

Verzeichnisse

Inhaltsverzeichnis.....11

Abbildungsverzeichnis.....17

Tabellenverzeichnis.....21

Abkürzungs- und Begriffsverzeichnis 23

1. Kapitel: Vorgehensweise und Einordnung des Problemfeldes

1. Einleitung..... 27

 1.1 Problemstellung 27

 1.2 Forschungsmethode 31

 1.3 Einordnung der Arbeit in das
wirtschaftswissenschaftliche Forschungsfeld 34

 1.4 Forschungsziel- und Fragestellungen..... 37

2. Kapitel: Begriffsabgrenzungen und Theorien

2. Begriffssystematische Grundlagen 41

 2.1 Begriff und Bedeutung der Arzneimittel 41

 2.1.1 Anforderungen an Arzneimittel 41

 2.1.2 Zulassung von Arzneimitteln 43

 2.1.3 Apothekenmarkt als Bestandteil des Arzneimittelmarktes 47

2.2 Begriff und Bedeutung der Erfolgsforschung.....	51
2.2.1 Begriff des Erfolgs	51
2.2.2 Einordnung der Erfolgsforschung	
als Bestanteil der Handelsforschung	52
2.2.3 Forschungsansätze der Erfolgsforschung.....	54
2.2.3.1 Erfolgsfaktorenforschung	57
2.2.3.1.1 Erfolgsfaktorenforschung als Bestandteil	
der strategischen Unternehmensführung	61
2.2.3.1.2 Erfolgsfaktorenforschung im Apothekeneinzelhandel.....	63
2.2.3.2 Benchmarking	67
2.3 Begriff und Bedeutung des Einzelhandels.....	73
2.3.1 Problemfeld Einzelhandel.....	73
2.3.2 Einzelhandel und Apotheken.....	76
2.3.3 Entwicklung des Apothekeneinzelhandels	78

3. Kapitel: Strukturen im Arzneimittelmarkt

3. Situationsanalyse im vertikal integrierten Arzneimittelmarkt.....	81
3.1 Verhaltensbeziehungen im Arzneimittelmarkt	81
3.1.1 Zielbeziehungen im Arzneimittelmarkt.....	81
3.1.2 Rollenverteilung im Arzneimittelhandel	84
3.1.3 Machtverteilung im Arzneimittelhandel.....	89

3.2 Vertikale Absatzkanalstrukturen im Arzneimittelhandel.....	94
3.2.1 Funktionen der Pharmaindustrie	96
3.2.2 Typen der Pharmaindustrie	99
3.2.3 Leistungen der Pharmaindustrie.....	101
3.2.4 Verdrängungswettbewerb in der Pharmaindustrie	103
3.3 Arzneimittel im Großhandel	105
3.3.1 Funktionen des Großhandels	105
3.3.2 Typen des Großhandels	106
3.3.3 Leistungen des Großhandels	106
3.3.4 Horizontale und vertikale Integrationen im Großhandel	108
Exkurs: Pharmazeutischer Großhandel in Österreich und Deutschland.....	111
3.4 Arzneimittel im Versandhandel	114
3.4.1 Problemfeld Versandhandel	114
3.4.2 Versandhandel in den USA	116
Exkurs: Versandhandel in der EU am Fallbeispiel 0800DocMorris.com.....	117
3.5 Arzneimittel im Einzelhandel.....	120
3.5.1 Einzelhandel und Wellness	120
3.5.2 Arzneimittel in alternativen Betriebsformen des Einzelhandels....	124
3.5.3 Fallbeispiel Aldi.....	127

4. Kapitel: Säulen des Apothekeneinzelhandels

4. Situationsanalyse im Apothekeneinzelhandel.....	129
4.1 Anforderungen an den Apothekerberuf	129
4.1.1 Ausbildung von Pharmazeuten.....	129
4.1.2 Leistungen der Apotheker	131
4.1.3 Personalstruktur in Apotheken	132
4.1.4 Apothekentypen.....	135
4.1.5 Tätigkeitsfelder der Apotheker.....	137
4.1.6 Kammerwesen der Apotheker.....	140
4.2 Monopol bei der Arzneimitteldistribution.....	143
4.2.1 Nahversorgungsfunktion der Apotheker.....	143
4.2.2 Apothekenvorbehalt.....	144
4.2.3 Bedarfsplanung versus Niederlassungsfreiheit	145
4.3 Arzneimittelpreise, Arzneimitteltaxe und Apothekenspannen.....	147
4.3.1 Komplexität der Arzneimittelpreise	147
Exkurs: Entwicklung der Pro-Kopf-Ausgaben für Arzneimittel	151
4.3.2 Komplexität der Arzneitaxen und Preisverordnungen	154
4.3.3 Komplexität der Handelsspannen.....	156
Exkurs: Betriebswirtschaftliche Situation einer typischen deutschen Apotheke.....	160
4.4 Apothekenbetriebsordnung.....	162
4.4.1 Voraussetzungen zur Führung einer Apotheke.....	162

4.4.2 Dienstbereitschaft in Apotheken.....	163
4.4.3 Reglementierung in der Raumplanung von Apotheken.....	164
4.4.4 Reglementierungen in der Sortimentsplanung bei Apotheken	167
4.4.4.1 SM-Markt in Apotheken	170
4.4.4.2 Rezepturen in Apotheken	173
4.4.5 Reglementierungen in Werbung und Verkaufsförderung	175
4.5 Fremd- und Mehrbesitz.....	180
4.5.1 Verbot von Fremd- und Mehrbesitz	180
4.5.2 Erlaubnis von Fremd- und Mehrbesitz.....	182

5. Kapitel: Analyse der nationalen Apothekerbefragung

5. Erfolgsfaktoren im Apothekeneinzelhandel in Österreich	188
5.1 Untersuchungsdesign	188
5.1.1 Untersuchungsziel	188
5.1.2 Methodischer Steckbrief	189
5.1.3 Rücklaufanalyse	190
5.1.4 Struktur des Fragebogens	194
5.1.5 Datenauswertung	197
5.2 Entwicklungstendenzen im Arzneimittelhandel.....	199
5.3 Standortpolitik.....	207
Exkurs: Hypothesenprüfende Analyse	
zu Stadt- und Landapoteken.....	217

5.4 Personalstruktur.....	223
5.5 Sortimentspolitik.....	230
Exkurs: Umsatzanteile mit Zulieferern und Transaktionspartnern.....	236
5.6 Servicepolitik.....	238
5.7 Verkaufsraumgestaltung und Warenpräsentation.....	245
5.8 Werbung und Verkaufsförderung.....	253
6. Kapitel: Bilanz und Trends im Apothekenmarkt	
6. Zusammenfassung und Ausblick	261
6.1 Zusammenfassung der Ergebnisse	261
6.2 Empfehlungen und Ausblick für den Arzneimittelhandel	273
6.3 Aktuelle und künftige Herausforderungen für den Arzneimittelhandel - ein Interview mit dem Präsidenten der Apothekerkammer	278
Literaturverzeichnis	305
Anhang	319