

DEINE PHYSIOTHERAPIEPRAXIS OHNE FACHKRAFTMANGEL

Eine kurze Geschichte von Heiko dem Physiotherapeuten
mit 5 Tipps dich von anderen Praxen abzuheben



INHALT

1. EINLEITUNG	2-3
Zeichne ein Bild, erzähle eine Geschichte	
2. WIE KANN ICH MICH	4
(mit geringen Kosten) für Jobbewerber attraktiver machen (und mich von der Konkurrenz abheben)	
2.1. WEBSEITE	4
2.2. KUNDENBEWERTUNGEN	5
2.3. ARBEITGEBERBEWERTUNG	6
2.4. JOBPORTALE	7
2.5. PHYSIOTHERAPIESCHULEN	7
3. BEST PRACTICE	8
Es ist kein Hexenwerk, sondern wirklich machbar	
4. FAZIT	9
Was ist der nächste Schritt?	



VORWORT

Alles fing an mit einem Unternehmerseminar, das sich tiefgreifend mit der eigenen Persönlichkeit beschäftigte. Dort kam mir die Erkenntnis, dass im Bereich der Physiotherapie überwiegend Menschen arbeiten, mit denen ich mich sehr gut identifizieren kann: empathisch, hilfsbereit, sympathisch.

Schnell stand mein Entschluss fest, künftig vor allem, oder am liebsten ausschließlich, mit dieser Berufsgruppe zu arbeiten.

Also zog ich los, um mir ein besseres Bild von Physiotherapeuten und ihrem brennendsten Problem zu machen. Ich tat das, was wohl die meisten Menschen in meinem Fall machen würden: Ich schaltete den Computer an und googelte nach Physiotherapeuten in meiner Nähe.

Gleich erschien eine deutlich längere Liste von Praxen und Selbständigen, als ich erwartet hätte. Seltsamerweise hatten bei weitem nicht alle einen Internetauftritt. Und von den Webseiten, die ich besuchte, waren viele veraltet und ich konnte mir oft nur schwer ein Bild über die Größe der Praxis, die Philosophie und das Team machen.

Nachdem ich schließlich mit einigen der Praxen in den Austausch kam, war schnell klar, dass je nach Größe und Struktur der Praxis die Probleme durchaus unterschiedlich waren. Ein brennendstes Problem hatten jedoch alle gemeinsam: den Fachkräftemangel.

Nun, das ist ein Problem, das nicht exklusiv bei Physiotherapeuten liegt. Ein entscheidender Vorteil ist in der Physiobranche allerdings zu erkennen: Im Gegensatz zu vielen anderen Branchen ist der Bereich der Physiotherapie bisher noch von einer starken Digitalisierung verschont geblieben. Das macht die Online-Welt für Physiotherapeuten zu einem fruchtbaren Acker, der nur darauf wartet, umgegraben und genutzt zu werden.

Diese Erkenntnis brachte mich dazu diesen Text zu verfassen. Und da Geschichten viel besser in Erinnerung bleiben und angenehmer zu lesen sind als trockene Fakten, erschuf ich Heiko, den Physiotherapeuten. Durch seine Augen möchte ich dir einen Perspektivwechsel ermöglichen. Um zu zeigen, wie viele Möglichkeiten es gibt, den Acker zu nutzen, um die Früchte zu ernten.



ZEICHNE EIN BILD, ERZÄHLE EINE GESCHICHTE

Heiko ist 27 und hat gerade seinen aktuellen Job als Physiotherapeut gekündigt. Mit seiner Freundin ist er schon 6 Jahre zusammen und Heiko freut sich darauf jetzt endlich mit ihr zusammenzuziehen. Die Praxis, in der er bisher gearbeitet hat, war in einer anderen Stadt und nun sucht er einen zu ihm passenden Job in der Stadt seiner Freundin.

Da Heiko weiß, dass es einen Fachkräfte-Mangel in seinem Bereich gibt, ist er sich sicher, schnell wieder eine Anstellung zu finden. Vor allem seine Zertifikate für manuelle Therapie und Lymphdrainage machen ihn besonders attraktiv für potenzielle Arbeitgeber. Er hat auch schon sehr konkrete Vorstellungen, wie seine zukünftige Arbeit aussehen soll: Er will auf jeden Fall mit Sportlern arbeiten. Als großer Fußball-Fan möchte er auch gerne beruflich so viel wie möglich mit dem Thema Sport zu tun haben.

