

Stellenanzeigen können mehr



Externe Unternehmenskommunikation

Haben Sie sich schon einmal gefragt, wie Sie sich über die Erstellung einer Anzeige positionieren? Denn auch in diesem Fall zählt der erste Eindruck, den Sie vermitteln.

In Zeiten eines Fachkräftemangels beschäftigt das Thema besonders Betreiber und Inhaber therapeutischer Einrichtungen. Als Geschäftsführer einer Schule für Physiotherapie erreichen mich täglich viele Stellenausschreibungen mit der Bitte um Veröffentlichung.

Es ist sehr auffällig, dass das Potenzial einer Stellenannonce als Mittel der externen Unternehmenskommunikation oft verkannt bleibt. Die damit verbundenen Möglichkeiten, diese für Kommunika-

tionszwecke gewinnbringend und zielführend einzusetzen, werden meist nicht adäquat genutzt. Es besteht oft ein substanzialer Optimierungsbedarf.

Inspiziert durch die Diskussion der Vertreterversammlung des IFK e.V. Verband für selbstständige Physiotherapeuten und einer zugehörigen internen Checkliste aus dem Mitgliederservice mit dem Namen „Guter Arbeitgeber“, soll dieser Artikel Ihnen bei der Entwicklung einer Stellenannonce helfen.

Unterbewusste und intuitive Lesarten

Potenzielle Mitarbeiter und andere Stakeholder – zum Beispiel mögliche Patienten oder Kooperationspartner – lesen nicht nur den Inhalt, sondern bewerten intuitiv die gesamte Stellenausschreibung. Rechtschreibung, Struktur sowie Semantik sind gleichermaßen entscheidend wie Design, Bildqualität und Aufmachung. Der Framing- und der Halo-Effekt wirken dann auf die Wahrnehmung der Praxis und insbesondere auf den Praxisinhaber als Arbeitgeber.

Framing bezeichnet in der Kommunikation die Tatsache, dass bei identischem Inhalt durch verschiedene Ausschmückungen die Botschaft unterschiedlich verstanden wird und die Empfänger entsprechend unterschiedlich reagieren.

Der Halo-Effekt wiederum bezeichnet das Phänomen, von bekannten Merkmalen eines Objekts auf unbekannte Eigenschaften Vergleichsobjekt zu schließen. Es besteht die Tendenz, dass von der Anzeige Rückschlüsse beispielsweise zum Betriebsklima, der Praxisqualität oder dem Träger gezogen werden. Mit der Stellenausschreibung wird automatisch ein Unternehmensbild assoziiert. Als Folge ergibt sich, dass die Stellenausschreibung neben der Funktion, potenzielle Mitarbeiter anzusprechen, über ihren grundsätzlichen Zweck hinaus auch als Marketinginstrument fungiert.

Die Gestaltung einer Stellenausschreibung

Machen Sie sich also Gedanken zum Gesamtbild der Anzeige! Eine handschriftlich verfasste und verzierte Ausschreibung kann beispielsweise persönlich gemeint sein. Sie könnte jedoch gleichzeitig unseriös oder gar „billig“ wirken. Eine Vorlage aus dem Internet wirkt möglicherweise nachteilig. Denn aktuell suchen viele Kollegen helfende Hände und nutzen eventuell die gleiche Mustervorlage.

Eine Idee ist es, einen Grafiker oder eine Agentur mit der Konzeption zu betrauen. Oftmals ist die Entwicklung eines grafischen Erscheinungsbilds einer Anzeige verglichen mit der gesamten Abwicklung über einen externen Anbieter recht günstig, wenn Sie den Text und eine Skizze dazu liefern. Dementsprechend liegt Ihr Hauptaugenmerk dann neben einer sinnvollen Skizze insbesondere auf dem Text.

Der Titel im Allgemeinen besteht aus einer Headline, welche die Aufgabe hat, die Aufmerksamkeit des Lesers einzufangen. Klassisch und am meisten verbreitet ist „Stellenausschreibung“, „Stellenangebot“ oder „Stellenannonce“. Eine solche Headline ist allerdings nüchtern mit wenig Appellcharakter, dafür ist sie prägnant.

