

new
home

WELCOME TO THE BAUMANN GROUP

Vom Homeoffice bis zum Fitnessstudio daheim – unser Zuhause wurde zuletzt immer wichtiger. Die neue Normalität erfordert, dass wir die wachsenden Ansprüche ans Wohnen in den Fokus rücken. Unser Motto heißt als Antwort darauf: »**NEUhome**«. Im Blickpunkt steht eine neue Flexibilität. Multifunktionale Möbel und Regalsysteme schaffen Platz. Zusätzliche Korpushöhen eröffnen Planungsspielräume. Flächenbündige Spülen und Kochfelder? Haben wir im Programm!

Die Farbkonzepte überzeugen mit fein abgestimmten Nuancen, die miteinander harmonieren. Holzdekore mit Cozy-Faktor und New Neutrals brechen die Grenzen von Küche, Wohn- und Arbeitsbereich auf. Das Mix & Match kombiniert verschiedene Materialien – ganz nach Wunsch.

Bei all dieser Vielfalt behalten wir die Zukunft im Blick – auch in Bezug auf die Umwelt, wie es unser nachhaltiges Engagement und unsere Zertifizierungen beweisen. Lassen wir es gemeinsam Wirklichkeit werden, das »**NEUhome**« ... Herzlich willkommen in der #kitchenfamily!

From home working to home gym – our home has recently become even more important. The new normal requires us to focus on the growing demands of home living. Our motto as the response to that: "**NEUhome**". The focus is on a new flexibility. Multifunctional furniture and shelving systems create space. Additional carcass heights open up planning leeway. Flush-fit sinks and hobs? We've got them!

The colour concepts appeal for their finely tuned nuances that harmonise with each other. Wood decors with a cosy factor and new neutral shades down the boundaries between kitchen, living and working area. Mix & Match combines different materials – just the way you want.

With all this variety, we're keeping an eye on the future – not least with regard to the environment, as is confirmed by our sustainable commitment and our certifications. So let's make the "**NEUhome**" the reality together ... A warm welcome to the #kitchenfamily!

Du télétravail à la salle de gym à domicile : ces derniers temps, notre chez-soi n'a pas cessé de gagner en importance. La nouvelle normalité exige que nous nous concentrons sur les exigences croissantes auxquelles l'habitat est soumis. Notre devise en réponse à cela : « **NEUhome** ». L'accent est mis sur une nouvelle flexibilité. Les meubles et systèmes d'étagères multifonctionnels créent de l'espace. Des hauteurs de corps supplémentaires ouvrent des marges de planification. Et les éviers encastrés et plaques de cuissons ? Nous les avons dans notre programme !

Les concepts de couleurs séduisent au gré de nuances finement coordonnées qui s'harmonisent les unes avec les autres. Les décors bois et leur facteur « cozy », de même que les New Neutrals, abolissent les frontières entre la cuisine, le salon et les espaces de travail. Le Mix & Match associe différents matériaux – comme bon vous semble.

Avec toute cette variété, nous gardons un œil sur l'avenir – y compris en ce qui concerne l'environnement, comme le prouvent notre engagement durable et nos certifications. Ensemble, faisons en sorte qu'il devienne réalité, le « **NEUhome** » ... Soyez les bienvenus dans la #kitchenfamily !



MATTHIAS BERENS

MICHAEL ASSNER

DELFF BAUMANN

SABINE BROCKSCHNIEDER

- 04 | BAUFORMAT
PORTO S - ACAI-SEIDENMATT
KITZBÜHEL - NOBLE-GREY
- 06 | INTERVIEWS
- 10 | BURGER
JETTE - SCHWARZ SEIDENMATT
ANABELLE - ALPINE OAK
- 12 | NEW HOME
- 14 | PLYWOOD
- 15 | QR-FRONTMUSTER-ETIKETT
QR FRONT DECOR LABEL
ÉTIQUETTE D'ÉCHANTILLON DE FAÇADE QR
- 16 | INTERVIEW SABINE BROCKSCHNIEDER
- 18 | BURGER
CINDY - GREIGE
- 20 | BAUFORMAT: ZUSÄTZLICHE KORPUSHÖHEN
ADDITIONAL CARCASE HEIGHTS
HAUTEURS DE CORPS SUPPLÉMENTAIRES
- 22 | BURGER: ZUSÄTZLICHE KORPUSHÖHEN
ADDITIONAL CARCASE HEIGHTS
HAUTEURS DE CORPS SUPPLÉMENTAIRES
- 24 | BAUFORMAT
GIRONA S - BLACK GREEN SEIDENMATT
- 26 | NEWS
- 28 | CANDY
- 30 | SONDERANFERTIGUNGEN
CUSTOM DESIGNS
EXÉCUTIONS SPÉCIALES
- 32 | BURG
TOP DISHWASHER, MAXI HEIGHT
LAVE-VAISSELLE DE POINTE À HAUTEUR MAXI
- 33 | BAUFORMAT BAD
BAUFORMAT BATHROOM
BAUFORMAT BAD
- 34 | SCHOCK
- 36 | BAUFORMAT
BERLIN - GREIGE
SIENA - ALPINE OAK
- 38 | THE KITCHEN FAMILY
- 40 | BADEA
- 42 | BADEA - BADKULTUR
BATH CULTURE
CULTURE DE LA SALLE DE BAINS
- 44 | INTERVIEW JENS TERBECK
- 46 | AUSGEZEICHNETE QUALITÄT
EXCEPTIONAL QUALITY
EXCELLENTE QUALITÉ

04



10



12



15



16



18



20



24



30



44



SETTING THE TONE

TONANGEBEND

DES CUISINES QUI DONNENT LE LA



WORK
FOR
MONEY,
DESIGN
FOR
LOVE

„WIR HABEN IMMER PÜNKTLICH GELIEFERT“

INGO NOWARA

TECHNISCHE LEITUNG
BEI BAUFORMAT

TECHNICAL DIRECTOR
AT BAUFORMAT

DIRECTION TECHNIQUE
CHEZ BAUFORMAT



Die Corona-Pandemie ging mit großen Veränderungen für die Produktion einher. Wie haben Sie diese Zeit erlebt?

Wir alle mussten lernen, mit der veränderten Situation umzugehen. Das reichte von vorsorglicher Quarantäne und Kinderbetreuung bis zu Schnelltests vor Arbeitsbeginn. Die Produktion musste noch flexibler reagieren. Weil die Schließung der Küchenstudios zu einem antizyklischen Kaufverhalten führte, haben wir die Produktion dem Markt angepasst und zum Beispiel unseren Betriebsurlaub um eine Woche verkürzt.

BAUFORMAT hat auch in Krisenzeiten durchweg produziert und konnte permanent liefern. Wie ist Ihnen das gelungen?

Wichtig war vor allem die pünktliche und vollständige Belieferung unserer Kunden. Dafür haben wir ein Maßnahmenpaket geschnürt mit einem Hygienekonzept, der Vermeidung von unnötigen Kontakten, Homeoffice, Arbeitsplatzanalysen und Schnelltests sowie einem Impfangebot für Mitarbeiter und Angehörige. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Materialversorgung. Wir haben ständig alle Lieferketten geprüft und bei Engpässen gegengesteuert. Unsere kurzen Reaktionszeiten in der Produktionskette haben sich auch bei plötzlichen Veränderungen bewährt, sodass wir sehr gut durch die Corona-Pandemie kamen. Diese Zeit hat gezeigt, wie gut die Gemeinschaft funktioniert. Unsere Mitarbeiter haben sich gegenseitig vorbildlich unterstützt, und zwar sowohl innerhalb der Abteilungen als auch abteilungsübergreifend.

Wie sieht es aktuell aus und wie geht es Ihrer Meinung nach in Zukunft weiter?

Trotz der vielen doppelt geimpften Mitarbeiter kann man noch nicht von Normalität sprechen. Wir haben bei den Schutzmaßnahmen eine gewisse Routine entwickelt und gelernt, mit den Einschränkungen zu leben. Ich hoffe aber, irgendwann kann man ohne Angst und Auflagen wieder zusammenkommen. Was seit Corona nicht mehr wegzu-denken ist, sind die digitalen Teammeetings, die den Berufsalltag deutlich vereinfachen.

„WE ALWAYS DELIVERED ON TIME“

The Corona pandemic brought massive changes for the production department. What was this period like for you?

We all had to learn to deal with the different situation. This ranged from preventative quarantine and childcare to rapid tests before starting work. Production had to respond even more flexibly. Because closing the kitchen studios led to anticyclical purchasing behaviour, we adapted production to the market and, for instance, shortened the annual works holiday by a week.

BAUFORMAT also continued to manufacture in crisis times, and was able to deliver all the time. How did you manage that?

The most important thing was delivering complete orders to our customers on time. To achieve this, we bundled a package of measures with a hygiene concept, avoiding unnecessary contacts, working from home, workplace analyses and rapid tests, plus a vaccination offer for staff and dependents. Another focus was on material supplies. We checked all the delivery chains all the time and acted to counter any bottlenecks. Our short response times in the production chain proved themselves when there were sudden changes, and so we actually came through the Corona pandemic really well. This time showed how well the community works. The way our staff support each other has been exemplary, both within the departments and across them.

So what is the current situation, and how do you think things will continue in the future?

Even though many of our staff have had both vaccinations, we're a long way from talking about normal. We have developed a certain routine with regard to the protective measures, and we've learnt to live with the restrictions. But I do hope that one day we'll be able to meet up again without fear and restrictions. What we can't imagine being without since Corona are the digital team meetings that have made everyday working life so much easier.

« NOUS AVONS TOUJOURS LIVRÉ DANS LES DÉLAIS »

La pandémie de coronavirus s'est accompagnée de grands changements pour la production. Comment avez-vous vécu cette période ?

Nous avons tous dû apprendre à faire face à cette nouvelle situation. Une approche allant de la quarantaine préventive et la garde d'enfants jusqu'aux tests rapides avant de commencer le jour de travail. La production a dû réagir avec encore plus de flexibilité. Parce que la fermeture des studios de cuisine a entraîné un comportement d'achat anticyclique, nous avons adapté la production au marché et raccourci, par exemple, nos congés d'entreprise d'une semaine.

Même en temps de crise, BAUFORMAT a produit en continu et pu livrer en permanence. Comment y êtes-vous parvenus ?

L'important a été avant tout l'approvisionnement ponctuel et intégral de nos clients. À cette fin, nous avons mis en place un ensemble de mesures comprenant un concept d'hygiène, l'évitement des contacts inutiles, le télétravail, des analyses sur le lieu de travail et des tests rapides, ainsi qu'un programme de vaccination pour les collaborateurs et leurs proches. Une autre priorité a été l'approvisionnement en matériaux. Nous avons constamment vérifié toutes les chaînes d'approvisionnement et pris des mesures pour répondre aux goulets d'étranglement. Nos temps de réaction courts dans la chaîne de production ont également fait leurs preuves en cas de changements soudains, de sorte que nous avons très bien surmonté la pandémie de coronavirus. Cette période a montré le bon fonctionnement de la communauté. Nos collaborateurs se sont soutenus de manière exemplaire, tant au sein des départements qu'entre les départements.

Quelle est la situation actuelle et comment envisagez-vous l'avenir ?

Malgré le grand nombre de collaborateurs ayant reçu leurs deux doses de vaccin, on ne peut pas encore parler de normalité. Nous avons développé une certaine routine dans le cadre des mesures de protection et avons appris à vivre avec les restrictions. Mais j'espère qu'à un moment donné, nous pourrions nous réunir ensemble à nouveau sans crainte et contraintes. Ce qui s'est imposé depuis la crise du coronavirus, et ne disparaîtra pas avec elle, ce sont les réunions d'équipe numériques, qui simplifient considérablement le travail quotidien.

NADINE BRIX

„DER ZUSAMMENHALT WAR EINZIGARTIG“

LEITERIN
VERTRIEBSINNENDIENST
BEI BURGER KÜCHEN



HEAD OF
INTERNAL SALES AT
BURGER KÜCHEN

RESPONSABLE
SERVICE COMMERCIAL
INTERNE CHEZ
BURGER KÜCHEN

Auch bei Burger Küchen war nach Corona sicher einiges anders als vor Corona. Wie haben Sie die Zeit der Pandemie erlebt?

Seit März 2020 hat sich der Arbeitsalltag verändert, weil einige gewohnte Abläufe im Zuge der Kontaktbeschränkungen plötzlich zum Erliegen kamen. Wir haben viele Eltern vor Ort, die natürlich auch von den Kita- und Schulschließungen betroffen waren. Dementsprechend war es eine echte Herausforderung, Privates und Berufliches in Einklang zu bringen und die termingerechte Lieferung im Tagesgeschäft zu steuern. Glücklicherweise wurde die Digitalisierung im Unternehmen in dieser Zeit stark

vorangetrieben. So konnten wir zum Beispiel Meetings viel kompakter und effektiver gestalten, ohne natürlich den wichtigen persönlichen Kontakt zu den Kunden aus den Augen zu verlieren.

Das Team von Burger Küchen hat also gut zusammengehalten?

Absolut! In den letzten Monaten haben wir gemerkt, über was für einen starken Zusammenhalt wir verfügen. Gerade die vielen Elternteile sahen sich über einen langen Zeitraum vielen Hürden

gegenüber, die sie mit Bravour gemeistert haben. Die Teamkollegen haben sie dabei fantastisch unterstützt. Ein herzliches Dankeschön an dieser Stelle an den gesamten Vertriebsinnendienst!

Was glauben Sie, wie wird das „new normal“ aussehen?

Wir leben und arbeiten schon mit Erfolg im „new normal“. Die digitale Entwicklung wurde stark beschleunigt: Wir konnten vielen Mitarbeitern mobiles Arbeiten ermöglichen und bieten inzwischen feste Homeoffice-Arbeitsplätze an. Ich könnte mir eine Hybrid-Variante aus Präsenz und Digital gut vorstellen für die Zeit nach der Pandemie. Und wir freuen uns sicher alle darüber, wenn wir wieder ohne Beschränkungen leben und arbeiten können!

„THE TEAM SPIRIT WAS UNIQUE“

A lot of things must have been different at Burger Küchen after corona. How did you experience the pandemic?

Daily working life changed in March 2020 because a number of familiar sequences suddenly came to a standstill as the result of the contact restrictions. A lot of parents work here, and they were naturally all affected by the closures of schools and childcare facilities. So it was a real challenge to achieve a balance between private and professional lives and manage prompt deliveries in our daily business. Fortunately, there was tremendous progress in digitalisation in the company during this time. For instance, we were able to make meetings far more compact and efficient without losing sight of the important personal contact to customers.

So the Burger Küchen team stuck together?

We certainly did! We have really realised in recent months just how well we all stick together. The many parents in particular had to face many hurdles over a long period of time, and they handled them with flying colours. Their teamcolleagues gave them fabulous support. So a huge „thank you“ at this point to everyone on the Sales Service Inland team!

