

Inhaltverzeichnis

Einführung

Dr. Klaus-Jürgen Preuß, EPC HealthCare

Dr. Thomas Ecker, EPC HealthCare

Prof. Dr. Reinhold Roski, FHTW Berlin

I Rahmenbedingungen

1 Veränderung der Rahmenbedingungen

Konsolidierung der Leistungserbringer, Konzentration der Kostenträger, Neue Welt der Vertragsbeziehungen, Das strategisches Dreieck: Produkt, Kassen und Vertragskonstruktion, BtoB-Marketing statt Individual-Marketing, Relevante Reformgesetze, zu beachtende rechtliche Rahmenbedingungen.

Dr. Klaus-Jürgen Preuß, Dr. Thomas Ecker,
Geschäftsführer EPC HealthCare

2 Die Perspektive für das Gesundheitswesen

Einfluss auf die Kosten, Veränderung der Versorgungsqualität, Strukturelle und organisatorische Anpassungen, Anforderungen an zukünftige Gesundheitsreformen, Internationale Entwicklungen.

Franz Knieps,
Abteilungsleiter Gesundheitsversorgung, Krankenversicherung, Pflegesicherung
Bundesministerium für Gesundheit

II Theorie & Empirie

3 Vertragsarten und Modelle

Überblick, Rabatt-Verträge, Capitation-Verträge, Cost Sharing Verträge, Pay for Performance Verträge, Risk Sharing Verträge, Pay for Cure Verträge, Mehrwert-Verträge, Bundling Verträge, Konsortialverträge, Indikationsverträge, Portfolioverträge, Synopse der Pro's und Contra's

Dr. Klaus-Jürgen Preuß, Dr. Thomas Ecker,
Geschäftsführer EPC HealthCare

4 Direktverträge 2008

Verträge nach Indikationen, Verträge nach Herstellern, Verträge nach Kassen, Gewinner und Verlierer, Kooperation und Partnering, Verträge und die Erkrankungen im Morbi-RSA, Matrix nach Business Units, Verträge nach Indikationen.

Roland Lederer,
Geschäftsführer Insight Health
Dr. Thomas Ecker,
Geschäftsführer EPC HealthCare

III Strategien

5 Vertrags-Strategie aus Sicht der Pharma-Unternehmen

Krankheitsverlauf und mögliche Vertrags-Modelle, Verträge nach Produkt-Kategorien, Verträge nach Lebenszyklusphasen, Care Level und Setting korrespondierend zum Vertrags-Konstrukt, Verträge und Anbindung an spezifische Versorgungs-Settings.

Dr. Thomas Werner,

Vorsitzender der Geschäftsführung GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG

Bettina Brennecke,

Vice President und Leiterin Corporate Affairs & Business Support GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG

6 Vertrags-Strategie aus Sicht der Krankenkassen

Organisatorische und fachliche Voraussetzungen, Strategische Überlegungen hinsichtlich der Morbidität und Ausgaben, Disease Management Programme und Verträge, Verträge und die Erkrankungen im Morbi-RSA, Verträge und Positionierung der Kasse im Wettbewerb, Vertragsstrategie.

Prof. Dr. h.c. Herbert Rebscher,

Vorsitzender des Vorstandes DAK

7 Vertragsstrategie aus Sicht der Ärzte

Position der KBV, Position der Arzneimittel-Kommission der Deutschen Ärzteschaft.

Prof. Dr. med. Wolf-Dieter Ludwig,

Vorsitzender der Arzneimittelkommission der deutschen Ärzteschaft

8 Anforderungen an innovative Vertragsmodelle aus der Sicht von Patienten und Versicherten

Helga Kühn-Mengel

Beauftragte der Bundesregierung für die Belange der Patientinnen und Patienten

IV Prozesse

9 Prozessschritte zur Entwicklung eines Vertragsmodells

Initiatoren, Entrepreneurure und Sponsoren, Motive, Ziele und Erwartungen, Definition des Leistungspakets, Evidenzbasierte Literaturanalyse, Entwicklung eines medizinisch-ökonomischen Modells, Juristische Umsetzung in den Vertrag, Auswahl des geeigneten Care Settings, Auswahl der Vertragspartner in der GKV und oder PKV, Signalling, Marketing und PR zum Vertragsmodell, Vertragsverhandlungen, Pilot- oder Testregion, Roll out und Implementations-Support, Monitoring und Controlling, Evaluation und Benchmarking, Portfolio-Check, Projektmanagement.

Dr. Klaus-Jürgen Preuß, Dr. Thomas Ecker,

Geschäftsführer EPC HealthCare

Inhaltverzeichnis

10 Vertrags-Verhandlungen

Selektion der relevanten Abteilungen und Ansprechpartner, Initiale Kontaktaufnahme, Wer führt die ersten Verhandlungen?, Präsentation und Diskussion mit potentiellen Partnern, Feintuning des Vertrages, Paraphierung des Vertrages, Interne Kommunikation, Externe Kommunikation und PR, Follow-up und Vertragsverlängerung.

Dr. Klaus-Jürgen Preuß, Dr. Thomas Ecker,
Geschäftsführer EPC HealthCare

11 Kommunikation der Verträge mit den Stakeholdern

Kommunikationstheoretische Grundlagen, Kanäle und Instrumente der Kommunikation, Kommunikation mit den Ärzten, Kommunikation mit den Versicherten/Patienten.

Prof. Dr. Reinhold Roski,
Gesundheitskommunikation, FHTW Berlin

12 Kommunikation der AOK-Verträge mit den Stakeholdern

Erfahrungen mit den Rabattverträgen der AOK, Erfahrungen mit Verträgen über Arzneimittel-Innovationen, Erfahrungen mit dem Vertrag zur hausärztlichen Versorgung in Baden-Württemberg.

Dr. Christopher Hermann,
Stellvertretender Vorsitzender des Vorstands AOK Baden-Württemberg

13 Mögliche Reaktionen der Wettbewerber

Imitation, Konditionenkonkurrenz, alternative Modelle, Rechtsweg

Dr. Klaus-Jürgen Preuß, Dr. Thomas Ecker,
Geschäftsführer EPC HealthCare

V Recht

14 Rechtlicher Rahmen

Rechtliche Grundlagen, Stand der rechtlichen Auseinandersetzung, Umsetzung der Vertragsarten und -modelle, Möglichkeiten und Grenzen, Quintessenz.

Prof. Dr. jur. Dr. med. Alexander P. F. Ehlers,
Rechtsanwaltssozietät Ehlers, Ehlers & Partner