



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

Presse-Information

Neue Ära im Aufbau vertrauenswürdiger Marken

Bayer wählt Interpublic als globalen Medien-, Produktions- und Kreativagenturpartner für die Division Consumer Health

Basel, Schweiz, 29. September 2025 – Die Division Consumer Health von Bayer hat die Interpublic Group (NYSE: IPG) als globalen Agenturpartner ausgewählt. Diese Partnerschaft umfasst alle Bereiche der Kreativarbeit, Produktion und Medien und wird für die Marketingaktivitäten einiger der renommiertesten und vertrauenswürdigsten Marken im Bereich Self-Care verantwortlich sein.

Die Entscheidung für eine integrierten Agentur, die über Marken und Regionen hinweg agiert, markiert den Beginn einer neuen Ära für Bayer. Ziel ist es, die Liebe und das Vertrauen der Verbraucher in ikonische Marken wie Aspirin, Bepanthen, Claritin, Canesten und andere zu stärken. Die Neuausrichtung zielt darauf ab, von der Beschleunigung der GenAI-Tools und -Fähigkeiten zu profitieren, um besser mit den Verbrauchern auf lokaler Ebene in Kontakt zu treten.

„Unser neues Agenturmodell adressiert zwei konkurrierende Kräfte in der heutigen Marketinglandschaft: das Bedürfnis nach mehr Vernetzung und Individualität, während gleichzeitig Effizienz und Automatisierung gesteigert werden“, erklärte David Evendon-Challis von der Division Consumer Health von Bayer. „IPG versteht, wie Daten, KI und Kreativität in dieser neuen Ära zusammenwirken müssen, und hat ein starkes Angebot entwickelt, das erstklassige Fähigkeiten, innovative Technologien und kreative Ansätze vereint. Wir freuen uns darauf, dass sie sich uns auf diesem Weg anschließen, und sind gespannt auf die Möglichkeiten, die sich ergeben, sobald ihre geplante Fusion mit Omnicom abgeschlossen ist.“

„Wir fühlen uns durch die Entscheidung von Bayer geehrt und inspiriert“, sagte Philippe Krakowsky, Chief Executive Officer der Interpublic Group. „In der heutigen fragmentierten und dynamischen Marketinglandschaft suchen Kunden nach Partnern, die Kreativität und Medien nahtlos und vernetzt mit Daten und Technologie integrieren können. Was diese Gelegenheit besonders spannend macht, ist die Größe und der Ehrgeiz des Bayer-Portfolios – vertrauenswürdige Marken mit enormer Reichweite und Einfluss. Indem wir das gesamte IPG-Ökosystem zusammenführen, werden wir mutige Ideen, intelligentere Medien und technologiegestützte Produktionen liefern, die das Wachstum beschleunigen, das Vertrauen der Verbraucher stärken und die Ergebnisse in allen Märkten steigern. Wir freuen uns darauf, weitere Talente und Fähigkeiten für Bayer zu erschließen, sobald wir unsere Kräfte mit Omnicom bündeln.“

Der neue integrierte Agenturansatz wurde entwickelt, um weltweit erstklassige Medienkaufkraft zu bieten und damit die Fähigkeit von Bayer zu verbessern, mit Verbrauchern über Inhalte in Kontakt zu treten, die personalisierter und besser auf ihre Bedürfnisse abgestimmt sind. Zudem basiert er auf einem flexiblen Betriebsmodell, das es ermöglicht, Markenaufbauaktivitäten mit globaler Konsistenz zu skalieren und gleichzeitig die lokale Relevanz zu gewährleisten.

Nach einer Übergangs- und Übergabephase geht Bayer davon aus, dass die neue Agenturstruktur zum 1. Januar in Betrieb genommen wird.

Über Bayer

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen in den Life-Science-Bereichen Gesundheit und Ernährung. Getreu seiner Mission „Health for all, Hunger for none“ möchte das Unternehmen mit seinen Produkten und Dienstleistungen 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 2024 erzielte der Konzern mit rund 93.000 Beschäftigten einen Umsatz von 46,6 Milliarden Euro. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung beliefen sich auf 6,2 Milliarden Euro. Weitere Informationen sind im Internet zu finden unter www.bayer.com/de.

Kontakt für Medien:

Ex-U.S.

Jeff Donald - Jeffrey.donald@bayer.com

USA

Christin Miller - usmediainquiries@bayer.com

Weitere Informationen finden Sie unter www.bayer.com.

jd (2025-0189)

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.