

ratiopharm

Die Marke wird in diesem Jahr 40 Jahre alt. Ihrer Philosophie, qualitativ hochwertige Arzneimittel kostengünstig zu entwickeln, zu produzieren und preiswert anzubieten, ist sie seit den Gründertagen treu geblieben.

Als bekannteste und meistverwendete Arzneimittelmarke hier zu Lande blickt sie auf eine spannende Geschichte zurück und setzte Maßstäbe im Bereich der Werbung. Denn wer kennt sie nicht, die ratiopharm-Zwillinge? „Gute Preise. Gute Besserung – Für Alle“. Das, was die ratiopharm-Zwillinge im aktuellen TV-Werbespot versprechen, ist

trag zur Kostensenkung im nationalen Gesundheitswesen geleistet. ratiopharm ist führend unter den deutschen Generikaunternehmen.

Kleiner Anfang, großes Wachstum

Auch wenn die Gründung der Marke ratiopharm vor 40 Jahren erfolgt ist, reichen die Ursprünge des Unternehmens viel weiter in die Vergangenheit zurück. 1881 gründete Adolf Merckle einen Großhandel chemischer und pharmazeutischer Rohmaterialien in Aussig, im österreichischen Böhmen, den er unter dem Namen „Adolf Merckle, Chemikalien en gros“ führte. Bis 2008 sollten die daraus hervorgehenden wirtschaftlichen Unternehmungen von seinen Erben weitergeführt werden. Der Sohn des Gründers, Ludwig Merckle, leitete das Unternehmen bis zum Jahr 1945. Er und seine Familie wurden im Zuge des zweiten Weltkriegs enteignet, verließen Aussig und bauten das Unternehmen als Merckle GmbH in Blaubeuren, einer Stadt im Alb-Donau-Kreis im Osten von Baden-Württemberg, wieder auf. Der Produktionsstandort in Blaubeuren existiert bis heute. 1967 übernahm Adolf Merckle die Firma von seinem Vater, die damals 80 Mitarbeiter und einen Jahresumsatz von vier Millionen D-Mark umfasste. Mit der Einführung des Rheumapräparates „Ambene“ gelang der Merckle GmbH im gleichen Jahr auch der Durchbruch zum mittelgroßen Pharmaunternehmen. Nun dauerte es noch sechs Jahre bis zur Gründung der ratiopharm GmbH in Ulm 1973,

dem ersten deutschen Pharmaunternehmen, das sich ausschließlich auf die Produktion von Generika verlegt hatte. Mit einem Umsatz von 371 Millionen D-Mark und 55 Millionen abgesetzten Packungen war ratiopharm 1989 erstmals die Nummer eins auf dem deutschen Generikamarkt und ließ damit die internationale Konkurrenz hinter sich zurück. Im Jahr 1997 übernahm Ludwig Merckle, der älteste Sohn von Adolf und Ruth Merckle, die Gesamtverantwortung für die Merckle GmbH. Zwei Jahre später trat Dr. Philipp Merckle in das Unternehmen ein und zeichnete sich für den Bereich Forschung und Entwicklung verantwortlich. ratiopharm wuchs und expandierte: 2004 übernahm sie mit der Magnafarma VB den drittgrößten niederländischen Generikahersteller und realisierte damit den Markteintritt in einen der größten europäischen Generikamärkte. 2008 wurde das erste von ratiopharm zur Marktreife geführte biotechnologische Nachahmerprodukt, Ratiograstim, erfolgreich etabliert. Es handelt sich um das erste im Markt befindliche Filigrastim-Biosimilar überhaupt.

Günstige Vielfalt, hohe Qualitätsstandards

Das ratiopharm-Sortiment deckt nahezu alle Anwendungsgebiete ab und ist eines der größten und umfangreichsten im Markt. Nicht zuletzt die konsequent durchgängige Namensgebung aller Arzneimittel ist Grund für diesen Erfolg: Immer wird Wirkstoff- und Markenname kombiniert, die Wie-



Alle Fotos © ratiopharm

Programm: Seit 1973 stellt ratiopharm Generika – so genannte „Zwillingprodukte“ – her und verkauft diese zu einem besonders günstigen Preis. Mit dieser Geschäftsidee, die Gesundheit bezahlbar machen soll, hat das Unternehmen seit seiner Gründung einen wesentlichen Bei-

dererkennung für Pharmazeuten, Mediziner und Patienten ist klar und transparent. Das Produktangebot des Generikaherstellers umfasst insgesamt 750 Präparate, davon mehr als 80 rezeptfreie Präparate, und ist damit eines der umfangreichsten am Pharmamarkt. Es deckt nahezu alle Anwendungsgebiete ab, darunter die Hauptanwendungsgebiete Erkältung, Schmerzen, Allergien, Verdauung, Vitalität und Hautprobleme.