What do you think the „new normal“ is going to be like?

We're already successfully living and working the „new normal“. Digital development has accelerated tremendously, and many of our colleagues are now able to be mobile and have an established working from home set-up. I can well imagine a hybrid version of presence and digital for the time after the pandemic. And we're all looking forward to being able to live and work without restrictions!

« LA COHÉSION ÉTAIT UNIQUE »

Chez Burger Küchen également, les choses étaient certainement différentes après la crise du coronavirus qu'avant. Comment avez-vous vécu la période de la pandémie ?

Depuis mars 2020, le quotidien professionnel a changé étant donné que certains processus dont nous étions familiers ont été subitement interrompus à la suite des restrictions des contacts.

Nous avons de nombreux parents sur place qui ont, bien entendu, été également touchés par la fermeture des garderies

et des écoles. En conséquence, un véritable défi a été de concilier vie privée et vie professionnelle et de gérer le respect des délais dans les affaires courantes. Heureusement, la numérisation a été fortement développée dans l'entreprise pendant cette période. Par exemple, nous avons pu rendre les réunions beaucoup plus compactes et efficaces sans perdre de vue l'importance du contact personnel avec les clients.

L'équipe de Burger Küchen a donc fait preuve d'une bonne cohésion ?

Absolument ! Ces derniers mois, nous avons remarqué la forte cohésion qui existe entre nous. Les nombreux parents, en particulier, ont dû faire face, pendant une période prolongée, à de nombreux obstacles, qu'ils ont surmontés avec brio. Les collègues de leur équipe leur ont apporté un soutien fantastique. Un grand merci dès à présent à toute l'équipe de vente interne !

À quoi ressemblera, selon vous, la « nouvelle normalité » ?

Nous vivons et travaillons déjà avec succès dans le cadre de la « nouvelle normalité ». Le développement numérique s'est fortement accéléré : nous avons pu permettre à de nombreux collaborateurs de travailler sur le mode mobile et proposons désormais des postes de télétravail fixes. Je pourrais très bien imaginer une variante hybride présentiel/numérique pour la période suivant la pandémie. Et nous serons certainement tous heureux lorsque nous pourrons à nouveau vivre et travailler sans restrictions !

LARS KNAAK

EXPORTMANAGER BEI
DER BAUMANN GROUP
FÜR DIE LÄNDER
FRANKREICH, SPANIEN
UND SCHWEIZ

EXPORT MANAGER AT
THE BAUMANN GROUP
FOR FRANCE, SPAIN
AND SWITZERLAND

DIRECTEUR EXPORT
CHEZ BAUMANN GROUP
POUR LES PAYS FRANCE,
ESPAGNE ET SUISSE

„WIR SIND IMMER FÜR UNSERE KUNDEN DA“

Die Corona-Pandemie hat die Vertriebswelt auf den Kopf gestellt. Wie hat sich Ihre Arbeit seither verändert?

Es hat sich von einem Tag auf den anderen fast alles geändert. Statt im Auto oder Flugzeug saßen wir im Homeoffice, statt vor Ort mit unseren Kunden zu sprechen, haben wir sie über den Bildschirm gesehen. Wir mussten also viele Dinge neu

organisieren, koordinieren und improvisieren. Dank der tollen Zusammenarbeit, der schnellen Umstellung auf digitale Vertriebswege und durchgängigen Produktion aber konnten wir sichere Lieferungen garantieren. Wir waren immer für unsere Kunden da!

Zusammen mit Ihrem Team verzeichnen Sie ein Umsatzplus von über 20 Prozent im gesamten Verkaufsgebiet. Wie ist Ihnen das gelungen?

Wir pflegen enge und vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Partnern. Sie kennen und schätzen uns, weil sie sich zu 100 Prozent auf uns verlassen können. Wir konnten sogar neue Kunden hinzugewinnen, weil wir ihnen hervorragende Perspektiven und ein Rundum-Sorglos-Paket bieten. Passend dazu haben wir in Zusammenarbeit mit einem Verband ein schlüsselfertiges Handelskonzept erarbeitet. Unter der Lizenzmarke **#kitchenfamily** bieten wir Händlern alles aus einer Hand – vom Vertrieb über die IT bis hin zum Marketing. Dieses einzigartige Gesamtpaket wird sehr gut angenommen und bietet reichlich Potenzial für die Zukunft. Ich bin gespannt auf die Zugriffe auf die von uns gestaltete Webseite **www.kitchenfamily.fr**, die sowohl französische Endkunden als auch zukünftige Händler anspricht.

Apropos Zukunft: Glauben Sie, Ihr Arbeitsalltag wird nach Corona derselbe sein wie zuvor?

Küchen sind ein emotionales Produkt und der persönliche Austausch vor Ort ist durch nichts zu ersetzen. Wir werden also weiterhin viel im Verkaufsgebiet unterwegs sein. Die digitalen Kommunikationswege bilden aber eine sinnvolle Ergänzung. Dank des Homeoffice sehe ich meine Frau und unsere beiden Söhne sehr viel häufiger als zuvor. Es ist schön, mehr Zeit fürs Familienleben und für Hobbys zu haben. Ich würde mich also über einen gesunden Mix aus analog und digital freuen (lacht)!

„WE ARE ALWAYS THERE FOR OUR CUSTOMERS“

The Corona pandemic has turned the sales world upside down. How has your work changed since then?

Just about everything changed, overnight. Instead of being in the car or on an aeroplane, we were working from home. Instead of talking to our customers on-site, we saw each other on screens. So we had to reorganise, coordinate and improvise a lot. But thanks to the terrific way people worked together, the speedy transition to digital retail channels and continuous production, we were able to guarantee safe deliveries. We were always there for our customers!

You and your team have achieved a 20% increase in turnover across the sales region. How did you manage that?

We maintain close and trusting relationships with our partners. They know us and appreciate us, because they can rely on us absolutely and completely. We've even been able to acquire new customers because we can offer them excellent perspectives and a worry-free package. And to go with that, we have collaborated with an association to create a turnkey retail concept. Under the licence brand **#kitchenfamily** we offer retailers everything from a single source – from the commercial planning, sales and IT to marketing. This unique complete package is very well received

and offers potential for the future. I am looking forward to the access to the website we created, **www.kitchenfamily.fr**, which addresses both French end users and future retailers. **Talking of the future, do you think your working day will be the same after Corona as it was before?**

Kitchens are an emotional product, and nothing can replace local personal exchanges. So we shall continue to spend a lot of time travelling around the sales region. But the digital communication channels are a worthwhile addition. And thanks to working from home, I see much more of my wife and our two sons than I did before. It's lovely having more time for family life and hobbies. So I'd love to see a healthy mix of analogue and digital (laughs)!

« NOUS SOMMES TOUJOURS LÀ POUR NOS CLIENTS »

La pandémie de Corona a bouleversé le monde de la vente. Comment votre travail a-t-il changé depuis ?

Presque tout a changé du jour au lendemain. Au lieu de nous déplacer en voiture ou en avion, nous avons pratiqué le télétravail, au lieu de nous entretenir sur place avec nos clients, nous les avons vus par écrans interposés. Nous avons également dû réorganiser, coordonner et improviser de nombreuses choses. Toutefois, grâce à l'excellente coopération, à la conversion rapide aux canaux de distribution numériques et à la production continue, nous avons réussi à garantir des livraisons sûres. Nous avons toujours été là pour nos clients !

Avec votre équipe, vous enregistrez une augmentation du chiffre d'affaires de plus de 20 % dans l'ensemble de la zone de vente. Comment y êtes-vous parvenus ?

Nous entretenons des relations étroites et de confiance avec nos partenaires. Ils nous connaissent et nous apprécient parce qu'ils peuvent se fier à nous à 100 %. Nous avons même réussi à attirer de nouveaux clients parce que nous leur offrons d'excellentes perspectives et un ensemble de prestations sans souci. En parallèle, nous avons développé un concept commercial clé en main en collaboration avec une association. Sous la marque sous licence **#kitchenfamily**, nous offrons aux revendeurs toutes les prestations sous une seule enseigne – de la planification de la gestion au marketing, en passant par la distribution et l'informatique. Cet ensemble de prestations unique est très bien accueilli et offre un potentiel pour l'avenir. Je suis impatient de voir comment le site Web **www.kitchenfamily.fr**, que nous avons conçu, sera accueilli par les clients finaux français ainsi que par les futurs revendeurs.

À propos d'avenir : pensez-vous que votre quotidien professionnel sera le même après le coronavirus qu'avant ?

Les cuisines sont un produit affectif et rien ne peut remplacer un échange personnel sur place. Nous continuerons donc à beaucoup circuler dans la zone de vente. Les moyens de communication numériques demeureront cependant un complément pertinent. Grâce au télétravail, je vois ma femme et nos deux fils beaucoup plus souvent qu'avant. C'est agréable d'avoir plus de temps pour la vie de famille et les loisirs. J'apprécierais donc un mélange sain d'analogique et de numérique (rires) !



JETTE - SCHWARZ SEIDENMATT
ANABELLE - ALPINE OAK

ARTWORK
BY NATURE

new home

DIE NEUE WOHNLICHKEIT

»My home is my castle«: In Krisenzeiten rückt das Zuhause verstärkt in den Fokus. Der Trend, das Wohnen zu optimieren und ans eigene Lebensgefühl anzupassen, ist schon länger zu beobachten. In den Metropolen stehen dafür immer weniger Quadratmeter pro Kopf zur Verfügung.

Selbst wer viel Wohnfläche zur Verfügung hat, wünscht sich dort geballten Komfort. Für die wachsenden Ansprüche haben wir uns intensiv mit den Themen Flexibilität und Stauraum auseinandergesetzt. NEWhome bietet jede Menge Planungsspielraum. Mit Buffets, Tresen, Homeoffice und Hauswirtschaftsraum: Multifunktionale Möbel und Regalsysteme schaffen Platz und werden zu Mittlern zwischen Lebensbereichen. Neu im Programm sind flächenbündige Spülen und Kochfelder, die den wohnlichen Charakter unterstreichen. Großzügigkeit versprechen die neuen Farbtrends. Die fein aufeinander abgestimmten Nuancen erlauben viele Kombinationen. Holzdekore und New Neutrals wie Alpin, Greige und Scandi brechen die Grenzen von Küche, Wohn- und Arbeitsbereich auf.

Unser Mix & Match vereint ganz unterschiedliche Materialien, Texturen und Wohnstile miteinander. Die Trend-Themen 2022 heißen Spectral Rainbow, International Style, Modern Classic, Trash & Cycling, Mindful & Pure et Green Urbaning. Tipp: Unsere passenden Moodboardkarten vermitteln Ihnen und Ihren Kunden einen ersten Eindruck und sind eine praktische Orientierungshilfe fürs erste Beratungsgespräch.

THE NEW HOMELINESS

»My home is my castle«: in towards of crisis, we focus increasingly on our home. The trend to optimising living and adapting it to our own attitude to life has been evident for some time. In towns & cities, there are fewer and fewer square metres available per capita.

Even those who have a lot of living space available want to find comfort there. To meet these growing demands, we have addressed the topics of flexibility and storage space in great depth. NEWhome offers a tremendous amount of planning leeway. With buffets, counters, home office and utility room: multifunctional furniture and shelf systems create space and become borders between the various living areas. New in the pro-

LA NOUVELLE TENDANCE DU CHEZ-SOI

« My home is my castle » ou, en français, mon chez-moi, c'est mon château : en temps de crise, l'attention se porte de plus en plus sur le logement. Il y a longtemps que l'on observe la tendance visant à optimiser ses quatre murs et à les adapter à son propre style de vie. Dans les métropoles, de moins en moins de mètres carrés par habitant sont disponibles pour à cet effet.

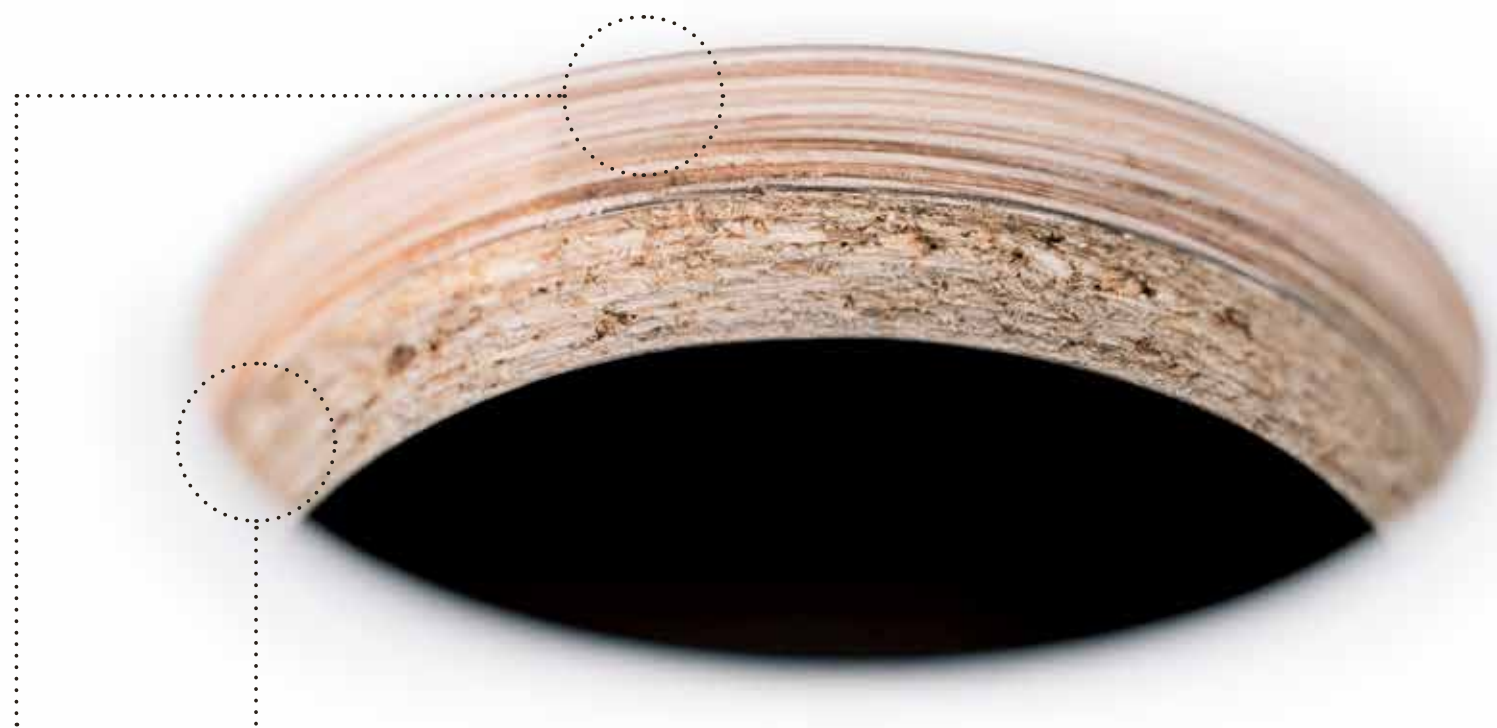
Même ceux qui disposent d'une grande surface habitable veulent y concentrer un maximum de confort. Pour répondre à des exigences croissantes, nous nous sommes penchés de manière intensive sur les thèmes de la flexibilité et de l'espace de rangement. NEWhome offre une grande liberté de planification. Avec des buffets, des comptoirs, des bureaux à domicile et une arrière-cuisine, les meubles et systèmes étagères multifonctionnelles créent de l'espace et se font intermédiaires entre les espaces de vie. Nouveaux dans le programme : les éviers encastrés et plaques de cuisson qui soulignent l'aspect du bien-être chez soi. Les nouvelles tendances en matière de couleurs promettent de la générosité. Les nuances coordonnées avec délicatesse permettent de nombreuses combinaisons. Les décors bois et les New Neutrals tels qu'Alpin, Grège et Scandi abolissent les frontières entre la cuisine, le salon et les espaces de travail.

