

# Personalrekrutierung

Volker Rojahn, Inhaber Rojahn-Consulting, Karlsruhe

Der allgemein diskutierte „demografische Wandel“ hat in vielen Bereichen zu intensiven Überlegungen geführt, welche Konsequenzen er für die Wirtschaft und die Unternehmen haben wird und vor allem, wie man auf diese Veränderungen reagieren muss. Die Mitarbeitersituation in der Veterinärmedizin, also in Praxen und Kliniken, stellt eine Besonderheit im Vergleich zu anderen Dienstleistungsbereichen dar.

Von den 26.726 tierärztlich Tätigen sind heute bereits 58% Frauen (Quelle: Deutsches Tierärzteblatt, 4/2012). Die Tendenz einer Zunahme weiblicher Tierärzte ist mit Blick auf die aktuelle Zahl der Studierenden sowie die Zahl der Studienanfänger mehr als deutlich: Etwa 82% der Studierenden im Wintersemester 2011/2012 sind Frauen. Diese Besonderheit stellt somit auch entsprechende Herausforderungen an ein modernes Personalmanagement, die entsprechende Personalorganisation und damit auch an die Suche und Auswahl von neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Praxen und Kliniken. Die beiden Kernfragen für ein modernes Personalmanagement lauten: Wie halte ich die Besten (wurde bereits in der hundkatzeperd 7/12 von Herrn Stefan Thiele dargestellt) und wie gewinne ich die Besten? Das bedeutet u.a. einen systematischen Qualifikationscheck, die Überprüfung von Anforderungsprofilen und Muss-Kriterien, die Definition von Schlüsselanforderungen und schließlich die realistische Reflexion von Erwartungen an den zukünftigen Mitarbeiter. Mit Blick auf die „geschlechtsspezifische“ Verteilung exzellent qualifizierter Bewerber kommt den Fragen nach einer optimierten Arbeitszeitorganisation und familienfreundlichen Beschäftigungsmodellen eine immer größere Bedeutung zu.

Die Stellenanzeige ist und bleibt das verbindende Element zwischen dem Rekrutierer (ganz gleich, ob der Inhaber der Praxis/Klinik selbst sucht oder einen externen Dienstleister einschaltet) und dem stellensuchenden Kandidaten. Die Stellenanzeige ist eine „Verkaufsanzeige“, egal, ob in Printmedien oder Internetportalen und hat

nur eine wichtige Funktion: Aufmerksamkeit erregen, Interesse wecken und eine Handlung auslösen – die Bewerbung! Anzeigentexte sollten zielgruppenorientiert formuliert werden, dazu textlich erfrischend, begeisternd und mitreißend, gleichzeitig seriös, klar, genau und ausführlich hinsichtlich der Stellenbezeichnung (auch in Stichpunkten), das Angebot deutlich machen (z.B. Nachfolge, Teilhaber etc.), Perspektiven aufzeigen. Headline/Eyecatcher, Fetter Halbsatz / Stellenbezeichnung, Aufgabe, Erfahrungen, Konditionen, Informationen auch zu der suchenden Praxis/Klinik, Unverwechselbarkeit durch Design und vor allem einen kreativen Text, Kommunikationsmöglichkeiten aufzeigen (Bewerbungen per Email, telefonische Ansprechpartner usw.). Die Onlinestellenanzeige hat sich bei der Besetzung offener Positionen als das effizienteste Rekrutierungstool herausgestellt. Zwischen 55 und 62% der Stellensuchenden nutzen das Internet für ihre Suche und Bewerbung. In diesem Falle also Menschen, die von sich aus bereits auf der Suche sind und nach bestimmten Begriffen im Internet suchen. Wichtig auch für Internetanzeigen: Titel und Positionsbezeichnung sowie die richtige „Verschlagwortung“. Social Media, also soziale Netzwerke wie xing, linkedin, facebook etc., erleben weltweit einen Boom. Über 1 Mrd. Menschen sind bereits in derartigen Netzwerken miteinander „verbunden“. Externe Dienstleister sind beispielsweise Personalberater, die im Auftrag ihrer Klienten, aber unter ihrem Beraternamen, eine Anzeige/ein Stellenprofil in der Tagespresse oder im Internet veröffentlichen, um potenzielle Kandidaten mit einer möglichst



**Volker Rojahn** arbeitet seit 25 Jahren als Unternehmensberater, Personalberater, Recruitment Consultant und Personalleiter sowie als Moderator und Coach in Deutschland, im europäischen Ausland und in Übersee. Mit seiner langjährigen Erfahrung konzentriert er sich mit Rojahn-Consulting u.a. auf folgende Themenschwerpunkte und Beratungsleistungen: beratende Unterstützung bei der Personalsuche und Personalauswahl, Personalorganisation, Personalmarketing, Personalentwicklung, International Human Resource Management + Consulting, Nachfolgeberatung u.v.m.

genauer Stellenbeschreibung für die Position zu interessieren, die Kandidaten zur telefonischen oder schriftlichen Bewerbung animieren. Der Berater nimmt auf Wunsch auch direkt Kontakt zu möglichen Bewerbern auf, man spricht dann von Direktansprache oder Headhunting (mehr dazu über [www.bdu.de](http://www.bdu.de)).

→ [vr@rojahn-consulting.com](mailto:vr@rojahn-consulting.com)

## take home

Entscheidend für eine erfolgreiche Personalrekrutierung ist in jedem Fall die Ermittlung des tatsächlichen Personalbedarfs sowie die Nutzung aller Kommunikationsmöglichkeiten der Personalbeschaffung. Das heißt: intern über Personalentwicklung von Praktikanten/Diplomanden, extern über die Nutzung aller Zugangsmöglichkeiten (Stellenanzeigen, Nutzung von Dienstleistern, Hochschulmarketing, Mitarbeiterempfehlungen, Netzwerken), verbunden mit einem konsequenten Monitoring aller Aktivitäten.