

WORK

kitchen. stories. N°11



Häcker
kitchen.germanMade.

WILLKOMMEN ZU HAUSE

Welcome Home
Bienvenue chez vous



9/16 – 9/22/2017

Doors Open: 8.30 am

Doors Closed: 7.30 pm

Get Together: 6 pm – 11 pm*

*9/16–9/21/2017

Häcker
kitchen.germanMade.

BLAUPUNKT

Dear readers.

it's a little louder than usual in our establishment these days. Workmen are always coming in and out, scaffolding is being built and then taken down, the booming sound of jack-hammers resonates throughout the building. Although really, this is what it's like every year just before the in-house exhibition. However, this year, a lot has changed.

We have moved so many walls, ripped out ceilings and floors, and literally not left one stone unturned. It is the biggest and most extensive renovation in the history of Häcker kitchens. Everything is new. Even our kitchens will glisten and gleam in a different way. If you read this edition of WORK carefully, you will discover some of the visualisations of the in-house exhibition we will be displaying. But we don't want to give too much away: It has never been so worth taking a trip to come visit us in Rödinghausen. Read on and discover how we are investing in our future, as well as in yours. As

with our existing administrative building, a similarly large, new building is being constructed, changing everything with it. However, throughout all this growth and all the structural work being done, you can still be sure: we will always remain the same to you. A down-to-earth, future-oriented family company, focussed on quality, innovation and above all, bonding with its dealers and business partners. An important channel of communication for this bond is our WORK magazine. Use this channel, and we hope you enjoy reading.

Jochen Finkemeier & Markus Sander



Chère lectrice.
Cher lecteur.

ces derniers jours, vous avez dû remarquer un peu plus de remue-ménage que d'habitude. Des ouvriers qui rentrent et sortent, des échafaudages qui sont montés et démontés, ainsi que le son assourdissant du marteau pneumatique qu'on entend dans tout l'immeuble. Cela semble être la même chose que chaque année, chaque année avant le début du salon. Pourtant, cette année, beaucoup de choses seront différentes.

En effet, nous n'avons jamais autant déplacé de murs, arraché de plafonds et de sols et littéralement retourné chaque pierre. Il s'agit de la rénovation la plus importante et la plus complexe de l'histoire de Häcker Küchen. Tout, mais vraiment tout, est refait. Même nos cuisines brilleront d'un nouvel éclat. Si vous lisez ce numéro de WORK avec attention, vous pourrez déjà découvrir quelques visuels que nous vous présenterons dans le cadre de l'exposition privée. Pour l'instant, nous ne pouvons vous révéler que ceci : cette année, plus que toute autre, vous avez intérêt à nous rendre visite à Rödinghausen.

Dans les pages suivantes, vous apprendrez comment nous investissons dans notre, mais aussi dans votre avenir. Comment, en plus du bâtiment administratif actuel, un autre bâtiment neuf, semblable verra le jour et ce qu'il apportera comme changements. Malgré cette croissance et tous ces projets infrastructurels, nous tenons toutefois à vous rassurer d'une chose : nous restons ce que nous avons toujours été : une entreprise familiale authentique et tournée vers l'avenir qui met l'accent sur la qualité, l'innovation et, avant tout, sur une étroite collaboration entre ses distributeurs ou ses partenaires commerciaux. Pour cela, le magazine WORK reste un canal de communication important que nous invitons à utiliser ! Bonne lecture.

Jochen Finkemeier & Markus Sander

Content Content

03

Foreword
Avant-propos

54

Preview
Avant-première

56

Imprint
Empreinte

In-house Interne

06

The extension
L'expansion

Construction cranes are currently flocking the area around the administration building. Extra exhibition areas, a new catering facility, a larger campus and 300 new office work spaces are emerging at Häcker in Rödinghausen. Actuellement, des grues de chantier entourent le terrain tout autour du bâtiment administratif. Des surfaces d'exposition supplémentaires, un nouvel espace de restauration, un plus grand campus et 300 nouveaux espaces de travail verront le jour chez Häcker à Rödinghausen.

28

Discover Salzburg
Vivre Salzbourg

The *Kitchen Living Trends* exhibition in Salzburg captivated visitors again with its charm and warmth. What kind of new perspectives did the exhibition give, how are the Austrian and Southern German markets to be evaluated in relation to each other and what are the opportunities there? Le salon *Küchenwohntrends* de Salzbourg a une fois encore convaincu avec beaucoup de charme et de cordialité. Quelles sont les perspectives que le salon a révélées ? comment peut-on évaluer le marché autrichien et le sud de l'Allemagne et quelles sont les chances qui se présentent ?

34

Review of the exhibition in Lyon
Retour sur le salon de Lyon

If any nationality places value in good food, it's the French. Visiting the exhibition in Lyon. S'il y a un peuple pour lequel bien manger est primordial, alors ce sont bien les Français. Une visite au salon de Lyon.

Trade Commerce

20

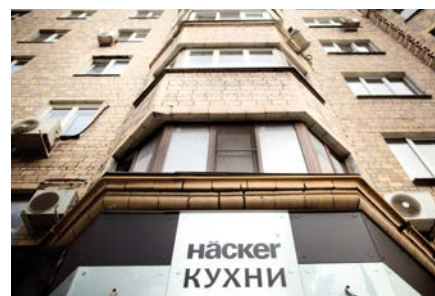
In-house exhibition 2017
Exposition privée 2017

No stone has been left unturned, even a large amount of the granite flooring had to be taken away. The first, curious look into the Häcker in-house exhibition 2017. Rien n'est resté en état, même le plancher en granite a dû en grande partie être retiré. Un premier coup d'œil curieux dans l'exposition Häcker de 2017.

40

Old versus new
Vieux contre neuf

It is hardly believable what has become of the 40 year old *Apollo* Kitchens, presented in the 10th issue. On a de la peine à croire que c'est bien la cuisine Apollo vieille de 40 ans que nous avons présentée dans l'édition n°10 de WORK.



48

In the heart of Russia
Au cœur de la Russie

Three kitchens – one more exclusive than the other – are found in the new Häcker Kitchen Showroom, now opening in the centre of Moscow. Trois cuisines, aussi incroyables les unes que les autres, sont présentées au nouveau showroom Häcker Küchen qui a pu ouvrir ses portes dans le centre-ville de Moscou.

Partner Partenaire

14

Noticeably concrete
Un béton perceptible

In terms of decoration, there is still some way to go. Nevertheless, now the real concrete surfaces in the Häcker portfolio are also moving in. Just how laborious the search and then implementation was for the product development department is reflected here. Il fait depuis un bon moment partie du décor. Mais, désormais, le béton réel de peinture fait partie de la gamme de façades Häcker Küchen. Vous apprendrez ici comment le département du développement produits a géré la recherche et la réalisation.

44

A visit from Croatia
Visite de la Croatie

For a long time, the guests to the Blaupunkt training centre have been international, discovering not only everything about the household appliance brand, but also enjoying dining together. Les invités du centre de formation Blaupunkt viennent depuis un bon moment des quatre coins du monde pour non seulement en apprendre plus sur les appareils électroménagers de la marque, mais aussi pour se régaler.

46

Blaupunkt Appliance News
Nouveaux appareils Blaupunkt

Not too much can be revealed. But the product developers are giving a first, small insight into the new portfolio, which will be presented in a completely new environment at the Häcker in-house exhibition 2017. On ne peut pas encore en révéler plus, mais, les développeurs produits donnent un premier aperçu de la nouvelle gamme qui sera présentée au cours des portes ouvertes d'Häcker de 2017 dans un environnement complètement neuf.

Worth knowing Bon à savoir

24

Retirement
Départ à la retraite

Two colleagues that have been working with and shaping the company for over 40 years have retired. Deux collaborateurs qui ont fait partie de l'entreprise et l'ont marquée pendant environ 40 ans, partent à la retraite.

38

In demand
Sondage

What moves our customers, what do they expect, what is seen as positive, what is criticised? The recent customer survey asked many questions. And finally, we have some revealing answers. Qu'est-ce qui influence le client ? Qu'est-ce qu'il attend ? Qu'est-ce qu'il évalue de façon positive ou plutôt de façon critique ? La récente enquête auprès des clients comprenait de nombreuses questions auxquelles nous avons reçu des réponses intéressantes.



52

Work & Travel Moskau

The range of hotels, bars, restaurants and sightseeing activities in Moscow is immeasurably large. Who can and wants to keep track of it? We have travelled there in advance to give you the best tips for a metropolis that is constantly changing. L'offre en hôtels, bars, restaurants et monuments à Moscou est immense. Difficile dans ces conditions de garder une vue d'ensemble. Nous avons fait le voyage et nous rapportons les meilleurs bons plans d'une métropole en constante mutation.

Cover Couverture



Reproduction – No Way!
Pour cause décor

It's not an optical illusion – real concrete is being used as the material for the new AV 7000. Häcker is a pioneer with the introduction of real concrete fronts and worktops to replace the earlier imitations. Using real concrete on MDF carriers makes every single front and panel a one-off, something unique that could not be more urban. Learn more about how the front is made on page 12. Ce n'est pas une illusion optique – mais du béton réel qui sert de matériau pour la nouvelle AV 7000. En introduisant des façades et des plans de travail en béton réel, Häcker se montre précurseur et envoie aux oubliettes les imitations employées jusqu'ici. L'utilisation de béton réel sur des panneaux porteurs en MDF transforme chaque façade et chaque joue en authentique pièce unique avec un accent on ne peut plus urbain. Pour plus d'informations sur la fabrication des façades, reportez-vous à la page 12.

OVERVIEW OF THE MAP

APERÇU
DU PROJET





— The bird's eye perspective reveals how large the current construction project really is. Cranes, scaffolding, heavy concrete plates and huge amounts of steel are moved by the construction workers each day. The three storey building is still missing windows and façades. "But, we are still absolutely on schedule," says Häcker Kitchens owner Jochen Finkemeier, clarifying how construction is going to develop.

Divided into several construction phases, by the beginning of 2018 there will be an extra 1000 square metres of exhibition area completed. Offices, training and storage spaces are connected to this. In February, the campus should be opened, and in the future there will be many different dealer training sessions here. "One theme to which we are attributing more and more importance. Here, we have now created the spacial opportunity to be able to give our customers everything they would want to know about Häcker in a perfect atmosphere," says Jochen Finkemeier. A new space for hosting guests and feeding colleagues is planned for 2018. It will include a business lounge for guests with a large connecting canteen, able to hold many more colleagues than before. "In the last few months, we have had to put up administration employees in rented buildings outside of Rödinghausen. Essentially, we are convinced that it is very important to be able to work somewhere where you can have conversations and develop a sense of >

— Ce n'est que la vue aérienne qui révèle l'ampleur du projet de construction actuel. Des grues de chantier, des échafaudages, des dalles en béton et une grande quantité d'acier en fer sont transportés au quotidien par les ouvriers. Pour l'instant, l'immeuble à trois niveaux n'a encore ni porte, ni fenêtre. « Mais nous sommes dans tous les cas dans les temps », déclare Jochen Finkemeier, propriétaire de Häcker Küchen qui prévoit comment le projet de construction se déroulera.

