

# APO GUIDE

Employer Branding  
für  Apotheken

Inspirationen für den Aufbau einer authentischen Apotheker-Arbeitgebermarke

# EINFÜHRUNG

Schon längst ist die Nachfrage nach qualifizierten pharmazeutischen Mitarbeitern weit höher als das Angebot. Hinzu kommt, dass die Industrie vielen pharmazeutischen Fachkräften der attraktivere Arbeitgeber zu sein scheint. Somit fehlt oft in den öffentlichen Apotheken der Nachwuchs.

Apothekeninhaber\*innen stehen vor der Herausforderung, die raren Fachkräfte zu finden, für sich zu gewinnen und langfristig zu binden. Parallel erleben wir in Kürze eine große Pensionierungswelle der Baby-Boomer-Generation und ein vermehrtes Einströmen der Generationen XYZ in die Apothekenbranche. Diese unterschiedlichen Generationen und deren Bedürfnisse verlangen automatisch eine neue, flexible Arbeitswelt, die auch in der Apotheke immer mehr Einzug halten wird.

Deshalb ist Employer Branding ein absolutes must-have, um auch in Zukunft noch stärker die Attraktivität IHRER Apotheke als Arbeitsgeber zu zeigen und vor allem auch sichtbar zu machen.



Hier erstmal die kurze prägnante Definition von Employer Branding: **Employer Branding** beschreibt alle Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreifen kann, um die eigene Marke (Arbeitsplatz) zu stärken und sich einerseits gegenüber potenziellen Bewerbern als passender und attraktiver Arbeitgeber darzustellen und andererseits bestehende Mitarbeiter im Unternehmen bestmotiviert und selbstbestimmt halten zu können.

**7 von 10 Personal-Verantwortlichen** sind davon überzeugt, dass sich mehr qualifizierte Talente bewerben, wenn das Unternehmen eine **klare** und **ansprechende Arbeitgebermarke** vorweisen kann. Und das zurecht.

Zwei Drittel der Job-Suchenden geben nämlich an, dass sie sich aufgrund einer transparenten Unternehmenskultur eher bei einer Apotheke bewerben.

Damit steht fest: Eine **starke, sichtbare** und **authentische Arbeitgebermarke** wird im Recruiting zunehmend zum entscheidenden Faktor.

Diesen Umstand entdecken immer mehr Apotheken für sich.

Was im Umkehrschluss bedeutet: Die Konkurrenz im Employer Branding wird größer. Deshalb ist es essenziell, nicht nur Aktivitäten zum Aufbau der Arbeitgebermarke zu setzen, weil man es eben machen muss. Vielmehr müssen Apotheken heute Maßnahmen setzen, mit denen sie sich von ihrem Mitbewerbern abheben können.

Die gute Nachricht: Dafür braucht es nicht große Budget-Töpfe. Im Employer Branding können Sie auch mit geringen Ressourcen viel bewirken. Wir liefern Ihnen die richtigen Inspirationen dafür.



In diesem **APO GUIDE** erhalten Sie **5 Ideen** für Ihr Apotheken Employer Branding, mit denen Sie nachhaltig eine **authentische Arbeitgebermarke** aufbauen können. Hier ist mit Sicherheit für jeden Bedarf etwas dabei.

# WAS VORAB NOCH WICHTIG IST!

## **Gutes Employer Branding denkt ganzheitlich.**

Es denkt nach innen und nach außen.

Es denkt digital und es denkt analog.

Und am wichtigsten: Es denkt vernetzt.

Employer Branding vereint immer **2 Facetten:**

Einerseits das **Image**, das Sie als Arbeitgeber nach **innen** tragen, und andererseits das Image, das Sie der **Außenwelt** präsentieren.

Beide Ausprägungen sind wechselwirksam.

Vorab sei nochmals erwähnt, Employer Branding kann nur erfolgen, wenn Sie als Apotheker\*in Ihre

**Unternehmenswerte** bzw. Ihr

Alleinstellungsmerkmal als Arbeitgeber **kennen**.

Ihre Apotheke hat eine einzigartige Geschichte, eine einzigartige Mission. Finden Sie vorab den Mehrwert heraus, den Sie als Apotheke als Arbeitgeber liefern.

Es ist einerseits eine Aufgabe für Sie als

Apothekeninhaber\*in an diesem Bereich zu arbeiten, gleichzeitig sollten die eigenen Mitarbeiter als „Testimonials“-Markenbotschafter fungieren.

All die Ideen, die wir Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen, können an sich durchaus Erfolge bringen. Sie entfalten ihr volles Potenzial aber erst, wenn sie intelligent mit anderen Kanälen und Maßnahmen Ihres Employer Brandings vernetzt werden.



