

Mobile Recruiting 2011

Ergebnisse einer empirischen Studie zur Bewerberansprache über mobile Endgeräte

September 2011

Initiatoren: Prof. Dr. Wolfgang Jäger, Prof. Dr. Stephan Böhm
(Hochschule RheinMain, Studiengang Media Management)



Hochschule RheinMain
University of Applied Sciences
Wiesbaden Rüsselsheim Geisenheim



Ein Kooperationsprojekt von:

DJM | Consulting GmbH



Mit freundlicher Unterstützung durch:



Inhalt

- Zielsetzung und Methodik
- Kernaussagen der Studie
- Ergebnisse im Detail
- Vergleich der Ergebnisse mit der Pilotstudie 2009
- Teilnehmerstatistik

Zielsetzung und Methodik

Zielsetzung und Methodik

- Fragestellungen:
 - Ist der Kanal „Mobile Endgeräte“ bei der Bewerberansprache für deutsche Unternehmen bereits heute eine Option?
 - Wie werden die Nutzenpotenziale verschiedener mobiler Anwendungen im Rahmen von innovativem Personalmarketing und Recruiting bewertet?
 - Wie haben sich die Aktivitäten und Einschätzungen im Vergleich zu 2009 verändert?*
- Die Befragung richtete sich an Unternehmensvertreter aus dem Bereich Human Resources mit Schwerpunkt Personalmarketing und/oder Personalbeschaffung.
- Erhebungszeitraum: Mai/Juni 2011
- Methodik: Online-Befragung mit standardisiertem Fragebogen
- Anzahl Teilnehmer (n): 159

* Ende 2009 wurde von uns bereits eine Pilotbefragung zum Thema Mobile Recruiting durchgeführt, in der es um vergleichbare Fragestellungen ging.

Kernaussagen der Studie

Kernaussagen der Studie

Die Zahl der Unternehmen, die im Bereich Mobile Recruiting bereits aktiv sind, wächst.

25 Prozent haben bereits mobile Anwendungen/Technologien für die Interaktion mit (potenziellen) Bewerbern eingesetzt. Das sind mehr als drei Mal so viele als in 2009 (8 Prozent). Die Zahl der Unternehmen, die über eine für mobile Endgeräte optimierte Karriere-Website verfügen, liegt bei 17 Prozent und hat sich damit im Vergleich zu 2009 (8 Prozent) mehr als verdoppelt.

Im Vergleich zu 2009 ist die Bekanntheit sowie die Einschätzung der Relevanz von Mobile Recruiting gestiegen.

Auch was die Bekanntheit der Anwendungsmöglichkeiten angeht, scheinen die Unternehmen heute weiter zu sein als noch vor zwei Jahren: 62 Prozent haben eine Vorstellung darüber, wie man Mobile Media in den Personalmarketing-Mix integrieren kann (2009: 38 Prozent). Ebenso wird die Bedeutung von Mobile Recruiting heute klar höher eingeschätzt. So sind 90 Prozent der Ansicht, dass Unternehmen jetzt Kompetenzen aufbauen und das Thema organisatorisch verankern müssen (2009: 70 Prozent).

Social Media, mobile Karriere-Websites und iPhone-Apps sind die „beliebtesten“ Anwendungen im Mobile Recruiting.

Sowohl was die allgemeine Bekanntheit als auch die Einschätzung der Bedeutung angeht, liegen Social Media für mobile Endgeräte, für mobile Endgeräte optimierte Karriere-Websites und iPhone-Apps ganz vorne. Auch der tatsächliche und geplante Einsatz zeigt, dass diese Applikationen aktuell zu den wichtigsten gehören. SMS, MMS, Mobile Video und Bluetooth haben im Vergleich zu 2009 an Bedeutung verloren.

Unternehmen sind zum Teil immer noch skeptisch, aber es ist ein starkes Interesse an Mobile Recruiting vorhanden.

Knapp die Hälfte der Unternehmen kann den tatsächlichen Nutzen von Mobile Recruiting zur Zeit noch nicht erkennen. Trotzdem ist das Interesse daran sehr hoch. So möchten 96 Prozent gerne mehr über das Thema erfahren. Bei 43 Prozent der Unternehmen mangelt es jedoch an personellen Kapazitäten, um das Thema weiter voran zu treiben.

Der bisherige Zielgruppen-Response ist überwiegend positiv – jüngere Zielgruppen stehen im Fokus von Mobile Recruiting.

Knapp 80 Prozent der Unternehmen, die bereits im Mobile Recruiting aktiv sind, sind mit dem Response zufrieden. Studenten/Absolventen und Schüler/Auszubildende sind die klar favorisierten Zielgruppen.

Ergebnisse im Detail

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

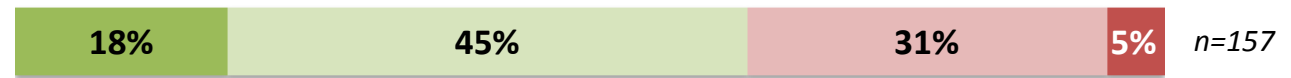
Unser Unternehmen ist neuen und innovativen Formen der Bewerberansprache grundsätzlich aufgeschlossen.



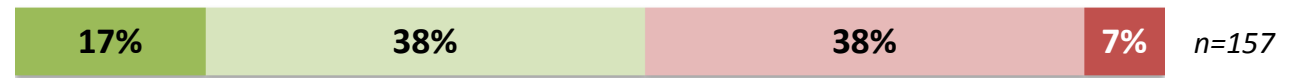
Innovative Formen der Bewerberansprache sind für uns auch dann wichtig, wenn diese noch keine starke Verbreitung/Akzeptanz gefunden haben (Innovationsführerschaft).



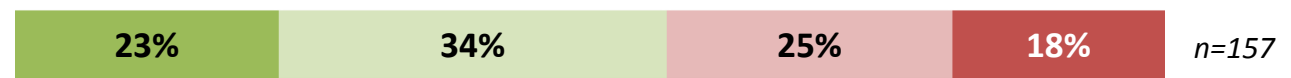
Ich habe eine Vorstellung über die Einsatzmöglichkeiten von Mobile Recruiting und deren Integration in unsere bisherigen Personalmarketing-Aktivitäten.



Die technologischen Möglichkeiten für Mobile Recruiting sind mir bereits bekannt und kann ich einschätzen.



Die Bewerberansprache über mobile Endgeräte wurde in unserem Unternehmen bereits diskutiert.

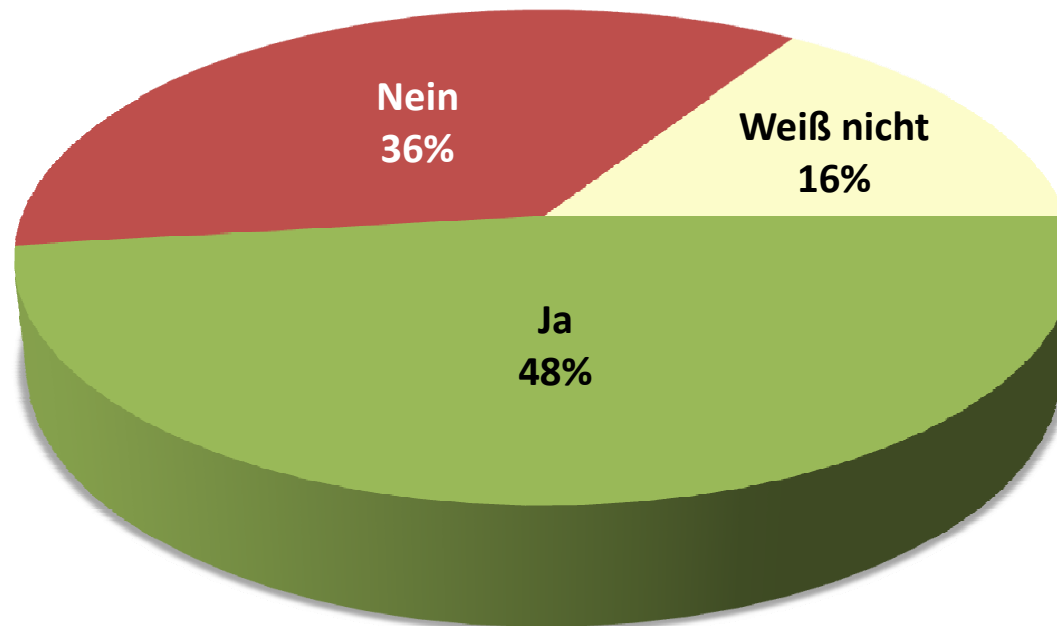


Bei der Auswahl von Online-Jobbörsen ist uns deren mobile Zugangsmöglichkeit/Verfügbarkeit wichtig.

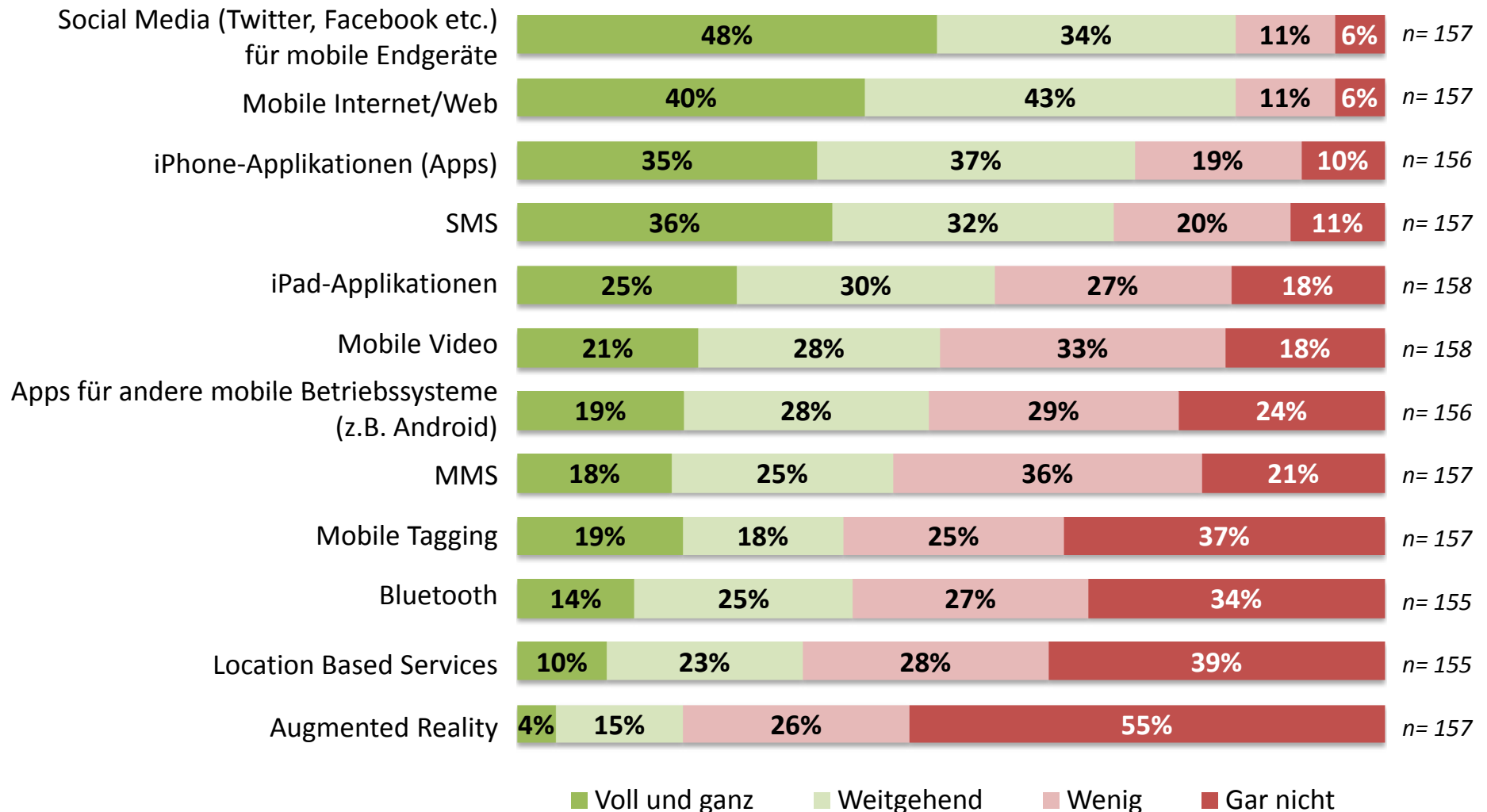


■ Stimme stark zu
 ■ Stimme eher zu
 ■ Stimme eher nicht zu
 ■ Stimme gar nicht zu