Notre Mix & Match réunit des matériaux, textures et styles de logement très différents. Les thèmes tendances de 2022 s'intitulent Spectral Rainbow, International Style, Modern Classic, Trash & Cycling, Mindful & Pure et Green Urbaning. Conseil : nos cartes d'ambiance assorties vous donnent une première impression et constituent une aide à l'orientation pratique pour le premier entretien de conseil.

gramme are flush-fit sinks and hobs that underline the homely character. The new colour trends promise generosity. Creating lots of different combinations is easy with the finely matched nuances. Wood decors and new neutrals such as Alpine, greige and Scandi break down the boundaries between kitchen, living and working areas.

Our Mix & Match combines very different materials, textures and living styles. The trend themes for 2022 are Spectral Rainbow, International Style, Modern Classic, Trash & Cycling, Mindful & Pure and Green Urbaning. Tip: Our matching mood board cards will give you and your customers a first impression, and are a practical orientation tool in the initial consultation.





INNOVATION MIT TRADITION

In Ägypten wurde Plywood vor 4000 Jahren erfunden. Vor 160 Jahren wurde das Verfahren dann wiederentdeckt, um im 20. Jahrhundert namhafte Designer zu begeistern. Sie schufen daraus Stilikonen wie z. B. Eames Lounge Chair.

Plywood hat viele überzeugende Eigenschaften. Es wird gern dort eingesetzt, wo trotz hoher Belastungen schmale Querschnitte gewünscht sind. Wörtlich übersetzt bedeutet Plywood „Sperrholz“. Wir verwenden ausschließlich massives Pappel- oder Birkensperholz, das in Schichten rechtwinklig kreuzverleimt wird. Dadurch erzielen wir große Stabilität bei relativer Leichtigkeit. Außerdem kommt es zu einer deutlich geringeren Quellung zwischen Platte und Kante bei Wassereintritt als bei anderen Holzwerkstoffen. Deshalb halten wir Plywood für ideal, um daraus widerstandsfähige Küchen für Regionen mit hoher Luftfeuchtigkeit zu bauen. Übrigens: Von außen sieht eine Plywood-Küche genauso wie jede andere BAUFORMAT-Küche aus.

Auf Wunsch setzen wir die mehrschichtverleimten, wasserfesten Sperrholzplatten mit der beidseitigen weißen Folienbeschichtung für komplette Küchenplanungen ein. Gern wird Plywood auch nur im Spülenbereich geplant, da es deutlich toleranter und resistenter im Vergleich zu anderen Materialien im Hinblick auf Wasserkontakt ist – auch bezüglich eines möglichen Aufquellens der Kanten. Die Ausführung „Plywood“ steht für Korpusseiten/-böden und -passstücke, Einlegeböden und Sichtseiten in der lackierten Ausführung (HL/SL/ML) zur Auswahl. Tipp: Sehr viele unserer BAUFORMAT-Modelle können mit Plywood ausgerüstet werden. Die Artikel, bei denen diese Korpusausführung nicht möglich ist, sind im Verkaufshandbuch mit einem Piktogramm ausgestattet, das ein durchgestrichenes „PLY“-Symbol an der Artikelbeschreibung zeigt.

INNOVATION WITH TRADITION

Plywood was invented 4000 years ago in Egypt. The process was rediscovered 160 years ago in order to inspire well-known designers in the 20th century. They created style icons such as the Eames Lounge Chair from it.

Plywood has many convincing properties. It is often used where narrow cross-sections are desired despite high loads. It is made from thin layers or „plies“ of wood that are glued together. We only use solid poplar or birch plywood, which is cross-glued in layers at right angles. This enables us to achieve greater stability with relative lightness. There is also significantly less swelling between the panel and edge if water penetrates than with other wood-based materials. This is why we think plywood is ideal for building resilient kitchens for regions with high humidity. Incidentally, on the outside a plywood kitchen looks just like any other BAUFORMAT kitchen.

On request, we will use the multi-layer glued, waterproof plywood panels with the white foil coating on both sides for complete kitchen planning. Plywood is also often only used for the sink as it is far more tolerant and resistant than other materials when it comes into contact with water – also with regard to possible swelling of the edges. The “Plywood” version is available for carcass sides / shelves and fillers, and visible sides in the lacquered version (HL/SL/ML). Tip: Very many of our BAUFORMAT models can be fitted with plywood. The items for which this carcass specification is not available are identified in the sales manual with a pictogram beside the article description consisting of the letters “PLY” crossed out.

INNOVATION ET TRADITION

Le contreplaqué (en anglais « plywood ») a été inventé en Égypte il y a 4000 ans. Il y a 160 ans, le procédé a ensuite été redécouvert pour inspirer des designers de renom au XXe siècle. Ils l'ont utilisé pour créer des icônes de style telles que la chaise longue Eames.

Le contreplaqué possède de nombreuses propriétés convaincantes. Il est souvent utilisé là où l'on souhaite des sections transversales étroites en dépit de sollicitations élevées. Selon Wikipédia, le contreplaqué est « un panneau à base de bois obtenu par collage de couches adjacentes à fils croisés ». Nous n'utilisons que du contreplaqué massif de peuplier ou de bouleau, lequel est collé en couches croisées à angles droits. De quoi nous permettre d'obtenir une grande stabilité avec une légèreté relative. En outre, le gonflement entre le panneau et le chant lorsque l'eau pénètre est nettement moins important qu'avec d'autres matériaux à base de bois. C'est pourquoi nous considérons le contreplaqué comme idéal pour la construction de cuisines résistantes dans les régions à humidité de l'air élevée. À propos : de l'extérieur, une cuisine en contreplaqué ressemble à n'importe quelle autre cuisine BAUFORMAT.

Sur demande, nous utilisons des panneaux de contreplaqué à collage de couches multiples, imperméables et revêtus d'une feuille blanche sur les deux faces pour les planifications de cuisine complètes. Le contreplaqué est également souvent utilisé uniquement dans la zone de l'évier, étant donné qu'il est nettement plus tolérant et résistant par rapport à d'autres matériaux en termes de contact avec l'eau – y compris en ce qui concerne un gonflement possible des chants. La version « Plywood » est disponible pour les côtés et le fond du corps, les tablettes amovibles et les côtés visibles dans la version laquée (HL/SL/ML). Conseil : bon nombre de nos modèles BAUFORMAT peuvent être dotés de contreplaqué. Les articles pour lesquels cette présentation de corps n'est pas possible sont dotés, dans le manuel de vente, d'un pictogramme représentant un symbole « PLY » biffé au niveau de la description de l'article.



EVERYTHING AT A GLANCE: QR CODES ON EVERY FRONT

ALLES AUF EINEN BLICK: QR-CODES AN JEDER FRONT

D'UN SEUL COUP D'ŒIL :
DES CODES QR SUR CHAQUE FAÇADE

Ab September finden Sie auf den Fronten von BAUFORMAT, burger und badea Frontmuster-Etiketten mit QR-Codes. Wir sind der erste Hersteller in unserer Branche, der damit am Point of Sale auf mehr Komfort setzt.

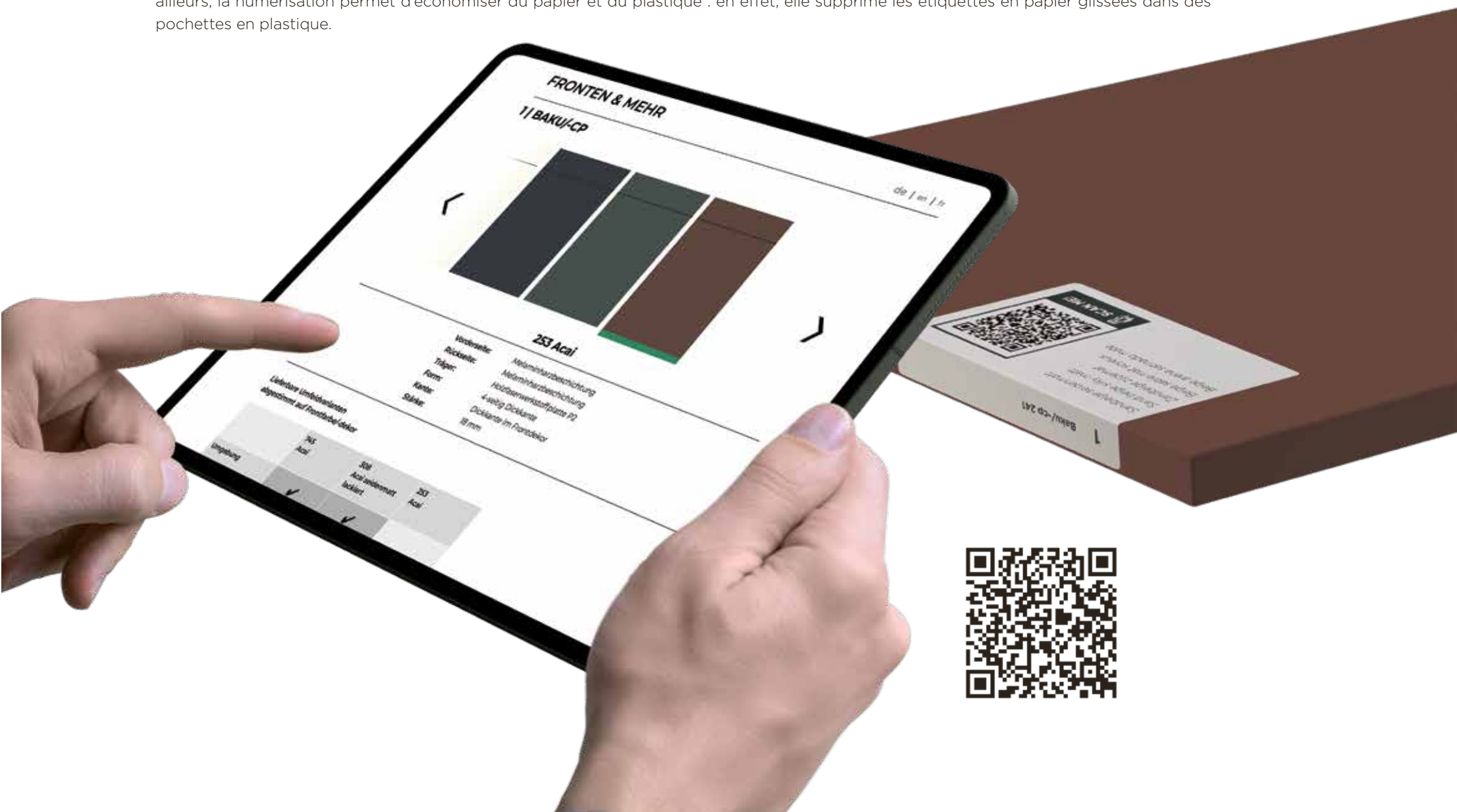
Nehmen wir an, Sie stehen mit einem Kunden mitten im Beratungsgespräch an einer Ihrer Musterküchen. Ihr Kunde stellt gezielte Fragen nach den Ergänzungsmöglichkeiten rund um seine Wunschfront. Ab sofort können Sie nun einfach Ihr Smartphone oder Tablet zücken und das digitale Frontmuster-Etikett einscannen. Ruckzuck haben Sie alle wichtigen Infos zur Hand. Denn der QR-Code leitet Sie direkt auf eine Webseite, auf der alles übersichtlich hinterlegt ist. Mit den neuen Etiketten werden wir noch internationaler: Denn die Modell-Infos haben wir in fünf Sprachen hinterlegt (D, GB, NL, F, E). Ganz nebenbei spart die Digitalisierung Papier und Plastik, weil sie mit den Papieretiketten in Kunststofftaschen Schluss macht.

From September, you will find front sample labels with QR codes on BAUFORMAT, burger and badea fronts. We are the first manufacturer in our industry to focus on more comfort at the point of sale.

Let's say you are standing with a customer in a display kitchen in the middle of the consultation. Your customer is asking specific questions about the additional possibilities with regard to the chosen front. From now on, you can simply take out your smartphone or tablet and scan the digital front sample label. In no time at all, you'll have all the important information to hand. That's because the QR code will take you directly to a website where everything is clearly stored. The new labels are making us even more international. That's because we have stored all the model information in five languages (D, GB, NL, F, E). And quite incidentally, digitalisation saves paper and plastic, because it puts an end to the use of paper labels in plastic bags.

À partir de septembre, vous trouverez des étiquettes d'échantillon de façade munies de codes QR sur les façades de BAUFORMAT, burger et badea. Nous sommes le premier fabricant de notre secteur à mettre l'accent sur une plus grande commodité au point de vente.

Supposons que vous soyez en plein entretien de conseil avec un client dans l'une de vos cuisines d'exposition. Votre client pose des questions spécifiques sur les options complémentaires offertes par la façade qu'il souhaite. Dès à présent, il vous suffit de sortir votre smartphone ou votre tablette et de scanner l'étiquette numérique de l'échantillon de façade. En un tournemain, vous avez toutes les informations importantes sous les yeux. En effet, le code QR vous amène directement sur un site Web où tout est présenté en toute clarté. Avec les nouvelles étiquettes, nous devenons encore plus internationaux : en effet, nous avons stocké les informations sur les modèles en cinq langues (D, GB, NL, F, E). Par ailleurs, la numérisation permet d'économiser du papier et du plastique : en effet, elle supprime les étiquettes en papier glissées dans des pochettes en plastique.



„DIE GENERATION Z UND DER MITTELSTAND PASSEN PERFEKT ZUSAMMEN“

DIE JUGEND VON HEUTE STEHT FÜR DIE ARBEIT-NEHMER VON MORGEN: DIE GENERATION Z BEZEICHNET ALLE JUNGEN MENSCHEN, DIE ZWISCHEN 1995 UND 2010 GEBOREN WURDEN. SABINE BROCKSCHNIEDER, GESCHÄFTSFÜHRERIN BEI DER BAUMANN GROUP UND UNTER ANDEREM VERANTWORTLICH FÜR DEN BEREICH HUMAN RESOURCES, GIBT WERTVOLLE EINBLICKE IN DIE WERTVORSTELLUNGEN UND BEDÜRFNISSE DER „GEN Z“.

Die nächste Generation Arbeitnehmer steht schon längst in den Startlöchern, um den Markt zu erobern. Mit neuen Perspektiven und einer erfrischenden Andersartigkeit stellen sie Unternehmen vor neue Aufgaben. Wie können wir als industrieller Mittelstand diese junge Power für uns gewinnen und zum Favoriten der Generation Z werden? Mit jeder Generation folgt ein neues Mindset. Der junge Nachwuchs erscheint mental mobil, global interessiert und dennoch lokal verankert. Besonders Fragen der Nachhaltigkeit formen den Alltag und beeinflussen Entscheidungen der neuen Generation. Mit Blick in die Zukunft möchten sie Themen wie Umweltbewusstsein und Fortschritt voranbringen, gerne auch in eigener Verantwortung und mit starken Initiativen. Den Nachwuchsführungskräften ist ein gut bezahlter Job wichtig, der Spaß macht. Auch Individualismus steht an hoher Stelle – sich beruflich selbst zu verwirklichen, wird allerdings zur Priorität.

Dieser Generation ist es wichtiger denn je, eigene Ideen zu haben und zu verfolgen. Sie möchten über neue Ansätze diskutieren und voneinander lernen. Mein persönliches Fazit: Die junge Generation und der Mittelstand ergänzen sich perfekt. Hier treffen Mut auf Erfahrung und neue Ideen auf systematische Innovation. Wir als Unternehmen können mit Umweltschutz, Fortschritt und Work-Life-Balance punkten, doch besonders wichtig ist, dass wir mit Glaubwürdigkeit und Authentizität überzeugen. Denn Werte leben statt nur reden ist nicht nur der Schlüssel zur neuen Generation, sondern zu allen Mitarbeitern.



«GENERATION Z AND THE MID TIER ARE A PERFECT COMBINATION»

THE YOUTH OF TODAY ARE THE EMPLOYEES OF TOMORROW: THE TERM GENERATION Z REFERS TO ALL YOUNG PEOPLE WHO WERE BORN BETWEEN 1995 AND 2010. SABINE BROCKSCHNIEDER, MANAGING DIRECTOR OF THE BAUMANN GROUP AND RESPONSIBLE, AMONG OTHER THINGS, FOR HUMAN RESOURCES, PROVIDES SOME VALUABLE INSIGHTS INTO THE IDEALS AND NEEDS OF “GEN Z”.

The next generation has long been in the wings, waiting to conquer the market. With new perspectives and a refreshing differentness, it presents companies with new tasks. How can we as a medium-sized company win this young market for ourselves and become the favourite of the Generation Z? Every generation brings with it a new mindset. The up-and-coming generation comes across as mentally mobile, globally interested and yet with local roots. Questions of sustainability shape the everyday lives and influence the decisions made by the new generation. With an eye to the future, they want to advance issues such as environmental awareness and progress, and are happy to do so under their own responsibility and with strong initiatives. Having a well-paid

job that they enjoy is important to young executives. Individualism is also important - although realising themselves professionally is the priority. It is more important to this generation than any before that they should have and follow their own ideas. Every generation brings a new mindset. My personal summary: the young generation and the mid tier complement each other perfectly. Courage meets experience, new ideas systematic innovation. As a company, we can win points for environmental care, progress, and our work/life balance, but it is particularly important that we appeal for plausibility and authenticity. Because living values instead of just talking about them is not only the key to the new generation, but to all our colleagues.

SABINE BROCKSCHNIEDER, GESCHÄFTSFÜHRERIN DER BAUMANN GROUP

SABINE BROCKSCHNIEDER, MANAGING DIRECTOR OF THE BAUMANN GROUP

SABINE BROCKSCHNIEDER, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE BAUMANN GROUP

« LA GÉNÉRATION Z ET LES ENTREPRISES MOYENNES S'ENTENDENT À MERVEILLE »

LA JEUNESSE D'AUJOURD'HUI REPRÉSENTE LES SALARIÉS DE DEMAIN : LA GÉNÉRATION Z DÉSIGNE TOUS LES JEUNES QUI SONT NÉS ENTRE 1995 ET 2010. SABINE BROCKSCHNIEDER, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE BAUMANN GROUP ET RESPONSABLE DES RESSOURCES HUMAINES, NOTAMMENT, FOURNIT DES INFORMATIONS PRÉCIEUSES SUR LES VALEURS ET LES BESOINS DE LA « GÉNÉRATION Z ».

La nouvelle génération de salariés est depuis longtemps dans les starting-blocks afin de conquérir le marché. Avec de nouvelles perspectives et une différence rafraîchissante, ils placent les entreprises face à de nouvelles tâches. Comment pouvons-nous, en tant que moyenne entreprise industrielle, conquérir ce jeune pouvoir et devenir le favori de la génération Z ? Chaque génération est porteuse d'un nouvel état d'esprit. La jeune génération semble être mobile mentalement, intéressée par le monde entier et pourtant ancrée localement. Les questions de durabilité, en particulier, imprègnent la vie quotidienne et influencent les décisions de la nouvelle génération. Tournés vers l'avenir, ils veulent des avancées sur des questions telles que le souci de l'environnement et le progrès, si possible également sous leur propre responsabilité et avec des initiatives fortes. Pour la relève, un travail bien rémunéré et plaisant est important. L'individualisme figure également en bonne place – mais se réaliser sur le plan professionnel devient une priorité. Pour cette génération, il est plus important que jamais d'avoir et de poursuivre ses propres idées. Ils veulent discuter de nouvelles approches et apprendre les uns des autres. Ma conclusion personnelle : la jeune génération et les entreprises moyennes se complètent à merveille. Le courage rencontre l'expérience et les nouvelles idées rencontrent l'innovation systématique. En tant qu'entreprise, nous pouvons marquer des points avec la protection de l'environnement, le progrès et l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, mais il est particulièrement important de convaincre par la crédibilité et l'authenticité. En effet, vivre les valeurs au lieu de simplement en parler n'est pas seulement la clé pour la nouvelle génération, mais pour tous les collaborateurs.

GENTLE SENSUOUSNESS

SANFTE SINNICHKEIT

SENSUALITÉ TOUTE EN DOUCEUR

CINDY - GREIGE

BAUFORMAT

INDIVIDUELLER ALS JE ZUVOR

Der Trend zu höheren Schränken und damit zu einem Plus an Stauraum beim Kochen und Wohnen setzt sich fort. Wir haben unser Programm entsprechend angepasst: Für noch mehr Planungsfreiheit ergänzt BAUFORMAT sein umfassendes Typenprogramm um die neue Korpushöhe 845 mm, die die bestehenden Korpushöhen ergänzt. Ergonomische Arbeitshöhen, die auf den Hauptnutzer der Küche abgestimmt sind, lassen sich damit nun noch leichter verwirklichen. Übrigens: BAUFORMAT startet mit den zusätzlichen Korpushöhen bei den grifflosen Küchen im gesamten Farb- und Frontenspektrum.

Ein Planungstipp: Speziell für die neue Korpushöhe 845 mm haben wir ab sofort den neuen BURG XL-Geschirrspüler BSV60-9TTSD XI im Programm. Er nutzt die Höhe komplett aus und überzeugt dadurch mit einem spürbar größeren Innenraumvolumen. Mehr erfahren Sie auf Seite 32.

MORE INDIVIDUAL THAN EVER BEFORE

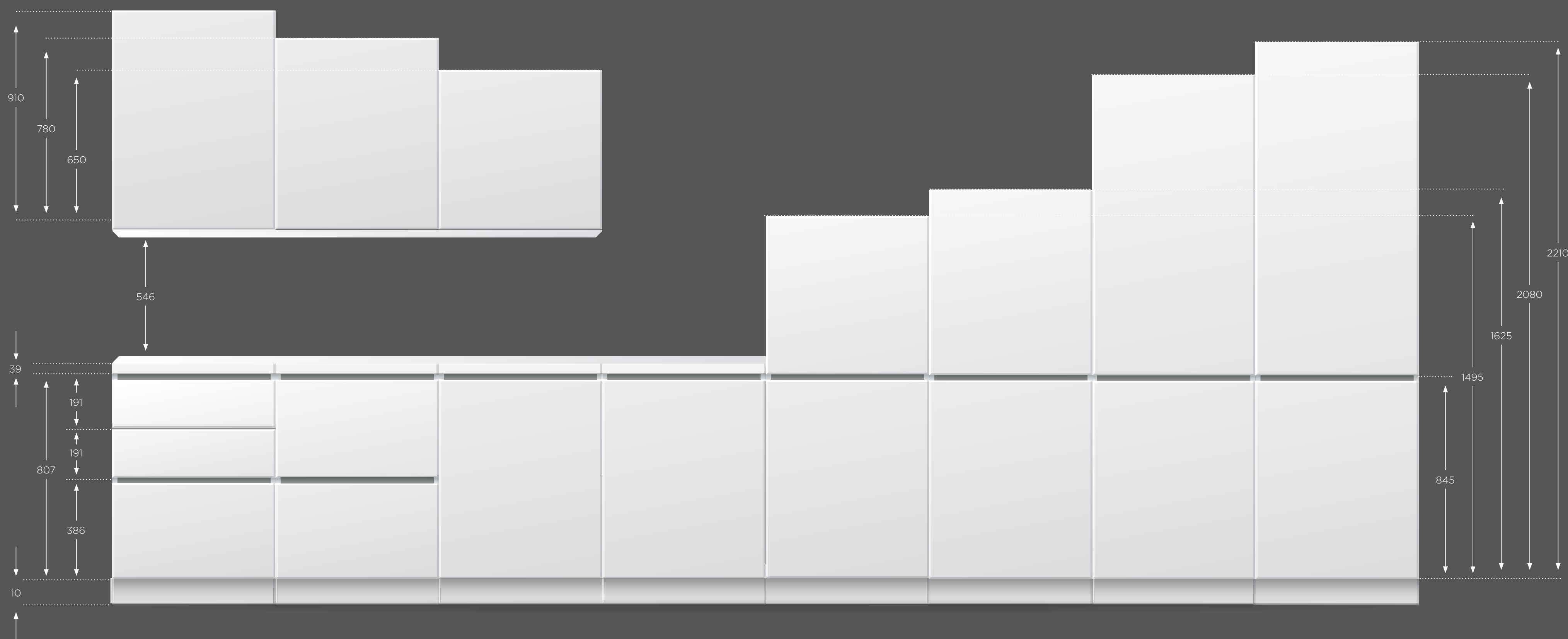
The trend towards larger, higher cabinets and thus towards an increase in storage space when cooking and living continues. We have adapted our range accordingly: for even greater planning freedom, BAUFORMAT is adding the new carcass height 845 mm, which complements the existing carcass heights, to its comprehensive range of types. This makes it even easier to achieve ergonomic working heights that are tailored to the main user of the kitchen. Incidentally, BAUFORMAT is adding the additional carcass heights in the entire colour and front range of handleless kitchens.

A planning tip: We have now added the new BURG XL dishwasher BSV60-9TTSD XI to our programme, specifically for the new carcass height of 845 mm. It makes full use of the height, and appeals for its noticeably larger interior. Find out more on page 32.

PLUS PERSONNALISÉ QUE JAMAIS

La tendance à l'utilisation d'armoires plus hautes et donc à l'augmentation de l'espace de rangement pour cuisiner et vivre continue. Nous avons adapté notre programme en conséquence : pour une liberté de planification encore plus grande, BAUFORMAT ajoute à sa vaste gamme de types la nouvelle hauteur de corps de 845 mm, qui complète les hauteurs de corps existantes. Les hauteurs de travail ergonomiques, adaptées à l'utilisateur principal de la cuisine, sont désormais encore plus faciles à réaliser. À ce propos : BAUFORMAT propose désormais des hauteurs de corps supplémentaires pour les cuisines sans poignées dans toute la gamme de couleurs et de façades.

Un conseil de planification : spécialement pour la nouvelle hauteur de corps de 845 mm, nous avons dès à présent le nouveau lave-vaisselle XL BURG BSV60-9TTSD XI dans notre programme. Il exploite pleinement la hauteur et impressionne ainsi par un volume intérieur nettement supérieur. Pour en savoir plus, consultez la page 32.



BURGER KÜCHEN

IMMER AUF DER RICHTIGEN HÖHE

Rückengerecht zu planen, wird jetzt noch einfacher: Denn in puncto Ergonomie und Planungsvielfalt zieht auch burger Küchen kräftig nach. Mit der neuen Korpushöhe von 796 mm und den drei neuen Seitenschrankhöhen, die das bestehende Korpushöhenprogramm ergänzen, dürfen sich Planer auf noch mehr individuelle Freiheit freuen. Die neuen Höhen sorgen je nach Konzept für ein spürbares Mehr beim Stauraumvolumen – ein zusätzliches Argument in Verkaufsgesprächen. Übrigens: burger Küchen startet mit den zusätzlichen Korpushöhen im gesamten Farb- und Frontenspektrum bei Küchen mit Griff.

ALWAYS AT THE RIGHT HEIGHT

Back-friendly planning is now easier than ever, because in terms of ergonomics and planning diversity, burger Küchen are up there with the best. With the new carcass height of 796 mm and the three new tall unit heights that complement the current carcass height range, planners can look forward to even more individual freedom. Depending on the concept, the new heights provide a noticeable increase in storage space – an additional argument in sales negotiations. Incidentally, BAUFORMAT is adding the additional carcass heights in the entire colour and front range of kitchens with handles.

TOUJOURS À LA BONNE HAUTEUR

Il est désormais encore plus aisé de planifier de façon à ménager le dos : en effet, burger Küchen donne un coup d'accélérateur sur le plan de l'ergonomie et de la diversité de planification. Avec la nouvelle hauteur de corps de 796 mm et les trois nouvelles hauteurs d'armoire qui complètent le programme de hauteurs de corps existant, les planificateurs de cuisines peuvent tabler sur une liberté individuelle encore accrue. Selon le concept, les nouvelles hauteurs offrent un gain sensible d'espace de rangement – un argument supplémentaire lors des entretiens de vente. À ce propos : burger Küchen propose désormais des hauteurs de corps supplémentaires dans toute la gamme de couleurs et de façades pour les cuisines avec poignées.