# 1. EINSATZ VON CORPORATE INFLUENCERN: MARKENBOTSCHAFTER\*INNEN FÜR IHRE APOTHEKE

Die besten Fürsprecher\*innen, die Sie sich im Employer Branding wünschen können, sind Ihre Mitarbeitenden, die **authentisch und glaubwürdig** berichten können, was die Arbeit in Ihrer Apotheke ausmacht.

Das sollten Sie nicht nur aktiv in Ihren Employer-Branding Maßnahmen nutzen, Sie können auch Ihre Mitarbeitenden von sich aus Maßnahmen im Namen Ihres Employer Brandings setzen lassen.

Wo wir beim Thema **Corporate Influencer** wären.

Corporate Influencer sind Mitarbeitende Ihrer Apotheke, die in Form eines speziellen Programms geschult und vorbereitet werden und in weiterer Folge über Ihre eigenen Kanäle über Ihre Apotheke sprechen. Damit erreichen Sie auf eine höchst authentische Art und Weise Apothekenfachkräfte, die Sie ansonsten nicht erreicht hätten.

Ein sogenanntes Corporate-Influencer-Programm ist die optimale Ergänzung für Ihre Employer-Branding-Strategie, denn Ihre Markenbotschafter\*innen wirken nicht nur nach innen, sondern auch nach außen



# DIE VORTEILE AUF EINEN BLICK:

## **Höhere Authentizität**

Wenn Sie Mitarbeitende in Ihre Arbeitgeberkommunikation einbinden, dann steigert dies Ihre Authentizität ungemein. Menschen vertrauen eher anderen Menschen als den stumpfen Botschaften eines Unternehmensaccounts. Corporate Influencer haben dieses vertrauenswürdige Gesicht nach außen.

## **Niedrigschwellige Kommunikation**

Bei Corporate-Influencer-Programmen werden häufig die privaten Accounts der Mitarbeitenden für die Kommunikation genutzt. Damit erreichen Sie eine weitaus glaubwürdigere Kommunikation als mit dem Unternehmensaccount und erreichen völlig neue Zielgruppen.

## **Wahre Expert\*innen für Ihre Kultur und Werte**

Ihre Mitarbeitenden sind jeden Tag mit Ihrer Unternehmenskultur konfrontiert. Deshalb sind sie die perfekten Menschen, um diese transparent, authentisch und realitätskonform nach außen zu tragen. Das wiederum sorgt für ein realistisches Bild bei Interessent\*innen und erhöht den Wunsch, sich gerade in IHRER Apotheke zu bewerben.

**Mitarbeiter** werden also zu **Markenbotschaftern** gemacht. Auch das sollten Sie am besten in der Teamsitzung kommunizieren und Ihre Mitarbeiter dazu ermuntern, im Verwandten- und Bekanntenkreis über Ihren Apothekenalltag zu berichten und so eventuell die Aufmerksamkeit von Interessenten auf IHRE Apotheke zu lenken. Um die Motivation hochzuhalten, ist es eine Überlegung wert, dass die Mitarbeiter eine Anerkennung, z. B. eine Geldprämie bekommen, wenn sie einen potenziellen Mitarbeiter für die Apotheke interessieren bzw. gewinnen können.

## 2. VORSTELLUNG IHRER BERUFSBILDER

Es ist zweifelsohne der Klassiker im Employer Branding – und das vollkommen zurecht:

Die **Vorstellung der Berufsbilder**, die Sie in Ihrer Apotheke zu bieten haben, zählt zum 1 x 1 des guten Employer Brandings.

Und bietet trotz des Klassiker-Charakters vielfältige Möglichkeiten, um dennoch spannend gestaltet zu werden.

Mit einer Vorstellung der Berufsbilder in Apotheken geben Sie Interessent\*innen tiefere Einblicke in die tägliche Arbeit in Ihrer Apotheke und zeigen auf, wie man in welchem Bereich bei Ihnen arbeitet. Zudem ermöglichen Sie Talenten, so bereits vorab auf höchst authentische Art und Weise in Ihre Apotheke einzutauchen.

Hinsichtlich der Art und Weise der Aufbereitung sind Ihnen keine Grenzen gesetzt:

Vom aufwändig produzierten Video über die Posting-Serie auf Social Media bis hin zur Kurzvorstellung in Textform auf Ihrer Karriereseite.



## **DIE VORTEILE AUF EINEN BLICK:**



### **Tiefergehende Auseinandersetzung ermöglichen**

Ein und derselbe Aufgabenbereich kann von Apotheke zu Apotheke unterschiedlich und anders aussehen. Deshalb ist es wichtig, dass Sie als Apotheke und als möglicher künftiger Arbeitgeber zeigen, was die verschiedenen Profile und Bereiche bei IHNEN ausmacht.

