

Established and surprising

— “It was exciting to see how the customers and visitors were surprised when they came to us in the built-in appliances section of the in-house exhibition,” say the two HKa managing directors Stefan Möller and Olaf Thuleweit, looking back on the exhibition. “We were of course expecting to present attractive new products in the Blaupunkt segment – but the fact that we would be showing something completely new from h|tech as well came as a real surprise,” says Olaf Thuleweit. The majority of curious visitors first turned right to find out about h|tech and the philosophy behind it (see also interview with Olaf Thuleweit on page 34). While the excellence value and the pleasing design line were receiving a great amount of praise, their enthusiasm piqued once again when they visited the Blaupunkt area. “Today, we don’t have to explain the history of the Blaupunkt radio to anyone. The expectations of our customers are high when it comes to innovations and the further development of our portfolio. And I don’t think we disappointed anybody,” says Olaf Thuleweit. An impressive eye-catcher was the stand-alone refrigerator, which now has two hinged doors and offers a large amount of storage space. “It was not only in the export sector that there we experienced large demand for this solution,” explains Olaf Thuleweit, who was very satisfied with the quantitative and qualitative response to the exhibition. The emerging theme of gas hobs also has its origins abroad, but has certainly created excitement amongst domestic traders. “If you look at the value of the new products here, you will quickly see how cooking enthusiasts, in particular, will be enthusiastic about these new appliances,” says Olaf Thuleweit.

New Blaupunkt models were also presented in the extractor hood and the hob extractor section. “All in all, our portfolio continues to grow in the direction of quality and innovation. We are not interested in bringing the umpteenth dishwasher to market. We want to discover the trends, analyse them and then enhance them with new products that further complement our portfolio,” says Stefan Möller. —

Continuité et surprise

— « Quelle jubilation de voir comment nos clients et nos visiteurs étaient surpris lorsqu’ils sont arrivés dans la zone dédiée aux appareils encastrables de notre salon interne », nous disent les deux directeurs HK Appliances Stefan Möller et Olaf Thuleweit lorsqu’ils repensent au salon. « Ils comptaient bien sûr découvrir des nouveautés attractives dans l’espace dédié à Blaupunkt, mais ils ont été véritablement surpris de voir également une toute nouvelle marque », explique Olaf Thuleweit. La plupart des visiteurs curieux ont donc d’abord tourné à droite pour obtenir des explications sur h|tech et le concept correspondant (voir également l’interview d’Olaf Thuleweit, page 34). Déjà séduits par la qualité et le design attractif de cette marque, leur enthousiasme a été encore plus grand lorsqu’ils ont visité l’espace Blaupunkt. « Nous n’avons plus besoin aujourd’hui de raconter l’histoire des radios Blaupunkt. En matière d’innovations et d’évolution de notre offre, les attentes de nos clients sont importantes. Et je pense que nous n’avons, dans ce domaine, déçu personne », déclare Olaf Thuleweit. Dorénavant équipé de deux portes battantes

et proposant un espace de rangement XXL, le réfrigérateur en pose libre a largement attiré les regards. « Nos clients à l’export, mais également nos clients allemands, souhaitent une telle solution », explique Olaf Thuleweit, qui se félicite du nombre important de visiteurs ainsi que des nombreux avis positifs recueillis. Bien que les plaques de cuisson à gaz qui permettent de mettre en scène la cuisine aient également leur origine à l’étranger, elles ont été fortement appréciées par les revendeurs allemands. « À la vue de la qualité supérieure des nouveautés, il est clair que ce sont les cuisiniers passionnés qui seront séduits par ces nouveaux appareils », déclare Olaf Thuleweit. Dans le domaine des hottes aspirantes et des hottes de plan de travail, de nouveaux modèles Blaupunkt ont également été présentés. « Notre gamme ne cesse globalement de gagner en qualité et en innovation. Notre but n’est pas de lancer sur le marché un énième lave-vaisselle. Nous souhaitons être à l’affût des tendances, nous donner du temps pour les évaluer et ensuite y répondre avec de nouveaux produits qui apportent une valeur ajoutée à notre offre », conclut Stefan Möller. —

*Looking upwards/
Stefan Möller (l.) and
Olaf Thuleweit take
a look at the new
extractor hood at the
in-house exhibition.*

*Le regard se dirige
vers le haut. Stefan
Möller (à gauche)
et Olaf Thuleweit
regardent la nouvelle
hotte aspirante sur le
salon interne.*



● **BLAUPUNKT**



— Nowadays, people opting for a modern, new kitchen don't just expect state-of-the-art appliances, but also a harmonious overall appearance with the perfect combination of technology and design. Our Blaupunkt products offer precisely that.

