When the sun popped out from behind the clouds on the last two of three exhibition days, the summary could only be positive: "Here in Salzburg we have shown the effects a change of direction can have. We not only have a very good product, but also an overall packaging that simply convinces lots of retailers, and not only in Austria," says a satisfied Marcus Roth, who is also focusing on expansion in the Austrian market in future.

revendeurs de cuisines d'agir dans leur région sous leur propre nom. La marque, c'est le revendeur ! Telle est notre philosophie. » Le stand toujours bien rempli de Häcker Küchen a prouvé que cette philosophie plaît à la clientèle. On y a parlé métier et présenté des nouveautés. Le but n'était toutefois pas de parler uniquement de corps et de façades de meubles. « Pour nous, ce salon est également une plateforme de communication. Nous souhaitons connaître encore mieux nos revendeurs actuels et nous accueillons aussi avec joie tout nouveau revendeur qui vient sur notre stand », déclare Marcus Hanhus qui attire l'attention sur un autre argument en faveur de Häcker Küchen valant également

pour l'Autriche. « Nous apportons nos cuisines sur le salon avec un camion de notre propre parc automobile ». Ces camions transportent de plus en plus des appareils encastrables pour cuisines de la marque Blaupunkt. « Depuis les dernières Portes ouvertes organisées avec Blaupunkt, nous avons investi ce marché et avons fait l'objet dès le départ d'un très bon accueil en Autriche. Ici, la marque Blaupunkt est connue dans le domaine de la hifi pour automobiles et elle jouit également d'une grande confiance dans le domaine de la cuisine », se réjouit Marcus Roth qui sait qu'il détient un atout dans ses mains avec le service client du groupe BSH, le fabricant des appareils électroménagers. Il ajoute que

ces produits combinés à un très bon rapport qualité-prix ont complété l'offre complète de Häcker Küchen, qui a été présentée à un large public sur le salon de Salzburg. Alors que le soleil a percé les nuages les deux derniers jours des trois que décompte au total le salon, la conclusion ne pouvait qu'être positive : « À Salzburg, nous avons vécu ce qui pourrait bien signifier pour nous un changement de cap. Nous avons non seulement un très bon produit, mais aussi une offre complète qui ne séduit pas de nombreux revendeurs uniquement en Autriche », nous dit Marcus Roth satisfait et misant à l'avenir sur une expansion en Autriche.





Visite de 60 cyclistes

Mi-juin, Häcker Küchen a reçu une visite surprise : un groupe de cyclistes a fait une halte sur le site de l'entreprise. Ces cyclistes ne faisait pas une simple excursion. Il s'agissait de policiers qui ont pédalé utile.

La International Police Association (IPA) regroupe plus de 300 000 personnels de police de plus de 60 pays avec pour objectif, entre autres, de renforcer le dialogue inter-culturel et de s'engager socialement.

Du 26 au 29 juin 2015, la délégation de l'IPA à Osnabrück organise au profit de l'aide pour le cancer des enfants le 28e tour de Basse-Saxe effectué en vélo. Différents établissements d'Osnabrück bénéficieront des droits de participation ainsi que des dons octroyés par des entreprises, particuliers ou des organisations. Cette année, Häcker Küchen a soutenu cet engagement pour la première fois.

Le gérant et propriétaire Jochen Finkemeier a remis aux organisateurs un chèque d'une valeur de 1 000 euros à l'occasion de leur halte sur le site de l'usine. « Lorsque nous avons eu vent de la cause pour laquelle l'IPA pédale, nous avons immédiatement souhaité proposer une halte et soutenir les cyclistes et leur idée », explique Jochen Finkemeier qui a accueilli et renforcé avec un chèque plus de 60 cyclistes qui ont été accompagnés par des véhicules d'intervention et de secours ainsi que des véhicules de montage et de transport. Les policiers ont parcouru en tout une distance de 625 km sur des vélos de course. Au cours de leur première étape entre Osnabrück et Hildesheim, ils sont passés par des communes de Westphalie orientale telles que Rodinghausen.