FULL OF ATMOSPHERE

BAUFORMAT 24 | 25

VOLLER ATMOSPHÄRE

UN MAXIMUM D'ATMOSPHÈRE

GIRONA S - BLACK GREEN SEIDENMATT

REDISCOVER IT NOW

JETZT NEU ENTDECKEN

SCHAUEN SIE DOCH MAL REIN: AB SOFORT SIND UNSERE NEUEN INTERNETAUFTRITTE FÜR BAUFORMAT, BURGER KÜCHEN UND DIE #KITCHENFAMILY 24/7 FÜR SIE DA!

WHY NOT POP IN AND HAVE A LOOK: OUR NEW INTERNET IMAGES FOR BAUFORMAT, BURGER KÜCHEN AND THE #KITCHENFAMILY 24/7 ARE WAITING FOR YOU!

Aktualisiert und trendstark heißen unsere neuen Markenauftritte Interessierte im Netz willkommen. Mit nur wenigen Klicks kann man tief in unsere Küchen-Erlebniswelten eintauchen und findet dort rund um die Uhr z. B. einen Online-Küchenplaner und eine umfangreiche Übersicht über die einzigartige Typen- und Oberflächenvielfalt mit gut verständlichen Materialbeschreibungen. Spannend ist auch der virtuelle Rundgang durch unser Ausstellungszentrum in Löhne/Westfalen. Eine Übersicht über die Qualitätssiegel und Auszeichnungen, die unseren Marken bereits verliehen wurden, und einige Fakten rund um unsere Unternehmen runden Ihren Besuch im Netz ab. Einfach mal reinklicken!

Updated and trendy, our new brand images welcome interested parties to the net. Just a few clicks, and you can dive deep into our kitchen experience worlds and - whatever the time of night or day - find e.g. an online kitchen planner and a comprehensive overview of the unique variety of types and surfaces with easy-to-understand material descriptions. The virtual tour of our exhibition centre in Löhne/Westphalia is also exciting. An overview of the quality seals and awards that our brands have already received and various facts on our companies completes your visit to the net. Just click in!

Actualisées et tendance, les nouvelles présentations de nos marques accueillent les visiteurs intéressés sur le Web. En seulement quelques clics, vous pouvez vous immerger dans nos univers de cuisines et trouver, par exemple, un planificateur de cuisine en ligne et un aperçu complet de la variété unique de types et de surfaces avec des descriptions de matériaux faciles à comprendre, 24 heures sur 24. La visite virtuelle de notre salle d'exposition à Löhne, en Allemagne, est également passionnante. Un aperçu des labels de qualité et des prix déjà conférés à nos marques et quelques informations sur notre entreprise complètent votre visite sur le Web. Il suffit de cliquer !

À REDÉCOUVRIR DÈS MAINTENANT

JETEZ-Y UN COUP D'ŒIL : DÈS À PRÉSENT, NOS NOUVEAUX SITES INTERNET POUR BAUFORMAT, BURGER KÜCHEN ET #KITCHENFAMILY SONT À VOTRE DISPOSITION !

NUR EINEN KLICK ENTFERNT
JUST A CLICK AWAY
UN CLIC, ET VOUS Y ÊTES



burger-kuechen.de



bauformat.de



kitchenfamily.fr



Ab sofort bieten BAUFORMAT und burger Küchen auch den flächenbündigen Einbau von Spülen und Kochfeldern verschiedener namhafter Hersteller an. Der stufenlose Übergang punktet mit Ästhetik und Hygiene.

Rund 60 Prozent der Tätigkeiten in der Küche finden rund um die Spüle statt. Durch das nahtlose Einfügen des Spülmoduls kann sich kein Schmutz an Kanten festsetzen und Krümel lassen sich direkt von der Arbeitsfläche in das Spülbecken wischen. Auch flächenbündige Kochfelder begeistern mit Pflegeleichtigkeit im Alltag. Die Entscheidung für einen flächenbündigen Einbau fällt oft auch wegen der bestechend eleganten Optik. In Designküchen ist es ein wichtiges Feature, das die Wertigkeit einer Planung betont.

STRONG IN DESIGN AND SEAMLESSLY

WHATSAPP IHR DIREKTER DRAHT

YOUR DIRECT LINE

Und so einfach geht's: Speichern Sie unsere Nummer **+49 160 948 592 68** auf Ihrem Smartphone und senden Sie uns eine START-Nachricht. Fix einen Haken setzen bei den Datenschutzbedingungen, und danach können Sie sich mit Ihrer Kundennummer und Postleitzahl verifizieren. Im Anschluss bestimmen Sie per Zahlen-Tipp, womit wir Ihnen helfen können. Wir freuen uns, auch auf diesem Weg mit Ihnen in Kontakt zu sein. **Let's keep in touch!**

And this is how easy it is: save our number **+49 160 948 592 68** on your smartphone and send us a START message. Set a check mark by the data privacy conditions, and then you can verify yourself with your customer number and post code. You can then touch on a number to tell us what we can help you with.

We look forward to being in contact with you this way as well. **Let's keep in touch!**

Et c'est aussi simple que ça : sauvegardez notre numéro **+49 160 948 592 68** sur votre smartphone et envoyez-nous un message START. Cochez sans tarder les conditions de confidentialité et vérifiez-vous ensuite à l'aide de votre référence client et de votre code postal. Ensuite, vous déterminez ce pour quoi nous pouvons vous aider en tapant des numéros. Nous nous réjouissons d'être en contact avec vous également de cette façon. **Restons en contact !**

VOTRE CONTACT DIRECT

DESIGNSTARK UND NAHTLOS SAUBER

QUALITÉ DU DESIGN ET TRANSITIONS

As of now, BAUFORMAT and burger Küchen also offer the flush installation of sinks and hobs by various renowned manufacturers. The seamless transition appeals for aesthetics and hygiene.

Around 60 percent of tasks in the kitchen take place at the sink. Thanks to the seamless insertion of the sink module, dirt is unable to settle on edges, and crumbs are simply wiped directly from the work surface into the sink. Flush-fit hobs also appeal for the ease of care in everyday life. The decision for flush installation is often also made on the basis of its captivatingly good looks. It is an important feature in a design kitchen that emphasises the exclusivity of a plan.

Dès à présent, BAUFORMAT et burger Küchen proposent également le montage des éviers encastrés et de tables de cuisson de différents fabricants renommés. La transition en continu affiche ses avantages en termes d'esthétique et d'hygiène.

Environ 60 % des activités de la cuisine se déroulent autour de l'évier. Grâce à l'insertion sans transition du module d'évier, aucune saleté ne peut se coincer sur les chants et les miettes peuvent passer directement du plan de travail dans l'évier, d'un coup d'éponge. Les plaques de cuissons encastrées séduisent également par leur facilité d'entretien au quotidien. La décision en faveur d'une installation à fleur est souvent motivée par l'optique à l'élégance séduisante. Dans les cuisines design, il s'agit d'une caractéristique importante qui souligne la valeur d'une planification.

24/7 FÜR SIE DA
THERE FOR YOU 24/7
24/7 POUR VOUS



UNSER MEDIEN-SERVICE: **PIXELBOXX**

Sie suchen via Extranet eine bestimmte Detailaufnahme? Oder ein aktuelles Milieu? Die für Sie kostenlose, deutsch- und englischsprachige Pixelboxx hilft weiter: Im Extranet auf den Websites von BAUFORMAT, burger und badea erwartet Sie ein effizientes Medienmanagement nach Maß. Tipp: Reinklicken lohnt sich!

Are you looking for a specific shot in Extranet? Or an up-to-date setting? Pixelboxx - available in German and English, and free for you to use - will help you. Efficient tailor-made media management awaits you in the Extranet on the BAUFORMAT, burger and badea websites. Tip: It's worth clicking in!

Vous recherchez un cliché détaillé spécifique via l'Extranet ? Ou un milieu actuel ? La Pixelboxx en allemand et en anglais, qui est gratuite pour vous, vous y aidera : une gestion efficace des médias sur mesure vous attend dans l'Extranet des sites BAUFORMAT, burger et badea. Conseil : il vaut la peine de cliquer !

OUR MEDIA SERVICE:
NOTRE SERVICE MÉDIAS :



DIE SMARTE OFFENSIVE IN DER KÜCHE



Entdecken Sie eine Welt von Haushaltsgeräten, die mit Ihnen kommunizieren.

THE SMART OFFENSIVE IN THE KITCHEN

Wer eine BAUFORMAT und burger Küche plant, kann ab sofort auf smarte E-Geräte von Candy setzen.

Die Marke Candy umfasst eine umfangreiche Palette an zeitgemäßen Haushaltsklein- und großgeräten und steht für smarte Ideen, die den Alltag erleichtern. Benutzerfreundliche Technologien und ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis machen Candy zur lohnenden Geräteausstattung für alle Kunden, die Wert auf eine zukunftsfähige Vernetzung legen. Ob Smart Cooking oder ein kurzer Check von unterwegs – mit den smarten Lösungen von Candy lässt sich die Hausarbeit vom Smartphone aus steuern und koordinieren. Die Zukunft hat längst begonnen – zumindest mit Candy ...

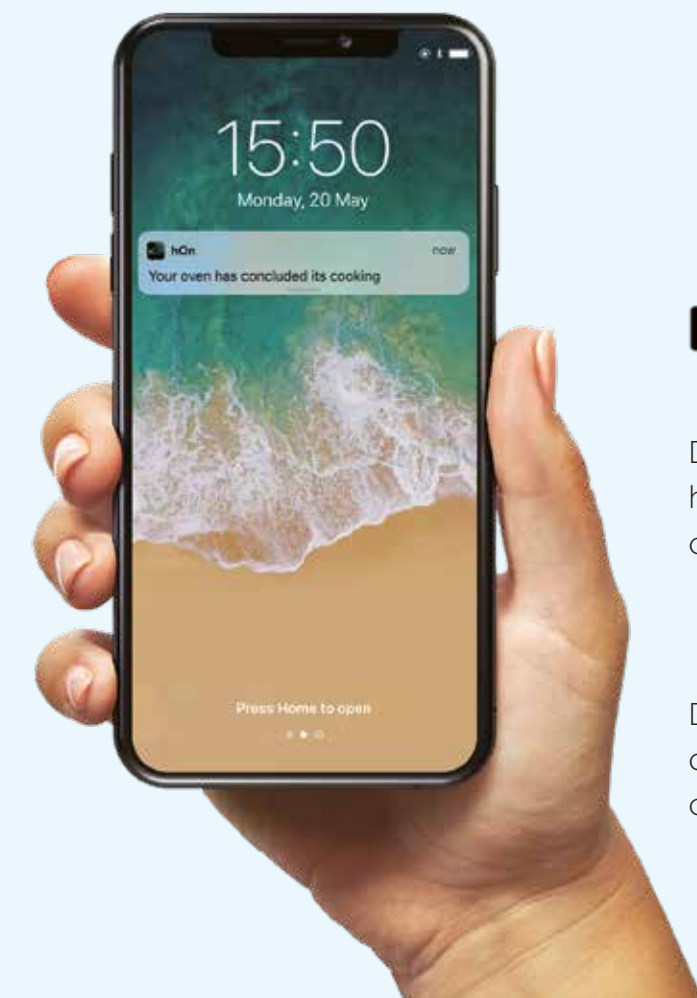
Anyone planning a BAUFORMAT and burger kitchen can now rely on smart electric appliances from Candy.

The Candy brand includes an extensive range of contemporary small and large household appliances, and stands for smart ideas that make everyday life easier. User-friendly technologies and an attractive price-performance ratio make Candy a worthwhile appliance choice for customers who appreciate future-proof networking. Whether smart cooking or a quick check while you're on the go, with Candy's smart solutions you can control and coordinate the housework from your smartphone. The future has long since begun – at least with Candy ...

Quiconque planifie une cuisine BAUFORMAT et burger peut désormais compter sur les appareils électroménagers intelligents de Candy.

La marque Candy comprend une gamme étendue de petits et gros appareils ménagers contemporains et est synonyme d'idées intelligentes qui facilitent le quotidien. Des technologies conviviales et un rapport qualité/prix attractif font de Candy un équipement intéressant pour tous les clients qui apprécient une mise en réseau porteuse d'avenir. Qu'il s'agisse du smart cooking ou d'une vérification rapide pendant un déplacement – avec les solutions intelligentes de Candy, les tâches ménagères peuvent être contrôlées et coordonnées depuis le smartphone. Il y a belle lurette que l'avenir a commencé, du moins avec Candy ...

L'OFFENSIVE INTELLIGENTE DANS LA CUISINE



Discover a world of household appliances that communicate with you.

Découvrez un monde d'appareils électroménagers qui communiquent avec vous.

Wer ist Candy?

Das Unternehmen mit den italienischen Wurzeln fertigt seine Produkte seit über 70 Jahren in der Nähe von Mailand. Seit 2018 ist Candy Teil der Haier Group, dem weltweiten Marktführer bei Haushaltsgroßgeräten, und hat damit einen starken, besonders innovationsfreudigen Partner an seiner Seite.

Who is Candy?

The company with the Italian roots has been manufacturing its products near Milan for over 70 years. Candy has been part of the Haier Group, the global market leader for large household appliances, since 2018, and so has a strong, particularly innovative partner by its side.

Qui est Candy ?

L'entreprise aux racines italiennes fabrique ses produits près de Milan depuis plus de 70 ans. Depuis 2018, Candy fait partie du groupe Haier, leader mondial du marché du gros électroménager, et a donc à ses côtés un partenaire solide et particulièrement ouvert à l'innovation.

EVERYTHING JUST AS YOU WANT IT

ALLES GANZ NACH WUNSCH

Das Einrichten erfordert heute flexible Konzepte. Unsere Programmvierfalt wird deshalb von umfangreichen Optionen für Sonderanfertigungen flankiert. Ein klarer Pluspunkt im Beratungsgespräch!

Furnishing today requires flexible concepts. Our range of programmes is therefore accompanied by extensive options for custom-made products. A clear plus point in the consultation!

Aujourd'hui, l'aménagement exige des concepts flexibles. La variété de nos programmes est donc flanquée de nombreuses possibilités d'exécutions spéciales. Un point positif évident lors de l'entretien de conseil !