— Quiconque choisi aujourd'hui une nouvelle cuisine moderne attend non seulement un équipement de pointe, mais aussi une impression générale harmonieuse qui allie à la perfection technologie et design. C'est précisément ce que proposent nos produits Blaupunkt.



5SB 89030

Free-standing fridge-freezer now also in the side-by-side variant
Réfrigérateurs-congélateurs en pose libre, désormais disponibles en modèle Side-by-Side



5IX 92290

The downwards extraction ensures that cooking fumes don't spread across the room and are filtered directly. Automatic opening of the extractor fan.
L'évacuation vers le bas garantit que les fumées de cuisson ne se propagent pas dans la pièce et sont directement filtrées. Maintenant avec grille en aluminium de haute qualité.



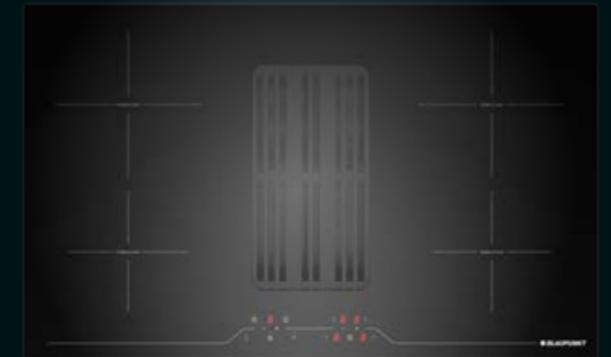
5DS 69760

Blaupunkt extractor hood with Smart-Slider – simply smart. An intuitive, foolproof control concept for all appliances – every setting is perfectly selected via the Smart Slider.



Les hottes aspirantes Blaupunkt avec Smart-Slider – Tout simplement smart. Un concept d'utilisation intuitif et facile à utiliser pour tous les appareils – le curseur intelligent assure des réglages parfaits.

5DS 99760



5GB 72290

Blaupunkt gas hobs – heat in its original form. Adjust the temperature in the blink of an eye – cooking on an open flame is direct, emotional and – thanks to modern technology – also completely safe. A Blaupunkt gas hob is a head-turner in the kitchen and provides a professional cooking experience.

Tables de cuisson à gaz Blaupunkt – la chaleur dans sa forme originelle. Changer la température en un clin d'œil – la cuisson sur une flamme nue est directe, émotionnelle et, grâce à une technologie de pointe, totalement sûre. Une table de cuisson à gaz Blaupunkt est un atout visuel dans la cuisine et offre une expérience de cuisine comme les pros.



WE ARE ROUNDING OFF OUR PORTFOLIO



— At this year's in-house exhibition, HK Appliances surprised visitors by presenting a second brand: h|tech. Managing Director Olaf Thuleweit explained in an interview what made this second brand necessary and how it differentiates from Blaupunkt.

Dear Mr. Thuleweit, at this year's in-house exhibition you presented h|tech, another brand of fitted kitchen appliances alongside Blaupunkt. Why did you decide to place another brand on the market?

Olaf Thuleweit (OT): With Blaupunkt, we have managed in a very short time not only to place a well-known brand in a completely different environment, but also to fill it with life and quickly make it recognised on a national and international scale. Today, we no longer have to tell anyone in the kitchen industry the story behind the success of Blaupunkt radios in the 1980s - today, Blaupunkt stands for high-quality, innovative and affordable built-in appliances in the kitchen sector. In spite of our large portfolio, we repeatedly received enquiries from the project sector in particular looking for appliances that are even more price-optimised and this is something that could simply not be provided by Blaupunkt. That's how we came up with the idea of creating h|tech.

