



Die Personalsuche hat sich verändert

Eines der Kernthemen der Praxisführung besteht in der Zusammensetzung eines gut funktionierenden Teams. Personalfuktuation gehört in vielen Praxen zum Alltagsgeschäft und sorgt immer wieder für Unruhe, Unzufriedenheit, Mehrarbeit durch ständige Einarbeitung und kostet letztendlich Zeit und Geld. Neun Tipps zur Personalsuche stellen wir im Folgenden vor.

Seien es Kündigungen, Schwangerschaften oder krankheitsbedingte Ausfälle, immer wieder wird die Praxis in ihrer Organisation behindert, muss improvisieren und tritt auf der Stelle. Auf der anderen Seite erleben wir, dass eine Trennung von einer Mitarbeiterin nicht durchgeführt wird, weil der Praxisinhaber der Meinung ist, man sei abhängig von ihr. Manchmal arrangiert man sich über Jahre mit einer Situation, die jede Form der Weiterentwicklung verhindert. In vielen Fällen steht die Grundaussage am Ende: „Ich finde keine bessere Mitarbeiterin, ich bin froh, dass es so funktioniert!“

1. Wir befinden uns in einem „Mitarbeitermarkt“

Nehmen wir einmal das Thema Schwangerschaft heraus, was ja ein freudiges Ereignis darstellt, sind alle anderen Kriterien praxis- bzw. marktbedingt. Der Personalmarkt hat sich drastisch verändert. Während man vor einigen Jahren keine Probleme hatte ausreichend und qualifiziertes Personal zu finden, bleiben heute Stellen und Ausbildungsplätze unbesetzt.

Das „Hauen und Stechen“ um die besten Mitarbeiter findet überall statt. Praxisinhaber befinden sich in einem Personalwettbewerb nicht nur mit ihren Kollegen, viel mehr noch mit anderen Arbeitgebern, die teilweise auch branchenfremd sind. Die Mitarbeiter können sich ihre Stellen aussuchen, haben viele Wahlmöglichkeiten und sondieren sehr sorgfältig, für welche Praxis bzw. Firma sie sich entscheiden.

2. Sie müssen sich bewerben

Diese provokante Überschrift steht dafür, dass es heute darum geht sich als Arbeitgeber so interessant zu machen, dass die Bewerbungsunterlagen bei Ihnen landen. „Great Place to Work“ beispielsweise, ist ein internationales Forschungs- und Beratungsinstitut, das derzeit in rund 50 Ländern vertreten ist und Unternehmen aller Branchen- und Größenklassen bei der Entwicklung einer mitarbeiterorientierten und erfolgsfördernden Arbeitsplatzkultur unterstützt. Dahinter stehen solche Begriffe wie Gesundheitsförderung, Work-Life-Balance, Arbeitszeitma-

Können Sie einer potenziellen MFA einen Arbeitsplatz bieten, der den heutigen Anforderungen gerecht wird?

nagement und Entgeltmanagement. Das klingt zunächst anspruchsvoll, lässt sich aber auf einen Begriff reduzieren: „Attraktivität des Arbeitsplatzes!“

3. Die Suche beginnt mit Selbstreflexion

Es lässt sich einfach nicht mehr zur Seite schieben. Die Personalsuche beginnt damit, dass Sie sich Gedanken darüber machen müssen, was Sie Ihrer neuen Mitarbeiterin anzubieten haben. Natürlich spielt Geld eine Rolle, wobei der Beruf der MFA mit zu den am schlechtesten bezahlten Berufen zählt, aber es geht um viel mehr. Ob Arbeitszeiten, eigenverantwortliches Arbeiten, Wertschätzung, Teamwork oder Fortbildungsmöglichkeiten. Es ist das Gesamtpaket, das für die zukünftige Mitarbeiterin die Attraktivität ausmacht. Schaut man sich heute einmal die Stellenanzeigen an, wird geworben mit freier Urlaubswahl, flexibler Zeiteinteilung und über tariflicher Bezahlung.

Seien Sie ehrlich zu sich selbst. Können Sie einer zukünftigen neuen Mitarbeiterin einen Arbeitsplatz bieten, der den heutigen Anforderungen gerecht wird? Wenn ja, stellen Sie es in Ihrer Suche dar. Wenn nein, empfehlen wir, daran zu arbeiten, um sich aus dem Kreislauf des ewigen Suchens zu verabschieden.

4. Formulierung des Anforderungsprofils

Auch wenn der Personalmarkt schwierig ist, ist es unabdingbar, dass Sie ein genaues Anforderungs-

profil für die zukünftige Mitarbeiterin formulieren:

- Notieren Sie für sich die notwendigen fachlichen Qualifikationen aber auch soziale Kompetenzen.
- Muss Führungspotenzial vorhanden sein?
- Wie sieht die Kommunikation mit den Patienten aus?
- Soll sie in die Vermittlung von IGeL eingebunden sein?

Je klarer das Anforderungsprofil formuliert ist, desto leichter fällt es im Gespräch zu sondieren. Vermeiden Sie Kompromisse.

5. Sie gestalten eine Werbeanzeige

Es gibt verschiedene Möglichkeiten aktiv in die Suche einzusteigen. Die Schlechteste ist die so oft gesehene zweizeilige Fließtextanzeige, die jeden und keinen anspricht. Hierauf werden sich ambitionierte Mitarbeiter nicht bewerben (Ausnahmen bestätigen die Regel).