A visit on 120 wheels

Häcker Küchen received a surprise visit when a large group of cyclists stopped by on the company premises in the middle of June. They weren't day trippers though, but members of the police service hitting the pedals for charity.

The International Police Association (IPA) is a group in which more than 300,000 police officers from more than 60 countries have come together to promote intercultural dialogue and dedicate themselves to social issues.

On behalf of the Children's Cancer Aid, the IPA office Osnabrück organised the 28th Lower Saxony bicycle tour from 26th to 29th June 2015. All start fees as well as donations from companies, private individuals or organisations benefit various institutes in Osnabrück. Häcker Küchen supported the work for the first time this year when owner, Jochen Finkemeier, handed over a donation cheque worth

1000 Euros with words of appreciation for the organisers during their stop on the company premises. "When we heard about the important cause they are cycling for, we knew straight away that we would like to offer a place for a break and that we want to support the cyclists and the idea," says Jochen Finkemeier, who welcomed more than 60 cyclists accompanied by service vehicles and ambulances as well as assembly and transport vehicles, and provided them with refreshments as well as the cheque. The overall distance completed by the police officers on racing bikes was 625 km, whereby the first leg of the tour from Osnabrück to Hildesheim also took them through East-Westphalian communities such as Rodinghausen.



AT
NIGHT
—
WHEN
ALL
IS
QUIET

Surreal paintwork
for unusual places

LA
NUIT
QUAND
TOUT
LE
MONDE
DORT

*Une mise en lumière
surréelle de lieux uniques*

Standing around in the middle of the night, in complete darkness and waiting for half an hour for a single photo – that doesn't sound like a dream come true for most. But light painting is just that for Holger Kneifel: it is a passion. The Häcker factory fitter spends many a sleepless night with it and is fascinated every single time by the sheer infinite possibilities that this photo art reveals in tiny stages.

Anyone who wants to take a photo in bad light conditions will quickly notice that the amount of light simply isn't enough to capture the mood correctly. Holger Kneifel makes use of this exact problem and creates surreal worlds of light in dark rooms with a photographic trick. "Everything started with fishing," says the 41-year-old remembering when his hobby began and he filled the many hours of waiting with a little analogue camera. He developed an eye for detail at the time, which is now so important for light painting, he says. However, he did not notice the special lighting mood at night at the time. He came across light painting on the Internet. He happened to come across two artists who were involved with so-called Light Art Performance Photography (LAPP). Infected by the effect of the images, he contacted one of the two light artists, researched more photos on the Internet and gained his own initial experiences with

light painting. Armed with a torch and a reflex camera, he initially illuminated trees and other objects at night. Over time his techniques became more sophisticated and the photos more complex. People soon noticed his exceptional works in his home village and he was then given the opportunity to set the stage for special squares and buildings, such as the abbey church or the nun's convent. "Presenting a familiar place in an unusual light; that is what makes me so enthusiastic about light painting," says the light artist describing the appeal of his hobby. A very special opportunity arose in 2014: the manageress of the Häcker planning department, Astrid Strathmann, became aware of his work and immediately set about obtaining approval for a night-time photo shoot in the foyer of Häcker's headquarters. "The trust Häcker placed in me was huge," remembers Kneifel, who immediately started with the preparations and produced the first drawings when permission was given for the photo. It quickly became obvious that he was dealing with his biggest project to date. The floodlight, which comes from outside through the large glass facade, was just one of many challenges. "The foyer is full of switches and emergency exits that are illuminated. You only notice many of the disturbances at night," says Holger Kneifel describing some of the problems that had to be solved. So he spent the first ▶



Se trouver en pleine nuit dans une obscurité totale et patienter une demi-heure pour prendre une seule photo, pour beaucoup ce n'est pas vraiment une situation de rêve. Pourtant, la light painting est pour Holger Kneifel une vraie passion. L'installateur de Häcker passe de nombreuses nuits blanches à s'adonner à la light painting et il est, à chaque fois, fasciné par les possibilités illimitées que cet art de la photographie ne révèle que peu à peu.

