

PERSONAL

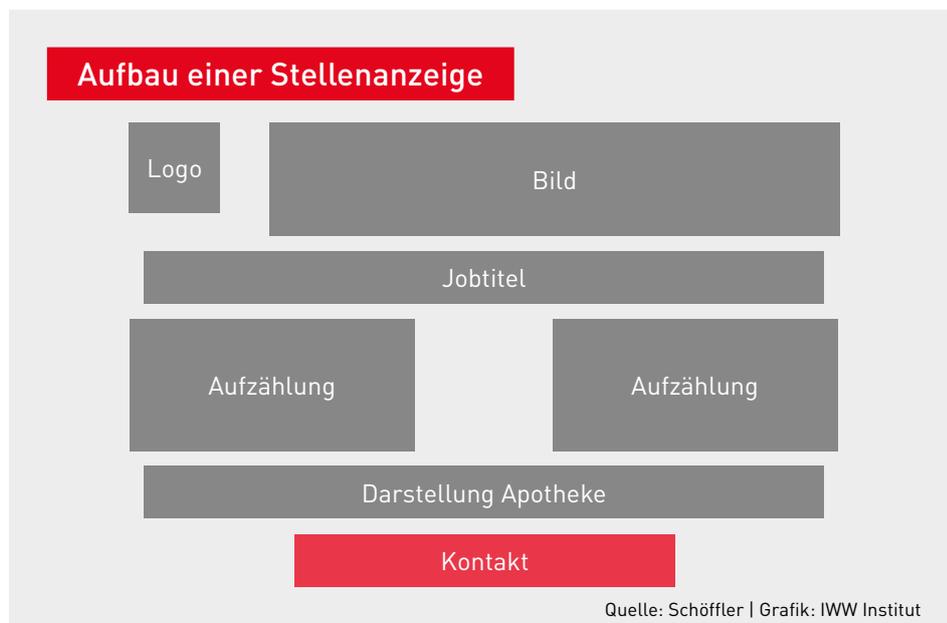
## Mit den besten Stellenausschreibungen gewinnen Sie die besten Mitarbeiter für Ihre Apotheke

von Mona Schöffler, Demografieberaterin, Berlin,  
[demografieberatung-bs.de](http://demografieberatung-bs.de)

| Apotheken bewerben sich bei potenziellen Mitarbeitern – nicht mehr umgekehrt. Die Stellenausschreibung ist daher das, was in den Bewerbungsunterlagen das Anschreiben ist: die Begründung, warum jemand in Ihrer Apotheke arbeiten sollte. Sie ist oft das erste, was Bewerber lesen, wenn sie sich für Sie als Arbeitgeber interessieren. Wenn Sie also die besten Bewerber möchten, sollten Sie auch die besten Stellenausschreibungen verfassen. |

### Elemente einer Stellenausschreibung

Online-Anzeigen werden im Durchschnitt eine Sekunde, Printanzeigen durchschnittlich 1,3 Sekunden angeschaut – erst danach entscheidet sich, ob die gesamte Anzeige gelesen wird. Für den ersten Eindruck geht es erst einmal um die formale Gestaltung. Das (übersichtliche) Layout entscheidet darüber, ob die wesentlichen Informationen erfasst werden und interessant genug sind, um sich dem weiteren Text zuzuwenden. Neben nicht passenden oder schlechten Jobbeschreibungen verhindern oft auch unverständliche Inhalte die Abgabe einer Bewerbung. Verschiedene Studien haben mittels Eyetracking-Verfahren untersucht, welche Elemente einer Stellenausschreibung besonders genau gelesen werden und daraus Empfehlungen zu Aufbau und Gestaltung abgeleitet.



### Bilder: authentisch und zielgruppengerecht

Bilder unterstützen die Botschaft einer Stellenausschreibung stark. Vorteilhaft ist die Platzierung am oberen Bildrand und in Verbindung mit dem Logo über die gesamte Breite der Anzeigen. Mit der Bildauswahl können Sie auch steuern, wen



Formale Gestaltung erzielt den ersten Eindruck

Vorteilhaft: Platzierung am oberen Bildrand

### Tipps für die Bildauswahl

Sie ansprechen möchten: Berufserfahrene Mitarbeiter werden sich eher nicht bewerben, wenn nur junge Personen auf dem Bild zu sehen sind. Ein Bild, auf dem nur Frauen zu sehen sind, wird Männer weniger ansprechen – und umgekehrt. Gerade mit der Bildauswahl haben Sie die Möglichkeit einer zielgruppengerechten Ansprache. Dabei sollten Sie außerdem Folgendes beachten:

- Lieber ein großes Foto als mehrere kleine
- In professionelles Bildmaterial investieren
- Arbeitssituationen in den Mittelpunkt stellen, nicht die Dienstleistung
- Echte Mitarbeiter abbilden – das wirkt authentischer und glaubwürdiger

### Logo

Mit dem Logo stellen Sie Ihre Apotheke dar – im besten Fall hat es einen hohen Wiedererkennungswert und löst positive Emotionen beim Betrachter aus. Den größten Wiedererkennungswert hat das Logo, wenn es im oberen (linken) Bereich der Anzeige platziert wird.

