

HARTMANN: Der Anbieter rund um Gesundheit und Wohlbefinden setzt auf IBM und SAP.



Überblick

■ Die Aufgabe

Realisierung eines integrierten Informationssystems in allen Unternehmensbereichen: Produktion, Logistik, Finanzen, Controlling, Personal, Marketing und Vertrieb. Zentrale Bausteine: eine Business Intelligence-Lösung als weltweite Informationsdrehscheibe und die Einführung eines durchgängigen Customer Relationship Management-Systems

■ Die Lösung

Industrie: Medizinische Verbrauchsgüter
Applikation: Komplette mySAP** Business Suite
Hardware: IBM @server *pSeries*
IBM @server xSeries*
IBM Enterprise Storage Server*

Software: DB2*, Tivoli*, Lotus*,
CommonStore
Services: IBM Business Consulting
Services (BCS)

■ Die Vorteile

Einheitliche Datenqualität, große Flexibilität, hohe Performance, kurze Antwortzeiten. Passives Reporting – weniger Papier. Variable InfoCubes – proaktive Simulationen. CRM optimiert den Kundenkontakt, ermöglicht Segmentierungen, Klassifizierungen, Wertanalysen und führt zu qualifizierter Zielgruppen- und Kundenorientierung. Optimales Systemsteuerungs-Speicher- und Back-up-Konzept sorgt für konsistente Datenbasis in allen Systemen und sicheres Recovery

Gesundheit und Wohlbefinden des Menschen – diese Leitidee bestimmt das Denken und Handeln bei der PAUL HARTMANN AG. Das weithin bekannte Signet, das blaue HARTMANN-Oval, steht für medizinische Kompetenz bei Produkten und Dienstleistungen für alle, die helfen, die Haut zu heilen, zu schützen, zu pflegen – sowohl im privaten als auch im professionellen Bereich.

Medizin- und Hygieneartikel von HARTMANN werden in erster Linie in der Klinik, in der ärztlichen Praxis, bei der ersten Hilfe sowie in der Kranken- und Altenpflege eingesetzt. Darüber hinaus wurde in den letzten Jahren aber auch ein Konsumgüterortiment aufgebaut, das unter anderen die Bereiche Damenhygiene, Babyhygiene und Watteprodukte umfasst. Mit einem Umsatz von rund 1,3 Milliarden Euro im Jahr 2002 und knapp 10 000 Mitarbeitern weltweit gehört die HARTMANN-Gruppe zu den führenden Unternehmen ihrer Branche in Europa. Außer am Stammsitz in Heidenheim ist der Konzern in Deutschland an sieben weiteren Standorten mit Produktionsstätten vertreten. International ist HARTMANN mit Tochtergesellschaften und Beteiligungen in 28 Ländern in allen Teilen der Welt präsent.

Strategie:

SAP Lösungen auf IBM @server

In Zielgruppen denken und handeln, Systemangebote schaffen, das Kerngeschäft ausbauen, die internationale Marktposition stärken und die internen Prozesse optimieren – dies sind die Bausteine der unternehmensweiten Strategie, auf die sich HARTMANN in den letzten Jahren ausgerichtet hat. Um sie in die Praxis umzusetzen, ist neben vielen anderen Faktoren eine leistungsfähige, integrierte Informationstechnologie nötig. Störungsfreie, optimal auf den Benutzer abgestimmte Systeme sind erforderlich – 'Gesundheit' und 'Wohlbefinden' sind also auch in diesem

Bereich gefragt – könnte man sagen! Um dies zu erreichen, setzen IT-Leiter Klaus Hitzler und seine Mitarbeiter bei ihrer IT-Strategie schon seit geraumer Zeit auf zwei bewährte Partner: IBM und SAP.

Schon immer war HARTMANN bei den Ersten, wenn es darum ging, neue Technologien zu nutzen. Dazu waren oft mutige Entscheidungen nötig, und nicht immer funktionierte alles auf Anhieb. Jedoch: „Wir wollen die Chancen moderner Informationstechnik nutzen, um den Geschäftserfolg zu sichern und dem Wettbewerb ein Stück voraus zu sein“, sagt Josef Rehm, Leiter Technik und Systeme bei HARTMANN.

Heute bestimmt die komplette mySAP Business Suite mit mehr als 20 Systemen das Bild in allen Bereichen: von Produktion und Logistik über Finanzen, Controlling, Personal bis hin zu Marketing und Vertrieb. Bewährte Grundlage für das Datenmanagement ist dabei IBM DB2 Universal Database*, heute in der Version 7.2, mit allen Vorteilen, die sich im Zusammenspiel mit der leistungsfähigen 64-Bit-Architektur heutiger IBM @server ergeben.