Tout photographe amateur qui souhaite prendre une photo avec une luminosité peu avantageuse remarque rapidement que la quantité de lumière ne suffit pas pour bien capter l'ambiance du moment. Pour Holger Kneifel, ce problème devient un avantage. Il place des espaces sombres dans un monde de lumière surréel en utilisant une astuce photographique.

Cet homme de 41 ans se souvient des débuts de son hobby : « Tout a commencé à la pêche ». Il attendait alors pendant des heures et s'occupait avec un petit appareil photo analogue. Il nous confie qu'il a, ainsi, développé un regard pour les détails, si important aujourd'hui pour la light painting. Il précise qu'il n'a à l'époque pas remarqué l'ambiance particulière conférée par la lumière de la nuit. Internet a attiré son attention sur la light painting. Il a trouvé, par

hasard, deux artistes qui se consacrent à la « Light Art Performance Photographie » (LAPP). Impressionné par l'effet de ces photos, il a contacté l'un de ses deux artistes de la lumière, recherché d'autres photos sur la toile et a commencé à acquérir ses premières expériences dans le domaine de la light painting. Équipé d'une lampe de poche et d'un appareil photo reflex, il a d'abord illuminé la nuit des arbres et d'autres objets. Avec le temps, ses techniques se sont affinées et ses photos sont devenues plus complexes. Rapidement, son village a eu vent de cette activité originale et il a, ainsi, pu mettre en scène des places et des bâtiments particuliers tels que la collégiale ou le couvent. « Présenter un lieu familier dans une lumière inédite, c'est ce qui me plaît dans la light painting », c'est ainsi que cet artiste de la lumière décrit l'attrait de ce hobby. En 2014, il a bénéficié d'une opportunité formidable : la directrice du département de planification de Häcker, Astrid Strathmann, a eu vent de ses travaux et obtenu pour lui l'autorisation d'effectuer un photoshooting nocturne dans le hall de réception de la centrale de Häcker. « La confiance que m'a témoignée Häcker était énorme », se souvient Holger Kneifel qui a commencé ses préparations et effectué les premiers dessins dès qu'il a obtenu l'autorisation de photographe. Très vite, il a compris qu'il ▶



»ONCE YOU HAVE IMPLEMENTED ONE IDEA, YOU COME UP WITH A HUNDRED MORE.«

night covering entire areas with a thick Molton fabric, covering smaller sources of light with adhesive film and continuously taking test photos. The actual work could only begin in the second night once everything was sufficiently darkened. Equipped with the full array of torches, colour filters and his own light constructions, he immersed the floor elements in

colourful light, drew geometric figures in the air and reproduced his own outline behind illuminated panes. The result was a picture that reminds you of a 1970s disco scene. It was actually less about presenting a party scene and more about conveying the sense of togetherness among Häcker employees, says Kneifel describing the intention of his arrangement.

“Ultimately art is in the eye of the beholder and should be open to all interpretations,” he believes and can hardly wait to spend the next night alone in the dark once again. After all, he has learnt one thing over the years: “Once you have implemented one idea, you come up with a hundred more.”

« DES QUE TU AS REALISE UNE IDEE, TU EN AS CENT AUTRES. »



s'agissait là de son plus grand projet . Entre autres, il fut confronté à de nombreux défis dont la lumière du projecteur qui inonde de l'extérieur la grande façade de verre. « Le hall est rempli d'interrupteurs et de sorties de secours qui sont illuminés. Un grand nombre d'interférences sont visibles uniquement la nuit », explique Holger Kneifel les problèmes qui doivent être résolus. Il a, ainsi, passé la première nuit à poser du molleton dans des zones entières, à assombrir des petites sources de lumière avec du film adhésif et à effectuer un grand

