

Beruf und Chance

Frankfurter Allgemeine Zeitung • Anzeigen-Sonderveröffentlichung vom 5./6. November 2011

T5 JobMesse
München
15.11.2011

Karriere in der Healthcare- und Life-Sciences-Industrie

Impressum

Karriere in der Healthcare- und Life-Sciences-Industrie

Anzeigen-Sonderveröffentlichung, Frankfurter Allgemeine Zeitung

© Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Hellerhofstraße 2-4, 60327 Frankfurt am Main, 2011

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:

FAZ-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH, Mainzer Landstraße 199, 60326 Frankfurt am Main

Verantwortlich für Anzeigen:

Andreas Formen (Verlagsgeschäftsführer); für Anzeigenproduktion: Stephan Puls

Ansprechpartner:

Sven Rietz
Bianca Würz
Telefon: 069/775 91-3450
E-Mail: Team5@faz.de

Weitere Detailangaben siehe Politik, Seite 4

Verwendete Fotos:

S. 1, 2: iStockphoto.com, S. 3: T5 Interface GmbH



5,4 Millionen Beschäftigte gibt es in der Gesundheitsindustrie. Die Healthcare-Branche bleibt ein Wachstumsfeld – dafür sorgen die demographische Entwicklung und der technische Fortschritt.

tigte. Die Zahl der Beschäftigten sei seit dem Jahr 2000 um insgesamt 50000 gewachsen. Und das betrifft nur die Gesundheitswirtschaft im engeren Sinne. Denn immer öfter ist vage von der Healthcare-Branche die Rede, obwohl es sich keineswegs um einen homogenen, klar umrissenen Wirtschaftsbereich handelt, vielmehr ein sich mit anderen Branchen überlappendes Konglomerat aus Teilmärkten. Mancher geht heute so weit und definiert die Healthcare-Branche als alles, was dem Wohle der menschlichen Gesundheit dient. Und so kommt es, dass neben Ärzten, Heilberufen, Pflegepersonal, Apotheken, Pharma- und Medizintechnikunternehmen zunehmend auch eine milliardenschwere Zulieferer- und Dienstleistungsbranche zum Bereich Healthcare hinzugerechnet wird. Die augenoptische Industrie sowieso, Biotechfirmen, aber auch Unternehmen, deren Angebote sich an grundsätzlich Gesunden richten – in den Bereichen Wellness, Schönheitschirurgie und Anti-Aging.

Kein Mangel an interessanten Jobs

So unterschiedlich die Entwicklung in den Branchen auch sein wird, alle Beteiligten müssen sich mittelfristig auf grundlegende Umwälzungen im Gesundheitswesen einstellen. Die Managementberatung Bain & Co. hat in vier Thesen zusammengefasst, wohin die Reise in den nächsten zehn Jahren gehen könnte. „Der Patient als Kunde wird sehr viel stärker im Mittelpunkt stehen“, so die erste These der Studienautoren um Norbert Hülten-schmidt. „Selbst-zahlende, informiert entscheidende Patienten werden von der Ausnahme zur Regel.“ Darüber hinaus werde die elektronische Vernetzung das Gesundheitswesen revolutionieren; aktuelle Patientendaten machen das System transparenter. Und für die Behandlung werden sich Netzwerke bilden: „Arztpraxen, Kliniken und vielleicht auch Versicherer schließen sich zu Accountable-Care-Organisationen oder Gesundheitszentren zusammen“, so die Studienautoren. Noch viel wichtiger würden schließlich auch Kosten-Nutzen-Erwägungen: „Innovative, medizinisch differenzierte Medikamente und Medizintechnik werden auch in der Zukunft gute Preise erzielen“, glauben die Studienautoren. „Bahnbrechende Innovationen werden allerdings kleinteiliger – sie werden häufig auf Patientensegmente zugeschnitten sein.“ Neben der – oft teuren – personalisierten Medizin werde es daher auch „Gut-Genug-Produkte“ geben.

»DAS GESUNDHEITSWESEN IST EIN JOB-MOTOR« DANIEL BAHR

Mehr Geld für Forschung und Entwicklung

Diese Entwicklungen geschehen vor den aktuellen konjunkturellen Unsicherheiten. Wobei der Optimismus aus der Wirtschaft nicht per se verschwunden ist, wie was Beispiel der Zulieferer von Labortechnik für Kliniken, Apotheken, Forschungseinrichtungen, Pharma- und Medizintechnik-Unternehmen zeigt: „Auch wenn sich der allgemeine Konjunkturhimmel derzeit etwas eintrübt, blicken die meisten Firmen optimistisch in die Zukunft“, sagt Mathis Kuchejda, der Vorsitzende des Spectaris-Fachverbandes Analysen-, Bio- und Labortechnik. „Ich gehe davon aus, dass die Branche nicht nur 2011, sondern auch 2012 den Wachstumskurs der vergangenen Jahre fortsetzen wird, sofern wir nicht durch Probleme der Finanzwelt ausgebremst werden.“ Für das Gesamtjahr rechnet die Branche mit einem Wachstum um knapp sechs Prozent auf fast 6,5 Milliarden Euro.

Und selbst die von Fusionen, Umstrukturierungen und sich immer wieder verändernden regulatorischen Vorschriften heimgesuchte Pharmabranche hat im vergangenen Jahr ihre Aufwendungen für Forschung und Entwicklung weiter leicht erhöht – mehr als ursprünglich geplant. Allein zwischen 2001 und 2009, rechnet der Bundesverband der pharmazeutischen Industrie vor, sei die Zahl der hier Beschäftigten um rund 30 Prozent auf gut 20 000 gestiegen.