TOUT SERA SELON VOS DÉSIRES

- 01 MAID**
Dekor/Dekor
Decor/decór
Décor/Décor
- 02 MPTKU | MPTKS | MPTKH**
Tiefenkürzung je nach Beschlag
auf das kleinstmögliche Maß
Unterschranktiefe 455 mm ohne
Mehrpreis -> MPTKU46
Depth reduction by fitting
to the smallest possible dimension
Base unit depth 455 mm without
surcharge -> MPTKU46
Recoupe en profondeur à la plus
petite dimension selon la ferrure
Profondeur de meuble bas 455 mm
sans supplément -> MPTKU46
- 03 MPSDHL | MPSDHF**
ServoDrive für Aventos
HS und HF
ServoDrive for Aventos
HS and HF
ServoDrive pour Aventos
HS et HF
- 04 MPDUH**
Durchgehender Unterboden
am Hängeschränk
Continuous bottom shelf
on the wall unit
Fond continu de meuble haut
- 05 MPHKU... | MPHKS... | MPHKH...**
Höhenkürzung je nach
Frontprogramm/mm-genau
Height reduction by front
range / mm precise
Recoupe en hauteur au
millimètre près selon la
gamme de façades
- 06 MPDB**
TipOn für Türen
TipOn for doors
TipOn pour portes
- 07 MPTOK**
TipOn für Klappen
TipOn for flaps
TipOn pour abattants
- 08 MRW8**
8 mm Rückwand
8 mm rear panel
Paroi arrière 8 mm
- 09 MPAUFTEIL**
Änderungen der Frontreihenfolge
bei gleichbleibender Technik ohne
Mehrpreis
No surcharge for changes in front
sequence with the same technology
Modification de l'ordre des façades
si technique identique sans
supplément
- 10 MPTS1... | MPST2...**
am Unter- oder Seitenschränk
on base or tall unit
au niveau du meuble bas ou
de l'armoire
- 11 MPSDF1... | MPSDF2...**
ServoDriveFlex für Kühlschränke
ServoDriveFlex for refrigerators
ServoDriveFlex pour réfrigérateurs
- 12 MPBKU... | MPBKS... | MPBKH...**
Breitenkürzung je nach
Frontprogramm/mm-genau
Width reduction by front
range / mm precise
Recoupe en largeur au millimètre
près selon la gamme de façades
- 13 MPTS**
Sonderabmessungen für
glatte Lacktüren, zum Beispiel
für Breitenkürzungen
Special dimensions for
smooth lacquer doors, for
instance for width reductions
Dimensions spéciales pour
portes laquées lisses, par exemple
pour recoupes en largeur
- 14 MPTO**
TipOn für Schubkasten
oder Auszug
TipOn for drawers
or pull-outs
TipOn pour tiroir
ou coulissant
- 15 MAINT**
Auszug Intivo
Pull-out Intivo
Coulissant Intivo
- 16 MPSU... | MPSH... | MPSS...**
Sichtseite in verschiedenen
Dekoren und Materialien
Visible side in different
decors and materials
Côté visible en différents
décors et matériaux



BURG

TOP DISHWASHER, MAXI HEIGHT TOP-SPÜLER IN MAXI-HÖHE

LAVE-VAISSELLE DE POINTE
À HAUTEUR MAXI



Der BURG-Geschirrspüler BSV60-9TTSD XI wurde speziell für die neue Korpushöhe 845 mm entwickelt.

The BURG dishwasher BSV60-9TTSD XI was developed specifically for the new carcase height of 845 mm.

Le lave-vaisselle BURG BSV60-9TTSD XI a été spécialement mis au point pour la nouvelle hauteur de corps 845 mm.

Seine Maxi-Bauhöhe sorgt für ein spürbar größeres Innenvolumen. Damit ist dank des Backblechhalters sogar das Reinigen großer Bleche möglich. Der Oberkorb ist im beladenen Zustand in der Höhe verstellbar. Weitere Ausstattungsdetails sind die Edelstahlauskleidung, ein LED-Infobild, das den Betriebszustand des Spülers anzeigt, und die Funktion „Extra Hygiene“, die derzeit ein wichtiges Feature für viele Menschen ist. Die Sliding Door (oder Variotür) sorgt für ein harmonisches Frontbild ohne Klappblenden und passt sich jeder Sockelhöhe an. **Unser Fazit: ein Top-Gerät für optimale Planungen nach Maß!**

Its maxi installation height provides a noticeably greater interior capacity. This means that thanks to the baking tray holder, even large trays can be cleaned. The height of the top basket can be adjusted even when it is loaded. Other features include the stainless steel lining, an LED info field that displays the operating status of the dishwasher, and the "Extra Hygiene" function, which is currently an important feature for many people. The sliding door (or Vario door) ensures a harmonious front appearance without folding panels, and adapts to any plinth height. **Our conclusion: a top appliance for the optimum made-to-measure plans!**

Sa hauteur maxi offre un volume intérieur nettement accru. Grâce au support de plaque de four, il est même possible de nettoyer les grandes plaques. La hauteur du panier supérieur est réglable lorsque l'appareil est chargé. Parmi les autres détails d'équipement, citons le revêtement en acier inoxydable, un champ d'information à LED qui indique l'état de fonctionnement du lave-vaisselle et la fonction « Hygiène supplémentaire », qui est actuellement importante pour de nombreuses personnes. La porte vario (sliding door) assure une configuration harmonieuse de la façade sans bandeaux rabattables et s'adapte à n'importe quelle hauteur de socle. **Notre conclusion : un appareil de pointe pour des planifications sur mesure optimales !**

Sie finden uns auch unter
You will also find us at
Vous nous trouverez aussi à l'adresse
www.burg-hausgeraete.de



Geschirrspüler
BSV60 9BSTW



Backofen
BEB12BL



NEW BATHROOM CULTURE

NEUE BAD- KULTUR

NOUVELLES
SALLES DE BAINS

Hier heißt es eintauchen und entspannen ...
Willkommen im »Home Spa«! Unsere Bad-
möbel genießen unter Innenarchitekten und
Badgestaltern einen ausgezeichneten Ruf.
Setzen Sie auf Markenqualität nach Maß.

A place to take time out and relax in ...
welcome to the home spa! Our bathroom
furniture enjoys an excellent reputation
amongst interior and bathroom designers.
Choose made-to-measure brand quality.

Pour s'évader et se détendre... Bienvenue
au « Home Spa » ! Nos meubles de salle de
bains jouissent d'une excellente réputation
auprès des agences et des décorateurs
d'intérieur. Misez sur une qualité de marque
sur mesure.



EINE IDEE WEITER

Was in der Küche beginnt, setzt sich im
Bad stilsicher fort. Modernes Mobiliar
passt sich in Design, Ausstattung und
Qualität jedem Raum an – und stimmt sich
für ein einheitliches Gesamtbild perfekt
aufeinander ab.

AN IDEA MOVING FORWARD

What starts in the kitchen stylishly con-
tinues through in the bathroom. Modern
furniture can adapt to any space in design,
outfit and quality – all perfectly coordi-
nated to create an overall impression of
consistent harmony.

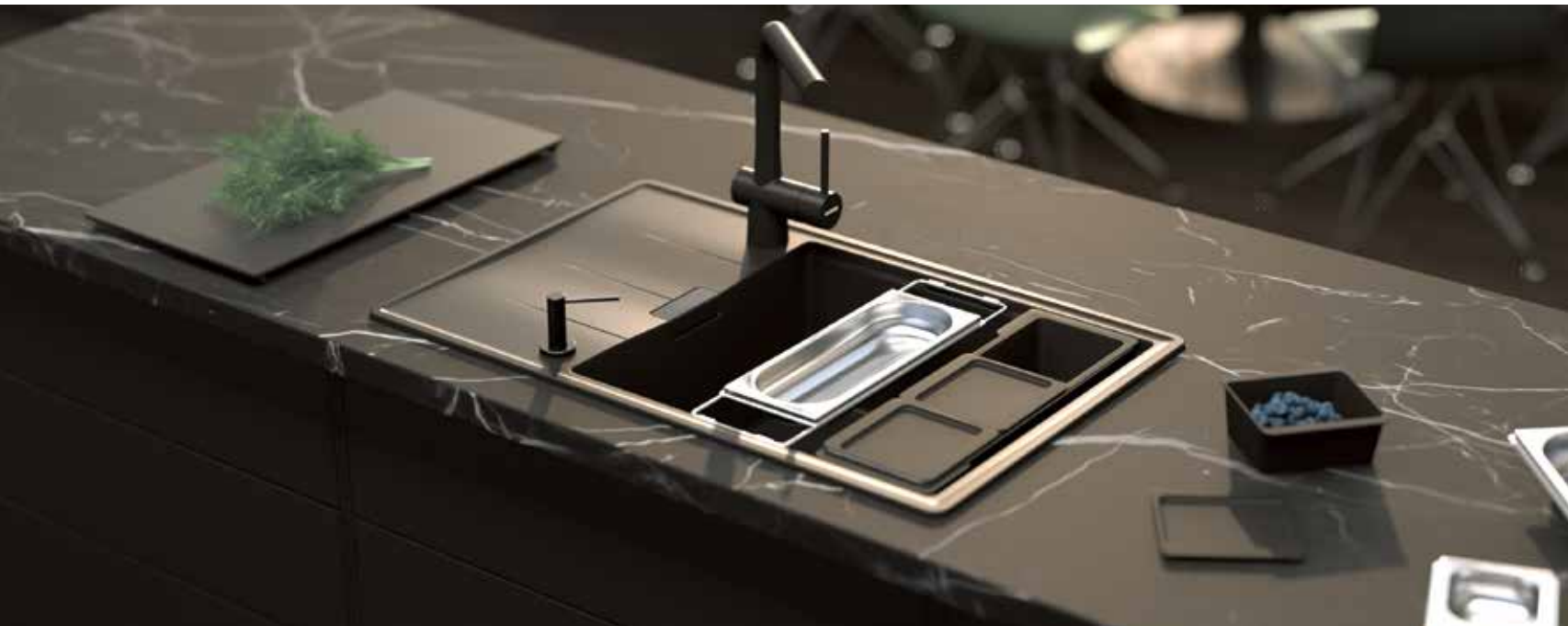
UNE IDÉE DE PLUS

Ce qui commence dans la cuisine, se pour-
suit dans la salle de bains. L'ameublement
moderne s'adapte à chaque pièce, en
termes de design, de qualité et d'équipe-
ment – et s'harmonise à merveille avec le
caractère de chacun.

SCHOCK

NACHHALTIG, VIELFÄLTIG, STYLISCH UND FARBENFROH

SUSTAINABLE, DIVERSE, STYLISH AND COLOURFUL



Bei BAUFORMAT und burger setzen wir auf Designspülen aus dem Hause SCHOCK. Das für seine Produkte mehrfach preisgekrönte Unternehmen setzt Maßstäbe in puncto Qualität, Design und Nachhaltigkeit.

SCHOCK hat eine Mission: den Spülbereich immer wieder auf ein neues Level zu heben – und ihn nachhaltiger, vielfältiger, stylischer und farbenfroher zu machen. Der innovative Erfinder der Quarzkomposit-Spüle bietet ein umfangreiches Programm an Spülen mit über 200 Modellen und mehr als 40 Farben. SCHOCK produziert ausschließlich in Deutschland und verwendet für seine Spülen natürlichen Quarzsand auch aus Bayern.

At BAUFORMAT and burger, we put our trust in design sinks by SCHOCK. The company, which has won several awards and is certified for its climate-neutral production method, sets standards in terms of quality, design and sustainability.

SCHOCK is on a mission: to keep raising the sink unit to a new level – and making it more sustainable, more diverse, more stylish and more colourful. The innovative inventor of the quartz composite sink offers a comprehensive range of sinks with over 200 models and in more than 40 colours. SCHOCK only manufactures its items in Germany, and only uses natural quartz sand from Bavaria for its sinks.

DURABLE, VARIÉ, ÉLÉGANT ET COLORÉ

Chez BAUFORMAT et Burger, nous misons sur les évier design signés SCHOCK. L'entreprise, qui a remporté plusieurs prix pour ses produits, établit des normes en termes de qualité, de design et de durabilité.

SCHOCK a une mission : élever continuellement le secteur de l'évier à un nouveau niveau – et le rendre plus durable, plus varié, plus élégant et plus coloré. L'inventeur innovant de l'évier en composite de quartz propose une gamme étendue d'éviers incluant plus de 200 modèles et plus de 40 coloris. SCHOCK produit exclusivement en Allemagne et utilise également du sable de quartz naturel de Bavière pour ses éviers.



SINK GREEN



Von der Regionalität des Rohstoffs bis zur Halbierung des Wasserverbrauchs im Unternehmen und der Zertifizierung des ambitionierten Energiemanagementsystems (nach ISO 50001) – der Weg in eine nachhaltige Zukunft umfasst die stetige Optimierung der Prozesse und viele weitere Maßnahmen auf allen Ebenen.

From the regionality of the raw material to halving water consumption in the company and certification of the ambitious energy management system (to ISO 50001) – the way to a sustainable future includes the continuous optimisation of operational processes and many other measures on every level.



De la régionalité de la matière première à la réduction de moitié de la consommation d'eau dans l'entreprise et la certification du système ambitieux de gestion de l'énergie (conformément à la norme ISO 50001) – la route qui mène à un avenir durable passe par l'optimisation constante des processus et de nombreuses autres mesures à tous les niveaux.

CRISTADUR® Green Line



CRISTADUR® GREEN LINE.
ECHT NACHHALTIG.
ECHT PREMIUM.

Mit der CRISTADUR® Green Line hat das Unternehmen eine Spülen-Serie konzipiert, die sich zu rund 99 Prozent aus natürlichen, nachwachsenden oder recycelten Rohstoffen zusammensetzt. Das Ergebnis: die nachhaltigste Quarzkomposit-Spüle von SCHOCK.

CRISTADUR® GREEN LINE.
TRULY SUSTAINABLE.
TRULY PREMIUM.

With the CRISTADUR® Green Line, the company has developed a sink series that is made of around 99 percent natural, renewable or recycled raw materials. The result: the most sustainable quartz composite sink by SCHOCK.



CRISTADUR® GREEN LINE.
VÉRITABLEMENT DURABLE.
VÉRITABLEMENT PREMIUM.

Avec CRISTADUR® Green Line, l'entreprise a conçu une série d'éviers composés à environ 99 % de matières premières naturelles, renouvelables ou recyclées. Le résultat : l'évier en composite de quartz le plus durable de SCHOCK.

