

Pharmaaußendienst - Fachliches Know-how zunehmend wichtiger

11.06.2008, 08:38 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *Marvecs GmbH*
Presseagentur: *Press'n'Relations GmbH*

Die Veränderungen im Gesundheitsmarkt haben sich in den letzten zwei Jahren stark auf das Berufsbild des Pharmareferenten ausgewirkt. Dabei geht der Trend eindeutig zum fachlich gut ausgebildeten Spezialisten und Key Account Manager. Das ist das Ergebnis einer Auswertung, die MARVECS, der Spezialist für Marketing- und Vertriebslösungen für die Pharmaindustrie, jetzt auf Basis der in diesem Jahr eingegangenen Vakanzen aufgestellt hat. Die gestiegenen Anforderungen wirken sich auch direkt auf das Gehalt der Pharmareferenten aus. Dies ist bei erfahrenen Spezialisten in den vergangenen beiden Jahren um rund 16 Prozent gestiegen. Aber auch qualifizierte Neueinsteiger verdienen heute um rund 8 Prozent mehr als noch vor zwei Jahren. „Insgesamt ist festzustellen, dass der klassische Außendienstmitarbeiter, der in erster Linie Hausärzte besucht, derzeit weniger gefragt ist. Stark gesucht werden dagegen Bewerber mit spezifischen Kenntnissen, die in der Lage sind, Fachärzte wissenschaftlich fundiert zu beraten. Bei der Rekrutierung setzen die Pharmaunternehmen zudem immer öfter auf die Zusammenarbeit mit Dienstleistern“, fasst Jörg-Peter Haase, Operations Director bei der Ulmer MARVECS GmbH, die Ergebnisse zusammen.

Aktuell haben bei rund 80 Prozent der bei MARVECS gemeldeten Vakanzen Bewerber mit einem abgeschlossenes Hochschulstudium oder einer mindestens 2-jährigen Berufserfahrung besonders gute Chancen. Dabei sollen diese Mitarbeiter künftig fast ausschließlich im Facharzt-Außendienst eingesetzt werden. Berufseinsteiger mit der Ausbildung zum geprüften Pharmareferenten und mit verkäuferischem Talent kommen vermehrt bei Projekten in API-Außendiensten zum Zug. Vor zwei Jahren sah dies noch ganz anders aus. Damals spielte erworbene Berufserfahrung bei nur etwa 50 Prozent der gemeldeten Stellen eine bevorzugte Rolle. Der Trend zum Spezialisten gilt dabei auch für die Hersteller von Generika, die in der Vergangenheit überdurchschnittlich oft auf Neueinsteiger gesetzt hatten. Hier werden derzeit für mehr als 87 Prozent aller bei MARVECS gemeldeten Stellen ausgesprochene Spezialisten gesucht. „Diese Entwicklung zeigt eindeutig, dass die Pharmaunternehmen ihren Außendienst zunehmend strategisch ausrichten, um ihre Produkte nachhaltig zu platzieren. Dazu müssen die Außendienstmitarbeiter aber entsprechend tiefgehende Kenntnisse mitbringen, die auch einer kritischen Hinterfragung durch den Facharzt standhalten“, so Jörg-Peter Haase.

Dienstleister werden als Arbeitgeber attraktiver

Haben sich vor Jahren in erster Linie Berufseinsteiger bei MARVECS beworben, welche diese Tätigkeit in erster Linie als Sprungbrett für eine Festanstellung bei einem Pharmaunternehmen gesehen haben, hat sich dies heute fast umgekehrt. 65 Prozent der Bewerber, die sich für eine Festanstellung bei MARVECS vorstellen, weisen inzwischen mehr als zwei Jahre Erfahrung im Pharmaußendienst vor und setzen auf eine langfristige Anstellung beim Dienstleister. Hier spiegelt sich die aktuelle Situation auf dem Pharmamarkt wider, wo beispielsweise durch Fusionen oder durch die geänderten Rahmenbedingungen ganze Außendienstlinien abgebaut werden. „Stattdessen arbeiten Pharmaunternehmen auch bei der Besetzung höher dotierter Stellen, etwa für Key Account oder Regionalleiter zunehmend mit Dienstleistungsunternehmen zusammen. Die Beweggründe der Besetzung solcher Positionen mit ‚externen‘ Mitarbeitern sind in erster Linie strategisch und langfristig und nicht mehr als taktisch und kurzfristig zu bewerten“, so Jörg-Peter Haase zur aktuellen Entwicklung.

Portrait

Qualität, Innovation und Flexibilität - das sind die Erfolgsfaktoren, mit denen sich MARVECS seit 1999 in wichtigen europäischen Märkten für Sales- und Marketing-Lösungen für die Pharmaindustrie fest etabliert hat. Mehr als 45 Pharma-Unternehmen setzen derzeit in Deutschland auf die Unterstützung von MARVECS. Dabei deckt MARVECS die gesamte Palette der Leistungen ab: vom „Vakanzmanagement“ und „Exklusiven Dienstleistungsteams“ über „Partnering Teams“, „Apothekenservices“ und „Patientenservice Teams“ bis hin zu „Co-Promotion und Co-Marketing“. MARVECS bietet unter dem Motto „excellent sales solutions“ nicht nur Komplettlösungen für die Einführung neuer Pharmaprodukte, sondern betreut die pharmazeutischen Unternehmen während des gesamten Produktlebenszyklus, also auch in der „Mature-Phase“ von Medikamenten.

News-ID: 218302 • Views: 2650 (Stand: 05.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/218302/Pharmaaussendienst-Fachliches-Know-how-zunehmend-wichtiger.html>