Durch diese sich abzeichnenden Umwälzungen kann es nicht nur Gewinner unter den Beteiligten in der Healthcare-Branche geben. Nicht zuletzt dürften auch Protagonisten auf dem Markt auftauchen, die bislang in anderen Feldern aktiv sind. Eines ist aber gewiss: An interessanten Jobs wird es ebenfalls nicht mangeln. Oder, wie es Bundesgesundheitsminister Daniel Bahr (FDP) anlässlich der Eröffnung des Deutschen Ärztetages am 31. Mai formulierte: „Wir sollten bei allen Diskussionen über Kosten auch daran denken, dass das Gesundheitswesen ein Jobmotor ist und vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung und des medizinisch-technischen Fortschritts eine Perspektive eröffnet, dass in Deutschland weitere Arbeitsplätze entstehen können.“

Michael Vogel, freier Journalist, Bietigheim-Bissingen

Gesundheit 2.0

Die Healthcare-Branche wird sich in den kommenden Jahren grundlegend wandeln. Kostendruck, demografischer Wandel und technologischer Fortschritt sind schuld daran.

VON MICHAEL VOGEL

Gesundheit ist das wichtigste Gut. Fast 97 Prozent der Deutschen stimmen dieser Einschätzung zu, wie eine Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im vergangenen Jahr belegt hat. Gesundheit steht damit noch vor Familie und Freunden, die auf den Plätzen zwei und drei folgen. Da trifft es sich gut, dass sich die Generation der Menschen jenseits der 60 heute gesünder, aktiver und jünger fühlt als jemals zuvor – ebenfalls das Ergebnis einer GfK-Umfrage, diesmal aus dem Jahr 2008. Damals gaben drei Viertel der Teilnehmer an, dass sie sich im Schnitt fast zehn Jahre jünger fühlen, als sie tatsächlich sind. Mehr als die Hälfte schätzte zudem ihren Gesundheitszustand als gut ein, 12 Prozent sogar als sehr gut.

Wobei diese Zahlen natürlich nicht darüber hinwegtäuschen dürfen, dass ältere Menschen deutlich häufiger ärztliche Leistungen in Anspruch nehmen müssen als jüngere. Die Zahl der stationären Krankenhausbehandlungen verdeutlicht dies: Laut Statischem Bundesamt entfielen mehr als 40 Prozent von den knapp 15 Millionen Operationen des Jahres 2010 auf Patienten, die 65 Jahre oder älter waren. Darmoperationen, künstliche Hüftgelenke und endoskopische Eingriffe in die Gallengänge traten dabei am häufigsten auf.

Dass die Deutschen durchaus bereit sind, sich ihr höchstes Gut etwas kosten zu lassen, verdeutlicht eine Emnid-Umfrage, die der Medizintechnik-Branchenverband Spectaris im vergangenen Sommer veröffentlicht hat: Danach wären rund 80 Prozent der

Patienten in der Bundesrepublik unter Umständen bereit, höhere Beiträge für die durchgehende Behandlung mit „modernster und innovativer“ Medizintechnik zu bezahlen.

Wachstumsfeld Gesundheitswesen

Vor dem Hintergrund solcher Zahlen überrascht es nicht, dass verschiedene Experten im Gesundheitswesen eines der künftigen Wachstumsfelder sehen, in Deutschland und weltweit. Trotz Fallpauschalen, Zwangsabbatten, chronisch klammer Krankenkassen und Fachkräftemangel. Treibende Kräfte sind die demographische Entwicklung und der technische Fortschritt.

Laut dem Bundesverband Medizintechnologie (BVMed) zählt die Gesundheitswirtschaft 5,4 Millionen Beschäf-

KM Keller Medical
Klinik Business: Point-of-Care Diagnostik, Intensiv-Monitoring, ECMO
Wir vertreiben hochwertige medizinische Geräte für die Point-of-Care Diagnostik: mobile Blutanalysesysteme, Gerinnungsdiagnostik, Cardiac Marker sowie Hämatologie- und klinische Chemie-Analysen. Unser zweites Standbein sind transkutane Blutgasmonitore sowie „Non Invasives Cardiac Output Monitoring“ für Neonatologie, Pneumologie und Anästhesie, und unser drittes Standbein sind invasive ECMO Systeme für die Anästhesie und Intensivmedizin.
Wir suchen ab sofort für unsere Zentrale in **Bad Soden/Ts.** einen
Service-Ingenieur/-Techniker (w/m) in der Medizintechnik
als zukünftigen Leiter unserer Medizintechnik
Ihr Profil:
Sie verfügen über eine abgeschlossene technische Ausbildung als Ingenieur oder staatl. geprüfter Medizintechniker und haben bereits Berufserfahrung gesammelt. Idealerweise besitzen Sie bereits Kenntnisse im Bereich bildgebender Medizintechnik und/oder Labortechnik oder Vergleichbares. Sehr gute EDV-Netzwerk- und englische Sprachkenntnisse in Wort und Schrift zeichnen Sie aus. Sie sind es gewohnt, zeitnah zu arbeiten und bewahren auch in hektischen Situationen souverän den Überblick. Ein sympathisches, kommunikatives und kundenorientiertes Auftreten auch vor Ort rundet Ihr Profil ab!
Ihre Aufgabenschwerpunkte:
Als Mann der ersten Stunde haben Sie das Potential und die Chance, unseren Servicebereich zu einem Servicezentrum auszubauen und sind in der Startphase zuständig für
• Service und Wartung unserer POC-, Monitoring- und ECMO-Systeme
• Sicherstellung und Einhaltung gesetzlicher Rahmenbedingungen (MPG/IVD und MPBtreibV)
• telefonische Hilfestellung auf unserer Hotline und Unterstützung des Vertriebs bei technischen Fragestellungen
• Kommunikation mit unseren internationalen Lieferanten
Wenn Sie sich in unserem Profil wiederfinden und uns aktiv unterstützen möchten, dann würden wir Sie gerne kennen lernen. Wir bieten Ihnen eine angemessene Bezahlung, ein kollegiales Arbeitsklima und die Möglichkeit, mit unseren noch kleinen Nischen-Unternehmen zu wachsen.
Bitte schicken Sie Ihre aussagefähige Bewerbung mit Hinweis auf Ihr mögliches Eintrittsdatum und Gehaltsvorstellung per E-Mail direkt an:
karl-heinz.keller@keller-medical.de
Keller Medical GmbH • Wiesbadener Weg 2A • 65812 Bad Soden a.Ts.
Mobil: 0172-6515121 • www.keller-medical.de

Die Gesundheit von morgen hängt von Ihnen ab.

