

DIE ERFOLGREICHE STELLENAUSSCHREIBUNG

Neue Mitarbeiter finden leicht gemacht!

von Monika Paersch, Unternehmens- und Praxisberaterin, Hilchenbach

| Wenn Sie eine Position in Ihrer Praxis neu besetzen müssen, dann sollte die Stellenanzeige gut durchdacht sein. Heute ist es wichtig, das Interesse an der Tätigkeit, am Job und für die Praxis zu wecken! Die Kandidaten wollen nicht irgendwo unterkommen, sondern sie wollen in einer für sie passenden Praxis arbeiten. Eine perfekt formulierte Anzeige ist hier ebenso wichtig wie Ihr Mindset dazu und dessen Vermittlung an potenzielle Bewerberinnen und Bewerber. Ziel ist, das Interesse an der Tätigkeit und an der Praxis zu wecken. |

Grundgedanken für eine gute Stellenanzeige

Nicht der Praxisinhaber entscheidet, sondern die Bewerber wählen aus! Eine perfekte Stellenanzeige ist hierzu der erste Eindruck. Der Bewerber schaut und entscheidet, ob er sich bei Ihnen melden möchte oder ob es ein anderes interessanteres Angebot gibt. Wichtig sind deshalb diese Punkte:

- **Ihre Attraktivität:** Werden Sie kreativ und bleiben Sie dabei authentisch in den Formulierungen. So ziehen Sie gute Bewerber an.
- **Die Ausschreibung:** Mit einer guten Ausschreibung erreichen Sie qualitativ besser ausgebildete Mitarbeiter, die dann später tatsächlich zur Praxis und der entsprechenden Position passen.
- **Die Präsentation der Praxis:** Schon in der Stellenanzeige können Sie zeigen, wer Sie sind, was Sie ausmacht, welche Werte Sie haben und warum gerade Ihre Praxis der richtige Arbeitgeber ist.

Vermeiden sollten Sie folgenden Fehler:

- **Unzureichende Präsentation der Praxis und der eigenen Person:** Nutzen Sie den Text, um sich zu präsentieren. Die Informationen rund um den potenziellen neuen Chef sind für Bewerber ein sehr wichtiges Kriterium. Was macht die Praxis und Sie besonders? Das sollte formuliert werden.
- **Belanglose Begründungen für die Anforderungen:** Im Anforderungsprofil steht oft „Teamfähigkeit, Belastbarkeit, Einfühlungsvermögen, Zuverlässigkeit, Kommunikationsstärke etc.“ Versetzen Sie sich in den Leser, und Sie werden feststellen, dass man die Begriffe versteht, aber sehr viel Interpretationsspielraum offenbleibt, wofür die gewünschten Kriterien notwendig sein können. Erläutern Sie Ihre Wünsche. Schreiben Sie auf, wofür diese Eigenschaften in Ihrer Praxis wichtig sind und bei welchen Aufgaben sie besonders gebraucht werden.
- **Füllwörter und Schlagwörter:** Anforderungen bzw. gewünschte Mitarbeiterprofile werden gerne mit den Wörtern „innovativ, erfolgreich, spannend, abwechslungsreich ...“ beschrieben. Mal Hand aufs Herz: Man liest sie in nahezu jeder Anzeige und somit werden sie nicht mehr wahrgenommen bzw. ernst genommen. Füllen Sie sie ab jetzt mit Inhalt, und Sie erzielen damit den gewünschten Effekt!



Dem Fisch muss der Köder schmecken!

Mögliche Fehler in der Stellenausschreibung

- **Langweilige Gestaltung:** Ein Text ohne Hintergrund wird nicht wahrgenommen neben den Anzeigen mit einem ansprechenden und modernen Design. Eine professionelle Gestaltung macht sich daher schnell bezahlt. Lassen Sie sich dabei ggf. von einer Agentur unterstützen.

Die erfolgsorientierte Stellenanzeige: Eigenpräsentation

Kopieren Sie auf keinen Fall eine Anzeige Ihrer Kollegen oder eine aus dem Internet. Bleiben Sie bei sich und formulieren Sie genau, was SIE wollen. Diese sechs Fragen sollten eine zentrale Rolle für Ihre Formulierungen spielen:

- Wer sind wir?
- Wen suchen wir genau?
- Was erwarten wir von einem neuen Mitarbeiter?
- Was können wir bieten?
- Was macht uns aus?
- Wie kann man sich bei uns bewerben?

Versetzen Sie sich in die Rolle von potenziellen Bewerbern. Teilen Sie sowohl Ihre Fragen als auch Ihre Antworten mit Ihrem Team und verfeinern oder ergänzen Sie die sechs Aspekte. Denn nur, wer Antworten auf die folgenden Fragen findet und sich angesprochen fühlt, wird sich bewerben.

