
PERSONALGEWINNUNG IM KLINIKUMFELD
DIGITALES RECRUITING





*Digitale Sichtbarkeit allein gewinnt
noch keine Fachkräfte.*

*Entscheidend ist, ob daraus
Vertrauen, Kontakt und echte
Bewerbungsbereitschaft entstehen.*

EXECUTIVE SUMMARY

Wo klassische Stellenanzeigen früher ausreichten, erwarten Bewerberinnen und Bewerber heute mehr: Einblicke in den Arbeitsalltag, klare Informationen, glaubwürdige Stimmen aus dem Team und einfache Wege zur Kontaktaufnahme.

Für Kliniken bedeutet das:

Digitales Recruiting ist kein Nebenkanal mehr, sondern Teil einer strategischen Personalgewinnung.

» Genau hier setzt
ganzheitliches digitales
Recruiting an. «

Es verbindet Karrierewebsite, Social Media, LinkedIn, Suchmaschinen, Mitarbeitenden-Content, Events und digitale Kontaktstrecken zu einem System, das Sichtbarkeit schafft und Bewerbungen erleichtert.

Dieses Whitepaper zeigt, wie Kliniken in Deutschland digitales Recruiting wirksam aufbauen können: zielgruppenspezifisch, glaubwürdig und mit klarer Verbindung zwischen Aufmerksamkeit, Interesse und Bewerbung.

Ausgangslage	4
Strategische Konsequenz	4
Zielgruppenlogik	5
Recruiting-Architektur	6
Drei Funktionen der Architektur	6
Maßnahmenportfolio	7
LinkedIn-Karriereseite	8
Voraussetzungen und Alternative	8
Priorität für die ersten zwölf Monate	9
Erfolgslogik	10

AUSGANGSLAGE

Der Markt im Wandel

Kliniken in Deutschland rekrutieren in einem Markt, in dem Fachkräftemangel, Wechselbereitschaft und steigende Erwartungen an Arbeitgebertransparenz gleichzeitig wirken.

Pflege bleibt Engpassberuf. Der ärztliche Dienst bewegt sich in einem Markt faktischer Vollbeschäftigung. IT-Fachkräfte sind auch außerhalb des Gesundheitswesens stark umkämpft.

»» Der Wettbewerb um Personal ist nicht mehr punktuell – sondern strukturell.

Die Entscheidung verlagert sich nach vorn

Potenzielle Interessierte bilden sich heute früher ein Bild vom Arbeitgeber. Sie prüfen, ob Informationen belastbar sind, ob der Arbeitsalltag nachvollziehbar wird und ob der Bewerbungsprozess Orientierung bietet.

Was heute erwartet wird

Einblicke statt Behauptungen

Orientierung statt reiner Stelleninformation

schnelle Kontaktwege statt Bewerbungsbarrieren

glaubwürdige Stimmen statt Arbeitgeberfloskeln

4

STRATEGISCHE KONSEQUENZ

Es braucht ein vernetztes Recruiting-System

Mehr digitale Sichtbarkeit löst das Recruiting-Problem nicht automatisch. Entscheidend ist ein System, das Aufmerksamkeit in Interesse, Interesse in Kontakt und Kontakt in qualifizierte Bewerbungen übersetzt.

»» Nicht mehr einzelne Maßnahmen.
Sondern ein Recruiting-System.

