



Henkel vereint die Bereiche Beauty Care und Laundry & Home Care mit weltweitem EDI-Integrationsprojekt



Die Herausforderung

Mit dem HCB-Programm (Henkel Consumer Brands) hat Henkel seine Geschäftsbereiche Laundry & Home Care und Beauty Care zu einem neuen, integrierten Geschäftsbereich unter dem Dach von Consumer Brands fusioniert. Durch diesen strategischen Schritt wurde eine Multi-Kategorie-Plattform geschaffen, die das zukünftige Wachstum vorantreiben, erhebliche Synergien erschließen und die Agilität und Effizienz der globalen Aktivitäten steigern soll.

SEEBURGER unterstützte diese Transformation in mehreren strukturierten Phasen durch die Aktualisierung der entsprechenden EDI-Setups. Das ehrgeizige Projekt umfasste eine Vielzahl von Partnern in zahlreichen Ländern und erforderte im Vorfeld eine komplexe Analyse aller Systemkonfigurationen.

Hochkomplexes EDI-Integrationsprojekt erfolgreich abgeschlossen dank globaler Koordination und starker Partnerschaft

Mehrere Teams aus aller Welt, sowohl von Henkel als auch von SEEBURGER, haben mit herausragender Leistung zusammengearbeitet. Dank ihrer Teamarbeit und ihres außergewöhnlichen Engagements konnte das Projekt erfolgreich, termingerecht und innerhalb des Budgets abgeschlossen werden.

Die Projektziele waren:

- Änderung der Identifikationswerte (GLN und MESFCT) für die Geschäftsbereiche Beauty und Laundry sowohl in externen (EDI) als auch in internen (IDoc) Dokumenten
- Unterstützung der Zusammenlegung der Vertriebsbereiche Beauty und Laundry von Henkel zu einem gemeinsamen Vertriebsbereich „Consumer Brands“
- Vor jeder Phase: Analyse, der zu ändernden Konfigurations- und Zuordnungsobjekte sowie Planung der Auswirkungen
- Durch die sorgfältige Planung und Umsetzung wurde sichergestellt, dass alle Partner aufeinander abgestimmt und auf die Umstellungen vorbereitet waren
- Analyseumfang: zahlreiche Länder mit EDI-Verbindungen in Europa, APAC und LA

Über Henkel

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien nimmt Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumgütergeschäft ein. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies von Henkel ist weltweit führend auf dem Markt für Klebstoffe, Dichtstoffe und Beschichtungen. Der Unternehmensbereich Consumer Brands nimmt in zahlreichen Märkten und Kategorien weltweit eine führende Position ein, insbesondere in den Geschäftsbereichen Laundry & Home Care und Hair. Die drei größten Marken von Henkel sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2024 erzielte Henkel einen Umsatz von rund 21,6 Milliarden Euro und ein bereinigtes operatives Ergebnis von rund 3,1 Milliarden Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im deutschen Aktienindex DAX gelistet. Nachhaltigkeit hat bei Henkel eine lange Tradition, und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit rund 47.000 Mitarbeiter – vereint durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und ein gemeinsames Ziel: „Pioniere aus Leidenschaft zum Wohle künftiger Generationen.“

www.henkel.com

Die Lösung

SEEBURGER B2B/EDI Managed Services und Beratungsdienstleistungen

Henkel entschied sich für SEEBURGER als strategischen Partner nicht nur wegen der seit Jahren eingesetzten effizienten und hochwertigen Lösung, sondern auch wegen der Beratungskompetenz des Unternehmens, die Henkel bereits in früheren Migrations- und Konsolidierungsprojekten positiv erlebt hatte.

So trug SEEBURGER zu den wichtigsten Erfolgen des Projekts bei:

1. Vorteile für den Kunden

Konsolidierte EDI-Prozesse führten zu beschleunigten Geschäftstransaktionen und einer verbesserten Zusammenarbeit entlang der Lieferkette, wodurch der Kundenservice weiter verbessert wurde.

2. Reibungsloser Übergang

Das Projekt konsolidierte erfolgreich die Identitäten für die Geschäftsbereiche Beauty und Laundry von Henkel für alle eingehenden und ausgehenden Dokumente. Durch die Zusammenführung der Logik mit unterschiedlichen, für die Vertriebsbereiche spezifischen Abwicklungen stellte SEEBURGER eine nahtlose Integration sicher.

3. Risikominderung

Die Strategie umfasste länderspezifische Entscheidungen zur Verwendung von GLN, Anpassungen bei Kunden und Logistikpartnern sowie gründliche Tests mit den Geschäftsteams von Henkel. Bei der Kommunikation der erforderlichen Änderungen an alle Handelspartner wurde auf Abwärtskompatibilität geachtet, damit die Geschäftsvorgänge nicht beeinträchtigt wurden, falls ein Partner den Projektzeitplan nicht genau einhalten konnte.

Erfolgsfaktoren

- + **Gut etablierte Zusammenarbeit** innerhalb und zwischen den Teams von SEEBURGER und Henkel, geprägt von Vertrauen und Verständnis
- + **Sauberes, gut strukturiertes System**
Investitionen aus früheren Projekten in die Zuordnung und Strukturierung von Entitäten zahlten sich aus und begrenzte den Aufwand
- + **Gut organisiertes Projekt** mit Überblick über den Status einer Aufgabe, allen dazugehörigen Details und Anhängen an einem Ort, klarer Zuweisung von Verantwortlichkeiten und Priorisierung von Aufgaben
- + **Ständiger Betrieb und Geschäftskontinuität**
- + **Integrationskompetenz und weltweite Präsenz von SEEBURGER**

Das Projekt im Überblick

Multinationale Projektteams:

- **Henkel:** Henkel-Teammitglieder aus verschiedenen Ländern weltweit. Sie fungierten als Schnittstelle für das Gesamtprojekt. Zusammenarbeit mit SEEBURGER auf der einen Seite und den Kunden, Logistikdienstleistern und Geschäftsteams von Henkel auf der anderen Seite.
- **SEEBURGER:** 10 Teammitglieder aus den SEEBURGER-Standorten in Bulgarien, Deutschland, den USA, Malaysia und China.



„Das EDI-Projekt von Henkel im Rahmen des HCB-Programms ist ein eindrucksvolles Beispiel für die Wirksamkeit einer langjährig eingespielten Zusammenarbeit zwischen Henkel und SEEBURGER, sorgfältiger Planung und effizienter Umsetzung. Der erfolgreiche Abschluss dieses Projekts schafft eine solide Grundlage für zukünftige Initiativen und unterstreicht Henkels Engagement für Innovation und Exzellenz. Der positive Projektverlauf hat die enge Partnerschaft zwischen Henkel und SEEBURGER weiter vertieft und gefestigt.“

Richard Wolfram, Leiter/Manager B2B-Kundenintegration EMEA, Henkel



Neugierig auf weitere
Case Studies
aus dem Bereich CPG?