



© Henkel

Kosteneinsparung durch internationale Migration in die SEEBURGER Cloud



Mit bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite ist Henkel führender Anbieter im Konsumenten- und im Industriegeschäft und in drei Geschäftsfeldern tätig: Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies. Mit 50.000 Mitarbeitern ist Henkel weltweit aktiv und in allen wichtigen Wachstumsmärkten präsent.

Gemäß dem Motto »We only make what we cannot buy« setzt die IT des Unternehmens schon seit langem auf Outsourcing. Bei der Umsetzung dieser Strategie ist SEEBURGER für Henkel im Rahmen der Konsolidierung und Standardisierung der globalen ERP-Landschaft ein wichtiger Partner. Nachdem Henkel 2012 das EDI-Business für asiatische Partner an die SEEBURGER Managed Services übergeben hatte, folgte 2014 der nächste Schritt in Richtung einer »globalen Plattform« mit SEEBURGER.

Das Beauty Care- und Laundry & Home Care-Geschäft von Henkel Nordamerika wird mit über 98% der Kunden, 3 Millionen Transaktionen p.a. und über 1,9 Mrd. USD Umsatz über EDI abgewickelt. Die alte Systemlandschaft dafür war jedoch sehr komplex, wartungsintensiv, instabil und von

vielen Eigenentwicklungen geprägt. Durch die Überführung in die SEEBURGER Cloud profitiert Henkel mehrfach: Die hohe Standardisierung durch den Einsatz der Doppelkonvertierung hat zu einer deutlichen Vereinfachung der Schnittstellenlogik im Henkel SAP®-System geführt. Aufgrund der in Nordamerika noch genutzten »alten SAP-Welt« wurden die bestehenden Prozessmappings nicht übernommen. Hierdurch beeinflussten Änderungen an SAP-Schnittstellen in den USA nicht die bestehenden Prozesse für Asien und umgekehrt.

»Durch die Migration wurden die Betriebsaufwände sowie die VAN-Kosten deutlich reduziert. Schon in der Hypercare-Phase reduzierte sich das Incident-Aufkommen in der SEEBURGER Cloud deutlich gegenüber der vorherigen Altlandschaft. Die erforderlichen Partnermappings wurden nahezu ohne Zutun von Henkel durch SEEBURGER automatisiert aus Archivdaten entwickelt. Das Doppelkonvertierungsprinzip erwies sich als sehr erfolgreich und günstig. Die benötigte Zeit für das Onboarding eines neuen Partners reduzierte sich von zwei Monaten erheblich auf zum Teil weniger als eine Woche. Insgesamt wird hierdurch Henkels Strategie zur Standardisierung vollständig unterstützt«, so Christian Herberg.

Christian Herberg, Henkel AG & Co. KGaA