

Offene Ohren für die Billig-Botschaft

Sandoz Die Novartis-Tochter pflästert die halbe Schweiz mit Plakaten zu. Und verärgert mit der Werbebotschaft die SBB. Ihre Werber feilen bereits an der nächsten Offensive.

An Sandoz kommt keiner vorbei. Die Novartis-Tochter wirbt momentan flächendeckend in der ganzen Schweiz. Unter anderem mit dem Spruch «Fahrpreise steigen ständig. Bei Generika ist es gerade umgekehrt».

SBB stösst die Sandoz-Werbung sauer auf

Den SBB stösst die Kampagne nun sauer auf. «Eigenartig», findet SBB-Sprecher Roland Binz das ganze. Auf juristische Schritte verzichten die Bahnen. Aber: Sandoz-Werber Reto Dürrenber-



Kampagne mit gewollter Nebenwirkung: Sandoz-Absatz steigt.

ger versteht die Aufregung nicht.

Die Plakat-Kampagne kostet laut Experten rund eine Million Franken. Sie läuft noch zwei Wochen. Im Frühling soll bereits die nächste folgen.

Kranke haben offenbar ein offenes Ohr für die Billig-Botschaften. Sandoz hat in den ersten 10 Monaten beim Umsatz um 75 Prozent zugelegt. Der Generika-Markt wuchs im gleichen Zeitraum «nur»

um 50 Prozent. Er macht mit 350 Millionen Franken inzwischen 12 Prozent des Pharma-Markts aus.

Sandoz hat seine Position merklich verbessert. Nach Mepha ist sie nun der zweitgrösste Generika-Verkäufer der Schweiz. Sie wird heuer einen Umsatz von über 140 Millionen Franken erzielen. 2005 waren es 87 Millionen. Doch Sandoz will mehr. «Wir wollen Marktführer werden», unreisst Sprecherin Claudia Schaufelberger das Ziel. LTH

Trend zu Generika
www.cashdaily.ch