Sie wollen Erfolg, Anerkennung, Perspektive? Dann lassen Sie uns das gemeinsam angehen – wir kennen uns damit aus! Wir sind die Nummer 1 in Deutschland und weltweit, wenn es um Dienstleistungen in klinischer Forschung, Marketing und Vertrieb, Beratung und Finanzierung für Healthcare-Unternehmen aus einer Hand geht. Dabei bieten wir erfolgreich integrierte Lösungen für den kompletten Lebenszyklus eines Produktes an. Unser Ziel ist es, bessere Medikamente schneller zum Einsatz zu bringen. Wir nennen das nicht umsonst: *Navigating the New Health*, denn wir wollen die Gesundheit von morgen gestalten. Mit Ihnen!

Neueinsteiger Pharma-Außendienst (m/w)
Erfahrene Pharmaberater (m/w)
Klinik- und Fachreferenten (m/w)
Mitarbeiter Apotheken-Außendienst (m/w)
Erfahrene Regionalleiter (m/w)
Medizinprodukteberater (m/w)

Tausend Kolleginnen und Kollegen in einem der größten Healthcare-Außendienste Deutschlands heißen Sie in einer außergewöhnlichen Arbeitsatmosphäre und offenen Unternehmenskultur willkommen. Ihr Wissen und unsere Erfahrung, Ihr Talent und unsere Strategie, Ihr Engagement für unseren gemeinsamen Erfolg und unser ausgezeichnetes Leistungsprofil für Sie – sind das nicht beste Voraussetzungen für eine erfüllende Aufgabe mit großartiger Entwicklungsperspektive?

Wir suchen bundesweit Verstärkung. Kommen Sie jetzt an Bord und betreuen Sie Ihr Gebiet von Ihrem Wohnort aus! Mehr Informationen und die Möglichkeit zur Online-Bewerbung finden Sie auf www.quintiles.de/karriere.

Infoline für Fragen vorab: 0621 84508-113
Quintiles Commercial Germany GmbH, Schildkrötstraße 17-19, 68199 Mannheim

QUINTILES
Navigating the new health

Wir suchen die Richtigen!

Zum Neuaufbau einer bundesweiten Phytopharmaka-Außendienstlinie suchen wir erfahrene
Pharmaberater/-referenten (m/w)

Interessiert?
Ausführliche Informationen finden Sie unter der FAZjob.NET-ID 40067382 oder unter www.sellxpert.de.

sellxpert
Wirkstoff Mensch

sellxpert GmbH & Co. KG · Zeiloch 13
76646 Bruchsal · Telefon +49 7251 321971-0

Erfolgreich durch Leistung und Innovation
Pharmabereichsleiter (m/w)
für die Verpackung fester Arzneiformen

Standort Berlin-Adlershof
FAZjob.NET-ID 40067150

BERLIN-CHEMIE MENARINI

Wir für das Leben

BERLIN-CHEMIE AG, Personalwesen: Glienicker Weg 125, 12489 Berlin, Tel.: 030 6707-2568, www.berlin-chemie.de

Der F.A.Z.-Stellenmarkt

clinical | commercial | consulting | capital

Beruf und Chance

Karriere in der Healthcare- und Life-Sciences-Industrie

Frankfurter Allgemeine Zeitung • Anzeigen-Sonderveröffentlichung vom 5./6. November 2011

Wie arbeitet der Außendienst?

Wenn der Umsatz eines Pharmaprodukts sinkt, hat das Auswirkungen auf den Außendienst: Dem Aufwand steht nicht mehr genügend Ertrag gegenüber. Eine Lösung: der Positionsaussendienst.

VON SYBILLE QUEISSER

Beim Positionsaussendienst nehmen Pharmaunternehmen die Leistungen von Healthcare-Dienstleistern in Anspruch. Deren Prinzip besteht darin, ein Außendienstteam zusammenzustellen, das aus hoch qualifizierten Pharmareferenten besteht und für einen bestimmten Zeitraum für bis zu drei Pharmaunternehmen gleichzeitig arbeitet. Voraussetzung ist allerdings, dass die Produkte nicht miteinander konkurrieren. Das Modell ist nicht neu, es weist aber eine hohe Aktualität auf. Und es trifft auf eine zunehmende Nachfrage bei den Großen wie auch den etwas Kleineren der Branche, denn Kostendruck und Stellenabbau machen dem gesamten Wirtschaftszweig zu schaffen.

Ein Besuch, drei Produkte

Beispiel: Drei Pharmaunternehmen wollen ihre Produkte A, B und C an Klinik- und Praxisärzte vertreiben. Ein jeweils eigener Vertrieb lohnt sich nicht mehr, entweder weil der Wegfall des Patentschutzes oder eine gesetzliche Regelung zu einem Preisverfall und damit zu Umsatzrückgängen führte. Was tun die Unternehmen? Sie buchen beim Healthcare-Dienstleister je nach Anzahl der zu besuchenden Ärzte bis zu 40 bis 50 Außendienstmitarbeiter. Diese übernehmen im Regelfall für zwölf Monate den Vertrieb der drei Produkte und besuchen in dieser Zeit die Ärzte mehrmals vor Ort, meist zwischen acht und zehn Mal. Der Unterschied für die Unternehmen liegt nun darin, wann – also an welcher Position – der Außendienstmitarbeiter in den Gesprächen die jeweiligen Produkte präsentiert. Hierbei stehen in der Regel die Positionen eins, zwei und drei zur Auswahl.