nombre de photos test. La deuxième nuit, il a enfin pu véritablement commencer à photographier alors que tout était suffisamment assombri. Équipé de toute une batterie de lampes de poche, de filtres de couleurs et de constructions de lumières fabriquées par lui-même, il a plongé des éléments du sol dans une lumière multicolore, dessiné des figures géométriques dans l'air et multiplié ses propres contours derrière des vitres éclairées. Il en résulte une photo qui rappelle une piste de discothèque des années 70. Holger Kneifel explique que loin

d'avoir voulu représenter une scène de fête, il avait l'intention de véhiculer le sentiment d'appartenance au sein du personnel de Häcker. « L'art dépend finalement de l'œil de celui qui le contemple et devrait être ouvert à toutes les interprétations », pense Holger Kneifel qui est impatient de passer la nuit suivante tout seul, dans le noir. Il nous confie également qu'il a appris une chose tout au long des années : « Dès que tu as réalisé une idée, tu en as cent autres. »

RUNNING – ALL DAY AND ALL NIGHT

It sounded a bit like the by-gone days of military service when ten men organised themselves as a group to participate in the 24 hour run, which is now taking place for the third time.

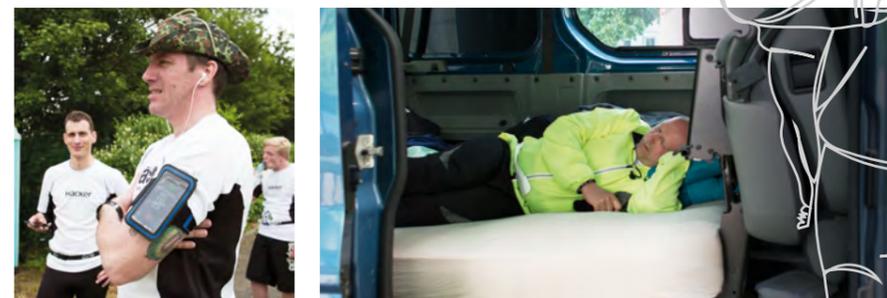


“We differentiate between home and away sleepers,” says Andreas Möller, member of the management board, export manager and, during these 24 hours, primarily member of the running team. Its members either rested at home or in a caravan driven especially to the starting line, if they weren’t running the stretch around the Else River in Bünde. Not only individuals, but also almost 40 relay teams in all age groups and of all abilities, competed against each other for charity. Ten

runners were allowed to be registered and the team was allowed to decide who ran for how long. The main thing was that as many kilometres as possible were totted up. “Our main aim was to always keep the relay batten moving throughout the 24 hours,” says Andreas Möller who developed a sophisticated running plan together with his nine colleagues. Bastian Bäumer, Markus Brewe, Stephen Lee Hindley, Andreas Möller, Hendrik Rottmann, Jürgen Schnelle, Christian Schulz and Jan-Christian Schwagmeier as

well as Andrew and Marvin Wendt hit the track every hour, before swapping over every 2.2 kilometre lap at the end. “Of course, you need sporting ambition to drag yourself out of your sleeping bag at 3 o’clock in the morning – however, it is much more important to enjoy pursuing a common goal,” says Andrew Wendt, who, as the organiser, ran more than 260 kilometres in the end and achieved place 8 for the team from Häcker Küchen.

COURIR LE JOUR ET LA NUIT



Lorsque les dix hommes se sont organisés pour participer à Bünde au marathon de 24 heures qui a lieu pour la troisième fois, ils se sont un peu souvenus de leur service militaire déjà loin derrière eux.

