Wenn der Bewerber nicht mehr klingelt … So finden Praxen neue Mitarbeiter

Ein Beitrag von Thomas Völkl, Rhetorik- und Kommunikationstrainer sowie ehemaliger Headhunter.

„Bei uns bewirbt sich einfach keiner mehr!“ Eine Aussage, die man landauf, landab aus vielen Unternehmen hört. Noch gibt es in einigen Branchen genug Bewerber, während andere tatsächlich leer ausgehen und nicht wissen, wie sie Ausbildungsplätze oder offene Stellen besetzen sollen. Gemäß dem Zitat von Leo Tolstoi „Was du heute denkst, wirst du morgen tun“, sind Unternehmen gut beraten, die Weichen im Bewerbungsprozess jetzt neu zu stellen. Die Personalauswahl macht nicht halt vor den bekannten Herausforderungen. Globalisierung, Digitalisierung und Agilität allerdings werden das Recruiting noch viel stärker verändern, als es sich Unternehmer derzeit vielleicht vorstellen können und wollen.

Eine aktuelle Studie, die das Basler Forschungsinstitut Prognos Ende August 2017 veröffentlicht hat, sagt für den deutschen Arbeitsmarkt einen dramatischen Fachkräftemangel voraus: „Auch wenn Ungewissheiten beim Blick in die Zukunft bestehen und gerade auch die Digitalisierung zu Veränderungen der Arbeitsnachfrage führen wird: Die Prognos AG hat für das Jahr 2030 eine Fachkräftelücke von etwa 3 Millionen, für 2040 von rund 3,3 Millionen, errechnet“ (Quelle: www.prognos.com). Natürlich gilt dies, wie eingangs bereits beschrieben, nicht für alle, aber ganz sicher für eine Vielzahl an Branchen: Im Gastgewerbe, im Medizinsektor oder in den technischen Berufen werden Fachkräfte zukünftig ohne jeden Zweifel immer knapper, Auswirkungen deutlich spürbar. Auch viele kieferorthopädische Praxen spüren bereits heute die Auswirkungen des Wandels am Arbeitsmarkt. Ausgeschriebene Stellen bleiben unbesetzt, Bewerbungen gehen erst gar nicht ein. Umgekehrt gibt es KFO-Praxen, die nach wie vor eine Auswahl an möglichen Bewerbern haben und auch erfolgreich neue Mitarbeiter einstellen können. Aber was unterscheidet nun die einen von den anderen Praxen?
Eigentlich ist es ganz einfach und doch auch wieder nicht, weil veraltete Denkmuster und alteingesessene Strukturen aufgebrochen werden müssen. Genau da ist die viel zitierte Agilität gefordert, sind neue, auch digitale Wege gefragt. Unabhängig davon legen die erfolgreichen Praxen in jedem Fall Wert auf eine exzellente Personalauswahl und überlassen im Prozess der Personalsuche nichts dem Zufall. Dieser wird vielmehr zur „Chefsache“. Die Zeiten, in denen man auf eine einmal in einer Tageszeitung veröffentlichte Stellenanzeige ausreichend Bewerbungen bekommen hat, sind nun einmal vorbei. Ein langfristiges und der Zielgruppe angepasstes Bewerbermanagement ist notwendig. Leichter gelingt dies in folgenden vier Schritten:

1. Lernen Sie sich kennen

Jede KFO-Praxis spricht eine andere Sprache, hat andere Mitarbeiter und arbeitet anders. Hier gilt es, genau zu definieren, welche Art von Praxis man ist. Eine Einzelpraxis agiert anders als ein Praxisverbund. Ein Familienbetrieb anders als eine Partnerpraxis. Auch die Analyse der bestehenden Mitarbeiter/-innen ist eine wunderbare Möglichkeit, sich besser kennenzulernen. Der rote Faden, der eine kieferorthopädische Praxis in all ihren Facetten, Unterschiedlichkeiten und Herausforderungen zusammenhält, ist das Leitbild, das anhand folgender Fragen erstellt werden kann:

- Wofür steht unsere KFO-Praxis, was leistet sie, und warum ist sie erfolgreich?
- Welche Praxiskultur wird gelebt?
- Nach welchen Werten und Maßstäben wird in unserer Praxis gehandelt?
- Welche Vision treibt unsere Praxis an?
- Wie lauten die Praxisziele?