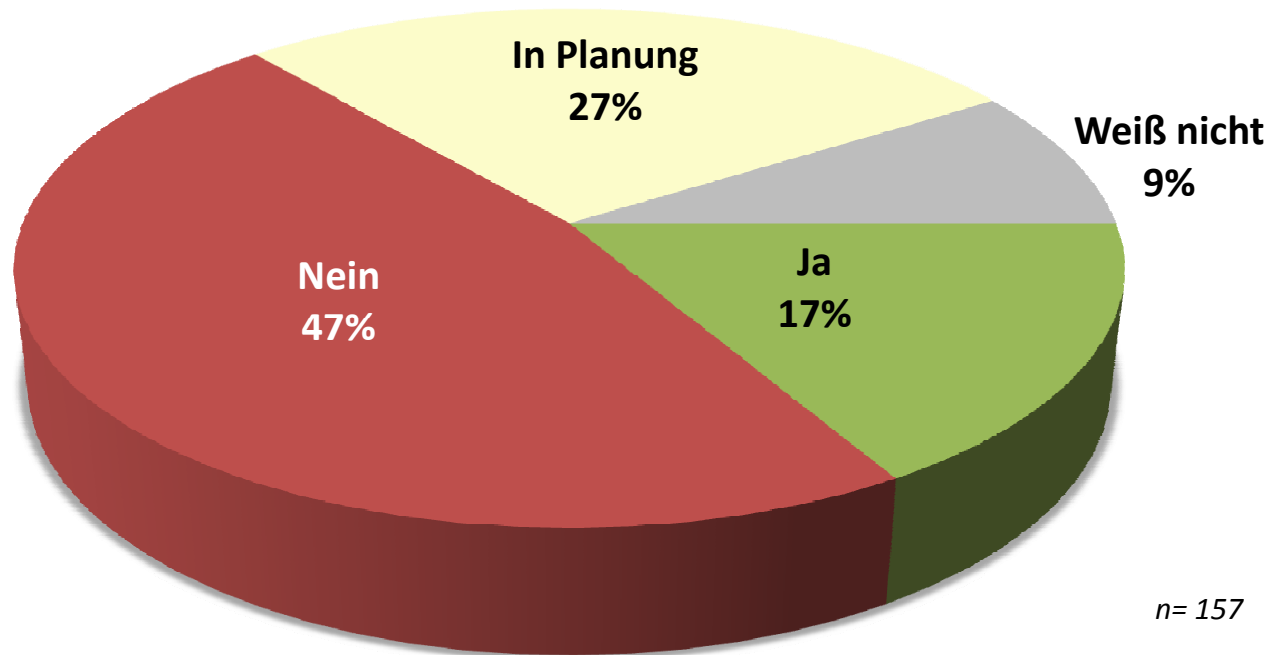
Wurden in anderen Bereichen Ihres Unternehmens (außer Human Resources) bereits mobile Endgeräte oder das mobile Internet zur Zielgruppenansprache eingesetzt (z.B. Marketing, Unternehmenskommunikation etc.)?



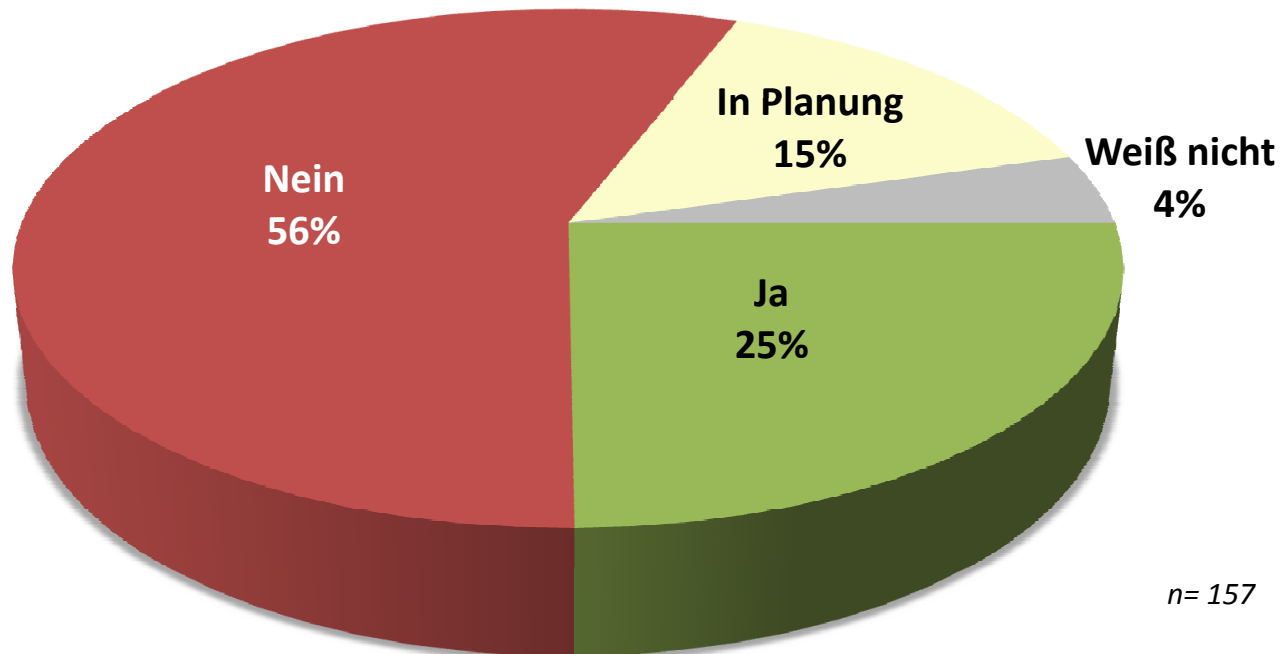
Inwieweit sind Ihnen Funktionsweise und Nutzenpotenziale der folgenden mobilen Anwendungen/Technologien im Rahmen der Bewerberansprache bekannt?



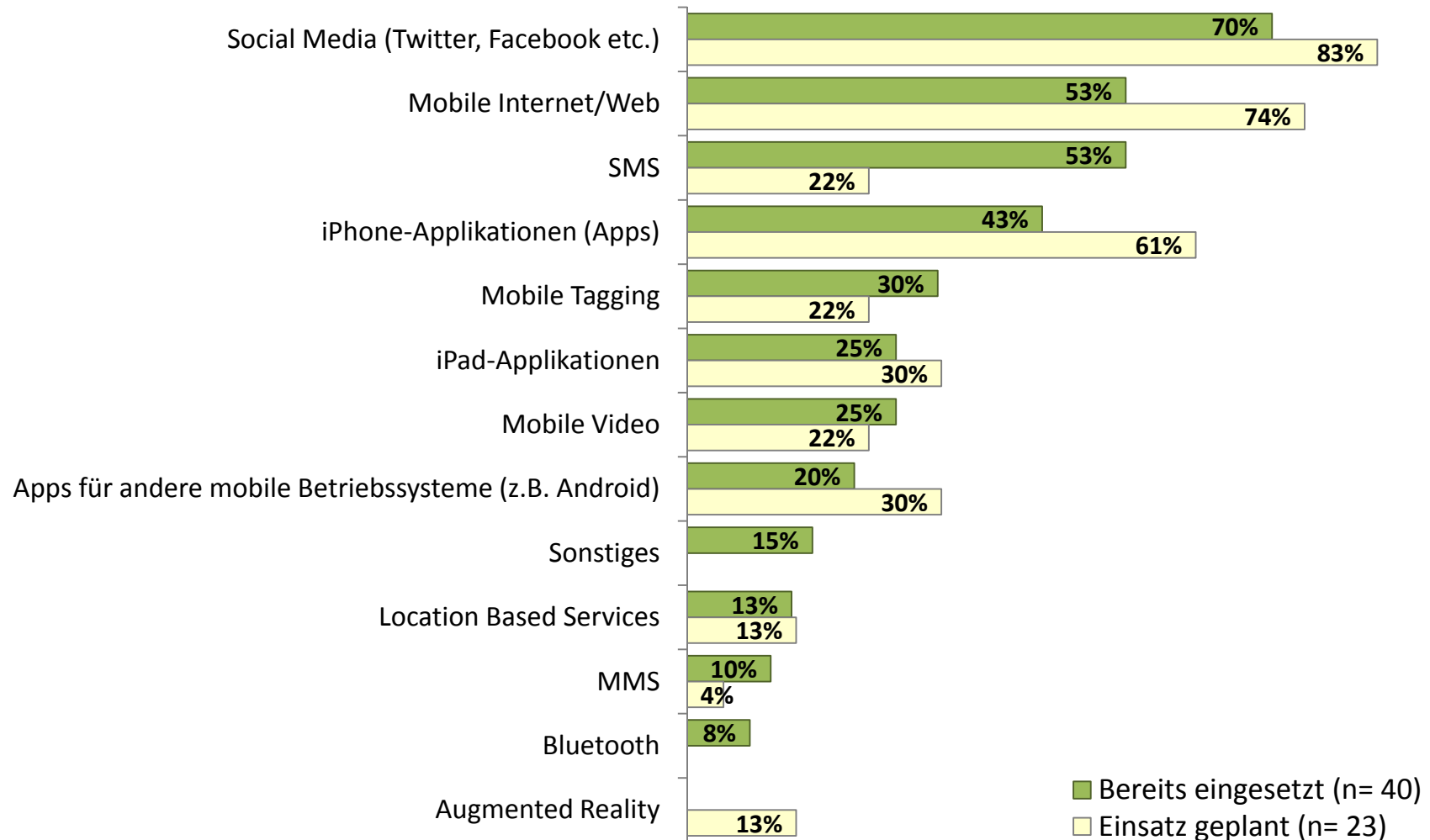
Verfügt Ihr Unternehmen über eine für das mobile Internet/mobile Endgeräte optimierte Karriere-Website?



