

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Vorwort</b>	
<b>A</b>	<b>Einleitung</b>	
<b>1</b>	<b>Zur Gliederung, den Autoren und Beiträgen</b> <i>Günter Neubauer und Florian Pfister</i> . . . . .	3
<b>2</b>	<b>Zur historischen Entwicklung der Generikaindustrie</b> <i>Interview mit Alfred Stulz</i> . . . . .	9
<b>B</b>	<b>Entwicklung, Zulassung und Produktion</b>	
<b>3</b>	<b>Forschende Industrie und Generika im Wechselspiel</b> <i>Wolfgang Späth</i> . . . . .	17
<b>4</b>	<b>Arzneimittelqualität und Zulassung</b> <i>Birka Lehmann</i> . . . . .	29
<b>5</b>	<b>Qualitätsanforderungen an Herstellung und Kontrolle national und international</b> <i>Christoph Sonntag</i> . . . . .	45
<b>6</b>	<b>Ähnlich aber nicht gleich: Biosimilars</b> <i>Theodor Dingermann</i> . . . . .	63
<b>C</b>	<b>Marketing und Distribution von Generika</b>	
<b>7</b>	<b>Marketingstrategien für Generikahersteller</b> <i>Georg Nederegger</i> . . . . .	75
<b>8</b>	<b>Pharma-Großhandel: Unverzichtbare Drehscheibe zwischen Arzneimittelherstellern und Apotheken</b> <i>Thomas Trümper</i> . . . . .	87
<b>9</b>	<b>Apotheken als Vertriebspartner: Perspektive der Apotheken</b> <i>Fritz Becker</i> . . . . .	99

<b>10</b>	<b>Der Arzt als aktiver und passiver Partner im Pharmamarketing</b> <i>Gudrun Neises, Achim Menges und Ingo Palsherm</i> . . . . .	<b>111</b>
<b>D</b>	<b>Generika als Garant einer hochwertigen Patientenversorgung</b>	
<b>11</b>	<b>Gesicherte Qualität – Voraussetzung für den therapeutischen Einsatz von Generika</b> <i>Henning Blume und Ralph-Steven Wedemeyer</i> . . . . .	<b>129</b>
<b>12</b>	<b>Generika aus Sicht des Hausarztes</b> <i>Jürgen Bausch</i> . . . . .	<b>145</b>
<b>13</b>	<b>Generika aus Sicht des beratenden Apothekers</b> <i>Heinz-Günter Wolf</i> . . . . .	<b>153</b>
<b>14</b>	<b>Die Krankenkassen als Sachwalter ihrer Versicherten</b> <i>Helmut Platzer</i> . . . . .	<b>163</b>
<b>E</b>	<b>Generika als Säule einer finanzierbaren Gesundheitsversorgung</b>	
<b>15</b>	<b>Preisbildung für Generika über Ausschreibungen oder Verhandlungen</b> <i>Herbert Rebscher und Kristina Braasch</i> . . . . .	<b>177</b>
<b>16</b>	<b>Festbeträge und Rabattverträge</b> <i>Gerhard Schulte</i> . . . . .	<b>191</b>
<b>17</b>	<b>Beitrag der Generika zur wirtschaftlichen Versorgung</b> <i>Dagmar Wald-Eßer</i> . . . . .	<b>201</b>
<b>18</b>	<b>Intensivierung des Wettbewerbs</b> <i>Katrin Nink und Dieter Paffrath</i> . . . . .	<b>219</b>
<b>F</b>	<b>Quo vadis Generikaindustrie?</b>	
<b>19</b>	<b>Der deutsche Generika-Markt im europäischen Kontext</b> <i>Gerard van Odijk</i> . . . . .	<b>233</b>
<b>20</b>	<b>Generika – unverändert eine Wachstumsstory</b> <i>Hartmut Retzlaff</i> . . . . .	<b>239</b>
<b>21</b>	<b>Die Generikaindustrie am Scheideweg</b> <i>Thomas Strüngmann</i> . . . . .	<b>243</b>