Il s'agit ainsi, au cours de plusieurs étapes de construction, de terminer la surface d'exposition supplémentaire de 1000 mètres carrés au début de l'année 2018. À celle-ci s'ajouteront des espaces de travail, de formation et d'entreposage. En février viendra alors l'ouverture du campus dans lequel différentes formations seront dispensées à l'avenir. « Une thématique à laquelle nous accordons de plus en plus d'importance. Ici, nous avons mis sur pied les infrastructures matérielles nous permettant, dans un environnement parfaitement adapté, de donner à notre clientèle toutes les informations dont elle a besoin en ce qui concerne Häcker », Jochen Finkemeier de déclarer. Un espace de restauration pour les visiteurs et les collaborateurs est également prévu >

belonging,” Jochen Finkemeier emphasises. During the second phase, around 300 office work spaces will be built in the new Panorama II building.

“With the extension, we wanted real expansion, expansion that looked like one whole unit at the end,” says the company owner.

“Fundamentally, we believe that, with our current 3000 square metres or so, we can already offer a very attractive and generously shared exhibition space,” says Jochen Finkemeier. It is important to now turn the spotlight onto product innovations at the 2018 exhibition and to increase attractiveness even more. “We are making concrete plans whilst currently also working on two other exhibitions. Our customers are going to be enthusiastic about the attractively set-up exhibition space – we are convinced of that.”

On the floors above the exhibition, it will mainly be sales services, consisting of very modern and openly designed office spaces. Additional communications areas will ensure that the Häcker employees can use the opportunity to have discussions. It’s going to be, according to Jochen Finkemeier, “made from air.” In other words: Not every office planned is going to be occupied, and so anticipated growth is already designed into the new-build.

Parking spaces are going to be in increasingly short supply with increasing numbers of employees. “In the last few months, visitors have already had problems parking near to our site. We want to change this and will do so now”, promises Jochen Finkemeier. 250 new spaces have been created behind the train line, linked by a futuristic bridge to the company site. The >

pour 2018. Il comprendra un salon d’affaires pour les visiteurs ainsi qu’une grande cantine qui pourra accueillir plus de collaborateurs qu’avant. « Ces derniers mois, nous avons dû loger de nombreux collègues de l’administration dans des bâtiments loués, situés à l’extérieur de Rödinghausen. Nous sommes cependant convaincus qu’il est important de tous travailler sur un site, de pouvoir échanger et de développer un sentiment d’appartenance à un groupe », Jochen Finkemeier de souligner. C’est ainsi qu’à la deuxième étape du projet de construction, environ 300 bureaux verront le jour dans le nouveau bâtiment Panorama II.

« Mais, nous voulions avec ce nouveau projet de construction véritablement agrandir l’espace qui au final fusionnerait visuellement pour former une seule infrastructure.

« En principe, nous sommes convaincus qu’avec notre surface actuelle d’environ 3000 mètres carrés, nous disposons déjà d’une surface d’exposition immense et attrayante dont nous pouvons tirer profit », déclare Jochen Finkemeier. Il s’agirait désormais pour le les portes ouvertes 2018 de présenter les nouveaux produits sous un meilleur jour et de les rendre encore plus intéressants. « Nous sommes ici en pleine phase planification concrète, et travaillons ainsi actuellement sur deux expositions. Nous sommes convaincus que nos clients vont accueillir les nouveaux espaces d’exposition avec enthousiasme. »

Les espaces des étages supérieurs qui abritent des bureaux modernes et ouverts seront occupés par le service commercial sédentaire. Les employés auront des espaces de communication pour s’échanger. Pour citer Jochen Finkemeier, on a construit de façon très « aérée » c’est-à-dire que : tous les bureaux ne sont pas encore occupés et la croissance future a également été prise en compte à la construction du nouveau bâtiment.

Avec l’augmentation du nombre d’employés, les places de parking étaient devenues rares chez Häcker. « Ces derniers mois, certains visiteurs avaient eu du mal à trouver une place de parking à proximité de notre exposition. « C’est ce que nous souhaitons et allons désormais changer », déclare Jochen Finkemeier. 250 nouvelles places de parking ont été construites à l’arrière de la voie ferrée et reliées au site de l’entreprise avec l’aide d’un pont aux allures futuristes. Le nombre de camions à l’effigie de Häcker Küchen augmente également au quotidien. Pour que ces derniers puissent également stationner,

des places de parking supplémentaires et adaptées verront également le jour au nord du nouveau bâtiment.

Nous ne savons pas combien de temps ces nouvelles expansions seront suffisantes. « Nous avons compté dix années, mais, au vu des développements actuels sur le marché, cela reste une période très longue, difficile à estimer.

Nous sommes dans un premier temps tout d’abord heureux d’avoir pu ramener nos employés à Rödinghausen et de nous de nous avoir créé une certaine marge. De même, l’espace d’exposition bien plus grand ainsi que l’espace de restauration et de formation offriront à partir 2018 de nombreuses nouvelles possibilités pour nos visiteurs et employés. Nous nous en réjouissons déjà d’avance. »

« Dès 2018, nous offrirons de nouvelles possibilités à nos visiteurs. Nous nous en réjouissons déjà d’avance. »



number of trucks with the Häcker Kitchens logo is also constantly increasing. So that they can also be perfectly parked, additional, generously measured parking spaces have been created to the north of the new building.

For how long these parking extensions will be enough is unknown. "Basically, we have planned with a good ten years in mind - but with the current developments in the market, that is already a very big pe-

riod, too far to see into. First and foremost, we are happy to be able to bring our employees back to us in Rödinghausen and that we have created so much open space. And also, the significantly growing exhibition space and the catering and training areas will provide many new opportunities for us and our guests as of 2018. We are already looking forward to it."

"From 2018 onwards, we are going to provide many more opportunities for ourselves and our guests. We are already looking forward to it."



HARD AS CONCRETE

*DUR COMME
DU BÉTON*

— Accompanied by the loud, beeping warning sound, the trolley floats through the air before it pauses briefly and liquid concrete is poured into a large mould. Men in grey-blue overalls sweep over the grey surface with oversized wipers, producing the next concrete wall to dry out hours later in the courtyard. “That is exactly what we look for,” says Michael Dittberner, head of product development and product management at Häcker Kitchens. For Michael and his team, this is no longer an unusual place. Those who do not follow trends but wish to seek them out must follow an unknown path, they must get up close with materials from very different and possibly new perspectives. This is the case with concrete, which is going to be presented in the shades natural and dark at the upcoming in-house exhibition for the first time as part of Programme AV 7000. “The concrete theme is very current, but implemented in volume business with décor printing. We are now going a different way and presenting real concrete fronts,” says Dittberner, who has travelled together with his colleague Anna Schmidt to the neighbouring concrete plant. Schmidt is an engineer in wood technology, focussing on product and design management; but most importantly: she is curious. And so the colleagues of this department fly and drive to the most important exhibitions, exchanging ideas with customers and suppliers, monitoring Pinterest, Instagram and Houzz to “always try and find something new, looking for materials and designs that would work in our portfolio,” says Dittberner. When they find such a novelty, it is all about ensuring feasibility, detailing the whole thing visually and conceptually before it is presented to the decision-makers.

It is then the subject of controversial discussion – and that is exactly right and important. What is and isn’t going to be a trend is rarely decided at first glance. Many factors are at play when finally deciding a role. For example, which supplier can supply what, how production processes can be linked or how the new product possibly fits into the company’s strategy and product strategy. But when it came to concrete, the decision was quickly made. The concrete consists of natural quartz sand, Portland cement and water, the surface is smooth and riddled with small air pockets (cavities), which show up as indentations. “When manufacturing it, naturally other materials are used. Minimal irregularities in colour and structure are not controllable and indeed, they are desired. Therefore, every front, every frame and every worktop is a unique specimen and thus absolutely authentic,” explained >



There are no differences in the comparison with the original. Michael Dittberner (right) and Anna Schmidt inspecting their new real concrete fronts in a concrete plant.

— Accompagné d’un bip sonore, le wagonnet rouge plane dans les airs avant de s’arrêter brièvement et de verser du béton liquide dans un grand récipient. Des hommes portant des salopettes de couleur grise et bleue passent avec des raclettes surdimensionnées au-dessus de la surface grise et fabriquent ainsi la prochaine paroi en béton qui quelques heures après sera séchée dans la cour. « Ceci est exactement le motif que nous cherchions », déclare Michael Dittberner, responsable du développement et de la gestion produits chez Häcker Küchen. Pour lui et son équipe, ces lieux n’ont plus rien d’exceptionnel. Pour créer et non pas suivre les tendances, il faut sortir des sentiers battus et considérer les matériaux sous multiples et différents angles. C’est le cas du béton réel qui sera pour la première fois présenté au prochain salon comme programme AV 7000 dans les nuances nature et sombre. « La thématique du béton est actuellement très à la mode, mais, dans le marché des volumes, il est réalisé avec l’aide d’impressions décoratives. Nous allons donc encore plus loin en présentant une façade en véritable béton », dit Dittberner qui, avec sa collègue Anna Schmidt, s’est rendu à l’usine de béton voisine. Schmidt est

ingénieur de la technique du bois avec une spécialisation en gestion et en design de produits ; mais elle est avant tout curieuse. C’est ainsi que les collaborateurs de ce département visitent les salons les plus importants, échantillant avec les clients et les fournisseurs, tout en parcourant Pinterest, Instagram ou Houzz, « toujours à la recherche d’une nouveauté, de matériaux et de designs qui pourrait intégrer notre assortiment », Dittberner de déclarer. Une fois la nouveauté trouvée, il faut alors étudier sa faisabilité, préparer le visuel et le concept avant sa présentation aux décideurs.

« Cela donne souvent lieu à des discussions controversées, et c’est exactement ce qui est important car, il est très difficile de décider au premier coup d’œil de ce qui sera une tendance et de ce qui ne le sera pas. Ensuite, de nombreux facteurs jouent un rôle au moment de >

La comparaison avec l’original ne fait apparaître aucune différence. Michael Dittberner (à droite) et Anna Schmidt inspectent leurs nouvelles façades en béton réel dans une centrale à béton.



Dittberner, first to the decision-makers, then to the customers at the first presentation. These presentations are also the remit of the product developer and product manager: To present innovations and to categorise them in the overall portfolio.

The most exciting part of the job is still, however, the search, ferreting out new things. Markets, designs, trends and tendencies are monitored all over the world. A network of designers and architects help them not to miss out on anything, to always be the first. With a pre-run of 18 months, we are sifting through and rejecting, and then technological developments are monitored again, and all the time we are wondering: Does this work for us? Will this satisfy our customers? Can we close a product gap here? But this path can also be reversed. “We check what has become obsolete, which colours or materials are no longer in demand,” explains Anna Schmidt. A well-kept document for this contains the statistics relating to fronts and colours that sell well – and those which have fallen so far out of favour with

la décision finale. Par exemple quel fournisseur peut livrer quoi, quels processus de fabrication peuvent être intégrés, ou encore comment l'éventuel nouveau produit s'accorde à la stratégie de l'entreprise ou à celle du produit. En ce qui concerne le béton réel, la décision fut vite prise. Le béton est constitué de sables quartzes, de ciment de Portland et d'eau, sa surface est lisse avec de petites bulles d'air (soufflures) qui se présentent comme de petites cavités. « Des matériaux d'origine naturelle sont utilisés pour sa fabrication. De petites irrégularités de couleur et de structure ne sont pas inévitables et même voulues. Ainsi, chaque façade, chaque paroi et chaque plan de travail est unique et donc absolument authentique », Dittberner d'expliquer tout d'abord aux décideurs et ensuite aux clients à la première présentation. Ceci fait également partie du travail du développeur produits et du gestionnaire produits : présenter les nouveautés et les intégrer dans l'offre générale.

