

Success Story

Erfolgreiches digitales Performance Recruiting

Charité Berlin

[+]Pluswerk



“

+Pluswerk hat uns bei dem Auf- und Ausbau sowie bei der Etablierung unserer neuen Karrierewebsite unterstützt. Ihr Konzept zielt insbesondere auf die Sichtbarkeit und Erreichbarkeit in den Suchmaschinen und bringt moderne Suchmaschinenoptimierung und -Marketing (SEA) zur Anwendung. Nach der erfolgreichen technischen, strukturellen und inhaltlichen Überarbeitung der Website wird inzwischen ein großer Teil der Website-Besucher über den neuen Karriere-Blog generiert.

Dabei wurde und wird vor allem auf den Mehrwert und das Informationsbedürfnis der anzuwerbenden Fachkräfte geachtet. Und das mit beachtlichem Erfolg: Die Karrieremöglichkeiten der Charité sind inzwischen so präsent wie für kaum ein anderes Klinikum.

**Julian Wiskemann,
Referent Employer Branding & HR Digitalisierung**

Charité – Universitätsmedizin Berlin



Die Aufgabenstellung

Der bekannte Mangel an Pflegekräften stellte auch das größte europäische Klinikum, die Charité in Berlin, vor große Herausforderungen. Daher beschloss man 2021, die Personalgewinnung komplett neu aufzustellen und digitales Recruiting einzusetzen. Hierfür suchte man einen geeigneten Partner für die Umsetzung der neuen Karriereseite und die Durchführung von Performance Recruiting Maßnahmen.

Ursprünglich wurde der vollständige Karrierebereich unter www.charite.de/karriere organisiert. Für eine adäquate, fokussierte und auch emotional zielgerichtete Ansprache der Bewerber, Beantwortung aller offenen Fragen und intensive Einblicke in die Arbeitswelt der Charité wurde die neue Karriereseite unter karriere.charite.de umgesetzt. Diese neue separate Subdomain ermöglichte eine eigenständige technische Basis und ein unabhängiges neues Design.

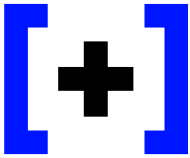
Layout und Inhalt

Eine Analyse der bisherigen Karriereseite zeigte auf, dass die inhaltliche Ansprache und die thematische Darbietung nicht geeignet waren, um sich von konkurrierenden Kliniken abzuheben. Die neue Karriereseite sollte keine technischen Defizite aufweisen und neben den optimierten Stellenbeschreibungen mit einem Ausbau des Contents deutlich aufgewertet werden. Dieser Inhalt wurde so konzipiert und strukturiert, dass er für Mensch und Maschine leicht erreichbar war, sprich SEO und User Experience (UX) Kriterien bestmöglich entsprach.

Die Stellenprofile für potenzielle Bewerber wurden überarbeitet, kategorisiert und optimiert. Hierbei wurden viele Details geprüft und abgestimmt. Für die Fragestellungen der Interessierten wurden thematisch aufgearbeitete passende Inhalte erstellt.

Bei der Entwicklung der Seitenstruktur und des Layouts stand eine leichte Erfassbarkeit und bestmögliche UX im Vordergrund. Zusätzlich wurde ein völlig neuer Content-Bereich geplant: das Karrieremagazin, über welches regelmäßig neue und interessante Themen veröffentlicht und besetzt werden.





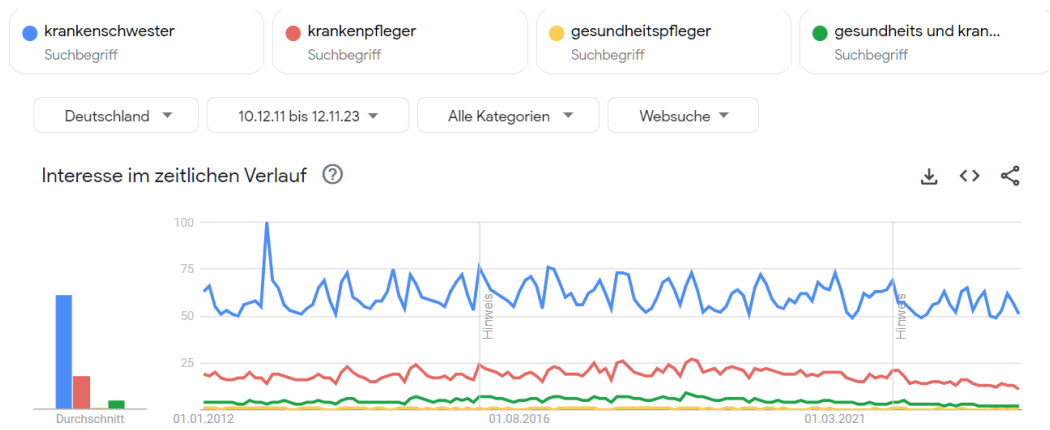
Die folgende Abbildung stellt das Layout der alten und neuen Karriereseite gegenüber:



Zielgruppen und deren Verhalten

Eine Analyse der Zielgruppen und deren Verhalten im Internet ist bei allen SEO- und SEA Maßnahmen notwendig. Wichtig sind auch die Unterschiede nach Berufen und gewünschter Zielgruppe. So kann für eine Stelle sehr unterschiedliche gesucht werden. Unterschiedliche Altersgruppen bewegen sich auf unterschiedlichen Webseiten für die gleiche Stelle. Die Unterschiede zeigen sich insbesondere bei der Nutzung von Social Media.

Am stärksten fällt dies bei der Charité bei den Stellen der „Gesundheits- und Krankenpflege“ auf. Die frühere Berufsbezeichnung „Krankenschwester“ wird heute nahezu unverändert oft gesucht, sie darf aber an der Charité nicht mehr verwendet werden, da sie nicht mehr als zeitgemäß und auch nicht genderneutral gilt. Folgende Abbildung von Google Trends zeigt, dass die 2004 eingeführten neuen Berufsbezeichnungen immer noch viel weniger oft gesucht werden.



Um dennoch bei allen relevanten Suchvorgängen gefunden zu werden, muss man manchmal kreative Umwege gehen. Bei der Suche nach „Krankenschwester“ findet man die Charité auf den vordersten Plätzen mit einer Seite, die diese Berufsbezeichnung geschickt inhaltlich aufgreift.

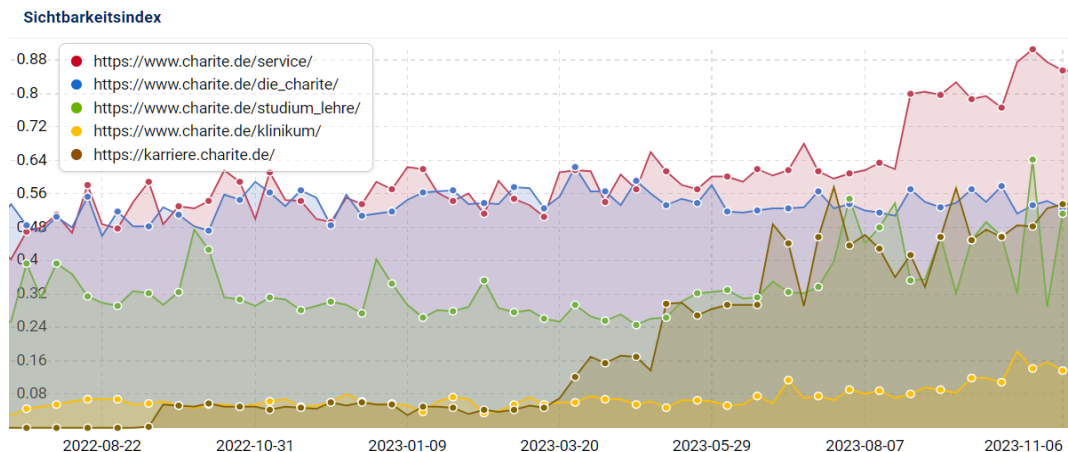
The screenshot shows a Google search for 'krankenschwester'. The top result is from Charité – Universitätsmedizin Berlin, titled 'Krankenschwester: Sagt man das überhaupt noch?' dated 15.02.2023. The second result is from Wikipedia, titled 'Krankenpfleger – Wikipedia'. Both results include small thumbnail images related to healthcare.



SEO Performance

Mit Hilfe dieser Umstrukturierung und dem veränderten Content-Konzept konnte sich die Charité als Arbeitgebermarke deutlich performanter präsentieren und viele neue generische Platzierungen bei Google erzielen – insgesamt mehr als 20.000 Top-100 Platzierungen bei Google Deutschland.

Die folgende Abbildung zeigt die erfolgreiche Entwicklung der organischen Google Suchergebnissen der Karriereseite durch den Sichtbarkeitsverlauf des Anbieters [Sistrix](https://www.sistrix.de) (www.sistrix.de) im Vergleich zu anderen Bereichen der Charité Website:



Die Karriereseite (braun) hat mittlerweile die gleiche Sichtbarkeit in Google wie das Klinikum (blau) und der Bereich Studium und Lehre (grün) der Charité Website. Sie hat einen erheblichen Anteil an der Gesamtzahl der Website-Besucher.

