

## Komm in dein Lieblingsteam:

Damit wirbt das Klinikum Region Hannover auf LinkedIn und beweist mit seiner Geschichte, dass auch im Gesundheitssektor der Aufbau einer starken Arbeitgebermarke erfolgskritisch für das Finden und Halten von Top Talenten ist.

## Die Erfolgsgeschichte

Als kommunales Haus mit zehn Standorten ist das Klinikum Region Hannover (KRH) immer auf der Suche nach Talenten in Pflege, Ärzteschaft oder Verwaltung. Mithilfe von LinkedIn kann das Klinikum Region Hannover seine Bekanntheit als attraktiver Arbeitgeber in und außerhalb der Region stärken und potenziellen Kandidat:innen seine Leistungen und seine Kultur des Austausches, des Vertrauens und der Innovation vermitteln. In einem wettbewerbsintensiven Markt setzt das Klinikum Region Hannover außerdem darauf, Jobsuchenden gezielt Stellenangebote zu zeigen, die zu deren Kenntnissen und Berufserfahrung passen und den Austausch mit interessierten Fachkräften aus dem Gesundheitsbereich zu pflegen.



## Die Herausforderung

### Positionierung im wettbewerbsintensiven Gesundheitsmarkt

In Deutschland werden händierend Pflegekräfte gesucht, und auch Stellen für Ärzt:innen und in der Verwaltung bleiben in Kliniken zu lange unbesetzt. Die Dichte an Krankenhäusern im Raum Hannover erschwert das Recruiting für das KRH zusätzlich. Umso wichtiger ist die Positionierung als attraktiver Arbeitgeber – bezogen auf die Arbeitsinhalte, die Unternehmenskultur, Fort- und Weiterbildungsangebote und zusätzliche Leistungen. Als kommunales Unternehmen ist das KRH an das Tarifrecht gebunden. Und auch andere Rahmenbedingungen lassen oft wenig Raum für die Gestaltung von Arbeitsbedingungen. Auch das macht das Recruiting von Talenten herausfordernd, besonders mit Blick auf die Konkurrenz, erläutert Andrea Bredemeyer, Recruiterin im KRH: „Wir konkurrieren mit privaten Häusern, mit Pflegeheimen, Dienstleistern und IT-Unternehmen um Talente. Umso wichtiger ist es, dass wir uns auch im digitalen Umfeld von unserer besten Seite zeigen.“

## Die Lösung

### Digital, international und nah am Menschen – so zeigt sich das KRH einem wachsenden Netzwerk

Die beste Seite, das ist beim KRH ein inklusives Arbeitsumfeld mit vielen Möglichkeiten, sich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln. „Komm in dein Lieblingsteam – heißt es deshalb bei uns“, sagt Bredemeyer. „Was das konkret bedeutet, wollen wir auf LinkedIn zeigen.“ Auf der eigenen Unternehmensseite sieht man daher unterschiedliche Beschäftigte und ihren Klinikalltag, ergänzt um Fotos, Umfragen oder kurze Videos. „Die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten helfen uns, unsere diversen Zielgruppen passgenau anzusprechen“, erklärt Bredemeyer. Die Aktivitäten kommen gut an. Das zeigt die Entwicklung der Followerzahlen. Mehr als 4.300 LinkedIn-Mitglieder folgen den Aktivitäten des KRH, darunter auch viele KRH-Beschäftigte, die Beiträge liken, kommentieren und teilen. Und nicht nur das: Immer häufiger kommen Mitarbeiter:innen mit eigenen Ideen für Posts und Aktivitäten auf LinkedIn auf die HR-Abteilung zu. Als Markenbotschafter:innen gestalten sie die externe Marke des Klinikums Region Hannovers mit. Für das KRH ist die authentische Kommunikation durch die Beschäftigten als Multiplikator:innen ein essentieller Baustein der Talentstrategie. Auch, weil Empfehlungen bei der Rekrutierung insbesondere von Ärzt:innen weiterhin eine große Rolle spielen.



## Alle Möglichkeiten ausschöpfen – und mit kombinierten Tools noch mehr erreichen

Die Aktivitäten des KRH beschränken sich aber nicht nur auf die Unternehmensseite. Im wettbewerbsintensiven Talentmarkt nutzt das Klinikum auch Tools für die internationale Suche, Ansprache und Verwaltung von Kandidat:innen. „Und dass zudem unsere Stellenanzeigen international sichtbar werden, gewinnt ebenfalls an Bedeutung“, sagt Bredemeyer mit Blick auf die Möglichkeit zur Rekrutierung von Fachkräften aus dem Ausland in die Zukunft. Als weltweit größtes Netzwerk für den beruflichen Austausch mit mehr als 875 Millionen Mitgliedern bietet LinkedIn für das KRH das richtige Umfeld, sagt Bredemeyer: „International, relevant und vertrauenswürdig – das ist genau das, was wir brauchen.“ Weil alle Tools miteinander verknüpft sind, liefern sie zudem datengestützte Hinweise darauf, wie die Aktivitäten des KRH im Vergleich zum Wettbewerb abschneiden. Und auch hier zeigen die Reports: Das KRH legt die Latte im Benchmark-Vergleich noch einmal höher.

## Die Ergebnisse

Mehr als  
**4.300+**

Interessierte folgen der  
Karriereseite des KRH

**8%**

Apply Click Rate auf die Jobs  
über die Karriereseite

**Talent Awards**  
2021 Finalists and  
Winners

Hat 2021 den Preis für die beste  
Arbeitgebermarke auf LinkedIn  
gewonnen ([Talent Awards 2021](#))



*International, relevant und vertrauenswürdig – das ist genau das berufliche Umfeld, in dem wir unsere diversen Zielgruppen ansprechen wollen.“*



**Andrea Bredemeyer**

Recruiterin, Klinikum  
Region Hannover

## Hauptprodukte



LinkedIn  
Talent Insights



LinkedIn  
Job Slots



LinkedIn  
Recruiter



LinkedIn  
Career Page

## Über das Klinikum Region Hannover (KRH)

Das KRH zählt zu den größten kommunalen Klinikunternehmen Deutschlands. In zehn Krankenhäusern werden jährlich 315.000 Patient:innen behandelt. Das gemeinsame Ziel der rund 8.500 Beschäftigten aus 93 verschiedenen Nationen: die Gesundheit der Menschen in Hannover und im Umland mit innovativer Medizin und Pflege zu verbessern. Um den stetigen Veränderungen und Herausforderungen des Gesundheitswesens gewachsen zu sein, ist das KRH immer auf der Suche nach Top-Talenten.

