

# Thomas Kroczek

□

Eckdaten / Thomas Kroczek

- Ehemaliger Sales Trainee bei der Novartis Pharma GmbH und mittlerweile im rheumatologischen Facharzttaubendienst rund um Frankfurt am Main
- Tauscht sich gerne mit den KollegInnen über neue Ideen aus und genießt den kollegialen Zusammenhalt auch beim Sport oder einem Abendessen

## Wie bist du zu Novartis gekommen?

Eigentlich wollte ich nach meinem BWL-Bachelor, mit Schwerpunkt Vertrieb und Gesundheitsökonomie, bereits anfangen zu arbeiten. Der Betreuer meiner Bachelorarbeit hatte mich dann allerdings noch überzeugt, einen Master in Gesundheitsmanagement und Gesundheitsökonomie anzuschließen. Während des Masters konnte ich als Werkstudent schon zwei potentielle Arbeitsfelder aus der Gesundheitsbranche kennenlernen, hatte aber noch kein Auge auf Pharma geworfen.

Mich hatte ein Einstieg als Trainee schon lange interessiert, da ich gerne verschiedene Bereiche eines Unternehmens kennenlernen wollte. Während meiner Bewerbungsphase, bin ich dann mehrmals bei XING über die Sales-Trainee Stelle von Novartis gestolpert. Nachdem ich schon vor meinem Master im Vertrieb tätig war, wusste ich, dass mir die psychologische Komponente daran sehr gut gefällt. Aktiv zuhören, das Gegenüber verstehen und jede Menge Empathie, um am Schluss zu verstehen, was das Gegenüber eigentlich benötigt. Zudem gab es zu diesem Zeitpunkt noch keine Sales Trainees, was bedeutet, dass man das Programm mitgestalten und etablieren konnte – und weiterhin kann! Ich bin nach wie vor sehr glücklich, dass es schließlich auch geklappt hat!

Welche Stationen hast du während deines Traineeprogrammes durchlaufen und was hat dich besonders begeistert?

Gestartet bin ich in der Marketingabteilung des Produkts, das ich anschließend auch im Außendienst besprechen sollte. Da in Deutschland nicht jede/r Pharmareferent/in werden darf und ich kein naturwissenschaftliches Studium vorweisen konnte, habe ich parallel aber erst noch die Weiterbildung zum Pharmareferenten ablegen müssen. Während der fast 9-monatigen Rotation im Marketing habe ich die Strategie und den internationalen Kontext kennengelernt und neben der Erstellung von Marketingmaterialien auch die Vorbereitung eines Indikationslaunches unterstützt.

Im Anschluss ging es für mich in mein Außendienstgebiet nach Frankfurt. Die ersten Besuche in den Arztpraxen werde ich nicht vergessen – man ist neu, kennt die Abläufe noch nicht und muss sich selbst zurecht finden. Dank meiner Kollegen habe ich mich dann doch schnell wohl gefühlt. Auch hier war die Lernkurve anfangs sehr steil. Wie plane ich meinen Tag möglichst effizient? Welche Praxen machen ausschließlich Termine? Wer sind die richtigen/wichtigen AnsprechpartnerInnen? Auf welchem Stand befinden sich diese? Wie sieht meine Strategie aus? Tja und nachdem ich zuvor im Marketing war, war es natürlich spannend, mein „eigenes“ Material einzusetzen und die Wirkung der Aussagen zu überprüfen. Wenn man dann den ersten Zeh in der Tür hat, die PraxismitarbeiterInnen einen erkennen und man mit einem freundlichen Lächeln begrüßt wird, ist das auch ein sehr gutes Gefühl! Leider war aufgrund der Corona-

Pandemie nach sechs Monaten kein „klassischer Außendienst“ mehr möglich. Die Flexibilität meines Traineeships und die Teamstruktur erlaubten es mir, meine Ressourcen kurzfristig wieder mehr in das Marketing zu verlagern und meine verbleibenden Innendienst-Rotationen vorzuziehen.

Daher bin ich für einen Monat zu unserer Abteilung Ethics, Risk & Compliance, wo ich die Überarbeitung der SOP Compliance unterstützt habe. Eine wichtige Erfahrung, da hier unter anderem die Rahmenbedingungen für unser tägliches Handeln erarbeitet werden.

Meine letzte Station war das Digital Product Team. Aufgrund der Pandemie waren neue Kanäle zu unseren KundInnen entsprechend wichtig geworden und hier werden diese Kanäle aufgebaut. Zu meinen Aufgaben zählte unter anderem die Vorbereitung zur Implementierung von Webinaren sowie die Weiterentwicklung und Implementierung von unserem Online-Registrierungsprozess für virtuelle Events.

In welchen Bereichen hat dich das Traineeprogramm sowohl fachlich als auch persönlich am meisten weitergebracht?

Fachlich gesehen war die Weiterbildung zum Pharmareferenten eine unglaubliche Erfahrung. Ich habe mich schon immer für medizinische Themen interessiert, aber durch die Weiterbildung verstehe ich nun auch mehr davon. Davon abgesehen hat man bei Novartis aber generell eine sehr steile Lernkurve, wenn man sich abteilungsübergreifend austauscht und neugierig bleibt. Perfekt also für Trainees, die durch das Unternehmen rotieren.

Persönlich sind es für mich die ruhigen Momente zwischen anstrengenden Phasen, die es mir erlauben, das Erlebte nochmal zu reflektieren. Jede Abteilung hat andere Voraussetzungen und wird von anderen Stakeholdern beansprucht. Das führt auch zu unterschiedlichen Drucksituationen. Während man im Marketing viele Projekte gleichzeitig betreut und eine Deadline die nächste jagt, muss man sich im Außendienst seinen Tag selbst strukturieren, mit Absagen umgehen lernen und kreative Ansätze für den Kontakt entwickeln.

Wie findet man als Sales Trainee Anschluss an die Trainees im Innendienst?

Als Trainee Anschluss zu finden, ist wirklich einfach. Zum einen existiert im Regelfall eine wirklich tolle Willkommenskultur bei Novartis, zum anderen wird man sehr schnell von anderen Trainees kontaktiert.

Als Sales Trainee ist es – zugegebenermaßen – etwas schwieriger als für Trainees, die im Innendienst starten. Da man nicht unbedingt vor Ort ist, verringert sich die Anzahl der Treffen mit den Kollegen schon deutlich und die zufälligen Begegnungen fallen weg. Durch die Pandemie ist das natürlich alles etwas anders geworden und alle sind auf virtuelle Kennenlernen angewiesen. Es bedarf also einfach etwas Eigeninitiative, sich mit KollegInnen zu verabreden und in Kontakt zu treten, da man weniger Überschneidungen hat. Aber keine Angst: Die allermeisten KollegInnen nehmen sich sehr gerne Zeit für ein On-Boarding – traue dich und frag einfach nach.

Was war dein ganz persönliches Highlight während der Traineezeit?

Mein bisheriges Highlight war die Organisation unserer ersten virtuellen Sommertagung. Von der Entwicklung der Idee, über die Absprachen mit der Agentur, bis zur Durchführung stand ich in engem Austausch mit vielen KollegInnen sowohl aus dem Innen- als auch dem Außendienst. Dabei ging es um die inhaltliche Ausgestaltung, das Rahmenprogramm, aber auch das Motto sowie die technischen Feinheiten mit einem Greenscreen-Studio unter Einhaltung der AHA-Regeln von der Bundesregierung und und und...und glücklicherweise hat auch noch alles geklappt!

Wie ging es für Dich nach dem Programm weiter?

Für mich bot sich die Möglichkeit, in mein Gebiet rund um Frankfurt zurückzukehren. Um die Zusammenarbeit zwischen Marketing und Außendienst weiter zu verbessern, darf ich hier aber auch weiterhin unterstützen. So ergibt sich eine tolle Synergie zwischen Strategie und Operative.

Ich freue mich schon sehr, wenn ich wieder zu „meinen“ ÄrztInnen fahren darf und bin gespannt, wie sich der Außendienst weiterentwickeln wird. Es ist auf jeden Fall eine gute Gelegenheit, um Veränderung voranzutreiben und diese mitzugestalten.

---

**Source URL:** <https://uat2.novartis.de/de-de/karriere/darum-novartis/persoenliche-einblicke/thomas-kroczek>

**List of links present in page**

1. <https://uat2.novartis.de/de-de/de-de/karriere/darum-novartis/persoenliche-einblicke/thomas-kroczek>