Die Stellenanzeige sollte so formuliert werden, dass sich das von Ihnen definierte Anforderungsprofil wiederfindet, aber auch die Attraktivität der Stelle dargestellt wird. Worum geht es? Es geht nicht darum arbeitssuchende Mitarbeiter anzusprechen, sondern die, die sich in bestehenden Arbeitsverhältnissen befinden, aber dort nicht ihre Zukunft sehen. Genau aus den beschriebenen Gründen. Dies gilt auch für die Suche von Auszubildenden, die mittlerweile die Qual der Wahl haben. Sie werben in dieser Anzeige für sich und für das, was Sie zu bieten haben.

6. Das richtige Medium

Sie haben viele Möglichkeiten diese Anzeige zu platzieren. Ob im Printbereich oder in den sozialen Medien, der gute Mix macht es aus. Wir haben die unterschiedlichsten Erfahrungen gemacht. Gut funktionieren durchaus die regionalen Anzeigenblätter, wie auch Personalportale, die teilweise kostenfreie Anzeigenschaltungen ermöglichen.

Stellen Sie die Anzeige auf jeden Fall auf Ihre Website und verknüpfen Sie diese mit den sozialen Medien. Sehr häufig ist die Unterstützung durch das eigene Personal die beste Möglichkeit. Die Mitarbeiterinnen sind in den sozialen Medien mitein-

ander verbunden, tauschen sich aus und wissen in der Regel, wer aktuell in einer Neuorientierungsphase ist. Deshalb empfehlen wir das eigene Team in die Personalsuche mit einzubinden.

7. Sondierung der Unterlagen

Viele Bewerbungsunterlagen kommen heute per E-Mail, die es allen Beteiligten einfacher machen. Sie sollten unbedingt überprüfen, ob die Bewerberin sich ganz konkret auf Ihre Anzeige beworben hat oder aber ein Standardanschreiben verschickt wird. Mitarbeiter, die ganz gezielt suchen, werden sich immer zu dem Anzeigentext äußern und begründen, warum sie sich diese Aufgabe zutrauen. Sie dokumentieren damit Interesse gerade an dieser Position und nicht an jeder.

Auch wenn sich die Anzahl der Rückläufer sehr reduziert darstellt, sollten Sie auf diese individuelle Note achten, wie natürlich auch auf die Inhalte und Gestaltung der Bewerbung. Bei Mitarbeitern im Verwaltungsbereich spielt auch die Rechtschreibung eine große Rolle.

8. Das Telefonat

Ist nach Ihrer Ansicht eine geeignete Kandidatin dabei, sollten Sie sie anrufen, um ein Telefonat mit ihr zu führen. Nehmen Sie Kontakt auf und vereinbaren Sie einen Telefontermin, den Sie dann auch in aller Ruhe wahrnehmen können. In circa 30 Minuten haben Sie genügend Zeit, um sich Fragen beantworten zu lassen, wie beispielsweise:

- „Warum haben Sie sich auf diese Stelle beworben, was reizt Sie daran?“
- „Wie sieht für Sie die ideale Stelle aus?“
- „Was erwarten Sie von Ihrer Arbeitsstelle?“
- „Was motiviert Sie?“

Formulieren Sie die für Sie wichtigen Fragen, die die Bewerberin am Telefon beantworten soll. Sie selbst sollten eher weniger reden. Sie sollten dann schon die ein oder andere Rückfrage der Bewerberin beantworten, dann aber auf das persönliche Gespräch verweisen, das Sie bei entsprechend gutem Eindruck vereinbaren sollten.

Auf einen Blick

1. Führen Sie sich den „Markt“ vor Augen
2. Stellen Sie heraus, was Sie einer potenziellen Mitarbeiterin bieten können
3. Bieten Sie einen modernen Arbeitsplatz an
4. Erstellen Sie ein Anforderungsprofil
5. Werben Sie für die Attraktivität des Arbeitsplatzes
6. Nutzen Sie die eigene Webseite, Anzeigenblättern, Personalportale, soziale Medien. Beziehen Sie die Mitarbeiter ein.
7. Achten Sie in der Bewerbung auf die individuelle Note
8. Führen Sie ein Telefongespräch
9. Gleichen Sie im persönlichen Gespräch die Bewerberin mit dem Anforderungsprofil ab

Mitarbeiter tauschen sich in den sozialen Medien aus und wissen meist, wer aktuell in einer Neuorientierungsphase ist.

9. Das persönliche Gespräch

Regel Nr. 1: Nehmen Sie sich Zeit. Auf keinen Fall zwischen Tür und Angel führen, um dann das Gespräch abbrechen zu müssen. Das ist keine Wertschätzung. Stellen Sie Getränke zur Verfügung und nutzen Sie möglichst einen ruhigen Raum. Formulieren Sie Fragen, die sich an dem Anforderungsprofil orientieren und bitten Sie um Beispiele: „Können Sie mir an einem konkreten Beispiel aufzeigen, wie Sie mit schwierigen Patienten umgegangen sind?“

Pauschalisierungen sind einfach und zu unverbindlich. Wie ist das Verhalten der Mitarbeiterin, ist sie selbstbewusst genug, um die Stelle besetzen zu können? Stehen Sie in diesem Gespräch für die Fragen der Mitarbeiterin zur Verfügung und formulieren Sie das Anforderungsprofil. Sie sollte klar verstehen, welche Erwartungen Sie haben, aber auch, was Sie ihr bieten können. Sie beide müssen am Ende des Gesprächs entscheiden, ob sie für diese Position geeignet ist. Wenn ja, machen ein oder zwei Tage Probearbeit sicherlich Sinn. **Bedenken Sie aber:** Gute Mitarbeiter sind dann gut, wenn Sie sich wohlfühlen. Ansonsten gehen sie dorthin, wo sie sich wohlfühlen.



Uwe Zoske
ZOSKE & PARTNER
Praxismarketing
Herrmannsweg 1
65329 Hohenstein
Tel.: 06120 – 90 35 16
E-Mail: uz@zoskeundpartner.de