Position eins bedeutet, dass der Außendienstmitarbeiter das Produkt gleich zu Beginn der Arztbesuche bespricht. Er widmet dem Produkt die meiste Gesprächszeit, erläutert Präparat und Indikationen intensiv, nennt Studienergebnisse, macht den Arzt mit der neuesten Literatur vertraut oder

zeigt diesem Therapiemöglichkeiten auf. Das Produkt auf Position eins wird in der Regel also auf jeden Fall vorgestellt und besprochen. Die Position eins ist somit am wichtigsten. Erst wenn der Healthcare-Dienstleister sie an ein Unternehmen vergeben hat, macht er sich daran, die Positionen zwei und drei zu besetzen. Insofern bestimmt sie auch die Zielgruppe, zu der die beiden anderen Produkte natürlich passen müssen. Wichtigkeit und Bedeutung machen die Position eins außerdem zur teuersten im Bunde. Rund 55 bis 60 Prozent der Kosten für das Außendienstteam entfallen in der Regel auf sie, durchschnittlich 25 bis 30 Prozent auf Position zwei und schließlich rund 10 bis 15 Prozent auf Position drei. Damit ist klar, dass Gesprächsdauer und Intensität sich mit jeder Position verringern. Sie erzielen aber immer noch ausreichend Wirkung, denn auch Position drei, bei der meistens nur der Produktname genannt und den Ärzten ein Prospekt oder eine Karte überreicht wird, reicht aus, um den Namen im wahrsten Sinn des Wortes zu Marke zu tragen und ein Produkt mit vergleichsweise geringen Kosten bekannt(er) zu machen.

Newcomer und ältere Schätze

Der Positionsaussendienst eignet sich aber nicht nur für ältere Schätze, die sich eher am Ende ihres Produktlebenszyklus wiederfinden, sondern auch für Newcomer. Dann zum Beispiel, wenn Unternehmen noch nicht auf dem deutschen Markt präsent sind und die Gelegenheit nutzen wollen, ihre Produkte – beispielsweise Rheuma- oder Schwangerschaftstest – an Position zwei oder drei testweise vorzustellen. Hier fungiert der Positionsaussendienst als eine Art Feldversuch, der zeigen soll, wie die Ärzte auf die Produkte reagieren, welche Fragen oder Einwände sie haben oder wo sie vielleicht Bedenken hegen. Er eignet sich also auch, wenn es darum geht, die Marktreife von Produkten zu überprüfen und Erkenntnisse zu gewinnen, welcher Änderungen es noch bedarf, um diese sicherzustellen.



Acht bis zehn Besuche im Jahr: Der Positionsaussendienst garantiert einen stabilen Kontakt zum Arzt – und verhilft so bewährten wie neuen Produkten zu Bekanntheit.

Echte Alternative

Halten wir fest: Der Positionsaussendienst ist ein probates Mittel, sowohl für größere wie auch kleinere Pharmaunternehmen, auf aktuelle Marktbedingungen zu reagieren und ihren Vertrieb weiterhin profitabel aufzustellen. Durch seine zeitliche Flexibilität und seinen attraktiven Investitionsrahmen spart er Kosten und verhilft älteren Schätzen wie auch Produkten von Neueinsteigern zur Wirtschaftlichkeit. Die Unternehmen profitieren von den stabilen und wertvollen Arztkontakten des Dienstleiters. Die Vorteile überwiegen etwaige Vorbehalte der Unternehmen, die sich mit dem Outsourcing-Gedanken noch etwas schwertun, eindeutig. Darüber hinaus können Unternehmen die Zeit bis zur Marktreife des nächsten innovativen Topprodukts wirtschaftlich sinnvoll überbrücken.

Sybille Queißer, Geschäftsführerin und Mitbegründerin der sellxpert GmbH & Co KG, Bruchsal

T5 JOBMESSE IN MÜNCHEN

15. November 2011, 10 bis 16 Uhr

Veranstaltungsort:
Sheraton München
Arabellaapark Hotel
Arabellastraße 5
81925 München

Zielgruppen

Die T5 JobMessen richten sich insbesondere an Absolventen, Doktoranden und Berufserfahrene – vor allem an Naturwissenschaftler, Pharmazeuten, Chemiker, Biologen, Biotechnologen, Mediziner, Ingenieure, Pharmazie-, Chemie- und Biotechnologieingenieure, Medizinproduktehersteller sowie Pharma- und Klinikreferenten.

Aussteller in München

7(S) AAndersson, ADMEDES Schuessler, AMS, Berlin Chemie, Contact Singapore, Covance, GE Healthcare, Hays, INC Research, MARVECS, MKM Co-Pharma, Munich Business School, Olympus, Pharmexx, PPD, Quintiles, ratiopharm, Sandoz, Sanofi-Aventis, sellxpert, Shimadzu

T5 für kluge Köpfe

Ebenfalls vor Ort: der FA.Z.-Stellenmarkt. Neben zahlreichen Tipps und Tricks für die Karriereplanung vergeben wir am Messetag die letzten Termine für eine individuelle Karriereberatung. Details finden Sie unter: www.fazjob.net/veranstaltungen.

Die nächsten T5 JobMessen

20. März 2012 – Stuttgart
13. Juni 2012 – Berlin
23. Oktober 2012 – Hamburg (neu)
21. November 2012 – München

Registrierungshinweis

Die T5 JobMessen sind geschlossene Veranstaltungen. Der Eintritt ist kostenlos, aber ausschließlich auf Bewerber beschränkt. Nach Prüfung Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine elektronische Bestätigung, die am Messetag als Eintrittskarte dient. Das Online-Anmeldeformular finden Sie auf den Messeseiten unter: www.t5-karriereportal.de.