Brennend darauf, seine ersten Patienten in einer neuen Praxis zu behandeln, begibt sich Heiko auf die Suche. Er sucht nach Physiotherapiepraxen in seiner Nähe und sieht direkt 4 Praxen, die im Umkreis von 15 Gehminuten um sein neues zu Hause liegen. Da Heiko leidenschaftlicher Radfahrer ist und durchaus auch gerne mit dem Rad zur Arbeit fahren würde, erhöht sich der Radius sogar auf 7 Praxen, die in einer viertel Stunde erreichbar wären. Eine Praxis ist sogar direkt neben dem Fitnessstudio, bei dem er sich schon angemeldet hat.

Er sieht zwar nur eine eher durchschnittliche Bewertung neben dem Namen der Praxis, aber „was soll's“, denkt er sich. Schließlich kann immer mal was schiefgehen. Als er die Webseite öffnet, sieht er lediglich die Kontaktdaten der Praxis und eine kurze Liste der Schwerpunkte. Außerdem wird auf einer Unterseite noch das Team mit Bildern und Namen vorgestellt.

„Naja, reißt mich jetzt nicht gerade vom Hocker“, denkt er sich, während er schon die Webseite der nächsten Praxis öffnet. Die Lage der Praxis ist zwar nicht ganz so optimal, aber es wäre immerhin eine schöne Radstrecke direkt am See entlang. Auf der Startseite lacht ihn direkt ein Bild des gesamten Teams an. Auf der Über uns Seite stellen sich alle Teammitglieder ausführlich vor und er erfährt außerdem, dass das gesamte Praxisteam einmal pro Monat zusammen Sport treibt. Zusätzlich gibt es einmal pro Jahr einen Teamausflug bei dem wechselnd immer ein Teammitglied das Ziel und die Aktivitäten bestimmen darf.

Als er dann noch liest, dass der Praxisinhaber auch begeisterter Fußballer ist, sitzt er schon fast auf dem Sattel seines Rads, um in der Praxis vorstellig zu werden.

Was wäre wohl passiert, wenn sich Heiko näher mit der ersten Praxis beschäftigt hätte?

Er hätte erfahren, dass der Praxisinhaber zwar keinen Schwerpunkt im Bereich Fußball hat, nebenher aber den ortsansässigen 3.Liga-Fußballverein betreut und in diesem Bereich noch Unterstützung sucht. Die Möglichkeit, so nahe an seiner Leidenschaft zu sein, hätte Heiko vermutlich nicht ausgeschlagen ...

Als Heiko die Webseite der Praxis schließt, die ihn so begeistert hat, fällt sein Blick auf die Bewertungen:

„...zuletzt sehr unfreundlich...“,

„...Wortwahl des Personals ist mehr als unverschämt...“



Google-Bewertungen

SB

Schlechte Bewertung 1

1 Rezension

★ ★ ★ ★ ★ vor 1 Jahren

Leider muss man ein Stern geben der bestimmt nicht gerechtfertigt ist. Als Patient wird man dort mit einer Fachlichen Arroganz behandelt zumal die Behandlung aus medizinischer Sicht nicht unbedingt übereinstimmt. Zum Thema Abrechnung der Heilmittel Rezepte trifft nicht gerade Fachwissen bei und es werden ein als Patienten nicht wahrhaft mäßige Aussagen mitgeteilt und die Tonart und Wortwahl des Personals ist mehr als unverschämte und frech!

 Gefällt mir

SB

Schlechte Bewertung 2

1 Rezension

★ ★ ★ ★ ★ vor 2 Jahren

Absolut nicht zu empfehlen. Wohlfühlfaktor gleich NULL! Nachdem ich an der Türe geklingelt habe wurde ich erstmal blöd angemacht wieso ich den auch die Klingel benutze wenn es eine Klinke an der Türe gibt. Am Empfang angekommen wurde erstmal die Empfangsdame vom „Chef“ angemacht das ich doch nicht der bin für den sie mich gehalten hat. Obwohl ich es doch war. Nachdem ich anschließend mehrmals darauf hingewiesen habe das ich die Überweisung wieder benötige zwecks Abrechnung über die private Krankenversicherung hieß es „Ich bin ja schließlich nicht der einzige Patient der Praxis“ zu mir. Daraufhin habe ich noch vor der Behandlung meine Überweisung zurückverlangt und bin gegangen. Ich wurde mit „einen schönen Tag noch“ verabschiedet. Der Unterton war sehr unangenehm. Nie wieder

 Gefällt mir

Echte Bewertungen einer Physiotherapiepraxis
(Namen sind aus Datenschutzgründen nachträglich bearbeitet)

„Ohje, das muss ich mir nicht antun“, ist das erste, was ihm in den Sinn kommt.

Weil die Bewertungen in starkem Kontrast zu dem Eindruck stehen, den die Webseite vermittelt, will Heiko die Praxis noch nicht direkt abschreiben. Er sucht stattdessen online nach weiteren Informationen und stößt dabei auf Arbeitgeberbewertungen bei den gängigen Portalen. Dort findet er nur einen relativ aktuellen Eintrag, der ein unschönes Bild der Arbeitsatmosphäre zeichnet. Frustriert schließt er auch die zweite Praxis als möglichen Arbeitgeber aus.

Wie schade, dass Heiko nicht wenigstens zu einem Vorstellungsgespräch in die Praxis gegangen ist. In einem persönlichen Gespräch hätte er vermutlich schnell erfahren, dass in der Praxis ein Mitarbeiter in den letzten Monaten sehr schlechte Stimmung im Team als auch in Richtung Patienten verbreitet hat. Nach mehreren intensiven Gesprächen musste sich die Praxisleitung von dem Mitarbeiter trennen und seitdem ist die Stimmung im Team und auch die Kommunikation in Richtung Patienten wieder hervorragend. Leider hat der frustrierte Mitarbeiter im Nachgang noch eine ungerechtfertigt negative Arbeitgeberbewertung hinterlassen, auf die Heiko bei seiner Recherche gestoßen ist.

Hätte sich die Praxis um eine positivere Präsenz in den Bewertungsportalen bemüht, wäre nun vermutlich mit Heiko ein frischer, motivierter Mitarbeiter Teil des Teams.

„Okay, irgendwie habe ich das Gefühl, dass das zu nichts führt“, murmelt Heiko vor sich hin. „Ich versuch es jetzt einfach mal anders“. Aus der Werbung kennt er dieses Ingrid-Jobportal und sucht dort nach Praxen in seiner Umgebung. In der Auflistung findet er schließlich zwei, die seine Ansprüche erfüllen und bei denen er sich letztlich bewirbt. Bei beiden Praxen bekommt er ein Jobangebot und entscheidet sich schlussendlich für die Praxis, die näher an seinem Wohnort liegt.

Wenn wir uns die Geschichte von Heiko genauer betrachten, dann lassen sich daraus 4 Berührungspunkte mit den Physiotherapie-praxen ableiten:

- | | |
|--------------|--------------------------|
| 1 WEBSEITE | 3 KUNDENBEWERTUNGEN |
| 2 JOBPORTALE | 4 ARBEITGEBERBEWERTUNGEN |

Jeder dieser Punkte wird im nächsten Kapitel genauer beleuchtet und aufgezeigt, welche Möglichkeiten sich bieten.

5 KOOPERATIONEN MIT PHYSIOTHERAPIESCHULEN

Ein fünfter Punkt, der in der Geschichte von Heiko keinen Einfluss hat, aber dennoch unbedingt erwähnt werden sollte, sind Kooperationen mit Physiotherapieschulen.

WIE KANN ICH MICH



(MIT GERINGEN KOSTEN) FÜR JOBBEWERBER ATTRAKTIVER MACHEN (UND MICH VON DER KONKURRENZ ABHEBEN)

Es gibt natürlich ein sehr breites Feld an potentiellen Gebieten, mit denen du deine Praxis für neue Mitarbeiter attraktiver machen kannst. Auf alle einzugehen, würde den Rahmen dieses Textes sprengen. Wir konzentrieren uns daher im Folgenden auf die Punkte, die du selbständig und ohne größere externe Hilfe umsetzen kannst.

Wir beginnen dafür mit einem Bereich, über den du die volle Kontrolle hast und somit selbst bestimmen kannst, in welchem Licht du und deine Praxis erstrahlen: Deine Webseite.

2.1. Webseite

An der Geschichte von Heiko haben wir gesehen, wie wichtig eine Webseite für potenzielle neue Bewerber ist. Die Webseite ist weit mehr als deine digitale Visitenkarte. Sie repräsentiert dich und dein Unternehmen, ist für Kunden wie Bewerber oftmals der erste Eindruck und für dich das Mittel, mit dem du der Welt genau das sagen kannst, was du zu sagen hast.

Dabei sind **zwei Punkte** besonders wichtig: Das **Aussehen** und der **Inhalt**.

Für das *Look & Feel* deiner Webseite ist es wichtig, dass dieses modern und harmonisch erscheint. Altbackene Webseiten mit spärlichem Inhalt vermitteln schnell ein falsches Bild deiner Praxis.

Eine moderne Webseite arbeitet mit vielen, emotionalen Bildern, einem klaren optischen Leitfaden und ist auf allen Geräten gut bedienbar, egal ob Desktop-PC oder Smartphone.

Dass deine Webseite optisch professionell und einladend erscheint, ist letztlich nur die Basis für den noch wichtigeren zweiten Punkt: *Inhalt und Struktur deiner Webseite*.

Wie umfangreich du deine Webseite ausbauen willst, hängt ganz von dir ab und wie viel Zeit du investieren möchtest. Du solltest aber ein paar Dinge beachten, um dich für Bewerber attraktiv zu machen.

→ Eine attraktive und aussagekräftige „Über uns“-Seite.

Am Beispiel von Heiko haben wir gesehen, wie wichtig es ist, wie du dich und dein Team präsentierst. Für Außenstehende ist nicht klar, wie die Stimmung in deiner Praxis ist und wie es sich anfühlt, Teil des Teams zu sein. Wenn jeder im Team sich auf der Webseite vorstellt, können Bewerber viel leichter Gemeinsamkeiten entdecken und sich schon vorab schneller mit dem Team identifizieren.

→ Was können deine Mitarbeiter erreichen? Schreibe eine Karriereseite!

Vor allem für Berufseinsteiger sind Aufstiegschancen in deiner Praxis sehr wichtig. Bietest du deinen Mitarbeitern die Möglichkeit sich weiterzubilden? Super, dann solltest du das unbedingt auf deine Karriereseite packen. Haben sich bestehende Mitarbeiter im Laufe der Jahre in deiner Praxis stark weiterentwickelt und können sie aktiv ihre Stärken einbringen? Das ist ebenfalls sehr wichtig und motivierend für Neueinsteiger und unbedingt zu erwähnen! Du könntest zum Beispiel ein Interview machen und auf deiner Seite veröffentlichen. Was genau der Inhalt deiner Karriereseite wird, hängt letztlich von den Entwicklungsmöglichkeiten in deiner Praxis ab. Du solltest nur unbedingt zeigen, dass sich jeder in deinem Team weiterentwickeln, einbringen und entfalten kann.

→ Zeige allen, dass du Unterstützung benötigst!

Der Fachkräftemangel ist aktuell nicht nur in deiner Branche eines der brennendsten Probleme. Trotzdem sucht nicht jede Praxis automatisch neue Mitarbeiter. Viele Jobsuchenden gehen trotzdem den Weg der Initiativbewerbungen, auch wenn die Praxis keine Stelleanzeige geschaltet hat. Dennoch erhöhst du die Chance, dass sich ein potenzieller Mitarbeiter bei dir bewirbt, wenn du auch aktiv darauf aufmerksam machst, dass du Unterstützung benötigst.

→ Stelle deine Stärken und Schwerpunkte heraus!

Wenn du Mitarbeiter mit speziellen Schwerpunkten hast oder sich deine Praxis auf einen bestimmten Bereich fokussiert, dann sollte das auch auf deiner Webseite entsprechend abgebildet werden. Du schlägst damit sogar zwei Fliegen mit einer Klappe. Zum einen ist deine Praxis für Bewerber attraktiver, die sich auf den Schwerpunkt spezialisiert haben oder zukünftig spezialisieren wollen. Zum anderen zeigst du deinen Patienten, dass in deiner Praxis Experten für den bestimmten Bereich arbeiten.

2.2. Kundenbewertungen

Jeder kennt sie und auf unseren täglichen Reisen durchs Internet stoßen wir an unzähligen Stellen auf sie:

Die Kundenbewertungen. Egal ob Produktbewertungen bei Amazon, Hotelbewertungen bei Booking.com, Restaurantbewertungen bei Tripadvisor oder Bewertungen für so ziemlich alles in den Google Suchergebnissen. Überall erscheinen graue und gelbe Sterne, die uns eine Aussage über die Qualität der beworbenen Leistung geben wollen.

Physiotherapie Praxis in Berlin-Mitte

2,6 ★★☆☆☆ (151) - Physiotherapeut

Physioweg 9 - 030 123456789

Geöffnet - Schließt um 19:00 Uhr



Website



Route

Physiotherapie Praxis in Berlin-Mitte

4,1 ★★★★★ (45) - Physiotherapeut

Physiogasse 2 - 030 124456

Geöffnet - Schließt um 19:00 Uhr



Website



Route



Mehr Orte

Ausschnitt der Google Suchergebnisse „Physiotherapie Berlin Mitte“ (Inhalte sind aus Datenschutzgründen nachträglich verändert worden)

Auch wenn man immer wieder von gekauften oder falschen Bewertungen liest, so haben sie dennoch bewusst oder unterbewusst einen großen Einfluss auf unsere Entscheidung. Unser Fokus liegt hier zwar vor allem auf Bewerber, dennoch sollte nicht unterschätzt werden, dass auch die Kundenbewertungen deiner Praxis einen starken Einfluss auf die Außenwirkung haben.