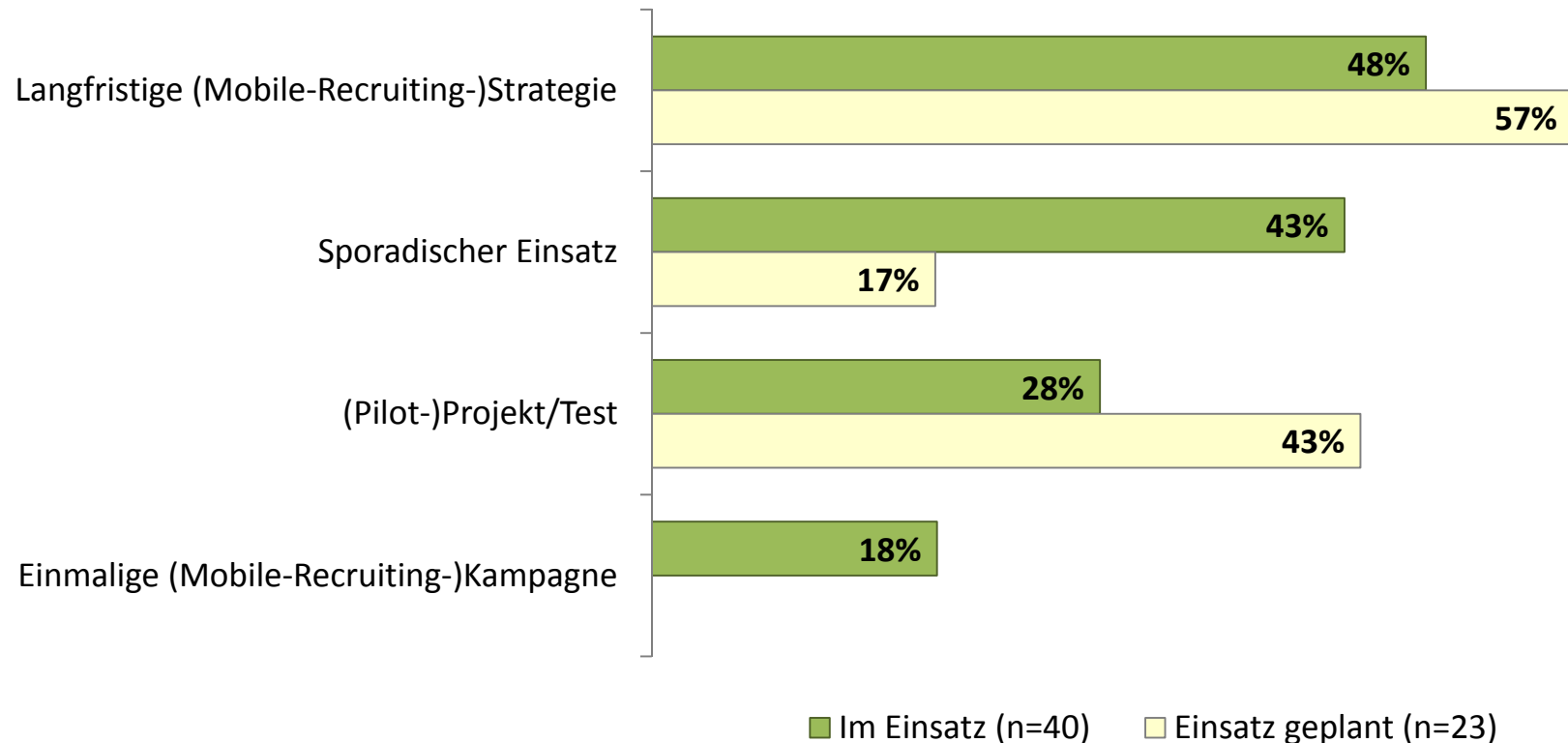
Haben Sie in Ihrem Unternehmen bereits mobile Anwendungen/Technologien für die Interaktion mit (potenziellen) Bewerbern eingesetzt?



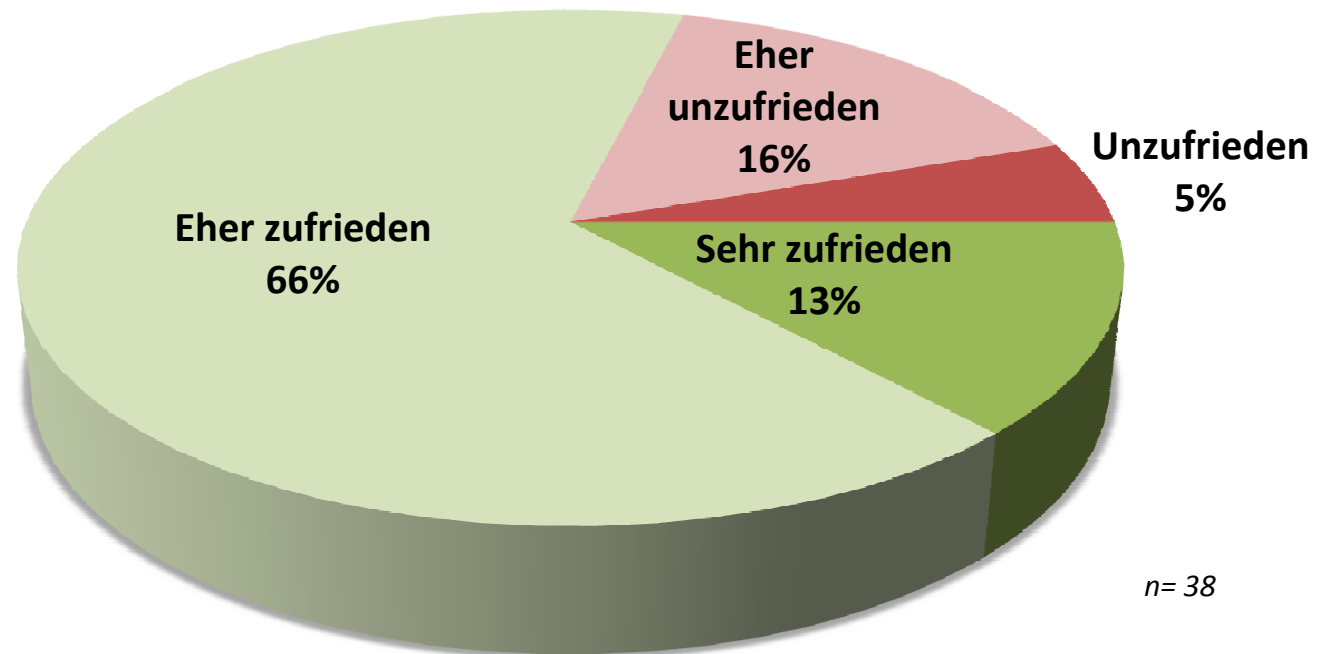
Welche der folgenden mobilen Anwendungen/Technologien kamen dabei zum Einsatz bzw. welche planen Sie einzusetzen?



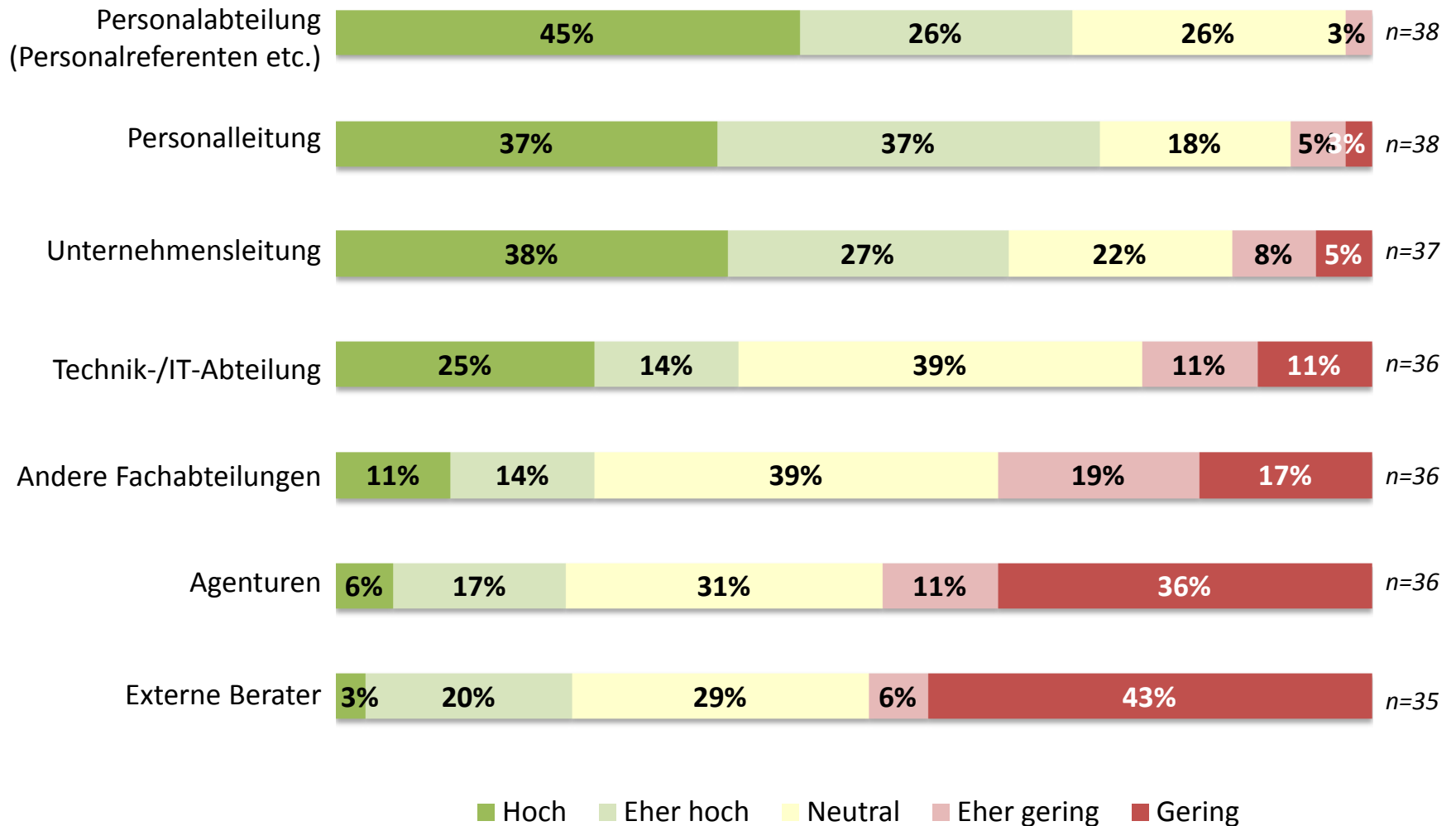
In welchem Kontext kamen die mobilen Anwendungen/Technologien zur Interaktion mit Bewerbern in Ihrem Unternehmen zum Einsatz bzw. in welchem Kontext planen Sie sie einzusetzen?



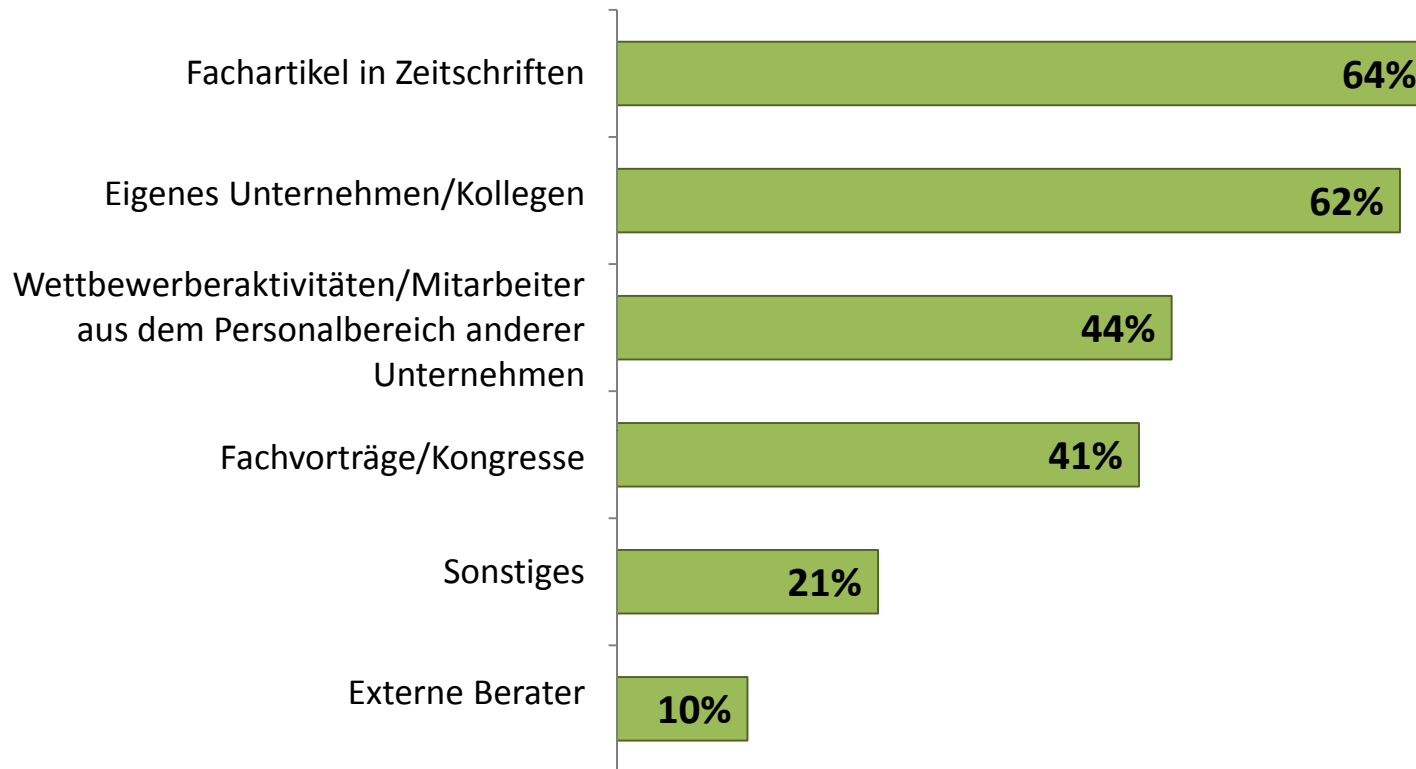
Wie zufrieden sind bzw. waren Sie (bislang) mit dem Response der Zielgruppe(n) zu den eingesetzten mobilen Anwendungen/Technologien?



Wie hoch ist der Anteil der folgenden Einheiten an der Entscheidung gewesen, in Ihrem Unternehmen mobile Anwendungen/Technologien für die Bewerberansprache einzusetzen?

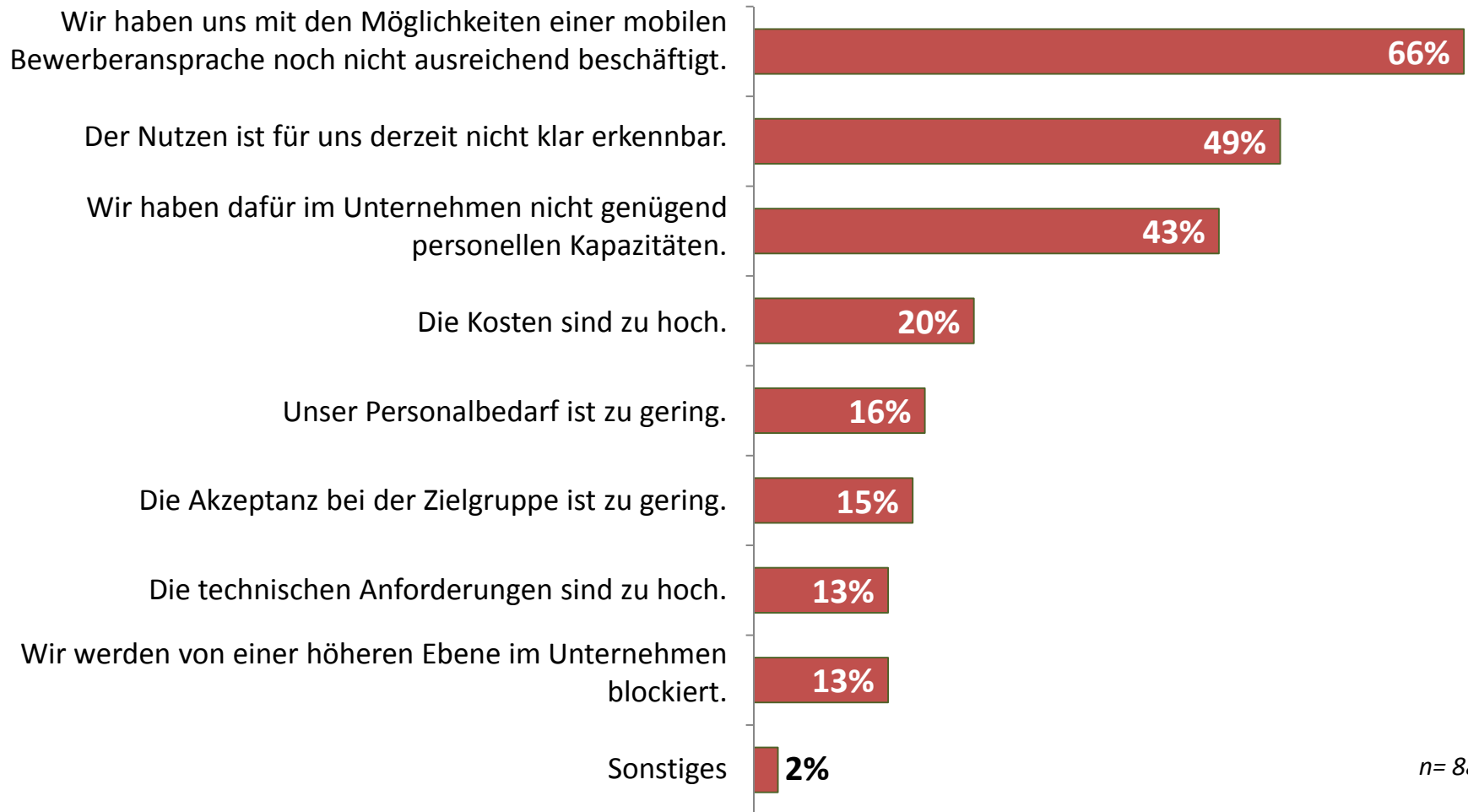


Über welche Quellen haben Sie selbst von Mobile Recruiting bzw. den Einsatzmöglichkeiten mobiler Anwendungen/Technologien für die Bewerberansprache erfahren?