Innen- und Außensicht einer Anzeige

Wie weit die Interpretationsspirale der kognitiven Effekte gehen kann, wird hier am Beispiel der Einleitung mit „Wir

suchen ...“ oder „Unser Team sucht ...“ versucht darzulegen.

Es zeigt, dass die Gedanken des beschreibenden Unternehmens vorwiegend um sich selbst drehen, denn es wird aus einer Innenperspektive gesprochen. Die eigenen Belange des Senders der Botschaft stehen an erster Stelle.

Beim Leser entsteht der Eindruck „Die suchen“ – also haben die ein Problem. Es kann gar das Gefühl aufkommen: „Die wollen ihr Problem zu meinem Problem machen, sie brauchen also meine Hilfe!“ Man könnte annehmen, die Praxis sei in Not. Jemand der in Not ist, ist jedoch kein sicherer und somit auch kein attraktiver Arbeitgeber.

Es erweckt möglicherweise beim Leser den Gedanken, dass ein höherer Bedarf besteht. Damit entsteht unterbewusst bereits eine bessere Verhandlungsposition nur beim Erfassen des Titels. Da kognitive Effekte durch persönliche Erfahrungen und Einstellungen geprägt sind, ist die Gedankenspirale immer individuell.

Im Gegensatz zur Innensicht steht die direkte Ansprache aus der Sicht des Lesers „Sie werden gebraucht“ oder „Werden Sie Teil von ...“.

Diese Art und Weise ist direkt, unmittelbar vereinnahmend und priorisiert den Adressaten der Botschaft und nicht den Sender. Weitere Formen können abstrakt oder kreativ sein „Superheld des Alltags bei ...“ oder „Praxiswunder gesucht“. Welche Einleitung Sie auch immer bevorzugen, sie muss im Einklang mit dem Rest der Annonce stehen.

PRAXISBEISPIEL

Beispiel für einen Adressaten fokussierenden Titel mit Appellcharakter:

Werden Sie ab dem 1. September der Lymphexperte!

Für die Patienten der Praxis „Komplexe Entstauung“ im Zentrum von Bonn.

Nachdem Sie die Aufmerksamkeit des Lesers kanalisiert haben, müssen Sie aus dessen Sicht die relevanten Attribute hervorheben und anpreisen. So überzeugen Sie den Adressaten vom höheren Nutzen bzw. besseren „Fit“ im Vergleich zu seiner derzeitigen Anstellung.

Bewerbung des eigenen Unternehmens

Es hilft, die Praxis und das Aufgabenspektrum so zu beschreiben, dass die Tätigkeiten präzise und eindeutig dargestellt werden. Zählen Sie die Vorteile auf, die hieraus jeweils für den Arbeitnehmer erwachsen. Dabei gilt es – ähnlich wie bei einer Immobilienannonce –, die einzelnen Punkte möglichst positiv darzustellen. Sie schreiben, das Haus habe eine hervorragende Anbindung, statt es liege an einer viel befahrenen Hauptstraße. Eine Tabelle gibt Ihnen Hilfe zur Orientierung.

Es reicht, einige Punkte aus der Tabelle (siehe Seite XXX), die besonders zutreffen, für die Therapieeinrichtung aufzugreifen und sie in die Stellenausschreibung einzuarbeiten. Es ist tendenziell kontraproduktiv, für alles offen zu sein und zum Beispiel innerhalb einer Stellenbeschreibung den Experten für Sportphysiotherapie, Pädi-



trie und/oder den Berufsanfänger in Voll-/Teilzeit oder auf Minijob-Basis zu suchen. Eine solche Darstellung ist mitunter nicht nur äußerst schwierig, sondern führt in vielen Fällen zu einer ziellosen Kommunikation aufgrund der Ansprache mehrere Adressaten mit unterschiedlichen Nutzerprofilen.

Zudem wirft es die Frage auf, weshalb Ihre Praxis all diese Stellen zu vergeben hat. Vor diesem Hintergrund ist es zweckmäßig, die Stellenanzeige aufzuteilen. Ebenfalls sind in diesem Zusammenhang Rechtfertigungen im Text auf die Frage, warum Sie erneut oder immer noch jemanden suchen, unbedingt zu vermeiden.