Le plus intéressant dans ce travail reste cependant la recherche et l'exploration. Partout dans le monde, les marchés, les designs, les courants et les tendances sont observés. Un réseau de designers et d'architectes aide à ne passer à côté de rien du tout et d'être si possible toujours le premier. Avec une avance d'environ 18 mois, on passe tout au crible et on rejette, on accompagne des développements techniques et on se pose toujours la même question : est-ce-que cela nous correspond ? Est-ce-que cela répondra aux exigences de nos clients ? Pouvons-nous avec ce produit combler des manques dans notre assortiment ? Mais cela peut également être

dealers and buyers that they must be culled. Time is always breathing down the necks of Dittberner and his team of five. Already in October, just after the in-house exhibition, the cycle begins again. As a searcher, contact person, interface and moderator, all at the same time. Always looking for a trend, always monitoring competitors. It is a challenging but exciting task, they both say, standing directly on top of the massive slabs of concrete made for building streets and canals. A few days later, they hold the first, fiercely secret sample fronts in their hands, weeks later yet they are discussed with the suppliers, coordinating the standards with other specialist areas of the company and eventually showing the first guests in the summer, already causing a stir. At the in-house exhibition? “Our work is long over. Now we can take guests through the exhibition all relaxed, and we can present the results of our work. But we are aware that we are to be on schedule – for 2019, that is,” says Dittberner, smiling a little. Time is a factor that takes extraordinary forms in product development. —

fait dans le sens inverse. « Nous surveillons également ce qui a survécu, quels coloris ou matériaux ne sont plus demandés », Anna Schmidt d'expliquer. Dans cette optique, un document bien gardé reste celui des statistiques des façades et coloris qui se vendent bien et de ceux qui ne sont pas demandés par les revendeurs et les acheteurs, et doivent être retirés. Le temps n'est donc pas du côté de Dittberner et de son équipe de cinq collaborateurs. Le nouveau cycle débute déjà en octobre, directement après le salon. En même temps comme investigateur, interlocuteur, interface et modérateur. Toujours à la recherche de la tendance, toujours en observant la concurrence. Ce serait un travail à la fois stimulant et intéressant, nous disent Dittberner et Schmidt alors qu'ils se tiennent directement au niveau de l'immense moule dans lequel de gigantesques morceaux de béton sont fabriqués pour la construction de routes et de canaux. Quelques jours plus tard, ils tiennent les premiers prototypes ultra secrets des façades entre les mains. Quelques semaines plus tard, ils discutent avec les fournisseurs, définissent les normes en collaboration avec d'autres départements de l'entreprise et montrent déjà en été, les futures tendances aux premiers visiteurs. Au salon privé ? « Notre travail est déjà fait depuis longtemps. Nous pouvons donc en toute sérénité guider nos visiteurs à travers l'exposition et leur présenter les résultats de ce dernier. Mais dans nos pensées, nous sommes déjà bien loin, environ en 2019 », déclare Dittberner qui ne peut s'empêcher lui-même de sourire. Le temps est un facteur qui, dans le développement produits, a pris des formes exceptionnelles. —

WELCOME HOME BIENVENUE CHEZ VOUS

— *Welcome home* – that's the motto of this year's in-house exhibition. Kitchens continue to be the centre of the exhibition, but the world of cooking and living spaces has long been just one world, no longer separated into narrow booths. The in-house exhibition is generously laid out but still cosy, creating something that everyone wants for their own home: A world where you feel comfortable, whilst both pleasing the eyes and giving a sense of security.

— *Bienvenue chez vous* – c'est le thème de nos portes ouvertes de cette année. L'exposition reste centrée sur les cuisines bien que l'univers de la cuisine et de la cohabitation se présente depuis longtemps bien loin des sacs de couchage. Spacieux mais avec une interprétation chaleureuse, le nouveau salon crée ce que chacun souhaite avoir chez lui : un univers dans lequel on se sent bien, au visuel attrayant et qui donne un sentiment de sécurité.

— A greenhouse in a kitchen exhibition? Surprising at first glance, but after a proper look it becomes clear. What grows here suits the kitchen world perfectly. And you can even use this space for communicating in, as all over the exhibition there are spaces and seating to have a chat in. The in-house exhibition has changed from pure demonstration to an overall experience.

— Une serre dans une exposition de cuisines ? Ce qui surprend au premier coup d'œil paraît évident au deuxième. Ce qui pousse ici est parfait pour l'univers de la cuisine. Et si l'on a envie de profiter de cet espace pour communiquer, si on retrouve partout des pièces et des sièges qui invitent à l'échange, alors le salon s'éloigne du côté showroom pour se transformer en une véritable expérience.





— The Blaupunkt brand is also still strongly linked with the time of the car radio. What is better than giving a presentation of the new Blaupunkt kitchen appliances in a workshop? Lifts and sports cars included!

— Aujourd'hui encore, la marque Blaupunkt fait encore directement penser aux autoradios. Quoi de plus naturel que de présenter les nouveaux appareils électroménagers de la marque Blaupunkt dans un garage ? Pont élévateur et voiture de sport inclus !



— How has the branch of kitchen design developed over the last few years and indeed decades? When you have such a long sense of tradition like Häcker Kitchens, it is important to also look back sometimes, in the midst of all the future planning. And so the guests are also able to learn more about the history of kitchens.

— Comment est-ce-que le thème du design des cuisines s'est développé au cours des dernières années et décennies ? Les entreprises qui comme Häcker Küchen ont une longue tradition doivent, malgré la constante orientation vers le futur, pouvoir jeter un coup d'œil rétrospectif et permettre à leurs visiteurs de faire un petit voyage dans l'histoire des cuisines.



— Just closing the door, sitting back, chatting at the fireplace, discussing how exactly to make the rounds. In the future, this will also be possible at the exhibition. In an atmosphere that will remind you of anything but an in-house kitchen exhibition. We have made our exhibition into an experience, to which we would love to welcome you - WELCOME HOME!

— Tout simplement fermer la porte, se retirer, discuter près de la cheminée de ce qui ne doit pas faire la ronde. Ceci sera désormais possible à l'exposition. Dans une ambiance qui fait penser à tout, sauf à une exposition de cuisines. Nous avons transformé notre exposition en un espace récréatif dans lequel nous souhaitons vous accueillir - BIENVENUE CHEZ VOUS !





*Last working day at the desk:
Volker Sundermeier was responsible for
administration for over 35 from this spot.*

*Dernier jour de travail à son bureau :
Volker Sundermeier a dirigé pendant plus de
35 ans le service administratif depuis ce poste.*

70 YEARS experience

— “The word ,boredom‘? All these years, we have never known it,” says Volker Sundermeier and Rainer Wegner. Nevertheless, they are sure that boredom will not be a factor in the coming weeks either – even though both of them are going into well-earned retirement. “14th July is the end for us,” says Volker Sundermeier, who proudly worked 35 years for Häcker Kitchens. “I saw in the jobs section of the newspaper that they were looking for an accountant here. That interested me and so I applied,” says Sundermeier. At the time, “Häcker Kitchens was a 100-person strong industrial company, but there were only a few operating structures,” the 60-year-old explains. So he helped to build up these commercial structures, founded the payroll department, the EDP, IT systems with their own software developments and the service segment. Häcker Kitchens became the only kitchen manufacturer with its own, self-developed ERP system, increasing flexibility and the speed of project execution significantly. “In all my time at Häcker Kitchens, I have helped with ten IT transitions. That shows just how innovative we are along the way,” says Volker Sundermeier. Sundermeier also introduced accounts receivable management and credit management as a member of the executive board. “Here, I could also help some dealers through difficult times, and find ways of solving their problems with them,” says Sundermeier. >

70, ANNÉES d'expérience

— « Pendant toutes ces années, nous n'avons jamais su ce qu'était l'ennui », Volker Sundermeier et Rainer Wegner de déclarer. Ils sont toutefois également certains que l'ennui ne se fera jamais sentir dans les semaines à venir, même si les deux seront alors déjà à la retraite. « Le 14 juillet marque notre grand départ », Volker Sundermeier, employé chez Häcker Küchen pendant 35 années, de déclarer. « J'avais lu dans une annonce parue dans le journal qu'on avait besoin d'un comptable ici. J'étais intéressé et j'ai posé ma candidature », Sundermeier d'ajouter. À cette époque, « Häcker Küchen était encore une entreprise industrielle de 100 employés et il n'y avait pas encore de véritable structure », raconte aujourd'hui le sexagénaire. C'est ainsi qu'il m'a aidé à mettre sur pied exactement ces structures commerciales, a créé les départements de gestion des salaires, informatique, de la technologie informatique avec le développement logiciel interne et un propre SAV. Häcker Küchen est ainsi devenu le seul fabricant de cuisines ayant son propre système ERP et a pu considérablement accroître sa flexibilité et sa vitesse d'exécution. « Pendant tout mon temps chez Häcker Küchen, j'ai véritablement assisté à dix migrations informatiques. Cela montre à quel point nous sommes innovants », déclare Volker Sundermeier. Il a également géré la gestion du recouvrement et du crédit en tant que membre de la direction. « Dans ce service, j'ai pu accompagner des distributeurs même pendant de mauvaises passes et nous avons ensemble trouvé le moyen de résoudre les problèmes ». >

300 commercial employees were trained in the sector led by Sundermeier in this period, a task that “gave me much pleasure,” says the father of two now grown-up children. His hobby should now be determining the pace of retirement. “Years ago, I bought a farmhouse on a 20 000 square metre property,” the retiree explains. Volker Sundermeier will now commit himself fully to the restoration and the large garden. Another hobby – cycling – he shares with Rainer Wegner. The 66-year old also joined the company exactly 35 years ago and until the middle of July, he was looking after route planning with care. 300 truck trips are mapped, not just in the EDP system, but also in Rainer Wegner’s head. “When you build this up from something so small, then you will always know which truck is where.” Surprisingly, Wegner has never gone with the trucks himself. “Sometimes it annoys me that I never got my truck driving licence. But then I’m happy again because I remember – then I would have had to step in sometimes”, says the leader of route planning. He is also still very proud that Häcker Kitchens has its own fleet. “We are so much more flexible this way. At the same time, it creates a connection between the drivers and the customers that both we and the customers treasure.”

Now, Rainer Wegner and Volker Sundermeier are planning their first cycling tours together. Together, they said goodbye to their colleagues, “even though it’s hard to imagine not coming here again tomorrow morning,” says Volker Sundermeier, a little wistfully. But the time has come, “and now we are both going to have to learn the meaning of boredom.”

