

Hilfe bei der Gestaltung von Stellenanzeigen

Warum eine gute Stellenanzeige wichtig ist

Ein gutes Praxisteam hat große Bedeutung für den Erfolg einer Praxis, für die Patiententreue und -zufriedenheit. Die Herausforderung für eine Arztpraxis besteht also darin, die besten MFAs und sonstigen Mitarbeitenden zu gewinnen und langfristig zu binden.

Das fängt schon bei der Stellenanzeige an.

Was Sie bei der Gestaltung einer Stellenanzeige berücksichtigen können, haben wir Ihnen in einem Leitfaden zusammengefasst. Stellenanzeigen sollten individuell gestaltet werden. Versuchen Sie, sich in die Lage der Bewerberinnen und Bewerber zu versetzen. Was würde Sie ansprechen?

Warum eine gute Stellenanzeige wichtig ist

Stellenanzeige als Aushängeschild
für Ihre Praxis

Wachsender Bedarf an gutem Personal,
aber weniger Bewerberinnen und Bewerber

Bewerberinnen und Bewerber können sich
aussuchen, wo sie arbeiten möchten

Konkrete Stellenanzeige → „richtige“
Bewerberinnen und Bewerber

Bewerberinnen und Bewerber der Generation Z
setzen gut aufbereitete Informationen voraus

Was gehört in die Stellenanzeige?

1. Wen suchen Sie? (Anzeigentitel)

2. Wer sind Sie als Arbeitgeber?

6. Kontaktaufnahme/Bewerbung



5. Was bieten Sie als Arbeitgeber

3. Beschreibung des Aufgabenbereichs

4. Anforderungen an Bewerberin/Bewerber

Bild: ©Truffelpix/Stock, Adsbe.com

1) Wen suchen Sie? (Anzeigentitel)

So ausführlich wie nötig, so kurz wie möglich! Beschreiben Sie kurz, welche Stelle zu besetzen ist und geben Sie nach Möglichkeit die wichtigsten Informationen schon dabei an.

Beispiel:

So Nicht: „Arzthelferin gesucht“

Besser: „Medizinische Fachangestellte (m/w/d) für allgemeinmedizinische Praxis in Saarbrücken“

Tipp:

Formulieren Sie klar, wen Sie suchen!

Das ist nicht nur wichtig, um die richtigen Bewerberinnen und Bewerber anzusprechen. Ihre Stellenanzeige ist nicht die einzige! Eine schlechte Beschreibung sorgt nicht nur dafür, dass die Anzeige im Zweifel gar nicht gelesen wird, bei Veröffentlichungen im Internet wird sie möglicherweise von den Suchmaschinen gar nicht erst gefunden.

2) Wer sind Sie als Arbeitgeber?

Sie möchten nicht nur Bewerberinnen und Bewerber kennenlernen. Bewerberinnen und Bewerber möchten Sie als Arbeitgeber kennenlernen. Stellen Sie sich und Ihre Praxis deshalb vor.

Geben Sie zum Beispiel folgende Sach-Informationen:

- Anzahl der Ärztinnen/ Ärzte sowie Medizinischen Fachangestellten. Art der Praxis (Einzelpraxis, Gemeinschaftspraxis, MVZ...)
- Fachgruppe
- Ort und Lage (Innenstadt, Parkplatz vorhanden, etc.)
- Eintrittstermin; ggf. Befristung (z.B. Elternzeitvertretung)
- Grund der Stellenausschreibung, zum Beispiel Verstärkung des Teams, Ausscheiden einer Mitarbeiterin in den Ruhestand

Wichtig sind aber auch weitere Informationen wie Ihre Ziele, Ihre „Praxiskultur“, besondere Auszeichnungen, zum Beispiel als familienfreundlicher Arbeitgeber etc.

Tipps:

Seien Sie gerne kreativ!

Überlegen Sie, warum Sie und Ihre Kolleginnen gerne in der Praxis arbeiten. Was ist das Besondere? Welche Rahmenbedingungen machen Ihnen die größte Freude? Zum Beispiel: Nette Chefs, tolles Team, gute Arbeitsatmosphäre. Dinge, die die Praxis besonders attraktiv machen und vielleicht sogar einzigartig sind, gehören unbedingt in die Stellenanzeige.

Bleiben Sie trotzdem ehrlich!

