

Hennecke definiert sich neu – Etablierung der Hennecke GROUP und Transformation der weltweiten Strukturen

Durch das stetige Wachstum der Marke Hennecke, insbesondere aber durch den Erwerb der HENNECKE-OMS S.p.A. in Italien und dem damit verbundenen Ausbau eines gemeinsamen internationalen Vertriebs- und Servicenetzes ist es notwendig geworden, einen einheitlichen Markenauftritt zu realisieren, der als Dachmarke für alle Produktportfolios fungiert: die Hennecke GROUP. Der neue Außenauftritt ist dabei weit mehr als nur eine Änderung in der externen Kommunikation: Auch die Komplexität der weltweiten Hennecke-Organisation wird im Zuge der Neuaufstellung deutlich verschlankt und somit wesentlich schlagkräftiger. Anstatt ein Verbund von unterschiedlichen Unternehmenseinheiten sorgt seit September 2019 ein Netzwerk von klar strukturierten Geschäftseinheiten für neue Synergieeffekte. Unter der Bezeichnung „Hennecke 2.0“ treibt Thomas Wildt, der neue CEO der Hennecke GROUP, die Transformation der Polyurethan-Spezialisten hin zu einer hocheffektiven Organisationsstruktur, sowohl intern wie extern, aktiv voran.

Der neue Markenauftritt der Hennecke GROUP umfasst zwei grundlegende Aspekte: eine Kombination der drei unabhängigen Produktportfolios der Marken:

- "Hennecke Polyurethane Technology",
- "HENNECKE-OMS"
- "Hennecke Roll Forming Technology"

und das weltumspannende internationale Netzwerk aus Produktionsstandorten sowie Vertriebs- und Serviceniederlassungen, die Produkte und Dienstleistungen von mehr als einer Marke aus dem Portfolio der Hennecke GROUP in den lokalen Märkten anbieten. „Die Kernmarken und das Branding der einzelnen Produkte und Dienstleistungen bleiben selbstverständlich erhalten und sind weiterhin klar erkennbar“, verspricht Wildt. Somit werden Organisationseinheiten, die nur für das Produktportfolio einer einzelnen Marke im Konzern verantwortlich sind, auch weiterhin nur mit dieser Marke am Markt auftreten. Insbesondere aus Sicht des internationalen Netzwerks ermöglicht der einheitliche Markenauftritt wesentliche

Synergien und eine deutlich klarer strukturierte Kommunikation gegenüber der weltweiten Hennecke-Kundenbasis.

Wildt ist seit April 2019 Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO) der Hennecke GROUP. Der Diplom-Kaufmann bringt langjährige Erfahrung aus dem Mittelstand-, Konzern- und Private-Equity-Umfeld mit ins Unternehmen. „Wir werden die Hennecke-Organisation neu aufstellen und transformieren das Unternehmen innerhalb des Projekts Hennecke 2.0, um effektiver für die Zukunft zu werden“, erklärt der ausgewiesene Experte im internationalen Maschinen- und Anlagenbau. Entscheidend dabei ist, dass die zentralen Unternehmensprozesse jetzt dezentral organisiert sind. In vier Kompetenzzentren (Centers of Excellence) aufgeteilt, konzentriert sich nun jeder Standort der neuen Hennecke GROUP auf seine Kernkompetenz. Vorteil für den Kunden: kürzere Lieferzeiten für standardisierte Produkte sowie Einzeldosiermaschinen und komplexe Gesamtanlagen für die Polyurethan-Verarbeitung aus einer Hand. „Hennecke entflechtet seine organisatorische Komplexität. Dazu gehört auch die Schließung von zwei Standorten, die bisher Dienstleistungen für das Anlagengeschäft der Kernmarken übernommen haben“, betont Wildt. „Was zuvor noch an mehreren Standorten parallel geplant und gebaut wurde, wird jetzt nur noch in einem Kompetenzzentrum gefertigt. Die gesamte Unternehmensgruppe wird dadurch wettbewerbsfähiger.“ Von den entstehenden Synergieeffekten soll insbesondere das breite Kundenspektrum von Hennecke profitieren. „Wir machen mit der Hennecke GROUP einen wichtigen Schritt vorwärts, indem wir uns auf die Dinge konzentrieren, die uns in der Vergangenheit erfolgreich gemacht haben“, erläutert Wildt. „Hierzu zählen exzellente Einzel-Dosiermaschinen und weitreichende Service-Dienstleistungen. Zudem werden wir die Einzelunternehmen viel stärker in das Hennecke-Netzwerk integrieren.“

