

## Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsübersicht</b> .....	<b>XI</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>XIII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XVII</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>XXI</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>XXIII</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Forschungsfrage und Zielsetzung.....	3
1.2 Beitrag zum Forschungsgegenstand der wissenschaftlichen Disziplin.....	4
1.3 Methodisches Vorgehen.....	4
1.3.1 Forschungsdesign der empirischen Forschung .....	4
1.3.2 Die empirische Datenbasis.....	7
1.3.2.1 Empirische Methodik: Problemzentrierte Interviews .....	7
1.3.2.2 Interviewpartner: Unternehmensvertreter und Stakeholder .....	8
1.3.2.3 Aufbau und Inhalt der Interviewleitfäden .....	10
1.3.2.4 Durchführung und Dokumentation der Interviews .....	10
1.3.2.5 Auswertungsmodalitäten: Eine primär qualitative Analyse.....	11
1.3.2.6 Methode der Standardbefragung im Rahmen der empirischen Forschung.	12
1.3.2.7 Verwendete Literatur.....	15
1.4 Gang der Untersuchung.....	16
1.5 Abgrenzung der Arbeit.....	17
<b>2 Grundlagen</b> .....	<b>19</b>
2.1 Einleitung .....	19
2.2 Konzept der nachhaltigen Entwicklung .....	19
2.2.1 Herkunft und Entwicklungsgeschichte der nachhaltigen Entwicklung.....	20
2.2.2 Begriffliche Abgrenzung: Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsmanagement .....	22
2.2.3 Weitere Konzepte der verantwortungsorientierten Unternehmensführung ....	24
2.2.4 Würdigung des gewählten Nachhaltigkeitsverständnisses.....	27
2.3 Konzept des strategischen Managements.....	29
2.3.1 Historischer Ursprung und Entwicklung des strategischen Managements .....	29
2.3.2 Begriffliche Grundlagen des strategischen Managements .....	31
2.3.3 Strategieinhalte und Inhaltsforschung.....	33
2.3.3.1 Der marktorientierte Ansatz („market based view“ ).....	35
2.3.3.2 Der ressourcenorientierte Ansatz („resource based view“) .....	36

2.3.3.3	Der wertorientierte Ansatz („value based view“)	38
2.3.3.3.1	Shareholder-Value-Konzept von Rappaport	39
2.3.3.3.2	Kritische Würdigung des Shareholder-Value-Konzeptes	46
2.3.4	Strategieprozess und Prozessforschung	47
2.3.4.1	Strategieprozess in vier Phasen nach Welge / Al-Laham	48
2.3.5	Das Konzept wertorientierter strategischer Unternehmensführung	54
2.4	Die pharmazeutische Industrie	55
2.4.1	Historie und Entwicklung der Branche	55
2.4.2	Die pharmazeutische Industrie heute	57
2.4.2.1	Struktur der pharmazeutischen Industrie	59
2.4.2.2	Die pharmazeutische Industrie in Zahlen und Fakten	62
2.4.2.3	Wertetreiber in der pharmazeutischen Industrie	64
2.4.2.4	Sozialer und ökologischer Kontext der pharmazeutischen Industrie	66
2.4.3	Forschungsschwerpunkt in der pharmazeutischen Industrie	67
<b>3</b>	<b>Das Konzept der Nachhaltigkeit als Wertetreiber in der pharmazeutischen Industrie</b>	<b>69</b>
3.1	Einleitung	69
3.2	Historische Entwicklung des Konzeptes der Nachhaltigkeit in der pharmazeutischen Industrie	70
3.3	Aktuelle Nachhaltigkeitsaspekte und ihre ökonomische Relevanz für pharmazeutische Unternehmen	73
3.3.1	Nachhaltigkeitsissue ‚Forschungs- und Entwicklungsbereiche‘	77
3.3.1.1	Herausforderungen im Bereich der Forschung und Entwicklung	77
3.3.1.2	Position und Aktivitäten der Pharmaindustrie im Bereich der Forschung und Entwicklung	83
3.3.1.3	Die ökonomische Relevanz des Issues ‚F&E-Bereiche‘ für die Pharmaindustrie	86
3.3.2	Nachhaltigkeitsissue ‚Patente und Patentschutz‘	90
3.3.2.1	Herausforderungen im Bereich der Patente und des Patentschutzes	90
3.3.2.2	Position und Aktivitäten der Pharmaindustrie im Bereich des Patentschutzes	94
3.3.2.3	Die ökonomische Relevanz des Issues ‚Patente und Patentschutz‘ für die Pharmaindustrie	99
3.3.3	Nachhaltigkeitsissue ‚Zugang zu Arzneimitteln‘	103
3.3.3.1	Herausforderungen im ‚Zugang zu Arzneimitteln‘	103
3.3.3.2	Position und Aktivitäten der Pharmaindustrie im Bereich des Zugangs zu Arzneimitteln	107