Sie erwarten Ehrlichkeit von Ihren Bewerberinnen und Bewerbern. Seien Sie es selbst auch und übertreiben Sie nicht. Es hilft nicht, Dinge besser darzustellen als sie sind. „Neue helle, freundliche Praxisräume“ sollten sich im Vorstellungsgespräch deshalb nicht als dunkle Praxis entpuppen, in der seit Jahren nicht renoviert wurde.

3) Aufgabenbereich

Beschreiben Sie die Aufgaben, die regelhaft auf dieser Stelle anfallen, zum Beispiel:

- Patientenannahme
- Terminvergabe
- Medizinische Dokumentation
- Vorsorgeuntersuchungen
- Unterstützung der Ärztinnen und Ärzte in der Sprechstunde
- usw.

Achten Sie dabei darauf, dass Sie sich auf die wesentlichen Aufgaben beschränken und die Aufgabenbeschreibung nicht überfrachten. Gerade wenn Aufgabenbereiche – oder die nachfolgend aufgeführten Anforderungen – sehr ausführlich formuliert sind und bei „Was bieten Sie als Arbeitgeber“ (siehe unten) nur

wenig zu lesen ist, entsteht ansonsten ein Missverhältnis, das in einem arbeitnehmerfreundlichen Arbeitsmarkt nicht gut ankommt.

Tipps:

Werden Sie konkret!

„Interessante Aufgaben“ sagt nichts über die Tätigkeit aus. Nennen Sie die konkreten Aufgaben, wenn möglich sogar EDV-Programme, mit denen gearbeitet wird.

Direkte Ansprache!

Natürlich können Sie die Aufgaben einfach aufzählen. Persönlicher wirkt es, wenn Sie die Adressatinnen und Adressaten Ihrer Stellenanzeige direkt ansprechen: „Sie vereinbaren die Patienten-Termine“, „Sie unterstützen unsere Ärztinnen und Ärzte...“,

4) Anforderungen an Bewerberinnen und Bewerber

Um eine passende Mitarbeiterin oder einen passenden Mitarbeiter einzustellen, müssen Sie genau wissen, welche Kenntnisse und Fähigkeiten die Person für die Stelle haben muss.

Diese Anforderungen lassen sich grob in die so genannten „Hard Skills“ (=Fachkompetenz) und „Soft Skills“ (Soziale Kompetenz) einteilen.¹

Beispiele zur Fachkompetenz:

- Welche Schul- und Ausbildung sollte die Bewerberin/ der Bewerber mitbringen?
- Sind besondere Sprachkenntnisse für die Stelle erforderlich?
- Ist es sinnvoll, für die Stelle bereits Berufserfahrung mitzubringen?
- Sind bestimmte Weiterbildungen erforderlich oder werden spezielle Kenntnisse benötigt (z.B. Röntgenschein o. ä.)?

Beispiele zur sozialen Kompetenz:

- Organisationstalent
- Selbstständiges Arbeiten
- Teamorientierung

Auch hier gilt: Nicht zu viel, nicht zu wenig.

Tipps:

Wichtiges vom Unwichtigeren trennen.

Nennen Sie die Punkte, die Ihnen am wichtigsten sind, zuerst. Verzichten Sie auf Selbstverständlichkeiten. Natürlich erwarten Sie von einer neuen Mitarbeiterin oder einem neuen Mitarbeiter Höflichkeit. Warum dann erwähnen? Solche Formulierungen schützen nicht vor wenig qualifizierten Bewerberinnen und Bewerbern und kosten nur Platz!

Nicht zu viel, nicht zu wenig!

Wie auch beim Aufgabenbereich gilt: Beschränken Sie sich auf das Wesentliche.

„Zwingend“ („Must Haves“)/

„Wünschenswert“ („Nice to Have“)

Vermutlich gibt es Kenntnisse und Fähigkeiten, die absolut unabdingbar sind. Die neue Mitarbeiterin/ der neue Mitarbeiter muss Blut abnehmen können? Dann ist diese Anforderung natürlich zwingend.

Wahrscheinlich gibt es aber auch Punkte, die erlernt werden können: Sie arbeiten zum Beispiel mit einem bestimmten Computerprogramm? Dann geben Sie „Kenntnisse in xy“ als „wünschenswert“ an und machen damit deutlich, dass sie nicht zwingend sind.

Der Ton macht die Musik!

Natürlich können Sie die Anforderungen, die Sie an die Bewerberin oder den Bewerber stellen, auch genauso nennen. Aber klingt „Wir wünschen uns von Ihnen“ nicht gleich viel freundlicher?

5) Was bieten Sie als Arbeitgeber?

