

TECHNOLOGIE & LOGISTIK

KI-NETZWERK

Procter & Gamble wird Ipai-Mitglied

Procter & Gamble wird Mitglied der Innovationsplattform Ipai. „Über das Partnerökosystem der Ipai-Plattform werden wir daran arbeiten, die Effizienz in den Fertigungsprozessen zu steigern und KI noch gezielter in der Produktentwicklung einzusetzen – von frühen Prototypen bis hin zum finalen Design“, sagt Astrid Teckentrup, Vorsitzende der Geschäftsführung von P & G in D-A-CH. „Zudem befassen wir uns intensiv mit Cyber-Security.“ Das Netzwerk wird maßgeblich von der Schwarz-Gruppe vorangetrieben. Die Lidl-Mutter nutzt sie für die Entwicklung von KI-Anwendungen, die Schwarz-Stiftung ist investiert. *nis/lz 22-26*

ASIATISCHER ANBIETER

Lalamove startet Kurierdienst in Berlin

Der On-Demand-Logistiker Lalamove aus Hongkong startet in Deutschland. Wie das Unternehmen mitteilt, bietet es Same-Day-Lieferungen von nun an in Berlin an – weitere Städte können folgen. Der Anbieter arbeitet nach eigenen Angaben in der Hauptstadt bereits mit knapp 1000 Lieferpartnern zusammen. Auf seiner Plattform führt er die Dienstleister mit kleineren und mittleren Unternehmen zusammen. Die Abrechnung der bestellten Fahrten erfolgt pro Lieferung, ohne vertragliche Bindung. Lalamove ist in 17 Märkten in Asien, Amerika, Europa und dem Nahen Osten aktiv. *cs/lz 22-26*

WIENER NEUDORF

Billa legt mit Bau von Logistikzentrum los

Rewe International beginnt mit dem Bau eines 600 Mio. Euro schweren Logistikzentrums im österreichischen Wiener Neudorf. Den Anfang macht das Wertstoffsortierzentrum. Mit ihm bündelt der Händler für Billa künftig sämtliche Prozesse der Rückhol- und Recyclinglogistik für Pfandgebände. Vor Ort will Rewe nach eigenen Angaben täglich bis zu 66 000 Kisten Mehrweggebände und rund 1,5 Mio. Einweggebände verarbeiten. Die Inbetriebnahme soll voraussichtlich im Sommer 2027 erfolgen. Noch in diesem Sommer plant der Händler, die restlichen Baupläne für den Standort zur Genehmigung einzureichen. *cs/lz 22-26*

ESG-SOFTWARE

Code Gaia und Planted fusionieren

Die Technologieunternehmen Code Gaia und Planted schließen sich zusammen. Beide Firmen haben sich auf die Umsetzung von ESG-Regulierungen für mittelständische Unternehmen spezialisiert. Es soll ein integrierter Anbieter für das Nachhaltigkeitsmanagement mit über 630 Kunden entstehen. Code Gaia und Planted bleiben operativ aktiv unter der gemeinsamen Holding House of Gaia. Markus Adler, Mitgründer von Code Gaia, übernimmt als CEO. „Die nächsten Zukäufe sind bereits in Planung“, sagt Planted-Mitgründer Wilhelm Hammes, der im neuen Unternehmen die Akquisitionsstrategie führt. *nis/les/lz 22-26*

„Technologie ist kein Selbstzweck“

Frank Tenbrock, Chief Digital Information Officer bei Henkel, über die Digitalisierungsstrategie des Konsumgüterherstellers

Frank Tenbrock gestaltet bei Henkel als CDIO die digitale Transformation mit. Im Interview spricht er über erste Gehversuche mit humanoiden Robotern, die Einführung von SAP S/4 Hana und darüber, was das Motto „Tech with Purpose“ bedeutet.

Herr Tenbrock, Sie sind schon seit 23 Jahren bei Henkel. Was hat sich in der IT des Unternehmens verändert?

Da gab es im Groben drei Epochen. Vor 20 Jahren hatten wir eine klassische IT. Wir haben Server betrieben und Software für Prozesse bereitgestellt, ohne einen starken Fokus auf Innovation. Es ging im Wesentlichen darum, die IT am Laufen zu halten. 2013 hat Henkel die Einheit Integrated Business Solutions gegründet. Da haben wir eine moderne IT-Infrastruktur aufgebaut. Wir haben ein konsolidiertes SAP-Backbone installiert, unsere Systeme vereinheitlicht und die IT mit dem Prozess-Know-how in einer Einheit zusammengeführt.

Und die dritte Epoche?

Das ist die aktuelle. 2020 wurde die Konzernstrategie, die sogenannte Purposeful Growth Agenda, ins Leben gerufen. Digitalisierung ist darin als Wettbewerbsfaktor auf oberster Ebene verankert. Im selben Jahr haben wir Henkel DX gegründet. Henkel DX verantwortet alle Digital- und IT-Themen und kombiniert diese mit der Geschäftsprozess-Expertise. Darüber hinaus haben wir in Indien ein Global Technology Center aufgebaut, das uns hilft, Innovationen voranzutreiben und zu skalieren. Unser internes Leitbild bei DX lautet „Tech with Purpose“.

Was ist damit gemeint?

Alles, was wir in der Digital-Unit machen, muss einen Wertbeitrag fürs Unternehmen leisten, also einen „Purpose“ haben. Wir haben in der Vergangenheit zu viele Dinge digitalisiert, nur, weil sie aufgrund des technologischen Fortschritts digitalisierbar waren. Für mich ist Technologie aber kein Selbstzweck. Wir müssen uns auf die Dinge fokussieren, die am Ende auch einen Wertbeitrag leisten. Darauf richten wir unsere Ressourcen und Zeitbudgets aus.