Pharmaberater (w/m)



„Ich arbeite gerne bei MKM, weil ich hier selbstständig arbeiten und Karriere machen kann.“

Daniela T., Wallenhorst,
Geprüfte Pharmareferentin seit 2000



MKM sucht die Besten

Wir sind eines der führenden Unternehmen im Partneraussenendienst. Sie sind bereits als Pharmaberater oder Apothekenaussen-dienstmitarbeiter tätig und möchten sich verändern? Sie suchen einen Arbeitgeber, der Sie konsequent fördert und Ihnen gute Entwicklungsmöglichkeiten bietet? Der Führungspositionen bevorzugt aus den eigenen

Reihen besetzt? Und der viele anspruchsvolle Auftraggeber in ganz Deutschland mit innovativen Präparaten betreut? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung, vorzugsweise auf unserem Online-Stellenportal. Sie benötigen vorab noch Informationen? Dann rufen Sie einfach die MKM Info-Hotline an oder schicken Sie uns eine E-Mail.

- ➔ MKM Online-Stellenportal:
www.pharma-jobs-mkm.com
- ➔ Für Bewerbungen per E-Mail:
pharmaberater@mkm-europe.com
- ➔ MKM Info-Hotline: 08042.9118-102
- ➔ MKM Co-Pharma GmbH
Der Partneraussenendienst
Fleck 34-36 · 83661 Lengries



Jetzt bewerben!

HAYS Recruiting experts in Life Sciences

KARRIERE-CHANCE HUMANMEDIZINER GESUCHT

Medical Advisor, Medical Director, Drug Safety Physicians (m/w)
Freiberuflich und zur Festanstellung bundesweit

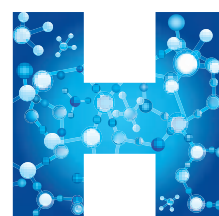
Ihre Aufgabe:

Sie sind Humanmediziner und möchten Ihre medizinische Erfahrung in ein Unternehmen der Life-Science-Branche einbringen? Sie möchten in einem spannenden Umfeld mit interessanten Produkten und Perspektiven arbeiten? Sie interessieren sich für Themen z. B. im Bereich Arzneimittelsicherheit, Medical Affairs, Medical Marketing, klinische Forschung?

Ihre Qualifikation:

Sie sind Humanmediziner und spezialisiert auf einen bestimmten Indikationsbereich (z. B. ZNS, Kardiovaskulär oder Onkologie)? Sie haben eine Facharztausbildung und/oder Berufserfahrung in der pharmazeutischen Industrie gesammelt? Sie sprechen verhandlungssicher Englisch und idealerweise weitere Sprachen? Sie haben ein überzeugendes persönliches Auftreten?

Haben Sie Fragen?
Dann kontaktieren Sie
Artur Prib direkt unter:
artur.prib@hays.de oder
Tel. 0621 1788 1326



hays.de/life-sciences

Banken/Versicherungen

Die Stellenmarkt-Schwerpunktausgabe erscheint am 12. und 13. November 2011

Wir beraten Sie gerne.
Telefon: 0800 1 329 562 (kostenfrei)
+49 69 75 91-34 00 (aus dem Ausland)
E-Mail: stellenangebote@faz.de



Regional Sales Manager (m/w)

München/Bayern • Hamburg

gesucht zum Aufbau exzellenter Geschäftsbeziehungen mit Augenspezialisten und für die Entwicklung und den Aufbau eines Kundenstamms im jeweils zugeteilten Gebiet.

Ihre Aufgaben:

- Auf- und Ausbau von Beziehungen mit Augenheilkundenspezialisten und medizinischen Fachkräften
- Entwicklung und Umsetzung effektiver Strategien zum Verkauf
- Exzellenter Service und Beratung für ein hohes Maß an Kundenzufriedenheit
- Steigerung des Bekanntheitsgrades und der Reputation von Optos
- Vertretung des Unternehmens auf nationalen/internationalen Messen und Kongressen
- Lokaler Ansprechpartner für Kunden und Kollegen mit umfassendem Wissen und Verständnis über alle Produkte und Dienstleistungen von Optos

Ihr Profil:

- Mehrjährige Berufserfahrung im Umfeld optischer oder medizinischer Geräte oder im pharmazeutisch/medizintechnischen Bereich
- Dynamische Vertriebspersönlichkeit mit hoher Zielorientierung
- Nachweislich hohes Niveau von Verkaufsergebnissen
- Umfassende Kenntnis im Verkauf von technisch anspruchsvollen Geräten
- Ihre Stärken: Durchsetzungsvermögen, Kreativität im Aufbau eines rentablen und nachhaltigen Verkaufsgebiets, selbstständige Arbeitsweise, sehr gute Arbeitsorganisation, hohe Service-Orientierung, gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift runden Ihr Profil ab

Unser Angebot:

Eine anspruchsvolle Position in einem expandierenden und international tätigen Unternehmen mit hoher Innovationskraft. Große Entscheidungsspielräume und eine professionelle Infrastruktur unterstützen Sie bei der Erreichung Ihrer Ziele. Wir bieten ein attraktives Einkommen und gute Entwicklungsperspektiven innerhalb eines motivierenden Arbeitsumfelds.

Interesse?

Dann senden Sie Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen für diese Position mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung an Optos GmbH, Frau Martina Riffel-Grün, Optos GmbH, Gebäude 5137C, Werner-von-Siemens-Straße 2-6, 76646 Bruchsal, oder per E-Mail an: mriffel@optos.com.

Für telefonische Vorabinformationen wenden Sie sich bitte an Frau Gabriele Grubert, Head of Sales Germany & Austria, Tel. +49 (0)151 58230352.

