

WENN DER CHEFARZT DIR DEINEN ARBEITSPLATZ ZEIGT – MIT DEM EMPLOYER BRANDING VIDEO ZUM PASSENDEN KANDIDATEN.



Helios gilt unter Deutschlands Kliniken als DER medizinische Qualitätsführer. In einem starken Netzwerk mit 112 Kliniken sind rund 70.000 Mitarbeiter Tag für Tag für das Wohl der Patienten im Einsatz. Allein 2.500 Kollegen arbeiten am Helios Universitätsklinikum Wuppertal – dieses ist regional führend mit seiner Kompetenz in der ambulanten Patientenversorgung und in der stationären Medizin. Als Arbeitgeber ist das Klinikum akut von den Ausläufern des Fachkräftemangels im klinischen Bereich betroffen. Insbesondere die Suche nach Anästhesisten gestaltete sich unerwartet schwierig, wie Personalreferent Justus Majewski im Interview erzählt.

Was bieten Sie als Arbeitgeber?

Die Klinik für Anästhesiologie bietet ihre Leistungen mit etwa 150 ärztlichen und pflegerischen Mitarbeitern an den zwei Standorten in Barmen und Elberfeld an. Ärztlichen Kollegen bieten wir hier eine exzellente strukturierte Facharztausbildung an einem universitären Krankenhaus der Maximalversorgung mit vielfältigen Karriereaussichten.

Was erwartet neue Kollegen?

Neue Kollegen in der Anästhesie kommen in eine Abteilung mit flachen Hierarchien und sehr viel Teamgeist – das ‚Du‘ statt ‚Sie‘ ist hier weit verbreitet. Und: Mitarbeiter entwickeln bei uns ihre Fähigkeiten in einem Leistungsspektrum, wie es umfassender nicht angelegt sein könnte. Sie haben bei einem lehrenden Universitätsklinikum als Arbeitgeber die seltene Chance, im gesamten Spektrum der Anästhesiologie profunde Kenntnisse und Fertigkeiten zu erwerben.

Das sind viele Argumente, die für Sie als Arbeitgeber sprechen. Und doch hakte es bei der Suche nach neuen Anästhesisten anfänglich...

Ja, man muss es so sagen, wie es ist: Anästhesisten sind im Moment ein extrem knappes Gut auf dem Arbeitsmarkt

und schwer zu finden. Das ist nicht das alleinige Problem unseres Hauses, sondern ein grundsätzliches Phänomen. Der medizinische Bereich ist maximal vom Fachkräftemangel betroffen. Daher wollten wir unser Personalmarketing auf neue Beine stellen. Wir wussten zwar, dass wir gegenüber Talenten viel zu erzählen haben, aber nicht wie. Bei der Zukunft Personal 2016 informierten wir uns über unsere Möglichkeiten und hier entstand auch der Kontakt zu Monster.

In Ihrer Stimme schwingt immer noch etwas Überraschung mit, kann das sein?

Ich muss zugeben, dass ich Monster immer als Jobbörse abgetan habe, auf der man eben klassische Stellenanzeigen schaltet. Bei dem ersten Direktkontakt mit dem Team habe ich verstanden, dass Monster viel mehr kann. Monster hat uns zum Beispiel vor Ort eine Stellenanzeige gezeigt, die wie eine interaktive Webseite aufgebaut war.

Auf verschiedenen Seiten, die über gliedernde Reiter angesteuert werden konnten, waren sämtliche Informationen klar strukturiert und übersichtlich abrufbar. Das war schon beeindruckend und wir haben Feuer gefangen. Das wollten wir auch!

STELLENANZEIGE IM DESIGN „EMPLOYER BRANDING“

Mit der Employer Branding Design-Vorlage für eine Stellenanzeige bietet MONSTER ein innovatives Format, das über ein individuelles Design Jobsuchende emotional anspricht. Durch die Einbindung interaktiver Elemente wie Videos stärken Arbeitgeber ihre Arbeitgebermarke. Diese bieten eine Bühne für zusätzliche Informationen über die Stelle und zur Präsentation eines Unternehmens.

ARBEITGEBER KÖNNEN ZWISCHEN FOLGENDEN FORMATEN WÄHLEN:

Multi-Navigation: Bis zu fünf vertikale oder horizontale Reiter, die sich auf verschiedene inhaltliche Elemente beziehen. Zum Beispiel die Stellenbeschreibung, die Anforderungen oder die Vorstellung des Unternehmens.

SUCCESS STORY „EMPLOYER BRANDING“

Multi-Rotation: Rondell Navigation mit drei bis fünf Bildern. Durch Anklicken eines Bildes rotiert dieses in den Vordergrund. Dabei können verschiedene Textteile angezeigt werden.

Multi-Video: Einbindung von zwei bis sechs Videos

Wie lief die Umsetzung ab?

Das Angebot lag innerhalb kürzester Zeit vor. Positiv dabei war auch, dass uns Monster nicht nur bei der Gestaltung dieser außergewöhnlichen Stellenanzeige unterstützt hat, sondern auch bei der Erstellung eines neuen Recruiting Videos, in dem unser Chefarzt als Testimonial auftreten sollte.

Der Clip sollte nach Fertigstellung in die Stellenanzeige als besonderer Hingucker integriert werden?

Ja, ganz genau. Unser Gedanke war, dass ergänzende Bewegtbilder heute von Bewerbern sehr gerne angesehen werden, weil sie sich so direkt einen Eindruck von Umfeld und Arbeitsbedingungen machen können. Hier haben uns die Experten von Monster gemeinsam mit ihrem externen Partner DREILANDMEDIEN wirklich weitergeholfen. Der Dreh lief sehr professionell ab, spiegelt uns als Arbeitgeber sehr authentisch wider und ist nun Teil unserer Recruitingkampagne.

Recruitingkampagne? Also ging es letztlich doch um mehr als nur das Schalten einer Stellenanzeige in professionellem Look&Feel?

Ja, wir haben uns auch bei der Streuung der Stellenanzeigen über verschiedene Kanäle auf die Unterstützung von

Monster verlassen, um die Reichweite zu erhöhen. Zum Beispiel wurde das Stellenangebot als Banner an über 190 Partner-Seiten im WWW gesendet, um die Sichtbarkeit bei den richtigen Kandidaten zu erhöhen. Die Technologie von Monster hat außerdem die Inhalte der Stellenanzeige automatisch mit qualifizierten Kandidaten auf Facebook abgeglichen und wurde in den Timelines passender Talente automatisch ausgespielt. Das hat uns viele Klicks beschert.

Haben Sie die Zugriffe auf die Stellenanzeige denn gemessen?

Das hat Monster für uns gemacht und uns regelmäßig Reportings geschickt. Auf Basis der Zahlen stellten wir auch fest, dass die Stellenanzeige zwar für ordentlich Aufmerksamkeit unter Talenten sorgte, dass aber zunächst nicht angemessen viele Bewerbungen eingingen.

Dank des Reportings von Monster wurde aber schnell ersichtlich, dass der Grund hierfür ein Medienbruch im Bewerbungsprozess war, den wir selbst beheben konnten : So lenkten wir die Bewerber von der Hochglanz-Stellenanzeige auf die Homepage und von dort auf das bis dahin noch etwas zu komplexe Bewerberformular.

Uns wurde klar: Wenn wir uns in der Stellenanzeige modern präsentieren, darf der Bewerbungsprozess nicht altbacken und kompliziert daherkommen. Inzwischen haben wir uns diesem Thema angenommen und prompt kamen auch die passenden Bewerbungen rein.