Au cours de cette période, 300 agents commerciaux ont été formés dans les départements dirigés par Sundermeier, une tâche que ce père de deux enfants adultes a « effectué avec grand plaisir ». Désormais, ce sera son hobby qui donnera le rythme de sa retraite. « Il y a des années, je me suis acheté une ferme sur un terrain de 20 000 mètres carrés », raconte le futur retraité. C’est à sa rénovation et à son grand jardin que Volker Sundermeier veut désormais se consacrer. Il partage une deuxième passion avec Rainer Wegner, le vélo. Âgé de 66 ans, ce dernier a également rejoint l’entreprise il y a exactement 35 ans et s’est occupé avec diligence jusqu’à la mi-juillet de la planification des itinéraires. C’est ainsi que 300 itinéraires de camions se trouvent non seulement dans le système informatique, mais aussi dans la tête de Rainer Wegner. « Lorsqu’on a participé à la construction d’une entreprise depuis le tout début, on sait toujours où quel camion se trouve sur le moment ». Étonnamment, Wegner n’est jamais monté dans un des camions. « Parfois, j’étais embêté de ne pas avoir fait de permis poids lourds. Mais je m’en suis ensuite réjoui – car sinon, j’aurais dû parfois jouer les remplaçants. Il est encore aujourd’hui très fier que Häcker Küchen dispose de son propre parc automobile. « Nous sommes ainsi bien plus flexibles. En même temps, un lien qui nous tient à cœur aussi bien à nous qu’à nos clients se crée entre les chauffeurs et les clients. »

Désormais, Rainer Wegner et Volker Sundermeier vont planifier ensemble des randonnées à vélo. C’est ensemble qu’ils ont fait leurs adieux à leurs collègues, « même comme on arrive pas vraiment à s’imaginer ce que ça fera de ne plus venir ici chaque matin », Volker Sundermeier de déclarer un peu mélancolique. Mais le temps serait venu, « et nous allons bientôt réapprendre à découvrir la signification du mot ennui. »



Every route that the Häcker fleet of 90 has ever driven is still in Rainer Wegner’s head. But he has never been on the routes himself in 35 years.

Rainer Wegner a en tête chaque itinéraire des 90 camions du parc automobile de Häcker. En 35 ans, il n’est monté dans aucun d’eux.

Elation in the Alps

— Gisela Rehm (Manager for Marketing) and Marcus Roth (Managing Director for the German and Austrian market) are bringing a positive resume to the Salzburg exhibition “Kitchen living trends”.

Ms Rehm, Mr Roth, the exhibition in Salzburg was only a few days ago, what did you think of it?

M. Roth: We can safely say that it was a very positive result.

G. Rehm: We had a stand here that was around 250 square metres with five kitchens, tailored directly to the market in Austria. The look of the exhibition stand was inspired by the stand of IMM in Cologne, but slightly smaller, cosier, somewhat more homely. It went down very well with our guests.

M. Roth: We also really valued that we had colleagues from the sales department on site. Colleagues from processing and customer services also travelled to Salzburg to support them. An absolute novelty was that we had our product pilot presented by one of our colleagues – this was enthusiastically received by our customers. >

Euphorie en bordure des Alpes

— Gisela Rehm (direction du marketing) et Marcus Roth (directeur de la distribution Allemagne/AT) dressent un bilan positif du salon « Küchenwohntrends » de Salzbourg

Mme Rehm, M. Roth, le salon de Salzbourg s’est achevé il y a maintenant quelques jours, quel est votre bilan de cet évènement ?

M. Roth : on peut sans aucun doute parler d’un bilan très positif.

G. Rehm : nous nous sommes présentés sur un stand de 250 mètres carrés et avec cinq cuisines qui étaient parfaitement adaptées au marché autrichien. Le design du stand ressemblait à celui de l’IMM à Cologne, mais en plus petit et confortable, presque chaleureux. Cela a beaucoup plu à nos visiteurs. >





When you say that the kitchens on display were tailored to the market in Austria, what does that mean exactly? What is “in fashion” here, how is it different to the German market?

M. Roth: They do not differ in design, but rather in materiality. For example, laminated systemat kitchens go down very well in Salzburg. We have displayed our five exhibition kitchens in very pleasant, harmonious colour combinations and presented a lot of wood and modern, darker shades.

G. Rehm: Here, kitchens need to be modern, but not too cool. At the same time, we have the *Uno* model in anthracite and the *Comet* kitchen in filling concrete, two absolute innovations – and they were also received well.

M. Roth: Both of them went down so well that there were actually many enquiries about sample kitchens and delivery times. In this respect, we were also very well prepared and could have the first sample doors on the way to interested dealers one week after the exhibition.

This was now the second time we have been exhibitors at the Kitchen Living Trends exhibition in Salzburg. What did you think of the event as a whole?

M. Roth: I had and still have the feeling that the exhibition organisers did a very good job in terms of visitor frequency and appealing to the public. The notable German manufacturers and the Austrian purchasing groups were all there, first-class furniture-makers and producers from the electronic device industry also came in full. So, for the visitors, it was a very attractive exhibition. What was surprising, however, was that there were no Austrian producers exhibiting. Why they did not use this flagship exhibition for the market remains unclear to me – but for us, it was really an advantage, and we did make full use of it.

Can we perhaps quantify how much you made use of it?

M. Roth: Obviously, we do not want to give too much away (*laughs*). But we were able to meet a large majority of our dealers and have some in-depth conversations with them. We also made many new contacts, which we will now look through.

So, is it true that the exhibition in Salzburg is essentially an exhibition purely for the Austrian market? The border is very near, so shouldn't dealers from Southern Germany also come to the exhibition?

M. Roth: Yes, indeed they did. Therefore, we also had some sales colleagues from Germany with us on the stand. The dealers came from Nuremberg to Salzburg, and that is not really very far – but obviously Rödinghausen is further away. >

M. Roth : les gens ont également apprécié que nos collègues de la distribution soient présents sur place. Par ailleurs, nos collègues de la gestion administrative et du service clientèle nous ont également accompagnés à Salzburg. Une nouveauté absolue était la présentation de notre produit pilote par un de nos collaborateurs au salon. Nos clients ont beaucoup apprécié.

Qu'est-ce que vous sous-entendez lorsque vous dites que les cuisines présentées étaient parfaitement adaptées au marché autrichien ? Qu'est-ce qui est actuellement « en vogue », quelles sont les différences par rapport au marché allemand ?

M. Roth : ils ne sont pas différents sur le point de vue de la planification, mais plutôt en ce qui concerne les matériaux. À Salzburg par exemple, la cuisine Systemat avec stratifié est très prisée. Nous avons présenté nos cinq cuisines d'exposition dans des associations de couleurs très agréables et harmonieuses, avec beaucoup de bois, et des nuances modernes et sombres.

G. Rehm : dans ce contexte, les cuisines devaient être certes modernes mais pas trop tendances. Par la même occasion, nous avons présenté avec le modèle Uno en anthracite et la cuisine Comet en béton masclic, deux nouveautés inédites qui ont vraiment enthousiasmé les visiteurs.

M. Roth : les deux modèles ont tellement plu que nous avons tout de suite eu de nombreuses questions relatives à l'aménagement de modèles d'exposition aux délais de livraison. Nous étions dans ce cadre également très bien préparés et nous avons pu livrer les premiers modèles de portes aux commerçants intéressés directement une semaine après le salon.

Vous étiez cette fois-ci pour la deuxième fois exposant au salon « Küchenwohntrends » de Salzburg. Quelle impression générale avez-vous eue de l'événement ?

M. Roth : J'avais et j'ai le sentiment que l'organisateur du salon a fait du très bon travail en ce qui concerne le nombre de visiteurs et la visibilité. Tous les fabricants

de renom allemands et les coopératives d'achats d'Autriche étaient présents en plus des grands noms de l'ameublement de qualité, sans oublier les fabricants de l'industrie des appareils électriques qui étaient également tous présents. Le visiteur a ainsi eu droit à un panel très intéressant d'exposants. Il était cependant curieux de constater qu'aucun fabricant autrichien n'était présent. Je ne m'explique pas pourquoi ils n'ont pas cherché à profiter de ce salon d'envergure du secteur. Pour nous, c'était un avantage dont nous avons usé.

Est-il possible de chiffrer concrètement ce bénéfice ?

M. Roth : nous ne voulons naturellement pas en dire beaucoup trop (rires). Nous avons pu rencontrer et longuement discuter avec la majorité de nos distributeurs. Nous avons aussi noué de nombreux nouveaux contacts que nous essayons d'évaluer. >





Can you say at this point whether you will be coming back in two years?

M. Roth: In light of the success of this year, I can say today that we will be exhibiting again in two years time. Currently, we are performing well in Austria – and this is also because we are actively present here. Naturally, we are keen for all of our dealers to come to us in Rödinghausen, so that we can present our innovations to them during the in-house exhibition. But we must also accept that many Austrians will make their decisions in Salzburg. And so we will continue with the regional exhibition presentations. We have seen that Austria is an important target market, and so we should attend these flagship exhibitions in the future.

Le salon de Salzbourg est-il véritablement uniquement dédié au marché autrichien ? La frontière n'est pas très loin. Est-ce que les distributeurs du sud de l'Allemagne profitent également de cette opportunité pour s'informer ?

M. Roth : oui, absolument. C'est la raison pour laquelle nos collègues de la distribution en Allemagne étaient aussi présents sur notre stand. Les commerçants viennent de Nuremberg jusqu'à Salzbourg car ce n'est pas très loin. Rödinghausen est bien plus éloigné.

Pouvez-vous actuellement déjà dire si vous reviendrez dans deux ans ?

M. Roth : au vu du succès de cette année, je peux déjà aujourd'hui dire que nous serons à nouveau présents dans deux ans. Actuellement, nous faisons de très bonnes affaires en Autriche, ce qui est également lié au fait que nous nous y présentons activement. Bien qu'il soit important pour nous de recevoir tous nos distributeurs chez nous à Rödinghausen, afin que nous puissions leur présenter nos nouveautés sur place pendant le salon privé, nous

You are happy with the development in the area of kitchen furniture in Austria. Where do you stand with Blaupunkt in this country?

G. Rehm: We can say that it is also developing well here. We are distributing kitchens and appliances more and more frequently. In Salzburg, extractor fans (hobs with integrated extractor hood) also went down well, interest in these was very high. Overall it showed that Blaupunkt has met the tastes of Austrian dealers. This was also a reason why we placed Blaupunkt e-appliances in three of the five kitchens on display. And, if we may add: Many of the other exhibitors said that our stand was one of the best-looking in the whole exhibition. That is indeed a title that we had to work hard for.

devons également accepter le fait que de nombreux Autrichiens prennent leurs décisions à Salzbourg. Et nous y répondons volontiers en nous présentant à un salon régional. Nous avons identifié l'Autriche comme marché cible, c'est la raison pour laquelle nous devrions à l'avenir participer à ce salon d'envergure.

Vous êtes très satisfaits en ce qui concerne le développement dans le domaine des meubles de cuisine, qu'en est-il du thème Blaupunkt en Autriche ?

G. Rehm : même dans ce secteur, nous pouvons parler d'un développement très satisfaisant. Nous commercialisons de plus en plus des cuisines avec des appareils. À Salzbourg, les hottes aspirantes intégrées à la table de cuisson ont éveillé beaucoup d'intérêt. En général, en Autriche, nous pouvons dire qu'avec Blaupunkt nous avons apporté ce que les distributeurs attendaient.

Two years ago, Häcker Kitchens in Austria completely restructured itself. How would you evaluate the current state?

M. Roth: Yes, that did happen and that is why we are now on a very good track. In autumn, Christian Gasser will join us, a new colleague and sales director for Austria – there will certainly be some readjustment after that, as we are expecting a lot of input from his experiences. In general, we are on a very good path here in Austria, although at Häcker Kitchens we would never say that we have finished achieving our goals (*laughs*).

G. Rehm: In Bavaria, we would say "A bissl was geht ollawei" or "every little helps." –

C'est également la raison pour laquelle dans trois des cinq cuisines exposées, nous avons intégré des appareils électroménagers de Blaupunkt. Et, nous pouvons aussi le mentionner : plusieurs des autres exposants ont dit que notre stand comptait parmi les plus beaux de tout le salon. Un tel compliment requiert beaucoup de travail.

Il y a deux ans, Häcker Küchen a connu une restructuration complète en Autriche. Comment évaluez-vous le stand actuel ?

