

Praktische Tipps zur Personalbeschaffung

Das richtige Praxispersonal finden

In vielen Arztpraxen herrscht derzeit Personalmangel. Kompetentes, engagiertes Praxispersonal zu finden – egal ob Auszubildende oder MFA – stellt Ärzte aller Fachrichtungen vor Herausforderungen. Wir zeigen Ihnen, was Sie bei der Personalsuche beachten sollten und wie Sie die für Sie passenden Mitarbeiter finden.

Immer wieder Fehlanzeige. Niemand Passendes dabei. Oder aber, so gut wie keine Bewerbungen: Viele Arztpraxen machen beim Durchforsten ihrer eingegangenen Bewerbungen für Medizinische Fachangestellte (MFA) und anderes medizinisches Fachpersonal genau diese Erfahrung.

Doch woran liegt das? Besonders MFA klagen seit der Corona-Pandemie über eine zu hohe Belastung und mangelhafte Wertschätzung. So denken laut einer Umfrage in 2022 46 % der MFA einige Male im Monat über einen Ausstieg aus ihrem Beruf nach (doppelt so viele wie in 2017) oder über einen Wechsel von der Praxis ins Krankenhaus oder in die Verwaltung.

In einer Studie des Zentralinstituts für die kassenärztliche Versorgung (Zi) aus dem August 2021 gaben unter 5.300 befragten Praxen rund 15% ein verkürztes Leistungsangebot wegen Personalmangel an. Zwei Drittel benennen, dass sie auch zukünftig mit Personalmangel rechnen.

Wir haben uns gefragt: Wie kann man dem entgegenwirken und vor allem, wie wird aus „Fehlanzeige“ ein „Volltreffer“? Dafür gibt es wahrlich kein Patentrezept – jedoch einige Kniffe, die Arztpraxen und Kliniken auf der Suche nach geeigneten Kandidaten unterstützen können.

Personallengpass: So machen Sie auf sich aufmerksam

Der Fachkräftemangel macht sich in nahezu allen medizinischen Bereichen bemerkbar – vom Hausarzt über den Orthopäden bis hin zum Radiologen. Vorbei sind die Zeiten, in denen eine simple Zeitungsannonce zig Bewerbungen zur Folge hatte. Heute sehen wir ein Ungleichgewicht des Marktes. Das bedeutet: Es gibt viel mehr Stellen als Bewerber. Doch wie finden Sie als Arztpraxis in diesen herausfordernden Zeiten trotzdem die richtigen Mitarbeiter?

Stichwort „Stellenausschreibung“. Auf diese drei Faktoren kommt es bei einer guten Stellenanzeige an: die zur Veröffentlichung genutzten Kanäle, der Inhalt der Anzeige und das Herausstellen der Wertschätzung in der Praxis von Mitarbeitern. Darauf gehen wir für Sie im Folgenden näher ein.

Masse und Klasse: Kanäle und Kontakte

Hier geht es um eine breite Aufstellung. Nutzen Sie bei Ihrer Mitarbeitersuche eine Reihe an Kanälen und Jobplattformen – Regionalzeitungen, Fachzeitschriften, das Jobcenter, Online-Jobbörsen, Social-Media-Kanäle, Ihre Website sowie Ihr persönliches Netzwerk. So machen Sie es dem Bewerber einfach, Kontakt mit Ihnen aufzunehmen – zum Beispiel, um Bewerbungsunterlagen zu senden oder Fragen vorab zu klären.

Bevor Sie sich an die eigentliche Stellenausschreibung machen, sollten Sie also das „Wie“ klären. Die wichtigsten Kanäle stellen wir Ihnen detaillierter vor:

Stellenbörsen

Vor allem bei der Suche nach medizinischen Fachangestellten haben sich fachspezifische Jobbörsen, wie medi-karriere.de, den Ärztstellen des Ärzteblatts, praktischerarzt.de oder jobmedicus.de, etabliert. Hier sollten Sie darauf achten, dass die gewählte Stellenbörse Ihren konkreten Ansprüchen, Bedürfnissen und Fachorientierung(en) entspricht. Sonst laufen Sie Gefahr, fachfremde Kandidaten anzusprechen und verlieren dadurch wertvolle Zeit in Ihrer Suche. Dies sehen Sie beispielsweise an der Übersicht der jeweiligen Gesuche nach Fachrichtung. Überdies sollten Sie auch nach regionalen Portalen suchen, die sich direkt an Interessenten in Ihrem Ort richten. Die meisten Portale erheben eine Gebühr für eine Jobanzeige, diese bewegt sich in der Regel von 100 bis 600 Euro pro Anzeige.

Praxiswebsite

Jede aussagekräftige Praxishomepage sollte den Menüpunkt „Jobs“, „Karriere“ oder „Stellenanzeigen“ beinhalten. Dort können Sie regelmäßig Ihre Stellenangebote platzieren, Initiativbewerbungen anfragen und über Ausbildungs- und Praktikumsmöglichkeiten informieren.

Eine Website bietet Ihnen zudem die Chance, Ihre Vorteile als Arbeitgeber noch ausführlicher als in der Stellenanzeige aufzuzeigen, beispielsweise durch ansprechende Fotos, Mitarbeiter-Zitate oder Videos.

