



**Stellenmarkt**  
Schweizerische Ärztezeitung



Online-Stellenmarkt der Schweizerischen Ärztezeitung

# Erfolgreiche Karriereplanung im digitalen Zeitalter

**Martin Fux**

Leiter Business und Digital Development, Mitglied der Geschäftsleitung EMH

Zu Beginn dieses Jahres wurde der Online-Stellenmarkt der *Schweizerischen Ärztezeitung* (SÄZ) neu lanciert. Im letzten halben Jahr haben wir weitere Funktionen implementiert, die noch mehr Angebote und Möglichkeiten für Inserierende und Stellensuchende schaffen.

Aus Sicht von Unternehmen ist das Ziel von Stelleninseraten die erfolgreiche Rekrutierung von Personal. Aus Sicht von Arbeitnehmenden ist es das Weiterführen der eigenen Karriere. In beiden Fällen ist wichtig, dass ein messbarer Erfolg mit möglichst wenig Zeitaufwand erzielt werden kann.

## Stellenmarkt für die Ärzteschaft

Mit dem weiterentwickelten Stellenmarkt der SÄZ kann genau dieses Ziel erreicht werden: Er ist spezifisch auf die Schweizer Ärzteschaft zugeschnitten und stellt deshalb für Medizinerinnen und Mediziner auf Stellensuche eine grosse Erleichterung dar. Sie müssen sich nicht mehr auf einer konventionellen Plattform durch hunderte von Angeboten klicken, sondern ihnen werden dank unserem Suchfilter passgenaue Angebote vorgeschlagen.

Für Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber wiederum bedeutet dies, dass die Inserate nur von Personen gesehen

werden, die über die entsprechenden Qualifikationen und Spezialisierung für die ausgeschriebenen Stellen verfügen. Und das alles bequem via Knopfdruck.

## Personal finden dank der Ärztezeitung

Der SÄZ-Stellenmarkt verfügt über eine enorme Reichweite, da er kanalübergreifend agiert, was sowohl für Stellensuchende wie auch für Inserierende interessant ist. Online verfügt die SÄZ über eine zeitgemässe digitale Karriereplattform, dank der die Reichweite der aufgeschalteten Stellenangebote markant verbessert werden konnte. Sie richtet sich gezielt an die Stellensuchenden, die sich ausschliesslich online über offene Stellen informieren, was wiederum den Radius der potenziellen Arbeitnehmenden erweitert.

Gleichzeitig kann der Stellenmarkt weiterhin in der gedruckten Ärztezeitung seine Stärken ausspielen. Das erlaubt es, den Inserierenden spannende Kombiangebote zu offerieren: Möglich sind Anzeigen in der Print-



Abbildung 1: Ob auf der digitalen Stellenplattform, gedruckt im Stellenmarkt oder in der Kombination: Stelleninserate können neu bequem online erfasst werden (© EMH).

ausgabe der SÄZ, im Online-Stellenmarkt und sogar im vielbeachteten EMH-Podcast (Abb. 1).

Ärztinnen und Ärzte können so auf dem Heimweg den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen im EMH-Podcast lauschen und erfahren dabei in der kurzen Werbesequenz von aktuellen Stellenangeboten. Der Schweizerische Ärzteverlag EMH ist multimedial unterwegs und kann diese Vorteile an die Kundinnen und Kunden weitergeben.

Zudem hat die SÄZ mit der FMH einen der wichtigsten Akteure im Schweizer Gesundheitswesen an der Seite. Damit erhält der SÄZ-Stellenmarkt eine einzigartige Strahlkraft. Dies zeigt sich beispielsweise daran, dass auf der Plattform Positionen ausgeschrieben werden, die bei anderen Anbietern kaum zu finden sind. Das SÄZ-Stellenportal ist zudem kompatibel mit *Google for Jobs*, was die Reichweite zusätzlich erhöht.

### Neue Technologien, neue Möglichkeiten

Während die klassische Stellenanzeige nach wie vor das erfolgreichste Mittel zur Personalbeschaffung ist, spalten sich die Meinungen über die Verwendung des richtigen Kanals für die Anzeigenschaltung. Bis vor wenigen Jahren war die Anzeigenschaltung in Zeitungen und Fachzeitschriften noch Pflicht, heute werden viele Stellen ausschliesslich digital ausgeschrieben. Dabei sei gesagt: Sowohl Print- als auch Onlinemedien haben kanalspezifische Vorteile.

Welches Medium im Offline- und Onlinebereich das richtige ist, entscheidet nicht nur die Ausrichtung des Unternehmens, sondern auch die Stellenbeschreibungen und der Spezialisierungsgrad der Ausschreibung. Die gedruckte Anzeige profitiert von den oft hochwertigen Bildern vieler Zeitungen und Fachzeitschriften. Fachpersonal in Schwerpunkt-Branchen können daher mit fachspezifischer Presse angesprochen werden, was den Streuverlust markant minimiert. Ein grosser Vorteil besteht auch in der relativen Langlebigkeit der

Anzeige – das heisst, die gedruckte Stellenanzeige, sofern interessant für den Lesenden, bleibt häufig auf dem Bürotisch liegen oder wird an passende Kandidatinnen und Kandidaten weitergereicht. Generell ist diese Mundpropaganda nicht zu unterschätzen, besonders für Kaderpositionen oder Stellen, die einen hohen Grad an Spezialisierung voraussetzen.

### Der ideale Mix bringt den grössten Erfolg

Eine Stellenanzeige im Internet hingegen erscheint nicht nur umgehend nach der Erstellung, sondern bringt beispielsweise auch die Möglichkeit, jüngere Zielgruppen anzusprechen, die sich vorwiegend im Internet und in den sozialen Medien bewegen. Aber auch andere, spezifische Adressaten können bei einer Schaltung von Online-Stellenanzeigen mit der richtigen Kampagnenunterstützung sehr direkt angesprochen werden.

Ein weiterer Vorteil der digitalen Stellenanzeige ist ihre Anpassungsfähigkeit: Wenn Bewerberinnen und Bewerber etwa immer wieder dieselbe Frage stellen, kann die Anzeige rasch um die fehlenden Informationen ergänzt werden, ohne dass erneut für eine Veröffentlichung bezahlt werden muss.

In der Schweiz werden Online-Stellenanzeigen zwar häufiger genutzt, Printmedien werden für Jobausreibungen jedoch nach wie vor sehr geschätzt. Wie so oft zeigt sich, dass mit einem ausgeklügelten Mix zwischen den beiden Medien das beste Resultat erzielt werden kann.

**Bildnachweis**  
Iurii Stepanov | Dreamstime.com

### Inserate buchen

Seit Anfang Oktober können auf der Stellenplattform der SÄZ alle Inserate für eine Print- oder Online-Publikation gebucht werden unter <https://jobs.saez.ch/>. Für eine persönliche Beratung steht Ihnen das Stellenmarkt-Team gerne zur Verfügung: [stellenmarkt\[at\]emh.ch](mailto:stellenmarkt[at]emh.ch)

[martin.fux\[at\]emh.ch](mailto:martin.fux[at]emh.ch)