- **Wer sind wir?** Hier geht es um die Vorstellung der Praxis.
 - Wo befindet sich die Praxis?
 - Wie groß ist sie?
 - Welches Leistungsspektrum wird angeboten?
 - Wie viele Physiotherapeuten und andere Mitarbeiter sind beschäftigt?
 - Gibt es gelebte Unternehmenswerte, und wenn ja, welche?
- **Wen suchen wir?** Was für ein Profil hat die Stelle? Es ist eine Tätigkeitsbeschreibung erforderlich. Beachten Sie auch hier die Perspektive: Stichwort „*Was erwartet mich in dieser Praxis?*“
 - Welche Position soll besetzt werden?
 - Welche konkreten Aufgaben wird die Person übernehmen?
 - Gibt es in diesem Arbeitsfeld ein Team mit den gleichen Aufgaben?
 - Ist die Stelle befristet?
 - Ist es eine Voll- oder Teilzeitstelle?
 - Gibt es Praxisstandorte, zwischen denen gewechselt werden muss?
 - Gibt es Extras?
 - Sind Urlaubszeiten starr oder flexibel geregelt?
- **Was erwarten wir von einem neuen Therapeuten/Mitarbeiter?** Hier geht es um die entsprechenden Qualifikationen, die Sie sich wünschen. Fragen Sie Ihr Team, ob die in der Anzeige genannten Aspekte zutreffend sind, verändert oder ergänzt werden sollen.
 - Bleiben Sie realistisch und auf dem sogenannten „Teppich“!
 - Beschreiben Sie die gewünschte Qualifikation und bieten sie ggf. Fortbildungsmöglichkeiten an, um sie zu erreichen.
 - Bieten Sie Weiterbildungsmöglichkeiten an, um die Position auch zukünftig nach oben anzupassen.

Die Rahmenbedingungen umreißen

Beschreiben, was auf den neuen Kollegen zukommt

Perspektiven aufzeigen

- **Was können wir bieten?** Viele Praxen schreiben dasselbe und wundern sich über den Eingang von keinen oder wenigen Bewerbungen. Hier geht es um den Unterschied zu anderen. Was unterscheidet Sie, was macht Sie einzigartig? Ein hier genannter „Obstkorb“ wird nur noch ein müdes Lächeln hervorrufen. Hingegen könnte ein gemeinsames Essen einmal die Woche attraktiv sein. Fragen Sie auch hier Ihr Team, was Sie bieten könnten. Vielleicht finden sich in den Antworten Tipps zur Umsetzung von neuen Benefits, die dann auch zur Zufriedenheit der bestehenden Mitarbeiter beitragen, z. B.:

- flexible Arbeitszeiten
- Schichtmöglichkeiten
- angeschlossene Kindergartenplätze
- das Arbeitsumfeld
- besondere Angebote für die Mitarbeiter
- Sondergratifikationen
- Fortbildungsmöglichkeiten

- **Was macht uns aus?** Bei dieser Frage ist Ihre persönliche Businesskompetenz gefragt! Worin sind Sie anders/besser als andere? Als Chef sind Sie in allen Bereichen gefordert: als behandelnder Physiotherapeut für die Patienten, als Manager, in der Abrechnung, als Psychologe, als Unternehmer etc. Das sind große Anforderungen, die in Summe für den Erfolg oder eben nicht für den Erfolg stehen. Trauen Sie sich an dieser Stelle, einmal innezuhalten und über Ihre Werte, Visionen, Wünsche und Ziele nachzudenken. Und dann geht es ums Umsetzen. Sie werden überrascht sein, wie sich das auf Ihre Praxisführung und Ihre Mitarbeiter auswirkt.

- **Wie kann man sich bewerben?** Es ist der organisatorische Ablauf von der Bewerbung bis zur Einstellung.

- Beschreiben Sie deutlich und eindeutig, wie man sich bewerben kann. (per Post, per Mail, über ein Portal ...).
- Benennen Sie die Adresse und die E-Mail-Adresse.
- Legen Sie fest, bis wann die Bewerbung berücksichtigt wird.
- Wer ist Ansprechpartner für Fragen im Vorfeld?
- Erwähnen Sie an dieser Stelle auch ein Probearbeiten!

Die Gestaltung und die Umsetzung

Nun kommen wir zum Kern und zum schwierigsten Part: zur Formulierung und Gestaltung der Inhalte. Hier müssen nicht nur die wichtigen Informationen aus den sechs Fragen enthalten sein, sondern es geht um eine ansprechende Präsentation.

- **Der Hingucker: die Überschrift**, die Berufsbezeichnung, der sogenannte Jobtitel. Der erste Blick beim Lesen richtet sich auf den Jobtitel und hierbei ist es völlig egal, ob es sich um eine Anzeige in einer Fachzeitschrift, in den sozialen Netzwerken oder um die Platzierung auf Ihrer Homepage handelt. Hilfreich ist es, wenn hier der Praxisname platziert wird, um die Aufmerksamkeit auch darauf zu lenken. Beispiel: *„Physiopraxis Forever Fit sucht Therapeuten mit fundierte Bobath-Kenntnissen (m/w/d)!“*

Interessante Benefits gehören heute dazu

Warum sind wir die bessere Wahl?

Auch E-Mail-Kontakt ermöglichen

Die Überschrift ist der Türöffner

- **Kernpunkte hervorheben:** Um einen schnellen Überblick über den Textinhalt zu bekommen, heben Sie wichtige Aspekte durch Anführungsstriche, Kursivschreibungen, Faltungen oder Absätze hervor.
- **Kurz, knackig und informativ:** Bei Stellenanzeigen wird auch gerne mit Listen gearbeitet, um kurz und knackig die einzelnen Aspekte darzustellen. Beachten Sie aber unbedingt, dass die Listen nicht zu lang sind.
- **Einfach und klar formulieren:** Physiotherapeutinnen und Physiotherapeuten sind mit dem Fachvokabular vertraut. Trotzdem sollte man nicht zu viele Fremdwörter oder Fachbegriffe in einer Stellenanzeige verwenden. Sie wirken dann aufgesetzt und „überwichtig“ und behindern den Lesefluss.
- **Bilder und Darstellungen:** Eine professionelle Stellenanzeige unterscheidet sich auf den ersten Blick von einer normalen Stellenanzeige, wenn Sie ein ansprechendes, gutes Bild einfügen. Beachten Sie den Bezug zur Stellenanzeige und zur Tätigkeit. Außerdem braucht das Bild einen guten Platz in der Anzeige. Oft ist es sinnvoll, das Bild gleich oben zu setzen um den ersten Blick darauf zu lenken. Wichtig ist aber auch, dass das Bild nicht vom eigentlichen Inhalt ablenkt. **Tipp I** Holen Sie sich die Meinung von einem Fachmann ein und fragen Sie auch Ihr Team.
- **Call to Action:** Der Begriff „Call to Action“ bedeutet übersetzt „Handlungsaufforderung“. Hiermit fordern Sie den Bewerber auf, sich einfach und schnell zu bewerben. Meist handelt es sich auf Webseiten um einen Button, der dann auf eine weitere Seite verweist mit der Aufforderung, eine bestimmte Handlung auszuführen. In Ihrem Fall können Sie Formulare oder Anforderungsprofile sowie hochzuladende Dokumente wie Zeugnisse, Lebenslauf oder Weiterbildungszertifikate vorbelegen. Sie vereinfachen damit enorm den Bewerbungsprozess, sowohl für sich selbst als auch für die Bewerber. Auch hier helfen Agenturen.
- **Keywords nutzen:** Die meisten Jobsuchenden schauen online nach Stellenausschreibungen. Um diejenigen besser zu finden, die genau zu ihnen passen, nutzen sie Keywords, also Suchbegriffe, die mit Ihrer zu vergebenden Stelle in Verbindung stehen. Schauen Sie sich an, welche Begriffe für Zahnärzte oder für Mitarbeiter im Text enthalten sein sollen und welche Sie verwendet haben. Je besser Ihre Stellenanzeigen auf die gesuchten Bereiche angepasst sind, desto mehr Chancen haben Sie, die geeigneten Leute anzusprechen.
- **Positionierung:** Heute gibt es eine Flut an Möglichkeiten, um eine Stellenausschreibung zu platzieren. Es gibt unzählige Jobbörsen im Internet, die zum Teil sehr sinnvoll, aber auch teuer und falsch für Ihre Zielgruppe sind. Überlegen Sie gut, wo Sie zu finden sein wollen. Hier ein paar Empfehlungen:
 - Soziale Medien wie Facebook oder Instagram etc.
 - Fachzeitschriften
 - Kontakte über Softwarehäuser, Depots oder die Industrie
 - Ganz wichtig: die eigene Homepage!
 - Jobbörsen für Physios, wie z. B. physio.de oder therapeutenonline.de

WEITERLESEN IM INTERNET

- Drehen Sie den Spieß um: So bewerben Sie sich bei Ihren künftigen Mitarbeitern [ZP 01/202“, Seite 12]
- Es muss passen: So rekrutieren Sie Bewerber mithilfe von Anforderungsprofilen [ZP 10/2024, Seite 13]

Alles auf den Punkt bringen, nicht labern

Machen Sie es
Bewerbern so
einfach wie möglich

Heutzutage wird
auch nach offenen
Stellen gegoogelt



ARCHIV



iww.de/zp