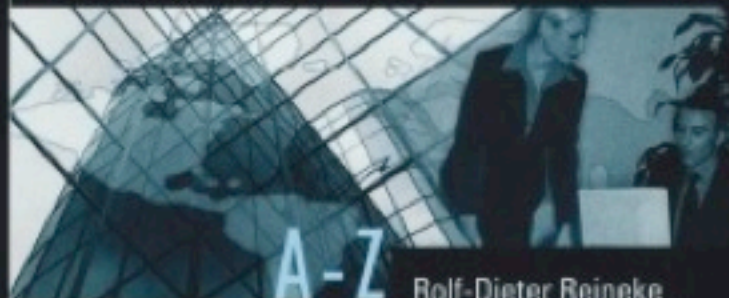


GABLER LEXIKON UNTERNEHMENS- BERATUNG



A-Z

Rolf-Dieter Reineke
Friedrich Bock (Hrsg.)



zeitlichen Industrie) des viertgrößten La-

pharmazeutisches und medizinisches Produktlebenszyklusmanagement

ndustrie) des viertgrößten Lan- des europäischen Wirtschaft im größten Unternehmen, darunter 150 Firmen, erwirtschaften in 50 Prozent Marktanteil. Mit über 100 Milliarden Umsatz im Pharmamarkt und einer Belastung der gesetzlichen Finanzierung in Deutschland durch die der Rückentlastungspflicht, stellt Deutschland den größten Markt in Europa dar. Danach folgen Großbritannien und Italien. Die Systeme unterscheiden sich dabei selbst in der Finanzierung. - 2. *Forschung und Entwicklung* bei der Steigerung der - Fortschritt Entwicklungseffizienz (F & E) in der pharmazeutischen Industrie die zueinander Konsolidierung ihrer Beratungsstellen, die die für F&E relativ gesehen in den 10 fünf Jahren abgenommen hat, um einen an den konstant hohen im Durchschnitt werden 16 bis 18 % eigenes Umsatzes seien in besteht. Zwei anderen sind die 5 im Schritt auf die Zulassung (Medikamenten erfüllen, drams- tigen: Während noch 1976 nach US-Dollar benötigt wurden, um Substanz zur Marktreife zu bringen die Zulassungskosten auf 100 US-Dollar betrafen. Zunäh- die Zahl der Zulassungen von 100000 auf 1000000, während die Kosten einseitig in letzter Jahreszeit in allen pharmazeutischen Unternehmen angeht, die Entwicklungspen- (neue Arzneimittel) bereits sehr ihrer Einbeziehung verschiedener Beteiligten (Mitarbeiter aus Zulassung, Vertrieb, Produktion) und dabei verschobene Ein- beziehung, die früher strikt hinrent- arbeitsweise wanden z.T. parallel (Simultaneous Development) - sionalisierung. Bei der Erschließ- der Märkte spielen in der regionalen Faktoren eine Rolle, da eine ganz spezifische Strategie in der Registrierung und Zulassung sind. -> Preisstrategie, Vertrieb & erfordern, die zumeist mit ent- wickelter Kompetenz aufgebaut. In den wichtigsten Potential-

märkten werden i. d. R. eigene Tochtergesell- schaften aufgebaut oder akquiriert. In vielen Ländern ist die Patente mit einer eigenen Gesellschaft Voraussetzung oder zumindest hilfreich für eine regionale Zulassung. Wichtige wichtige Fragestellungen betreffen die organisatorische Ausgestaltung und Koordinierung der Internationalisierung, z.B.: Abgrenzung globalstrategischer und lokaler Marketingfunktionen, globale Produktions- und effiziente Gestaltung von Over- headfunktionen. In Zusammenarbeit mit dem Berater ist dabei eine Vielzahl von Kriterien zu berücksichtigen, was auch die z.T. ganz unterschiedliche Ausprägung und Gestaltung der Internationalisierung bei den verschiedenen Unternehmen erklärt. Hinsu korrekt, dass infolge neuer Akquisitionenprozesse in der Industrie diese Fragen im Rahmen der - Post-Merger-Integration jedes Mal neu angegangen werden müssen.

