

## Employer Branding

# Fachkräftemangel als Weckruf

Ring frei: So wird das Tauziehen um die besten Pflegekräfte sowie Ärztinnen und Ärzte gewonnen und gleichzeitig der Bekanntheitsgrad der Klinik gesteigert.

In der heutigen Healthcare-Welt stellt der Ärzte- und Pflegekräftemangel eine der größten Herausforderungen für Krankenhäuser dar. Eine starke Marke und effektives Employer Branding sind entscheidend, um potenzielle Mitarbeitende anzuziehen und neben der Rekrutierung die Bindung zu erleichtern.

## Überzeugende Arbeitgebermarke

Eine klare, authentische Arbeitgebermarke ist entscheidend für den Erfolg. Sie spiegelt die Vision und Werte des Hauses wider und schafft eine emotionale Verbindung zu Mitarbeitenden und Stakeholdern. Diese kann die Identifikation des Personals fördern. In einer wettbewerbsintensiven Welt zieht sie die besten Talente an und trägt zur langfristigen Performance des Betriebes bei. Kurzum: Investitionen in die Arbeitgebermarke sind Investitionen in die Zukunft.

## Alarmierende Fakten

- Bis zu 78.000 Euro kostet eine unbesetzte Stelle im Krankenhaus in einem dreiviertel Jahr. (Quelle: Stepstone, Cost of Vacancy)
- 64 Prozent des potenziellen Recruiting-Marktes wird durch mangelnde Bekanntheit verloren. (Quelle: onlyfy by xing)
- 72 Prozent der Personalentscheider bestätigen, dass das Unternehmensimage entscheidend für die Einstellung von Kandidaten ist. (Quelle: onlyfy by xing)



Wer gewinnt das Tauziehen um die besten Mitarbeitenden auf dem Krankenhausmarkt? Tipps für effektives Employer Branding gibt Autor Erich Relovsky.

## Zwei Seiten, ein Ziel

Während Employer Branding strategisch auf den Aufbau einer Arbeitgebermarke abzielt, konzentriert sich Personalmarketing auf die aktive Bewerbung von Stellenangeboten. Beides gehört zusammen und erfordert eine integrierte und kohärente Kommunikation.

## Die Kommunikationselemente

Die wichtigsten Elemente des Employer Branding umfassen eine starke Karriere-Website, effektive Retention-Strategien und die Kommunikation von emotionalen und rationalen Vorteilen, die das Unternehmen als Arbeitgeber auszeichnen.

## Machen Sie Angebote?!

Während rationale Angebote messbare Aspekte eines Jobangebots wie Gehalt und Arbeitszeiten umfassen, zielen emotionale auf die Schaffung einer Bindung zwischen Arbeitnehmenden und Firma ab. Das sind Aspekte wie Firmenkultur und Teamdynamik.

## Zielgruppengerechte Kanäle

Eine wirkungsvolle Kommunikationskampagne basiert auf tiefgehendem Verständnis der Zielgruppe. Sie nutzt die passenden Kanäle und Methoden, um die Botschaft effektiv zu übermitteln und nachweisbare Erfolge zu sichern. Strategische Planung und zielgerichtete Umsetzung sind entscheidend für den Erfolg.

## Wichtigste Faktoren

Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, sollten Unternehmen eine authentische Marke aufbauen, die sowohl rationale als auch emotionale Vorteile kommuniziert. Investitionen in Employer Branding und Personalmarketing sind unerlässlich, um die besten Talente anzuziehen und langfristig zu binden.

**Erich Relovsky,**  
**Leiter Marketingkommunikation und**  
**Employer Branding,**  
**Dietrich Identity GmbH,**  
**Kontakt: [er@dietrichid.com](mailto:er@dietrichid.com)**