Am deutschen Unternehmenshauptsitz in Sankt Augustin wird ab sofort die Entwicklung, Planung und Fertigung sämtlicher Hoch- und Niederdruck-PU-Maschinen und aller erhältlichen Mischkopf-Systeme zusammengezogen. Das Herzstück des gesamten Portfolios sowie tausender Verarbeitungsanlagen weltweit bleibt also weiterhin „Made in Germany“. Der Standort in Mailand (Italien) konzentriert sich auf das Geschäft mit umfassenden Systemlösungen zur kontinuierlichen Produktion von Sandwich-Paneelen. Die Tanklagertechnologien für das gesamte Systemgeschäft der Hennecke GROUP liefert der Standort in Pittsburgh (USA). Die Hennecke GROUP-Unternehmen in Jiaxing und Shanghai (China), spezialisieren sich noch stärker auf die Entwicklung und Herstellung der

„Trockenteile“ für die gesamte Hennecke GROUP. Durch die Aufteilung in die verschiedenen Kompetenzzentren kann Hennecke nun als einer von wenigen Herstellern von PU-Anlagen auf dem Markt seinen Kunden komplette Gesamtanlagen aus einer Hand anbieten. „Wir sind regional mit Europa, der NAFTA-Region sowie dem asiatischen Raum und von den Branchen unserer Kunden her sehr breit aufgestellt.“ stellt Thomas Wildt fest.

Bei jedem Schritt, den die Hennecke GROUP unternimmt, steht der Nutzen für den Kunden an erster Stelle. Alle Gesellschaften werden außerdem so aufgestellt, dass sie sich in Zukunft im Sinne einer selbstlernenden Organisation den stetigen Marktveränderungen besser anpassen können. Wildt dazu: „Eine selbstlernende Prozessorganisation ist in der Lage, sich selber zu korrigieren und die richtigen Maßnahmen zu ergreifen, um auf dem geplanten Weg mit maximaler Effizienz in Prozessen zu operieren“. Die Umsetzung dieser Maßnahmen wird über vereinheitlichte Prozesse und Tools sichergestellt. Hierzu wurde das Hennecke Business System (HBS) weltweit im Management der Hennecke GROUP ausgerollt. Mittels Prozessmapping und standardisierten Problemlösungsprozessen werden die Führungskräfte und Mitarbeiter der gesamten Hennecke GROUP geschult, um in Zukunft alle Projekte und Dienstleistungen termingerecht mit größtem Qualitätsanspruch zu realisieren.

Die Neuaufstellung mit Hennecke 2.0 wird in den globalen Märkten der Gruppe durch mehr Effektivität und Professionalität geprägt sein. Die Hennecke GROUP wird keine Geschäfte mit hohem Risikopotential eingehen: „Die Prozessorientierung erlaubt uns, etwaige technische und wirtschaftliche Risiken bereits frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und gemeinsam mit unseren Kunden zu minimieren“, unterstreicht Wildt. In einem weltweiten wirtschaftlichen Umfeld, das zusehends von Unwägbarkeiten geprägt ist, ein weiterer wichtiger Garant für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg in der Zukunft für die Hennecke GROUP.

Weitere Informationen und Pressekontakt

Abteilung Marketing & Communication

Stefanie Geiger

Telefon +49 2241 339 266
Telefax +49 2241 339 974
E-Mail stefanie.geiger@hennecke.com

Hennecke GmbH

Birlinghovener Straße 30
D-53757 Sankt Augustin

Telefon +49 2241 339 0
Telefax +49 2241 339 204
E-Mail info@hennecke.com

www.hennecke.com