Wichtig ist hingegen, dass der potenzielle zukünftige Mitarbeiter die für ihn wichtigen Fragen beantworten kann:

- ✓ Habe ich einen Nutzen/Mehrwert gegenüber meiner aktuellen Arbeitsstelle?
- ✓ Passt die Zusammensetzung aus Freiheiten und Verpflichtungen?
- ✓ Ist die Vergütung/Entlohnung entsprechend der Aufgabe inkl. Rahmenbedingungen annehmbar?

TIPP

Fragen Sie in Ihrem Umfeld auch Arbeitnehmer aus anderen Branchen oder anonymisiert in den sozialen Medien in fachbezogenen oder -verwandten Foren, wie Ihre persönliche Stellenannonce wirkt und welcher Eindruck zur ausschreibenden Einrichtung entsteht. So können Sie vor der endgültigen Veröffentlichung noch einmal nachsteuern.

PRAXISBEISPIEL

„Call to Action“-Aufruf mit Ansprechpartner und Hinweis zum Umgang:
Richten Sie Ihre Bewerbung gerne via E-Mail oder postalisch an Frau Mustermann, Sie wird sich dann auf dem von Ihnen angegebenen Kommunikationsweg binnen zwei Wochen bei Ihnen melden. Ihre Unterlagen werden bei uns stets mit großer Sorgfalt und Diskretion behandelt.
 Beispiel für einen abschließenden Satz mit Hinweischarakter:
Voller Freude erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen inklusive Lebenslauf und Fortbildungsnachweis(en).

Zielgruppenansprache für den Wunschkandidaten

Nachdem Sie einen Titel mit einigen wichtigen Aspekten gefunden und mithilfe der Textbausteine die Stellenbeschreibung aufgesetzt haben, erläutern Sie kurz, wer sich angesprochen fühlen darf.

Das heißt, im ersten Schritt müssen Sie es schaffen, dass dem Leser bewusst wird, dass die Aufgabe und Einrichtung seinen Vorstellungen entspricht. Im zweiten Schritt lassen Sie erkennen, wer zu Ihnen passt bzw. wem Sie diese Anforderung zutrauen.

Ist Alter, Geschlecht oder Konfession von Bedeutung? Soll eine bestimmte Sprache gesprochen werden? Ist ein Hobby von Vorteil? Benötigt der Bewerber Reisebereitschaft, einen Führerschein oder besondere Qualifikationen? Was auch immer Ihnen wichtig erscheint, beachten Sie bei der Formulierung stets das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Sie schreiben also nicht, dass Sie explizit eine Frau mittleren Alters wollen, sondern, dass Sie eine Person suchen mit Erfahrung und Bezug zu Themen, die diese Adressatengruppe klassisch anspricht.

Aufforderung zum Handeln

Nachdem Sie auch die Attribute, die die Zielperson mitbringen muss, dargelegt haben, bleibt nur noch den „Call to Action“-Hinweis zu setzen.

Dieser sollte klar machen, wie und an wen die Bewerbung zu richten und zu übermitteln ist. Eine persönliche Bezugsperson wirkt dabei vertrauenserweckend. Ein Hinweis zum Bewerbungsprozedere und dem Umgang mit den Daten kann die Hemmschwelle beim Interessenten abbauen, sich zu bewerben. Um nochmals auf Dokumente oder Informationen hinzuweisen, auf die Sie besonderen Wert legen, fügen Sie am besten einen abschließenden Satz an, der das explizit aufgreift

Die letzten Schritte

Jetzt müssen Sie nur noch überprüfen ob Titel, Ansprache und Text zueinander passen und sich nicht widersprechen. Holen Sie sich ein kurzes Feedback ein, nehmen Sie gegebenenfalls Anpassungen vor und veranlassen Sie eine grafische Aufbereitung.

Zwar haben Sie immer noch keine Garantie, den richtigen Arbeitnehmer zu finden, jedoch rücken Sie jetzt Ihre Einrichtung ins rechte Licht und haben zumindest die Marketingfunktion der Anzeige bewusst wahrgenommen und für sich genutzt.