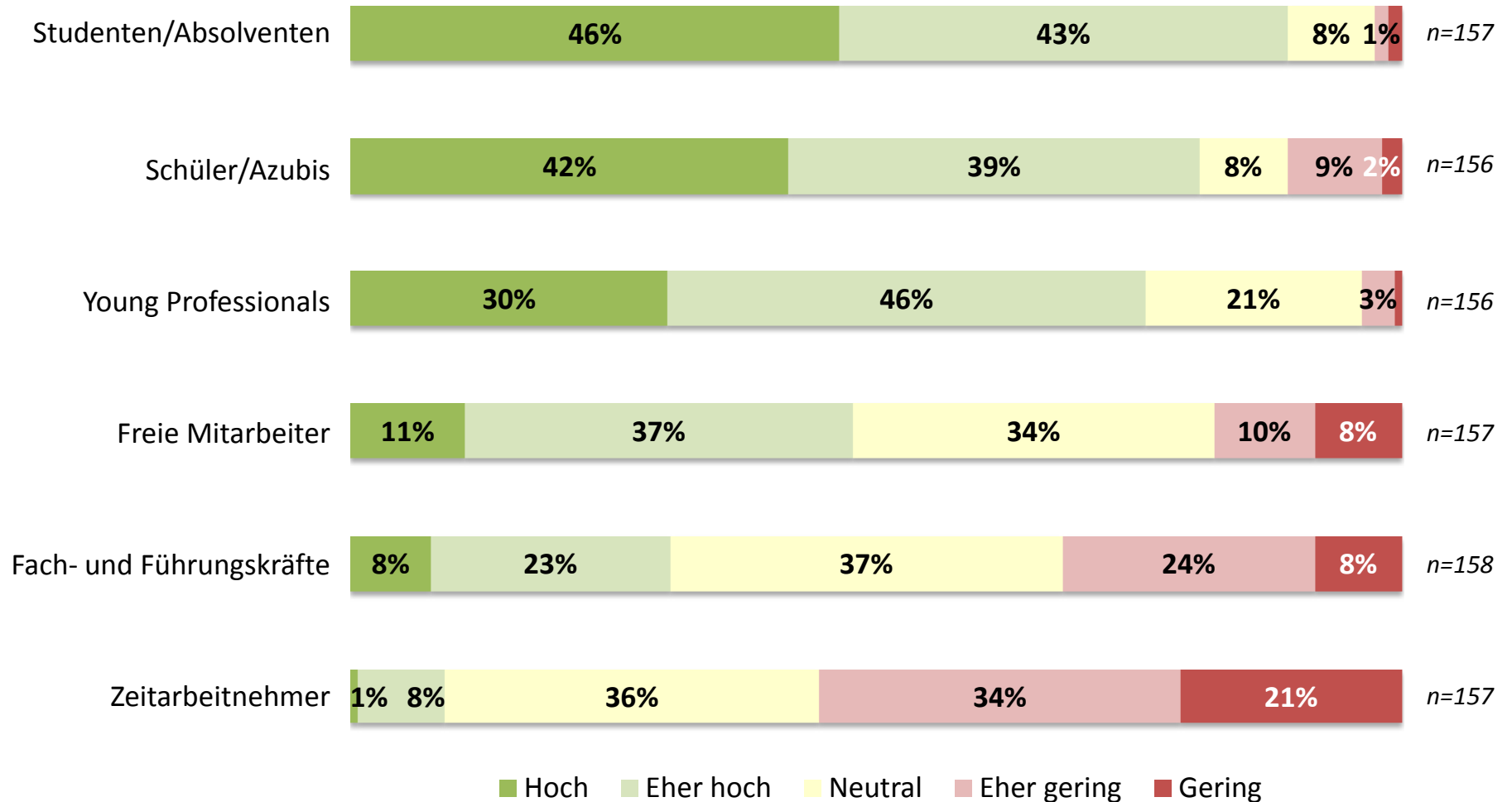


n=39

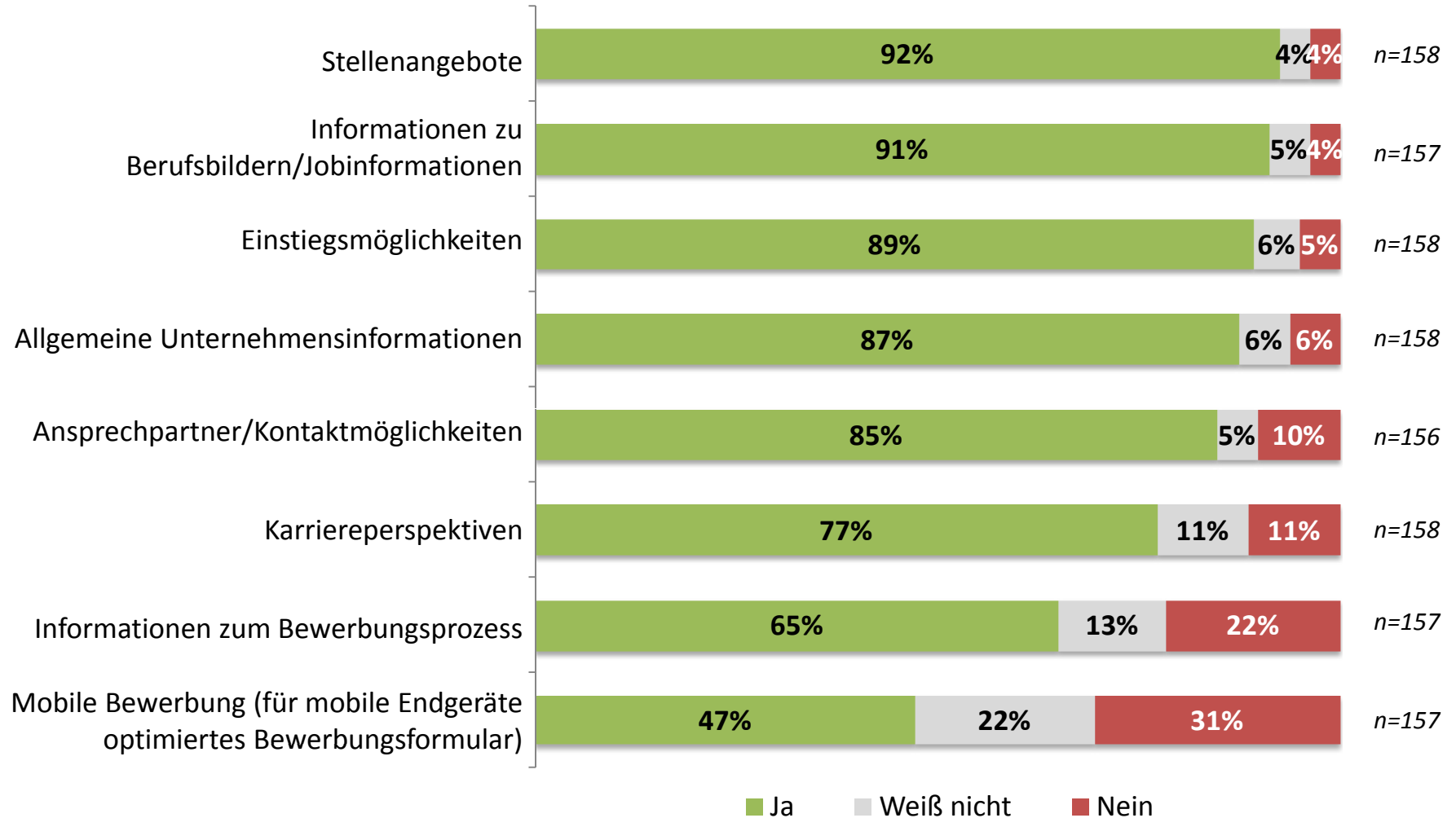
Warum haben Sie bislang noch keine mobilen Anwendungen/Technologien für die Interaktion mit (potenziellen) Bewerbern eingesetzt?



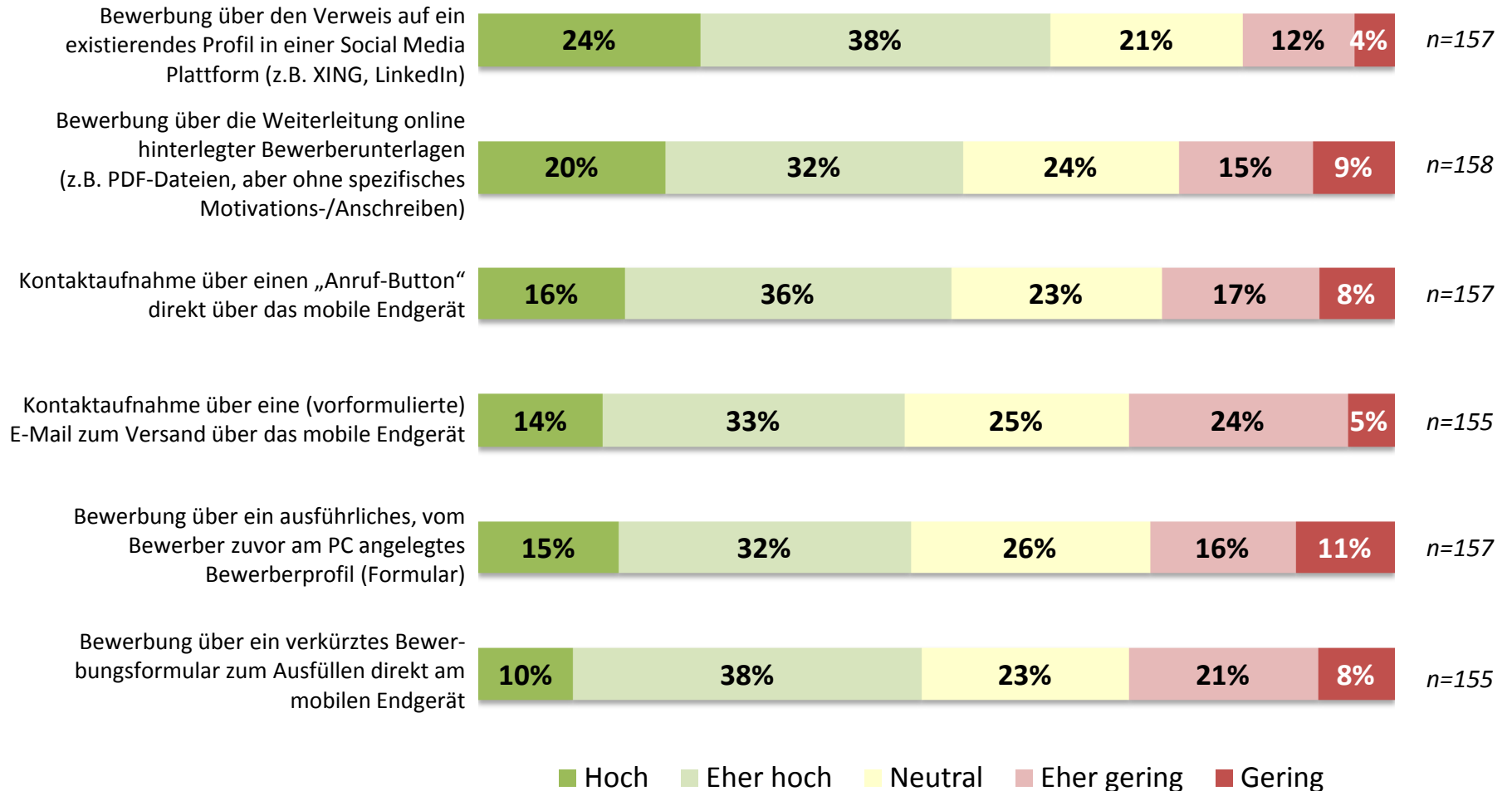
Wie schätzen Sie den Nutzen von Mobile Recruiting für die Ansprache folgender Zielgruppen über mobile Endgeräte heute ein?



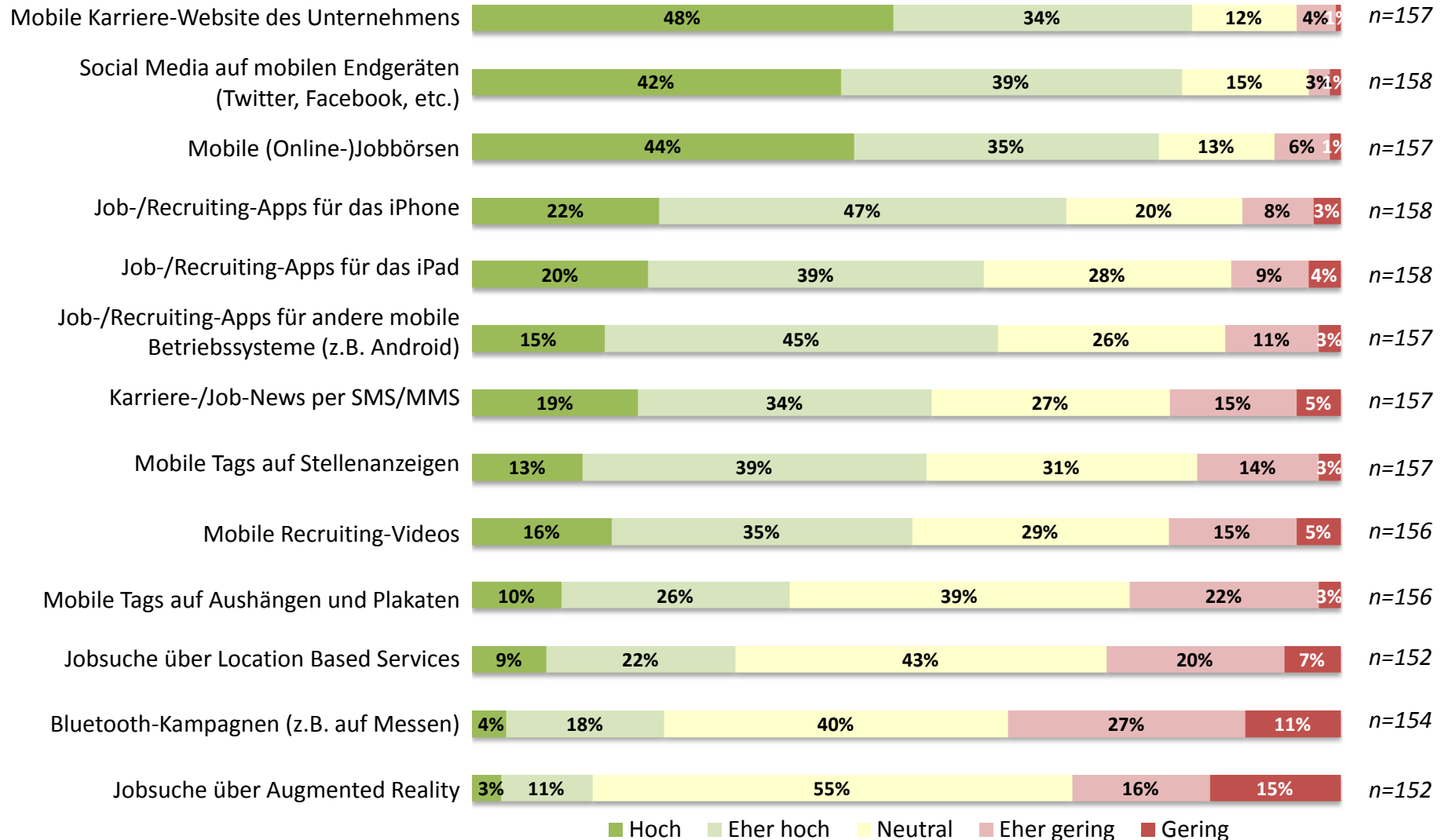
Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, die folgenden Inhalte ausgewählten Zielgruppen über mobile Endgeräte zur Verfügung zu stellen?



