

# Inhaltsverzeichnis

<b>A. Einleitung .....</b>	11
<b>B. Konzeptioneller Trennungsansatz von Hoheitlichkeit und Privatautonomie .....</b>	15
I. Gemeinwohlbindung .....	16
II. Grundrechtsbindung .....	19
III. Berücksichtigung horizontaler und vertikaler Interdependenzen .....	21
IV. Anwendung von Wettbewerbsvorschriften .....	21
V. Wissenskumulation vs. einzelnes Wissen und Kosten der Steuerung .....	22
VI. Dichte der Verhaltensregeln .....	23
VII. Konzeptionelle Trennung als Pfadabhängigkeit .....	23
<b>C. Anreizstrukturen .....</b>	24
I. Koordination auf unregulierten Märkten .....	24
1. Funktionen von Wettbewerb .....	25
a) Verteilungs- und Allokationselemente als statische Komponente .....	25
b) Anpassungsflexibilität als dynamische Komponente .....	31
c) Innovationsfunktion als dynamische Komponente .....	32
2. Umgang mit notwendigen Handlungsspielräumen .....	33
II. Preisfindung .....	34
1. „Angemessener Preis“ .....	35
2. Elemente des Vertriebsweges .....	35
a) Beginn beim Arzneimittelhersteller bzw. dem Pharmazeutischen Unternehmer .....	36
b) Arzneimittelgroßhändler .....	40
aa) Klassischer Vertriebsweg .....	40
bb) Weiterverkauf an andere Großhändler .....	41
c) Apotheke .....	41
aa) Vertriebsweg über den Pharmazeutischen Unternehmer oder Arzneimittelgroßhändler .....	41
bb) Eigene Herstellung .....	42
d) Konsumierende Patientinnen und Patienten als Endkunden .....	42
3. Auswirkungen des Vertriebswegs .....	42

III. Preisbildung als Teil einer Regulierungsstrategie .....	43
IV. Anreizstrukturen auf dem Arzneimittelpreisbildungsmarkt .....	46
1. Regulierungsbedürftigkeit .....	47
a) Determiniertheit des Gesundheitssektors .....	47
b) Spezifisches Nachfrageverhalten .....	50
c) Dependenz anderer Märkte .....	53
2. Festsetzung eines angemessenen Preises .....	54
3. Verhaltensspielräume .....	54
<b>D. Regelungsstrukturen im Arzneimittelsektor .....</b>	<b>56</b>
I. Steuerungsinstrumente der Angebotsstruktur .....	57
1. Einheitliche Festsetzung .....	58
2. Höhe der Festsetzung .....	60
a) Ambulanter Sektor .....	60
aa) Festbetrag .....	62
bb) Zuzahlungsverpflichtung .....	67
cc) Erstattungsbetrag .....	68
dd) Gesetzlicher Preisabschlag .....	70
ee) Rabatt .....	73
(1) Rabattverträge nach § 130a Abs. 8 SGB V .....	75
(a) Ersetzung der fehlenden Gegenleistung der Gesetzlichen Krankenkasse .....	77
(b) Prognoseschwierigkeiten .....	80
(c) Abbildung der jeweiligen Interessen .....	81
(2) Rabattverträge über Fertigarzneimittel in parenteralen Zubereitungen .....	82
(3) Rabattverträge nach § 130c SGB V .....	83
(4) Besondere Versorgungsverträge nach § 140a SGB V .....	85
(5) Arzneimittel zur Therapie von Gerinnungsstörungen bei Hämophilie .....	86
b) Stationärer Sektor .....	87
3. Steuerungsinstrumente des sonstigen Vertriebsweges .....	89
II. Preisbildungsrelevante Reformen und Tendenzen auf dem Arzneimittelmarkt ..	93
1. Verhaltensvorstellungen und Nachjustierungen .....	94
a) Verschreibungsverhalten .....	95
b) Vertriebsweg .....	99
c) Nachfrageverhalten der konsumierenden Patientinnen und Patienten .....	103
d) Nachjustierungen der Preissteuerungsinstrumente .....	103
aa) Festbeträge .....	104
bb) Erstattungsbeträge .....	109

cc) Mehrverträge .....	113
dd) Rabattverträge .....	113
e) Übertragung der Steuerungsinstrumente .....	116
aa) § 130c SGB V als Abbild von § 130a Abs. 8 SGB V .....	116
bb) Ausweitung der Geltung der Steuerungsinstrumente .....	117
<b>E. Verhältnis des gesetzten Wettbewerbs zum einfachen Recht .....</b>	<b>118</b>
<b>I. Vergaberecht .....</b>	<b>119</b>
1. Ordnungsvorstellung des Vergaberechts .....	119
a) Haushalts(vergabe)recht .....	120
b) Vergaberecht .....	120
aa) Haushaltsrechtliche Aspekte .....	121
bb) Wettbewerb als Leitziel .....	121
cc) Zurückbesinnung auf die Aufgabenerfüllung .....	123
dd) Vergaberechtliche Grundlagen .....	124
ee) Akzeptanz .....	125
ff) Wissensgenerierung über Regulierungsfolgen .....	125
c) Beschreibung der Ordnungsvorstellung .....	126
2. Vergaberecht und Marktelelemente des Arzneimittelpreisbildungsmarkts .....	127
a) Relevante Marktprozesse .....	128
aa) Anwendbarkeit .....	128
(1) Gesetzliche Krankenkassen sind öffentliche Auftraggeber .....	128
(2) Private Krankenkassen zukünftig als Öffentliche Auftraggeber .....	129
(3) Der öffentliche Auftrag .....	129
(a) Entgeltlichkeit .....	130
(aa) Abgrenzungsmerkmal zur Konzession? .....	130
(bb) Wertende Betrachtung .....	131
(b) Auswahlentscheidung als Tatbestandsmerkmal .....	132
(c) Rahmenvereinbarung .....	132
(4) Schwellenwerte .....	133
bb) Bedeutung für Anreize bei der Preisbildung .....	135
(1) Erstattungsbeträge nach § 130b SGB V .....	135
(2) Rabattverträge nach § 130a Abs. 8 und § 130c SGB V .....	137
(a) Open-House-Verfahren .....	141
(b) Ausnahmeregelung für patentgeschützte Arzneimittel .....	144
(3) Besondere Versorgung, § 140a SGB V .....	144
(4) Krankenhäuser .....	145
cc) Folgerungen .....	146
dd) Berücksichtigung marktspezifischer Besonderheiten .....	147
(1) Angebotsbündelung .....	148

(2) Lieferverpflichtungen .....	148
(3) Losvergabe .....	149
ee) Keine marktspezifischen Besonderheiten .....	150
b) Zwischenfazit .....	150
<b>II. Kartellrecht .....</b>	<b>151</b>
1. Ordnungsvorstellung des Kartellrechts .....	151
a) Anwendungsbereich durch das Verständnis des funktionalen Unternehmensbegriffs bestimmt .....	155
aa) Europäische Sichtweise .....	160
bb) Deutsche Sichtweise .....	166
b) Keine konzeptionelle Trennung von hoheitlichen und privaten Handlungen	167
c) Wettbewerbsstruktur als Charakteristikum .....	169
2. Arzneimittelpreisbildung .....	170
a) Wettbewerb im Sinne des Kartellrechts oder aliud .....	171
b) Vorzüge durch Kartellrecht .....	174
c) Nicht intendierte Effekte des Kartellrechts .....	175
3. Zwischenfazit .....	178
<b>F. Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>179</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>187</b>
<b>Sachwortverzeichnis .....</b>	<b>206</b>