Digitale Kanäle müssen zusammenspielen

Zentrale Bausteine sind

Karriereoberflächen

berufsgruppenspezifische Karrierebereiche

Social-Media-Kanäle

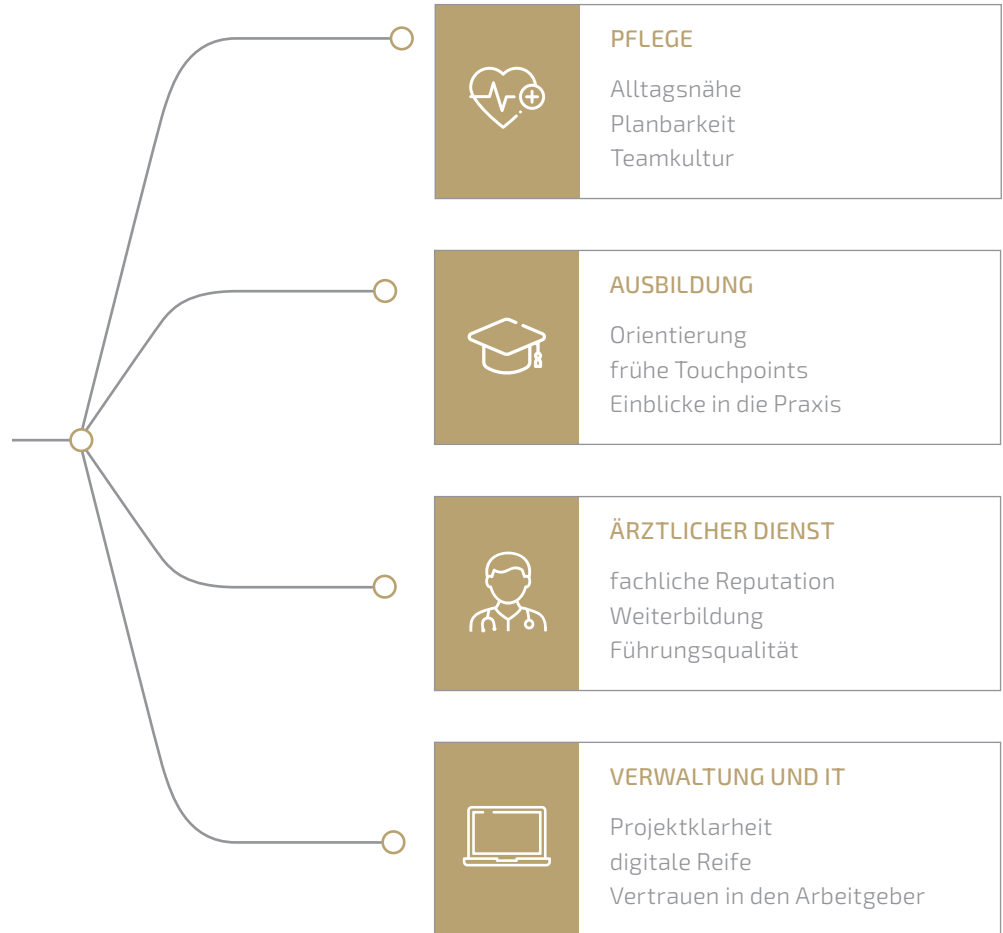
virtuelle Rundgänge

Eventformate

direkte Recruiting-Ansprechpersonen

ZIELGRUPPENLOGIK

Digitale Kanäle sind für alle Zielgruppen relevant.
Entscheidend ist, welche Erwartungen sie dort erfüllen müssen.



GEMEINSAME RECRUITING-INFRASTRUKTUR

Karrierehub, LinkedIn, Social Media, Events, Referral, Tracking

RECRUITING-ARCHITEKTUR



DREI FUNKTIONEN DER ARCHITEKTUR

1. Reichweite und Einstieg

LinkedIn

Social Media

SEO

2. Vertiefung und Aktivierung

Microsites

virtuelle Einblicke

Events

direkte Ansprechpersonen

3. Bindung und Steuerung

Talent-CRM

Newsletter

Referral

Tracking

Automatisierung

MASSNAHMENPORTFOLIO

Die wirksamsten Maßnahmen liegen zwischen Reichweite und Bewerbung:
Sie schaffen Orientierung, senken Kontaktbarrieren und führen Interesse gezielt weiter.



LINKEDIN-KARRIERESEITE

Professionelles Eingangstor für Arbeitgeberkommunikation und zielgruppenspezifische Inhalte.



BERUFSGRUPPEN-MICROSITES

Eigene Informations- und Einstiegsflächen für Pflege, Ausbildung, ärztlichen Dienst, Verwaltung und IT.



EMPLOYEE-GENERATED CONTENT

Echte Mitarbeitende als glaubwürdige Stimmen aus Arbeitsalltag, Team und Kultur.



DIGITALE OPEN DAYS

Virtuelle Rundgänge, 360°-Einblicke und Follow-up-Kontakte für niedrigschwellige Orientierung.



CONVERSATIONAL RECRUITING

FAQ, Terminierung, Lead Capture und schnelle Reaktion über digitale Dialogstrecken.