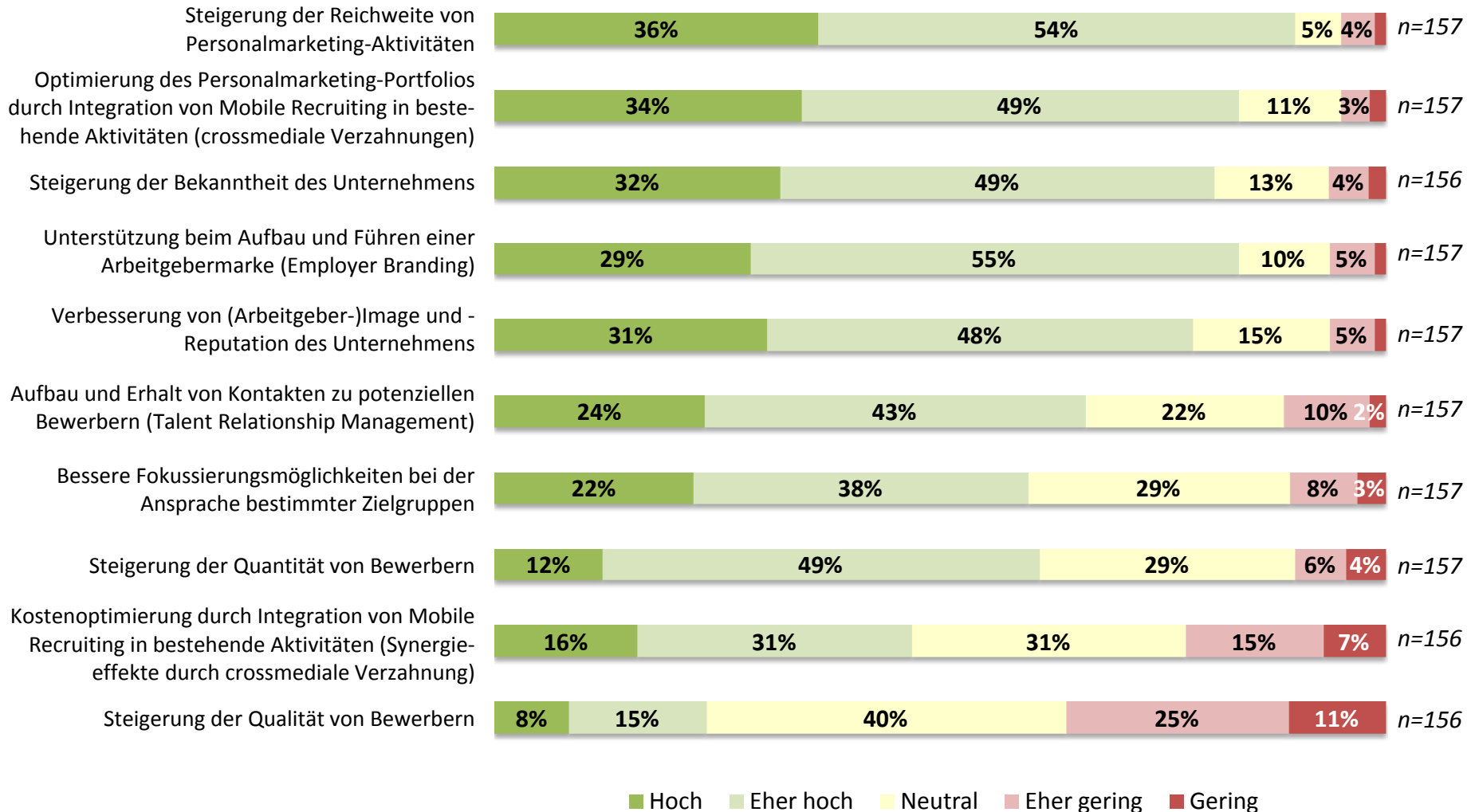
Wie schätzen Sie die Attraktivität einer Bewerbung über mobile Endgeräte aus Unternehmenssicht ein?



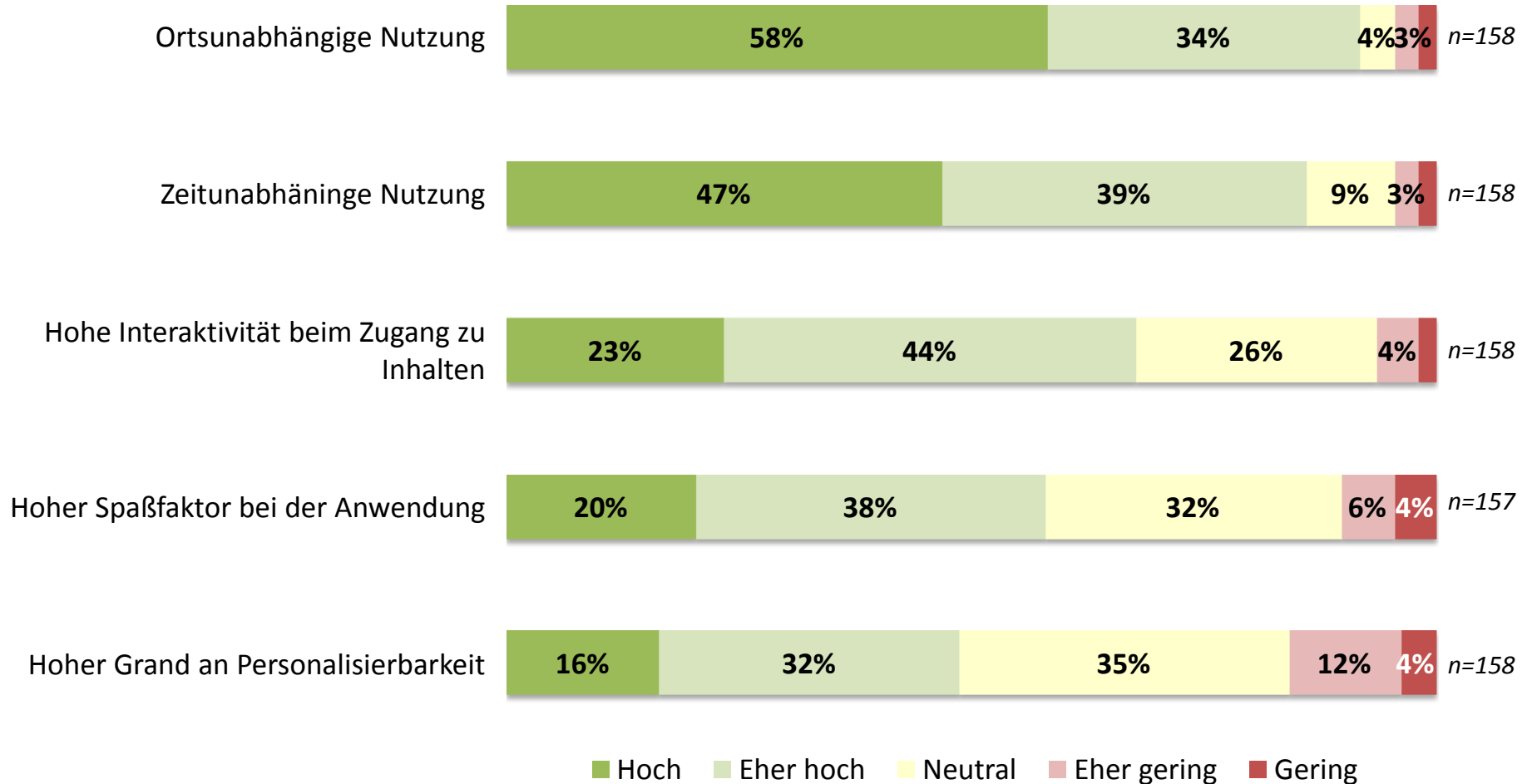
Wie schätzen Sie die Bedeutung der folgenden Anwendungsbeispiele für das Mobile Recruiting/Personalmarketing ein?



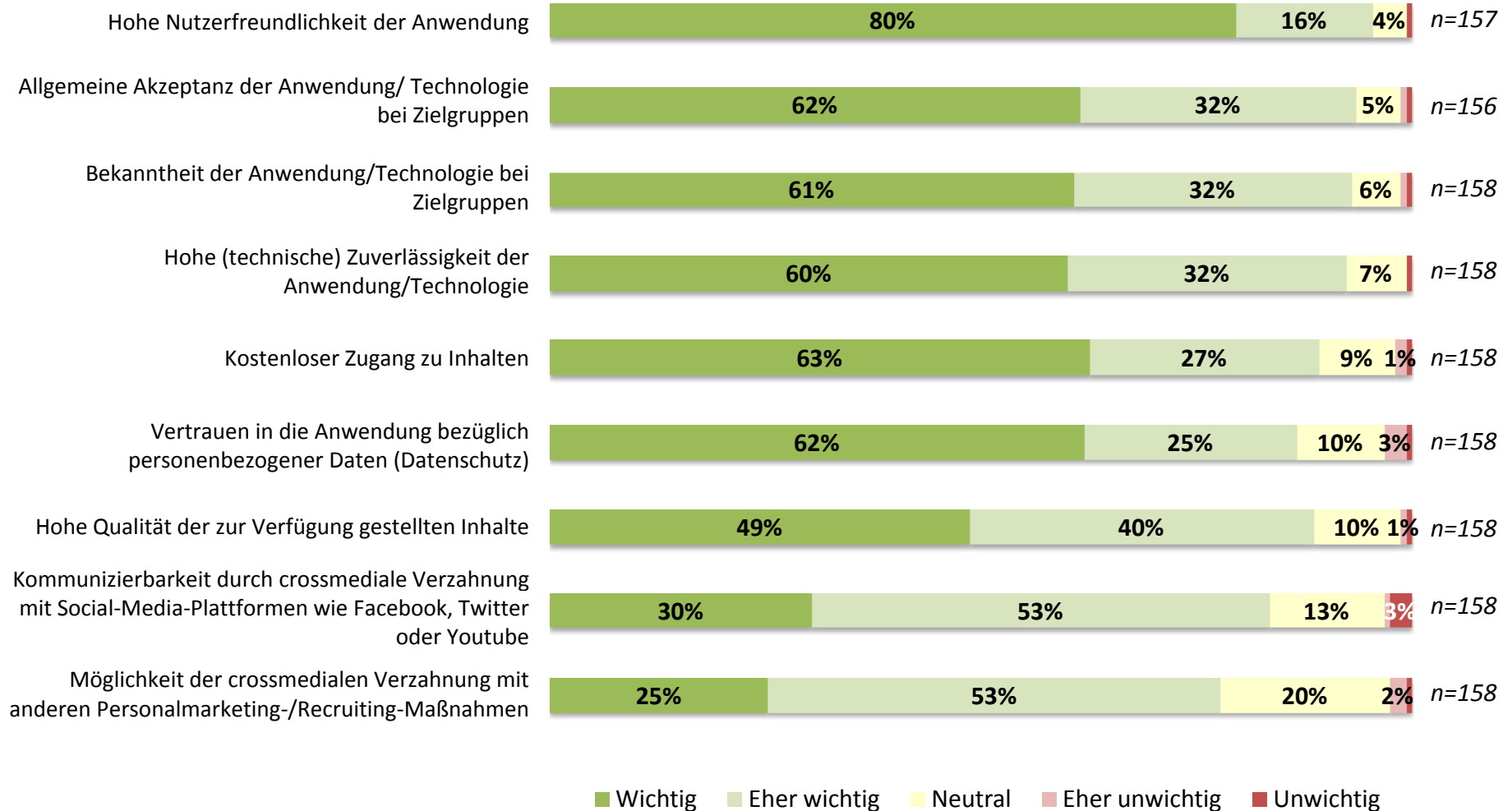
Wie bewerten Sie im Allgemeinen die folgenden Nutzenpotenziale von Mobile Recruiting für Unternehmen?



Wie bewerten Sie im Allgemeinen die folgenden Nutzenpotenziale von Mobile Recruiting für Jobsuchende und (potenzielle) Bewerber?



Welches sind Ihrer Ansicht nach wichtige Erfolgsfaktoren beim Einsatz mobiler Anwendungen/Technologien zur Bewerberansprache?



Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

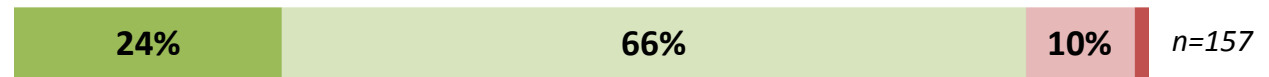
Das Thema Mobile Recruiting interessiert mich und ich möchte gerne mehr darüber erfahren.



