

Présent en quelques mots

Present in a nutshell

Good afternoon Mr Thuleweit, the visitor numbers for this year's in-house exhibition at Häcker Küchen grew significantly. How would you summarise the exhibition for the Blaupunkt division?

— *Olaf Thuleweit*: We are talking about real success and the response can only be seen as completely positive. Many customers thought our newly designed exhibition was very successful and "original". It showed us that the Blaupunkt brand is now fully established. The customers know that we are dealing with their needs, that everyone can find something they can identify with in our range.

You mentioned the completely new exhibition concept; a lot was done here.

What did you think of the changes and what did the customers make of it?

— *Olaf Thuleweit*: With the new exhibition concept, Blaupunkt was pushed further into the focus within Häcker – not just in the exhibition, but also from a business point of view. Blaupunkt is also becoming more and more important for Häcker Küchen. For the Blaupunkt brand, after only three years, the customers are no longer concentrating on the brand itself, but rather, concentrating intensively on the contents, on the opportunities that Blaupunkt offers for them. Most of all, we appreciated all of the very good discussions that we had at the exhibition. The questions here showed that we are absolutely going in the right direction. >

Cher Monsieur Thuleweit, les chiffres de fréquentation du salon interne de Häcker Küchen de cette année ont fortement augmenté. Quel est votre bilan sur le salon concernant la zone de Blaupunkt ?

— *Olaf Thuleweit* : Nous pouvons parler ici d'un véritable succès et évaluer les échos comme absolument positifs. De nombreux clients ont trouvé notre espace d'exposition nouvellement conçu très réussi et « original ». Cela nous a montré que la marque Blaupunkt est pleinement établie. Les clients savent que nous abordons leurs besoins et désirs que chacun retrouve dans notre gamme.

Vous abordez le tout nouveau concept d'exposition ; il s'est passé beaucoup de choses ici. Comment avez-vous vous-même perçu les changements et quel a été l'effet sur le client ?

— *Olaf Thuleweit* : Grâce au nouveau concept d'exposition, Blaupunkt est davantage mis en avant chez Häcker ; non seulement dans l'exposition, mais également d'un point de vue entrepreneurial. Blaupunkt devient également de plus en plus important pour Häcker Küchen. Après seulement trois ans avec la marque Blaupunkt sur le marché, les clients ne se préoccupent aujourd'hui plus de la marque en elle-même, ils examinent également les contenus et les possibilités que leur offre Blaupunkt. Cela s'est particulièrement vu lors des nombreuses conversations que nous avons eues au salon. Les questions montrent ici que nous allons absolument dans la bonne direction. >

At the “entrance” to the Blaupunkt area, there was a classy sports car with Blaupunkt stickers. What was the ulterior motive for placing such an eye-catcher there?

— *Olaf Thuleweit*: It is important to know that Blaupunkt was very active in motor sport in the past and that today, many people still link the Blaupunkt brand with car radios. That is also a reason why we decided to go for a workshop atmosphere for the exhibition concept – and a sports car fitted perfectly with this.

In the end, it was not just the type of presentation and the space that won everyone over, but mainly the content and the product innovations.

Where was the focus here?

— *Olaf Thuleweit*: To answer that question, we mainly listened to the customer and made progress in a very target-oriented manner. The presentation of the Combi steam cooker and the black glass series were particularly memorable. The A+++ dishwasher also shows that we are working intensively on the topic of sustainability and ecology. A further highlight is definitely the topic of Multi Control, which we are now able to expand to lighting. It can be quickly noticed that customer interest in this is very high – and at the same time it is a unique selling point that differentiates us from our competitors.

The key word is Multi Control; how do you see connectivity in the kitchen? Will the topic increase more in popularity?

— *Olaf Thuleweit*: That is definitely one of the most important topics in the sector, which is going to increase in importance in the future. In my opinion, kitchens are becoming more and more “digital”. Connectivity is going to be a topic and a challenge at the same time, as this connection should function in a more cross-manufacturer manner in the future, so that all of the advantages of a “digital kitchen” can be used. Here, the manufacturers will have to move together to be able to provide a uniform platform.

A noteworthy topic is also the colour black and therefore, the black glass design ovens. How have the customers reacted?

— *Olaf Thuleweit*: I believe that our customers were not expecting this sort of design development – so that made them even more surprised and excited. Here, it is demonstrated just how important the collaboration with product development at Häcker Küchen is. We absorb the same trends and can therefore design a united design line. In all modesty, it is safe to say that we have “hit the nail on the head”.

The brand has developed really well in the last two years. Even abroad, you can purchase Blaupunkt built-in appliances. So what’s the deal here, in which countries is this possible?