Im Idealfall kurz, prägnant und anschaulich formuliert, hat das Leitbild im Bewerbungsprozess eine leitende Funktion. Es hilft der Praxis, klar zu definieren, welche Menschen mit welchen Fähigkeiten, Werten und Normen notwendig sind, um den Weg gemeinsam erfolgreich weiter zu beschreiten.
Schließlich müssen die Praxiskultur und das Wertesystem der Praxis zur Persönlichkeit des neuen Mitarbeiters passen und umgekehrt. Deshalb ist das Leitbild auch Grundlage und Mittelpunkt der Gespräche und vielfältigen Berührungspunkte mit den potenziellen Kandidaten. Wo auch immer Menschen erfolgreich zusammenarbeiten sollen, spielen Werte und Tugenden eine entscheidende Rolle. Umso wichtiger ist es, diese in einen wertschätzenden Bewerbungsprozess einfließen zu lassen und sich dabei der eigenen Praxiswerte bewusst zu werden.

2. Definieren Sie, wen Sie exakt suchen

Je klarer typische Praxissituationen beschrieben werden, die auf einen neuen Mitarbeiter zukommen können, und je klarer man sich hier ist, welche Reaktion oder welches Verhalten dabei von einem idealen Mitarbeiter gewünscht wird, desto klarer kann beschrieben werden, wie ein idealer Kandidat aussieht. Ein weiteres Ergebnis dieser fundierten Analyse ist, dass dabei typische Interessen und Vorlieben beschrieben werden können. Und diese spielen eine große Rolle, um die Zielgruppe der möglichen Kandidaten enger einzugrenzen oder zu lokalisieren. So sind beispielsweise Teamplayer, die das Zusammenspiel mit Kollegen beherrschen müssen, vielleicht leichter im Teamsport oder in der Musik, im Orchester oder Chor zu finden.

ANZEIGE

ABOSERVICE
KN Kieferorthopädie Nachrichten

Schnell. Aktuell. Praxisnah.

BESTELLUNG AUCH ONLINE MÖGLICH
www.oemus-shop.de

KN KIEFERORTHOPÄDIE NACHRICHTEN
Die Zeitung von Kieferorthopäden für Kieferorthopäden I www.kn-aktuell.de
Nr. 12 | Dezember 2017 | 15. Jahrgang | ISSN: 1612-2577 | PVSt: 62133 | Einzelpreis 8,– €
Ganz nah am „idealen“ System
KFO und Chirurgie
IHR PARTNER IN DER KFO Ormco

Lesen Sie in der aktuellen Ausgabe u. a. folgende Themen:

Wissenschaft & Praxis
Digitale Abformung – Dr. Miriam Klitzschmüller und Dr. Peter Schicker berichten von ihren Erfahrungen rund um den Einsatz des geführten Scans der CEREC Ortho Software und zeigen die Vorteile für Patienten und Praxis auf.

Praxismanagement
Cyberkriminalität – Wie KFO-Praxen sich wirkungsvoll schützen können, erläutert Dr. Michael Visse. Der Kieferorthopäde aus Lingen sensibilisiert für das Thema und gibt konkrete Ratschläge.

Events
Über 500 Teilnehmer in Berlin – Erstmaliger Gemeinschafts-kongress vom Berufsverband Deutscher Oralchirurgen, der Deutschen Gesellschaft für Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie, der Deutschen Gesellschaft für Kieferorthopädie und dem Berufsverband Deutscher Kieferorthopäden war ein voller Erfolg.