Die Bewerberansprache über mobile Endgeräte wird zukünftig an Bedeutung gewinnen.



Unternehmen müssen jetzt Kompetenzen für Mobile Recruiting aufbauen und das Thema organisatorisch verankern.



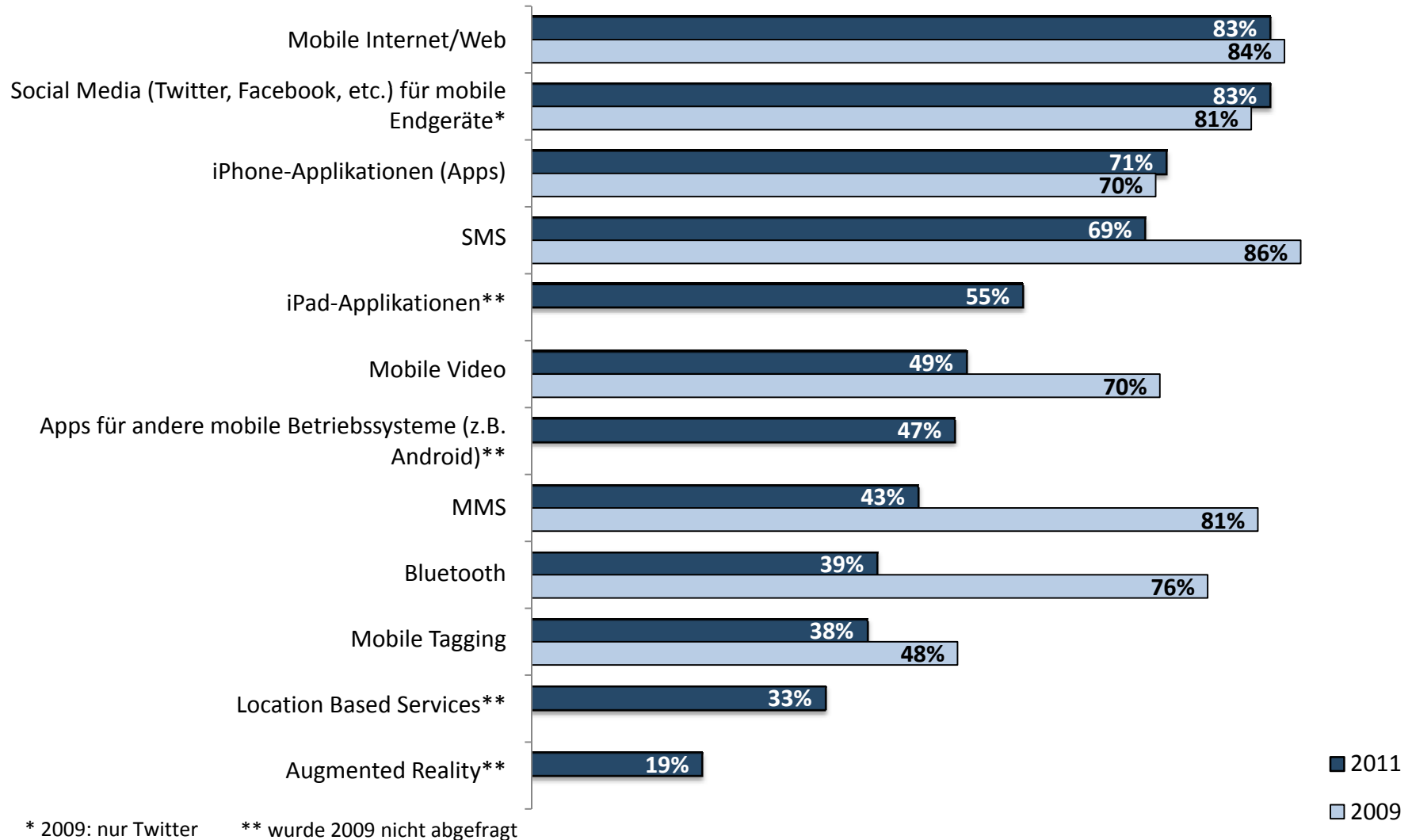
Ich kann mir vorstellen, dass in unserem Unternehmen innerhalb der nächsten 24 Monate eine mobile Recruiting-Kampagne entwickelt und umgesetzt wird.



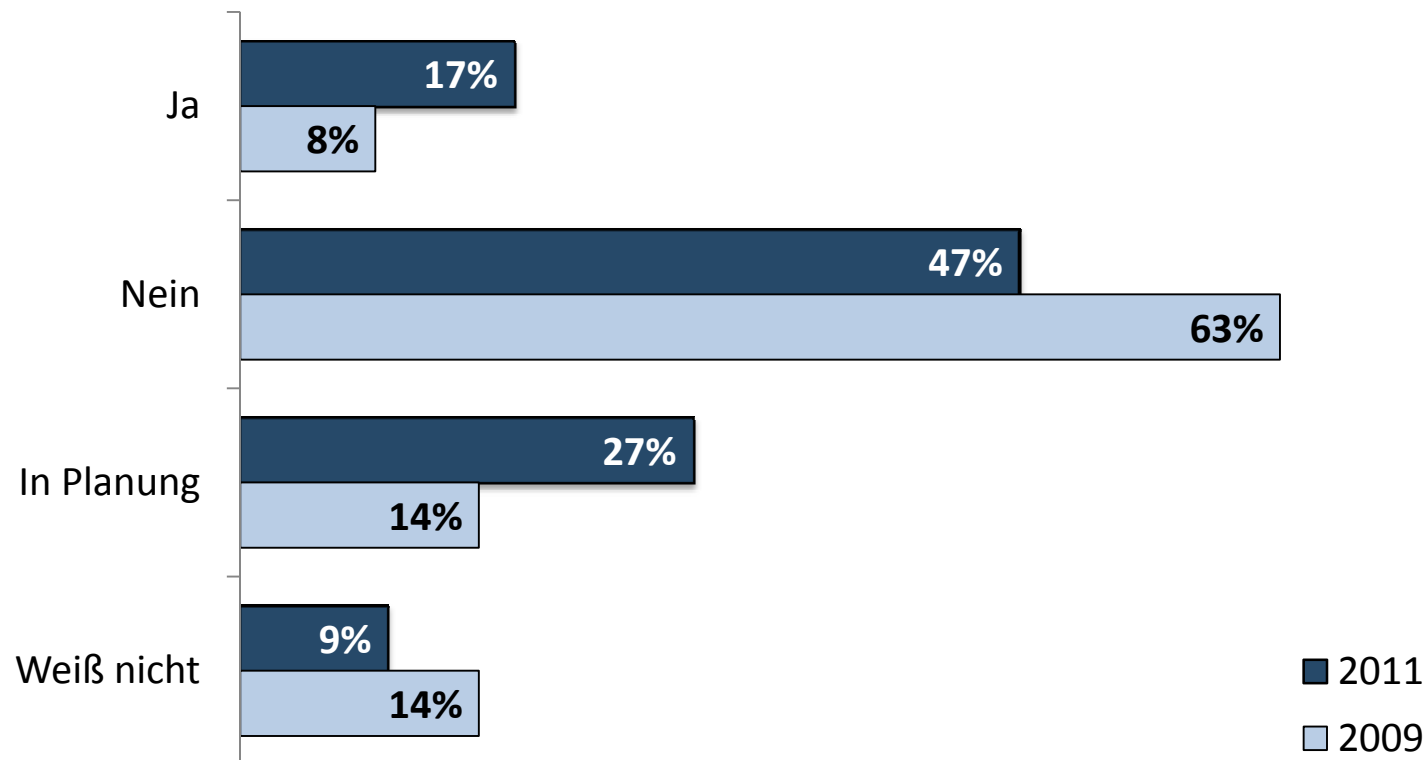
■ Stimme stark zu
 ■ Stimme eher zu
 ■ Stimme eher nicht zu
 ■ Stimme gar nicht zu

Vergleich der Ergebnisse mit der Pilotstudie 2009

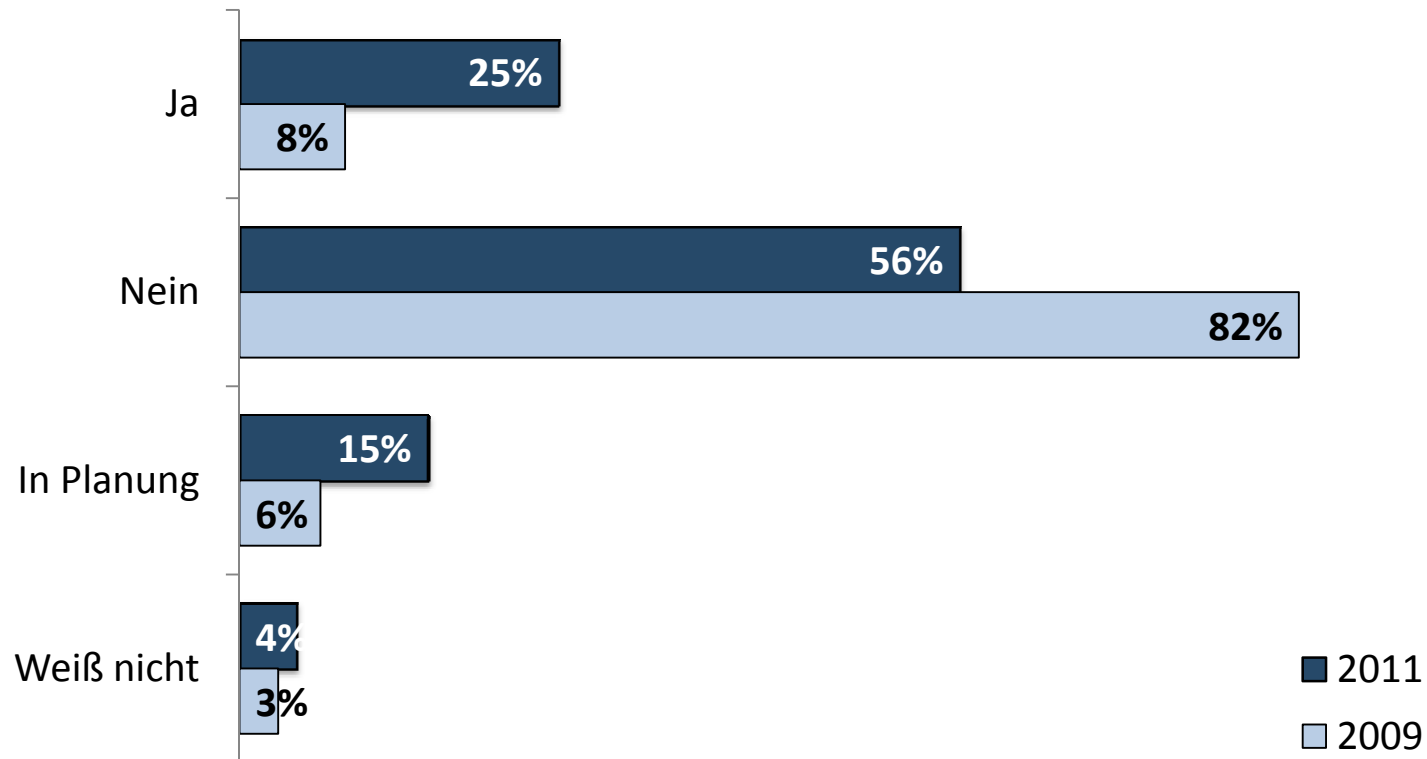
Inwieweit sind Ihnen Funktionsweise und Nutzenpotenziale der folgenden mobilen Anwendungen/Technologien im Rahmen der Bewerberansprache bekannt?