Social Media

Ein Muss in der heutigen Personalsuche ist die Nutzung von Social-Media-Kanälen. Wählen Sie ein bis zwei für Sie passende Kanäle (wie z.B. Facebook, LinkedIn oder Xing), um regelmäßig Inhalte rund um Ihre Praxis zu teilen. Unser Tipp: Motivieren Sie Mitarbeiter sowie Follower/Anhänger, Ihre Beiträge oder Anzeigen zu kommentieren und in ihrem eigenen Netzwerk zu teilen. Damit generieren Sie eine höhere Reichweite. Zudem könnten Sie Ihre Stellenanzeigen in lokalen medizinischen Job-Gruppen auf Facebook sowie in Gruppen für medizinisches Fachpersonal auf LinkedIn und XING.

Netzwerk

In der Personal-Branche heißt es nicht umsonst: Ein gutes Netzwerk ist die halbe Miete. Die Macht eines breit gestreuten Netzwerks sollte also nicht unterschätzt werden. Greifen Sie auf bestehende Mitarbeiter und Kollegen, Partner, Freunde oder andere Ihnen bekannte Ärzte zurück, um geeignete Kandidaten zu finden. Spezielle Ärzte-Communities sind weiterhin eine tolle Möglichkeit, sich mit Kollegen zum Thema Mitarbeiterbeschaffung zu vernetzen und auszutauschen.

Denken Sie jedoch daran: Welcher Kanal-Mix spezifisch für Ihre Arztpraxis sinnvoll ist, hängt immer auch vom Standort, der Größe und Fachrichtung Ihrer Praxis ab.

Die Stellenanzeige: Klarheit schaffen

Das Projekt „Stellenanzeige verfassen“ bereitet vielen Arztpraxen immer wieder aufs Neue Bauchschmerzen. Gehen Sie das Ganze schrittweise an und verschaffen sich vor dem Schreiben Klarheit über die wichtigsten Punkte, es ist alles halb so schlimm – versprochen!

1. Ihr Wunschkandidat

Finden Sie für sich heraus: Wie sieht Ihr Wunschkandidat aus? Welche Werte, Fähigkeiten und Vorlieben bringt er oder sie mit? Und welcher Persönlichkeitstyp würde unser bestehendes Team gut ergänzen? Diskutieren Sie diese Fragen mit Ihrem Team und zeigen Sie Ihren Mitarbeitern, dass Sie ihre Bedürfnisse berücksichtigen.

2. Ihre Praxis

Die Kommunikation Ihrer Werte, Kultur und Ihres visuellen Erscheinungsbilds ist ein wichtiger und häufig unterschätzter Aspekt in der Stellenanzeige, der beschreibt, was Sie als Arztpraxis ausmacht. Zeigen Sie dem Bewerber klar auf, wer Sie sind und wofür Sie stehen. Diese Offenheit fördert frühzeitiges Vertrauen und Nahbarkeit – die beste Basis für ein späteres, hoffentlich positives Bewerbungsgespräch.

3. Ihre Praxisvorteile

In diesem Teil dürfen Sie selbstbewusst und anhand konkreter Beispiele betonen, wie bereichernd es ist, bei Ihnen zu arbeiten. Doch aufgepasst: Hier gilt es, die richtige Dosis zu finden. Was an dieser Stelle gut ankommt, sind Mitarbeitervorteile und Benefits. Überlegen Sie sich, wie Sie potenzielle Mitarbeiter neugierig machen könnten. Zum Beispiel durch familienfreundliche Praxisöffnungszeiten, gegebenenfalls flexible Früh- und Spätschichten, spannende Fortbildungen oder Bonus-Urlaubstage.

Faktor Mitarbeiterzufriedenheit

Eine Studie der Harvard University zeigt: Es kommt nicht nur aufs Gehalt an. Wichtig sind auch **Jobinhalt** und **Teamdynamik**. Legt eine Praxis gesteigerten Wert auf hohe **Mitarbeiterzufriedenheit**, fühlen sich MFA am wohlsten. Lesen Sie dazu auch unser PVS/ Whitepaper „[So entlasten und motivieren Ärzte medizinisches Fachpersonal](#)“ oder unser PVS/ Experteninterview „[erfolgreiche Mitarbeitergespräche](#)“.

Haben Sie außerdem schon einmal daran gedacht, Ihre aktuellen Mitarbeiter in Ihrer Stellenanzeige oder auf Ihrer Website zu Wort kommen zu lassen? Ein kurzes authentisches Zitat, das aufzeigt, was genau der Mitarbeiter an Ihnen und Ihrer Praxis schätzt, kann Wunder bewirken. Denn was überzeugt uns mehr, als positives Feedback derer, die bereits dort sind, wo wir gerne wären?

Ihre PVS schafft Freiräume

Eine intensive Mitarbeitersuche sowie die anschließende Bewerberauswahl können zeitintensiv sein. Ihre PVS/ Schleswig-Holstein · Hamburg verschafft Ihnen den nötigen Freiraum: Nicht nur während der Mitarbeitersuche und Einstellungsphase, sondern auch im zukünftigen Praxisalltag. Überlassen Sie uns Ihre Privatabrechnungen – wir unterstützen Sie gerne durch unseren umfangreichen Service, inklusive Plausibilitätsprüfung und Korrespondenz mit Patienten und Versicherern.

Gerne beraten wir Sie zu unseren vielfältigen Leistungen. [Buchen Sie gleich hier Ihren kostenlosen und unverbindlichen Beratungstermin.](#)