

„Wir müssen uns jeden Tag wieder neu erfinden“

Im Interview sprach die ElektroWirtschaft mit Philipp C. Hensel, Geschäftsführer Marketing und IT der Gustav Hensel GmbH & Co. KG, über die generationsübergreifende Entwicklung, persönliche Herausforderungen und Ziele des Familienunternehmens aus Lennestadt im Sauerland.



Fotos: Hensel

Es begann alles mit einem Kabelabzweigkasten. Die Entwicklung dieser Innovation aus duroplastischem Werkstoff von Gustav Hensel bildete die Keimzelle des Unternehmens, welches am 01. Juli 1931 in Radevormwald gegründet wurde. 84 Jahre sind seitdem vergangen. Die Gustav Hensel GmbH & Co. KG ist eine feste Größe im Markt und stellt heute mit über 800 Mitarbeitern ein weltweit agierendes, inhabergeführtes, mittelständisches Familienunternehmen dar.

Geblieden ist in diesem langen Zeitraum der Produktschwerpunkt verbunden mit einer konkreten Firmenphilosophie. Seit jeher verfolgt man einen klaren Weg und besinnt sich auf seine Stärken und Kernkompetenzen. Damals wie heute geht es um das Abzweigen, Absichern und Verteilen elektrischer Energie und dabei spielt der Kabelabzweigkasten beständig eine Hauptrolle.

Das Unternehmen und sein „Henselkasten“ sind über die Jahrzehnte fast

zu einem Inbegriff für Verteilungssysteme geworden – vergleichbar mit der Geltung von „Tempotaschentuch“ oder „Polaroidkamera“. Logisch, dass deshalb die Faktoren Tradition, Qualität und Marke ein großes Gewicht in der Firmenphilosophie darstellen. Aber was hat sich seit Unternehmensgründung verändert? Selbstverständlich die Besetzung der Geschäftsleitung selbst. Damals wie heute ist das Unternehmen inhabergeführt. Jüngstes Mitglied seit



diesem Jahr: Philipp Christian Hensel, Enkel des Firmengründers, Gustav Hensel, und Sohn von Felix G. Hensel.

Vater und Sohn teilen sich die Verantwortung

Vater und Sohn teilen sich zusammen mit dem technischen Geschäftsführer Oliver Gutzeit und dem kaufmännischen Geschäftsführer Frank Dubberke die Leitung des Unternehmens. Philipp C. Hensel zeichnet sich für die Bereiche Marketing und IT verantwortlich – Vater Felix verantwortet den Bereich Vertrieb. Die beiden versuchen ihre Aufgabenteilung „relativ klar abzugrenzen“. „Es ist wesentlich für uns, dass wir genau wissen, wer was konkret macht und dass man dem anderen auch nicht in seinen Bereich hineinredet. Es ist auch deshalb wichtig, damit unsere Mitarbeiter wissen, wer für sie der direkte Ansprechpartner ist. Vorher war da ein Hensel, jetzt sind es zwei. Da muss klar werden, an wen ich mich als Mitarbeiter wenden kann“, erklärt Philipp C. Hensel.

Der Einstieg ins Unternehmen war für ihn allerdings keine direkte Verpflichtung. Zwar hat er familiär bedingt von



Unternehmen

Name und Sitz

Gustav Hensel GmbH & Co. KG

Gründungsdatum

1931

Unternehmenszweck

Hersteller
elektrotechnischer Erzeugnisse

Jahresumsatz

etwa 75 Mio. Euro

Anzahl Mitarbeiter

über 800

Anzahl Standorte

in Deutschland 9, international
weitere 7

Geburt an mit dem Unternehmen eine enge Bindung, doch konkrete Engagements in der Firma wollten gut überlegt und vorbereitet sein. „Wesentlich für die Entscheidung, ins eigene Unternehmen

zu gehen, waren auch andere Aspekte – zum Beispiel, dass man Freude an der Tätigkeit hat und dass man auch bereit ist, etwas zu bewegen“, zeigt Hensel auf. Für den Enkel des Firmengründers war es vor allem wichtig, zunächst einen eigenen unabhängigen Weg zu gehen. Er studierte Wirtschaftsinformatik und im Nebenfach Psychologie und machte sich noch während des Studiums selbstständig. „Ich wollte im Vorfeld eigene Leistungen bringen und nicht nach dem Motto handeln: „schnell in den Schoß der Familie und am Ende wird alles gut.“