Henkel ist in 79 Ländern aktiv. Wie beeinflusst das die Ausrichtung in der IT?

Wir haben eine globale Digitalisierungsstrategie. Je nach Anforderung muss diese regional adaptiert werden, da sich Kundenanforderungen, Marktgröße und Regularien unterscheiden. So haben wir ein globales SAP-System, das wir nach rechtlichen Anforderungen länderspezifisch anpassen. Zum Beispiel muss in Brasilien beim Warenversand eine physische Version der elektronischen Rechnung die Lieferung begleiten. Und in China betreiben wir unsere IT-Infrastruktur in der Alibaba-Cloud, während wir den Rest der Welt über die Microsoft- und Google-Cloud abbilden.

China ist technologisch sehr fortgeschritten. Wie werden Sie dem gerecht?

Wir haben in China ein lokales Team, das nach dem Motto „China for China“ agiert. Es befasst sich mit dem dortigen Ökosystem und nutzt verstärkt chinesische Lösungen.



Treibt bei Henkel IT-Themen voran: CDIO Frank Tenbrock.

damit zentral managen können, inklusive der Kundendaten. Das können wir intern abbilden. Dann gibt es SPARC, das steht für Sales, Promotion und Revenue Cloud. In der Vergangenheit haben unsere Vertriebsmitarbeiter ihre Budgets für Angebotsaktionen überwiegend in Excel gemanagt. Das war schwer auswertbar, schon gar nicht über Kunden hinweg. Mit SAP haben wir eine Plattform entwickelt, die das transparent und analysierbar macht. Den Betrieb und die Weiterentwicklung übernehmen wir mittlerweile selbst aus Indien. Mit unseren strategischen Partnern arbeiten wir auch an Co-Innovationen.

Was sind denn Co-Innovation?

Nach unseren Bedarfen und Anforderungen entwickeln wir zum Beispiel gemeinsam mit SAP Lösungen, die dann wieder Teil des SAP-Standards werden. Wir haben etwa ein neues Deduction Management mit der SAP-KI „Joule“ entwickelt. Deductions sind Rechnungskürzungen von Kunden, die wir verstehen, indizieren und nach Verantwortlichkeit zuweisen müssen. Das macht bei uns jetzt ein KI-Agent.

Sie erwähnten bereits das einheitliche SAP-Backbone, das Sie 2013 eingeführt haben. Wie lange sind Sie schon Kunde?

Wir hatten schon immer die SAP-Lösung. Aber wir wachsen auch durch Zukäufe, und jedes Unternehmen hat eigene Systeme oder andere Versionen. So hatten wir einmal etwa 40 verschiedene SAP-ERP-Systeme im Konzern. Das war zu komplex. Dieses Thema sind wir angegangen, haben die Prozesse harmonisiert und ein einheitliches ERP-Prozessstemplate global ausgerollt. Das hilft uns jetzt beim Umstieg auf die aktuelle S/4 Hana Version sowie bei all unseren SAP-Investitionen, weil wir deutlich schneller skalieren können.

Wann ist es denn so weit?

Wir planen, S/4 Hana Anfang 2028 einzuführen.

Trotz der guten Ausgangslage laufen Sie aus dem regulären Wartungsrahmen: SAP stellt den Standard-Support für die älteren Systeme Ende 2027 ein.

Da wir mittlerweile unsere SAP-Landschaft in der Microsoft Azure Cloud betreiben, läuft der Support bis Ende 2030. Mit unserem Plan, 2028 zu migrieren, sind wir also gut aufgestellt. *nis/lz 22-26*

Das ist Henkel DX

- Bei Henkel DX, der Digitaleinheit des Konsumgüterherstellers Henkel, sind weltweit **1400 Mitarbeiter** beschäftigt.
- Es geht dort um vier Themen: **Daten, Technologie, Governance und People**.
- Die Einheit hat den Auftrag, einen **Business Value** zu generieren. Dabei gibt es zwei Stoßrichtungen: Entweder **nachhaltig wachsen** oder **Prozesse effizienter oder effektiver** gestalten.
- Henkel DX betreibt zwei **Digital Innovation Hubs** in Berlin und Shanghai sowie ein **Global Technology Center** in Bengaluru, Indien.

Das Land ist beim Einsatz von humanoiden Robotern schon sehr weit. Da testen wir gerade unterschiedliche Anbieter für den Einsatz in unseren Werken. Mit dem Thema beschäftigen wir uns auch in den USA, mit dem Ziel, es irgendwann zu skalieren.

»Alles, was wir in der Digital-Unit machen, muss einen Wertbeitrag fürs Unternehmen leisten«

Bauen Sie auch eigene Software?

Bei der Skalierung für einen so großen Konzern ergibt es Sinn, auf Standardlösungen zu setzen und diese auf unsere Bedürfnisse anzupassen. Wenn es aber keinen geeigneten Standard am Markt gibt oder wir uns einen Wettbewerbsvorteil erhoffen, entwickeln wir Lösungen selbst. Dafür arbeiten wir eng mit unseren strategischen Partnern zusammen.

Haben Sie ein Beispiele für Ihre Eigenentwicklungen?

Mit Adobe, SAP und Microsoft haben wir eine Lösung gebaut, die alle unsere digitalen Berührungspunkte mit dem Endkunden vereint. Wir haben etwa 1000 Marken-Websites, die wir