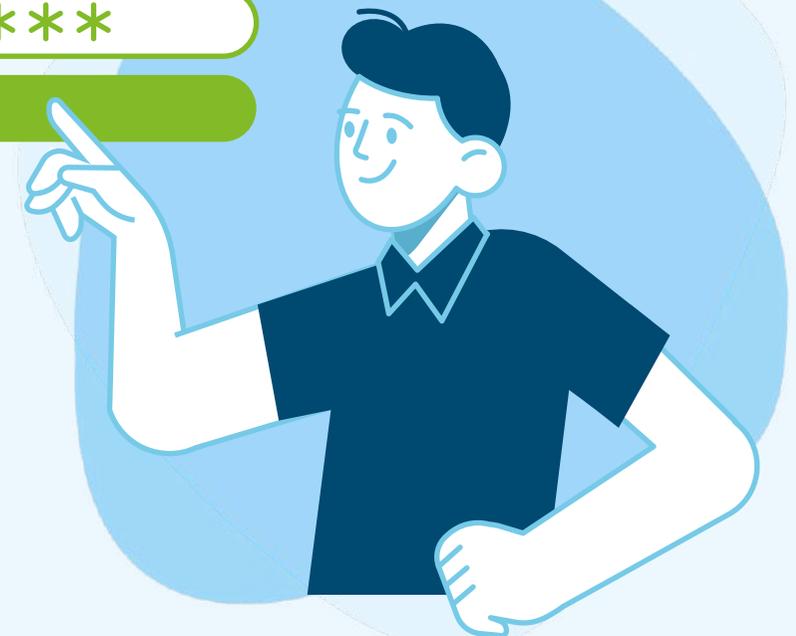
Leider ist es so, dass Menschen in der Regel ihre Meinung eher lauthals kundtun, wenn ihnen etwas nicht gepasst hat. Hat alles reibungslos und solide funktioniert, wird das als selbstverständlich betrachtet und ist nicht weiter erwähnenswert. Erst bei großer Begeisterung steigt der Anreiz, dies auch zu kommunizieren. Das hat zur Folge, dass aus eigenem Antrieb oft eher eine negative Bewertung abgegeben wird als eine positive.

Fordere daher einfach aktiv deine Patienten dazu auf deine Praxis in den gängigen Portalen zu bewerten. Damit du dich nicht nur auf ein Portal konzentrierst, solltest du dir einfach vorab eine Handvoll Portale auswählen.

Da du bzw. deine Mitarbeiter vermutlich mit den meisten Patienten ein gutes Verhältnis haben, sollte sich schnell eine größere Anzahl an positiven Bewertungen sammeln lassen.

Wenn du dich in deiner Umgebung nach anderen Praxen umschaust, dann wirst du vermutlich feststellen, dass viele keine oder nur sehr wenig Bewertungen haben. Verglichen mit der hohen Zahl an Patienten ist das ein sehr geringer Anteil.

Sammele also über die nächsten Monate so viele Bewertungen wie möglich und schon hast du ohne größeren Aufwand die Möglichkeit dich von anderen Praxen abzuheben. Zusätzlich fühlen sich Bewerber von einer Praxis mit zahlreichen, überwiegend positiven Bewertungen deutlich stärker angezogen als von einer Praxis ohne oder mit überwiegend schlechten Bewertungen.



2.3. Arbeitgeberbewertung

Mit den Arbeitgeberbewertungen verhält es sich ähnlich wie mit den Kundenrezensionen. Da du hoffentlich deutlich weniger Mitarbeiter als Patienten hast, ist es natürlich auch schwieriger auf eine größere Anzahl zu kommen. Diese Bewertungen beschäftigen sich aus einer komplett anderen Perspektive mit deiner Praxis, weswegen sie für die Mitarbeitergewinnung noch wichtiger sind als positive Kundenbewertungen.

Daher solltest du unbedingt dafür sorgen, zumindest eine paar positive Bewertungen in Portalen wie [kununu](#), [Glassdoor](#) oder [Indeed](#) zu sammeln. Bitte am besten deine aktuellen Mitarbeiter deine Praxis zu bewerten. Genauso kannst du auch ehemalige

Mitarbeiter um eine Bewertung bitten. Hat sich ein Teammitglied in deiner Praxis weiterentwickelt und die Anstellung als Sprungbrett für höher Aufgaben genutzt? Super, dieser Mitarbeiter wird die Möglichkeit bestimmt zu schätzen wissen, die du ihm gegeben hast, und dir gerne auch nachträglich noch eine Bewertung schreiben.