How did you come up with that name?
OT: We didn't even have to think of it because it had already been used by Häcker Kitchens - albeit in the past and on a very small scale. But I think it suits us and our new product line very well. On the one hand, the H works very well for Häcker Kitchens, but also for our company, the HK Appliances. And since we are all about technology for the kitchen, the name works just perfectly.

At this year's in-house exhibition you displayed a wide range of new h|tech appliances. How would you characterise the portfolio?

OT: If you start out with a new brand in this sector, you can't just concentrate on one appliance. Especially in the property sector customers are looking for a full kitchen, therefore they don't want to have to buy the refrigerator here and the dishwasher there. We are happy to be able to offer all this right from the word go: Ovens, stoves, hobs, refrigerators and freezers, dishwashers, extractor hoods and even microwaves. A full product range was created in a short time.

And how did the customers react to the new brand? Most people were not expecting Häcker Kitchens to present their second house brand for built-in electrical appliances.

OT: This was definitely a surprise for most people - but that's what an in-house exhibition is for (laughs). But in all seriousness: we simply gauged the market demand and reacted to it. And this wasn't a rush job, but rather planned and implemented for a long time. Our in-house exhibition of course proved to be the perfect place to introduce this brand. Putting on a little bit of a show is all part of making visitors take home an eye opening memory from us. I think we organised this surprise very well.

What do you say visitors who argue that Blaupunkt and h|tech are positioned too close to each other by coming from the same company and the fact that they can only be purchased from Häcker Kitchens retailers?

OT: If you look at the product lines and the two brands, you will quickly see that we are talking about two vastly different things here. With Blaupunkt, the focus is on innovation and design, which means playing at the forefront, picking up trends and implementing technical achievements. Take a look at our fan extractors, our Smart-Slider and many other innovations. Some people certainly didn't trust us to do something like this when Blaupunkt was launched - but today we are a brand of built-in appliances that is in the forefront. It's different with h|tech. Here, of course, we also focus on quality - but the aim is to bring attractively designed, reliable devices to the market at an affordable price. Let me put it this way: h|tech appliances offer everything that is in demand in the modern kitchen. And Blaupunkt appliances feature certain extras that provide a higher level of comfort.

At Blaupunkt, internationalisation started at a rapid pace, and the brand's appliances are now available in 17 countries. Is this the plan for h|tech too?

OT: We are very proud of the international interest in Blaupunkt. It gained the momentum that we had hoped for, but it took a lot of time and effort to reach that point. With h|tech, we have of course also done our homework, even if we're not quite ready to decide which path to take. First of all, we are happy about the very positive feedback we received at the in-house exhibition. h|tech will be launched in 9 countries - although further expansion is not out of the question. —

NOUS COMPLÉTONS NOTRE OFFRE DE PRODUITS

— Sur le salon interne organisé cette année, HK Appliances a présenté à la surprise de nombreuses personnes présentes une deuxième marque d'appareils électroménager h|tech. Le directeur Olaf Thuleweit explique dans une interview pourquoi cette deuxième marque est nécessaire et comment elle se démarque de Blaupunkt.

Monsieur Thuleweit, sur le salon interne organisé cette année, vous avez présenté, outre Blaupunkt, h|tech une marque d'appareils électroménagers pour cuisines. Quelles raisons vous ont poussé à proposer une autre marque ?

Olaf Thuleweit (OT) : Avec Blaupunkt, nous avons réussi en peu de temps non seulement à positionner une marque connue dans un tout autre domaine, à l'établir et à rapidement la faire connaître à l'échelon national et international. Nous n'avons plus besoin aujourd'hui de raconter aux personnes travaillant dans le secteur des cuisines l'histoire du succès des radios Blaupunkt dans les années 80. Blaupunkt est maintenant synonyme d'appareils encastrables de qualité supérieure, innovants et abordables dans le segment des cuisines. Malgré le large éventail de produits proposés, nous recevions de plus en plus de demandes de nos collaborateurs chargés de la conception des projets qui recherchaient des produits aux prix encore plus abordables et que nous ne pouvions proposer avec Blaupunkt. Nous avons donc eu l'idée de créer h|tech.

