

2686-100 3

ERWIN DICHTL / HANS RAFFÉE / MICHAEL THIESS  
(Herausgeber)

*INNOVATIVES  
PHARMA-  
MARKETING*

*MARKTORIENTIERUNG ALS  
ERFOLGSSTRATEGIE DER 90ER JAHRE*

**GABLER**

# Inhaltsverzeichnis

|   |          |            |
|---|----------|------------|
| <b>Vorwort</b> .....  | <b>V</b> |            |
| <br>  |          |            |
| <i>Hans Raffée / Michael Thiess</i>   |          |            |
| ◦ Herausforderungen an das Pharma-Marketing der 90er Jahre .....  | 1        | ✓          |
| <br>  |          |            |
| <b>Erster Teil: Strategisches Marketing in einem veränderten Umfeld</b>   |          |            |
| <br>  |          |            |
| <i>Thorlef Spickschen</i>   |          |            |
| ◦ Wandel im Pharmamarkt – Strategische Neuausrichtung der forschenden Pharmaunternehmen .....   | 19       | x          |
| <br>  |          |            |
| <i>Klaus-Peter Wiedmann</i>   |          |            |
| Gesellschaftsorientiertes Marketing als Konzept strategischer Unternehmensführung in der Pharmaindustrie .....                        | 39       | x          |
| <br>  |          |            |
| <i>Malte W. Wilkes</i>  |          |            |
| ◦ Wertewandel in Marketing und Medizin – Konsequenzen für das Pharma-Marketing .....  | 83       | ✓          |
| <br>  |          |            |
| <i>Ronald Gundermann</i>  |          |            |
| Verbandsmarketing – Der Einfluß des Bundesverbandes der Pharmazeutischen Industrie e.V. auf das politisch-administrative System ..... | 97       |            |
| <br>  |          |            |
| <i>Michael Thiess / Siegfried Jacobs</i>  |          |            |
| Strategische Personalplanung als Basis eines strategischen Pharma-Marketing .....   | 109      | x          |
| <br>  |          |            |
| <b>Zweiter Teil: Strategien und Maßnahmen im Rahmen des Marketinginstrumentariums</b>   |          |            |
| <br>  |          |            |
| <i>Manfred G. Heinicke</i>  |          |            |
| ◦ Der Umgang mit der Komplexität als zentrales Problem einer Marketing- und Kommunikationsplanung .....                               | 131      | x          |
| <br>  |          |            |
|   |          | <b>VII</b> |

*Reinhard Hujer / Eberhard Klein*

Die Anwendung von Prognoseverfahren in der Pharma-Marktforschung ..... 159

*Hans R. Thönnessen*

EDV-gestützte Beschaffung von Informationen aus Arztpraxen zur  
Strategiefindung in Marketing und Medizin ..... 181

*Beate von Keitz / Gerald Kosaris*

Blickaufzeichnungstests: Wie betrachtet der Arzt die Anzeige? ..... 201

*Friedrich Förster / Michael Thiess / Hans Raffée*

Einsatzmöglichkeiten der Kausalanalyse im Pharma-Marketing ..... 221

*Harald Friesewinkel*

Feldforschung im Dienste der Produktpositionierung ..... 247

*Klaus Welzel*

Entscheidungsfaktoren bei der Entwicklung moderner Arzneimittel  
aus der Sicht der Pharmaindustrie ..... 285

*Günter Kießling*

× Markenbildung im veränderten Pharma-Umfeld ..... 303

*Ingo Demske*

Das Zusammenspiel zwischen Forschung & Entwicklung und Vertrieb im  
Strategieprozess pharmazeutischer Unternehmen ..... 317

*Claus Tiby*

Ertragssteigerung durch verkürzte Produktentwicklungszeiten ..... 335

*Eberhard Wille*

Mengen- und Preiskomponente von Arzneimittelausgaben im System  
medizinischer Behandlung: Eine empirische Analyse ..... 351

o *Erwin Dichtl / Michael Thiess*

Die Kommunikationspolitik pharmazeutischer Unternehmen – Bestandsaufnahme  
und Gestaltungsempfehlungen ..... 373

*Gerd Fiethen*

o Die Einbeziehung der Apotheker in das pharmazeutische Marketing ..... 397

*Erwin Dichtl / Michael Lingenfelder*

Der Mitarbeiter als Schlüsselfigur im Apothekenmarketing ..... 419

|  |            |
|--|------------|
| <i>Michael Thiess / Michaela Bracht</i>  |            |
| Die Bedeutung des Informationsverhaltens von Ärzten für die<br>Pharma-Kommunikation .....            | 435        |
| <i>Petra Becker / Michael Thiess</i>   |            |
| Zielgruppenorientierte Planung von Ausstellungsbeteiligungen<br>im Rahmen des Pharma-Marketing ..... | 461        |
| <i>Nikolaus Seibt</i>  |            |
| Verbesserung des kommunikativen Verhaltens des pharmazeutischen<br>Außendienstes .....               | 489        |
| <b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>   | <b>509</b> |
| <b>Autorenverzeichnis .....</b>  | <b>511</b> |