DENKSTRÖME

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

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.

PFLEGE

Alltagsnähe
Planbarkeit
Teamkultur

AUSBILDUNG

Orientierung
frühe Touchpoints
Einblicke in die Praxis

ÄRZTLICHER DIENST

fachliche Reputation
Weiterbildung
Führungsqualität

VERWALTUNG UND IT

Projektklarheit
digitale Reife
Vertrauen in den Arbeitgeber

GEMEINSAME RECRUITING-INFRASTRUKTUR
Karrierehub, LinkedIn, Social Media, Events, Referral, Tracking

RECRUITING-ARCHITEKTUR

LINKEDIN

professionelles Eingangstor

SOCIAL MEDIA

alltagsnahe Reichweite

MICROSITES

berufsgruppenspezifische Vertiefung

TALENT-CRM UND NEWSLETTER

Kontaktpflege und Nurturing

TRACKING, SEO UND AUTOMATISIERUNG

Auffindbarkeit, Messbarkeit
und Prozessbasis

REFERRAL

Recruiting über Mitarbeitende

DREI FUNKTIONEN DER ARCHITEKTUR

1. Reichweite und Einstieg	2. Vertiefung und Aktivierung	3. Bindung und Steuerung
LinkedIn	Microsites	Talent-CRM
Social Media	virtuelle Einblicke	Newsletter
SEO	Events	Referral
	direkte Ansprechpersonen	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

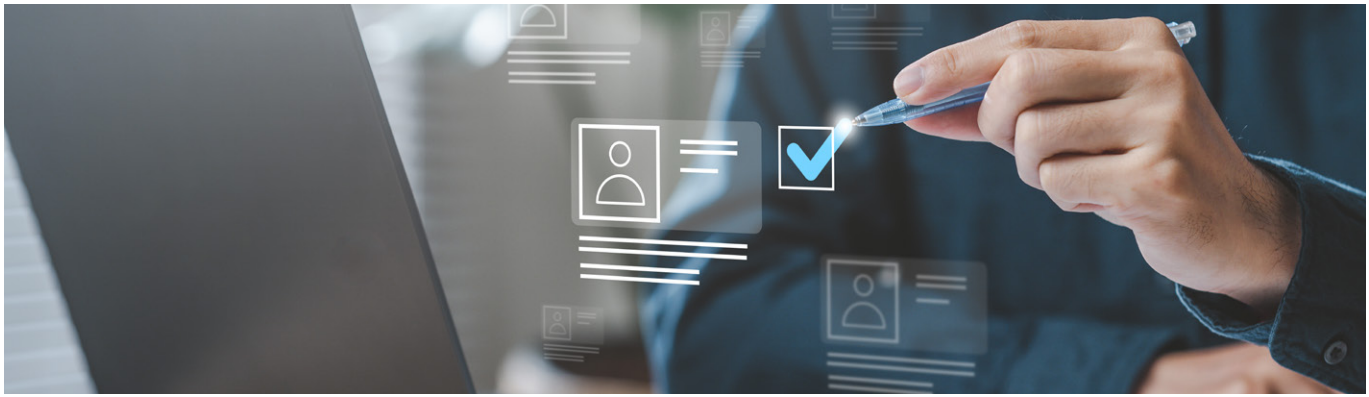
Conversion

- 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.

DENKSTRÖME
BRAND LEADERSHIP GROUP

KEMPTEN | MÜNCHEN | HANNOVER

denkstroeme.com