Comment avez-vous trouvé ce nom ?

OT : Nous n'avons même pas eu besoin d'y réfléchir, puisqu'il a déjà été utilisé par Häcker Küchen dans le passé dans une moindre mesure. Je trouve qu'il convient très bien à notre entreprise et à notre gamme de produits. H représente parfaitement, d'une part, Häcker Küchen et, d'autre part, notre entreprise HK Appliances. Et comme chez nous, tout tourne autour de la technique dédiée aux cuisines, ce nom était parfait.

Sur le salon interne de cette année, vous avez déjà présenté un large éventail de nouveaux appareils h|tech. Comment définiriez-vous cette offre de produits ?

OT : Quand on lance une nouvelle marque dans ce secteur, on ne peut pas se concentrer uniquement sur un segment. Pour les appareils électroménagers, les clients souhaitent acheter un équipement complet et pas un réfrigérateur de telle marque et un lave-vaisselle d'une autre marque. Nous sommes très heureux de pouvoir proposer dès le lancement de la marque un large éventail de produits : des fours, des gazinières, des plaques de cuisson, des réfrigérateurs et des congélateurs, des lave-vaisselles, des hottes aspirantes et même des micro-ondes. Nous avons en peu de temps créé un assortiment de produits aboutis.

Comment les clients ont-ils accueilli cette nouvelle marque ? La plupart d'entre eux ne s'attendaient certainement pas à ce que Häcker Küchen leur présente une deuxième marque interne d'électroménagers.

OT : Ce fut assurément une surprise pour la plupart, mais un salon interne est aussi fait pour ça (rires). Plus sérieusement : nous avons constaté ce besoin sur le marché et nous y avons répondu. Pas sans bien y réfléchir, mais en planifiant et mettant en œuvre longuement ce projet. Un tel salon interne est bien entendu le moment parfait pour présenter un tel projet. Et il faut bien sûr apporter une part de spectacle. Les visiteurs doivent repartir après avoir eu un véritable déclic. Je pense que nous avons vraiment réussi notre surprise.

Que dites-vous au visiteur qui craint que le positionnement de Blaupunkt et h|tech ne soit trop identique si elles sont issues de la même société et ne sont commercialisées que par les revendeurs de Häcker Küchen ?

OT : Lorsque vous regardez de plus près les gammes d'appareils et les deux marques, vous remarquez vite que nous parlons de deux choses différentes. Pour Blaupunkt, nous misons sur l'innovation et le design. Nous avons pour objectif d'être leader, d'intégrer des tendances et de mettre en pratique des progrès techniques. À l'exemple de nos hottes de plan de travail, de notre curseur intelligent et de bien d'autres innovations. Au début de notre collaboration avec Blaupunkt, certains ne nous en ont pas cru capables, mais nous sommes aujourd'hui une marque d'appareils encastrables qui n'a techniquement rien à envier à d'autres appareils. Concernant h|tech, les choses sont différentes. Pour cette marque, nous misons aussi sur la qualité, mais nous souhaitons ici lancer sur le marché des appareils au design attractif, fiables et à un prix abordable. Je pourrais le formuler de la façon suivante : les appareils h|tech offrent tout ce que les clients attendent d'une cuisine moderne. Et les appareils Blaupunkt proposent des fonctions spécifiques qui apportent un plus en matière de confort.

Le développement à l'international de Blaupunkt a été rapide. Les appareils de la marque sont maintenant disponibles dans 17 pays. Avez-vous le même projet pour h|tech ?

OT : Nous sommes très fiers de l'intérêt que Blaupunkt suscite au niveau international. Blaupunkt a profité d'une dynamique que vous avez certes souhaitée, mais qui n'est pas évidente et qui demande depuis longtemps de nombreux efforts. Pour h|tech, nous avons bien sûr également étudié le marché, mais nous ne pouvons pas encore en dire plus. Pour le moment, nous nous félicitons de l'accueil très positif que nous avons reçu sur le salon interne. h|tech sera, à son lancement, proposée dans 9 pays. Nous n'excluons aucune extension. —

h|tech

h|tech