M. Roth : oui, sans aucun doute et nous sommes sur la bonne voie. En automne, Christian Gasser rejoindra l'entreprise comme directeur des ventes Autriche. Cela apportera sans aucun doute d'autres changements car nous espérons bien bénéficier de ses nombreuses années d'expérience. En principe, nous sommes sur la bonne voie en Autriche, même si chez Häcker Küchen, on ne dira jamais qu'on a atteint notre objectif (*rites*).

G. Rehm : en Bavière, on dirait « a bissl was geht ollawei » (on peut aller encore plus un peu plus loin). —————

We are satisfied – and will continue with the expansion of our market position

— Jörg Varnholt, export manager for Europe, explains at the exhibition in Lyon how Häcker Kitchens has developed in France over the last few years and what perspectives the market offers.

Dear Mr Varnholt, was it worth it for you to come here to the exhibition in Lyon?

Jörg Varnholt: Yes, definitely. Here, we have met not only many of our regular customers, but we have also been able to establish many new customer contacts. We create an easy, casual atmosphere at the stand for people to make conversation in. There is something to eat and drink, and so we create the opportunity to meet us for the first time or even get to know us better. That is important and it is going well.

At first look, you have changed your stand significantly since two years ago. Or am I getting the wrong impression?

JV: No, it has changed. Although we only shifted the stand by a few metres. But our look is completely different. We were inspired by Cologne (IMM). We are using a modern industry look and we have become more open from all sides in all senses of the word. This works very well with customers.



And the kitchens on display here, are they designed especially for the French market?

JV: Basically, we have found that tastes within Europe are becoming more and more similar. You rarely find real differences here. White is in fashion here in France, too, sometimes there's a little more colour, but it is only really a small nuance. In Lyon, we are displaying two systemat kitchens, two classic – two kitchens with handles and two variants without handles – so in the end, quite a normal cross-section of our portfolio.

How important then is this exhibition, and indeed France as a country, for Häcker Kitchens?

JV: France is most definitely one of the most important export markets for Häcker Kitchens in Europe. Since 2002, we have been operating here, despite the language barrier, which, at least at first, was an obstacle. Over the last few years, however, it has really developed very well, we now belong here as one of the largest players on the market. People know us and value us here. Prospects for the next few years are also positive – we are very optimistic. In France, we have seven field workers and two Key Account Managers, and that is already a big team available to our customers as a point of contact. As far as the exhibition in Lyon is concerned, it will show what the situation in two years will be like. We analyse everything later on and then come to a decision. >

Nous sommes satisfaits – mais on peut tout de même faire plus

Et les cuisines qui sont présentées ici, sont-elles spécialement conçues pour le marché français ?

JV : en principe, on se rend compte que les goûts en Europe sont toujours plus ou moins similaires. On ne retrouve que rarement de véritables différences. Ici en France, le blanc est également en vogue. Parfois, on joue un peu plus avec les couleurs, mais ce ne sont vraiment que de petites nuances. À Lyon, nous présentons deux cuisines Systemat, deux modèles classic, deux cuisines avec poignées et deux modèles sans poignées. Donc au final, une vue d'ensemble de notre assortiment.

Quelle est l'importance de ce salon et de la France en général pour Häcker Küchen ?

JV : la France est sans aucun doute l'un des marchés d'exportation les plus importants pour Häcker Küchen en Europe. Nous ne nous sommes lancés ici qu'en 2002, à cause de la barrière de la langue qui, du moins au premier coup d'œil, représente un obstacle. Au fil des années, nous avons cependant réussi à bien nous positionner et comptons actuellement parmi les acteurs les plus importants sur le marché. Ici, nous sommes connus et très appréciés. Même les prévisions pour les prochaines années sont positives, et nous restons très optimistes. En France, nous comptons sept agents commerciaux et deux Key Account Manager, ce qui est déjà une grande équipe qui est à l'écoute de nos clients. En ce qui concerne le salon de Lyon, nous verrons comment la situation se présente dans deux ans. Nous garderons les yeux ouverts et prendrons ensuite notre décision. >

— Jörg Varnholt, Responsable export Europe explique au salon à Lyon comment Häcker Küchen s'est développé ces dernières années en France et quelles sont les perspectives qu'offre le marché.

Monsieur Varnholt, est-ce-que votre présence au salon de Lyon a tenu ses promesses ?

Jörg Varnholt : oui, absolument. C'est l'occasion non seulement de rencontrer bon nombre de nos clients, mais aussi de nouer de nouveaux contacts. Notre stand offre tout simplement une atmosphère décontractée, favorable à l'échange. Nous y proposons quelque chose à manger et à boire ainsi que la possibilité de nous connaître ou d'apprendre à mieux nous connaître. C'est important et très bien accueilli.

Par rapport à il y a deux ans, votre stand et au premier coup d'œil très différent. Est-ce une fausse impression ?

JV : non, vous avez tout à fait raison. Nous n'avons certes agrandi le stand que de quelques mètres, mais le look est tout à fait différent. Nous nous sommes inspirés du salon IMM de Cologne. Nous nous présentons dans un look industriel moderne et sommes de tous les côtés littéralement plus ouverts. Ceci plaît beaucoup aux clients.

As a German, we see that the French spend much more money on eating and drinking and that it means a lot more to them. Does that also reflect your experiences?

JV: Yes, generally it is the case that in France, dining is deemed much more important and more value is placed on food itself. In kitchen planning, however, there are large differences. In Paris, kitchens are often smaller and in the countryside they are designed significantly larger than in Germany. Basically, a kitchen in France has much more character, as you cook together in it, and you receive your friends there too. What is only now starting in Germany has long been a tradition here: The kitchen is the centre of living and of the home. If you look at the fronts, colours and materials, however, you can see that Europe is coming together. They are becoming more similar, and it is getting harder to find real differences.

If you are starting up as an exporter into a country such as France, how do you get started? And what is the situation today, are there still regions where you cannot buy Häcker Kitchens?

JV: We are now present throughout France, whether in Paris or in the far corners of Brittany, at the German border or in the Mediterranean. All in all, we are really well positioned. There are still a few small cities that we would like to be active in, but at the moment we have more than 200 customers in France – and so we have already achieved very good market penetration.

How is it in the other direction then, is it easy to invite new dealers to Rödighausen, and do they come?

JV: The first step is always difficult. Getting a launch customer to Rödighausen – that is not easy. At the beginning, they do not feel comfortable because of the language barrier, which is an obstacle that just has to be accepted. At the same time, for many, it is a trip spanning several days, so they are asking themselves: is it worth it? Can I leave my business, my employees, alone for so long? Once we do manage to invite our French dealers to our in-house exhibition, though, afterwards they constantly ask when they are going to be invited back. The numerous new ideas presented at the exhibition and the personal contact do please them in the end. By now, we are also offering the factory tour in French. So, that proves how important our in-house exhibition is, even for France.



En tant qu'Allemand, on suppose que les Français dépensent beaucoup plus d'argent pour leurs repas et leur préparation et qu'ils y accordent beaucoup plus d'importance. Est-ce l'expérience que vous avez faite ?

JV : oui, en France la nourriture a une importance particulière de même que les aliments que l'on consomme. Mais il existe de grosses différences en ce qui concerne l'aménagement des cuisines. À Paris, les cuisines sont souvent plus petites alors que dans les campagnes, elles sont beaucoup plus spacieuses que chez nous. En principe, en France, la cuisine a un caractère plus événementiel, on cuisine ensemble, et on y reçoit ses amis. Cette tendance qui commence à peine à s'établir en Allemagne fait ici depuis longtemps partie de la tradition : la cuisine est le centre de la cohabitation et de la vie. Mais si on se concentre sur les façades, les couleurs et les matériaux, alors on voit que la tendance est la même partout en Europe. Les similitudes sont telles qu'on a de plus en plus de mal à trouver de véritables différences.

Lorsqu'on se lance dans l'exportation dans un pays comme la France, par où commence-t-on ? Quelle est la situation actuelle ? Y a-t-il encore des régions dans lesquelles on achète pas de cuisine Häcker ?

JV : nous sommes aujourd'hui présents partout en France, que ce soit à Paris ou dans un coin de la Bretagne, à la frontière de l'Allemagne ou en Méditerranée. Nous sommes donc plutôt bien positionnés. Il y a encore quelques petites villes dans lesquelles nous souhaitons nous établir, mais aujourd'hui déjà,

nous comptons plus de 200 clients en France, ce qui nous permet une pénétration plutôt optimale sur le marché.

Et que se passe-t-il en sens inverse ; Est-il facile d'inviter de nouveaux distributeurs à Rödighausen et est-ce qu'il se déplacent vraiment ?

JV : le premier pas est toujours le plus difficile. Parvenir à déplacer un premier client jusqu'à Rödighausen n'est pas chose facile. Au début, on ne se sent pas tout de suite à l'aise à cause de la barrière de la langue, c'est un obstacle qu'il faut accepter. Par ailleurs, cela signifie pour nombre d'entre eux un voyage de plusieurs jours et on se pose la question de savoir si cela en vaut la peine. Est-ce que je peux laisser mon commerce et mes collaborateurs aussi longtemps seuls ? Une fois que nous avons réussi à déplacer le distributeur français pour le salon privé, alors il demande toujours quand il pourra revenir. Au final, toutes les nouvelles idées recueillies au salon privé ainsi que les contacts personnels finissent par les enthousiasmer. Entre-temps, notre visite de l'usine est également proposée en français. C'est un autre argument qui montre que notre salon privé est également très important pour la France.



So, what is really important? Qu'est-ce qui est vraiment important?

Lukas Bartling (r.) and Christian Schmidt, who have conducted the customer survey, are happy with the positive outcomes.

Lukas Bartling (à droite) et Christian Schmidt se réjouissent des résultats positifs du sondage au près des revendeurs.

— What is important to a dealer, if they decide to go with Häcker Kitchens? What keeps them inspired after years, what can't they find anywhere else, and what, in their opinion, still has room for improvement? "The answers surprised even us a little bit," say Lukas Bartling and Christian Schmidt, who were responsible, together with 18 trainees at Häcker Kitchens, for the past customer survey. The task, a so-called "Trainee project," was given by the management directly to the young colleagues who first, in an extensive meeting, discussed the questions to be asked. "We had a week to develop a question catalogue and present it to the executive board and the management," the two trainees recall. What exactly was going to be asked remains as secret as the results. "At the end, this is definitely information and things that are highly sensitive," explains Lukas Bartling, only revealing one thing: The number one thing that the Häcker customers appreciate the most about their suppliers is quality and adherence to delivery dates, then in third place is the pricing. But it wasn't just that which surprised the two trainees. The high number of surveys answered also surprised them. "We sent out a total of 2486 surveys and received 788 back, which is a very good resonance value of 31.7%," they happily explained. They were sent out to customers in Germany, France, the Netherlands and Switzerland. The first small problem came about when sending the surveys out to Swiss customers by email. "We didn't know which language we should choose. But at the end it all worked out," say Lukas and Christian. They had to analyse the results collected themselves and present them to the executive board and to the management. "That was really an exciting moment," they both explain. At the same time, they knew that they had found important data, which is now being further analysed and strategically utilised. "We would like to thank all the customers who took the time to fill out the survey," Lukas and Christian say, knowing that participation has made the customer survey the success it was. —

