

# Optimierung der Clientinfrastruktur bei der Hansgrohe AG

Mit einem glänzenden Clientmanagement sorgt der Hersteller sanitärtechnischer Produkte für ein flüssiges Arbeiten ohne Sicherheitslecks.



**Klaus Buchholz**  
Hansgrohe AG

**tom sprach mit Klaus Buchholz, Leiter Information Services der Hansgrohe AG, über eine Optimierungsanalyse der Clientinfrastruktur durch Computacenter.**

**tom:** Herr Buchholz, können Sie uns bitte kurz das Unternehmen Hansgrohe vorstellen?

**Buchholz:** Die Hansgrohe AG ist ein weltweit tätiger Hersteller innovativer sanitärtechnischer Produkte, die wir unter den Marken Hansgrohe, Axor, Pharo und Pontos vertreiben. Das Unternehmen ist familiengeführt und hat sich in seiner 105-jährigen Geschichte innerhalb der Branche einen Ruf als Innovationsführer in Technologie und Design erworben. Mit fünf Produktionsstätten in Deutschland und vier im Ausland sowie Vertriebsgesellschaften und Beratungsstützpunkten in 24 Ländern gehören wir zu den wenigen Global Playern in der Sanitärbranche. Unsere rund 2.800 Mitarbeiter erwirtschaften jährlich mehr als 420 Millionen Euro Umsatz.

**tom:** Stellt dieses Geschäft spezielle Anforderungen an Ihre IT und die Endbenutzersysteme?

**Buchholz:** Wir sind ein sehr international orientiertes Unternehmen, daher benötigen wir international anwendbare Konzepte. Viele unserer Tochtergesellschaften sind aber noch klein, deshalb müssen die Systeme leicht handhabbar sein, damit sich die Mitarbeiter dem eigentlichen Geschäft widmen können. Wir suchen stets nach neuen Technologien und Lösungen, die das unterstützen. Server Based Compu-

ting und Voice over IP sind nur zwei Beispiele dafür.

**tom:** Haben Sie deshalb Ihre Clientinfrastruktur von Computacenter auf vorhandene Optimierungspotenziale untersuchen lassen?

**Buchholz:** Hauptsächlich wollten wir dadurch eine Benchmark erhalten. Unsere IT basiert auf weltweiten Standards. Die normierten Serverstrukturen sowie Messaging- und Groupwaresysteme sorgen für eine stabile Infrastruktur- und Kommunikationsbasis für die internationalen Geschäfts- und Logistikbeziehungen. Andererseits hofften wir auf das Aufzeigen von Verbesserungsmöglichkeiten im Clientmanagement. Auch die Effektivität der Security-Mechanismen wollten wir dadurch checken lassen.

**tom:** Und wie sah das Ergebnis aus?

**Buchholz:** Die Analyse ergab, dass wir im Betrieb sehr gut und effizient aufgestellt sind. Hier wirkt sich die vorher mit Computacenter abgeschlossene Einführung eines Active Directory aus. In Bezug auf den sicheren Umgang mit modernen Clienttechnologien hatten wir jedoch einiges nachzuholen. Das galt vor allem für die Authentifizierung über mobile Geräte und den Umgang mit USB-Devices. Aus diesen Ergebnissen haben wir konkrete Projekte abgeleitet, an deren Umsetzung wir derzeit arbeiten.

**tom:** Wie wichtig war diese Analyse für Sie?

**Buchholz:** Für uns war es eine Standortbestimmung. Mit einer zahlenmäßig begrenzten Mannschaft müssen wir unsere IT rund um die Welt betreiben. Da ist es entscheidend, die Prioritäten richtig zu setzen und keine Energie in unnötige Maßnahmen zu stecken. Natürlich war das Ergebnis der Untersuchung auch eine motivierende Bestätigung für die tolle Arbeit des Serviceteams. Und gegenüber der Geschäftsleitung war es der Beweis dafür, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

**tom:** Auch was die Wahl Ihres IT-Dienstleisters betrifft?

**Buchholz:** Das kann ich ohne zu zögern bejahen! Wir hatten mit Computacenter bereits während der Umstellung auf das Active Directory sehr gute Erfahrungen gemacht. Und der Vorschlag, eine Optimierungsanalyse durchzuführen, kam genau zum richtigen Zeitpunkt. Die Zusammenarbeit mit Computacenter ist optimal: mit wenig Administration und großem gegenseitigen Vertrauen behaftet. Das Wertvollste aber ist, dass Computacenter immer wieder sehr kompetente Mitarbeiter bei uns einsetzt.

