

Mitarbeiter finden – und behalten!

Gute Mitarbeiter sind für das Unternehmen Praxis ein ebenso entscheidender Faktor wie deren laufende Motivation und ihre Einbindung in ein Team.

Die richtige Mitarbeiterin, den richtigen Mitarbeiter zu finden ist gar nicht so einfach. Bewerber mögen sich viele finden, die geeigneten auszusuchen ist eine anspruchsvolle Aufgabe.

Grundsätzlich gibt es mehrere Möglichkeiten den/die passenden Mitarbeiter zu suchen, etwa durch

- Anzeigen in einschlägigen Fachmedien und/oder regionalen Tageszeitungen,
- Aushang an Gemeindeämtern, in Geschäften, an Ausbildungsstätten,
- über einen Personalberater,
- beim AMS,
- Bewerberlisten der Ärztekammern,
- Empfehlungen von Kollegen oder Mitarbeitern oder
- das Auswerten von Blindbewerbungen.

Personalanzeige. Bevor man eine Anzeige schaltet, ist es notwendig, sich über das Anforderungsprofil des gesuchten Mitarbeiters im Klaren sein. Wenn dieses nach sozialen, fachlichen, organisatorischen und intellektuellen Gesichtspunkten festgelegt wurde, folgt die Auswahl des Mediums (TV, Radio, Print). Am häufigsten ist die Personalsuche per Inserat in Tages- und Wochenzeitungen sowie (Fach-)Magazinen.

Da ein Personalinserat zu Beginn zumeist fett gedruckt wird, liegt hier ein Hauptaugenmerk: Bei „Praxismitarbeiter ...“ oder „Zahnarzt sucht ...“ weiß der Jobsuchende sofort, worum es geht, während „Mitarbeiter gesucht!“ oder „Wir suchen ...“ diese Voraussetzung nicht erfüllen.

Nun geht es darum, den potenziellen Kandidaten, den das Inserat angesprochen hat, mit möglichst vielen Infos zu füttern, z.B. mit Angaben zur gewünschten Ausbildung, Alter, Berufserfahrung, Art des Arbeitsverhältnisses, Dauer und eventuell Bezahlung. Schließlich endet das Inserat mit den verlangten Bewerbungsunterlagen (Adresse, Dienst/Uni-Zeugnisse, Foto, Lebenslauf).

Auswahlverfahren. Als nächsten Schritt werden diejenigen Kandidaten ausgewählt, die dem Anforderungsprofil am ehesten entsprechen. Mit ihnen wird in einem persönlichen Gespräch die tatsächliche Eignung ermittelt - am besten anhand einer Checkliste, die Ausbildung, beruflichen

Werdegang, spezielle Fähigkeiten (Leistungsfähigkeit, Kontaktfähigkeit, Teamfähigkeit ...), Diplome, Praktika sowie Persönliches (Beruf der Eltern, Familienstand, Stärken & Schwächen) und Privates (Hobbys) berücksichtigt.



Praxismitarbeiter: Ein klares Anforderungsprofil hilft bei der Suche - und fördert die Motivation

Gibt es mehrere gleichwertige Bewerber, ist es empfehlenswert, nach einem zweiten Gesprächstermin die endgültige Entscheidung zu treffen. Sinnvoll ist es, die „zweite und dritte Wahl“ in Evidenz zu halten, falls sich der „siegreiche“ Bewerber doch nicht als der Richtige erweist.

Rasch einarbeiten. Nun gilt es, den neuen Mitarbeiter möglichst schnell in seinen Aufgabenbereich einzuführen und in das Team zu integrieren. Neben dem fachlichen Bereich und der Arbeit im Team sollte der Newcomer auch mit den Gepflogenheiten der Praxis vertraut gemacht werden. Beispielsweise mit Rechten und Pflichten, Hierarchieebenen, Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten, Tagesablauf, Vertretungsregelungen, Mitarbeitergespräch, Jour fixe, private Telefonbenutzung, Arbeitszeiten etc.

Zu Beginn sollten in regelmäßigen Gesprächen mit dem Vorgesetzten und dem Team dem „Neuen“ ein Feedback über seine Tätigkeit gegeben werden und die Möglichkeit, viele Fragen zu stellen.

Halten und motivieren. Da die Mitarbeitersuche eine zeitlich aufwändige und daher kostenintensive Angelegenheit ist, gilt es, das Team zusammenzuhalten. Auch die Patienten schätzen es, bekannte Ansprechpartner zu haben statt ständig mit neuen Mitarbeitern konfrontiert zu sein.

„Eine Hauptaufgabe bei Eröffnung einer Praxis oder der Integration eines neuen Mitarbeiters ist es, gemeinsam mit dem Vorgesetzten und dem gesamten Team eine Ordinationsphilosophie zu entwickeln, zu gestalten und gegebenenfalls bei Veränderungen neu zu adaptieren“, empfiehlt Viktoria Hausegger, Inhaberin der Agentur „mehr.wert.für.ärzte und apotheker marketing“. Weiters gilt es, einen USP (Unique-selling-proposition-Alleinstellungsmerkmal) zu erarbeiten, welche die Praxis von den Mitbewerbern unterscheidet und unverwechselbar macht.

Wichtig ist ferner, ein regelmäßiges Teammeeting abzuhalten, bei dem jeder Mitarbeiter seine Wünsche und Verbesserungsvorschläge äußern kann. „Entscheidend ist, dass die vereinbarten Maßnahmen auch umgesetzt werden. Hier ist der Arzt in seiner Position als Führungskraft gefordert“, erläutert Hausegger. Und last but not least ist eine gute, angemessene Bezahlung neben einem angenehmen Betriebsklima ein wichtiger Motivationsfaktor. ■

Mag. Michael Strauss