Performance Marketing Ads

Parallel dazu wurden über digitalen Marketing Maßnahmen wie Google Ads Anzeigen konzipiert und umgesetzt, die Jobsuchende und wechselbereite Mitarbeitende erreichen. Hierzu wurden für unterschiedliche Arbeitsbereiche und Jobprofile zielgenaue Anzeigen, Zielgruppen und Suchbegriffe definiert. Als Zielseiten wurden je nach Suchbegriff und Zielgruppe passende optimierte Seiten der Berufsprofile gewählt. Diese wurden bewusst für SEO- und SEA Maßnahmen gemeinsam konzipiert und optimiert.

Wie die folgende Abbildung zeigt, ist die Charité für die laufenden Kampagnen bei Google Ads im Vergleich absolut dominierend:

#	Domain	Wettbewerb	Sichtbarkeitsindex
1	charite.de/	100,0%	7,73
2	medwing.com/	40,5%	0,39
3	stepstone.de/	20,7%	90,65
4	indeed.com/	15,7%	69,03
5	lieblingsarbeitgeber.berlin/	12,6%	0,04
6	pflagia.de/	10,1%	0,01
7	talea.de/	9,0%	0,01
8	bg-kliniken.de/	7,5%	1,37



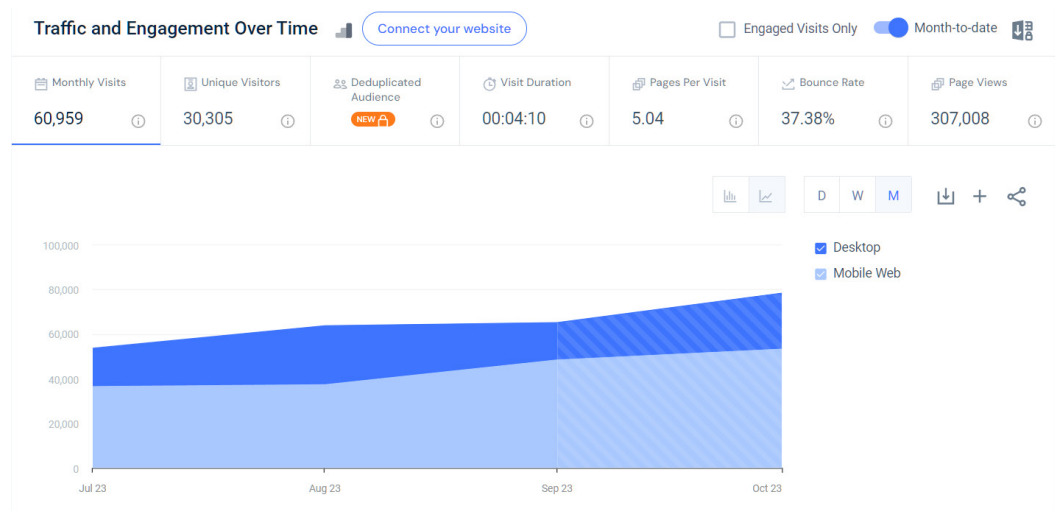
Tracking und Datenschutz

Während der Optimierung des Karrierebereiches wurde für die Erfassung der Website-Besucher die Open Source Lösung „Matomo“ implementiert und konfiguriert. Die sehr hohen Datenschutzerfordernungen der Charité konnten damit eingehalten werden. Der Erfolg aller Maßnahmen kann dadurch effizient gemessen und bewertet werden.

Neben den rein rechtlichen Aspekten sind für den Datenschutz das Verständnis, die Bewertung und Beurteilung der technischen Details im Kontext des Datenschutzes schwierig, aber notwendig. Aus diesem Grund haben wir uns mit der Charité kontinuierlich zu aufkommenden Fragen abgestimmt und adäquate Unterstützung gewährleistet.

Ergebnisse

Die Karriereseite erzielt monatlich mittlerweile knapp 80.000 Besuche (Oktober 2023) laut [Similarweb](https://www.similarweb.com) (www.similarweb.com), Tendenz weiter steigend. Davon werden knapp die Hälfte über die organische Google Suche und die digitalen Marketingmaßnahmen generiert.



Der Erfolg zeigt sich aber nicht nur in den technischen Kennzahlen, sondern auch bei den Bewerbungen. Damit hat sich die Charité nicht nur als führendes Klinikum positioniert, sondern auch als ein führender Arbeitgeber.

Eine Artikel dieser Fallstudie mit dem Fokus auf SEO und User Experience (UX) wurde bei der Marketing Börse veröffentlicht: <https://www.marketing-boerse.de/fachartikel/details/2333-seo-und-ux-fuer-besseres-recruiting-eine-case-study-der-charit/191895>



Wann wollen Sie Ihr Wachstum mit uns zusammen gestalten?

Kontaktieren Sie uns.

+Pluswerk AG
Konrad-Zuse-Platz 8
81829 München
Telefon +49 89 4132580-0
E-Mail info@pluswerk.digital

www.pluswerk.digital

Eine kleine Auswahl weiterer erfolgreicher Projekte und glücklicher Kunden:

