

Leergefegter Arbeitsmarkt

Wie Sie neues Personal finden

Neue Mitarbeiter zu finden ist für Apotheken längst schon keine Selbstverständlichkeit mehr. Wie also gehen Sie die Chefsache „Recruiting“ entweder selbst oder aber mit externer Unterstützung an? Wir stellen Ihnen drei Ansätze vor.

Wer sich kürzlich auf der Internetseite der Bundesagentur für Arbeit (BA) umgeschaut hat, ist auf ganze 999 freie PTA-Stellen gestoßen (Stand: 12.01.2021). Auf jobpharm.de, der Jobbörse des Deutschen Apotheker Verlags, waren es sogar 1.970. Das Interesse an Apothekern war bei der BA mit 516 Gesuchen zwar geringer, auf jobpharm.de fanden sich dennoch 1.742 entsprechende Anzeigen. Und PKA wurden 222 Mal über die BA sowie 618 Mal über jobpharm.de gesucht.

Auch wenn sich dieser Arbeitnehmer-Markt u.a. Corona-bedingt wieder in Richtung eines Arbeitgeber-Markts entwickeln könnte (vgl. AWA 9/2020, S. 5), stellt sich derzeit immer noch die Frage, wie Apotheken neue Mitarbeiter finden – zumal Krankenhäuser, Universitäten und insbesondere die Pharmaindustrie **attraktive Arbeitgeber-Alternativen** sind. Drei wesentliche Wege zur Mitarbeitergewinnung stellen wir Ihnen nachfolgend vor.

1. Der „menschelnde“ Weg

Wer neues Personal sucht, kann zunächst **im eigenen Umfeld** Werbung für sich als Arbeitgeber machen. Doch geschieht das häufig nur über Mund-zu-Mund-Propaganda, während das Internet und insbesondere die sozialen

Medien noch viel zu selten genutzt werden.

Der Schlüssel zum Erfolg heißt hier: **Lokale Suchmaschinenoptimierung** (Search Engine Optimization, SEO). Die Inhalte Ihres gesamten Internetauftritts sind also so zu gestalten, dass Sie möglichst gut über die gängigen Suchmaschinen gefunden werden (vgl. AWA 23/2018, S. 6 f.).

Zum **Internetauftritt** zählen die **eigene Webseite** sowie – meist noch effektiver – alle Aktivitäten in zielgerichteten **lokalen Gruppen** auf Facebook, Instagram und Co. bzw. auf entsprechenden YouTube-Kanälen. Dadurch, dass einzelne Ihrer Mitarbeiter vermutlich sowieso schon dort aktiv sind, bietet sich Ihnen eine kostenfreie, zeitgemäße und einfache Möglichkeit, potenzielle Auszubildende bzw. junge Jobkandidaten in der Nähe zu erreichen – übrigens unabhängig davon, ob diese gerade selbst schon an einen Arbeitgeberwechsel gedacht haben oder nicht.

Behalten Sie im Hinterkopf, dass Apotheken ohne eigenen Internetauftritt zumindest für das jüngere Publikum **in der Regel schlichtweg nicht existent sind**. Denn insbesondere junge Menschen suchen oftmals gar nicht mehr in Zeitungsanzeigen nach neuen Jobs, sondern erwarten vielmehr, dass sich potenzielle Arbeitgeber bei ihnen „bewerben“,

indem sie – eben z.B. über Social Media – aktiv mit ihnen in den quasi direkten Dialog treten.

Aber auch **ältere Fachkräfte**, die etwa in einer Zeitschrift auf eine Anzeige von Ihnen gestoßen sind, werden mit ziemlicher Sicherheit zunächst im Internet nach Ihrer Apotheke recherchieren. Und erst wenn sie Indizien dafür gefunden haben, dass sich eine Stelle als Filialleiter, Einkäufer oder Laborleitung bei Ihnen tatsächlich lohnt, werden sie Kontakt mit Ihnen aufnehmen. Schließlich haben wir doch alle mittlerweile gelernt, dass man wichtige Informationen vorsichtshalber nochmal googelt.

Dennoch lassen die meisten Apotheken ihren Internetauftritt als Werbeort für neue Mitarbeiter immer noch brach liegen. Dabei ist lokale SEO weder eine Wissenschaft, noch muss man dafür ein Social-Media-Experte sein. Es geht lediglich darum, die eigene Apotheke **im direkten Umfeld „menschelnd“** zu präsentieren, Blicke hinter die Kulissen zu gewähren und vor allem die derzeitigen Mitarbeiter authentisch erzählen zu lassen.

Tipp: Wenn Sie externe Hilfe benötigen, um Ihren Internetauftritt dahingehend zu optimieren, sollten Sie auf Anbieter zurückgreifen, die entweder auf Apotheken spezialisiert und/oder direkt bei Ihnen vor Ort ansässig sind.

2. Der „anzeigende“ Weg

Die zweite Möglichkeit läuft über Anzeigen. Dazu eignen sich (**Online-)**Stellenbörsen, wie sie z.B. die BA, die Kammern und kommerzielle Anbieter aufgebaut haben. Wer eine Stelle zu besetzen hat, kann dies bei solchen Börsen **einer großen Öffentlichkeit** bekanntgeben. Berücksichtigen Sie allerdings, wen Sie ansprechen möchten. Denn die typischen Nutzer dieser Stellenbörsen sind bereits ausgebildete Fachkräfte, die sich verändern wollen, oder Approbierte, die sich für die Selbstständigkeit interessieren. „Jungvolk“ hingegen tummelt sich dort kaum.