3.3.3.3	Die ökonomische Relevanz des Issues ‚Zugang zu Arzneimitteln‘ für die Pharmaindustrie.....	110
3.3.4	Nachhaltigkeitsissue IV: ‚Gesundheitssysteme der Industrienationen‘ .....	113
3.3.4.1	Herausforderungen in den Gesundheitssystemen der entwickelten Länder.....	113
3.3.4.2	Position und Aktivitäten der Pharmaindustrie in den Gesundheitssystemen der Industrienationen .....	127
3.3.4.3	Die ökonomische Relevanz des Issues ‚Gesundheitssysteme der Industrienationen‘ .....	136
3.3.5	Weitere Nachhaltigkeitsissues in der Pharmaindustrie .....	139
3.4	Das Zusammenspiel von Pharmafirmen und Stakeholdern im Rahmen der Nachhaltigkeitsdiskussion.....	140
3.5	‚Business Case for Corporate Sustainability‘ in der Pharmaindustrie .....	148
3.5.1	Zusammenfassende Betrachtung der vier Nachhaltigkeitsissues.....	148
3.5.2	Weitere Aspekte der Nachhaltigkeit .....	152
3.5.3	Gegenwärtiger Stand des Nutzungsgrades des ‚Business Case for Corporate Sustainability‘ .....	152
3.5.4	Analyse der Wirkungsrelationen.....	154
3.5.5	Weitere Studien zum ‚Business Case for Corporate Sustainability‘ .....	157
<b>4</b>	<b>Das Konzept der Nachhaltigkeit im strategischen Management der pharmazeutischen Industrie.....</b>	<b>161</b>
4.1	Einleitung .....	161
4.2	Nachhaltigkeit in der Phase der strategischen Zielplanung .....	162
4.2.1	Theoretische Einführung .....	162
4.2.2	Status-Quo der Pharmaindustrie.....	164
4.2.2.1	Unternehmenspolitik und -leitbild .....	164
4.2.2.2	Strategische Zielplanung.....	165
4.2.3	Aktuelle Herausforderungen und Problemfelder .....	169
4.3	Nachhaltigkeit in der Phase der strategischen Analyse und Prognose.....	170
4.3.1	Theoretische Einführung .....	170
4.3.2	Status-Quo der Pharmaindustrie.....	171
4.3.2.1	Analyse der Unternehmensumwelt .....	171
4.3.2.2	Analyse der Unternehmung.....	173
4.3.2.3	Prognose und strategische Frühaufklärung .....	175
4.3.3	Aktuelle Herausforderungen und Problemfelder .....	177
4.4	Nachhaltigkeit in der Phase der Strategicformulierung und -bewertung .....	178
4.4.1	Theoretische Einführung .....	178

4.4.2	Status-Quo der Pharmaindustrie.....	179
4.4.2.1	Gesamtunternehmensstrategien in der pharmazeutischen Industrie .....	179
4.4.2.2	Geschäftsbereichsstrategien in der pharmazeutischen Industrie .....	182
4.4.2.3	Funktionsbereichsstrategien in der pharmazeutischen Industrie.....	184
4.4.2.4	Nachhaltigkeitsissuestrategien in der pharmazeutischen Industrie .....	189
4.4.2.5	Bewertung und Auswahl der Strategiealternativen.....	190
4.4.2.6	Geschäftsmodell der forschenden Pharmafirmen .....	191
4.4.3	Aktuelle Herausforderungen und Problemfelder .....	191
4.5	Nachhaltigkeit in der Phase der Strategieimplementierung .....	193
4.5.1	Theoretische Einführung.....	193
4.5.2	Status-Quo der Pharmaindustrie.....	193
4.5.3	Aktuelle Herausforderungen und Problemfelder .....	197
4.6	Bedeutung des ‚Business Case for Corporate Sustainability‘ für das strategische Nachhaltigkeitsmanagement in der pharmazeutischen Industrie .....	199
<b>5</b>	<b>Ansatzpunkte für ein strategisches Nachhaltigkeitsmanagement in der pharmazeutischen Industrie.....</b>	<b>203</b>
5.1	Einleitung .....	203
5.2	Bereich Unternehmenskultur, Wissen und Problembewusstsein.....	205
5.3	Bereich Unternehmensziele und Strategien .....	209
5.4	Bereich Nachhaltigkeitsissuemanagement .....	214
5.5	Bereich interner und externer Unternehmenskommunikation .....	220
5.6	Erfolgsfaktoren für ein strategisches Nachhaltigkeitsmanagement in der Pharmaindustrie.....	224
<b>6</b>	<b>Schlussbetrachtung und Darstellung des weiteren Forschungsbedarfs.....</b>	<b>227</b>
<b>Anhang 1:</b>	<b>Forschungsprojekt ‚Building a Robust Business Case for Sustainability‘ .....</b>	<b>233</b>
<b>Anhang 2:</b>	<b>Interviewleitfaden Pharmaunternehmen.....</b>	<b>235</b>
<b>Anhang 3:</b>	<b>Interviewleitfaden Stakeholder.....</b>	<b>245</b>
<b>Anhang 4:</b>	<b>Fragebogen der Standardbefragung für Sustainability Officer .....</b>	<b>253</b>
<b>Anhang 5:</b>	<b>Fragebogen der Standardbefragung für General Manager .....</b>	<b>259</b>
<b>Anhang 6:</b>	<b>Möglichkeiten des staatlichen Eingreifens in das Angebot von Arzneimitteln .....</b>	<b>265</b>
	<b>Gesprächsverzeichnis.....</b>	<b>269</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>291</b>