

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	V
<i>Autorenverzeichnis</i>	XV

Band 1

Erstes Kapitel

Veränderungen der Entscheidungs- und Marktstrukturen

Ursula Versteegen / Bettina Brennecke

Der Stellenwert des Arzneimittels in der Gesundheitsversorgung des 21. Jahrhunderts	3
--	---

Michael Arnold

Die medizinische Versorgung und ihre Finanzierung – Notwendigkeit, Möglichkeiten und Chancen einer tiefgreifenden Reform	29
---	----

Wolfgang Kaesbach / Karl-Heinz Schönbach

Perspektiven der Arzneimittelversorgung in der Gesetzlichen Krankenversicherung	61
---	----

Richard Platford

The Changing Competitive Pressures in the Distribution Channels for Prescription and OTC Products in Europe	81
--	----

Dieter Benatzky

Vertikale Integration – Herstellung, Großhandel und Apotheken in einer Hand?	103
--	-----

Horst A. Jeschke

Private Krankenhausketten – Ein Lösungsansatz zur Dämpfung der Kostenexplosion im Gesundheitswesen	119
---	-----

Michael Steiner / Michael Hansen / Thomas Zumbroich

Patientenorientiertes Gesundheitsmanagement als Chance für das deutsche Gesundheitswesen	133
---	-----

Jürg Baumberger

Managed Care – A US Insanity or the Future European Reality?	153
--	-----

Michael Steiner / Thomas Zumbroich

Chancen und Risiken der Pharmamärkte im Osten	183
---	-----

Zweites Kapitel

Zwischen politischer Verantwortung und Pressure Group Management

Franz-Josef Bohle / Bernd Foltin

Relationship Management – Fairer und offener Dialog 217

Ernst-Günter Afting / Robert Geursen

Verbraucherorganisationen, Patienten- und Bürgerinitiativen –
Politischer Umgang mit neuen Kräften 245

Günter B. Lewandowski

Die politische Verantwortung der pharmazeutischen Industrie 255

Drittes Kapitel

Neue Schwerpunkte im Marketing und Management

Thure von Uexküll / Wulf Bertram

Integrierte Pharmakotherapie und ganzheitliches Pharmamarketing 267

Barrie G. James

New realities and new approaches to pharmaceutical marketing in the 1990's 281

Rolf Dinkel / David Schwicker

Pharmakoökonomie im Marketing – Ein Schlüsselfaktor des Erfolgs 293

Eckhard Kucher

Der Europäische Preiskorridor – und wie man ihn implementiert 311

Michael Lonsert

Direct-to-Consumer-Marketing in der pharmazeutischen Industrie –
Möglichkeiten und Grenzen eines Relationship-Marketing
mit Arzneimittel-Konsumenten 337

Jürgen P. Rassat

OTC / SM-Switch von ethischen und semi-ethischen Produkten als Antwort
auf gesetzliche Restriktionen 361

Eberhard B. Roth

Generika – Boom ohne Ende oder bald an der Grenze des Wachstums? 387

Klaus-Jürgen Preuß

Outsourcing – Alternativen entlang der Wertekette von Pharmaunternehmen 397

Lucas Bergkamp / Gail N. Martiri

Pharmaceutical Packaging and the New European Recycling Laws 437

Patrick Schwarz-Schütte

Strategien für mittelgroße Pharmaunternehmen – Zu groß für die Nische,
zu klein für den internationalen Wettbewerb? 457

Udo E. Schulz / Claus Tiby

Vom Pharmaproduzenten zur Health Care Company – Irrweg oder Ausweg? 477

Harald Friesewinkel

Über die Unfähigkeit des professionellen Managements 507

Band 2

Viertes Kapitel

Informationsmanagement

Klaus-Jürgen Preuß

Informations- (IT) und Kommunikationstechnologien (KT) als strategischer Schlüssel für den Erfolg von Pharmaunternehmen 529

Arnold Hermanns / Christine Neumeyer

Elektronische Entscheidungsunterstützungssysteme – Überblick und zukünftige Entwicklungen 601

Werner Kroeber-Riel / Ivonne Behle

Computer Aided Advertising System (CAAS) – Einsatz wissensbasierter Computersysteme für die (Pharma-)Werbung 621

Klaus Hilleke

Decision Support Systeme bei der Preisbestimmung von Produkten 649

Klaus D. Wilde

Marketing-Decision-Support-Systeme im Pharma-Markt 667

Wulf Hecker / Georg Malarciuc

MIS – Management Informationssysteme als Navigationshelfer 689

Benjamin J. Walsh

Optimising Sales and Marketing Performance Through Computerisation 715

Vok Dams

Electronic-Marketing – Eine neue Komponente im Pharma-Marketing-Mix 729

René Derecque / Roland Lederer

Pharma-Marketing im Umbruch – Das Institut für Medizinische Statistik „Vom Informationslieferanten zum Problemlöser“ 745

Fünftes Kapitel
Forschungs- und Innovationsmanagement

Jürgen Drews

Innovationsmanagement in der pharmazeutischen Industrie 765

Gilbert Wenzel / Manfred Baier

Kompetenzbasierte Innovation in der Pharmaindustrie 785

Stefan Manth

Die Biotechnologie in der pharmazeutischen Industrie 803

Sechstes Kapitel
Human Resources Management

Rolf Wunderer

Personalmanagement 2000 – Auf dem Weg zu einer unternehmerischen
Funktion 829

Hermann Simon / Thomas Pascoletti

Die Lernoberfläche von Pharma-Unternehmen 843

Hans-Gerd Servatius

Schlüsselprozeß-Innovation zur Verminderung lateraler Effizienzverluste 859

Torsten J. Gerpott

Mitarbeiterorientierte Informationspolitik bei der Integration von Akquisitionen.
Ein vernachlässigter Erfolgsfaktor externer Wachstumsstrategien von
Pharma-Unternehmen 875

Rolf Krebs

Management von Kooperationen und kulturellen Unterschiede
in großen Pharma-Unternehmen 899

Luc de Langhe

Improving Business Performance through Management Development and
Training Programmes (MD&T) 921

Siebttes Kapitel
Recht und Management

Reinhard Büscher

Konsequenzen der EG-Arzneimittelzulassung für die Pharmaindustrie 935

Horst Hasskarl

Rechtliche Rahmenbedingungen und Verbandsdirektiven

als neuer Handlungsrahmen – Marketing und Recht:

Management eine Wechselbeziehung 945

Herbert Wartensleben

Neue Entwicklungen und Tendenzen im Arzt-, Vertragsarzt- und Haftungsrecht
der pharmazeutischen Unternehmer 965

Wolfgang Kozianka

Jurifizierung der Medizin 993

Stichwortverzeichnis 1009