Auf dem deutschen Klinikmarkt ist ratiopharm nach Absatz Marktführer. Das Portfolio umfasst hochwertige Klinik- und Onkologiegenerika sowie zwei Biosimilars.

„Da gibt's doch was von ratiopharm“ Das, was einem bei ratiopharm sofort in den Sinn kommt, sind die Fernsehwerbespots mit den Zwillingen. Diese stehen sinnbildlich für ratiopharms „Zwillingsprodukte“ und sind dabei ein unverwechselbares Erkennungsmerkmal. Selten ist es einem Pharmaunternehmen gelungen, sich mit Fernsehwerbung derart im Bewusstsein der Verbraucher zu verankern. In einer Studie zeigte sich, dass sich jeder Zweite spontan und korrekt an die Werbespots erinnert.

der Besserung“ setzt das Ulmer Unternehmen im Außenauftritt auf natürliche, sympathische und identifikationsstarke Menschen. Die Gesichterkampagne greift – mimisch dargestellt durch die einzelnen (Laien-) Darsteller – verschiedene Krankheitsbilder auf, zeigt aber auch die Freude der Protagonisten über das Abklingen der Beschwerden. Egal welche Beschwerden auch auftreten – dank ratiopharm gibt es schnelle und wirksame Hilfe. Der Slogan „Für jeden das richtige Mittel“ wird durch die vielen verschiedenen „Gesichter der Besserung“ mit Leben gefüllt und bezieht den Betrachter unmittelbar mit ein. Damit führt ratiopharm die Tradition fort, die die Verbraucher von den Zwillingen als Markenbotschafter und dem Claim „ratiopharm. Gute Preise. Gute Besserung“ kennen.

Teil des Global Players Teva 2010 ging ratiopharm in den Besitz des israelischen pharmazeutischen Konzerns Teva Pharmaceutical Industries Ltd. über, der auf die Forschung und Entwicklung innovativer Medikamente und die Herstellung von Generika spezialisiert ist. Teva ist Weltmarktführer unter den Generikaun-



Produktion an den Standorten Ulm sowie Blaubeuren/Weiler zeichnet sich durch eine hohe Spezialisierung und Technologisierung aus. Neben der Produktion der chemischen Arzneimittel befindet sich dort auch eine eigene Herstellungsanlage für biopharmazeutische Wirkstoffe und biopharmazeutische Endprodukte. Über 300 Forschungs- und Entwicklungsprojekte neuer Generikaversionen

»40 Jahre „Gute Preise. Gute Besserung.“«

Zwei Drittel erinnern sich – gestützt – an den Slogan „Da gibt's doch was von ratiopharm.“ Ein Fünftel der Konsumenten, die ratiopharm kennen, hat den Werbeslogan als Frage „Gibt's da auch was von ratiopharm?“ schon in der Apotheke verwendet. Dies wurde auch von Seiten der Apotheker bestätigt. Verbunden mit dem Zwillingsspaar als Werbeikone und ihrem Claim „Gute Preise. Gute Besserung“ hat es die ratiopharm-Werbung zum Status eines Klassikers gebracht, mit einem unerreicht hohen Bekanntheitsgrad der Marke. Mit der neuen Kampagne „Gesichter

ternehmen und Nummer eins am europäischen Generikamarkt. Weltweit verfügt der Konzern über 34 Forschungs- und Entwicklungszentren. Als Mitglied des Firmenverbands von Teva profitiert ratiopharm von dem internationalen Knowhow bei der Entwicklung neuer Generika. Die Forschung und Entwicklung am Standort Ulm ist Teil der globalen Teva-Organisation. Dadurch nimmt Deutschland eine zentrale Bedeutung in der Entwicklung neuer Generikaversionen ein. Alle Entwicklungsaktivitäten in diesem Bereich sind für Gesamteuropa in Ulm gebündelt. Die

für Europa befinden sich derzeit in der Pipeline. Hier zu Lande sind circa 1600 der insgesamt rund 3150 Mitarbeiter bei Teva in der Produktion und der Qualitätssicherung beschäftigt. Insgesamt wurden 2012 von der Fertigung in Deutschland 320 Millionen Packungen Arzneimittel produziert: Das sind über 9 Milliarden Tabletten und Kapseln, zweieinhalb Millionen Liter flüssige Arzneimittel, knapp 1000 Tonnen Salben und 134 Millionen Stück steriler Arzneimittel. ■

Dr. Petra Kreuter, Redaktion