

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	11
Abkürzungsverzeichnis	12
1 Grundlagen der Untersuchung.....	13
1.1 Einleitung	13
1.2 Ziel und Methodik	14
1.3 Ausgangssituation	14
1.4 Definition Gesundheitsmarkt.....	15
1.5 Definition Gesundheitsprodukte.....	16
1.5.1 Arzneimittel	16
1.5.1.1 Verschreibungspflichtige Arzneimittel	17
1.5.1.2 Nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel.....	17
1.5.1.3 Freiverkäufliche Arzneimittel.....	18
1.5.2 Nahrungsergänzungsmittel.....	18
1.5.3 Functional Food und diätetische Lebensmittel.....	19
1.5.4 Hilfsmittel	20
1.6 Definition der unterschiedlichen Marktteilnehmer	20
1.6.1 Marktteilnehmer des Einzelhandels.....	21
1.6.1.1 Apotheken.....	21
1.6.1.2 Versandapothen	22
1.6.1.3 Mass Market	23
1.6.1.4 Sanitätshäuser	24
1.6.2 Marktteilnehmer des Großhandels.....	25
1.6.2.1 Pharmagroßhändler	25
1.7 Gesetzliche Rahmenbedingungen	25
1.7.1 Gesundheitsmodernisierungsgesetz.....	26
1.7.2 GKV-Wettbewerbsstärkungsgesetz	28
1.8 Strukturelle Treiber zukünftiger Entwicklungen.....	30
2 Der deutsche Gesundheitsmarkt	33
2.1 Marktstruktur, -volumen und -entwicklung	33
2.1.1 Erster Gesundheitsmarkt	33
2.1.1.1 Gesundheitswaren	34
2.1.1.2 Arzneimittelmarkt	36

2.1.2 Zweiter Gesundheitsmarkt.....	38
3 Marktrelevante Unternehmen	39
3.1 Offizin-Apotheken	39
3.2 Versandapotheken.....	40
3.2.1 Sanicare	40
3.2.2 DocMorris	40
3.2.3 Europa Apotheek Venlo.....	41
3.3 Pharmagroßhändler.....	42
3.3.1 Phoenix.....	42
3.3.2 Gehe	43
3.3.3 Anzag	44
3.3.4 Sanacorp	45
3.4 Reformhäuser	46
3.5 Drogerien	46
3.5.1 Schlecker	46
3.5.2 dm-Drogeriemarkt.....	48
3.5.3 Rossmann	49
3.5.4 Müller.....	50
3.6 Lebensmitteleinzelhändler	51
3.6.1 Metro Group	51
3.6.2 Edeka Gruppe	52
3.6.3 Rewe Group	54
3.6.4 Aldi Süd und Aldi Nord.....	55
3.6.5 Schwarz-Gruppe.....	56
3.6.6 Alnatura	57
3.7 Sanitätshäuser	58
4 Handelsstrukturen	59
4.1 Offizin-Apotheken	59
4.1.1 Aktuelle Handelsstrukturen.....	59
4.1.1.1 Marktstruktur.....	59
4.1.1.2 Umsatzstruktur.....	62
4.1.1.3 Verbrauch und Preisentwicklung der GKV	65
4.1.1.4 Rabattverträge, Arzneimittelhöchstbeträge und Generika	66
4.1.2 Zukünftige Handelsstrukturen	67
4.1.2.1 Risiken	67
4.1.2.2 Potenziale	69

4.1.2.3 Markt- und Umsatzsentwicklung	70
4.1.2.4 Kooperationen.....	73
4.2 Versandapothenken.....	74
4.2.1 Aktuelle Handelsstrukturen.....	74
4.2.1.1 Umsatzstruktur.....	75
4.2.2 Zukünftige Handelsstrukturen.....	76
4.2.2.1 Risiken	76
4.2.2.2 Potenziale	77
4.3 Pharmagroßhändler.....	80
4.3.1 Aktuelle Handelsstrukturen.....	80
4.3.1.1 Marktstruktur	80
4.3.1.2 Umsatzstruktur.....	81
4.3.1.3 Direktvertrieb.....	83
4.3.1.4 Effizienz der Versorgung.....	84
4.3.1.5 Parallelimporte	85
4.3.2 Zukünftige Handelsstrukturen	85
4.3.2.1 Risiken	85
4.3.2.2 Potenziale	86
4.3.2.3 Markt- und Umsatzentwicklung	87
4.4 Reformhäuser	89
4.4.1 Aktuelle Handelsstrukturen	89
4.4.1.1 Markt- und Umsatzstruktur.....	89
4.4.2 Zukünftige Handelsstrukturen	90
4.4.2.1 Risiken	91
4.4.2.2 Potenziale	92
4.4.2.3 Markt- und Umsatzentwicklung	93
4.5 Drogerien	95
4.5.1 Aktuelle Handelsstrukturen	95
4.5.1.1 Umsatzstruktur der Gesundheitsmittel	95
4.5.1.2 Pharmapunkte.....	97
4.5.2 Zukünftige Handelsstrukturen	97
4.5.2.1 Risiken	97
4.5.2.2 Potenziale	98
4.5.2.3 Umsatzentwicklung der Gesundheitsmittel	99
4.5.2.4 Pharmapunkte.....	100
4.6 Lebensmitteleinzelhändler	100
4.6.1 Aktuelle Handelsstrukturen	100

4.6.1.1 Sortimentsbreite.....	100
4.6.1.2 Umsatzstrukturen der Gesundheitsmittel	101
4.6.1.3 Functional Food	103
4.6.2 Zukünftige Handelsstrukturen	103
4.6.2.1 Umsatzentwicklungen der Gesundheitsmittel	104
4.6.2.2 Handelskonzepte	105
4.6.2.3 Functional Food	106
4.7 Sanitätshäuser	107
4.7.1 Aktuelle Handelsstrukturen.....	108
4.7.1.1 Markt- und Umsatzstruktur.....	108
4.7.2 Zukünftige Handelsstrukturen	110
4.7.2.1 Risiken	110
4.7.2.2 Potenziale	111
4.7.2.3 Markt- und Umsatzentwicklung	113
5 Schlussfolgerungen	116
5.1 Erster Gesundheitsmarkt	116
5.1.1 Gesundheitswaren.....	117
5.1.2 Arzneimittelmarkt.....	119
5.2 Zweiter Gesundheitsmarkt	119
5.3 Fazit und Ausblick.....	120
Literaturverzeichnis	125
Anhang	137