pharmazeutisches und medizinisches Produktlebenszyklusmanagement

Pharmaceutical and Medical Product Life-cycle Management. 1. Begriff: Die Lebenszyklusplanung ist Kernaufgabe des strategischen Managements bzw. strategischen Marketings. Besonderearbeiten in der pharmazeutischen und technischen Industrie sind v.a. die relativ langen Produktlebenszyklen, verbunden mit einer außerordentlich hohen Abhängigkeit von regulatorischen und medizinisch-fachlichen Rahmenbedingungen. - 2. *Ziele und Besonderheiten*: Die Zielsetzung des P & M P ist es, die Profitabilität eines Produktes über den gesamten Lebenszyklus zu optimieren. Ansatzpunkte zur Ergebnisverbesserung reichen von beschleunigter Produkteinführung bis zur Verlängerung der Vermarktungszeit. Das Produktlebenszyklusmanagement betrifft alle Stufen der Wertschöpfungskette. Da die Herstellungskosten eines Produktes sehr früh mit der Zulassung festgelegt werden, ist eine frühzeitige Einbindung des - Supply Chain Managements erforderlich, um durch die Wahl der richtigen Technologie, der richtigen Lieferanten und des optimalen Standort wichtige Weichen zu stellen. - 3. *Bestandteile*: Zielsetzung ist es, das Produktlebenszyklusmanagement langfristig als Kernkompetenz des Kunden zu etablieren. Im Einzelnen geht es um die Umsetzung neuer Organisationsmodelle, funktionsübergreifende Zusammen-

arbeit oder akquiriert. In vielen Patente mit einer eigenen Ausgestaltung und Koordi- nationalisierung, z.B.: Abgrenzung globaler und lokaler Funktionen, globale Produktions- und effiziente Gestaltung von Over- headfunktionen. In Zusammen- arbeit mit dem Berater ist dabei eine Vielzahl von Kriterien zu berücksichtigen, was auch die z.T. ganz unterschiedliche Ausprägung und Gestaltung der Internationalisierung bei den verschiedenen Unternehmen erklärt. Hinsu korrekt, dass infolge neuer Akquisitionenprozesse in der Industrie diese Fragen im Rahmen der Post-Merger-Integration jedes Mal neu angegangen werden müssen.

pharmazeutisches und medizinisches Produktlebenszyklusmanagement

Pharmaceutical and Medical Product Life-cycle Management. 1. Begriff: Die Lebenszyklusplanung ist Kernaufgabe des strategischen Managements bzw. strategischen Marketings. Besonderearbeiten in der pharmazeutischen und technischen Industrie sind v.a. die relativ langen Produktlebenszyklen, verbunden mit einer außerordentlich hohen Abhängigkeit von regulatorischen und medizinisch-fachlichen Rahmenbedingungen. - 2. *Ziele und Besonderheiten*: Die Zielsetzung des P & M P ist es, die Profitabilität eines Produktes über den gesamten Lebenszyklus zu optimieren. Ansatzpunkte zur Ergebnisverbesserung reichen von beschleunigter Produkteinführung bis zur Verlängerung der Vermarktungszeit. Das Produktlebenszyklusmanagement betrifft alle Stufen der Wertschöpfungskette. Da die Herstellungskosten eines Produktes sehr früh mit der Zulassung festgelegt werden, ist eine frühzeitige Einbindung des - Supply Chain Managements erforderlich, um durch die Wahl der richtigen Technologie, der richtigen Lieferanten und des optimalen Standort wichtige Weichen zu stellen. - 3. *Bestandteile*: Zielsetzung ist es, das Produktlebenszyklusmanagement langfristig als Kernkompetenz des Kunden zu etablieren. Im Einzelnen geht es um die Umsetzung neuer Organisationsmodelle, funktionsübergreifende Zusammen-

arbeit oder akquiriert. In vielen Patente mit einer eigenen Ausgestaltung und Koordi- nationalisierung, z.B.: Abgrenzung globaler und lokaler Funktionen, globale Produktions- und effiziente Gestaltung von Over- headfunktionen. In Zusammen- arbeit mit dem Berater ist dabei eine Vielzahl von Kriterien zu berücksichtigen, was auch die z.T. ganz unterschiedliche Ausprägung und Gestaltung der Internationalisierung bei den verschiedenen Unternehmen erklärt. Hinsu korrekt, dass infolge neuer Akquisitionenprozesse in der Industrie diese Fragen im Rahmen der Post-Merger-Integration jedes Mal neu angegangen werden müssen.

arbeit oder akquiriert. In vielen Patente mit einer eigenen Ausgestaltung und Koordi- nationalisierung, z.B.: Abgrenzung globaler und lokaler Funktionen, globale Produktions- und effiziente Gestaltung von Over- headfunktionen. In Zusammen- arbeit mit dem Berater ist dabei eine Vielzahl von Kriterien zu berücksichtigen, was auch die z.T. ganz unterschiedliche Ausprägung und Gestaltung der Internationalisierung bei den verschiedenen Unternehmen erklärt. Hinsu korrekt, dass infolge neuer Akquisitionenprozesse in der Industrie diese Fragen im Rahmen der Post-Merger-Integration jedes Mal neu angegangen werden müssen.