HARTMANN gehörte bereits vor Jahren zu den ersten DB2-Anwendern und hat diese Entscheidung bis heute nicht bereut: „Wir sind sehr zufrieden mit der Leistung, Skalierbarkeit und Benutzerfreundlichkeit von DB2. Wir brauchen eine Datenbank, die unseren Wachstumsanforderungen gerecht wird und auf die wir uns immer verlassen können.“

Bei den zentralen Servern handelt es sich um AIX*-Systeme aus der pSeries-Familie der IBM, an der Spitze ein Hochleistungsrechner IBM @server pSeries 690, mit gegenwärtig acht Prozessoren und mehreren S80-Modellen als Applikationsserver. Für die Hochverfügbarkeit sorgt High Availability Cluster Multiprocessing (HACMP). Für das Speichermanagement stehen drei IBM

Enterprise Storage Server (ESS), darunter das neueste Modell 800, zur Verfügung. „Unsere zentrale Server- und Storage-Konfiguration mit pSeries und ESS bietet uns die notwendige Leistungsfähigkeit, Flexibilität und Skalierbarkeit, um auch künftigen Anforderungen aus den verschiedensten Bereichen des Unternehmens gewachsen zu sein. Das Preis-Leistungs-Verhältnis der pSeries ist ungeschlagen im Markt“, ist Josef Rehm überzeugt.



mySAP Business Intelligence: mehr Wissen über das Business

Zentraler Baustein der heutigen Anwendungslandschaft ist die unternehmensweite mySAP Business Intelligence (mySAP BI) Lösung auf der Basis von IBM DB2 Universal Database. Was vor drei Jahren mit gerade mal 24 Anwendern begann, ist heute tägliches Arbeitsmittel für rund 700 Benutzer aus verschiedensten Unternehmensbereichen, zu drei Vierteln aus dem Vertrieb und Marketing. In der etwa 300 GB großen Datenbank werden beispielsweise Rechnungs-, Liefer-, Kosten- und Produktionsdaten aus den SAP R/3** System-Anwendungen, aber auch Planungsdaten oder Reklamationsinformationen aus anderen Systemen abgelegt. 22,5 Millionen Fakturen, 45 Millionen Lieferungen, 27 Millionen Gemeinkostensätze – die Dimension des Datenpools ist beeindruckend. Demnächst kommen Auftragsdaten sowie Daten aus der

Ergebnisrechnung, der Produktkostenplanung und dem Customer Relationship Management-System hinzu.

Auf das Wesentliche konzentriert, richtig aufbereitet und gezielt genutzt sind die daraus abgeleiteten Reports insbesondere für die 'Entscheider' von unschätzbarem Wert. Dass dabei 'Masse' nicht 'Klasse' schlägt, weiß Michael Lessmeister, Projektleiter SAP BW, aus der Vergangenheit. „Auf 850 000 Seiten hatte sich seinerzeit die monatliche Zahl an Vertriebsstatistiken summiert“, sagt er. „Heute haben wir eine passive Berichtsverteilung auf der Basis von Lotus Notes*. Der Benutzer ruft selbst ab, was er braucht, und wir kommen fast ohne Papier aus.“

Für den Vertrieb relevant sind in erster Linie drei Standardberichte (unterschiedliche Sichten auf Kunden- und Artikelstamm) mit verschiedenen zeitlichen Dimensionen, in denen alle wesentlichen Daten aus den zugehörigen InfoCubes stecken und die gleichzeitig so variabel sind, dass der Benutzer sie individuell an konkrete weiterführende Fragestellungen anpassen kann. Viele Fragen können überhaupt erst durch die Existenz der mySAP BI Lösung beantwortet werden. „Simulationen wären früher überhaupt nicht möglich gewesen, heute bietet mySAP BI gerade dem Management die Möglichkeit, neue Modelle risikofrei zu durchdenken und zu prüfen“, sagt Lessmeister. Dabei werden neue Stammdaten eingepflegt, neue InfoCubes dargestellt, mit Echt-daten gefüllt und die neuen Strukturen im Vorhinein abgebildet. „Entscheidungen werden berechenbar und minimieren so das Risiko, einen Fehler zu begehen.“

Heute sind 28 Verkaufsorganisationen aus 21 Ländern in das System integriert. Die mySAP BI Lösung ist zur zentralen Informationsquelle über das Geschäft

geworden. Viele Insellösungen wurden abgeschafft. „Einheitliche Datenqualität, hohe Flexibilität und gute Performance – diese Kriterien überzeugen unsere Anwender“, weiß Michael Lessmeister. Und nachdem das System nun auf einer IBM **@server** pSeries 680 läuft, ist die Akzeptanz nochmals gestiegen: Der größere Adressraum dank der 64-Bit-Architektur dieses Servers hat die Antwortzeiten erheblich verbessert und die Laufzeit vieler Datenbankqueries halbiert. „Neben den harten Facts hat aber auch optimales Teamwork zum Erfolg des SAP Projekts beigetragen – von unseren Mitarbeitern, aber auch von den Beratern von IBM Business Consulting Services (BCS), die uns von Anfang an kompetent unterstützt haben“, betont Lessmeister.

