

# Bayer-Story

EXHIBIT SOLUTIONS BY

EXPO  
former

ORAL 1x täglich 10 mg • Xarelto  
**Die NEUE Dimension** in der  
**Thromboseprophylaxe**

**Überlegene Wirksamkeit\*\***

• Signifikante Reduktion von schweren VTE im Vergleich zu Enoxaparin

**Überzeugende Sicherheit\*\***

• Sicherheitsprofil vergleichbar mit der Standardtherapie Enoxaparin (Klasse III)

Der neue Wirkstoff Xarelto führt zu einer  
**Xarelto**  
Thrombozyt  
Hemmung der Thrombinbildung

Bayer HealthCare  
Bayer Schering Pharma

Bayer HealthCare  
Bayer Schering Pharma

Bayer HealthCare  
Bayer Schering Pharma

[www.EXPOformer.ch](http://www.EXPOformer.ch)



## Zeit ist Geld

Susanne Ommerborn, Bayer (Schweiz) AG

### Zeit ist Geld: Bayer (Schweiz) AG

**Bayer (Schweiz) AG investiert in Orte der Begegnung mit Ärzten und Forschern. An nationalen Ärztekongressen werden die Bayer-Werte Stabilität, Vertrauen und Innovation räumlich erlebbar gemacht.**

**Susanne Ommerborn, Head of Marketing Support,  
Bayer Health Care, Zürich**

#### **Identität**

Ein Standesign ist dazu da, Unternehmenswerte wie den Bayer Leitsatz «Innovation für Gesundheit» einheitlich und als Fortsetzung des Bayer Erscheinungsbildes in der dritten Dimension zu visualisieren. Kontinuität war ein Schlüsselbegriff als es darum ging, unseren 10 Jahre alten Kongressstand zu ersetzen.

#### **Markenführung im Raum**

Orte der Begegnung wie der Auftritt am Kongress der Schweizerischen Gesellschaft für Innere Medizin (SGIM) müssen zum Verweilen anregen und als Plattform zum Informationssaustausch dienen. Voraussetzung an das Raumkonzept ist Flexibilität im Einsatz mit verschiedenen Standgrößen und für unterschiedliche Produkte. Das setzt die laufende Abstimmung von grafischen Elementen, eingesetzten Materialien und verschiedenen Raumkonzepten voraus.

## Aus einer Hand

Nur eine hochstehende Planung und professionelle Umsetzung garantiert, dass der Bayer Markenauftritt im Raum beim Ärztespublikum nachhaltig Wirkung zeigt. Dank einem verantwortlichen Ansprechpartner bei EXPOformer sind Bayer Auftritte aus einer Hand konzipiert und realisiert. Bayer verlässt sich dabei jederzeit auf die Zuverlässigkeit, Transparenz, Kontinuität, Motivation sowie Überzeugungskraft von EXPOformer. Unser nachhaltiger und praktischer Markenauftritt wurde vom EXPOformer Management engmaschig begleitet, was Sicherheit und Vertrauen in die Umsetzung gab.

## Zeit ist Geld

Mit einer guten Designidee und mit modularen, strapazierfähigen Kongresssystemen – und durch die Erfahrung mit Pharmakongressen – spart uns EXPOformer Zeit und Geld. Da wir möglichst schnell einen neuen Markenauftritt für Kongresse lancieren wollten, war der Zeitplan von 3 Monaten von der Planung bis zur Umsetzung ambitioniert.

## Resultat

Nicht nur Bayer ist von ihrem übersichtlichen, die Unternehmensidentität widerspiegelnden Kongressstand begeistert. Unser Ort der Begegnung kommt auch bei den Bayer Kunden sehr gut an. Mit ihrem prägnanten Erscheinungsbild und dank der individuellen Konzeption verfügt Bayer über einen stimulierenden Ort der Begegnung mit Ärzten und Forschern. Unsere Produkte und die Bayer Health Care Divisionen werden dadurch in der Kundenerinnerung stärker verankert.