Auch die Arbeitgeberbewertungen sind ein weiteres Mosaiksteinchen, mit dem du das Bild deiner Praxis gestalten kannst. Ein Bewerber wird sich eher bei einer Praxis mit positiven Bewertungen bewerben und schon hast du vielen anderen Praxen etwas voraus.

Mitarbeiterzufriedenheit

- ▼ Karriere & Gehalt **2,4** ★★★★★
- ▼ Unternehmenskultur **2,7** ★★★★★
- ▼ Arbeitsumgebung **2,6** ★★★★★
- ▼ Vielfalt **3,1** ★★★★★

Seit 2008 haben 396 Mitarbeiter und Bewerber diesen Arbeitgeber mit durchschnittlich 3,5 Punkten bewertet. Dieser Wert ist höher als der Durchschnitt der Branche Handel (3,3 Punkte).
[Alle 396 Bewertungen entdecken](#)

Wir wollen dein Feedback!

Du bist über die Suche hierher gekommen. Hast du gefunden, wonach du gesucht hast?

Ja Nein

Gehälter

56% bewerten ihr Gehalt als schlecht oder sehr schlecht (basierend auf 203 Bewertungen)

Wieviel kann ich verdienen?

Mittelwert Bruttojahresgehalt Vollzeit

Fachverkäufer für Textilien und Bekleidung	€ 28.200 €
8 Gehaltsangaben	
Filialeiter:in	€ 33.400 €
8 Gehaltsangaben	
Software-Entwickler:in	€ 50.300 €
8 Gehaltsangaben	

Ausschnitt eines Arbeitgeberprofils mit nur sehr durchschnittlich zufriedenen Mitarbeitern (Ausschnitt von kununu.com)

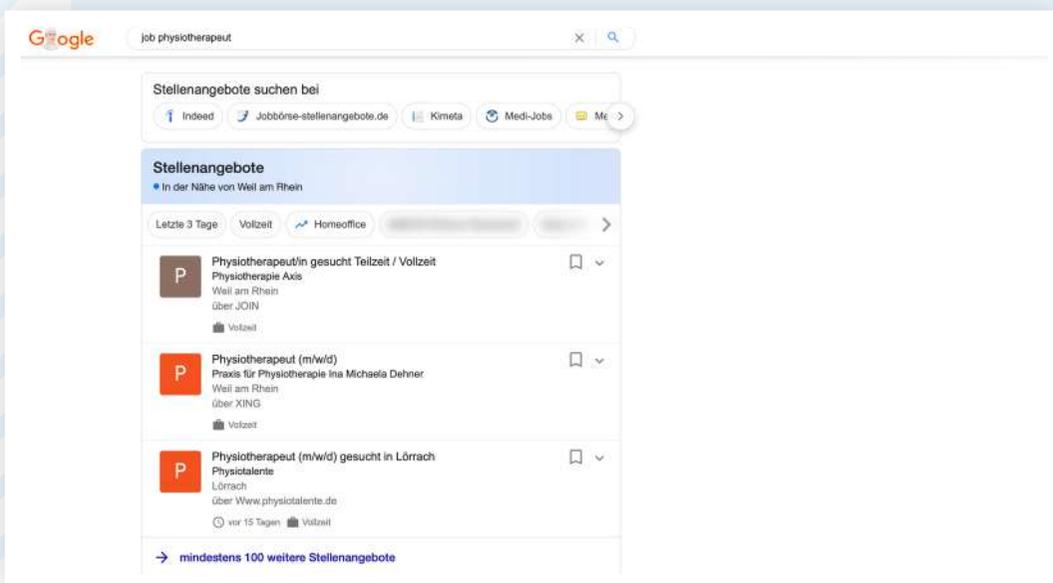


2.4. Jobportale

Jobportale sind ein sehr wichtiges Instrument, um Bewerber auf dich aufmerksam zu machen. Die großen Unternehmen, wie Indeed und Monster, haben in den letzten Jahren ihre Reichweite massiv erhöht und sind nahezu jedem Jobsuchenden ein Begriff. Aber auch medizinspezifische Portale, wie [Medi Jobs](#), oder spezielle Physiotherapie Jobbörsen, wie die des [ZVK](#), bieten sich an, um die Reichweite deines Stellenangebots zu erhöhen.

