



Auch Ärzte schätzen die Kompetenz der „externen“ Pharmareferenten.

Besseres Image der Pharmadienstleister

Außendienstmitarbeiter, die nicht unmittelbar bei Pharmaunternehmen angestellt sind, hatten lange Zeit einen schweren Stand. Die Attraktivität ihres Jobs und ihre Entwicklungsperspektiven haben sich jedoch stetig verbessert.

Unser Auftraggeber ist eine erfolgreiche Vertriebsorganisation eines weltweit tätigen medizintechnischen Unternehmens mit Spitzenprodukten für herz-, thorax- und gefäßchirurgische Kliniken in Deutschland und sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt

je einen

Gebietsverkaufsleiter

(m/w) für gefäßmedizinische Produkte
Gebiet Baden-Württemberg, Nr. 17952
Gebiet Deutschland Mitte (Dresden-Kassel), Nr. 17953

Ihre Aufgaben:

- fachliche Beratung und Betreuung von Kliniken im Verkaufsgebiet
- Ausbau bestehender Kundenbeziehungen und Erhöhung des Umsatzes
- Begleitung und Unterstützung im OP bei Implantation von Firmenprodukten
- Verhandlungen mit Ärzten, Einkäufern und Verwaltungsleitern
- Mitwirkung bei der Angebotserstellung
- Aktive Umsetzung von Marketingstrategien
- Organisation und Durchführung von Fortbildungsveranstaltungen
- Teilnahme an nationalen/internationalen wiss. Kongressen/Veranstaltungen

Ihr Profil:

- Medizintechnische Ausbildung und/oder Studium
- Hohe Affinität zum Vertrieb oder bereits (medizintechnische) Berufserfahrung
- Das richtige Gespür für eine gute Kundenbeziehung
- Selbständige, verantwortungsvolle Arbeitsweise
- Gute Englischkenntnisse

sowie einen

Gebietsverkaufsleiter

(m/w) für herzchirurgische Produkte
Gebiet Süddeutschland, Nr. 17954

VON UWE PAGEL

Irgendwann nehmen die uns die Arbeit weg“ – das war vor rund zehn Jahren eine weit verbreitete Befürchtung in den Außendienstteams der Pharmaindustrie. Die Zusammenarbeit mit den Kollegen von externen Pharmadienstleistern war damals somit eher von Konfrontation als von Kooperation geprägt. Dies entspricht auch der Erinnerung von Ulrike Martens*, die 1999 ihre Karriere als Pharmaberaterin begann: „Gemeinsame Schulungen oder Incentives gab es für externe Kollegen damals nicht. Da wurde penibel darauf geachtet, dass man sich vom ‚Leih-Außendienst‘ abgrenzte.“ Denn allgemein galt: Wer sich im externen Außendienst bewährte, wurde sehr schnell vom Pharmaunternehmen übernommen. Die Pharmadienleister hatten daher den Ruf, lediglich ein Sprungbrett für die anschließende Karriere in der Industrie zu sein.

Für viele Berufseinsteiger war der Job des Pharmareferenten auch keineswegs die erste Wahl. So auch für Stefan Kuhn, der sein Pharmaziestudium ohne Approbation abgeschlossen hatte. Zwar brachte er als ausgebildeter pharmazeutisch-technischer Assistent (PTA) alle Voraussetzungen für einen Einstieg in den Pharmaußendienst mit, zog aber dennoch zunächst die Arbeit in der Apotheke vor. Denn dies war für ihn der vermeintlich sicherere und seriösere Arbeitsplatz. Erst nach einigen Jahren änderte sich seine Einstellung zum Thema „Außendienst“. Gründe waren nicht zuletzt die aufkommende Routine und die fehlenden Karrierechancen: „Zum einen stieg die Frustration durch viel Alltagsroutine und die mangelnde Abwechslung bei der täglichen Arbeit. Zum anderen ließen sich die Zukunftspläne der Familie mit dem Einkommen eines PTA nur schwer umsetzen“, berichtet Kuhn. Angeregt durch Erfahrungsberichte von Bekannten, die bereits als Pharmareferenten tätig waren, entschied er 2003, sich ebenfalls als Pharmareferent zu bewerben.

Der Einstieg glückte ihm auf Anhieb. Er startete seine Karriere bei Marvecs, einem der drei großen Dienstleister in Deutschland. Die ersten Vertriebsaufgaben bezogen sich auf die Indikation „Herz/Kreislauf“. Bei der Zielgruppe der Allgemeinmediziner und Internisten mussten blutdrucksenkende Mittel und Lipidsenker besprochen werden, eine besondere Herausforderung in diesem wettbewerbsintensiven Umfeld. „2004 gaben wir uns in den Praxen teilweise noch die Klinke in die Hand“, so Kuhn. Doch in den folgenden Jahren setzte ein rapider Wandel ein. Auf der einen Seite nahm der Druck der Gesundheitspolitik hinsichtlich Kostensenkung zu. Dadurch begannen die Pharmahersteller, ihre Außendienstlinien zu verkleinern – ein Trend, der bis heute anhält. Auf der anderen Seite stiegen die Anforderungen

an die Außendienstmitarbeiter immer weiter an. Dabei rückte zunehmend die Zielgruppe der Fachärzte in den Mittelpunkt der Vertriebsstrategien. Gefragt war hier nicht mehr nur das Verkaufstalent. Die Mediziner verlangten mehr und mehr gut ausgebildete Gesprächspartner, die Ihnen die nötigen Informationen kompetent und effizient vermitteln konnten.