Optos ist ein führendes Unternehmen auf dem Gebiet der Medizintechnik, spezialisiert auf die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von Geräten für die Ultrawinkel-Netzhautaufnahme. Diese ist ein bedeutendes Instrument zur Diagnose von Augenkrankheiten wie Netzhautablösung, Glaukom, Katarakt, etc. und kann auch helfen, systemische Erkrankungen wie Diabetes, Bluthochdruck und bestimmte Arten von Krebs zu diagnostizieren. Das im Jahre 1992 gegründete Unternehmen erzielte 2010 einen Gesamtumsatz von US-\$ 106 Mio. und ist heute ein rapide wachsendes internationales Unternehmen mit Niederlassungen in den USA, Kanada, Großbritannien und Europa.



www.optos.com

Beruf und Chance

Karriere in der Healthcare- und Life-Sciences-Industrie

Frankfurter Allgemeine Zeitung • Anzeigen-Sonderveröffentlichung vom 5./6. November 2011

Ein gutes Programm erkennt man an der Betreuung

Wer eine Trainee-Stelle ergattert hat, kann sich mit verschiedensten Arbeitsfeldern vertraut machen – gerade in der Pharmaindustrie ein unschlagbarer Vorteil.

Welche Vorzüge hat ein Trainee-Programm?

Heutzutage ist der Einstieg über ein Trainee-Programm bei den meisten Konzernen und zunehmend auch bei vielen mittelständischen Unternehmen möglich. Das Konzept hat sich bereits mehr als 20 Jahre bewährt und ist für Hochschulabsolventen eine sehr gute Gelegenheit, sich auf zukünftige Fach- und Führungsaufgaben effektiv und systematisch vorzubereiten und das Unternehmen auch fachübergreifend kennenzulernen.



Anja Merten, Projektleiterin, T5 Interface GmbH, rät Bewerbern zu Trainee-Programmen: „Damit haben viele große Karrieren in der Wirtschaftswelt begonnen.“

Je nach Aufbau kann man zwischen zwei Programmformen unterscheiden. Beim ressortübergreifenden Trainee-Programm steht die Vorbereitung auf Managementaufgaben im Vordergrund, während es beim ressortbegrenzten Programm verstärkt um einen fachspezifischen Einstieg geht, zum Beispiel in Forschung und Entwicklung.

Der Vorteil des Einstiegs als Trainee in einem Unternehmen liegt klar auf der Hand. Trainees blicken über den Tellerand. Im Rotationsprinzip durchlaufen Sie in einem Zeitraum von sechs bis 24 Monaten verschiedene Abteilungen eines Unternehmens und erhalten somit Einblicke in ganz unterschiedliche Arbeitsbereiche. Sie arbeiten interdisziplinär über mehrere Wochen oder Monate in ausgewählten Projekten und lernen frühzeitig, was es heißt, Verantwortung zu übernehmen. Bei den meisten Trainee-

Programmen ist auch der Aufenthalt in einer Niederlassung im Ausland vorgesehen. Am Anfang steht jedoch erst einmal die Orientierungsphase im Unternehmen. Hier erfahren die Trainees alles über die Produkte, Märkte und das Unternehmen. Im Anschluss daran beginnt die Qualifizierungsphase mit der Übertragung der ersten eigenverantwortlichen Aufgaben. In diesem Zeitraum baut sich der neue Mitarbeiter sein persönliches Netzwerk im Unternehmen auf, das für seine Entwicklung im Unternehmen wichtig ist. Er schnuppert in verschiedene Arbeitsbereiche hinein und entscheidet sich danach in der Spezialisierungsphase für eine Station im Unternehmen, die seinen persönlichen Stärken und Fähigkeiten entspricht.

Welche Eigenschaften müssen Trainees mitbringen?

Bietet ein Unternehmen Trainee-Programme an, ist es vor allem daran interessiert, Bewerber zu finden, die den gestellten Anforderungen während der Trainee-Phase gerecht werden, nach kurzer Zeit Führungsaufgaben übernehmen können und die langfristig im Unternehmen bleiben. Dementsprechend hoch sind die Auswahlkriterien. Neben einem sehr guten Studienabschluss, einschlägigen Praktika und sicheren Englischkenntnissen, spielen vor allem die sogenannten Soft Skills eine bedeutende Rolle: hervorragende Kommunikationseigenschaften, Engagement, Eigeninitiative, Teamfähigkeit, ausgeprägte Lösungsorientierung und ein hohes Maß an Flexibilität und Mobilität.

Woran lässt sich ein gutes Programm erkennen?

Ein gutes Programm erkennt man an der Struktur und der Betreuung. So sollte vor dem Trainee-Beginn feststehen, welche Ausbildungsstationen durchlaufen werden und was zusätzlich in Form von Schulungen oder Coachings vermittelt wird.

So bieten Unternehmen wie Carl Zeiss, Bayer, Berlin Chemie, Olympus oder Vetter theoretische Qualifizierungsmodule an, die zusammen mit anderen Trainees besucht werden. Dazu gehören zum Beispiel Themen wie Projektmanagement, Kommunikation und Arbeiten im Team, Präsentation, Inter-

kulturelle Sensibilisierung, Moderation oder auch Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre oder Technologie.

Ein weiterer wichtiger und auch notwendiger Punkt zur Beurteilung der Qualität und dem erfolgreichen Ablauf des Trainee-Programmes ist die Betreuung des Trainees. So können erfahrene Mitarbeiter der Fachabteilungen, Personalabteilung oder speziell ausgebildete Mentoren diese Aufgabe übernehmen. Einige Unternehmen bieten sogar ganzheitliche Betreuungskonzepte an, die darüber hinaus eine zentrale Trainee-Koordination haben, die bei Problemen oder Fragen als Anlaufstelle dient.

