

# HR-Marketing im Gesundheitswesen – was ist zu beachten?

Am HR-Forum *HealthCare* wurden dieses Jahr die Themen HR-Marketing und Onboarding präsentiert. Fabio Blasi, Leiter Sourcing & Employer Branding des Kantonsspitals Aarau, und David Friesenegger, Leiter HR Rekrutierung des Kantonsspitals Luzern, gewährten uns spannende Einblicke in ihre Alltage.

▶ PETRA ZENTNER

An der Messe Zürich wurden die Teilnehmer von Dr. Matthijs Ouwerkerk und seinen Mitarbeitenden herzlich begrüsst. Trotz Coronapandemie konnte das HR-Forum *HealthCare* 2020 mit allen notwendigen Sicherheitsmassnahmen durchgeführt werden. An der Anzahl der Teilnehmenden spürte man die Notwendigkeit des Anlasses.

## HR-Marketing im Gesundheitswesen

Fabio Blasi ist Betriebsökonom FH und hat einen Master in Human Capital Management. Er ist Leiter Sourcing & Employer Branding im Kantonsspital Aarau und seit 10 Jahren in verschiedenen Fach- und Führungsrollen im Gesundheitswesen tätig. Was ist Fachkräftemangel und für welche Funktionen im Gesundheitswesen gibt es einen Verdacht auf Fachkräftemangel?

Fabio Blasi ist überzeugt, dass der Begriff Fachkräftemangel tendenziell missbraucht und als Alibi für mangelnde Personalsuchstrategien verwendet wird. Klar ist, dass das Gesundheitswesen in vielen Berufen ein Arbeitnehmermarkt ist. Die Rekrutierungsstrategie muss sich nach dem Arbeitsmarkt und der Zielgruppe ausrichten.

Entscheidend für ein ganzheitliches Employer Branding Management ist die Analyse des Arbeitsmarktes und der strategisch relevanten Mitarbeitergruppen.

Das Resultat ist eine Employer Value Proposition (EVP) und ein operatives Employer Branding Management, welches die Arbeitgebermarke und ihren «Kern» wiedergibt. Die operativen Employer-Branding-Massnahmen sollten dabei die Konsequenz des Sourcing-Bedarfs sein.

## Onboarding – Integration von ausländischem Fachpersonal im Spital

Im zweiten Teil referierte David Friesenegger, Leiter HR Rekrutierung des Luzerner Kantonsspitals, über die Integration von ausländischem Fachpersonal, auch Onboarding genannt, was die Einführung eines neuen Mitarbeiters in seinen Arbeits- bzw. Einsatzbereich bedeutet. Er hat einen Master of Advanced Studies ZFH in Human Resource Management und ist seit 2018 in Luzern tätig. Friesenegger ist überzeugt, dass ein schlechtes Onboarding zu einer hohen und frühen Fluktuation führt. Wenn sich ausländische Mitarbeiter nicht wohlfühlen oder sich nicht zurechtfinden, werden sie nicht lange bleiben.

Heute ist man in der Führung überzeugt, dass fehlende Vorbereitung wie Laptop, Badge oder Logins nicht mehr passieren dürften. Leider zeigt sich in seiner langjährigen Erfahrung, dass dies nicht der Fall ist. Ein neuer Mitarbeiter soll sich schnell in seinem neuen Umfeld zurechtfinden. David Friesenegger



ist sich sicher, dass eine fachliche, soziale und wertorientierte Integration die Basis für ein erfolgreiches Onboarding ist.

Als Beispiel hat er eine mögliche Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus erwähnt. Wie kann man als Unternehmen einem neuen Mitarbeiter helfen, sich schnell zurechtzufinden und die Schönheiten der Region kennenzulernen? Die ausländischen Mitarbeiter sollen die Möglichkeit haben, sich via Informationsmaterial von Luzern Tourismus ihre neue/zukünftige Umgebung zu erkunden. Ziel des Onboardings wird immer eine langfristige Mitarbeiterbindung sein. Herausforderungen wie Sprachdifferenzen sollen mit Sprachkursen eliminiert werden. Hilfe bei Wohnungssuche, Umzug, Schulwechsel der Kinder etc. sind wichtige Bestandteile für das Wohlergehen eines ausländischen Mitarbeiters und allenfalls auch seiner Familie.

Nach den beiden Referaten wurden die Themen mit den Teilnehmern in einem interaktiven Workshop praxisorientiert vertieft. Somit konnten die Teilnehmenden mit den Experten direkt im Gespräch auch Ideen und kreative Ansätze besprechen.

Das nächste HR-Forum *HealthCare* ist bereits wieder in Planung und wird am 20. Oktober 2021 mit der IFAS in Zürich stattfinden.

▶ Mit Unterstützung von [www.med-jobs.com](http://www.med-jobs.com).



**Petra Zentner** Geschäftsführerin  
B2B Swiss Medien AG