### Jobtitel

Der Jobtitel gehört mit der Aufgabenbeschreibung zu den Elementen mit der höchsten Aufmerksamkeit. Zudem entscheidet der Jobtitel hauptsächlich darüber, ob die Anzeige überhaupt in den Suchmaschinen auffindbar ist:

- Kennzeichnen Sie den Jobtitel eindeutig als Überschrift („Headline“).
- Der Stellentitel sollte im oberen Drittel, idealerweise unter dem Bild, platziert werden, damit er sofort ins Auge fällt.
- Die Bezeichnung sollte nicht zu lang sein: maximal 70 Zeichen, empfehlenswert sind 60 Zeichen.
- Die ersten beiden Wörter der Jobbeschreibung sind ausschlaggebend für die Auffindbarkeit und sollten Begriffe enthalten, nach denen Bewerber suchen. Verzichten Sie auf weniger gebräuchliche oder ungenaue Stellenbezeichnungen.
- Verzichten Sie auch auf Schrägstriche im Titel. Verwenden Sie stattdessen die gebräuchlichen Kürzel (m/w/d).

### Aufgabenbeschreibung: konkret und aktiv

Die Aufgabenbeschreibung hat das Ziel, dem Bewerber zu vermitteln, was er zukünftig mit wem zusammen tun soll. Vermeiden Sie allgemeine Aussagen und verwenden Sie stattdessen konkrete Beschreibungen, die emotional ansprechen. Vor allem Nominalisierungen und Fließtext wirken abschreckend und wenig lesefreundlich: „Abwechslungsreiche und eigenverantwortliche Tätigkeit im Bereich der Beratung, der Versorgung von Pflegewohnstätten und der Rezeptur.“ Auch Standardaufgaben können Sie aktiv und motivierend formulieren: „Sie beraten unsere Kunden, Pflegedienste und Ärzte mit Ihrem Fachwissen und Einfühlungsvermögen. Sie bauen durch Ihre empathische und kommunikative Art eine enge und vertrauensvolle Kundenbindung auf.“

### Wichtig für Auffindbarkeit in den Suchmaschinen

### Vermeiden Sie allgemeine Aussagen

### Hauptaufgaben und Besonderheiten vorstellen

Überlegen Sie im Vorfeld, was die Hauptaufgaben der Stelle sind, welche besonderen oder ungewöhnlichen Aufgaben eventuell dazugehören und was die Aufgabe auszeichnet, besonders reizvoll macht oder was bei Ihnen anders als in anderen Apotheken ist. Sie können auch Schwerpunkte oder geplante

Weiterentwicklungen für Ihre Apotheke nennen. Viele Bewerber möchten mitgestalten, etwas verändern und voranbringen – damit schaffen Sie Motivation und Mitarbeiterbindung.

#### PRAXISTIPP |

- Verwenden Sie einfache, kurze Sätze, keine verschachtelten Satzkonstruktionen.
- Verzichten Sie auf sprachliche Floskeln und Allgemeinplätze.
- Formulieren Sie aktiv statt passiv („Sie stellen die Rezepturen her“ statt „Herstellung von Rezepturen“).

#### Anforderungen

Die Auswahlmöglichkeiten bei Bewerbern sind in den letzten Jahren gesunken, dennoch haben Sie wahrscheinlich neben den fachlichen Voraussetzungen bestimmte Vorstellungen, was ein Bewerber (idealerweise) mitbringen sollte. Arbeiten Sie bei der Formulierung der Stellenanzeige heraus, welche Kompetenzen und Fähigkeiten spezifisch für die Stelle bzw. Ihre Apotheke sind, damit Sie sich von anderen abheben und die für Sie passenden Bewerber ansprechen. Achten Sie jedoch darauf, dass Sie sich bei den Anforderungen auf die wesentlichen Punkte beschränken – maximal fünf, am besten nur drei Aufzählungen. Auch hier gilt es, Bewerber direkt und persönlich anzusprechen:

#### ■ Das bringen Sie mit

- Eigenständiges Arbeiten und Übernahme von Verantwortung
- Interesse an Themen der ganzheitlichen Pharmazie
- Freude an der Beratung unserer Kunden
- Initiative, Flexibilität und Eigenverantwortung
- Kundenorientierung

#### Arbeitgebervorteile

Der Abschnitt, der oftmals mit „Wir bieten“ überschrieben ist, soll die Frage beantworten: „Warum sollte ich als Bewerber zu Ihnen als Arbeitgeber wechseln?“ Die Arbeitgebervorteile sollten so konkret wie möglich sein, damit die Unterscheidungsmerkmale deutlich werden. Formulieren Sie daher keine allgemeinen, austauschbaren Vorteile wie: „Die XY-Apotheken bieten moderne, zukunftssichere Arbeitsplätze, wo eigenverantwortliches Arbeiten, die Möglichkeit zur Mitgestaltung des eigenen Arbeitsplatzes sowie betriebliche Fort- und Weiterbildung selbstverständlich sind. Sie arbeiten in einem sympathischen, motivierten Team und werden übertariflich bezahlt.“ Glaubhaft und überzeugend wirkt beispielsweise:

#### ■ Das erwartet Sie

- Eine lebhafteste, QMS-zertifizierte Apotheke
- Ein sicherer, familienfreundlicher Arbeitsplatz mit übertariflicher, leistungsgerechter Bezahlung
- Flexible Arbeitszeiten (Ihre Wünsche werden berücksichtigt)
- Moderne Arbeitsweisen mit Kommissionierautomat, Laborprogramme, Inhouse-Schulungen
- Kein Notdienst an Sonn- und Feiertagen sowie 36 Tage Urlaub

Schaffen Sie Motivation und Mitarbeiterbindung

Beschränken Sie sich auf drei bis fünf wesentliche Anforderungen

„Warum sollte ich als Bewerber zu Ihnen als Arbeitgeber wechseln?“

Konkrete Arbeitgebervorteile

Formulieren Sie für Ihre Zielgruppe

Formulieren Sie auch hier für Ihre Zielgruppe. Wiedereinsteiger interessieren sich vielleicht mehr für eine gute Einarbeitung oder familienfreundliche Arbeitszeiten, für Berufsanfänger sind eine Vollzeitstelle oder interessante Weiterentwicklungsmöglichkeiten wichtiger. Überlegen Sie daher, welche Ihrer Arbeitgebervorteile entscheidend sind.

Fassen Sie sich kurz!

### Vorstellung der Apotheke

Bei einem klassischen Aufbau einer Stellenanzeige befindet sich oftmals unter dem Bild die Beschreibung der Apotheke. Mittlerweile ist dieser Text öfters am Ende der Anzeige platziert. Das folgt der Logik, dass der Bewerber im besten Fall durch das Logo weiß, um welches Unternehmen es sich handelt, und zunächst wissen möchte, um welche Stelle es geht und was ihn erwartet. Hier gilt: Fassen Sie sich kurz! Schreiben Sie nicht mehr als drei, vier kurze Sätze. Die Zielsetzung sollte sein, den Bewerber neugierig zu machen und auf Ihre Karriereseite zu locken. Dort haben Sie mehr Spielraum, um sich als Arbeitgeber vorzustellen.

Gerade beim Kontakt zählt die persönliche Ansprache

### Kontaktmöglichkeit

Meistens am Ende der Anzeige steht die Kontaktmöglichkeit mit der Aufforderung zur Bewerbung. Sie sollte auf jeden Fall ins Auge springen. Das kann eine farbliche Hervorhebung oder ein Button sein.

Gerade beim Kontakt zählt die persönliche Ansprache. Wenn der Bewerber bis hierher gelesen hat, haben Sie jetzt die Chance, eine Beziehung aufzubauen, indem Sie einen persönlichen Ansprechpartner nennen. Zusammen mit einem Bild und der Nennung der Funktion hat der Bewerber gleich eine noch konkretere Vorstellung.

Für das Einreichen der Bewerberunterlagen sollten Sie mehrere Möglichkeiten anbieten, denn es gibt nicht den einen Weg, der zu allen Bewerbern passt. Auch hier kommt es auf die Vorlieben der Zielgruppe an. Ermöglichen Sie deshalb folgende Kontaktwege:

- E-Mail
- Online-Formular
- One-Click-Bewerbung (Hochladen von Profilen aus Internet-Jobbörsen oder Karrierenetzwerken)
- Per Post
- Persönliche Abgabe in der Apotheke (vor allem bei der Suche nach Auszubildenden eine niederschwellige Möglichkeit der Kontaktaufnahme)

Bewerbungsprozess findet auf Augenhöhe statt

### Durchdachte Stellenausschreibung ist gut investierte Zeit

Eine ansprechende Stellenausschreibung zu formulieren kostet Zeit – doch die Arbeit lohnt sich, denn Sie erhöhen Ihre Chancen, die passenden Bewerber anzusprechen und für sich zu gewinnen. Und hier wird auch wieder deutlich, dass der Bewerbungsprozess mittlerweile auf Augenhöhe stattfindet: Denn von einem Bewerber erwarten Sie schließlich auch, dass seine Unterlagen aussagekräftig und überzeugend sind.