Viele dieser Portale bieten die Möglichkeit gratis Inserate zu schalten. Diese haben zwar oft nicht dieselbe Reichweite wie kostenpflichtige Anzeigen, geben dir aber dennoch die Möglichkeit Bewerber auf deine Praxis aufmerksam zu machen. Nutze diese kostenfreie Möglichkeit unbedingt aus, um deine Reichweite zu erhöhen. Wenn du schon einen Text für die Stellensuche auf deiner Webseite geschrieben hast, dann hast du in weniger als 2 Stunden eine Stellenanzeige in mehreren Portalen eingepflegt.

Eine weitere Möglichkeit, die vor einigen Jahren vom Internetgiganten Google ins Leben gerufen wurde, ist Google Jobs. Der Branchenprimus nutzt damit seine Vormachtstellung im Bereich der Suchmaschinen aus, um auch in dem hart umkämpften Arbeitsmarkt Fuß zu fassen.



Lokale Suchergebnisse bei der Suchanfrage „job physiotherapeut“ bei Google (gewisse Daten sind aus Datenschutzgründen unkenntlich gemacht)

Das Schöne an Google Jobs ist, dass es im Gegensatz zu anderen Jobportalen komplett kostenfrei ist. Lediglich die Integration ist nicht so einfach wie bei anderen Anbietern. Um bei Google Jobs gelistet zu werden, müssen auf deiner Webseite Stellenanzeigen mit den entsprechenden technischen Voraussetzungen integriert sein. Je nachdem, auf welcher Basis deine Webseite erstellt wurde, gibt es unter Umständen schon fertige Erweiterungen, die dir die Arbeit abnehmen. Für das gängige Content-Management-System Wordpress ist z.B. [Jobs for Wordpress](#) ein sehr gebräuchliches Plugin.

Nutze unbedingt diese Möglichkeit, um Inserate mit hoher Reichweite zu schalten. Falls du mit der Integration von Google Jobs überfordert bist oder keine Zeit hast, dich so tief in die Materie einzuarbeiten, dann wende dich am besten an die Internetagentur deines Vertrauens. Sie können dir bestimmt schnell weiterhelfen.

2.5. Physiotherapieschulen

Im Gegensatz zu den bisher genannten Punkten ist dieser zugegebenermaßen mit deutlich höherem Aufwand verbunden, jedoch verbirgt sich dahinter auch das größte Potenzial.

Je nachdem in welcher Region sich deine Praxis befindet gibt es vielleicht eine oder mehrere Physiotherapieschulen im näheren Umfeld. Du solltest unbedingt in Erfahrung bringen, ob diese schon eine Kooperation mit einer Praxis haben. Und selbst, falls das der Fall ist, gibt es vermutlich noch einen Bereich, den diese noch nicht abdeckt: **Sei kreativ!**

- ⊙ Wie kannst du der Schule mit deiner Praxis und deinem Wissen weiterhelfen?
- ⊙ Hast du in deiner Praxis Inventar, das die Schule nicht hat und kannst deine Räumlichkeiten für Praxisübungen zur Verfügung stellen?
- ⊙ Kannst du Gastvorträge für ein bestimmtes Thema machen, auf das sich deine Praxis spezialisiert hat?
- ⊙ Eine weitere Option mit recht geringem Aufwand ist es Praktika anzubieten. So lernst du deine potenziellen neuen Mitarbeiter schon sehr früh kennen und kannst ihnen dein Wissen entsprechend deiner Vorstellung und Prioritäten vermitteln.

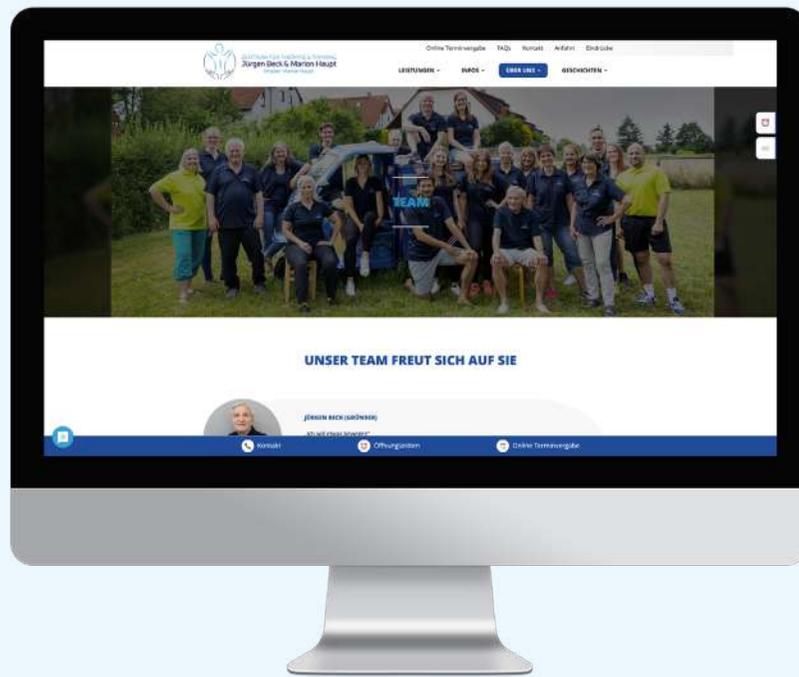
Die Möglichkeiten sind vielfältig, hängen aber auch stark von dem Aufwand ab, den du bereit bist zu betreiben.