— Qu'est-ce qui est important pour un distributeur lorsqu'il opte pour Häcker Küchen? Qu'est-ce qui lui fait encore plaisir même après des années, qu'est-ce qu'il ne trouve nulle part ailleurs et qu'est-ce qui pourrait le rendre encore plus intéressé? « Les réponses nous ont nous-mêmes un peu surpris », déclarent Lukas Bartling et Christian Schmidt, qui avec 18 autres apprentis de Häcker Küchen étaient en charge de la récente enquête auprès des clients. Dans le cadre du « Projet des apprentis », cette tâche a été directement déléguée par la direction aux jeunes collègues qui se sont tout d'abord penchés sur les questions à poser au cours d'une longue réunion. « Nous avons une semaine pour créer un catalogue de questions et le présenter à la direction générale et au management », les deux apprentis d'ajouter. Les questions qui ont été réellement posées restent aussi secrètes que le résultat de l'enquête. « Ce sont au final des choses et des données très sensibles », comme l'explique Lukas Bartling qui ne révèle que ceci : la première chose que les clients Häcker apprécient chez leur fournisseur est la qualité et le respect des délais, le prix ne vient qu'en troisième position. Mais ce n'est pas tout ce qui a surpris les deux apprentis : ils n'avaient également pas compté avec autant de retours. « Au total, nous avons envoyé 2486 questionnaires et avec 788 retours de questionnaires remplis, atteint un taux de participation de 31,7 % », Bartling et Schmidt d'ajouter très satisfaits. Les courriers ont été envoyés à des clients d'Allemagne, de France, des Pays-Bas et de la Suisse. La communication avec les clients de la Suisse par E-mail s'est révélée être un peu problématique car « nous ne savions pas exactement dans quelle langue nous adresser à quelle personne. Au final, tout a bien fonctionné », expliquent Lucas et Christian. Ils ont pu eux-mêmes analyser les résultats recueillis et les présenter au management et à la direction générale. « C'était un moment plutôt mémorable », raconte le duo. Ils ont ainsi recueilli des données importantes qui seront analysées et utilisées de façon stratégique. « Nous tenons à remercier tous les clients qui ont pris le temps de remplir le questionnaire », déclarent Lukas et Christian qui savent que c'est leur participation qui a fait le succès de l'enquête. —

Wellness treatment for the kitchen

— “If you look at the photo, then you cannot believe that our old kitchen once stood in this room,” says Marlies Sluiter while her gaze goes between her new kitchen and the previous WORK issue in disbelief. In the issue, it shows her old Häcker Kitchen, 40 years old and now dismantled. “At some point, it was just time for us to buy a new kitchen,” Karl-Heinz and Marlies Sluiter had decided and then found a partner in the “Kitchen Life” kitchen studio in Kevelaer, a partner who “quickly understood what we were looking for.” Whether it should be another Häcker Kitchen or not was clear from the get-go: “We had only the best experiences with our kitchen, for decades.”

With the upcoming renovation of the entire house, the kitchen had to also be completely renewed. They decided on the Faro-Front in high-gloss white. “Suddenly, our kitchen was much lighter than before,” Marlies Sluiter rejoices, as after the renovation phase, in which a breakthrough in the living area was made, the kitchen was ready for use. However, it did take a while for the couple to find their bearings. “Now we have so much storage space, so many drawers and cupboards that we first had to get an overview before we knew where we stored what.” The new oven also held some surprises. “It heats up so quickly – I was really not accustomed to that,” Marlies marvels >



Une cure de bien-être pour la cuisine

— « Lorsqu'on regarde la photo, on ne peut pas imaginer que notre ancienne cuisine était placée dans cette pièce » dit Marlies Sluiter pendant que son regard va de sa nouvelle cuisine à l'ancien numéro de WORK. C'est dans ce dernier que sa cuisine Häcker vieille de 40 ans, qui a entre temps été démontée, avait été présentée. « Le moment était venu pour nous d'acheter une

nouvelle cuisine », c'était la décision qu'avaient pris Karl-Heinz et Marlies Sluiter et opté pour un partenaire de choix, le studio de cuisines « Küche-Life » de Kevelaer « qui a vite compris ce que nous cherchions ». Il était clair dès le départ que ce serait une autre cuisine Häcker : « en effet, nous avons pendant des décennies fait la meilleure des expériences avec notre cuisine. » >





Did our old kitchen really look like that? Marlies and Karl-Heinz Sluiter see what it used to look like in this issue of WORK.

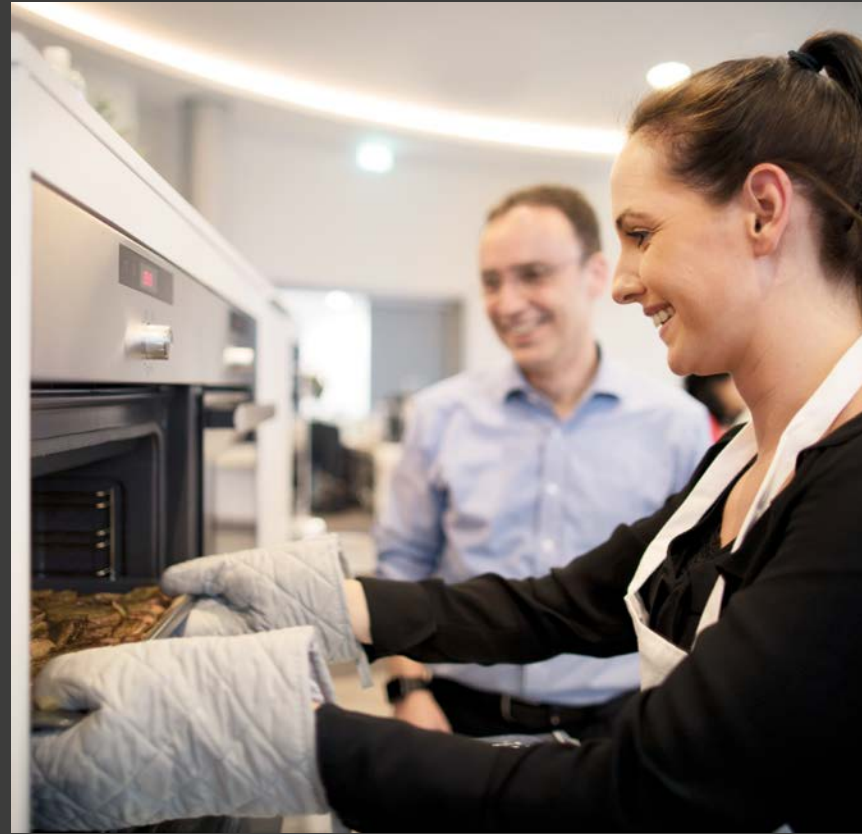
Est-ce vraiment à cela que ressemblait notre ancienne cuisine ? Marlies et Karl-Heinz Sluiter se font montrer dans le numéro de WORK à quoi cela ressemblait autrefois.

and rejoices at the same time. The Sluiters have never regretted separating from their old kitchen. “Everything is now much more modern, much lighter. And the kitchen is actually really easy to care for. Our kitchen studio recommended changing to a larger refrigerator. And that was the perfect recommendation – You can never have enough space in the kitchen”, say the couple, who were also happy about something else. “We are happy that our old kitchen didn’t end up in landfill – it had grown too close to our hearts.” The path taken by the previous kitchen happened completely by

chance. “Once we saw what a treasure it was, we called Rödinghausen and asked if it was not something for the Häcker Kitchens exhibition,” explains Jörg Grüntjens from Kitchen Life. Here, once they had seen the first photos, they were immediately enthusiastic and organised transport to Ostwestfalen. At the new in-house exhibition you will be able to see the kitchen, still in excellent condition and still with all the original brochures and sales documents. “And who knows, maybe one day we will also travel to Rödinghausen to visit,” Marlies and Karl-Heinz Sluiter say, laughing. —



Avec la rénovation de notre maison, une nouvelle cuisine devait également être installée. Nous avons choisi la cuisine Faro avec des façades en blanc ultra brillant. « Tout d’un coup notre espace cuisine était plus éclairé que jamais », Marlies Sluiter de s’extasier après que la cuisine ait été installée à la suite de la rénovation au cours de laquelle une ouverture vers le salon avait été créée. Cependant, il a fallu un moment pour que le couple s’habitue à sa nouvelle cuisine. « Nous avons désormais tellement d’espace de rangement, de tiroirs et de compartiments que nous devons tout d’abord avoir une vue d’ensemble avant de savoir ce que nous allons ranger où. » Même le nouveau four nous a réservé quelques surprises. « Il est si rapide, je n’y suis absolument pas habituée », déclare Marlies Sluiter surprise mais satisfaite. Le couple Sluiter n’a jamais regretté de s’être séparé de son ancienne cuisine. « Tout est désormais plus moderne, plus clair. Et la cuisine est véritablement très facile à entretenir. Notre studio de cuisines nous a recommandé de prendre un réfrigérateur plus grand. Et c’était une excellente recommandation car on a plus que suffisamment de place dans la cuisine », le couple qui se réjouit d’autre chose, de déclarer. « Nous sommes heureux que notre ancienne cuisine ne se soit pas retrouvée dans les encombrants car elle comptait vraiment beaucoup pour nous ». Pourtant, le chemin qu’elle a pris était avant tout le fruit du hasard. « Lorsque nous avons vu quel trésor se cachait ici, nous avons appelé à Rödinghausen et demandé si cette cuisine ne serait pas appropriée pour une exposition de Häcker Küchen », raconte Jörg Grüntjens de Küche-Life. Ils ont été tout de suite très intéressés à la vue des premières photos et ont organisé le transport vers la Westphalie orientale. Cette cuisine qui est encore en excellent état et est même accompagnée des documents de vente d’origine, peut désormais être admirée à la nouvelle exposition privée. « Et qui sait, peut-être qu’un de ces jours nous nous rendrons à Rödinghausen pour la voir », Marlies et Karl-Heinz Sluiter d’ajouter en souriant. —



LEARN TOGETHER COOK TOGETHER

— “When we began to really build up our training programme, we would never have guessed how many people would be so enthusiastic about it,” Olaf Thuleweit, managing director of KP Appliances GmbH, says proudly. Now traders and their employees even come from Croatia to the Blaupunkt training centre to learn about Blaupunkt’s built-in appliances and how to use them. “For a few weeks now, we have had our products on the Croatian market. So it is really perfect that we have the dealers here to be able to prepare intensively for their sales pitches,” says Thuleweit. The 30 guests travelled by bus from Croatia to Rödinghausen and not only took part in the two-day training, but also put their newly acquired knowledge into practice in the evenings. “With us, it is already an endeared practice to also spend the evenings with our guests, to cook with them under

professional guidance and then finish by eating together socially in the evening,” says Olaf Thuleweit. Together with his colleagues Marcus Lagmöller and Andreas Möller as export sales managers for Häcker Kitchens, Thuleweit explained to the Croatian guests how to use the Blaupunkt-products to perfectly prepare meat, green asparagus and potatoes to go together. “During training programmes, we want to present ourselves as hosts that are not just presenting the facts but also demonstrating what makes our products: The perfect technological support in the kitchen so that people can really concentrate on their passion, cooking.” After the three-day stay, the Croatian guests went back on the road to home, now equipped as well as able to present the large portfolio of Blaupunkt appliances in their country.

APPRENDRE ENSEMBLE, CUISINER ENSEMBLE

— « Lorsque nous avons commencé à développer notre programme de formation, nous ne pouvions pas imaginer qu’autant de personnes s’y intéresseraient », Olaf Thuleweit, directeur général de la société HK Appliances GmbH de déclarer non sans fierté. Des distributeurs et leurs employés venaient désormais de Croatie pour qu’on leur explique au centre de formation Blaupunkt ce qu’il en est des appareils encastrables de la marque Blaupunkt et comment ils fonctionnent. « Depuis quelques semaines, nos produits sont présents sur le marché croate. Il est donc naturellement optimal que nous puissions bien préparer le commerçant à ses entretiens de vente sur place », Thuleweit d’ajouter. Les 30 visiteurs ont voyagé en bus de Croatie à Rödinghausen et ont non seulement participé à la formation de deux jours, mais aussi mis les connaissances nouvellement acquises en pratique le soir-même. « Chez nous, c’est devenu une tradition de passer également les soirées

avec nos visiteurs au cours desquelles nous cuisinons sous l’œil attentif d’un professionnel et dégustons ensemble le repas dans une ambiance détendue », déclare Olaf Thuleweit. Ensemble avec son collègue Marcus Lagmöller et Andreas Möller, le directeur commercial Export de Häcker Küchen, Thuleweit a expliqué aux visiteurs croates comment utiliser les produits Blaupunkt lorsque la viande, les asperges vertes et les pommes de terre doivent être préparés de façon coordonnée. « Au cours de telles formations, nous voulons nous présenter comme un hôte qui informe non seulement sur les faits, mais sur l’essence de nos produits : « la parfaite assistance technique dans la cuisine afin que les personnes puissent totalement se concentrer sur leur passion qu’est la cuisine. » Après leur séjour de trois jours, nos visiteurs sont repartis en Croatie parfaitement préparés à présenter le large assortiment d’appareils Blaupunkt dans leur pays.



BLACK

is the new

BLACK

— The black trend in kitchen technology continues, and so it is now reflecting in kitchen designs. This classic but contemporary colour will also be reflected in this year's Blaupunkt built-in appliances presentation. And this is used in not only metal, but also, and now we are really giving secrets away, many glass surfaces. At the same time, the large Blaupunkt portfolio is only getting larger. The link between heating and ventilation will reach a new level, the theme of connectivity is being expanded further. Individual light control is another current theme and naturally, guests are waiting for an explosive novelty to once again show that Blaupunkt entering the market has brought real innovative strength. All of this in an atmosphere that reflects the brand's roots as well as showing them in a modern, exciting and innovative environment.

Next to all the novelties though, of course, the camaraderie cannot be forgotten. And so this is why you are invited to the Blaupunkt lounge, where communication is capitalised. —

LE NOIR

est le nouveau

NOIR

— Avec la couleur noire, c'est une tendance déjà établie dans l'aménagement de cuisines qui fait son entrée dans la technologie en cuisine. C'est ainsi qu'on la retrouvera à la fois classique et moderne dans la présentation actuelle des appareils encastrables Blaupunkt, et ce pas seulement sur des surfaces en métal, mais aussi, du peu qu'on sait jusqu'ici, sur diverses surfaces en verre. Elle vient ainsi compléter l'assortiment déjà large de produits Blaupunkt. Le rapport entre le chauffage et la ventilation est propulsé à un niveau supérieur et la thématique « Connectivity » plus élaborée. La commande individuelle de l'éclairage est un autre sujet actuel et les visiteurs doivent naturellement

s'attendre à une pléthore de nouveautés qui démontreront une fois de plus qu'une véritable force de l'innovation a vu le jour avec l'introduction sur le marché de Blaupunkt. Toute ceci dans une ambiance fidèle aux racines de la marque et la présentant par la même occasion dans un environnement moderne, surprenant et innovant.

Malgré toutes ces nouveautés, le côté social ne doit bien entendu pas être en reste. Vous êtes donc dès maintenant chaleureusement invités à visiter le salon Blaupunkt pour encore plus d'échanges. —

● **BLAUPUNKT**

Häcker

Москва

hacker
КУХНИ

PUTTING ON THE RITZ



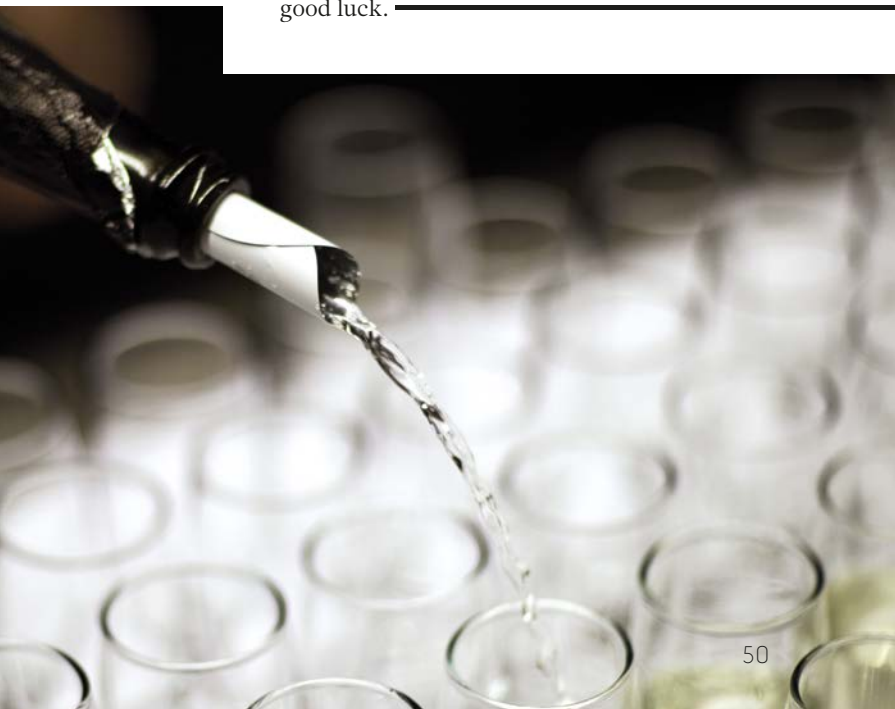
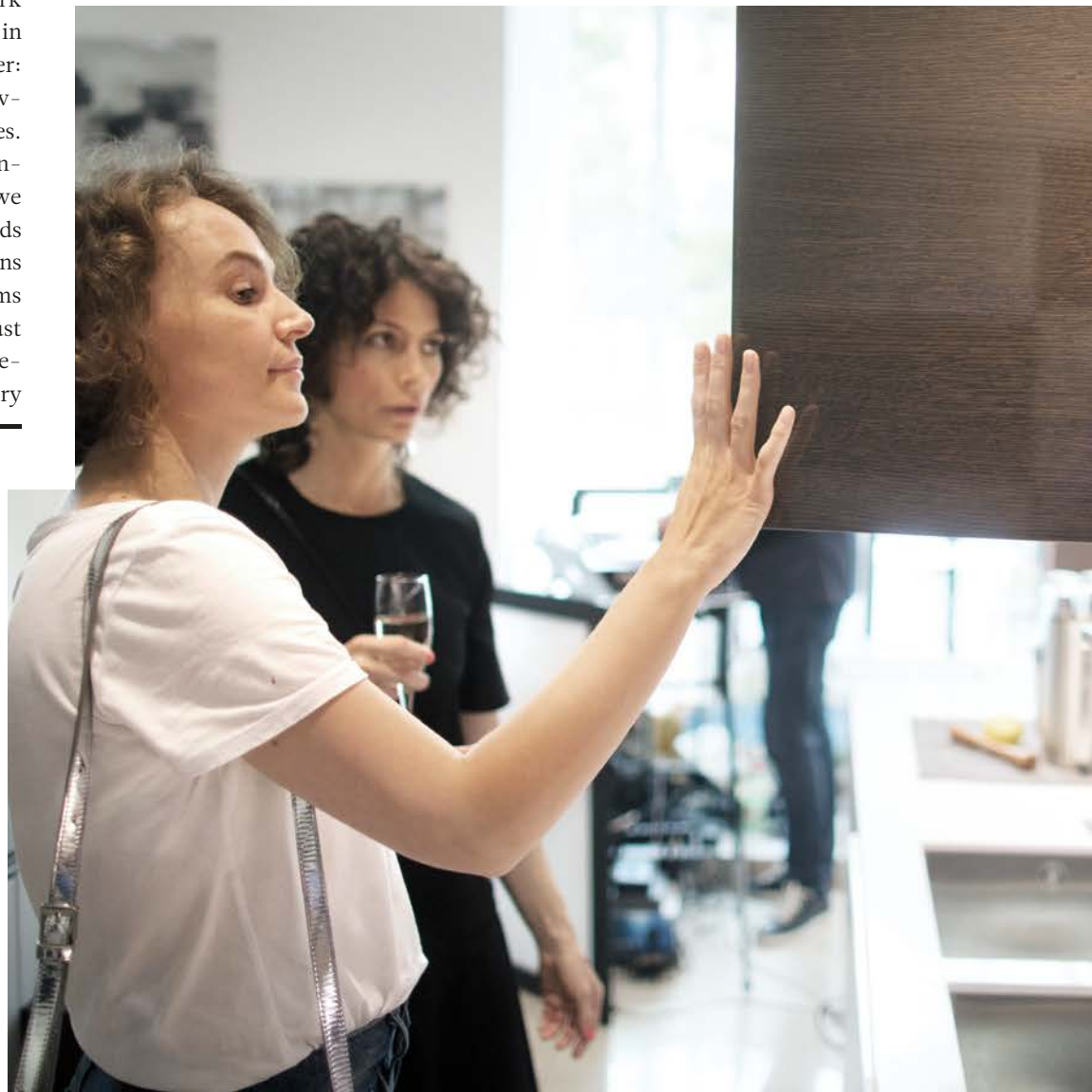
FESTIF MAIS SANS FANFARE

— “We are very pleased to be able to open our first international Häcker Showroom here today and to wish Dmitry and his team the best of success,” export sales director Andreas Möller greets the guests to the party in Moscow. Less than an hour after the event’s beginning, dozens of guests fill the newest Häcker Showroom in the West of Moscow, the atmosphere is wild, and it is not just Andreas Möller who is enthusiastic, but also Ina Seibel. As export Key Account manager, she looks after all the Russian-speaking countries – the projects and also, for several months, the clients, all the way from Rödinghausen. “Now I am pleased to be able to see the results of our cooperation here on site. In the showroom, three luxurious sample kitchens are on display – you could not imagine a better presentation,” she smiles happily. The guests – a mix of friends, acquaintances, interior designers and loyal customers – are all also convinced that the showroom will soon be one of the top kitchen showrooms in the city. To achieve this goal, visitors here will only see the finest materials and kitchens, all with excellent functions. “The systemat kitchens are designed to meet the upmarket needs of the Russian customers,” Ina Seibel explains while walking through the modern exhibition.

“We are using our highest-value fronts on purpose, and we are also working with contrasts. So we combine, for example, dark granite with matte white or put in bronze accents. The built-in technology here is among the best that our portfolio has to offer: Pocket doors, Climbers and the so called Flying Bridge, our movable worktops, can all be found here,” Andreas Möller continues. With this new showroom in Moscow, Häcker Kitchens is continuing its growth strategy in Russia. “In Dmitry Buhanov, we have found a very experienced kitchen dealer who understands our company, the philosophy and the quality of Häcker Kitchens perfectly. He has already led several mono-brand showrooms with great passion and great success, so we have absolute trust in his work,” explains Ina Seibel. It is the beginning of something new and something huge, that is for sure. We wish Dmitry good luck.