ROOM FOR CREATIVITY

RAUM FÜR KREATIVITÄT

ESPACE POUR LA CRÉATIVITÉ

BERLIN - GREIGE
SIENA - ALPINE OAK

EINE FAMILIE, EIN ZIEL

1 FAMILIENUNTERNEHMEN.
4 MARKEN.
104 JAHRE ERFAHRUNG.
650 KÜCHEN AM TAG.
70 BÄDER PRO TAG.
1.200 MITARBEITER.

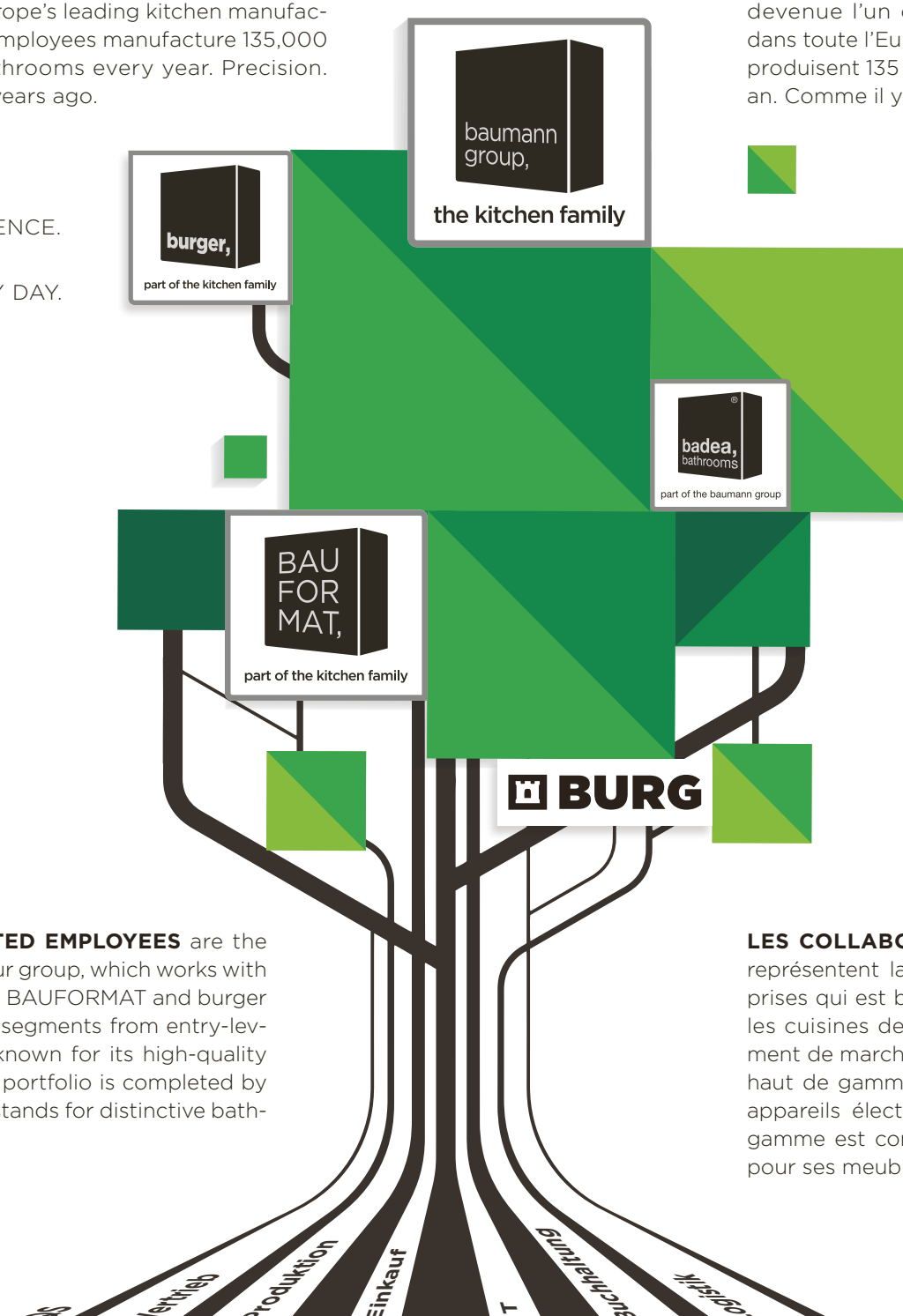
1917 als Handwerksbetrieb gestartet, hat sich unser in dritter Generation geführtes Familienunternehmen zu einem der europaweit führenden Küchenhersteller entwickelt. Heute fertigen 1.200 Mitarbeiter 146.000 Küchen und 16.000 Bäder im Jahr. Präzise. Perfekt. Wie vor 104 Jahren.

ENGAGIERTE UND KOMPETENTE MITARBEITER sind die Wurzel des Erfolgs unserer Firmengruppe, die auf einer Vier-Marken-Strategie basiert: Die Küchen von BAUFORMAT und burger decken den kompletten Marktbereich vom Einsteigermodell bis zum gehobenen Segment ab. BURG ist für Elektrogeräte in bester Qualität bekannt. Komplettiert wird unser Portfolio durch die Marke badea – das Synonym für individuelle Badmöbel.

ONE FAMILY, ONE GOAL

Established in 1917 as a craft workshop, our family company is now managed by the third generation and has developed into one of Europe's leading kitchen manufacturers. Today, our 1,200 employees manufacture 135,000 kitchens and 16,000 bathrooms every year. Precision. Perfection. Just like 104 years ago.

1 FAMILY COMPANY.
4 BRANDS.
104 YEARS OF EXPERIENCE.
600 KITCHENS A DAY.
70 BATHROOMS EVERY DAY.
1.200 EMPLOYEES.



SKILLED AND COMMITTED EMPLOYEES are the basis for the success of our group, which works with a four-brand strategy. The BAUFORMAT and burger kitchens cover all market segments from entry-level to premium. BURG is known for its high-quality electrical appliances. Our portfolio is completed by the badea brand – which stands for distinctive bathroom furniture.

UNE FAMILLE, UN SEUL BUT

Fondée en 1917 comme atelier artisanal, notre entreprise familiale est dirigée par la troisième génération et elle est devenue l'un des plus grands fabricants de cuisines dans toute l'Europe. Aujourd'hui, nos 1200 collaborateurs produisent 135 000 cuisines et 16 000 salles de bains par an. Comme il y a 104 ans.

1 ENTREPRISE FAMILIALE.
4 MARQUES.
104 ANNÉES D'EXPÉRIENCE.
600 CUISINES PAR JOUR.
70 SALLES DE BAINS PAR JOUR.
1 200 COLLABORATEURS.

LES COLLABORATEURS ENGAGÉS ET COMPÉTENTS représentent la clé du succès de notre groupe d'entreprises qui est basé sur une stratégie à quatre marques : les cuisines de BAUFORMAT et burger couvrent le segment de marché complet du modèle de base au segment haut de gamme. La marque BURG est connue pour ses appareils électroménagers de qualité supérieure. Notre gamme est complétée par la marque badea, renommée pour ses meubles de salle de bains individuels.



UNSERE ZUKUNFT NACHHALTIG GESTALTEN

THE KITCHEN FAMILY 38 | 39



MAKING A SUSTAINABLE FUTURE FOR OURSELVES

Für die #kitchenfamily hat der Klimaschutz höchste Priorität. Unser Ziel ist, CO₂-Emissionen nicht nur zu reduzieren, sondern mehr als vollständig zu kompensieren. Wir unterstützen die Umwelt nachweislich weit über gängige Standards hinaus und sind als besonders klimapositives Unternehmen von der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel (DGM) zertifiziert worden. Unsere Möbel tragen zudem eines der bekanntesten Umweltzeichen: den Blauen Engel.

Im Rahmen des DGM-Klimapakts unterstützen wir z. B. die Aufforstung in Uruguay und Bergwaldprojekte in Uganda. Partner aus dem Küchenfachhandel senden damit ein klares Signal an ihre Kunden: Wer sich für eine Küche von BAUFORMAT oder burger entscheidet, leistet einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz.

Matthias Berens, Geschäftsführer der baumann group, fasst zusammen: »Wir nutzen die Gelegenheit, einen ausgleichenden Beitrag zur globalen CO₂-Bilanz zu leisten und damit nachhaltig Gutes zu tun. Das entspricht unserem Selbstverständnis als zukunftsorientiertes Unternehmen.«

Climate protection has the highest priority for the #kitchenfamily. Our aim is not only to reduce CO₂ emissions, but to compensate for them in full and beyond. We can verify that we help the environment far beyond the usual standards, and we have been certified by the German Quality Assurance Association for Furniture (DGM) as a particularly climate-positive company. Our furniture also carries one of the best known environmental signs: the Blue Angel.

As part of the DGM climate pact, we support e.g. reforestation in Uruguay and mountain forest projects in Uganda. With that, partners from the specialist kitchen retail trade send a clear message to their customers: anyone who chooses a kitchen by BAUFORMAT or burger is actively contributing to climate protection.

Matthias Berens, Managing Director of the baumann group, summarises: "We are taking this opportunity to make a compensatory contribution to the global CO₂ balance, and with that to doing something good for the long-term. This is in line with our self-image as a future-orientated company."

CONSTRUIRE NOTRE AVENIR SUR LE MODE DURABLE

Pour la #kitchenfamily, la protection du climat revêt la priorité la plus élevée. Notre objectif est non seulement de réduire les émissions de CO₂, mais aussi de compenser l'empreinte carbone. Nous allons bien au-delà de ce que demandent les normes courantes pour la protection de l'environnement et avons été certifiés entreprise avec un bilan carbone positif par le Groupement allemand de Qualité des meubles (Deutsche Gütegemeinschaft Möbel, DGM). Nos meubles portent en outre l'un des labels de protection de l'environnement les plus connus : le Blauer Engel [Ange bleu].

Dans le cadre du Pacte pour le climat du DGM, nous soutenons par exemple la reforestation en Uruguay et des projets de forêts de montagne en Ouganda. Les partenaires du secteur de la cuisine envoient donc un signal clair à leurs clients : celui ou celle qui opte pour une cuisine BAUFORMAT ou burger apporte une contribution active à la protection du climat.

Matthias Berens, gérant du baumann group, résume : « Nous saisissons l'opportunité de fournir une contribution compensatoire en faveur de l'empreinte carbone globale et de faire ainsi quelque chose de bien de manière durable. Cela correspond à l'image que nous avons de nous-mêmes d'une entreprise tournée vers l'avenir. »





REFRESHING VIEWS

ERFRISCHENDE AUSSICHTEN

PERSPECTIVES RAFRAÎCHISSANTES



Contemporary in style and with exclusive features, for over twenty years badea has been appreciated for its programme variety and quality "Made in Germany". As a renowned brand in the Baumann Group, bathroom planners and architects rely on the concentrated power of the internationally successful group of companies.

ZEITGEMÄSS IM STIL, HOCHWERTIG IN DER AUSSTATTUNG: BADEA WIRD SEIT ÜBER ZWANZIG JAHREN FÜR SEINE PROGRAMMVIELFALT UND QUALITÄT „MADE IN GERMANY“ GESCHÄTZT. ALS NAMHAFTE MARKE DER BAUMANN GROUP SETZEN BADPLANER UND ARCHITEKTEN MIT BADEA AUF DIE GEBALLTE POWER DER INTERNATIONAL ERFOLGREICHEN UNTERNEHMENSGRUPPE.



WELCOME TO THE
HOME SPA

BIENVENUE AU HOME SPA

Style contemporain, équipement de haute qualité : depuis plus de vingt ans, Badea est apprécié pour la variété de ses programmes et sa qualité « Made in Germany ». Avec Badea, marque réputée du baumann group, les concepteurs de salles de bains et les architectes peuvent compter sur la puissance concentrée du groupe d'entreprises au succès international.



WILLKOMMEN IM
HOME SPA



Wohltuende Wärme und erfrischende Kühle, sinnliche Berührung und meditative Ruhe – mit dem Bad assoziieren wir pures Wohlbefinden. badea lädt dazu ein, sich seinen persönlichen Rückzugsort ganz nach Wunsch einzurichten. Vielfalt ist dabei Programm: Bildschöne Frontgestaltungen in zeitgemäßer Farbpalette, mit oder ohne Griffe, inklusive pfiffiger Optionen für die Innenausstattung lassen Traumbäder Wirklichkeit werden.

Soothing warmth and refreshing cooling, sensuous touch and meditative calm – we associate the bathroom with pure well-being. badea invites you to create your personal retreat just as you would like it. Variety is the programme: beautiful front designs in a contemporary colour palette, with or without handles, including smart options for the interior design, make dream bathrooms come true.



Chaleur bienfaisante et fraîcheur apaisante, toucher sensuel et tranquillité méditative – nous associons à la salle de bains le bien-être à l'état pur. Badea vous invite à aménager votre coin bien à vous où vous pourrez vous retirer comme bon vous semble. La variété, c'est tout un programme : de magnifiques designs de façade dans une palette de couleurs contemporaines, avec ou sans poignées, y compris des options judicieuses pour l'aménagement intérieur, font des salles de bains de rêve une réalité.

Wussten Sie, dass wir durchschnittlich 160 Stunden pro Jahr im Bad verbringen? Wenn das kein Grund ist, dem persönlichen Home Spa mehr Aufmerksamkeit zu schenken.

Did you know that we spend an average of 160 hours a year in the bathroom? If that's not a reason to pay more attention to the personal home spa.

Saviez-vous que nous passons en moyenne 160 heures par an dans la salle de bains ? Si ce n'est pas une raison de consacrer davantage d'attention à son « home spa » personnel !



„WE'RE GOING TO CONTINUE TO
STRENGTHEN THE BADEA BRAND!“

„WIR WERDEN DIE MARKE
BADEA WEITER STÄRKEN!“



WENN ES FAMILIENZUWACHS GIBT, IST DAS IMMER EIN GRUND ZUR FREUDE: SCHON IM MÄRZ IST JENS TERBECK ALS NEUES MITGLIED ZUR KITCHEN FAMILY GESTOSSEN. ZUM 1. AUGUST HAT ER OFFIZIELL DIE VERKAUFSLEITUNG FÜR DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH BEI BADEA ÜBERNOMMEN. WIR HABEN DEN 38-JÄHRIGEN FAMILIENVATER ZU SEINEN ZIELEN BEFRAGT.

**Sie arbeiten seit Kurzem als Verkaufsleiter für badea.
Wie gefällt es Ihnen bei der kitchen family?**

Ausgesprochen gut! Meine neuen Kolleginnen und Kollegen haben mich sehr herzlich aufgenommen und mir einen guten Start ermöglicht. Die kitchen family steht für eine familiäre und konstruktive Atmosphäre – und dieses Bild hat sich in meinen ersten Wochen absolut bestätigt. Ich fühle mich hier sehr gut aufgehoben und habe auch schon viele Kunden in meinem Verkaufsgebiet persönlich kennengelernt.

**Sie bringen viel Erfahrung im Verkauf mit und kennen sich auch mit
Bädern aus. Möchten Sie uns etwas zu Ihrem Werdegang erzählen?**

Ich bin gelernter Tischler und habe an der Berufsakademie Melle meinen Abschluss als Diplomingenieur für Holztechnik gemacht. 2015 habe ich mich entschieden, in die Sanitärbranche zu gehen, und war zunächst im Außendienst bei der HSK Duschcabinenbau KG tätig. Mit der Stelle als Verkaufsleiter für badea habe ich mir meinen Berufswunsch erfüllt. Hier kommen meine handwerklichen Kenntnisse sowie meine Erfahrungen im Verkauf und in der Sanitärbranche perfekt zum Tragen. Ich kenne und verstehe die Bedürfnisse meiner Kunden und habe für jede Situation und jeden Wunsch einen Lösungsansatz.