Wertvolle Erfahrungen

Irgendwann wurde die Entscheidung, ins Unternehmen zu gehen dann allerdings doch konkreter. Deshalb war es für Philipp C. Hensel wichtig, Branchenerfahrung zu sammeln. „Nach meinem Studium bin ich zu einem Elektrogroßhändler gegangen – konkret zu Sonepar, Region Nord-Ost. Dort habe ich interessante Einblicke in die E-Branche bekommen und sah wie die Dreistufigkeit in der in der Praxis funktioniert und organisiert wird. Danach habe ich mir auch noch einen Einblick in der

Anzeige

Technik und Design im Einklang CablePort desk²



reddot award 2015
winner



Mit einer Kabelschlange
optimal zum Wandkanal
oder Bodentank



Kindermann

Das neue CablePort desk²
bringt Technik, Funktion
und hochwertiges Design
in Einklang

- Unverwechselbares Design durch große Radien und eine reduzierte Formensprache
- Korpus aus eloxiertem Aluminium oder pulverbeschichtetem Stahlblech
- Schnelle Montage an Tischplatten von 10 – 60 mm durch Befestigungsklemmen
- Alle gängigen Multimedia- und Datenschnittstellen erhältlich
- Frei konfigurierbar

Ihr Kompetenz-Partner für
Konferenz- und Medientechnik
www.kindermann.com

Zur Person



Frage 1: Ihr Name?

Frage 2: Ihr erlernter Beruf?

Frage 3: Ihre derzeitige Aufgabe im Unternehmen?

Frage 4: Wollten Sie immer schon in die E-Branche?

Frage 5: Haben Sie ein berufliches oder geschäftliches Vorbild?

Frage 6: Unternehmensnachfolge und Generationenübergang – Chance oder Risiko?

Frage 7: Ihr bestes Erlebnis im Unternehmen?

Frage 8: Was erwarten Sie von der Zukunft?

Frage 9: Wenn Sie einem Außerirdischen die Elektrobranche in drei Sätzen erklären sollten, was würden Sie ihm antworten?

Frage 10: Was wollten Sie immer schon mal machen?

Zu Frage 1: Philipp Christian Hensel

Zu Frage 2: Diplom Wirtschaftsinformatiker

Zu Frage 3: Geschäftsführer Marketing und IT

Zu Frage 4: Mit dem Gedanken spiele ich, seitdem ich darüber nachdenke im Familienunternehmen tätig zu sein.

Zu Frage 5: Ja, eine Mischung aus verschiedenen Vorbildern.

Zu Frage 6: Die Chance überwiegt eindeutig dem Risiko.

Zu Frage 7: Weniger ein Einzelerlebnis, mehr die gefühlte positive Grundhaltung der Mitarbeiter gegenüber dem Generationenwechsel im Unternehmen.

Zu Frage 8: Die spannende Aufgabe, unseren Kunden auch in Zukunft Lösungen anzubieten, die ihm einen echten Nutzen bieten und ihm das Leben leichter machen - besonders bei zunehmend komplizierter Technik.

Zu Frage 9: Die E-Branche leistet einen entscheidenden Beitrag dazu, dass es auf unserem Planeten auch nachts hell ist.

Zu Frage 10: Bisher konnte ich alles machen was mir wirklich wichtig war und ist. Alles andere ist Zugabe.

Industrie verschafft – bei Schneider Electric in Paris. Interessant war hier zu sehen, wie in einem Großkonzern mit etwas anderen Strukturen gearbeitet wird, wie Entscheidungen getroffen werden und welche Unterschiede sich zu unserem mittelständischen Familienunternehmen ergeben. Der Weg für Philipp Hensels Unternehmenseinstieg war demnach gebahnt und wurde Mitte 2012 dann auch umgesetzt.

Verantwortung übernehmen

Zusammen mit seinem Vater wurde ein konkreter Stufenplan entwickelt, wie der Einstieg verlaufen soll. Einig war man sich, dass nach einer gewissen Einarbeitungszeit möglichst schnell auch mehr Verantwortung übernommen werden muss. „Dementsprechend haben

wir festgestellt, wo die eigenen Stärken liegen. Mitte 2013 habe ich dann die Bereiche Marketing und IT übernommen und seit Anfang des Jahres bin ich in die Geschäftsführung aufgenommen worden“, beschreibt Hensel rückblickend.

Hamburg, Paris, Lennestadt

Sein bisheriger Werdegang führte Philipp C. Hensel also von Hamburg über Paris wieder ins Sauerland nach Lennestadt – in die Region, in der er geboren wurde. An dieser Stelle sei erwähnt, dass in der früheren Firmenhistorie von Hensel die vollständige Verlegung des Firmensitzes erfolgte – wohl eine der größten Herausforderungen für das Unternehmen.

Die ursprünglichen Betriebsstätten in Radevormwald wurden nach dem

zweiten Weltkrieg zu klein und man musste sich einen neuen Standort suchen. Fündig wurde man schließlich 1948 in Lennestadt. Der Bau der neuen Produktionsstätten wurde anschließend auf der „grünen Wiese“ realisiert. „Dabei das Unternehmen und seine Werte zu erhalten, ist schon eine riesige Herausforderung gewesen“, weiß Philipp C. Hensel heute.

Großes Familienerbe

Aufgrund der langen Erfolgsgeschichte, ist es wohl auch gerade deshalb eine persönliche Herausforderung für die nachfolgende Generation, das Unternehmen weiter in der richtigen Bahn zu halten. „Was meine Familie hier im Unternehmen erreicht hat, muss man auch erst einmal selbst schaffen. Vor

allein die Nähe zu Mitarbeitern, der persönliche Kontakt und die langfristige Art und Weise zu denken, standen immer im Vordergrund. Das ist schon ein großes Erbe“, so Philipp C. Hensel.

So groß die Rolle der Tradition für das Unternehmen auch ist, gibt es auch Dinge, die aus Sicht des jüngsten Mitglieds der Geschäftsführung verändert und verbessert werden können: „Es macht viel Freude, auch einmal neue Wege zu gehen. Wir müssen uns jeden Tag neu erfinden und kontinuierlich verbessern. Vielleicht entwickeln sich ja dann auch irgendwann neue Traditionen“.

Motto:
„Das Wir-Gefühl vermitteln“

Der Leitgedanke der Unternehmensführung setzt sich bei Hensel in jedem



Fall aus einem „großen Miteinander“ zusammen. „Klare strategische Ziele zu definieren, diese Ziele richtig zu kommunizieren und möglichst alle Mitarbeiter auf dem Weg mit zu nehmen, halte ich für eine der wichtigsten Aufgaben der Unternehmensführung. Wenn man es schafft, dieses `Wir-

Gefühl´ zu vermitteln und sich alle in die gleiche Richtung bewegen ist man fast unschlagbar.“ Dabei gibt er auch einen kurzen Einblick wie die Zukunft aussehen kann: „Wir wollen weniger Abteilungsdenken, stärker hin zu Prozessdenken, Projekten und agilen Teams. Wir müssen noch mehr als heute ein

Anzeige

Wir machen Ideen sichtbar.

www.Lensing-Druck.de

LENSING DRUCK

GRUPPE

Bewusstsein schaffen, dass wir alle in die gleiche Richtung wollen – nicht als einzelne Einheit, sondern gemeinsam im Team. Das habe ich mir als große Aufgabe vorgenommen“.

Eine Marke mit Persönlichkeit

Die gemeinsame Identifikation mit dem Unternehmen und der Marke wird demnach bei Hensel besonders groß geschrieben. Man möchte „nahbar“ sein. „Ganz wesentlich dabei sind das Zuhören und der persönliche Kontakt. Was möchte der Kunde wirklich? „Wir dürfen uns nicht für unantastbar halten und unsere Produkte am Kunden vorbei entwickeln. Dieses Augenmerk darauf hat uns stets ausgezeichnet. Da empfiehlt es sich, direkt mit dem Handwerk zu sprechen, da man logischerweise selbst nicht täglich auf der Baustelle steht und Kabelabzweigkästen oder andere Produkte installiert. Nur so können wir innovative Produkte und Lösungen entwickeln, die einen echten Nutzen bringen“, konstatiert Philipp C. Hensel.

In Kombination gibt es diesen Persönlichkeitsfaktor bei Hensel allerdings nur mit einer typischen Sauerländer Direktheit. Philipp C. Hensel: „Wir versuchen hier nicht zu blenden, sondern reden gerne offen und authentisch miteinander. Man krepelt die Ärmel hoch und diskutiert die Dinge direkt miteinander aus. Das funktioniert hier

sehr gut. Ich denke, nicht umsonst stammen so viele Unternehmen der E-Branche aus dem Sauerland. Das ist also bestimmt kein Standortnachteil.“

Gesichter verschwinden hinter den Marken

In einer Zeit zunehmender Globalisierung und Digitalisierung ist die Gustav Hensel GmbH & Co. KG aus Lennestadt mit 25 000 Einwohnern ein anschauliches Beispiel für ein Erfolgsunternehmen, das Tradition, Innovation und Authentizität über Jahrzehnte in Einklang gebracht hat. „Das Persönliche verliert heute häufig an Bedeutung. Umso wichtiger ist es, dass wir als Unternehmen in diese `Lücke der Anonymität` hineingehen und zeigen, dass sich hinter unserem Logo und unserer Marke auch `ein Gesicht` befindet. Auf den Kunden zu hören, ist ein wesentliches Kennzeichen unserer Innovationskraft“, beschreibt Philipp C. Hensel den Firmencharakter.

Eine Prise dieser Bodenständigkeit zeigt sich zum Abschluss auch in der gewünschten Überschrift für das aktuelle Jahr – „Wenn die Schlagzeile am Ende des Jahres lautet, dass wir als Unternehmen trotz aller aktuellen außenpolitischen Widrigkeiten gut durchs Jahr gekommen sind – vielleicht sogar mit einem deutlich erkennbaren Wachstum, dann wäre das ein guter

Abschluss.“ Auf diesem Wege geht es dann in das Jahr 2016, in dem Hensel auf der Light+Building wieder einige Innovationen präsentieren kann.



Bildergalerie

ElektroWirtschaft

Das Organ des Bundesverbandes des Elektro-Großhandels (VEG) e.V.

Verlag

Fachverlag Dr. H. Arnold GmbH
44341 Dortmund, Postfach 150 120
44359 Dortmund, Siegburgstraße 5–7
Telefon (0231) 33 69-0
Telefax (0231) 33 69-20
E-Mail: info@elektrowirtschaft.de
Internet: www.elektrowirtschaft.de

Gründungsherausgeber

Dr. Helmut Arnold †

Redaktion

Dipl.-Kffr. Gudrun Arnold-Schoenen
(verantwortlich)
g.schoenen@elektrowirtschaft.de
B.Sc. Sebastian Wehner (Assistent)
redaktion@elektrowirtschaft.de
Dipl.-Kffr. Annika Schoenen
MA Lena Westhoff
Freie Mitarbeit: Peter Respondek /
Juliane Braun

VEG

Dr. Hans Henning
Judith Jakobs
E-Mail: info@veg.de
Internet: www.veg.de

Verlagsleitung und Geschäftsführung

Dipl.-Kffr. Gudrun Arnold-Schoenen

Anzeigen

Silke Triebisch, Tel.: (02 31) 33 69-37
anzeigen@elektrowirtschaft.de
Anzeigenpreisliste: Nr. 57 vom 1.1.2015
Nachdruck nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet.
Auslandsbezug nur durch den Verlag.
Mit Namen gekennzeichnete Artikel stellen nicht unbedingt die Ansicht der Redaktion dar.
Die ElektroWirtschaft erscheint monatlich.
Zu beziehen durch den Verlag.
Post-Vertriebskennzeichen K 2593.
Jahres-Bezugspreis 65,- Euro einschließlich 7,0 % Mehrwertsteuer, plus 10 Euro Versandkosten (Inland).
Einzelheft: 5,90 Euro
Abbestellungen mit zweimonatiger Frist zum 1. Januar möglich.
ISSN 0013-5887

Druckerei

Lensing Druck
Auf dem Brümmer 9
44149 Dortmund

