



P R E S S E M I T T E I L U N G

Verrückt, wer hier nicht arbeiten will: Das Fachkrankenhaus Bethanien Hochweitzschen geht neue Wege in der Mitarbeitersuche

Das Fachkrankenhaus für Psychiatrie und Psychotherapie setzt bei seiner erfolgreichen Personalsuche auf einen Mix aus emotionalem Storytelling, Social-Media-Anzeigen und klassischen Stellenausschreibungen in Online-Portalen

Hochweitzschen, im August 2020 – Das Fachkrankenhaus Bethanien Hochweitzschen hat sein Recruiting für Pflegefachkräfte innerhalb eines Jahres digitalisiert. Dabei ist eine Verkürzung des Bewerbungsprozesses das Herzstück der Maßnahmen. So können Interessenten über ein Kurzbewerberformular (Smart-Apply-Formular) ihre Daten hinterlassen und schnell einen direkten Kontakt zur Personalabteilung aufnehmen – das vereinfacht das Verfahren für potentielle Kandidaten deutlich. Zur Veranschaulichung des Arbeitsalltags hat die Klinik auf der Infoseite für Bewerber nicht nur Informationen zu Weiterbildungsangeboten, Vergütung und Benefits zusammengestellt, sondern veröffentlicht hier auch Videos*, in denen Mitarbeiter sehr authentisch besondere Erlebnisse schildern – so können Pflegekräfte in spe besser einschätzen, was sie erwartet. Auch über Maßnahmen wie Social Media Advertising und Anzeigen in den Online-Stellenportalen können Bewerber per Smart-Apply-Formular unkompliziert ihre Kontaktdaten hinterlassen.



Die Recruiting-Maßnahmen im Detail

Bis vor Kurzem erfolgte die Personalsuche im Fachkrankenhaus Bethanien Hochweitzschen traditionell mit klassischen Print-Stellenanzeigen. Der Fachkräftemangel in der Pflegebranche und der damit verbundene Wettbewerb um potentielle Kandidaten forderte jedoch ein Umdenken. Um sich einer überwiegend jungen Zielgruppe im Alter zwischen 20 und 40 Jahren als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren, stehen daher digitale Maßnahmen im Fokus. Dabei wird der Claim des Hauses „Verrückt, wer hier nicht arbeiten will“ mit emotionalem Storytelling umgesetzt, beispielsweise in Videos. Außerdem wurde der traditionelle Bewerbungsweg weitestgehend durch das Kurzbewerberformular auf der Website der Klinik ersetzt. Das sorgt für mehr Spontaneität: Wer im Café oder in der Bahn eine spannende Anzeige entdeckt, kann sofort Kontakt aufnehmen und muss nicht erst seine Unterlagen hochladen. Nicht nur aktive Wechselwillige, sondern auch latent Suchende werden dadurch motiviert, sich zu bewerben. Das bedeutet aber auch eine große Herausforderung für die Personalabteilung, die viel mehr Daten von Interessenten bearbeiten muss als beim klassischen Bewerberverfahren.

„Damit Unternehmen Smart-Apply-Formate nutzen können, müssen sie ihre Personalabteilung darauf vorbereiten. Man darf nicht vergessen, dass man mit diesen neuen Werbeformaten vor allem latent suchende Arbeitnehmer anspricht, die spontan und aus einem Impuls heraus ihre Kontaktdaten hinterlassen“, erklärt Juliane Mentz, Koordinatorin für Unternehmenskommunikation und Referentin für digitale Medien bei AGAPLESION MITTELDEUTSCHLAND. Wichtig ist die konsequente Umsetzung der Maßnahmen: „Nur wer auch in der Folgekommunikation innovativ bleibt, kann einen Interessenten zu einem tatsächlichen Bewerber wandeln. Fragt man direkt nach Bewerbungsunterlagen, verliert man den



Kontakt häufig wieder. Geht man dagegen individuell auf das bestehende Informationsbedürfnis ein, kann man oftmals überzeugen.“

Mit Anzeigen auf Facebook, Instagram und Google sowie klassischen Stellenanzeigen in den Job-Portalen sollen Kandidaten auf die Informationsseite gebracht werden. Außerdem bespielt das Team die Social-Media-Kanäle Facebook und LinkedIn redaktionell. Bedingt durch die aktuelle Situation setzt die Klinik derzeit zum ersten Kennenlernen auf Videocalls oder virtuelle Interviews. In Zukunft sollen Bewerbungstage und Castings folgen.

Ein erfolgreiches Projekt

Das neue Verfahren erforderte eine intensive Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen. „Das klassische Silodenken zwischen den Abteilungen Personalmanagement, -entwicklung und Unternehmenskommunikation wurde aufgebrochen, um agil und in flachen Hierarchien zusammenzuarbeiten“, erklärt Juliane Mentz. „Innerhalb eines Jahres wurden nicht nur unsere internen, sondern auch unsere externen Kommunikationsprozesse zeitgemäß und modern aufgestellt – das war ein Mammutprojekt für alle Beteiligten.“

Der Aufwand hat sich gelohnt: Schon nach wenigen Wochen sind nicht nur vielversprechende Bewerbungen über die neuen Kanäle gekommen, es konnten auch bereits neue Mitarbeiter eingestellt werden.

*Die Videos sind auf folgender Seite abrufbar:

<https://www.bethanien-hochweitzschen.de/karriere>



Fachkrankenhaus **Bethanien** Hochweitzschen

Im Verbund von AGAPLESION

Über die Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen der AGAPLESION gAG in Mitteldeutschland

Das Fachkrankenhaus Bethanien Hochweitzschen ist seit 2020 Teil der AGAPLESION gAG. Auch weitere Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen aus Mitteldeutschland wie Hospize, Altenpflegeheime und medizinische Versorgungszentren gehören seit Anfang des Jahres zu diesem Verbund, beispielsweise das Ev. Diakonissenkrankenhaus Leipzig, das Diakonissenkrankenhaus Dessau sowie die Zeisigwaldkliniken Bethanien Chemnitz und das Krankenhaus Bethanien Plauen.

Die **AGAPLESION gemeinnützige Aktiengesellschaft** wurde 2002 in Frankfurt am Main von christlichen Unternehmen gegründet. Zu AGAPLESION gehören bundesweit mehr als 100 Einrichtungen, darunter 23 Krankenhausstandorte mit über 6.250 Betten, 40 Wohn- und Pflegeeinrichtungen mit über 3.500 Pflegeplätzen, vier Hospize, 34 Medizinische Versorgungszentren, 16 Ambulante Pflegedienste und eine Fortbildungsakademie. Darüber hinaus bildet AGAPLESION an 15 Standorten im Bereich Gesundheits- und Krankenpflege aus. Mehr als 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen für eine patientenorientierte Medizin und Pflege nach anerkannten Qualitätsstandards. Pro Jahr werden über eine Million Patienten versorgt. Die Umsatzerlöse aller Einrichtungen inklusive der Beteiligungen betragen über 1,5 Milliarden Euro. Die alleinigen Aktionäre der AGAPLESION gAG sind verschiedene traditionsreiche Diakoniewerke und Kirchen.

Pressekontakt:

Andrea Weinholz
Weinholz Kommunikation
Plinganserstr. 59
81369 München
E-Mail: andrea@weinholz.org
Tel: 089 -24 24 16 95