

# INHALT

<b>1</b>	<b>MARKTDATEN</b>	<b>9</b>
	und Entwicklungen	9
	1.1 Vorbemerkungen	9
	1.2 Der OTC-Markt	11
<b>2</b>	<b>PRÄPARATEAUSWAHL</b>	<b>33</b>
	2.1 Einleitung	33
	2.2 Pharmazeutischer Teil	34
	2.3 Betriebswirtschaftlicher Teil	45
	2.4 Ethik versus Monetik	70
<b>3</b>	<b>CATEGORY MANAGEMENT</b>	<b>91</b>
	3.1 Warengruppen	93
	3.2 Präsentationstechniken	94
	3.3 Platzierung und Rentabilität	102
	3.4 Top-Seller- und ABC-Analyse	109
<b>4</b>	<b>FREIE PREISKALKULATION</b>	<b>113</b>
	4.1 Vorbemerkungen	113
	4.2 Unverbindliche Preisempfehlung (UVP)	114
	4.3 Aufschlags- und Spannenkalkulation	115
	4.4 Stückzahlbezogene Kalkulation	122
	4.5 Intelligente Preismodelle	126
	4.6 Wirkung von Preissenkungen bzw. -anhebungen	127

4.7 Preiselastizität	130
4.8 Prinzip der Deckungsbeiträge	132
4.9 Ursachengerechte Kosten- und Gewinnzuordnung	133
4.10 Preise erhöhen!?	136
4.11 Preispolitik	139
4.12 Aktionen und Sonderangebote	141
4.13 Angebote durchkalkulieren	142
4.14 Angebotskontinuität	145
4.15 Kunden-Anreizsysteme	146
4.16 OTC und Versandhandel	151
<b>5 TABELLEN, DATEN, GRAFIKEN</b>	<b>159</b>
5.1 Deutschland in Zahlen	159
5.2 Praktische Tabellen für den Apothekenalltag	160
5.3 Arzneimittelmarkt und Apotheke in Zahlen	162
<b>LITERATUR</b>	<b>165</b>
<b>SACHREGISTER</b>	<b>169</b>

Hinweis: Das Symbol  verweist auf Arbeitshilfen, die Sie unter [www.CheckAp.de](http://www.CheckAp.de) abrufen können. Für das log-in benötigen Sie Ihre E-Mail-Adresse und das Buch.