

RECRUITING

Neue Ideen in der Personalsuche

Social-Media-Arbeit und Express-Bewerbungen – im Gesundheitswesen wird mit modernen Medien aktiv nach Mitarbeitern gesucht.

VON BRIGITTE BONDER

Aufgrund des Fachkräftemangels werden Einrichtungen aus dem Gesundheitsbereich bei der Personalgewinnung mit verschiedenen Problemen konfrontiert. Der Markt verändert sich und Arbeitgeber müssen immer mehr dafür tun, um Bewerber auf ihre Vakanz aufmerksam zu machen, sie für sich zu begeistern und dann auch im Unternehmen zu halten.

„Wir haben vor zwei Jahren ein neues Employer Branding entwickelt und herausgearbeitet, wie attraktiv die Berufe im Gesundheitswesen und die Diakonie Düsseldorf als Arbeitgeber sind“, erzählt Katja Quakatz, Personalleiterin bei der Diakonie Düsseldorf. „Das Ergebnis haben wir mit vielen verschiedenen Aktivitäten auf den Markt gebracht und auch Neues ausprobiert wie zum Beispiel Außen- und Kinower-

bung.“ Im digitalen Bereich hat die Diakonie unter anderem mit dem Recruiting-Spezialisten Mobile Job zusammengearbeitet.

Die Bedeutung von Social Media ist enorm gestiegen. Geeignete Kandidaten werden gezielt angeschrieben und auf die Bewerberseite der Diakonie geleitet. Dort können sie sich dann schnell und unkompliziert bewerben. „Anhand weniger Angaben können wir bewerten, ob der Bewerber interessant ist“, erklärt Katja Quakatz. „Sehr wichtig für das Recruiting im Gesundheitswesen sind niedrigschwellige Zugangswege. Insbesondere Nicht-Akademiker tun sich oft mit klassischen Bewerbungsunterlagen schwer.“ Die Diakonie geht daher einen neuen Weg und ermöglicht entsprechende Express-Bewerbungen über ihre Karriereseite. Hier finden Interessierte auch Details zu den Berufsbil-

dern. „Bei unserer Zielgruppe funktioniert viel über Bewegtbilder, die Menschen wollen emotional und ohne viel Text angesprochen werden“, betont die Personalerin. „Unsere Imagefilme kommen daher besonders gut an und werden auf Social Media Kanälen wie Facebook oder YouTube stark genutzt.“

Die Investitionen haben sich gelohnt. „In einigen Bereichen haben wir eine Verdoppelung, in anderen sogar eine Verdreifung der Bewerberzahlen erreicht“, zeigt Katja Quakatz die Ergebnisse auf. „Auch auf unserer neuen Karriereseite steigen die Besucherzahlen von Tag zu Tag, man nimmt uns als attraktiven Arbeitgeber wahr, und die Inhalte sind für die Leser interessant.“

Die Diakonie Düsseldorf arbeitet langfristig an ihrem Recruiting-Prozess. „Wer mit einem guten Arbeitgebermarketing wirbt, muss die gemachten Versprechen in der Praxis aber auch halten“, betont Quakatz. „Das beginnt mit dem ersten Kontakt in der Organisation und setzt sich über das Bewerbungsgespräch hin zum ersten Arbeitstag und der professionellen Einarbeitung fort.“ Um eine hohe Qualität im Umgang mit den Bewerbern zu gewährleisten, gibt es regelmäßige Schulungen für die Recruitingverantwortlichen.

Außerdem setzt die Diakonie Düsseldorf klare zeitliche Zielvorgaben zum Ablauf des Recruiting-Prozesses. Schließlich soll jeder Interessent kurzfristig eine Rückmeldung erhalten.

Auch im St. Martinus-Krankenhaus ist der Fachkräftemangel ein Thema. Um sich für potentielle Bewerber interessant darzustellen, arbeitet man mit Testimonials. „Wir möchten die Arbeit im St. Martinus-Krankenhaus mit positiven Emotionen, wie Freude



Der Mensch steht im Fokus – auch bei der Suche nach Fachkräften im Gesundheitsbereich.

FOTO: GETTY IMAGES/PHOTOTECHNO

bei der Arbeit, Erfolg und Zusammenhalt behaften“, erklärt Pflegedirektorin Maïke Rost. „Unsere Pfleger verraten dazu in einem Satz, warum sie gerne in unserem Hause arbeiten, dazu haben wir ein professionelles Mitarbeiterfotoshooting durchgeführt.“ Die Ergebnisse sind als Slider auf der Webseite zu sehen.

Einen tieferen Einblick in die Berufsbilder der Pflege gibt es

zudem auf der Facebook-Seite des St. Martinus-Krankenhauses. „Wir haben dazu einen Tag lang einen jungen Pfleger bei der Arbeit begleitet, Fotos gemacht und ihn über seinen Alltag berichten lassen“, zeigt Maïke Rost weitere Maßnahmen auf. Bei einem Tag der offenen Tür können Interessierte den Pflegeberuf sogar hautnah erleben. „Hier werden Pflegesituationen simuliert und der

potentielle Auszubildende arbeitet direkt mit dem Team zusammen“, sagt die Pflegedirektorin.