### **Der Arbeit bei Ihnen ein Gesicht geben**

Durch die authentische Vorstellung der Profile über die tatsächlichen Mitarbeitenden Ihrer Apotheke wird die Tätigkeit bei Ihnen greifbarer. Das wiederum stärkt die Authentizität Ihrer Arbeitgebermarke.

### **Perfekte Maßnahme zum kanalübergreifenden Einsatz**

Vorstellungen von Berufsbildern können Sie im Employer Branding wunderbar kanalübergreifend einsetzen: Von der Platzierung auf dem Blog Ihrer Karriereseite über die Instagram- oder Facebook- Stories bis hin zum Video.



## 3. ERFOLGE GEMEINSAM WERTSCHÄTZEN- INTERN WIE AUCH EXTERN

Der **Zusammenhalt Ihres Teams** wird besonders durch das gemeinsame Feiern und Wertschätzen von Erfolgen gestärkt.

Das können Sie auch im Employer Branding für sich nutzen, wenn Sie gemeinsame Errungenschaften feiern – und zwar intern wie auch extern.

Mit Blick auf die **interne** Perspektive könnten Sie z.B. in Ihrer Teambesprechung auf erlangte Ziele lobend und anerkennend verweisen, die Ihre Mitarbeiter\*innen erreichen konnten.

**Extern** wiederum können Sie immer wieder auf Ihren Social-Media-Kanälen auf Erfolge eingehen, die Ihr Apothekenteam erreichen konnte.

So schaffen Sie eine gelungene Verknüpfung zwischen Ihrer Tätigkeit als Apotheke und Ihren Mitarbeitenden.

Mit externen Postings zeigen einerseits auf, welche Menschen in Ihrem Unternehmen für Ihre Erfolge verantwortlich sind.

Andererseits vermitteln Sie Interessent\*innen auch, dass die Leistungen Ihrer Mitarbeitenden in Ihrer Apotheke auch wirklich wertgeschätzt werden.



## **DIE VORTEILE AUF EINEN BLICK:**



### **Authentische Employer Branding-Maßnahme**

Auch hier wird Authentizität großgeschrieben. Sie verbinden Ihre Errungenschaften als Unternehmen direkt mit den Menschen, die dafür verantwortlich sind. Somit wiederum wird Ihre Tätigkeit für Außenstehende greifbarer.

### **Steigerung der internen Motivation**

Wenn die Leistungen Ihrer Mitarbeitenden über Ihre internen Kanäle oder durch Sie als Apothekeninhaber\*in geschätzt werden, dann erhöht das die Motivation – und damit auch die Mitarbeiterbindung. Maßnahmen wie diese tragen u.a. dazu bei, eine Kultur der Wertschätzung und des Zusammenhalts zu verankern.

### **Einfache, aber wirksame Maßnahme**

Für Inhalte wie diese benötigen Sie keine großen Budgetposten und müssen auch nicht übermäßig Zeit investieren. Dennoch können Sie damit eine positive Wirkung erzielen – sowohl intern als auch extern.

## 4. AUFBAU EINER 360° KARRIERESEITE

Ihre **Karriereseite** ist oftmals das digitale Aushängeschild, die **Visitenkarte Ihrer Arbeitgebermarke**. Dementsprechend wichtig ist es, dass Sie sich hier attraktiv präsentieren. Das unterstreichen auch aktuelle Studien: Demnach nutzen 70 % der Deutschen die Karriereseite des Unternehmens bzw. der Apotheke, wenn sie auf Job-Suche sind und sich konkret bewerben möchten.

Was damit deutlich wird: Wer hier kein attraktives Bild abgibt, verliert möglicherweise Talente und diese bewerben sich im schlimmsten Fall beim Mitbewerber, der sich auf der eigenen Karriereseite professioneller präsentiert.

Dementsprechend wichtig ist es, auf der eigenen Karriereseite die Informationen zur Verfügung zu stellen, die Job-Suchenden bei der Wahl eines künftigen Arbeitgebers wichtig sind.

Ihre **Karriereseite** sollte also **360° gedacht sein**: Von einer Unterseite zu Ihrer Unternehmenskultur über die Vorstellung diverser Berufsbilder und den Karriere-Blog mit Einblicken hinter die Kulissen bis hin zur internen Job-Börse



## DIE VORTEILE AUF EINEN BLICK:



### **Die erste Anlaufstelle für Ihre Arbeitgebermarke**

Die Karriereseite bzw. Website ist oft der erste Touchpoint zwischen Bewerber und Apotheke. Da sollten Sie sich von Ihrer besten Seite zeigen. Achten Sie auf Tippfehler, stellen Sie sicher, dass die Bilder auf den Seiten die Diversität in IHRER Apotheke widerspiegeln. Erklären Sie hier auch (in Text und Bild) Ihre Unternehmensvision und warum es sich lohnt, bei Ihnen zu arbeiten.

