

KAMPAGNE DER WOCHE

Preise stehen Kopf

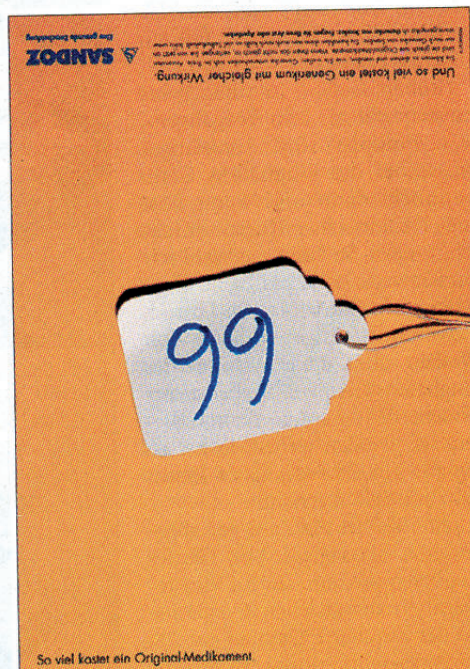
Fast auf den Tag genau zehn Jahre nach dem Zusammenschluss von Ciba-Geigy und Sandoz zur Novartis tritt Sandoz als Generika-Anbieter mit einer neuen Werbekampagne in Erscheinung. Realisiert wurde die gesamte Kampagne von der Zürcher Agentur Werbeanstalt Schweiz AG. Sandoz verfügt in der Schweiz über einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. Dass Sandoz jedoch nicht ein gewöhnliches Pharma-Unternehmen, sondern Anbieter von Generika-Produkten ist, wissen heute noch sehr wenige.

Die Kampagne von Sandoz kommt zum richtigen Zeitpunkt, denn Generika-Produkte boomen. Nicht zuletzt durch den per 1. Januar eingeführten differenzierten Selbstbehalt. Mit der Erhöhung des Selbstbehalts für Originalpräparate soll für Patienten, Ärzte und Apotheker ein Anreiz geschaffen werden, das preisgünstigere Generikum zu wählen. Und damit bezahlt der Patient weiterhin nur 10 statt 20% Selbstbehalt.

Die Kampagne zielt darauf ab, zu informieren und Vorurteile abzubauen. Die gesamtschweizerische Kampagne umfasst einen TV-Spot, F200- und F12-Plakate, Anzeigen sowie eine mehrwöchige Werbepresenz am Apotheken-POS.

Verantwortlich bei Sandoz Pharmaceuticals AG: Robin Koenig (Brand Manager), Romana Moretti (Brand Manager Assistant); verantwortlich bei der Werbeanstalt Schweiz AG: Reto Dürrenberger (Strategie), Sarah Hiltbrand (CD), Michael Manzardo (Text, Konzept), Sarah Erni (Grafik), Roland Trabadelo (Beratung), Hannes Kälin (DTP); Solid&Hallerfilm, Rudi Haller (Produktion Spot), Rainer Binz (Regie), Stephanie Kuthy (Kamera). (per)

Weitere Informationen unter:
www.persoendlich.com



**Man kann es drehen und wenden wie man will:
Dank Sandoz-Generika stehen die Preise Kopf.**