Auch **Anzeigen in Printmedien** können auf zweierlei Art und Weise hilfreich bei der Personalsuche sein. Zum einen bieten **lokale (Tages-)Zeitungen** die Möglichkeit, die Aktivitäten der Apotheke im Internet bekannt zu machen. Je mehr „Follower“ Sie darüber gewinnen, desto größer ist der Radius, in dem Sie Ihre Apotheke attraktiv darstellen können.

Tipp: Was auch immer Sie in lokalen oder regionalen Medien schalten: Nutzen Sie jede Chance, die Leser zu all Ihren eigenen Online-Aktivitäten einzuladen.

Zum anderen können Sie **Anzeigen in berufsbezogenen Fachzeitschriften** nutzen, wenn Sie explizit gestandene Fachkräfte mit Berufserfahrung suchen. Der Vorteil: Über solche Anzeigen sprechen Sie tatsächlich nur die anvisierte Zielgruppe an. Denn wer außer einer PTA liest schon eine Zeitschrift, die sich explizit an PTA wendet? Zudem wird vor allem **veränderungsoffenes** Fachpersonal derartige Anzeigen lesen.

3. Der „externe“ Weg

Apotheken, die einen dringenden Bedarf haben oder möglichst wenig Arbeit in die Mitarbeitersuche stecken wollen, können sich – und das ist der dritte Weg – an Personaldienstleister bzw. Headhunter wenden (vgl. dazu auch AWA 1/2021, S. 12 f.). Hierbei fallen natürlich Kosten an, die es einzukalkulieren gilt. Um Ihnen eine grundsätzliche Vorstellung von den Konditionen zu geben, hier zwei Beispiele für Personaldienstleister:

Wer den **Deutschen Apotheker Service** aus Bielefeld engagiert, muss zunächst eine Grundgebühr von 500 € zahlen. Wird anschließend tatsächlich ein Apotheker eingestellt, fallen weitere 4.000 € an. Bei PTA und PKA werden 2.000 € fällig. Passt es dann doch nicht, und wird innerhalb eines halben Jahres eine Nachbesetzung nötig, verlangt der Dienstleister für die weitere Suche keine zusätzlichen Zahlungen. Wenn mehrere Stellen gleichzeitig besetzt werden sollen, sind Preisnachlässe möglich.

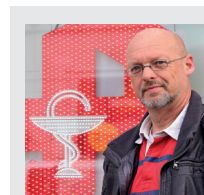
Die **tw.con. GmbH** aus Bergisch Gladbach hat sich die Vermittlung von approbierten Apothekern (sowie von Ärzten, Zahnärzten und IT-Spezialisten) aus dem In- und Ausland auf die Fahnen geschrieben. Laut eigener Aussage arbeitet sie ausschließlich auf Erfolgsbasis und verlangt eine Vergütung erst dann, wenn ein neuer Mitarbeiter eingestellt worden ist.

Neben solchen Unternehmen, die sich auf die Vermittlung von Arbeitskräften in der Gesundheitsbranche spezialisiert haben, finden sich auf dem Markt noch

viele andere, **breiter aufgestellte** Personalagenturen, die aber auch im Apothekenbereich tätig sind.

Da Sie alle individuelle Bedürfnisse haben und sich der Markt überdies ständig wandelt, ist es kaum möglich, einen Überblick über alle Anbieter zu geben und deren **Qualität** abschließend zu bewerten. Als sinnvoll hat es sich aber erwiesen, in einem ersten Schritt selbst im Internet nach Dienstleistern zu recherchieren, die den eigenen Anforderungen nahekommen, und dabei explizit auch nach **Warnungen** vor schwarzen Schafen zu suchen. Denn die gibt es natürlich auch in dieser Branche. So wird z.B. immer wieder von Fällen berichtet, in denen Apotheken einem Dienstleister Geld überwiesen haben – und der Dienstleister danach spurlos verschwunden ist.

In einem zweiten Schritt ist es ratsam, sich mit Kollegen (z.B. in einer ERFAG-Gruppe) über eventuelle bisherige Erfahrungen **auszutauschen**. Auf dieser Basis lässt sich anschließend eine **Liste** erstellen, die nicht nur das unterschiedliche Surfverhalten aller Beteiligten mitsamt den oftmals erstaunlich variierenden Ergebnissen abbildet, sondern auch zumindest einige Hinweise auf die Qualität der einzelnen Anbieter gibt. Eine endgültige Sicherheit garantiert das natürlich auch nicht. Aber immerhin können Sie schwarze Schafe eher identifizieren, wenn Sie sich auf die Erfahrungen Vieler stützen.



Michael Jeinsen,
Diplom-Politologe und -Pädagoge
zertifizierter Berater Heilwesen (IHK)
IHK-Dozent für Maklerfortbildung
12209 Berlin
E-Mail: berlin@die-apothekerhelfer.de