AUTOR




Sergej Borkenhagen
 Physiotherapeut,
 Geschäftsführer
 X-PHYSIO | Schule für
 Physiotherapie
 E-Mail: lernen@x-physio.de

Tendenz A:		Tendenz B:		Meine Praxis:	
Sorgfältige Einarbeitung	<ul style="list-style-type: none"> Nach dem QM Leitfadern Nach hauseigenem Konzept Durch erfahrene Kollegen Durch die Leitung 	Umsetzung eigener Therapiemethodik	<ul style="list-style-type: none"> Eigene Gestaltungsmöglichkeiten des Arbeitsalltags und Freiheit bei der Auswahl der Arbeitsmethoden 		
Regelmäßige Dienstbesprechungen	<ul style="list-style-type: none"> Geregelte Kommunikationswege 	Eigenverantwortliche Dienstkommunikation	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikation nach Bedarf 		
Interne Fortbildung	<ul style="list-style-type: none"> Zu hauseigenen Themen Zu Themen der Mitarbeiter Zugriff zu Fachportalen oder Literaturbestand Inhouse- Schulungen 	Kein interner Fortbildungszwang	<ul style="list-style-type: none"> Frei von Teilnahmeverpflichtungen an internen Fortbildungen 		
Externe Fortbildung	<ul style="list-style-type: none"> Begünstigung Förderung Unterstützung Themengebunden Freie Themenwahl Freistellung Partnerschaften 	Kein externer Fortbildungszwang	<ul style="list-style-type: none"> Frei von Regelungen durch den Arbeitgeber zum Besuch von Fortbildungen 		
Dienstfahrzeug/ Fahrtkostenbeteiligung Parkflächen/ Parkausweis/ Bahnticket Reisebereitschaft	<ul style="list-style-type: none"> Besondere Fuhrparkmerkmale Private Nutzung Pauschale Versicherung Feste Zuordnung Führerschein 	Ausschließlich Innendienst	<ul style="list-style-type: none"> Anreise nicht geregelt Keine Reisebereitschaft erforderlich 		
Besondere Lage	<ul style="list-style-type: none"> Urlaubscharakter Grenznähe Natur-/ Erholungsgebiet Besondere Aussicht 	Gute Lage	<ul style="list-style-type: none"> Gute Anbindung Günstige Mieten Niedrige Lebenshaltungskosten Sport- / Einkaufsmöglichkeiten 		
Arbeitskleidung	<ul style="list-style-type: none"> Hochwertig Wäscheservice Vorgeschrieben Inbegriffen Pauschalen 	Freie Bekleidungswahl	<ul style="list-style-type: none"> Bekleidung nicht durch den Arbeitgeber reguliert 		
Individuelle Förderung	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung bei Tätigkeit im Sport/ Ehrenamt/ Verband-/ Karneval/ Parteien / Kirche usw. 	Praxisthemen bezogene Förderung	<ul style="list-style-type: none"> Ausflüge Teambuilding / Events Produktschulungen Werksbesichtigungen 		
Klassische Ansprache Gutes Betriebsklima	<ul style="list-style-type: none"> „Sie“- Anrede Harmonisches Miteinander Langjährige Mitarbeiterstruktur Gemeinsame Aktivitäten und Interessen der Mitarbeiter Besonders guter Kaffee / Aufenthaltsraum / Ruhebereich 	Moderner Ansprache Klare interne Regeln	<ul style="list-style-type: none"> „Du“- Anrede Jeder weiß was, wie, wann und in welchem Ausmaß zu tun ist Zielgerichtetes nebeneinander 		
Besonders eingerichteter/ ausgestatteter Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> PC/ Smartphone / Tablett Hohe Qualität Öl / Desinfektion / Laken / Liegen / Geräte Besonders viele / unterschiedliche / abgestimmte / neuartige / technische / zukunftsweisende / einfach Bedienbare Klein- und Großgeräte 	Möglichkeiten zur Mitbestimmung zur Einrichtung/ Ausstattung des Arbeitsplatzes	<ul style="list-style-type: none"> Farbwahl Raumwahl Gerätewahl Etat für Kleingeräte 		
Ergonomischer Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> Liegen Licht / Ton / Temperatur Schreibtisch / Stehpult Venenmatte Stuhl / Hocker 	Besonderer Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> Im Betrieb Im Sporthaus / Stadion Im Altenheim Im Therapiebus Im Schwimmbad 		
Gesundheit	<ul style="list-style-type: none"> Gesundheitsvorsorge Gesundheitsförderung 	Arbeitsschutz	<ul style="list-style-type: none"> überdurchschnittliche Maßnahmen 		
Wechselnder Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> Unterschiedliche Räume Unterschiedliche Einsatzfelder Unterschiedliche Standorte 	Fester Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> Fester Raum Festes Einsatzfeld Fester Standort 		
Teamarbeit	<ul style="list-style-type: none"> Behandlung mit Kollegen Vorträge mit Kollegen Projekte mit Kollegen Visite Intraprofessionell Interdisziplinär 	Eigenständiges Arbeiten	<ul style="list-style-type: none"> Therapie Training Vorträge Konzeption Management Rezeption 		
Abwechslungsreichen Alltag	Handlungsfreiräume bei den Arbeitsabläufen und zugehörigen Prozessen	Feste Tagesstruktur	Koordinierte und strukturierte Tages-/ Wochenabläufe		
Flexible Einsatzzeiten	<ul style="list-style-type: none"> Gleitzeit Zeitkonten 	Feste Zeiten	<ul style="list-style-type: none"> Keine Überstunden Feste Schichten/Tage 		
Überstundenausgleich	<ul style="list-style-type: none"> Monetär Zeitlich 	Eigeneverantwortliches Zeitmanagement	<ul style="list-style-type: none"> Vorziehen von Terminen Planen von Routen 		
Kinderbetreuung	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung Im Haus vorhanden 	Keine Kinderbetreuung	<ul style="list-style-type: none"> Keine Betreuungsbezuschussung nötig da dies ggf. kostenfrei in dem Bundesland ist 		

Die vollständige Tabelle zu diesem Artikel finden Sie im Internet auf thera-biz.com/downloads



Tendenz A:		Tendenz B:		Meine Praxis:
Sorgfältige Einarbeitung	<ul style="list-style-type: none"> Nach dem QM Leitfaden Nach hauseigenem Konzept Durch erfahrene Kollegen Durch die Leitung 	Umsetzung eigener Therapiemethodik	<ul style="list-style-type: none"> Eigene Gestaltungsmöglichkeiten des Arbeitsalltags und Freiheit bei der Auswahl der Arbeitsmethoden 	
Regelmäßige Dienstbesprechungen	<ul style="list-style-type: none"> Geregelte Kommunikationswege 	Eigenverantwortliche Dienstkommunikation	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikation nach Bedarf 	
Interne Fortbildung	<ul style="list-style-type: none"> Zu hauseigenen Themen Zu Themen der Mitarbeiter Zugriff zu Fachportalen oder Literaturbestand Inhouse- Schulungen 	Kein interner Fortbildungszwang	<ul style="list-style-type: none"> Frei von Teilnahmeverpflichtungen an internen Fortbildungen 	
Externe Fortbildung	<ul style="list-style-type: none"> Begünstigung Förderung Unterstützung Themengebunden Freie Themenwahl Freistellung Partnerschaften 	Kein externer Fortbildungszwang	<ul style="list-style-type: none"> Frei von Regelungen durch den Arbeitgeber zum Besuch von Fortbildungen 	
Dienstfahrzeug/ Fahrtkostenbeteiligung Parkflächen/ Parkausweis/ Bahnticket Reisebereitschaft	<ul style="list-style-type: none"> Besondere Fuhrparkmerkmale Private Nutzung Pauschale Versicherung Feste Zuordnung Führerschein 	Ausschließlich Innendienst	<ul style="list-style-type: none"> Anreise nicht geregelt Keine Reisebereitschaft erforderlich 	
Besondere Lage	<ul style="list-style-type: none"> Urlaubscharakter Grenznähe Natur-/ Erholungsgebiet Besondere Aussicht 	Gute Lage	<ul style="list-style-type: none"> Gute Anbindung Günstige Mieten Niedrige Lebenshaltungskosten Sport- / Einkaufsmöglichkeiten 	
Arbeitskleidung	<ul style="list-style-type: none"> Hochwertig Wäscheservice Vorgeschrieben Inbegriffen Pauschalen 	Freie Bekleidungswahl	<ul style="list-style-type: none"> Bekleidung nicht durch den Arbeitgeber reguliert 	
Individuelle Förderung	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung bei Tätigkeit im Sport/ Ehrenamt/ Verband-/ Karneval/ Parteien / Kirche usw. 	Praxisthemen bezogene Förderung	<ul style="list-style-type: none"> Ausflüge Teambuilding / Events Produktschulungen Werksbesichtigungen 	
Klassische Ansprache	<ul style="list-style-type: none"> „Sie“- Anrede 	Moderne Ansprache	<ul style="list-style-type: none"> „Du“- Anrede 	
Gutes Betriebsklima	<ul style="list-style-type: none"> Harmonisches Miteinander Langjährige Mitarbeiterstruktur Gemeinsame Aktivitäten und Interessen der Mitarbeiter Besonders guter Kaffee / Aufenthaltsraum / Ruhebereich 	Klare interne Regeln	<ul style="list-style-type: none"> Jeder weiß was, wie, wann und in welchem Ausmaß zu tun ist Zielgerichtetes nebeneinander 	
Besonders eingerichteter/ ausgestatteter Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> PC/ Smartphone / Tablet Hohe Qualität Öl / Desinfektion / Laken / Liegen / Geräte Besonders viele / unterschiedliche / abgestimmte / neuartige / technische / zukunftsweisende / einfach Bedienbare Klein- und Großgeräte 	Möglichkeiten zur Mitbestimmung zur Einrichtung/ Ausstattung des Arbeitsplatzes	<ul style="list-style-type: none"> Farbwahl Raumwahl Gerätewahl Etat für Kleingeräte 	
Ergonomischer Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> Liegen Licht / Ton / Temperatur Schreibtisch / Stehpult Venenmatte Stuhl / Hocker 	Besonderer Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> Im Betrieb Im Sporthaus / Stadion Im Altenheim Im Therapiebus Im Schwimmbad 	
Gesundheit	<ul style="list-style-type: none"> Gesundheitsvorsorge Gesundheitsförderung 	Arbeitsschutz	<ul style="list-style-type: none"> überdurchschnittliche Maßnahmen 	
Wechselnder Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> Unterschiedliche Räume Unterschiedliche Einsatzfelder Unterschiedliche Standorte 	Fester Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none"> Fester Raum Festes Einsatzfeld Fester Standort 	
Teamarbeit	<ul style="list-style-type: none"> Behandlung mit Kollegen Vorträge mit Kollegen Projekte mit Kollegen Visite Intraprofessionell Interdisziplinär 	Eigenständiges Arbeiten	<ul style="list-style-type: none"> Therapie Training Vorträge Konzeption Management Rezeption 	
Abwechslungsreichen Alltag	Handlungsfreiräume bei den Arbeitsabläufen und zugehörigen Prozessen	Feste Tagesstruktur	Koordinierte und strukturierte Tages-/ Wochenabläufe	
Flexible Einsatzzeiten	<ul style="list-style-type: none"> Gleitzeit Zeitkonten 	Feste Zeiten	<ul style="list-style-type: none"> Keine Überstunden Feste Schichten/Tage 	
Überstundenausgleich	<ul style="list-style-type: none"> Monetär Zeitlich 	Eigeneverantwortliches Zeitmanagement	<ul style="list-style-type: none"> Vorziehen von Terminen Planen von Routen 	
Kinderbetreuung	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung Im Haus vorhanden 	Keine Kinderbetreuung	<ul style="list-style-type: none"> Keine Betreuungsbezuschussung nötig da dies ggf. kostenfrei in dem Bundesland ist 	
Individueller Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> Nach individuellen Bedürfnissen und Absprache immer möglich. 	Planbarer Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> Zu Ferienzeiten Betriebsferien 	
Verantwortung	<ul style="list-style-type: none"> Für Mitarbeiter Für Aufgabenbereiche Für Themengebiete Für Arbeitsplatz / Geräte 	Entlastung	<ul style="list-style-type: none"> Keine Verantwortung außer für die Abgabe von Behandlungen 	
Rezeption besetzt	<ul style="list-style-type: none"> Voll Teilweise 	Praxismanagement Teilhabe	<ul style="list-style-type: none"> Terminierung Abrechnung Telefon Kartei 	
Lukrative Taktung	<ul style="list-style-type: none"> Mindestvorgabe z.B. KG 15 Min. 	Entlastende Taktung	<ul style="list-style-type: none"> z.B. KG 30 Min. 	
Variable Patientenlientel	<ul style="list-style-type: none"> Breites Spektrum 	Spezielle Patientenlientel	<ul style="list-style-type: none"> Fokussierung Spezialisierung 	