Besonders nützlich sind auch regelmäßige Treffen mit anderen Trainees bei unternehmensinternen oder -übergreifenden Meetings sowie lockeren Stammtischen. Der Austausch mit Gleichgesinnten und das Netzwerk persönlicher Kontakte werden von allen Beteiligten als entscheidende Vorteile angesehen.

BUCHTIPP

Einstieg und Karriere in Zukunftsbranchen

Zum bereits achten Mal ist die Karrierepublikation „T5 HealthCare Insight“ (Jahrgang 2011) erschienen. Sie informiert über Branchentrends und Berufsfelder und berichtet über aktuelle Themen aus Wirtschaft und Forschung. Nachwuchstalente und Professionals erfahren durch ausführliche Unternehmensporträts, welche Qualifikationen gefragt sind und wo sich Karrierechancen auftun. Kernbranchen sind Biotechnologie, Chemie, Erneuerbare Energien, Healthcare, Life Science, Medizintechnik und Pharmazie. Interessierte können das Buch direkt unter www.t5-karriereportal.de bestellen.

T5 HealthCare Insight (Jg. 2011)
Herausgeber: T5 Interface GmbH, Böblingen
240 Seiten, 12,00 Euro
ISBN 978-3-00-027219-6.



So verschaffen sich Trainees einen Vorsprung: Sie bilden Netzwerke.

WORAUF BEWERBER ACHTEN MÜSSEN

Trainee-Programm ist nicht gleich Trainee-Programm. Ein paar Punkte sollten Absolventen abklopfen, bevor sie sich um eine Stelle bewerben.

- Gibt es Bewerbungsfristen für das Trainee-Programm?
- Welche Programmdauer ist vorgesehen?
- Handelt es sich beim Trainee-Vertrag um einen unbefristeten Arbeitsvertrag oder wird er nur für die Programmdauer geschlossen?
- Bei befristeten Trainee-Verträgen: Wie viele Teilnehmer werden nach Programmabschluss übernommen?
- Wird im Trainee-Vertrag eine Bindungsklausel vereinbart, zum Beispiel derart, dass Ausbildungskosten bei Austritt aus dem Unternehmen anteilig übernommen werden müssen?
- Existieren für das Trainee-Programm klare Pläne, dass bestimmte Funktionen und Tätigkeitsbereiche zu durchlaufen sind?
- Gibt es individuelle Mitsprachemöglichkeiten des Trainees, etwa bezüglich der Einsatzbereiche, Zeitlichkeit, Inhalte und Einsatzorte?
- Ist das Programm direkt in die Personalentwicklung integriert, so dass sich auch nach dem Abschluss Perspektiven für die Weiterentwicklung und Karriereplanung ergeben?
- Gibt es spezielle Weiterbildungsangebote während des Programms (IT-Seminare, Sprachtraining, Soft-Skill-Trainings, Projektmanagement-Schulungen, Führungskräfte-Programme und dergleichen mehr)?
- Wie oft, von wem und mit welchen Instrumenten erfolgt während des Programms eine Beurteilung der Trainee-Teilnehmer?
- Gibt es während des Programms eine gezielte Betreuung mit Komponenten wie einem Paten-Mentor-Konzept und Netzwerken?
- Besteht ein Angebot an integrierten Auslandsaufenthalten (Anzahl, Dauer, Orte)?
- Kann bereits vor Abschluss des Trainee-Programms auf eine attraktive offene Stelle im Unternehmen gewechselt werden?

Quelle: T5 Interface, Institut für Organisation und Personal (IOP)

Premium-Qualität steht Ihnen? Kommen Sie zu einem der erfolgreichsten Dienstleister für die Healthcare Industrie! Seit 1999 begeistern wir unsere Kunden mit maßgeschneiderten Außendienst-Lösungen und Marketing-Services.

Wir suchen ab sofort bundesweit

Pharmaberater / Pharmareferenten (m/w)

unter anderem in den Indikationsbereichen Onkologie, ZNS und Genetika.

Sie bringen mit:

- idealerweise erste Erfahrungen und Erfolge im Pharmaaußendienst
- hohe verkäuferische Kompetenz
- strategisches Denken und Handeln
- gute Präsentations- und Moderationskenntnisse
- die Qualifikation gem. § 75 AMG
- hohe Leistungsbereitschaft, Flexibilität und den Willen zum Erfolg sowie Freude am Verkauf.

Sie möchten:

- einen zukunftssicheren Arbeitsplatz mit Perspektiven
- ein attraktives Gehalt und individuelle Karrierechancen
- einen Firmenwagen, den Sie auch privat nutzen können
- ein engagiertes Team, mit dem erfolgsorientiertes Arbeiten Spaß macht!

Dann sind Sie bei uns richtig! Wir freuen uns über Ihre Bewerbung! Weitere interessante Stellenangebote und Informationen finden Sie unter www.marvecs-careers.de

Besuchen Sie uns auf der T5-Jobmesse in München am 15. November 2011!

MARVECS GmbH • Judith Achberger • Beim Alten Fritz 2
89075 Ulm • bewerbung@marvecs.de
Info-Telefon: 0731/14000-50
Online-Bewerbung: www.marvecs-careers.de

Rückenwind für Ihren Karriere-Sprint

Pharmaberater (w/m)
Klinikreferent (w/m)



Pharmexx, ein Tochterunternehmen der Cesio AG, ist ein international führender Outsourcing-Partner für Marketing und Vertrieb von Produkten aus den Bereichen Pharma, Biotech und Medizintechnik. Weltweit sind über 4.500 qualifizierte Vertriebsmitarbeiter für uns tätig. Zu unseren Kunden zählen die Top-Unternehmen der internationalen Pharmabranche.

