



Nutzung von Power BI zum Informationsaustausch mit Stakeholdern



BME Online Vortrag

21. Februar 2025

Carola Rühling
Fabian Krystossek
Imad Aziz

A background image showing a woman with curly hair smiling at a laptop. Another woman with red hair is visible in the foreground, also smiling. The scene is set in an office environment with a desk, laptop, and other office equipment.

Be a force for change.
Be Bayer.



Vorstellung

Aufbau einer Informationsplattform

- // Von der Idee zur Umsetzung
- // Herausforderungen
- // Erkenntnisse

Q&A und Diskussion

Agenda



Projektteam

TECH COMMUNICATION



Carola Rühling

- // Global Category Manager, Bayer AG
- // Global Operations Projects & Procurement, SMA Solar Technologie AG
- // Außenhandelskauffrau & Master BWL

Fabian Krystossek

- // Category Manager Facility Management & Real Estate, Bayer AG
- // Masterstudium BWL
- // Groß- & Außenhandelskaufmann

Imad Aziz

- // Contract & Order Manager External Operations, Bayer AG
- // Studium Digital Business
- // Fachwirt für Büro & Projektorganisation



Bayer auf einen Blick

Kennzahlen Bayer-Konzern 2023



*Health for all,
Hunger for none*

3 Divisionen
// Crop Science
// Pharmaceuticals
// Consumer Health

In **83**
Ländern mit
354 konsolidierten
Gesellschaften
vertreten

99,7 Tsd.
Beschäftigte weltweit

5,4 Mrd. €
Investitionen in F&E

47,6 Mrd. €
Jahresumsatz



Lösungen für zwei der dringlichsten Herausforderungen unserer Zeit:
Gesundheit & Ernährung



International aufgestellt mit grenz- und divisionsübergreifender
Weiterentwicklung der Beschäftigten

* Stand: 31. Dezember 2023, Beschäftigte auf Vollzeitkräfte umgerechnet



Bayer Einkauf auf einen Blick

Kennzahlen Bayer-Konzern 2023

// Einkaufsvolumen

>27 Mrd. €

TECH COMMUNICATION >4,7 Mrd. €

// Lieferanten

>55.000

TECH COMMUNICATION >28.000

// Stakeholder

>30.000

TECH COMMUNICATION >3.000



// Einkaufsmitarbeiter

600

// Produktionsstandorte

170

// Bestellpositionen

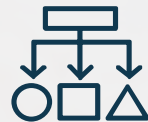
> 700.000

Die Zusammenarbeit mit dem Einkauf ist komplex

// Gestiegene Komplexität



// Umorganisationen



// Prozessänderungen



Wo finde ich....

- ...Ansprechpartner im Einkauf
- ...Einkaufsverträge / Preislisten
- ...Austauschmöglichkeiten mit Kollegen
- ...anstehende Meetings & Lieferantentermine
- ...Lieferanten- und Kontaktinformationen
- ...aktuelle Marktinformationen



Ein Einstiegspunkt

- // Vorstellung der Einkaufsorganisation
- // Strategische Kommunikations- und Informationsplattform für Bedarfsträger
- // Bereitstellung aktueller Daten
- // Verlinkung zu meistgenutzten Info-Seiten

Kollaboration

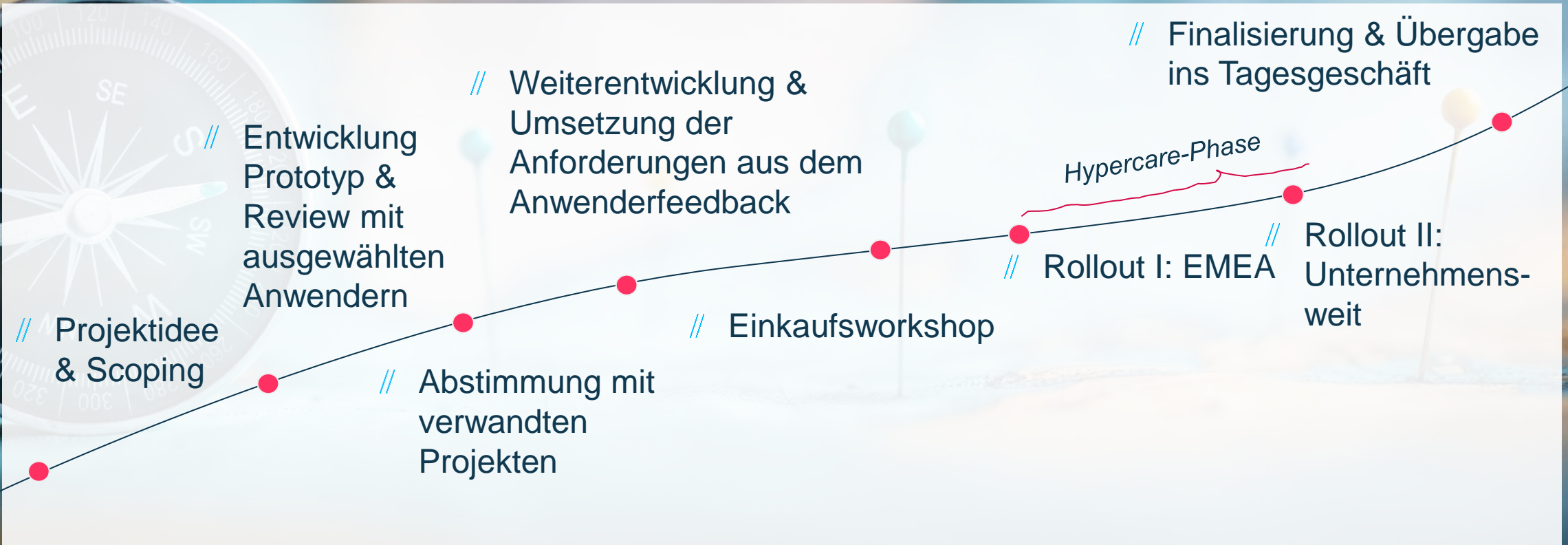
- // Wissensteilung (z.B. Marktlage, Kapazitäten, Performance)
- // Förderung der wechselseitigen Kommunikation (z.B. Lieferantenmanagement, Kategoriestrategie)

Vereinfachung

- // Hohe Automatisierung der Daten
- // Schneller Zugriff auf relevante Daten
- // Vereinfachung der Kommunikationswege zwischen Einkauf und Stakeholdern



Der Weg



Hoch automatisierte Power BI basierte Plattform

- // Vorstellung der Einkaufsorganisation
- // Lieferanten- und Marktinformationen
- // Vertragsinformationen
- // News & Events
- // Yammer-Foren
- // Diverse Verlinkungen

TECH **COMMUNICATION**

Herausforderungen

- Überschneidungen mit anderen Projekten
- Fehlende Akzeptanz “Wieder ein neues Tool”
- “Einkaufsbrille” vs. “Stakeholderbrille”
- Regionale Unterschiede & Interessen
- Schnelle Änderungszyklen



Einkaufsintern

- Komplexe, heterogene Organisationsstruktur
- Berechtigungskonzept
- Wahl des richtigen Zeitpunkts
- Informationsüberfluss



Roll-Out /
Kommunikation

Erfahrungen

- // Umfassendes Trainingsmaterial
- // „One Pager“ mit Use Cases
- // Multichannel Roll-out
- // Vorstellung in Teamrunden

- // Fast Prototyping
- // Automatisierung
- // Vorhandenes Nutzen (Verlinkungen)



Kommunikation



Effizienz



Inhalte

- // Vollumfängliche Informationsverfügbarkeit
- // Flexibilität in der Anpassung (Unabhängigkeit von IT)
- // Automatische Sprachübersetzungsfunktion

Eine der meistgenutzten Dashboards im Konzern

-
- // Besserer Informationsfluss
- // Weniger Rückfragen
- // Schnellere Durchlaufzeiten
- // Kategorieübergreifende Vereinheitlichung



Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Präsentation kann bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von Bayer beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Diese Faktoren schließen diejenigen ein, die Bayer in veröffentlichten Berichten beschrieben hat. Diese Berichte stehen auf der Bayer-Website www.bayer.de zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

Markenrechtshinweis

Bei den mit TM gekennzeichneten Produktnamen handelt es sich um Marken des Bayer-Konzerns bzw. unserer Vertriebspartner, die in vielen Ländern als eingetragene Marken geschützt sind.



Vielen Dank

Carola Rühling

E-Mail: carola.ruehling@bayer.com

www.linkedin.com/in/carolaruehling

Fabian Krystossek

E-Mail: fabian.krystossek@bayer.com

www.linkedin.com/in/fabiankrystossek

Imad Aziz

E-Mail: imad.aziz@bayer.com

www.linkedin.com/in/imadaziz