« Nous distinguons ceux qui dorment chez eux de ceux qui dorment sur le trajet », raconte Andreas Möller, membre de la direction, directeur des exports et surtout membre de l’équipe de course pendant ces 24 heures. Les membres de cette équipe se sont reposés soit chez eux soit dans le camping-car présent au départ dès qu’ils n’étaient pas actifs sur le circuit organisé dans les environs de la rivière Else de Bünde. Des coureurs individuels tout comme près de 40 équipes de relais de tous les âges et niveaux de performances se sont affrontés pour une bonne

cause. Une équipe de relais pouvait comporter jusqu’à 10 coureurs. Chaque équipe était libre de choisir le temps de course de chaque membre. Le plus important étant de comptabiliser le plus de kilomètres possible. « Pour nous, il est important que notre équipe de relais soit toujours en mouvement tout au long de ses 24 heures », explique Andreas Möller, qui a conçu avec ses neuf collègues un plan de course astucieux. Bastian Bäumer, Markus Brewe, Stephen Lee Hindley, Andreas Möller, Hendrik Rottmann, Jürgen Schnelle, Christian Schulz, Jan-Christian Schwagmeier

ainsi que Andrew et Marvin Wendt ont d’abord couru à intervalle d’une heure avant de se relayer tous les 2,2 kilomètres. « Pour sortir à 3 heures du matin de son sac de couchage, il faut avoir une certaine dose d’ambition sportive. Le plus important reste quand même le plaisir de poursuivre ensemble un objectif », déclare Andrew Wendt qui, en qualité d’organisateur, a à la fin de la course comptabilisé plus de 260 kilomètres ce qui signifie pour l’équipe de Häcker Küchen la place n°8.

SUCCESSFUL START

Palms trees and sea, chic and modern - Casablanca is not only a dream for cinema lovers, but is also Morocco's most important trade and industry centre. And the largest port in North Africa. In the El Maarif quarter, to the south of the centre, the first Häcker kitchen studio in the country was opened in March.

Between designer boutiques and galleries, cafés and restaurants, the entrepreneur Driss Gandoul has now turned his own dream into reality in Casablanca - the 150-square-metre Häcker kitchen studio. "Young and dynamic are characteristics that describe both the quarter and the ambitious businessman", tells us Bouchra Spang, Key Account Manager at Häcker Küchen. She travelled together with sales manager, Jörg Varnholt, to the grand opening in the metropolis and also to see other joint projects and maintain contact with the building developers. After

all, the new Häcker kitchen studio is not the only thing that unites Häcker Küchen and Driss Gandoul. "The co-operation with Driss Gandoul started in 2011 and we have been able to realise several large projects together ever since," reports Jörg Varnholt. The "Bouskoura" project with 164 Häcker kitchens also resulted from the partnership with the Moroccan entrepreneur. "We were therefore happy to support Driss Gandoul's idea of opening his own showroom throughout planning and installation. It was an easy decision to make." At the last in-house exhibition, Driss Gandoul examined the innovations in Rödighausen and ultimately began with joint planning and implementation of the showroom. A wide range, from classic to systemat, is what he displays in his showroom today. And the first summary is very positive. There is a young middle class living in Morocco looking exactly for that what Häcker Küchen has



to offer: excellent quality and a modern western design. Designer glazed kitchens and real wood veneer particularly impress the young and style-conscious customers in Casablanca, who mostly favour kitchens without handles. "The first commissions have already been able to be realised since March," summarises Bouchra Spang with satisfaction. And this provides a promising outlook for the future of Häcker Küchen in Casablanca: "We are already conducting talks on further projects, together with Driss Gandoul, for modern Casablanca."



DEPART REUSSI

Des palmiers et la mer, mondaine et moderne, Casablanca n'est pas qu'un lieu magique pour les cinéastes. C'est également le centre commercial et industriel principal du Maroc. Cette métropole abrite aussi le plus grand port d'Afrique du Nord. Dans le quartier El Maarif, au sud du centre, le premier magasin de cuisines de Häcker a ouvert ses portes au Maroc.