CAMPUS-FUNNEL

frühe Kontakte zu Schulen, Hochschulen, PJ und Ausbildung

LINKEDIN-KARRIERESEITE

Erweiterung der Unternehmensseite

Eine LinkedIn-Karriereseite erweitert die klassische Unternehmensseite um gezielte Arbeitgeberkommunikation. Im Fokus steht nicht die Klinik als Organisation, sondern die Klinik als Arbeitgeber.

» Die Standardseite informiert.
» Die Karriereseite aktiviert.

Standardseite

Unternehmensinformation

Beiträge und Stellen

allgemeine Sichtbarkeit

» Ziel: Information bereitstellen.
» Sichtbarkeit erhöhen.

Karriereseite

Arbeitgeberkommunikation

Kultur, Zielgruppen, Storys

gezielte Recruiting-Relevanz

» Ziel: Zielgruppen ansprechen.
» Bewerbungen vorbereiten.

∞

VORAUSSETZUNGEN UND ALTERNATIVE

Technisch

bestehende Unternehmensseite

Zugriff auf LinkedIn Talent Solutions

Einrichtung über LinkedIn

Inhaltlich

authentisches Bildmaterial

Texte zur Unternehmenskultur

Interviews, Berichte, Videos

klare Zielgruppen

Strategisch

klare Recruiting-Ziele

Arbeitgeberpositionierung

kontinuierliche Pflege

Alternative ohne Zusatzkosten

Gezielte Content-Strategie auf der bestehenden Unternehmensseite:

Mitarbeitenden-Interviews, Arbeitsalltag, Recruiting-Serien und Verlinkung auf den Karrierehub.

PRIORITÄT FÜR DIE ERSTEN ZWÖLF MONATE

1

ZIELGRUPPEN-ARCHITEKTUR AUFBAUEN

Pflege, Ausbildung, ärztlicher Dienst, Verwaltung und IT nicht zusammenführen, sondern mit eigener Logik, eigenen Inhalten und eigenen Einstiegen ansprechen.



2

EMPLOYEE-GENERATED CONTENT UND EVENT-SYSTEM ETABLIEREN

Mitarbeitende, Arbeitsalltag, Rundgänge und digitale Open Days als wiederholbare Recruiting-Belege aufbauen.



3

NURTURING UND REFERRAL SYSTEMATISCH VERANKERN

Talent-CRM, Newsletter, kurze Reaktionszeiten und warmes Recruiting als Übergang von Interesse zu Bewerbung aufsetzen.



4

DANACH SKALIEREN

Chatbots, AI-Prescreening, Programmatic Distribution, Creator-Kooperationen und Campus-Ambassador-Programme erst ausbauen, wenn KPIs, Prozesse und rechtliche Absicherung stehen.

ERFOLGSLOGIK

Digitales Recruiting wird wirksam, wenn es nicht nur Sichtbarkeit erzeugt, sondern entlang der gesamten Candidate Journey messbar wird.

Reichweite

Followerwachstum

Engagement

Saves und Shares

Aktivierung

Klicks zum Karrierehub

Event-Registrierungen

Chat Starts

Conversion

Conversion Rate

Bewerbungsstarts

qualifizierte Bewerbungen

Geschwindigkeit

Time-to-First-response

Follow-up-Kontakte

Besetzungszeit

Interesse



Kontakt



Qualifizierung



Einstellung



⇒ DENKSTRÖME

*Wer Fachkräfte gewinnen will,
muss Orientierung schaffen.*

Denkströme entwickelt Kommunikations- und Recruiting-Systeme, die Zielgruppen verstehen, Inhalte schärfen und digitale Kontaktpunkte sinnvoll verbinden.

Für Kliniken heißt das: mehr Orientierung, mehr Vertrauen und bessere Wege von der ersten Aufmerksamkeit bis zur Bewerbung.

Strategisch. Strukturiert. Wirksam.



WE CREATE BRAND LEADER

Denkströme Kempten

Tilsiter Straße 16a
87439 Kempten

Telefon: +49 (0) 831 960 729 - 0
kempten@denkstroeme.com

Denkströme München

Hopfenstraße 8
80335 München

Telefon: +49 (0) 89 614 218 050
muenchen@denkstroeme.com

Denkströme Hamburg

Neuer Wall 10
20354 Hamburg

Telefon: +49 (0) 40 822 153 247
hamburg@denkstroeme.com

denkstroeme.com