

Personalmarketing für die Arztpraxis

Die richtigen Mitarbeiter finden

WIEN – Die richtigen Mitarbeiter zu haben, ist heute ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil für Ihr Unternehmen Arztpraxis. Viktoria Hausegger, Geschäftsführerin der Agentur Mehrwertmarketing: „Dies sollte daher schon bei der Auswahl neuer Mitarbeiter berücksichtigt werden. Wer hier schon erfolgreich ist, spart sich später Zeit, eine Menge Konflikte und finanzielle Mittel.“



Foto: Archiv

Viktoria Hausegger

In Arztpraxen stellen die Mitarbeiter den größten Kostenfaktor dar – und deshalb werden auch hier die meisten Sparmaßnahmen vorgenommen. Unberücksichtigt der Tatsache, dass die Mitarbeiter gleichzeitig einer der größten Aktivposten der Praxis sind! „Einen Mitarbeiter einstellen verursacht im Jahr durchschnittlich Kosten zwischen 25.000 und 40.000 Euro. Wird zum Vergleich in Sachgüter investiert, werden aufwendige Vergleiche und Auswahlverfahren durchgeführt; Besprechungen mit unterschiedlichen Spezialisten sind hier selbstverständlich. Bei der Mitarbeiterauswahl verlassen sich die meisten Ärzte aber auf ‚ihr Gefühl‘, warnt die Marketing-Expertin. Eine Fehlentscheidung

in diesem Bereich kann sehr teuer kommen: wiederholtes Schalten von Stellenanzeigen, Bewerbungsgespräche, Einarbeitungszeiten, zusätzliche benötigtes Aushilfspersonal bei vermehrten Ausfällen, unzufriedene Patienten, ein gestörtes Betriebsklima, eine chaotische Organisation.

Inserate ansprechend gestalten

Leider wird in der Praxis für die Auswahl eines neuen Mitarbeiters fast nie die gleiche Aufmerksamkeit und Energie investiert wie für eine andere Investitionsentscheidung in sehr viel geringerer Größenordnung. Hausegger: „Aber gute Mitarbeiter sind Goldes wert – ein paar Euro mehr für eine Stellenanzeige machen sich bezahlt!“ Zeitungsinserate kosten Geld, aber die Zeit für Bewerbungsgespräche und eine Fehlbesetzung verursachen weitaus mehr Kosten. Deshalb kann durch

eine durchdachte und professionell gestaltete Anzeige eine Vorselektion getroffen werden, die eine Menge Zeit und Kosten spart.

Hausegger: „Nimmt man gängige Stellenanzeigen unter die Lupe, so fällt auf, dass hier meistens von Teamfähigkeit, Belastbarkeit und überdurchschnittlicher Leistungsbereitschaft die Rede ist. Was diese standardisierten Phrasen dem Leser genau vermitteln sollen, bleibt unklar.“ Die meisten Stellenanzeigen für Praxen sind wie Anforderungsprofile formuliert und nicht mehr als reine Stellenbeschreibungen: Erforderliche Kenntnisse und Vorausset-

zungen werden im Detail beschrieben, das Angebot fehlt jedoch: Die Mitarbeiter verbringen einen Großteil der Zeit in der Praxis. „Es ist also durchaus verständlich, wenn sich Stellensuchende für das Arbeitsumfeld interessieren, das ihren Stärken, Anforderungen und Bedürfnissen entgegenkommt“, erklärt Hausegger.

Gute Kräfte haben immer eine gute Stellenauswahl, deshalb ist es sehr wichtig, auch Stelleninserate emotional gut aufzubereiten: Umfragen bei Arbeit suchenden Arzthelferinnen, denen verschiedene Stelleninserate vorgelegt wurden, ergaben eine interessante Erkenntnis: Der

ausführlichste Text, mit den freundlichsten Formulierungen, in dem von Team und Integration, aber auch von höchsten Anforderungen an die gesuchte Helferin, den Erwartungen an einen überdurchschnittlichen Einsatz etc. die Rede war, bekam den größten Zuspruch von engagierten Top-Kräften. Die knappe Aussage: „Arzthelferin für allgemeinmedizinische Praxis gesucht“ traf auf kein Interesse.

Wichtig ist es, dass ein Stelleninserat bewusst eine emotional ansprechende, kreative Werbung für die Praxis ist. Letztlich sollen möglichst viele gute Bewerber angesprochen werden. Wichtig ist, dass nicht nur Forderungen gestellt werden, sondern auch ein attraktives Angebot da ist – etwa Infos über ein gutes Arbeitsklima, die Arbeitszeiten, gesicherten Arbeitsplatz, evtl. Benefits wie betriebliche Altersvorsorge, Fahrtkostenerstattung oder flexible Arbeitszeitgestaltung. Hausegger: „Machen Sie Ihre Praxis interessant – so ziehen Sie Interessenten zu Ihrer Praxis!“ *red*



Checklist

Folgende Inhalte sollte eine erfolgreiche Stellenanzeige beinhalten:

- ▶ Beschreibung der Praxis
- ▶ Praxisphilosophie (Leitbild)
- ▶ Was ist das Besondere an Ihrer Praxis?
- ▶ Wer und wie sind die Kollegen?
- ▶ Wie sieht das Umfeld aus?
- ▶ Welche Informationen sind für die Bewerber besonders interessant?
- ▶ Was sind die konkreten Aufgaben des künftigen Mitarbeiters?
- ▶ Was ist der Sinn der jeweiligen Aufgabenstellung?
- ▶ Welche Ausbildung muss der Bewerber haben?
- ▶ Wie viel Erfahrung muss er bereits mitbringen?
- ▶ Wie gestalten Sie die Arbeitszeiten?
- ▶ Was ist Ihr Angebot als Arbeitgeber?

Info: Viktoria Hausegger ist Geschäftsführerin der Agentur mehr.wert. für Ärzte und Apotheker.
www.mehrwertmarketing.at