ES IST KEIN HEXENWERK, SONDERN WIRKLICH MACHBAR

Im Zuge meiner Recherchen habe ich mit zahlreichen Physiotherapeuten gesprochen und bin auf eine Praxis gestoßen, die zwar auch Probleme hat, der entscheidende Unterschied zu anderen Praxen war jedoch, dass die Inhaberin Marion Haupt im Bereich Mitarbeitergewinnung keinerlei Engpässe hat. Ich wurde hellhörig, fragte nach und warf einen genauen Blick auf die Webseite der Praxis. Mein Grinsen wurde immer breiter: Marion hat alle Punkte, auf die ich auch gestoßen bin, nahezu in Perfektion umgesetzt und sogar weit mehr. Selbst Kooperationen mit mehreren Physiotherapeutenschulen in der Nähe ihrer Praxis.

Auf Ihrer modernen [Webseite](#) wird der Gründer und Namensgeber der Praxis Jürgen Beck ausführlich vorgestellt, aber auch der Rest des Teams kommt nicht zu kurz. Auf der Karriereseite bekommt man einen guten Eindruck von einem exemplarischen Arbeitstag, die Praxis stellt sich mit ihren Stärken vor und sogar Mitarbeiter kommen an der Stelle zu Wort.



Als Sahnehäubchen gibt es sogar noch eine Online-Terminvergabe über die Therapieanwendungen oder Trainingstermine für das angeschlossene Fitnessstudio gebucht werden können.

Insgesamt wird direkt eine offene, ehrliche und sympathische Art ausgestrahlt und allein durch den Besuch der Webseite kann man sich ein gutes Bild von den Menschen hinter dem Namen der Praxis machen.

Auch bei Google findet man zahlreiche, fast ausschließlich positive Bewertungen. Alle Bewertungen, positive wie negative werden kommentiert und vermitteln den Eindruck, dass das Feedback beachtet und ernst genommen wird.

Seit der Kooperation der Praxis mit der nahegelegenen Physiotherapeutenschule hat Marion auch keine Sorge mehr Mitarbeiter zu gewinnen. Daraus ergeben sich selbstverständlich wieder andere Herausforderungen.

Aber das ist dann das Thema einer anderen Geschichte ...



4.

DAS FAZIT

WAS IST DER NÄCHSTE SCHRITT?

Nicht nur du hast Probleme geeignete neue Mitarbeiter zu finden. Viele Physiotherapiepraxen leiden unter dem branchenübergreifenden Fachkräftemangel.

In deinem Bereich hast du allerdings die Möglichkeit mit deutlich weniger Aufwand schon sehr viel zu erreichen, um dich von deinen Mitbewerbern abzuheben und Bewerber auf dich aufmerksam zu machen. Denk immer an Heiko, der vermutlich bei einer anderen Praxis noch glücklicher geworden wäre, hätte er vorab nur mehr über die Praxis und das Team erfahren.

ALSO LOS ...

Such dir also am besten einen ersten Bereich, egal ob Kunden- oder Mitarbeiterrezensionen, deine Website oder auch Jobportale heraus und stecke dir ein Ziel, dass du die nächsten 6 Wochen erreichen möchtest. Versuche nicht zu viel auf ein Mal sonst verlierst du in Kombination mit deinem Arbeitsalltag schnell den Überblick und damit auch dein Ziel aus den Augen.



Ich hoffe ich konnte dir einen ersten Überblick verschaffen und dir an der ein oder anderen Stelle einen neuen Blickwinkel aufzeigen.

Solltest du irgendwelche Fragen haben, Kritik oder auch Lob äußern wollen, dann freue ich mich auf deine Rückmeldung.

MARCO FÖRSCH

physiotastisch
Hofmattstr. 16
79541 Lörrach

Telefon 07621 / 588 08 44