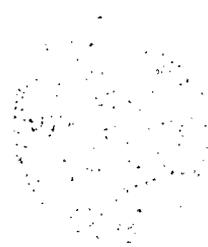


2792-0396

Klaus Hilleke-Daniel

Wettbewerbsdynamik und Marketing im Pharmamarkt



Inhalt

| | |
|--|----------|
| Verzeichnis der Abbildungen | XI |
| Verzeichnis der Tabellen | XIII |
| Kapitel 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Motivation und Zielsetzung | 1 |
| 1.2 Aufbau der Arbeit | 5 |
| Kapitel 2 Erklärungsmodelle und dynamische Komponenten der Wettbewerbsentwicklung | 6 |
| 2.1 Das Lebenszyklus-Konzept | 6 |
| 2.1.1 Der Lebenszyklus | 6 |
| 2.1.2 Wettbewerbsentwicklung im Lebenszyklus | 9 |
| 2.1.3 Marketing-Normstrategien im Lebenszyklus | 12 |
| 2.1.4 Zusammenfassende Beurteilung | 15 |
| 2.2 Neue Wettbewerber | 18 |
| 2.2.1 Markteintritte | 19 |
| 2.2.2 Internationalisierung des Wettbewerbs | 21 |
| 2.2.3 Niedrigpreisstrategie | 22 |
| 2.2.4 Markteintrittsbarrieren und Defensivstrategien | 26 |
| 2.3 Nachfragedynamik | 37 |
| 2.3.1 Strukturelle Faktoren der Nachfragedynamik | 38 |
| 2.3.2 Wertesysteme und Wertewandel | 42 |
| 2.3.2.1 Wertesysteme | 42 |
| 2.3.2.2 Wertewandel in der Gesellschaft | 43 |
| 2.3.2.3 Implikationen für die Unternehmensstrategie | 44 |

| | |
|--|-----|
| 2.3.3 Lernen der Nachfrager | 48 |
| 2.3.4 Zusammenfassung | 53 |
| 2.4 Die Innovationsdynamik | 54 |
| 2.4.1 Produktinnovation | 55 |
| 2.4.2 Prozeßinnovation | 62 |
| 2.4.3 Marketinginnovation | 64 |
| 2.4.4 Managementinnovation | 65 |
| 2.5 Kostendynamik | 67 |
| 2.5.1 Veränderungen der Faktorkosten | 70 |
| 2.5.2 Economies of Scale | 73 |
| 2.5.3 Erfahrungskurveneffekte | 76 |
| 2.5.4 Strategische Implikationen | 80 |
| 2.6 Staatliche Maßnahmen und Wettbewerbsdynamik | 81 |
| 2.6.1 Staat als Nachfrager | 82 |
| 2.6.2 Staatliche Subventionen | 83 |
| 2.6.3 Steuergesetzgebung | 84 |
| 2.6.4 Informationspolitische Aktivitäten | 85 |
| 2.6.5 Protektionistische Maßnahmen | 86 |
| 2.6.6 Veränderungen wettbewerblicher Rahmenbedingungen | 86 |
| 2.7 Zusammenfassung | 89 |
| Kapitel 3 Wettbewerb und Wettbewerbsdynamik am Beispiel des deutschen Pharmamarktes | 96 |
| 3.1 Der Markt für pharmazeutische Produkte in der Bundesrepublik Deutschland | 97 |
| 3.1.1 Arzneimittel | 99 |
| 3.1.2 Die Struktur der Anbieterseite | 102 |

| | |
|--|-----|
| 3.1.3 Die Struktur der Handelsstufen | 108 |
| 3.1.3.1 Der pharmazeutische Großhandel | 108 |
| 3.1.3.2 Die Öffentlichen Apotheken | 110 |
| 3.1.4 Arzneimittelnachfrage | 114 |
| 3.1.4.1 Der Bereich der Selbstmedikation | 114 |
| 3.1.4.2 Der von den Krankenkassen finanzierte Arzneimittelbereich | 115 |
| 3.2 Der Wettbewerb in der pharmazeutischen Industrie | 122 |
| 3.2.1 Struktur des Wettbewerbs | 124 |
| 3.2.2 Wirkstoffwettbewerb | 126 |
| 3.2.2.1 Struktur der Wettbewerbsdynamik | 126 |
| 3.2.2.2 Innovationsdynamik | 130 |
| 3.2.2.3 Forschung und Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland | 134 |
| 3.2.2.4 Innovationserfolg und Marketing | 139 |
| 3.2.2.5 Zusammenfassung | 146 |
| 3.2.3 Imitationswettbewerb | 149 |
| 3.2.3.1 Parallelimporte | 150 |
| 3.2.3.2 Wettbewerb mit Nachahmern | 152 |
| 3.3 Wettbewerbsdynamik im Pharmamarkt bei Ablauf von Wirkstoffpatenten | 169 |
| 3.3.1 Faktoren der Wettbewerbsdynamik | 169 |
| 3.3.2 Die Datenbasis | 173 |
| 3.3.2.1 Die Expertenbefragung | 174 |
| 3.3.2.2 Die Daten für die fünf Teilmärkte | 176 |
| 3.3.3 Ergebnisse der Expertenbefragung | 184 |
| 3.3.3.1 Allgemeine Charakteristika und derzeitige Situation | 184 |
| 3.3.3.2 Erwartungen bezüglich zukünftiger Entwicklungen | 187 |
| 3.3.3.3 Generelle Wettbewerbssituation | 189 |

| | | |
|------------------|---|------------|
| 3.3.3.4 | Erfahrungen mit Nachahmerwettbewerb | 214 |
| 3.3.4 | Empirische Ergebnisse aus den fünf Teil- märkten | 216 |
| 3.3.4.1 | Erfolgsfaktoren der Original- anbieter | 216 |
| 3.3.4.2 | Erfolgsfaktoren der Nachahmer | 230 |
| 3.4 | Zusammenfassung | 239 |
| Kapitel 4 | Implikationen für das Marketing forschender Unternehmen im deutschen Pharmamarkt | 242 |
| 4.1 | Strategische Grundausrichtung | 242 |
| 4.2 | Konkurrenzanalyse | 244 |
| 4.3 | Preisstrategie | 246 |
| 4.4 | Kommunikationsstrategie | 251 |
| 4.5 | Das Timing von Marketingentscheidungen | 253 |
| Kapitel 5 | Zusammenfassung und Ausblick | 256 |
| 5.1 | Zusammenfassung | 256 |
| 5.2 | Ausblick | 259 |
| Literatur | | 261 |