Unser Angebot

- ein sicherer Arbeitsplatz und langfristige Perspektiven
- eine einzigartige Firmenkultur mit hochwertigen Weiterbildungsangeboten
- ein attraktives Gehalt
- ein auch privat unbegrenzt nutzbarer Dienstwagen
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Bewerben Sie sich mit dem Stichwort „FA.Z.“ unter www.pharmexx.de/jobs

Wir freuen uns auf Sie!

Treffen Sie uns am 15. November auf der T5-Jobmesse in München

Pharmexx GmbH
Goldbeckstraße 5
69493 Hirschberg
www.pharmexx.de

Kontakt
Recruitment-Team
06201/87 90 944



MedicalContact AG

Die MedicalContact AG unterstützt Krankenkassen in ihren Versorgungsmanagementaktivitäten. Mit über 1,5 Millionen Versichertenkontakten pro Jahr sind wir Deutschlands führender Anbieter im Bereich Patientencoaching und Versichertensteuerung. Weit über die Hälfte der deutschen Krankenkassen vertraut bereits auf die Leistungen der MedicalContact AG für ein effektives und nachhaltiges Morbiditätsmanagement.

Auf der Basis unserer praktischen und konzeptionellen Erfahrungen in der Gesundheitsberatung haben wir ein neues Produkt zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement für Unternehmen bis zur Marktreife entwickelt. Für die gezielte Markteinführung des Produkts inklusive des Auf- und Ausbaus von Vertriebsaktivitäten suchen wir eine/n

Vertriebsmitarbeiter/in im Außendienst

Ihre Aufgaben:

- Eigenverantwortliche Akquisition und professionelle Betreuung von Kunden
- Entwicklung und Pflege nachhaltiger Beziehungen zu Kunden und Geschäftspartnern
- Erschließung neuer Marktpotenziale, Markt- und Konkurrenzbeobachtung im Bereich Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF)
- Analyse der Kundenbeziehungen und Erstellung von Kundenentwicklungsplänen
- Eigenverantwortliche Verhandlungsführung auf der Ebene des mittleren Managements

Ihr Profil:

- Fundierte Berufserfahrung im Vertrieb (Neu-/Bestandskunden) beratungsintensiver Produkte
- Sicheres und sympathisches Auftreten sowie Verhandlungsgeschick und Engagement
- Hohes Maß an intuitiver Intelligenz und sozialer Kompetenz
- Hervorragende kommunikative Fähigkeiten, insbesondere Präsentationsgeschick und Überzeugungskraft

Wir bieten Ihnen eine vielseitige und abwechslungsreiche Tätigkeit mit eigenem Gestaltungsspielraum und guten Entwicklungsmöglichkeiten in einem expandierenden Unternehmen der Gesundheitswirtschaft, eine faire Bezahlung und leistungsbezogene Anreize. Ein Dienstfahrzeug kann zur Verfügung gestellt werden.

Können wir Sie für diese Herausforderung begeistern? Dann freuen wir uns darauf, Sie kennen zu lernen. Senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung und des frühestmöglichen Eintrittstermins an:

MedicalContact AG, Fachbereich Personal, Veronika Frinken
Kronprinzenstr. 5-7, 45128 Essen
www.medical-contact.de

Sie haben Fragen zu dieser Rubrik?

Wir beraten Sie gerne: Telefon (069) 75 91-33 44

Perspektivposition in
Traditionsunternehmen

Business Development Manager (m/w) Pharma

Das Unternehmen: renommiertes deutsches Pharmaunternehmen • Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Arzneimitteln für diverse Indikationsgebiete (ethisch/OTC) • **Arbeitsort:** attraktive deutsche Großstadt

Ihre Perspektiven: medizinische, technische sowie kommerzielle Bewertung von internen Projektideen und externen Angeboten in Zusammenarbeit mit den relevanten Fachabteilungen • Bewertung potenzieller Absatzmärkte sowie Analyse aktueller Marktentwicklungen und des Wettbewerbs • zentrale Ansprechperson für bestehende/potenzielle Kooperationspartner und externe Dienstleistungsunternehmen sowie Vertragsverhandlung mit Dritten • aktive Suche nach potenziellen Kooperations- und Geschäftspartnern • Besuch relevanter Kongresse und Symposien • Berath der Geschäftsführung und Erstellung von Entscheidungsvorlagen

Ihre Voraussetzungen: natur- und/oder wirtschaftswissenschaftlicher Universitätsabschluss, vorzugsweise Pharmazie oder Medizin • mehrjährige Praxis in der pharmazeutischen Industrie, vorzugsweise im Bereich Business Development, (strategisches) Marketing bzw. im Vertrieb oder in der Management-Beratung • Erfahrung bei der Suche nach/Evaluation von Geschäftsmöglichkeiten (z. B. In-Licensing oder Akquisitionsobjekte) sowie deren Umsetzung

• hohe Sensibilität für Machbarkeit und Blick für den wirtschaftlichen Erfolg • Querdenker/in und Realist/in mit Hands-on-Mentalität, interkulturellem Verständnis und ausgeprägter Analytik • unternehmerisch handelnde Persönlichkeit mit Kommunikations- und Verhandlungssicherheit (Deutsch/Englisch) auf allen Ebenen • Management-Potenzial • hohe Eigenmotivation und Einsatzbereitschaft • weltweite Reisebereitschaft

Ihr nächster Schritt: Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Angabe der **Kennziffer 163-11FAZ**. Für Fragen stehen Ihnen unsere Berater **Dr. Lothar Schmidt** und **Jessica Nehring** zur Verfügung. Diskretion sichern wir Ihnen zu.

Dr. Schmidt & Partner Personalberatung GmbH
Postfach 13 46
22803 Norderstedt (Hamburg)
karriere@drsp.de

Tel. +49 (0) 40 525 00 40, auch sonntags, 18-21 Uhr!

WISSEN, WER PASST. SEIT 25 JAHREN.



DR. SCHMIDT & PARTNER
Personalberatung GmbH

www.drsp.de