— *Olaf Thuleweit*: Indeed, development has been super positive so far. We are currently present in 14 different countries and are also working on introducing Blaupunkt built-in appliances to Great Britain, which is planned for January 2018.

Even your catalogue system is new.

How did it come about, that you now publish two brochures – one for traders, one for end customers?

— *Olaf Thuleweit*: It was also the customer orientation that drove us here. We asked ourselves: How does the customer work, what do they need from us to be able to work in the best way possible. Together with our agency, HOCH5, we have developed a new two-part concept. A catalogue for trade, with which they can work intensively and as experts. And also a catalogue for the end-consumer, in which you can get an insight into direct product comparison.

It all sounds very positive. Can you give us a little insight into the future? How is the Blaupunkt brand going to develop in the built-in appliances sector, will we find you at EuroCucina in Milan and can you possibly already reveal what new things can be expected in terms of products?

— *Olaf Thuleweit*: Naturally, we already have a clear vision of our appearance in Italy; we are permanently working on product improvements and new perspectives. But what these are exactly will remain our secret until the EuroCucina opens (*laughs*).

À l’entrée de la zone Blaupunkt se trouve une voiture de sport raffinée avec des autocollants Blaupunkt. Pourquoi mettre un tel objet attirant tous les regards ?

— *Olaf Thuleweit* : Il faut savoir que Blaupunkt était autrefois actif dans le sport automobile et que, aujourd’hui encore, de nombreuses personnes associent la marque Blaupunkt au thème de l’autoradio. C’est l’une des raisons pour lesquelles nous avons choisi le concept d’atelier pour l’exposition ; et cela est parfaitement adapté à une voiture de sport.

Au final, bien sûr, ce n’est pas uniquement la présentation et les locaux qui ont convaincu, ce sont surtout le contenu et les nouveaux produits.

Où voyez-vous l’attention ici ?

— *Olaf Thuleweit* : Pour répondre à cette question nous avons avant tout écouté le client et avons axé nos actions sur les objectifs. Les introductions des séries combinées cuisinier-vapeur et verre noir ont assurément été remarquables. Les lave-vaisselle A+++ montrent également que nous abordons intensément le thème de la durabilité et de l’écologie. Le thème Multi Control, que nous pouvons maintenant étendre à l’éclairage, constitue assurément un autre point fort. Il est rapidement devenu évident que l’intérêt des clients était pour cela très élevé ; et en même temps, il s’agit d’une caractéristique unique qui nous distingue de nos concurrents.

Devise Multi Control ; comment évaluez-vous l’interconnexion dans la cuisine ? Le sujet continuera-t-il de se développer ?

— *Olaf Thuleweit* : C’est certainement l’un des sujets les plus importants de l’industrie, qui prendra encore de l’importance à l’avenir. Je pense que la cuisine devient de plus en plus « numérique ». L’interconnexion sera à la fois un thème important et un défi, car à l’avenir, cette connexion devra également fonctionner indépendamment des fabricants afin de tirer pleinement parti de tous les avantages de ces « cuisines numériques ». Les fabricants devront alors se rapprocher les uns des autres pour fournir une plateforme unifiée.

La couleur noire et le nouveau design de verre noir associé des fours ont été des thèmes très remarquables. Comment les clients ont-ils réagi à cela ?

— *Olaf Thuleweit* : Je pense que nos clients ne s’attendaient pas à une telle évolution de la conception ; ils ont donc été plus surpris et enthousiastes. Cela montre à quel point la collaboration avec le développement de produits chez Häcker Küchen est importante. Nous intégrons

ensemble les tendances et pouvons ainsi concevoir une ligne de design commune. Nous pouvons dire ici, en toute modestie, que nous avons « taper dans le mille ».

La marque s’est très bien développée ces deux dernières années. Il est également possible d’acheter des appareils encastrés Blaupunkt à l’étranger, quelle est la situation actuelle, dans quels pays est-ce possible ?

— *Olaf Thuleweit* : Oui, le développement a été très positif jusqu’à présent. Nous sommes actuellement présents dans 14 pays différents et travaillons également sur le lancement d’appareils encastrés Blaupunkt au Royaume-Uni, prévu en janvier 2018.

Le système de catalogue est également nouveau. Comment en êtes-vous venus à publier deux brochures, une pour le détaillant, une pour le client final ?

— *Olaf Thuleweit* : L’orientation client a encore une fois été notre moteur. Nous nous sommes demandés : comment le client travaille-t-il, que pouvons-nous lui apporter pour qu’il travaille de façon optimale ? En collaboration avec notre agence HOCH5, nous avons développé un nouveau concept en deux parties : un catalogue pour le commerçant, avec lequel il peut travailler intensément et en tant qu’expert. Puis un catalogue pour le consommateur final, dans lequel il peut avoir un aperçu de la comparaison directe des produits.