Entre les boutiques de designers et les galeries, les cafés et les restaurants, l'entrepreneur Driss Gandoul a ainsi réalisé son rêve à Casablanca en inaugurant le magasin de cuisines de Häcker, grand de 150 mètres carrés. « Jeunesse et dynamisme, ce sont des caractéristiques qui définissent à la fois ce quartier et cet homme d'affaires ambitieux », raconte Bouchra Spang, Key Account Manager chez Häcker Küchen. En compagnie du directeur commercial Jörg Varnholt, elle s'est rendue dans cette métropole de plusieurs millions d'habitants pour assister à l'ouverture et également pour voir d'autres projets communs et entretenir ses contacts avec les promoteurs. Le nouveau magasin de cuisines de Häcker n'est pas le seul lien qui relie Driss Gandoul à Häcker Küchen. « Notre collaboration avec Driss Gandoul existe déjà depuis 2011. Nous avons depuis réalisé avec lui plusieurs gros projets », explique Jörg Varnholt. Le projet « Bouskara »

également né de notre partenariat avec un entrepreneur marocain a débouché sur la vente de 164 cuisines Häcker. « Nous avons donc, avec très grand plaisir, soutenu Driss Gandoul pour la planification et l'installation du showroom qu'il souhaitait ouvrir. Nous n'avons eu aucun problème à prendre cette décision. » Au cours des dernières Portes ouvertes à Rödighausen, Driss Gandoul a évalué les nouveautés et a débuté la planification avec nous et la réalisation de son showroom. Il présente finalement dans son showroom un large éventail de produits classic et systemat. Les premières conclusions sont positives. Le Maroc compte une classe moyenne et jeune qui recherche exactement ce qui définit les cuisines Häcker : une qualité excellente ainsi qu'un design moderne et occidental. Des cuisines en verre de designers et un placage en bois véritable séduisent en particulier la clientèle jeune et stylée de Casablanca, qui bien souvent préfère des cuisines sans poignées. « Nous avons réalisé nos premières commissions en mars », conclut Bouchra Spang d'un ton satisfait. Elle prévoit également un avenir prometteur pour Häcker Küchen à Casablanca : « Nous sommes déjà en train de négocier d'autres projets avec Driss Gandoul pour une Casablanca moderne. »



PREVIEW APERÇU READY NOUS SOMMES TO SERVE PRETS

IN-HOUSE EXHIBITION

Our in-house exhibition opens its doors on 19th September; we will be welcoming many thousands of guests from Germany and other countries for almost one week. Of course, we will have all of the information at hand, provide our guests with a fair newspaper and with prepared data and facts about our innovations. You can read all about what it means to organise such an exhibition year on year and which technical innova-

tions are behind the new products in our next edition of WORK. It will take you on a distant journey - to far-away Australia. People here are also enthusiastic about the products from Häcker Küchen. You can also find out how export to Australia is organised and who ensures smooth processing locally before the kitchen can be taken into operation in our WORK edition to be released in November.



PORTES OUVERTES

Nous organisons nos prochaines Portes ouvertes le 19 septembre. Pendant près d'une semaine, nous accueillerons plusieurs milliers d'invités d'Allemagne et du monde entier. Nous leur fournirons bien entendu toutes les informations dont ils ont besoin ainsi qu'un journal spécial Portes ouvertes contenant des données détaillées sur nos nouveautés. Découvrez, dans l'édition suivante de WORK, les préparatifs de nos Portes ouvertes et les

innovations techniques qui se cachent derrière nos nouveautés. Cette édition vous emmènera à nouveau en voyage, cette fois-ci dans la lointaine Australie. Les cuisines de Häcker ont également séduit les Australiens. Ne manquez pas dans l'édition de novembre notre récit sur l'organisation des exportations vers l'Australie et sur les acteurs permettant un déroulement parfait sur place avant la prise en main des cuisines.



Häcker

kitchen.germanMade.

Häcker Küchen GmbH & Co. KG

Werkstraße 3

32289 Rödinghausen

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

Fax +49 (0) 5746-940-301

info@haecker-kuechen.de

www.haecker-kuechen.de

conceptual design, text, photography and layout:

www.hoch5.com

info@hoch5.com

09/15

