


INHALT

1	MARKTDATEN	9
	und Entwicklungen	9
	1.1 Vorbemerkungen	9
	1.2 Der OTC-Markt	11
2	PRÄPARATEAUSWAHL	33
	2.1 Einleitung	33
	2.2 Pharmazeutischer Teil	34
	2.3 Betriebswirtschaftlicher Teil	45
	2.4 Ethik versus Monetik	70
3	CATEGORY MANAGEMENT	91
	3.1 Warengruppen	93
	3.2 Präsentationstechniken	94
	3.3 Platzierung und Rentabilität	102
	3.4 Top-Seller- und ABC-Analyse	109
4	FREIE PREISKALKULATION	113
	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
5 TABELLEN, DATEN, GRAFIKEN	159
5.1 Deutschland in Zahlen	159
5.2 Praktische Tabellen für den Apothekenalltag	160
5.3 Arzneimittelmarkt und Apotheke in Zahlen	162
LITERATUR	165
SACHREGISTER	169

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