mySAP CRM:

Mehrwert für den Kunden

Das letzte Jahr hat Frank Borchardt, Leiter Business Services bei HARTMANN, ziemlich in Atem gehalten. Er ist verantwortlich für die Implementierung von mySAP CRM (Customer Relationship Management) mit den Lösungs-bereichen Direktmarketing, Customer Interaction Center, Mobile Sales und Internet Sales. Und das ist keine Kleinigkeit, geht es hierbei doch um eine integrierte, alle Interaktions-Prozesse vom und zum Kunden umfassende Lösung, die mit den übrigen SAP Anwendungskomponenten, insbesondere auch mit der mySAP BI Lösung, auf der Ebene einer gemeinsamen Datenhaltung verknüpft ist.

Frank Borchardt weiß: „Wir brauchen mySAP CRM zur Umsetzung unserer Unternehmensstrategie sowie zur besseren Kommunikation mit unseren Kunden, und wir sind mit der SAP Lösung auf dem richtigen Weg.“ Wesentliche Ziele und Merkmale des CRM-Ansatzes korrespondieren direkt mit den Leitlinien der Unternehmensstra-

tegie: Aktuelle, relevante kunden- und produktbezogene Informationen stärken die Kompetenz der Mitarbeiter beim direkten Kundenkontakt. Segmentierungen, Klassifizierungen, Wertanalysen ermöglichen zielgruppenorientiertes Handeln. Validierte Kundeninformationen bilden die Basis für bessere Interaktions-, Steuerungs- und Entscheidungsprozesse in Vertrieb und Marketing. Zielgruppenmanagement verbessert die Steuerung von Ressourcen beim Ausbau des Kerngeschäfts.

Im Bereich Direktmarketing sind nach der Einführung des Systems für den deutschen Markt bereits einige Aktionen gelaufen. So wurden beispielsweise 30 000 Ärzte mit mehrstufigen Marketingaktionen (z. B. Mailings) direkt angesprochen, danach weiter analysiert, in kleinere Gruppen segmentiert und deren Resonanz durch den Außendienst überprüft. „Präzises, zielgerichtetes Kampagnenmanagement nützt uns und dem Kunden und trägt zu einer intensiven Kundenbindung bei“, sagt Borchardt. Hinzu kommen wird eine Erfolgskontrolle, die nicht nur den Response, sondern auch das wirtschaftliche Ergebnis von Marketingaktionen verdeutlichen soll.

Beim Mobile Sales geht es um alles, was mit der Unterstützung des Außendienstes (rund 250 Mitarbeiter in Deutschland) beim Kundenbesuch zusammenhängt. Jeder Mitarbeiter erhält aus dem zentralen System die für ihn relevanten Daten auf seinen Laptop überspielt: Kundendaten über Potenzial, Absatz, Umsatz, Deckungsbeitrag gehören ebenso dazu wie Informationen über Marketingaktionen oder Produktneuheiten. Die Daten kommen aus mySAP BI oder anderen SAP R/3 Anwendungen. Mit dieser Datenbasis führt der Außendienstler im elektronischen Kalender seine Wochen- bzw. Tourenplanung durch,

avisiert seinen Besuch beim Kunden per Fax oder E-Mail und gibt nach dem Besuch alle relevanten Daten zur Auftragserfassung und Statusverfolgung ein.

Mit dem Customer Interaction Center steht via Telefon ein weiteres Kommunikationssystem für Kunden zur Verfügung. Hier verspricht man sich eine schnellere Bearbeitung von Wünschen oder Problemen, insbesondere bei den auf der Anruferidentifizierung aufbauenden Prozessen, wie bspw. der Ermittlung der Aktivitäten oder zukünftig dem Reklamationsmanagement. Das System soll aber auch die Basis für Konzepte zum Telefonverkauf bilden. Via Internet Sales werden Produktinformationen, Preis- und Sortimentslisten bereitgestellt. Kunden, die kein eigenes Warenwirtschaftssystem haben (z. T. Alten- und Pflegeheime), können darüber bestellen (Warenkorbsystem) und den Bestellstatus verfolgen.