— « Nous sommes très heureux d’inaugurer ici aujourd’hui notre tout premier showroom Häcker et souhaitons à Dmitry et à son équipe beaucoup de succès ! », c’est en ces mots que le directeur commercial Export Andreas Möller a salué les invités à cet évènement festif qui s’est tenu à Moscou. Moins d’une heure avant le début de la cérémonie, des dizaines de visiteurs remplissaient le tout nouveau showroom Häcker Küchen situé à l’ouest de Moscou. L’ambiance est bonne enfant et l’excitation à son comble, non seulement chez Andreas Möller, mais aussi chez Ina Seibel. En sa qualité de Key-Account Manager Export, elle gère tous les pays russophones, le projet, et les clients déjà depuis plusieurs mois à partir de Rödinghausen. « Je suis heureuse de pouvoir aujourd’hui admirer les résultats de notre collaboration. Le showroom présente trois modèles de cuisines luxueuses, nous ne pouvons imaginer une meilleure présentation », Ina Seibel d’ajouter en souriant. Même les invités, un mélange d’amis, de connaissances, d’architectes d’intérieur et de fidèles clients du propriétaire sont convaincus que le showroom comptera bientôt parmi les adresses les plus prisées pour les cuisines. Pour atteindre cet objectif, les visiteurs découvrent exclusivement des matériaux les plus recherchés et des cuisines aux fonctions exceptionnelles. Les cuisines systemat sont conçues de façon à répondre aux exigences haut de gamme des clients russes », Ina Seibel d’expliquer en parcourant l’exposition moderne. « Nous optons délibérément pour des façades de qualité supérieure et travaillons de façon ciblée avec des contrastes. C’est ainsi que nous associons par exemple le granite sombre avec du blanc mat ou que nous ajoutons des accents en bronze. Même la technologie utilisée compte parmi les meilleures que nous avons à offrir : parmi elles on retrouve les technologies Pocket Doors, Climber et le dénommé Flying Bridge, notre plan de travail coulissant », Andreas Möller de compléter. Avec ce nouveau showroom à Moscou, Häcker Küchen poursuit d’une manière conséquente sa stratégie de croissance en Russie. « Nous avons trouvé en la personne de Dmitry Buhanov un revendeur très expérimenté qui comprend parfaitement la philosophie et la qualité des cuisines Häcker. Il gère déjà avec succès des showrooms de marques individuelles avec une grande passion, et nous lui faisons totalement », Ina Seibel d’ajouter. C’est le début de quelque chose de nouveau et de très grand, et cela, nous en sommes tous convaincus. Dans tous les cas, nous souhaitons à Dmitry beaucoup de chance.



WORK & TRAVEL MOSKAU

Welcome
Добро пожаловать

Three international airports and eight long-distance train stations. For those wanting to visit the Russian capital, there are many ways to travel. Once you have arrived, the political, economic and cultural centre of the country amazes every visitor. Here, historic splendour meets modern business, the buildings are impressively massive, the streets are ten lanes wide and the opportunities to discover something new are infinite.

Facts & information

Official language: Russian
Currency: Rouble
Area: 2510 km²
Inhabitants: 15.1 million

Bienvenue
Добро пожаловать

Trois aéroports internationaux et huit gares de grandes lignes : celui qui souhaite se rendre à la capitale russe a de nombreuses options. Une fois arrivé, le centre politique, économique et culturel du pays surprend chaque visiteur. Ici, le faste historique rencontre le business moderne, les bâtiments sont immenses, les routes extra larges et les possibilités infinies.

Données & faits

Langue officielle : russe
Devise : rouble russe
Surface : 2510 km²
Population : 15,1 millions



Café Pushkin

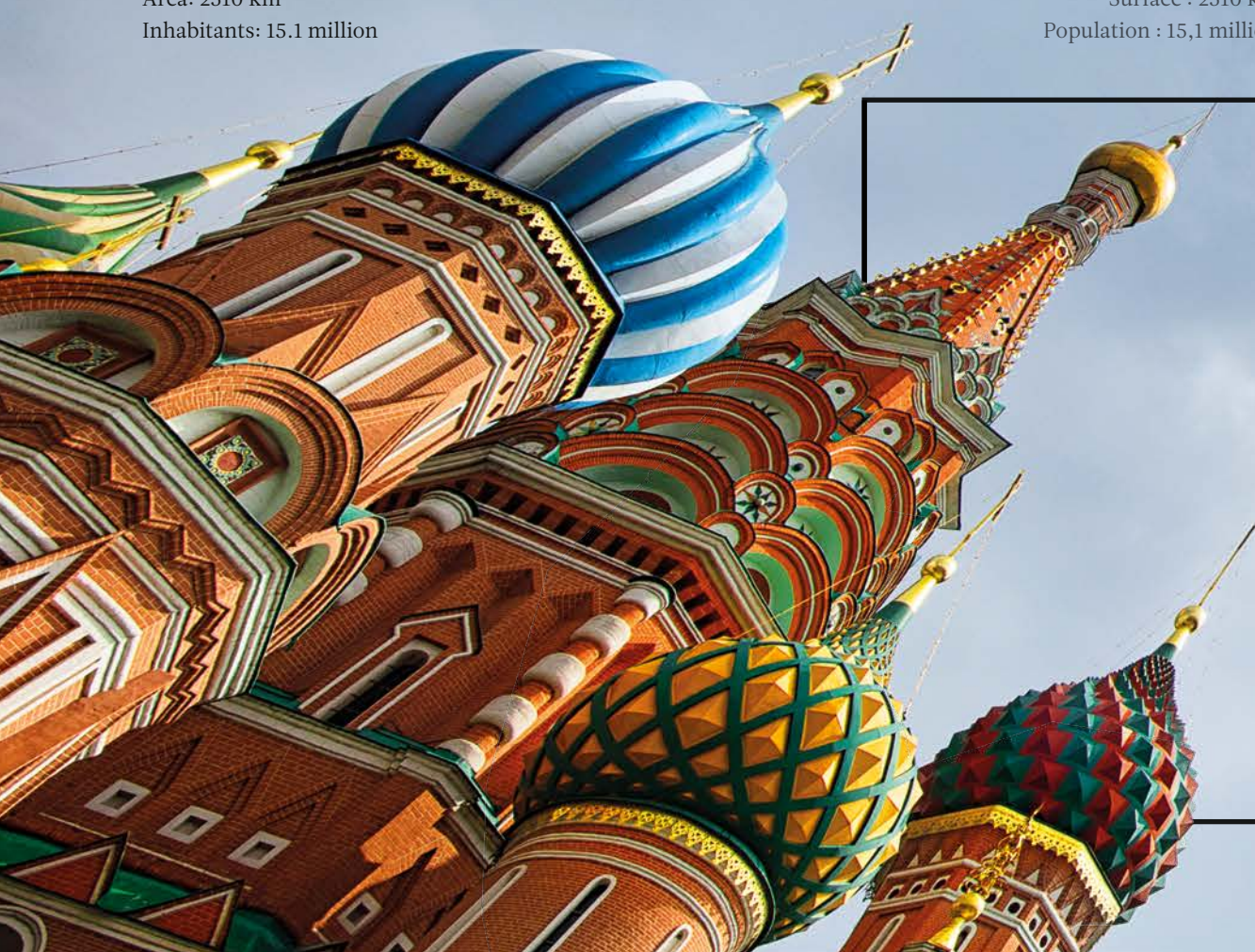
Would you like to travel back in time? Then how about heading to Café Pushkin. Breakfast, lunch and dinner are served here in an historic atmosphere, guaranteed to leave you in awe. Would you like to dine in the former pharmacy? Or would you prefer to dine in the fireside lounge, or maybe in the library? It doesn't matter where you decide to dine - the only mistake would be leaving Moscow without visiting this restaurant.

26-A Tverskoy Boulevard, Moscow
Open 24 hours
www.cafe-pushkin.ru/en

Café Pushkin

Envie de faire un voyage dans le temps ? Alors rendez-vous au café Pushkin. Petit déjeuner, déjeuner et dîner y sont servis dans une ambiance historique qui ne manquera pas de vous étonner. Souhaitez-vous déguster votre repas dans l'ancienne pharmacie ? dans la pièce avec cheminée ? ou plutôt dans la bibliothèque ? Peu importe ce que vous choisissez, le plus important est que vous ne manquiez pas de vous rendre à ce restaurant pendant votre séjour.

26-A Tverskoy Boulevard, Moscou
Ouvert 24h/24
www.cafe-pushkin.ru/en



St. Basil's Cathedral

We all know the famous cathedral on the edge of the Red Square, with the multi-coloured design domes, the landmark of Moscow. For each dome there is another church inside - ever since the 16th century. Today, St. Basil's Cathedral is a museum with changing exhibitions and its doors are open daily to visitors from all over the world.

Red Square, Moscow
daily in winter 11 am - 5 pm
in summer 10 am - 7 pm
The ticket desk closes 30 minutes before closing.

La cathédrale Saint-Basile

Nous avons tous entendu parler de cette célèbre cathédrale située non loin de la Place Rouge qui, avec ses coupoles multicolores, est le véritable symbole de Moscou. Chaque coupole abrite une église et ce, déjà depuis le 16ème siècle. Aujourd'hui, la cathédrale Saint-Basile est un musée présentant différentes expositions et dont les portes sont tous les jours ouvertes aux touristes venant du monde entier.

RLa Place Rouge à Moscou
tous les jours en hiver 11h:00 - 17h:00
En été de 10h:00 - 19h:00
Les caisses ferment 30 minutes avant.

What to expect in issue no. 12

Ce qui vous attend dans la 12e édition

Stockholm

High up North

Previously, only planes parked here, but today you can live here in splendour. In the heart of Sweden, in the middle of Stockholm, we present an extraordinary residential project. In an old hangar, modern Häcker Kitchens inspire with an ambience that brings together Nordic design and hygge perfectly.



Stockholm

Tout en haut dans le nord

Auparavant, c'étaient des avions qui y stationnaient, aujourd'hui, on y vit très bien. Nous vous présentons un projet d'habitat exceptionnel en plein cœur de la Suède, dans le centre de Stockholm. C'est dans un ancien hangar qui allie parfaitement le design scandinave et le confort que les cuisines modernes Häcker ravissent les cœurs.

Review

Looking back and ahead

Those who went to our in-house exhibition 2017 and were presented all of the new products must first digest what they have seen, as well as all the information. As a follow-up to the exhibition, we are compiling the highlights, going a bit further into the technology and design, summarising, and showcasing which of the new products and designs you and your customers will like the most. Therefore, we are not only looking back, but also looking forward into the future. Now it is only a few months until we will see each other again at the Eurocucina in Milan.



Examen

Une rétrospective vers l'avenir

Celui qui a parcouru notre exposition privée de 2017 et qui s'est vu présenter toutes les nombreuses nouveautés doit tout d'abord digérer toutes ces impressions et informations. Après le salon privé, nous résumons pour vous les moments forts, nous nous penchons en profondeur sur la technologie et le design, tirons des conclusions, et découvrons quelles nouveautés vous raviront vous et vos clients. Dans cette optique, notre regard est non seulement rétrospectif mais aussi tourné vers l'avenir. Dans quelques mois, et nous nous reverrons au salon Eurocucina à Milan.

Welcome Home
Bienvenue chez vous
**WILLKOMMEN
ZU HAUSE**



● **BLAUPUNKT**

LOUNGE

Get Together
9/16–9/21/2017, 6pm–11pm



Häcker
kitchen.germanMade.

9/16–9/22/2017
Doors Open: 8.30 am
Doors Closed: 7.30 pm

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

printed in germany:

august 2017