Dieser Teil ist besonders wichtig. Denn hier bewerben Sie Ihre Praxis! Hier können Sie Anreize nennen, die Attraktivität einer Beschäftigung in Ihrer Praxis steigern. Zu diesen Themen gehört nicht nur das Thema Gehalt.

Weitere Punkte sind beispielsweise:

- Geld- und Sachzuwendungen (z.B. kostenloser Parkplatz, Jobticket, betriebliche Altersvorsorge, Sonderzahlungen, betriebliche Gesundheitsförderung)
- In-Job-Maßnahmen (Unterstützung bei Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen; Investitionen in die Praxisausstattung, z.B. Headset; Teambildende Maßnahmen wie Teambesprechungen)
- Unterstützung der Work-Life-Balance (wie flexible Teilzeitmodelle, Möglichkeit zum Homeoffice, zusätzliche Urlaubstage...)
- Sonstige Anreize

Tipp:

Auf die Formulierung achten!

„Zufriedenstellendes Gehalt“ ist kein Anreiz, sich in Ihrer Praxis zu bewerben.

Es ist in Deutschland nicht verpflichtend, in einer Stellenanzeige Angaben zum Gehalt zu machen und wird vielfach sogar noch als Tabuthema gesehen.

Eine grobe Angabe kann aber von Vorteil sein, insbesondere wenn die Bezahlung zum Beispiel übertariflich ist.

6) Die Kontaktaufnahme

Per Post? Per Mail? Über eine Homepage?

Wie möchten Sie die Bewerbungsunterlagen haben? Geben Sie hier an, ob Sie eine Bewerbung per Post wünschen oder ob sich eine Bewerberin/ ein Bewerber zum Beispiel auch per E-Mail oder über ein Formular auf Ihrer Homepage bewerben kann.

Ansprechpartnerin/ Ansprechpartner nennen
Legen Sie eine Ansprechpartnerin/ einen Ansprechpartner fest, die/ der die Bewerbungen sammelt und ggf. Rückfragen beantwortet. Das können Sie natürlich auch selbst sein.

Chiffre?

Chiffre-Anzeigen sollten nach Möglichkeiten vermieden werden. Sie sind deutlich unflexibler als „normale“ Stellenausschreibungen, da Sie Ihre Praxis nur umschreiben können, um nicht erkannt zu werden. Vertrauen vermittelt das

einer potenziellen Bewerberin/ einem potenziellen Bewerber aber nicht.

Tipp:

Auf Vertraulichkeit achten
Bewerbungen enthalten vertrauliche Angaben und sollten auch vertraulich behandelt werden. Sorgen Sie dafür, dass sie nur den mit dem Bewerbungsprozess vertrauten Mitarbeiterinnen oder Mitarbeitern zur Verfügung stehen.

Die Gestaltung der Stellenausschreibung

Natürlich ist der Inhalt das Wichtigste. Trotzdem können Sie schon mit Kleinigkeiten darauf achten, dass Ihre Anzeige ansprechend wirkt:

- 1) Fallen Sie (positiv) auf! Wenn sich Ihre Stellenausschreibung von anderen unterscheidet, wird Sie eher wahrgenommen.

Das kann zum Beispiel durch eine auffällige Überschrift sein, warum die Arbeit gerade in Ihrem Praxisteam Spaß macht. Hier ist durchaus auch Humor erlaubt.

- 2) *Klare Struktur:* Achten Sie darauf, die unterschiedlichen Informationen in Absätze zu packen, zum Beispiel nach den oben erwähnten Punkten. So ist sie für eine Bewerberin/ einen Bewerber deutlich übersichtlicher.

- 3) Heben Sie besonders wichtige Punkte zum Beispiel **Fettdruck** oder **Farbe** hervor.

- 4) „*Ein Bild sagt mehr...*“: Verwenden Sie ein Logo und/ oder Bilder: Je auffälliger Ihre

Anzeige, desto besser wird sie gesehen! Wenn möglich, nutzen Sie ein Bild, z.B. des aktuellen Praxisteam* (*hier immer an das Einverständnis der abgebildeten Personen denken) oder ein Bild der Praxisausstattung, schickes Wartezimmer o.ä.

Wenn Sie kein Bild haben, könnten Sie zumindest das Logo Ihrer Praxis verwenden.

- 5) *Das Corporate Design:* Wenn Sie ein klar definiertes Corporate Design haben, sollte sich das im Layout Ihrer Stellenausschreibung wiederfinden.