### **Klick zum Bewerben**

Bieten Sie eine professionelle, attraktive Karriereseite, auf der sich Talente einerseits gut informieren können und andererseits die Möglichkeit haben, sich schnell und einfach zu bewerben. Mit einer ansprechenden Karriereseite gelingt es Ihnen, aus Interessent\*innen möglichst begeisterte Bewerber\*innen zu machen, weil sie sich im positiven Sinne bereits angesprochen fühlen und sich mit den Werten Ihrer Apotheke beschäftigt haben.

## 5. REGIONALE PRÄSENZ ZEIGEN

Employer Branding findet natürlich auch im analogen Raum statt – insbesondere, wenn es um Ihr **lokales Engagement als Apotheke** geht. Zeigen Sie als aktiver Teil Ihrer Lokalgemeinschaft Präsenz, um sich als potenzieller Arbeitgeber einen Namen zu machen.

Die Möglichkeiten hierfür sind schier grenzenlos: Natürlich sind Sponsorings von Sportvereinen ein gern gesehenes Engagement, aber auch der Besuch von Schulen und Ausbildungsstätten ist eine verbreitete Maßnahme im Employer Branding.

Wichtig ist auch hier, dass Sie Ihre Tätigkeiten ganzheitlich denken. Das Foto vom Matchball-Sponsoring des örtlichen Fußballvereins sollte sich also auch auf den sozialen Medien finden, genauso wie der Besuch im Gymnasium.

Zeigen Sie als Apotheken-Sponsor Präsenz, um sich vor Ort austauschen und Ihre Botschaft aussenden zu können, dass Sie in Ihrer Apotheke vielfältige attraktive Karrieremöglichkeiten, auch u.a. für Azubis, anbieten.



## **DIE VORTEILE AUF EINEN BLICK:**

### **Wichtige Arbeitnehmer\*innen vor Ort erreichen**

Sie als Apothekeninhaber\*in sollten immer die Chance nutzen, in Ihrer Region als attraktiver Arbeitgeber bekannt und zu sein, um die raren Kandidat\*innen gut anzusprechen.

### **Soziales Engagement kommt gut an**

Die Sponsorings für regionale Initiativen bieten Ihnen nicht nur Mehrwert im Employer Branding, generell schätzen es die externen Anspruchsgruppen Ihrer Apotheke, wenn Sie einen sozialen Beitrag leisten. Hier können Sie auf vielfältiger Weise Stellung beziehen und ausgewählte Initiativen – von der Jugendförderung des Sportvereins bis zur Unterstützung des lokalen Altersheims – unterstützen.

### **Digital-analoge Vernetzung forcieren**

Vergessen Sie nicht, ausreichend Bildmaterial anzufertigen, wenn Sie auf regionalen Events vertreten sind. Dieses eignet sich nämlich optimal, um auf Ihren digitalen Kanälen, wie etwa auf Facebook, Instagram oder ggf. auch auf LinkedIn, platziert zu werden. So zeigen Sie auch jenen Interessent\*innen, die Sie auf digitalem Wege kennenlernen möchten, wofür Sie sich einsetzen.



# FAZIT

Die Vielfalt der vorgestellten Maßnahmen hat gezeigt:

Im Employer Branding sind Ihnen im Grunde kaum Grenzen gesetzt.

Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf und überzeugen Sie auf vielfältigem Wege mit Ihrer Arbeitgebermarke.

Wichtig ist, dass Sie all Ihre **Maßnahmen** nicht isoliert, sondern stets

**ganzheitlich** denken, um so möglichst viele Synergiepotenziale für Ihr

Employer Branding zu nutzen. Das gilt sowohl für die **interne und externe**

Perspektive als auch die digitale und analoge Welt.

Bei all den Aktivitäten im Employer Branding sollten Sie sich zudem vor Augen führen:

Das Wichtigste ist die **Authentizität!**

Verstellen Sie sich nicht und präsentieren Sie sich nicht als Apothekeninhaber\*in,

der/ die Sie nicht sind. Zeigen Sie, warum Sie mit Ihrer Apotheke als Arbeitgeber

einzigartig sind – und dass Sie Ihre Stärken und Ihre Schwächen haben.



**SEI**

**AUTHENTISCH!**



# Wir unterstützen Sie!

Möchten Sie unsere Tipps in die Tat umsetzen und professionell Fachkräfte für Ihre Apotheke gewinnen?  
Falls Ihnen dafür die Zeit oder die Expertise fehlt, unterstützen wir Sie gerne!



**HIER KONTAKT AUFNEHMEN:**



**APO FACHKRÄFTE**

Sabine Jürgens

 0175 - 52 32 630

 [info@apo-fachkraefte.de](mailto:info@apo-fachkraefte.de)

 [www.apo-fachkraefte.de](http://www.apo-fachkraefte.de)

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme!

Ihre *Sabine Jürgens*