Die steigenden fachlichen Anforderungen waren auch ein Grund für Ulrike Martens, nach einem kurzen Intermezzo in der Industrie 2006 in den Außendienst zurückzukehren – abermals zu einem Dienstleistungsunternehmen. „Ich vermisste einfach die intensiven Gespräche mit den Medizinern und die Herausforderungen, die der wissenschaftliche Außendienst mit sich bringt“, beschreibt sie die damalige Situation. Auch die Karrierechancen beim externen Außendienst waren spürbar besser geworden. In nur vier Jahren gelang ihr der Aufstieg vom einfachen Team-Mitglied zur Regionalleiterin und schließlich zur Projekt-Managerin. „Die Karrierewege sind beim Dienstleister deutlich kürzer als in der Industrie. Dort muss man sich über die Jahre hochdienen“, fasst sie ihre Erfahrungen zusammen.

Schnelle Karriere

Diese Erfahrung machte auch Stefan Kuhn: Schnell rückte das einst angestrebte Ziel eines Wechsels zum Pharmaunternehmen in den Hintergrund, denn die Karriere verlief beim Dienstleister deutlich schneller als gedacht. Schon nach einem Jahr wurde Kuhn als Key Account Manager im Apothekenaußendienst eingesetzt. Kurz darauf folgte die Beförderung zum Regionalleiter. Ab Mitte 2005 betreute er gleich zwei Außendienstteams im Norden Deutschlands. „Für mich war der Einstieg bei einem Pharmadienleister der absolut richtige Schritt. Denn soviel Abwechslung und Vielfalt im Arbeitsalltag hätte ich weder in der Apotheke noch in der Industrie gefunden“, so seine Einschätzung.

Ebenso wie Martens sieht er deswegen in der Karriere als Pharmareferent eine echte Alternative für Berufseinsteiger – und eine attraktive noch dazu. Wichtig ist aus ihrer beider Sicht jedoch, dass man neben einer medizintechnischen oder naturwissenschaftlichen Grundausbildung genügend Biss mitbringt.

Mit dieser Einstellung haben auch Quereinsteiger wie Alexander Hauser Karriere auf eine Karriere als Pharmareferent: Er war zunächst als selbstständiger Versicherungsberater tätig. Als nach einigen Jahren die zeitliche Belastung immer mehr zunahm, entschied er sich für den Neuanfang. 2006 startete er deswegen die Ausbildung zum Pharmaberater an einer privaten Schule in der Nähe von Berlin. „Die sechsmonatige Ausbildungszeit war sehr intensiv. Denn

für jemanden, der vorher mit Medizin gar nichts am Hut hatte, bedeutet solch ein Ausbildungsgang, dass er erst einmal jede Menge Zeit investieren muss, um sich schnell in die Thematik einzuarbeiten – natürlich auch an den Wochenenden“, berichtet Hauser.

Viele neue Erfahrungen

Der Einstieg bei einem Dienstleister gelang auf Anhieb: 2006 wurde Hauser eingestellt und in einem großen Team eingesetzt, das die Aufgabe hatte, ein neues Dosier-Aerosol für die Asthma-Therapie auf dem Markt einzuführen. Auch seine nächsten Stationen besuchten ihm zahlreiche neue Erfahrungen, zunächst in einem so genannten Partnering Team, das Fachärzte über Produkte verschiedener Hersteller informierte. Danach wurde Hauser im Rahmen der Arbeitnehmerüberlassung direkt für einen Hersteller tätig. „Auf diese Weise konnte ich in sehr kurzer Zeit einen breiten Erfahrungsschatz aufbauen, der mir natürlich für meine weitere Karriere zugute kommen wird. Denn ich war nicht nur mit ganz unterschiedlichen Inhalten befasst, ich kam auch mit sehr verschiedenen Zielgruppen in Kontakt“, erklärt Hauser.

Gerade diese Abwechslung hat dazu geführt, dass er auch nach vier Jahren weiter als Pharmareferent tätig ist. Ob er sich irgendwann für die ursprünglich angestrebte Festanstellung bei einem Hersteller bewerben wird, ist für ihn inzwischen offen. „Die Anstellung bei einem Dienstleister hat durchaus Vorteile. Denn es besteht immer die Perspektive, kurzfristig in ein neues Projekt wechseln zu können – insbesondere, wenn man sich in der Vergangenheit bewährt hat“, fasst Hauser zusammen. Vor dem Hintergrund des aktuellen Abbaus von Vertriebskapazitäten in der Pharmaindustrie hat sich aus seiner Sicht die Rolle des Dienstleisters als Arbeitgeber in den vergangenen Jahren grundlegend gewandelt: „Es macht sich im Lebenslauf mittlerweile durchaus gut, wenn man mehrere Jahre Erfahrung bei einem renommierten Pharmadienleister aufweisen kann. Denn das belegt auch, dass man über einen breiten Erfahrungsschatz verfügt und somit vielseitig einsetzbar ist.“

*alle Namen wurden von der Redaktion geändert

Uwe Pagel, Geschäftsführer Press'n'Relations GmbH, Ulm.

Join Gore & Change Industries

Mehr als 30 Millionen Implantate sind der Beleg für Gores Engagement zur Verbesserung der Lebensqualität von Patienten auf der ganzen Welt. Aufgrund unseres andauernden Erfolges im Bereich