



Bayer AG
Communications
51368 Leverkusen
Deutschland
Tel. +49 214 30-1
www.bayer.com/de/medien

Presse-Information

Digitale Lösungen für die Transformation der alltäglichen Gesundheitsversorgung

Bayer etabliert Einheit zur Entwicklung neuer personalisierter Gesundheitsprodukte für Verbraucher

Basel, Schweiz, 31. Mai 2023 – Die Division Consumer Health von Bayer hat eine neue Geschäftseinheit gegründet, die sich auf die Entwicklung neuer Precision-Health-Produkte in allen Kategorien der alltäglichen Gesundheit konzentriert. Bayer will dort vorrangig Produkte entwickeln, mit denen Menschen verstärkt ihre eigene Gesundheit mit digitalen Lösungen überwachen und kontrollieren können. So sollen auf Grundlage persönlicher Erkenntnisse und neuer Verabreichungsmechanismen fundierte Entscheidungen ermöglicht werden.

Die Gesundheitsbranche befindet sich im Umbruch: Verbraucher wünschen sich mehr Möglichkeiten zur Vorhersage und Vorbeugung von Krankheiten sowie bessere Lösungen zum persönlichen Gesundheitsmanagement. Dies ging aus einer im Auftrag von Bayer durchgeführten Analyse hervor, wonach 80 % der Verbraucher weltweit bereits eine stärkere Personalisierung im Hinblick auf medizinische Lösungen bevorzugen. Technologische Fortschritte haben eine Vielzahl an neuen digitalen Produkten hervorgebracht – zum Beispiel in Form hilfreicher Apps, aber auch im Rahmen von Diagnose- und Therapieverfahren. Das Schließen der Lücke zwischen Überwachung, Sensibilisierung und Diagnose auf der einen Seite und Aufklärung, Behandlung und Prävention auf der anderen Seite ist der Schlüssel dafür, dass Verbraucher sich vollumfänglich um ihre eigene Gesundheit kümmern können.

Der neue Geschäftsbereich von Bayer für Precision Health setzt genau an dieser Stelle an, indem er digitale und digital gestützte Möglichkeiten für die Gesundheitsversorgung von Verbrauchern identifiziert. Der Geschäftsbereich wird im Unternehmen integriert sein

und sich aus Führungskräften mit unterschiedlichen Verantwortlichkeiten und Erfahrungen zusammensetzen. Der Fokus wird darauf liegen, Bedürfnisse in Kernbereichen der alltäglichen Gesundheit zu bedienen. Es sollen neue evidenzbasierte und maßgeschneiderte Produkte herausgebracht werden, die ein umfassendes und individuelles Gesundheitsmanagement ermöglichen. Auch die globale Skalierung von Technologien wird im Fokus stehen. Durch die Zusammenarbeit mit Start-ups und anderen Anbietern im Bereich der digitalen Gesundheit wird Bayer zudem seine bestehenden digitalen Fähigkeiten weiter ausbauen.

„Immer mehr Menschen nehmen ihre Gesundheit selbst in die Hand. Neue digitale Hilfsmittel ermöglichen es ihnen, ein tiefergreifendes und präziseres Verständnis für ihre individuellen Bedürfnisse zu entwickeln“, erklärt David Evendon-Challis, Head of R&D and Chief Scientific Officer bei Consumer Health. „Schon jetzt ist unser Unternehmen weltweit führend in wichtigen Bereichen der personalisierten Medizin wie der Herz-Kreislauf- und Verdauungsgesundheit, der Schmerztherapie und des Immunsystems. In Zukunft wird Bayer eine noch breitere Palette von Produkten und Dienstleistungen in der Präzisionsmedizin anbieten.“

Patricia Corsi, Chief Marketing, Digital, and Information Officer bei Consumer Health, fügt hinzu: „Verbraucher suchen ständig nach Lösungen im Gesundheitsbereich, die mehr bieten als herkömmliche Produkte wie Pillen oder Salben. Indem wir auf ihre Bedürfnisse eingehen, setzen wir unseren Weg zur Steigerung des Markenwerts und des Engagements für die Menschen, denen wir dienen, fort. Zugleich treiben wir die digitale Transformation unseres Consumer-Health-Geschäftes voran.“

Bayer ist bereits auf dem Gebiet der Präzisionsmedizin aktiv. Gemeinsam mit seinem Partner [Ada Health](#) führte das Unternehmen im Jahr 2021 diverse Pilotprojekte durch, um die KI-gestützte Bewertung von Symptomen in mehrere seiner Marken einzubinden. Auf diese Weise lernen Verbraucher, ihre Symptome besser zu verstehen, und erfahren, wie sie behandelt werden können. Anfang dieses Jahres legte Bayer mit einer innovativen, von HUMA unterstützten [Herzrisikobewertung](#) den Grundstein für ein neues herzmedizinisches Gesundheitssystem in den Vereinigten Staaten. Die Risikobewertung erfolgt vollständig digital und ohne die Notwendigkeit einer Blutabnahme oder körperlichen Untersuchung. Die Verbraucher erhalten eine sehr genaue Einschätzung ihres persönlichen Risikos, eine Herz-Kreislauf-Erkrankung zu entwickeln. Darüber hinaus

hat Bayer die Entwicklung einer Reihe von weiteren Projekten vorangetrieben, die voraussichtlich noch in diesem Jahr eingeführt werden.

„Digitale Gesundheitsprodukte sind eine perfekte Ergänzung zu den seit Jahrzehnten von uns angebotenen Behandlungsmethoden“, betont Aquil Harjivan, R&D Head – Digital Health bei Consumer Health. „Wir sind davon überzeugt, dass wir das volle Potenzial der Präzisionsmedizin durch die Zusammenarbeit mit innovativen evidenzbasierten Unternehmen optimal ausschöpfen können, um die Gesundheit und den Alltag von Verbrauchern weiter zu verbessern.“

Über Bayer

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen auf den Life-Science-Gebieten Gesundheit und Ernährung. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen will das Unternehmen Menschen nützen und die Umwelt schonen, indem es zur Lösung grundlegender Herausforderungen einer stetig wachsenden und alternden Weltbevölkerung beiträgt. Bayer verpflichtet sich dazu, mit seinen Geschäften einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Gleichzeitig will der Konzern seine Ertragskraft steigern sowie Werte durch Innovation und Wachstum schaffen. Die Marke Bayer steht weltweit für Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität. Im Geschäftsjahr 2022 erzielte der Konzern mit rund 101.000 Beschäftigten einen Umsatz von 50,7 Milliarden Euro. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung beliefen sich bereinigt um Sondereinflüsse auf 6,2 Milliarden Euro. Weitere Informationen sind im Internet zu finden unter www.bayer.com/de

Kontakt für Medienanfragen:

Jeff, Donald, Tel. +41 79 907 7111

E-Mail: jeffrey.donald@bayer.com

Folgen Sie uns auf twitter.com/bayer

jd (2023-0071)

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Presse-Information kann bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von Bayer beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannte 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.com/de zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.