

Porschefahrer sind Individualisten, sagt Patrick Henkel. Nur eines haben sie gemeinsam, sie alle haben Erfolg in dem, was sie tun. Der Vorsitzende der Geschäftsführung der Berliner Porsche Zentren hat seine Liebe zu Fahrzeugen zum Beruf gemacht, den er mit großer Leidenschaft ausübt.

DER PORSCHEANER

58

Beim Betreten der Porsche Niederlassung in Berlin fällt ein schlichtes Wort an der Wand auf: Mut. Es ist das Motto rund um den neuen Panamera, dem, laut Hersteller, schnellsten Luxuswagen der Welt. Es könnte genauso gut für Patrick Henkel stehen, als eines seiner Leitmotive. Er ist Vorsitzender der Geschäftsführung der Berliner Porsche Zentren. Als er 2003 von Frankfurt am Main an die Spree zog, musste er sich erstmal an die Stadt gewöhnen. Heute lacht er über die Vorurteile, die er jemals hatte und möchte nicht mehr weg. Berlins Natur überrascht ihn immer wieder, dazu die Gewässervielfalt und die nicht enden wollenden Möglichkeiten an Kultur. Sein Lieblingsplatz ist der Gendarmenmarkt. Aber am allermeisten mag er die Alleen südlich von Berlin. Sie seien einfach wunderschön. Zu schön, um da allein unterwegs zu sein. Für Kunden organisiert sein Team regelmäßig Ausfahrten, um gemeinsam dem Alltag zu entfliehen und um die Fahrzeuge der Marke Porsche aus neuer Perspektive kennenlernen zu können.

Sein erstes eigenes Auto war ein weißer Opel Corsa. Er selbst war neunzehn oder zwanzig Jahre alt, als er ihn gekauft hat, das Geld verdiente er sich mit einem Samstagsjob im Autohaus. Autos vergleichen, auf langen Autobahnfahrten Automarken raten und in jeder freien Minute Automagazine verschlingen, das war seine Kindheit. So lange er denken kann, hat er eine verdichtete Autoleidenschaft. Und noch heute muss er lachen, wenn er sich an den roten Mercedes W123 seines Vaters erinnert, einen 240er Diesel mit sagenhaften 55 PS. Bei Mercedes hat Patrick Henkel seine Karriere auch begonnen, nachdem er in Rheinbach sein Abitur abgelegt hatte. In einer Kölner Niederlassung absolvierte er eine Ausbildung zum Industriekaufmann. Danach folgte das Studium der Automobilwirtschaft in Nürtingen-Geislingen mit den Schwerpunkten Handel, Marketing, Unternehmensführung und Wirtschaftspsychologie. 2003 schloss er als Diplombetriebswirt mit sehr gut ab. In den Verkauf zu gehen, stand für ihn schon immer fest. Führung und damit Verantwortung

übernehmen – das war sein Ziel. Gestartet ist er als „Leiter Verkauf Innendienst“ bei Mercedes. Über kurze Stationen in Koblenz und Frankfurt kam er nach Berlin. 2010 war Henkel Betriebsleiter einer Niederlassung, als ihn im Auto ein Anruf erreichte – was er von der Idee halte, zu Porsche zu wechseln. „Natürlich habe ich mich gefreut. Es ist schön, wenn jemand auf dich zukommt und dich fragt, ob man sich auch Porsche vorstellen könnte. Es ist Kompliment und große Wertschätzung gleichermaßen“, sagt Patrick Henkel. Ein Vortrag des ehemaligen Porschemanagers und Vorstandsvorsitzenden Wendelin Wiedeking an seiner Hochschule über die Auto-Marke und wie das Unternehmen tickt, hatte ihn fasziniert. „Das Wir, der Zusammenhalt im Unternehmen, der Porscheaner, das ist schon etwas Besonderes“, findet Henkel. Es ist ihm wichtig, Barrieren abzubauen, „Nahbarkeit und Sympathien“ nach außen zu tragen, damit jeder, der das Haus betritt, sagt: „Wenn ich es könnte, hier würde ich gerne einen Porsche kaufen.“



Foto: Berlin vis-à-vis

Berliner Porschegeschäftsführer und Porschechef Patrick Henkel

Seit sechs Jahren ist Patrick Henkel bei Porsche in Berlin Geschäftsführer und seit diesem Jahr Vorsitzender der Geschäftsführung. Mit dem vollzogenen Führungswechsel soll der gemeinsame Auftritt der Porschezentren in Berlin weiter vorangetrieben werden. Und auch mit der Eröffnung der dritten Niederlassung in Berlin-Adlershof im nächsten Jahr geht Porsche einen weiteren Schritt in eine spannende Zukunft, denn es wird das

modernste Porsche Zentrum Europas werden und visionäre Ideen mit innovativer Technik verbinden. Neben einem beeindruckenden Gebäude erwartet den Kunden dort das neue Wahrzeichen: ein 25 Meter hoher Solarpylon, der, mit 7776 Solarzellen ausgestattet, unter idealen Bedingungen bis zu 30000 Kilowattstunden Solarstrom pro Jahr liefert. Genug, um den kompletten Strombedarf des neuen Standortes zu decken und

zum kostenlosen „Tanken“ an einer Ladesäule einzuladen.

Erfolg misst er neben den Zahlen auch am Leuchten in den Augen seiner Kunden und Mitarbeiter. Die Zukunft des Autos bei Porsche sieht er in Nachhaltigkeit und Performance. Ein gutes Beispiel dafür ist der neue Panamera 4 E-Hybrid. Er ist der nächste Schritt auf dem Weg der E-Mobilität. Hier nutzt Porsche das Know-how aus der Entwicklung des 918 Spyder. Mit seiner deutlich gestiegenen rein elektrischen Reichweite steht er für besonders nachhaltige Mobilität. Ziel des Stuttgarter Traditionsunternehmens ist es auch, Porsche zum führenden Anbieter für integrierte Mobilitätslösungen zu entwickeln.

Mit „Porsche Drive“, das in Stuttgart und Berlin angeboten wird, wird an die „Generation Sharing“ und den Kunden von morgen gedacht.

Beim Design spielen Farbe oder Ausstattung keine bestimmte Rolle: „Jeder Porsche ist so individuell wie sein Besitzer. Wir sagen ‚the most personal car‘ – im Sinne eines Maßanzuges. Aber eines haben alle unsere Kunden gemeinsam, sie alle haben Erfolg in dem, was sie tun.“

Den Familiengedanken im Sinne von Porsche weiterzuführen, ist, neben aller geschäftsmäßigen Verantwortung, Patrick Henkels Herzensangelegenheit. Darum ist es für ihn wichtig, sich auch in der Björn Schulz Stiftung zu engagieren. Hier bekommen schwerst- kranke junge Menschen weit über die medizinisch notwendige Therapie hinaus Hilfe. Und deren Familien auch. „Familie, Kinder, das ist das Wichtigste im Leben, alles andere kommt danach“, sagt Patrick Henkel.

Barbara Sommerer