Fax an 0341 48474-290

Ja, ich möchte die Informationsvorteile nutzen und sichere mir folgende Publikationen bequem im günstigen Abonnement:

☐ KN Kieferorthopädie Nachrichten 10 x jährlich 75,– Euro*
☐ cosmetic dentistry 4 x jährlich 44,– Euro*
☐ digital dentistry 4 x jährlich 44,– Euro*

Widerrufsbelehrung: Den Auftrag kann ich ohne Begründung innerhalb von 14 Tagen ab Bestellung bei der OEMUS MEDIA AG, Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig schriftlich widerrufen. Rechtzeitige Absendung genügt. Das Abonnement verlängert sich automatisch um 1 Jahr, wenn es nicht fristgemäß spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird.

* Alle Preise verstehen sich inkl. MwSt. und Versandkosten (Preise für Ausland auf Anfrage).

Name/Vorname
Straße/PLZ/Ort
Telefon/E-Mail
Unterschrift
Stempel
KN 12/17

OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29 · 04229 Leipzig · Tel.: 0341 48474-201 · grasse@oemus-media.de

Wer eine Reise macht, muss sein Ziel kennen. Auf die Personalrekrutierung übertragen bedeutet dies schlicht und einfach: Wenn eine KFO-Praxis Personal sucht, muss sie wissen, was sie mit dieser Person erreichen will. Erst dann wird die Zeit der Zusammenarbeit eine erfolgreiche sein. Und das bedeutet, am besten einfach einmal gedanklich in die Zukunft zu reisen, genauer gesagt in die Zeit, in der der neue Mitarbeiter bereits in der Praxis tätig ist. Im besten Fall wird das betreffende Team mit auf die Zeitreise genommen, um gemeinsam festzustellen, was sich durch die Mitarbeit des Neuen geändert hat. Zeit für einen gemeinsamen Reisebericht:

- Welche Aufgaben wurden erledigt?
- Wo konnten wir positive Veränderungen feststellen?
- Was hat sich für das Team, in dem der neue Mitarbeiter arbeitet, geändert?
- Wie und wo hat sich die Praxis verändert?

Ein spannender Weg des Sich-Fragens und der Antwortsuche, in dessen Fokus wertvolle Analysen, breit gefächertes Hintergrundwissen und vor allem eines steht: Die Erfahrung der Praxis, besser gesagt ihrer Mitarbeiter. Bisherige Stelleninhaber und auch zukünftige Teamkollegen sind eine wertvolle Ressource auf dem Weg der exzellenten Personalsuche. Werden erst einmal alle Tätigkeiten möglichst detailliert aufgeschrieben, ergeben sich nicht selten ganz nebenbei wichtige Erkenntnisse zur generellen Teamzusammensetzung, zu vakanten Aufgabenfeldern und neuen Möglichkeiten der Zusammenarbeit im bestehenden Team.

3. Passen Sie Ihre Stellenanzeige entsprechend an

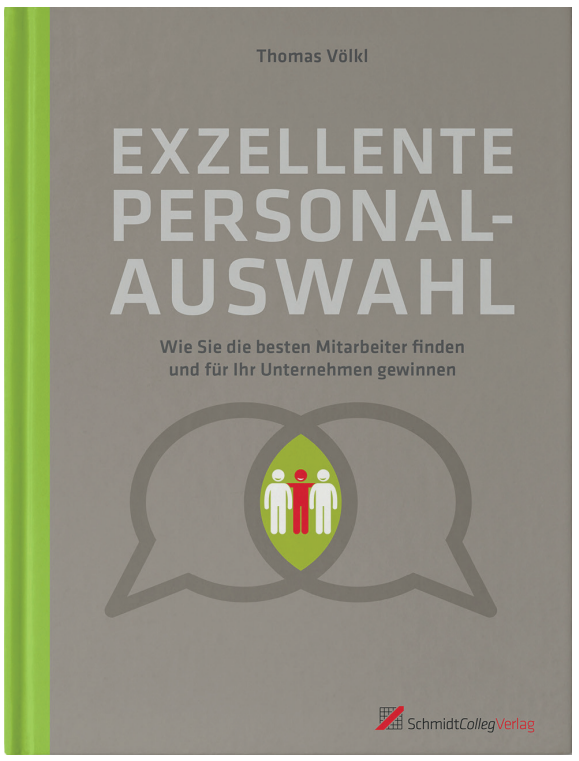
Genug Gedanken gemacht. Jetzt ist es Zeit, diese Gedanken in die passende Form zu gießen, in die Form einer Stellenanzeige. Wo und wie auch immer diese Anzeige veröffentlicht wird, es lohnt sich IMMER, eine gut durchdachte Stellenanzeige zu kreieren und diese an die Definition der Zielgruppe möglichst genau anzupassen. In erster Linie gilt: Schriftlichkeit sorgt für Klarheit. Klarheit schafft Verbindlichkeit. Erst nach einer schriftlichen Fixierung wird klar, inwieweit Ergebnisse aus Diskussionen und Abstimmungen im Vorfeld von allen Beteiligten gleich verstanden und wahrgenommen wurden. Die Weitergabe der Informationen über die zu besetzende Stelle unterstützt den Kommunikationsprozess in die Praxis hinein und beugt Missverständnissen vor.

> Die Stellenanzeige muss „dem Fisch schmecken, nicht dem Angler".

Eine verschriftlichte Stellenanzeige ist ein wichtiges internes Instrument zur Klärung des gemeinsamen Zieles. Wichtig dabei ist: Die Stellenanzeige muss „dem Fisch schmecken, nicht dem Angler". Also am besten in die Rolle des suchenden Betrachters schlüpfen und sich in dessen Umgebung umschauen.

4. Gehen Sie aktiv auf die Zielgruppe zu

Der nun entscheidende Schritt ist es, direkt auf die Zielgruppe zuzugehen und nicht nur durch ein Inserat in einer Tageszeitung zu hoffen, zufällig die Zielgruppe anzusprechen. Vereine z. B. stellen eine gute Möglichkeit dar, Personen mit bestimmten Vorlieben oder Erfahrungen zu finden. Anzeigen für offene Stellen auf Ebay sprechen ebenfalls ein ganz spezielles Klientel an, wie auch Anzeigen auf XING. Je gezielter und klarer die Zielgruppe und damit auch der optimale Kommunikationskanal definiert sind, desto erfolgreicher läuft die Personalsuche. Innovative Wege sind gefragt: Auf seiner Internetseite hat eine Praxis beispielsweise eine Sammlung von Hinweisen und Tipps rund um das Thema Bewerbung, Lebenslauf, Anschreiben u. a. erfasst und kostenlos zur Verfügung gestellt. Diese kleinen Tipps kommen sehr gut an und werden weiterempfohlen. So kommen wieder neue Besucher auf die Karriereseiten der Praxis, und es entsteht nach und nach ein Erfolg versprechender Bewerberpool. Mitarbeiter erfahren aus der Zeitung, dass ein neuer Kollege gesucht wird? Schade, denn damit bleibt eine wichtige Suchoption außen vor – die eigenen Mitarbeiter. Umfragen des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) zeigen deutlich: Jede dritte Stelle wird über Mitarbeiter und persönliche Kontakte besetzt. Für Praxen bedeutet das: Bitte keine Geheimakte aus der Personalpolitik machen, sondern offene Stellen unbedingt intern kommunizieren. So werden aus Mitarbeitern wertvolle Mitsucher von neuen Mitarbeitern. Jede Führungskraft in Praxen muss und darf wissen, welche offenen Stellen zu besetzen sind und welche Personen dafür gesucht werden. Auch die Personen, die nicht direkt am Bewerbungsprozess beteiligt sind, müssen von der geplanten Neubesetzung wissen. Und schon gewinnt der Multiplikationseffekt an Wirksamkeit.



Der Autor hat zum Thema ein Buch veröffentlicht. Thomas Völkl – „Exzellente Personalauswahl", SchmidtColleg Verlag, ISBN 978-3-943879-05-6.

Auf den Punkt gebracht: Je besser die Praxiskultur und der ideale Kandidat beschrieben sind, desto leichter können Praxen ihre Rekrutierungsstrategie anpassen und festlegen. Keine Möglichkeit, potenzielle Kandidaten anzusprechen, darf vernachlässigt werden. Dabei ist es wichtig, die Hürde, sich zu bewerben, so flach wie möglich zu halten. Eine mehrseitige Onlineplattform oder eine verpflichtende postalische Bewerbung mit Anschreiben, Lebenslauf und Zeugnissen kann bereits zu viel verlangt sein und potenzielle Kandidaten abschrecken. Ausreichend sind für das Erste in vielen Fällen Name und Telefonnummer. Denn damit hat eine Praxis die Chance, den Interessenten zu kontaktieren, ein erstes Telefoninterview durchzuführen oder zu einem Vorstellungsgespräch einzuladen. Der Lebenslauf kann dann immer noch eingefordert werden. Sobald aber ein persönlicher Kontakt besteht, ist der erste Schritt getan, um den besten Mitarbeiter zu finden und für die Praxis zu gewinnen. KN

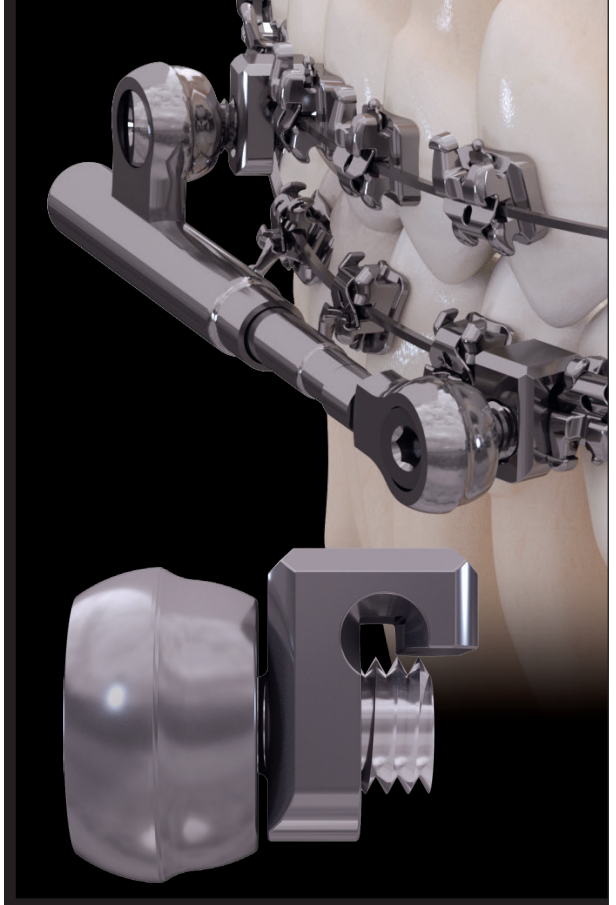
KN Kurzvita

Thomas Völkl
[Autoreninfo]

KN Adresse

Thomas Völkl
die WortMacherei GbR
Hinter dem Kloster 22
95478 Kemnath
Tel.: 09642 5489896
info@diewortmacherei.de
www.diewortmacherei.de

ANZEIGE



powerSCOPE™ 2

POWERSCOPE
KLASSE-II-KORREKTUR
JETZT NOCH BESSER

American Orthodontics' PowerScope 2 ist die neueste Generation der beliebten Klasse-II-Apparatur PowerScope. Es ermöglicht eine einfache, effiziente und patientenfreundliche Klasse-II-Therapie.

Der verstärkte Aufhängemechanismus vereinfacht die Anbringung und steigert die Lebensdauer

Drei deutlich sichtbare Linien helfen die Aktivierung zu überwachen

Einteilige Apparatur in Einheitsgröße

Einfache Anbringung durch Einhängen auf die Bögen

Ohne vorherigen Zusammenbau oder Laborarbeit einsetzbar

Ein Magnet sorgt für einen sicheren Halt während der Anbringung der Apparatur

Erfahren Sie mehr und sprechen Sie mit Ihrem Außendienstpartner oder besuchen Sie unsere Website americanortho.com/de/PowerScope

AO AMERICAN ORTHODONTICS

©2017 AMERICAN ORTHODONTICS CORPORATION
0800 0264636 | AMERICANORTHO.COM/DE