

**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 Bestandteil 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 Landapotheken.....	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
<b>6. Kapitel: Bilanz und Trends im Apothekenmarkt</b>	
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