Das heißt: Wenn Sie zum Beispiel bestimmte Designvorgaben in Ihrer Praxis nutzen, wie Farbschema, und dieses auch für Ihre Homepage nutzen, sollten Sie diese Linie auch in der Stellenausschreibung beibehalten.

Die Platzierung der Stellenanzeige: Neue Wege gehen.

Nutzen Sie die üblichen Wege, haben Sie aber auch Mut. Neues zu probieren.

- 1) Sprechen Sie Freunde, Bekannte, Verwandte an.
- 2) Gibt es frühere Mitarbeiterinnen, die gekündigt haben, aber inzwischen gerne wieder zurückkämen?
- 3) Verteilen Sie Zettel mit der Stellenanzeige in alle Briefkästen im Umkreis von (z.B. 500 m) rund um Ihre Praxis.
- 4) Legen Sie diese Zettel auch in Ihrer Praxis aus und geben sie allen Patienten mit.
- 5) Stellen Sie die Stellenanzeige auf die Startseite der Internetseite ihrer Praxis.
- 6) Falls die Praxis in den Sozialen Medien aktiv ist, teilen Sie die Anzeige dort.
- 7) Schalten Sie die Personalanzeige in Gemeindeblättern und ähnlichen Medien.

Was sonst noch wichtig ist

Du oder Sie?

Die Frage ist nicht einfach zu beantworten. Die Duz-Kultur ist in bestimmten Unternehmen, zum Beispiel Agenturen, Start-Ups etc. in den letzten Jahren mit Sicherheit häufiger geworden und durchaus auch üblich in der Generation Z.

Wichtig ist es hier, authentisch zu bleiben. Wenn es in Ihrer Praxis üblich ist, dass sich alle duzen, kann das auch in der Stellenausschreibung so übernommen werden. Wenn eine Stellenanzeige in der Du-Form formuliert ist, sollte aber auch im gesamten Bewerbungsprozess und auch danach dabei geblieben werden.

Fehler vermeiden!

Achten Sie auf gesetzliche Vorgaben/ rechtliche Anforderungen. Das betrifft insbesondere die Anwendung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG).

„Ziel des Gesetzes ist, Benachteiligungen aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität zu verhindern oder zu beseitigen“³.

Was heißt das für Sie in der praktischen Anwendung?

Nachfolgend einige Beispiele, die sich aus dem AGG ableiten lassen. Die Aufzählung hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit:

- Achten Sie auf eine **geschlechtsneutrale Formulierung!** Das ist zum Beispiel durch die Kennzeichnung (m/w/d) im Titel möglich. Es bedeutet, dass sich die Stellenausschreibung an alle Geschlechter richtet: männlich, weiblich und divers.

Die geschlechtsneutrale Formulierung sollte sich durch den gesamten Text ziehen und nicht nur auf die Überschrift begrenzt sein.

- **Beziehen Sie sich nicht auf das Alter** von potenziellen Bewerberinnen oder Bewerbern. Vermeiden Sie also Formulierungen wie „Junge belastbare MFA gesucht“, „...jung und dynamisch...“ oder „Junges Team sucht...“
- **Vorsicht bei Formulierungen zur Berufserfahrung:** Halten Sie diese Hinweise möglichst allgemein. „Langjährige

Berufserfahrung“ oder „Mindestens x Jahre Berufserfahrung...“ könnte dazu führen, dass sich eine jüngere Bewerberin oder ein jüngerer Bewerber ausgeschlossen fühlen.

- Fordern Sie in Ihrer Stellenausschreibung **kein Bewerbungsfoto** an. Ein Bewerbungsfoto ist in Deutschland nicht verpflichtend und lässt Rückschlüsse auf beispielsweise Alter oder Geschlecht zu.

No Gos



Verwenden Sie beispielsweise diese Formulierungen besser nicht in Stellenanzeigen

Disclaimer: Die vorliegende Liste ist eine Zusammenstellung, die wir nach bestem Wissen und Gewissen erstellt haben. Sie beinhaltet Tipps, die wir für wichtig halten, erhebt aber keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie soll Ihnen lediglich als Hilfestellung bei der Ausarbeitung Ihrer Stellenanzeige für Ihre Praxis dienen.

1 <https://de.wikipedia.org/wiki/Fachkompetenz>

2 https://de.wikipedia.org/wiki/Soziale_Kompetenz

3 Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), § 1 Ziel des Gesetzes (https://www.gesetze-im-internet.de/agg/_1.html)