Welche Ziele nehmen Sie für badea in den Blick?

Wir wollen Gutes noch besser machen und die Marke badea weiter stärken. Es geht darum, nah am Markt zu sein, zuzuhören, Trends aufzugreifen und so flexibel wie möglich auf Kundenwünsche zu reagieren. Außerdem finde ich es wichtig, die hohe Qualität unserer Produkte noch stärker nach außen zu kommunizieren. Wir haben ein tolles Team, das vor Tatendrang und Engagement sprüht und große Lust hat, etwas zu bewegen. Ich sehe mich dabei in der Rolle des Coaches, der anpackt, organisiert, motiviert und frische Impulse setzt.

**Was machen Sie denn, wenn Sie nicht gerade
für badea im Einsatz sind?**

Ich bin ein echter Familienmensch und verbringe die Zeit am liebsten mit meiner Frau und unseren drei Kindern. Seit Kurzem gehe ich wieder meiner großen Musikleidenschaft als Sänger im eigenen Ensemble nach. Und meine Liebe zum Handwerk ist so stark wie seit dem ersten Tag in der Ausbildung: Ich verbringe meine Freizeit zum Beispiel gerne damit nachhaltige Massivholzmöbel zu bauen. Das macht mir einfach großen Spaß.

A NEW ARRIVAL IN THE FAMILY IS ALWAYS A HAPPY EVENT. BACK IN MARCH, JENS TERBECK BECAME THE LATEST ADDITION TO THE KITCHEN FAMILY. HE OFFICIALLY TOOK OVER AS HEAD OF SALES FOR GERMANY AND AUSTRIA AT BADEA ON 1 AUGUST. WE ASKED THE 38-YEAR-OLD DAD ABOUT HIS GOALS.

**You recently joined badea as sales director. How are you enjoying
life with the kitchen family?**

Very much indeed! My new colleagues gave me such a wonderful welcome and made starting here as easy as possible for me. The kitchen family stands for a family-based and constructive atmosphere – and this image was absolutely confirmed in my first weeks here. I feel very much at home, and I've already met lots of customers in my sales region.

**You have lots of experience in sales, and you also know a lot about
bathrooms. Would you like to tell us a little about how you got to
where you are?**

I trained as a joiner, and I graduated as an engineer in wood technology at the Berufsakademie Melle. In 2015 I decided to move to the sanitation industry, and joined the sales force of HSK Duschcabinenbau KG. Being made sales director at badea has seen my professional dream come true. It's the perfect place for my technical skills and my experience in sales and the sanitation industry. I know and understand my customers' requirements, and I have a method of resolution for any situation and desire.

So what goals do you have in your sights for badea?

We want to make good things even better and continue to strengthen the badea brand. It's about being close to the market, about listening, about taking up trends and responding as flexibly as possible to what the customers want. I also think it is important to communicate the high quality of our products even more to the outside. We have a terrific team that is bursting with drive and commitment and is raring to get things moving. I see myself in the role of the coach who rolls up his sleeves, organises, motivates and provides fresh inspiration.

**What do you do when you're not busy
doing things for badea?**

I'm a real family man, and most of all I love spending time with my wife and our three children. I also have a tremendous passion for music, and I recently started singing in our own group. And my passion for making things is as strong as it was on the day I started training. For instance, I like making solid wood furniture in my spare time. I just really enjoy it.

LORSQUE LA FAMILLE S'AGRANDIT, C'EST TOUJOURS UNE RAISON DE SE RÉJOUIR : DÈS MARS, JENS TERBECK A REJOINT LA KITCHEN FAMILY EN TANT QUE NOUVEAU MEMBRE. LE 1ER AOÛT, IL A OFFICIELLEMENT PRIS LA DIRECTION DES VENTES POUR L'ALLEMAGNE ET L'AUTRICHE CHEZ BADEA. NOUS AVONS INTERROGÉ CE PÈRE DE FAMILLE DE 38 ANS SUR SES OBJECTIFS.

**Vous avez récemment commencé à travailler pour badea en tant que
directeur des ventes. Comment trouvez-vous la kitchen family ?**

Tout à fait excellente ! Mes nouveaux collègues m'ont réservé un accueil très chaleureux et m'ont permis de faire mes premiers pas. La kitchen family est synonyme d'une atmosphère familière et constructive – et cette image s'est absolument confirmée au cours de mes premières semaines. Je me sens très bien soutenu ici et j'ai déjà rencontré en personne de nombreux clients dans ma zone de vente.

**Vous avez une grande expérience de la vente et vous connaissez
bien les salles de bains. Voulez-vous nous en dire plus sur votre
parcours ?**

Je suis charpentier de formation et j'ai obtenu un diplôme en technologie du bois à la Berufsakademie de Melle. En 2015, j'ai décidé de me lancer dans le secteur de la plomberie et j'ai d'abord travaillé dans la vente sur le terrain chez HSK Duschcabinenbau KG. En accédant au poste de directeur des ventes pour badea, j'ai réalisé mon souhait de carrière. C'est là que mes connaissances de l'artisanat et mon expérience de la vente et du secteur de la plomberie entrent parfaitement en jeu. Je connais et comprends les besoins de mes clients et j'ai une solution pour chaque situation et souhait.

Quels sont vos objectifs pour badea ?

Nous voulons rendre ce qui est bon encore meilleur et renforcer encore

la marque badea. Il s'agit d'être proches du marché, d'écouter, de repérer les tendances et de réagir de la manière la plus souple possible aux souhaits des clients. Je pense également qu'il est important de communiquer encore davantage la haute qualité de nos produits à l'extérieur. Nous avons une équipe formidable qui déborde de dynamisme et d'engagement et qui a un grand désir de faire la différence. Je me vois dans le rôle de l'entraîneur-joueur, qui prend les choses en main, organise, motive et donne de nouveaux élan.

Que faites-vous quand vous ne travaillez pas pour badea ?

J'aime véritablement la vie de famille et ce que je préfère, c'est passer du temps avec ma femme et nos trois enfants. Depuis peu, je m'adonne à nouveau à ma grande passion pour la musique comme chanteur dans notre propre groupe. Et mon amour de l'artisanat n'a rien perdu de sa vigueur depuis le premier jour de l'apprentissage : j'aime par exemple consacrer mes loisirs à la construction de meubles en bois massif durables. J'adore ça.



« NOUS ALLONS
RENFORCER ENCORE
LA MARQUE BADEA ! »

EMPFEHLENSWERT: AUSZEICHNUNG ALS »TOP ARBEITGEBER«

BAUFORMAT IST MIT DEM QUALITÄTSSIEGEL „TOP ARBEITGEBER (DIQP)“
AUSGEZEICHNET WORDEN.

(*The German Institute for Quality Standards and Testing (DIQP) cooperates
with the independent certification company SQC-Quality Cert.)

Grundlage der Bewertung war u. a. eine anonyme Befragung der rund 400 Mitarbeiter, die in Löhne beschäftigt sind. BAUFORMAT wurde eine Unternehmenskultur mit attraktiven Arbeitgeberleistungen wie flexiblen Arbeitszeiten, der Möglichkeit zum Homeoffice, Dienstrad-Leasing u. v. m. bescheinigt. „Bei der kitchen family geht es um mehr als tolle Küchen und Einrichtungskonzepte. Bei uns wird das Miteinander großgeschrieben – wie sich das für eine Familie gehört“, so Geschäftsführerin Sabine Brockschnieder. Das Siegel sieht sie als Aushängeschild, das positive Impulse an künftige Mitarbeiter:innen sendet.

(*Das Deutsche Institut für Qualitätsstandards und -prüfung e. V. (DIQP) kooperiert mit der unabhängigen Zertifizierungsgesellschaft SQC-Quality Cert.)

RECOMMENDED: NAMED „TOP EMPLOYER“

BAUFORMAT HAS BEEN AWARDED THE QUALITY SEAL „TOP EMPLOYER (DIQP)“.

The evaluation was based, among other things, on an anonymous survey of the company's approximately 400 employees in Löhne. BAUFORMAT was certified as having a corporate culture with attractive employer services such as flexible working hours, the possibility of working from home, work bicycle leasing and much more. „The kitchen family is about much more than fabulous kitchens and furnishing concepts. Togetherness is extremely important to us – as befits a family,“ says Managing Director Sabine Brockschnieder. She sees the seal as a figurehead that sends out positive impulses to future employees.

RECOMMANDÉ : DISTINCTION DE « MEILLEUR EMPLOYEUR »

BAUFORMAT A ÉTÉ DISTINGUÉ PAR LE LABEL DE QUALITÉ « TOP ARBEITGEBER (DIQP) »* [MEILLEUR EMPLOYEUR].

Une enquête anonyme a notamment été menée auprès des quelque 400 collaborateurs employés à Löhne. Il a été attesté que BAUFORMAT présente une culture d'entreprise assortie de prestations attractives fournies par l'employeur telles que des heures de travail flexibles, la possibilité du télétravail, la location de vélos d'entreprise et bien plus encore. « La kitchen family, c'est bien plus que des cuisines et concepts d'aménagement géniaux. Nous accordons une grande importance à la cohésion, comme il sied à une famille », déclare Sabine Brockschnieder, directrice générale. Elle considère le label comme une enseigne qui émet des impulsions positives à l'attention des futurs collaborateurs et collaboratrices.

*L'Institut allemand pour les normes et le contrôle de la qualité (Deutsches Institut für Qualitätsstandards und -prüfung e. V., DIQP) coopère avec la société de certification indépendante SQC-Quality Cert.



KLIMANEUTRAL ZERTIFIZIERT

BAUFORMAT und burger wurden von der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel (DGM) als „Klimaneutraler Möbelhersteller“ zertifiziert. Mit dem Erwerb hochwertiger Klimaschutz-zertifikate engagieren wir uns in besonderer Weise, weil wir unsere CO₂-Emissionen nicht nur reduzieren, sondern vollständig kompensieren.

CERTIFIED CLIMATE NEUTRAL

BAUFORMAT and burger have been certified as „Climate-neutral furniture manufacturers“ by the German Quality Assurance Association for Furniture (DGM). We are particularly committed to the acquisition of high-quality climate protection certificates because we not only want to reduce our CO₂ emissions, but to compensate for them in full and beyond.

CERTIFIÉS CLIMATIQUEMENT NEUTRES

BAUFORMAT et burger ont été certifiés comme fabricants de meubles climatique-ment neutres par le Deutsche Gütegemeinschaft Möbel (DGM). En acquérant des certificats de protection du climat de haute qualité, nous nous engageons de façon particulière, l'objectif étant non seulement de réduire les émissions de CO₂, mais aussi de les compenser plus que complètement.

IMPRESSUM/LEGAL NOTICE/MENTIONS LÉGALES

Herausgeber/Publisher/Éditeur

baumann-family-group

**Bauformat
Küchen GmbH & Co. KG**
Kattwinkel 1
32584 Löhne
Telefon: +49 (0) 57 32 / 1 02-0
Fax: +49 (0) 57 32 / 1 02-208
info@bauformat.de
www.bauformat.de



www.facebook.com/
BauformatKuechen



www.instagram.com/
bauformat_kuechen

**Burger
Küchenmöbel GmbH**
Martin-Luther-Str. 31
39288 Burg
Telefon: +49 (0) 3921 / 976-0
Fax: +49 (0) 3921 / 976-228
info@burger-kuechen.de
www.burger-kuechen.de

www.facebook.com/
burgerkuechen

www.instagram.com/
burger_kuechen

**Badea Badmöbel
Bauformat Küchen GmbH & Co. KG**
Kattwinkel 1
32584 Löhne
Telefon: +49 (0) 57 32 / 102-700
Fax: +49 (0) 57 32 / 102-77900
badea@bauformat.de
www.badea-badmoebel.de

www.facebook.com/
badeabathrooms

www.instagram.com/
badea_bathrooms



AUSGEZEICHNETE QUALITÄT

EXCEPTIONAL
QUALITY

DAS MARKENSIEGEL »MADE IN GERMANY« geht für uns weit über unsere Herkunft und unseren Produktionsort hinaus. German Quality gilt in allen Produktionsbereichen unserer Unternehmensgruppe als Maßstab und oberste Maxime.

Als gewachsenes Familienunternehmen agieren wir langfristig und investieren gezielt in hochmoderne Fertigungsanlagen, effiziente Produktionstechniken und hohe Umweltstandards. Unsere Zulieferer wählen wir mit Bedacht und großer Sorgfalt aus.

Schließlich soll das, was wir heute für den Markt von morgen fertigen, nicht nur zeitgemäß, sondern auch nachhaltig und langlebig sein. Feste Werte, die Sie hinter jeder Tür und jedem Auszug unserer Küchen wiederfinden – serienmäßig, versteht sich!

FOR US, THE “MADE IN GERMANY” brand seal goes way beyond just our roots and production locations. German quality is the benchmark – the ultimate guiding principle in all our group's production divisions.

As a grown family company, we operate with the long term in mind, and we make targeted investments in cutting-edge manufacturing facilities, efficient production technologies and high environmental standards. We choose our suppliers very carefully.

After all, what we produce today for the market of tomorrow must be sustainable and durable, as well as modern. Deep-rooted values which you'll find behind every door and drawer in our kitchens – as standard, naturally!

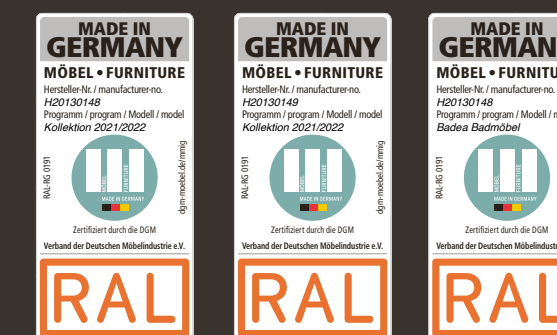
POUR NOUS, LE LABEL « MADE IN GERMANY » dépasse nos origines et notre lieu de production. La qualité allemande est considérée comme la référence et la priorité absolue dans tous les domaines de production de notre groupe d'entreprises.

Notre entreprise familiale s'étant développée, nous agissons durablement et investissons de manière ciblée dans des installations de fabrication ultramodernes, des techniques de production efficaces et des normes exigeantes relatives à l'environnement. Nous sélectionnons nos fournisseurs avec prudence et grand soin.

En fin de compte, ce que nous fabriquons aujourd'hui pour le marché de demain ne doit pas être seulement moderne, mais également durable. Voici des valeurs fixes que vous retrouvez derrière chaque porte et chaque tiroir de nos cuisines – fabriquées en série, bien entendu !

EXCELLENTE QUALITÉ

MADE IN GERMANY



welcome to
**the
kitchen
family**