Tout cela semble très positif. Pouvez-vous nous donner un aperçu de l’avenir ?

Comment la marque Blaupunkt se développera-t-elle dans le domaine des appareils encastrés ? Comment vous trouver à l’EuroCucina de Milan et pouvez-vous déjà nous indiquer les nouveaux produits ?

— *Olaf Thuleweit* : Nous avons déjà bien sûr une idée précise de notre mise en scène en Italie ; nous travaillons constamment à l’amélioration des produits et à de nouvelles perspectives. Mais les nouveautés resteront secrètes jusqu’à l’ouverture de l’EuroCucina (*rires*).



Olaf Thuleweit
directeur
HK Appliances GmbH

Olaf Thuleweit
Managing Director
HK Appliances GmbH

SPOT ON LUMIÈRE SUR

WHEN KITCHEN APPLIANCES CREATE AN ATMOSPHERE

— Perfect planning, perfect orchestration, perfect lighting. The guiding principles for the new products in the Blaupunkt built-in appliances range read just like the script of a play.

The improved Multi Control function allows automatic adjustment of fan capacity to the heat development in the kitchen – alongside the classical control system for hood and stove.

A unique interplay facilitates the new light functions. Light colour and intensity of the Multi Control hoods are controllable for the first time and can be coupled with the kitchen light system.

Sustainable on the inside – linear on the outside and perfectly coordinated with one another. While the built-in appliances, the dishwasher and fridge/freezer have improved efficiency classes, provided more space and enabled simpler handling, the

oven, steam cooker, hob and hood win you over with their unique holistic design concept.

The black glass design of the control panels means the devices fit even more elegantly into the kitchen design. Coordinating appliances, panels and decorative screens provide a common thread across the kitchen design. —

— Planification idéale, mise en scène idéale, éclairage idéal. Les lignes directrices pour les nouveaux appareils encastrés Blaupunkt se lisent comme pour la préparation d'une pièce de théâtre.

La fonction Multi Control améliorée permet, en plus du contrôle éprouvé de la hotte et de la plaque de cuisson via un seul panneau de commande, d'adapter automatiquement la puissance du ventilateur à la chaleur dégagée pendant la cuisson.

Une interaction unique est rendue possible par les nouvelles fonctions d'éclairage. La couleur et l'intensité de la lumière des hottes Multi Control sont contrôlables pour la première fois et peuvent même être couplées au système d'éclairage de la cuisine.

LORSQUE LES APPAREILS DE CUISINE ASSURENT L'AMBIANCE

Durable à l'intérieur, simple à l'extérieur et coordination parfaite entre les deux. Tandis que les appareils encastrés des lave-vaisselle et des réfrigérateurs/congélateurs automatiques offrent des classes d'efficacité améliorées, davantage d'espace et une utilisation plus simple, le four, le cuiseur-vapeur, la cuisinière et la hotte impressionnent par leur concept unique.

La conception en verre noir des panneaux de commande intègre les appareils de manière plus élégante dans la cuisine. Les hauteurs de façades, d'habitacle et d'appareils assorties assurent une ligne claire dans la conception de la cuisine.

Connectivity at its finest: Light intensity and colour of the Multi Control hoods can be coupled with the kitchen light system.

La connectivité à son meilleur : l'intensité et la couleur de la lumière des hottes Multi Control peuvent être couplées au système d'éclairage de la cuisine.



Pure elegance: The control panels of the black glass appliance keep a low profile. Perfectly coordinated control panels and decorative screens ensure linear design.

Élégance pure : les panneaux de commande des appareils en verre noir font preuve de retenue. Les façades et les habitacles parfaitement assortis assurent un design linéaire.

Three plus signs after the A: Our top models serve you with improved efficiency and new functions.

Trois fois le signe plus après le A : nos meilleurs modèles sont livrés avec une efficacité améliorée et de nouvelles fonctionnalités.



More space: The new 178th fridge-freezer devices provide plenty space and the best efficiency rating.



Plus d'espace : les nouveaux réfrigérateurs-congélateurs 178 offrent l'espace nécessaire et les meilleures classes d'efficacité.



Black or white? The perfectly planned series of devices looks at the big picture and the range has again shown the sense of "holistic kitchen design."

En noir ou blanc ? La série d'appareils parfaitement planifiée offre une vision globale et dévoile une fois de plus le flair du « concept global de la cuisine ».