Alles im Griff: optimales Systemmanagement

Für die reibungslose Funktion der Anwendungssysteme sorgt die optimal aufeinander abgestimmte Server- und Storage-Landschaft. Ein Problem war zunächst das Management der für das CRM-System erforderlichen Vielzahl von NT-Applikationsservern. „Hier haben wir mit VMWare GSX eine ideale Lösung für das Test- und Qualitätssicherungssystem gefunden, die nun erlaubt, unsere auf IBM @server xSeries laufenden Windows NT*-Systeme zusammenzufassen und in einer Art logischer Einheit zu betreiben. Dadurch konnten wir uns die Anschaffung mehrerer Server sparen“, sagt Josef Rehm zufrieden. Damit alles 'im Griff' bleibt, werden neben dem SAP Solution Manager Produkte der Tivoli-Suite für die gesamte Systemsteuerung genutzt. Tivoli Framework und SAP R/3 Monitoring zählen ebenso dazu wie der Tivoli Storage Manager, der die

in einem Storage Area Network (SAN) zusammengeführten Enterprise Storage Server sowie die Bandsysteme (IBM Magstar* mit LTO-Library) steuert. Für die Archivierung wird IBM CommonStore eingesetzt.

Herzstück des SAN (Storage Area Network) sind die drei ESS (zwei x F20 und ein Modell 800), die mittlerweile ein Datenvolumen von etwa zehn Terabyte aufnehmen. Zur Backup-Sicherung wird nahezu täglich eine Kopie der Produktionsdaten benötigt. Das dauert bei der mit 600 GB größten Datenbank immerhin sieben Stunden – nicht gerade unproblematisch während des Online-Betriebs. Hier bringt die ESS-Flashcopy-Funktion zur Erstellung einer logischen Kopie der Datenbank in Verbindung mit dem Softwarebaustein Tivoli Data Protection for ESS erhebliche Verbesserungen der Anwendungsverfügbarkeit. Voll integriert in den Tivoli Storage Manager kopiert diese Komponente nun die gesamte Datenbank sozusagen in Minuten und erstellt eine logische Kopie, die für die Backup-Sicherung verwendet wird, ohne das Produktionssystem zu behindern. Die gleiche Funktion wird auch für das SAP R/3 System-Cloning verwendet, wenn es darum geht, aktuelle Datenkopien der Produktionssysteme für die Test- und Qualitätssicherungssysteme zu erzeugen – das ist bei der 600 GB-Datenbank innerhalb von zehn Minuten erledigt. „Die Vorteile“, sagt Rehm: „liegen auf der Hand: konsistente Datenbasis in allen Systemen und sicheres Recovery im Störfall.“

Upgrades für die Zukunft

Möglichst immer auf dem neuesten Stand zu sein, das ist das Ziel von Rehm und seinen Kollegen. Bald steht der Umstieg auf SAP R/3 Enterprise und DB2 V.8 an. Neben vielen anderen Aspekten lautet ein wichtiges Stichwort dabei: 'Unicode'. In einem weltweit

operierenden Unternehmen müssen SAP Anwender in allen Teilen der Welt mit dem System arbeiten, dazu muss mit dem nächsten Releasewechsel auf die Unicode-Umstellung realisiert werden. Doch damit nicht genug: Es werden bereits auch erste Erfahrungen mit dem SAP Enterprise Portal gesammelt, das im Moment für bestimmte Benutzer im Piloteinsatz ist. „Tja, das wird ein arbeitsreiches Jahr für uns“, schmunzelt Josef Rehm, „aber wir wollen mit unserer SAP Lösung auch weiterhin so innovativ vorwärtsschreiten, wie wir das in den vergangenen Jahren getan haben.“



IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
ibm.com/de

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

* IBM, das IBM Logo, das e-Logo, @server, pSeries, xSeries, Enterprise Storage Server, AIX, DB2, DB2 Universal Database, Tivoli, Magstar, Lotus und Notes sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

** SAP, das SAP Logo, mySAP und alle anderen hier genannten SAP Produkte sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG.

Windows NT ist eine Marke der Microsoft Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Oracle ist eine eingetragene Marke der Oracle Corporation.

Diese Erfolgsgeschichte verdeutlicht, wie ein bestimmter IBM Kunde Technologien/Services von IBM und/oder einem IBM Business Partner einsetzt. Die hier beschriebenen Resultate und Vorteile wurden von zahlreichen Faktoren beeinflusst. IBM übernimmt keine Gewährleistung dafür, dass in anderen Kundensituationen ein vergleichbares Ergebnis erreicht werden kann. Alle hierin enthaltenen Informationen wurden vom jeweiligen Kunden und/oder IBM Business Partner bereitgestellt. IBM übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Informationen.

© Copyright IBM Corporation 2003
Alle Rechte vorbehalten.

IBM Form GK12-3548-01 (03/2003)