Zu jeder Zeit im Recruitingprozess ist es dem Team des St. Martinus-Krankenhauses wichtig, eine Bindung zu Interessenten und potentiellen Mitarbeitern aufzubauen. „Unser Umgang mit Interessenten ist so wie unser Umgang im Haus untereinander: auf Augenhö-

he, respektvoll, wertschätzend, freundlich, wohlwollend, ehrlich“, betont Maïke Rost. „Bei uns heißen Bewerbungsgespräche daher auch Kennenlern-Gespräche und werden auf einer wertschätzenden und vertrauensvollen Ebene geführt. Und wenn die Zeit oder der Umstand es verlangen, führen wir auch Bewerbungssituationen per Telefon und SMS durch“, sagt Rost.



Balance von Familie & Beruf in der Pflege Das GIPt's!

Als **examierte Pflegekraft (m/w/d)** bei der GIP Intensivpflege pflegst Du nicht nur – Du betreust auch einen unserer intensivpflegebedürftigen Patienten ganzheitlich zu Hause oder in einer betreuten Wohngemeinschaft.

Für Dich heißt das: Viel Zeit für die Betreuung · Bei VZ: 14 Dienste im Monat, den Rest frei · volle Bezahlung Deiner Pausen · Attraktive Vergütung + hohe Zuschläge

Werde jetzt Teil unseres Teams: Versorge einen unserer erwachsenen Patienten in Krefeld oder Wachtendonk in Vollzeit, Teilzeit, als studentische Aushilfe oder auf 450 €-Basis.

Wir freuen uns auf Deine Bewerbung. Bitte gib die Ref.-Nr. 16-233 an. Bewerbungen von Schwerbehinderten sind ausdrücklich erwünscht. Durch das Übersenden der Bewerbung willigst Du in die Speicherung Deiner personenbezogenen Daten für den Bewerbungsprozess ein. Ein Widerruf der Einwilligung ist jederzeit möglich.

GIP Gesellschaft für medizinische Intensivpflege mbH
Bundesweiter Bewerberservice: 030/232 58-888
jobs@gip-intensivpflege.de
www.karriere.gip-intensivpflege.de



IST Hochschule

ANZEIGE

Ein sicheres Berufsbild für die Zukunft

Die Prognosen für den Arbeitsmarkt „Gesundheitsbranche“ sind seit Jahren positiv. Der Bachelor-Studiengang „Management im Gesundheitswesen“ an der IST-Hochschule für Management bereitet die Teilnehmer gezielt auf diesen Zukunftsmarkt vor.

Mehr als fünf Millionen Menschen arbeiten deutschlandweit im Gesundheitswesen, Tendenz steigend: Das Wirtschaftsforschungsinstitut WIFO prognostiziert der Branche etwa ein durchschnittliches Wachstum von 3,8 Prozent pro Jahr. Das führt dazu, dass aktuell und auch zukünftig ein großer Bedarf an Mitarbeitern im Gesundheitsbereich herrschen wird.

Der Studiengang „Management im Gesundheitswesen“ an der IST-Hochschule für Management in Düsseldorf vermittelt sowohl Einsteigern als

auch Berufstätigen fundiertes Wissen, mit dem sie sich in diesem Wachstumsmarkt profilieren können.

Das Studium kommt dank „blended learning“ – also der Kombination von Präsenzveranstaltungen und E-Learning – im wahren Sinne des Wortes zu den Studierenden nach Hause, ins Büro oder an jeden anderen Ort der Welt. Teilnehmer können sich genau dann in den digitalen Online-Campus einloggen, wenn es für sie zeitlich am besten passt. Auch am späten Abend oder am Wochenende stehen dort Online-Vorlesun-

gen, Podcasts und aufgezeichnete Online-Tutorien zur Verfügung. Der Studiengang greift das aktuelle Mediennutzungsverhalten auf und verwendet genau die Kommunikationskanäle, die mittlerweile vielen Menschen geläufig sind. Ergänzt werden die digitalen Vermittlungsformen durch Studienhefte und Seminare.

Nicht zuletzt steht es den Studierenden frei, ob sie ihren Bachelor „Management im Gesundheitswesen“ in Vollzeit, Teilzeit oder als dualen Studiengang erwerben. Die Teilzeit-Variante bietet beste Vor-



Gute Zukunftsaussichten: Die IST-Hochschule für Management bildet auch Fachkräfte für das Gesundheitswesen aus.

aussetzungen für „klassische“ Fachkräfte wie Kranken- und Altenpfleger, Physio- und Ergotherapeuten sowie medizinisch-technische Assistenten oder auch Kaufleute im Gesundheitswesen, sich berufsbegleitend für kaufmännische Tätigkeiten oder für den beruflichen Aufstieg zu qualifizieren.

Das Besondere: Ab dem ersten Semester stehen neben den wirtschaftlichen Fächern auch gesundheitsmarktspezifische Themen auf dem Stundenplan. Dazu gehören etwa das Planungs- und Krankenhauses- und Sozialmanagement“, die Fächer

„Projektmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen“ sowie „E-Health und Digitalisierung“.

Wer nicht direkt ein ganzes Studium absolvieren möchte, kann die Hochschulweiterbildung „Gesundheitsökonom (FH)“ in zwei Semestern besuchen. Hier werden allgemeine BWL-Inhalte mit spezifischen Managementthemen des Gesundheitsmarktes kombiniert. Die dabei erworbenen Credit-Points können auf ein anschließendes Bachelor-Studium angerechnet werden. www.ist-hochschule.de