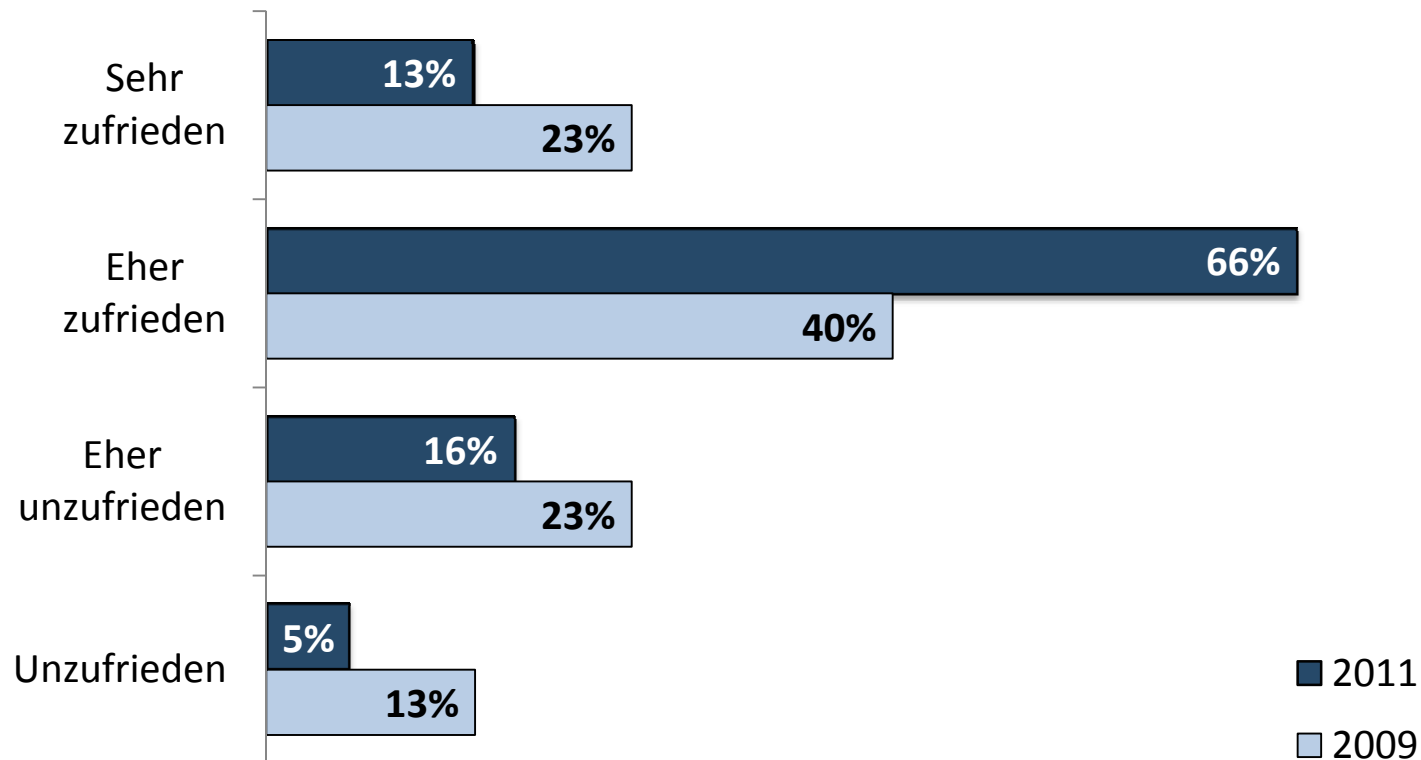
Verfügt Ihr Unternehmen über eine für das mobile Internet/mobile Endgeräte optimierte Karriere-Website?



Haben Sie in Ihrem Unternehmen bereits mobile Anwendungen/Technologien für die Interaktion mit (potenziellen) Bewerbern eingesetzt?

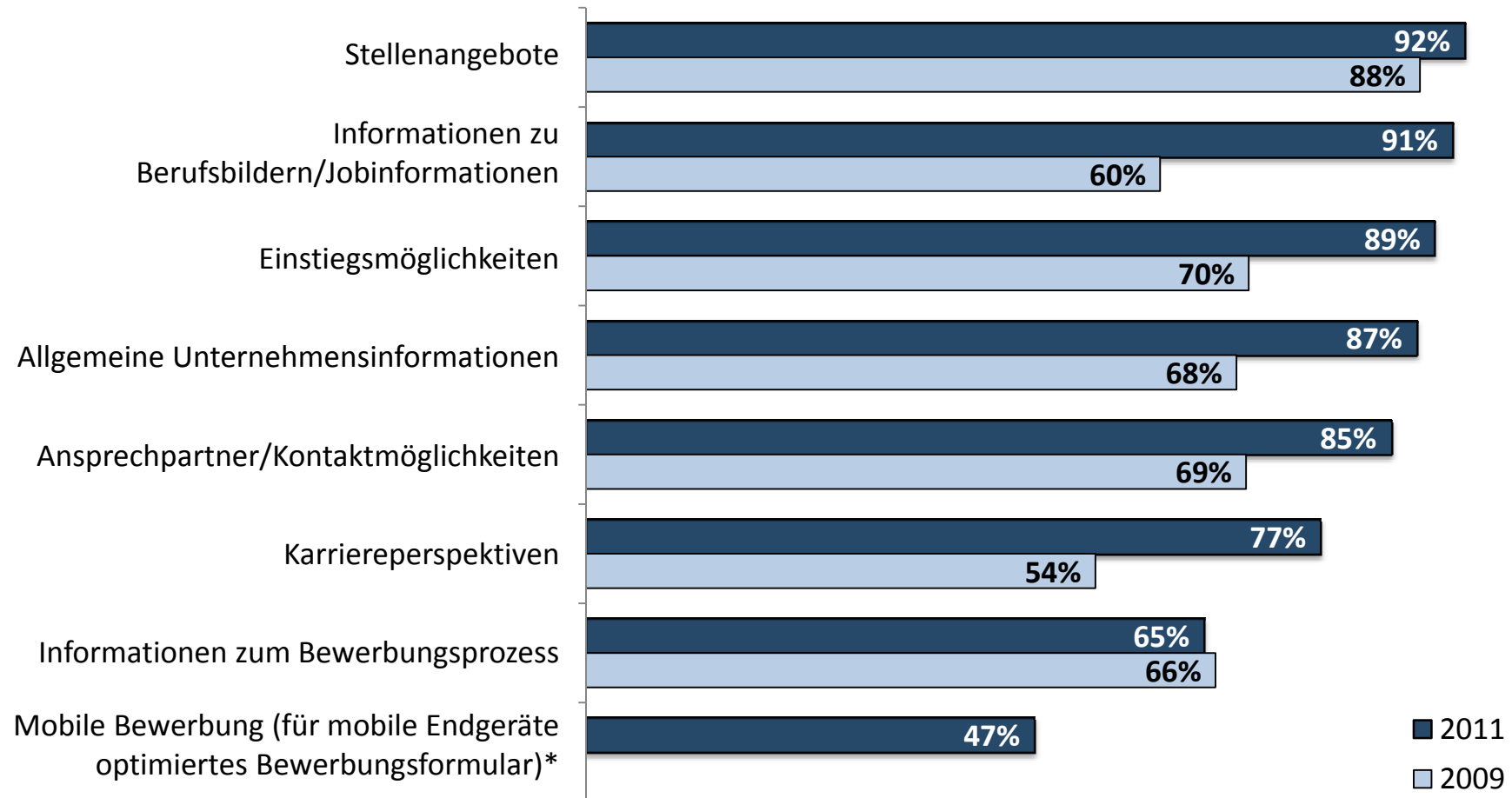


Wie zufrieden sind bzw. waren Sie (bislang) mit dem Response der Zielgruppe(n) zu den eingesetzten mobilen Anwendungen/Technologien?



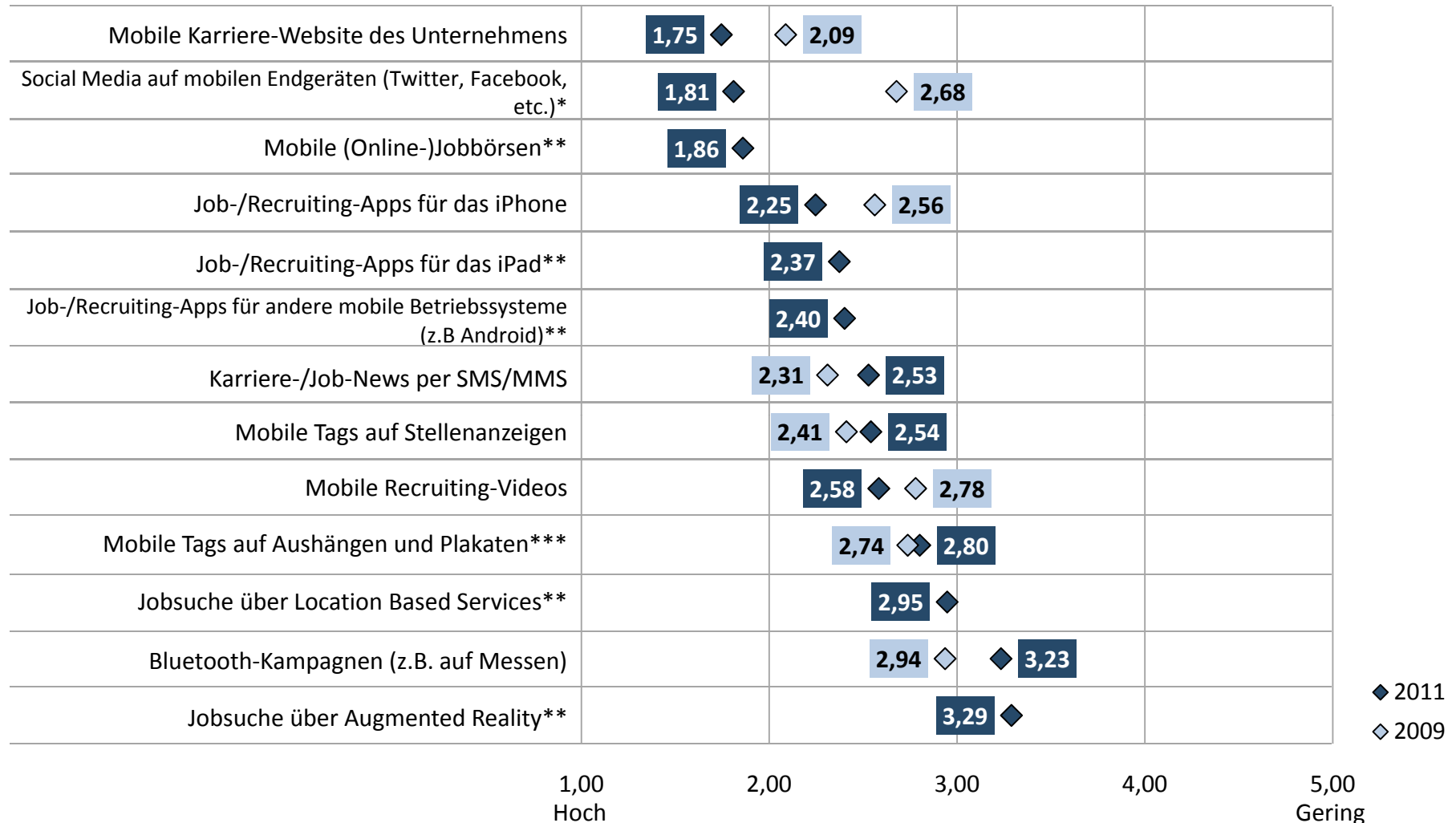
Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, die folgenden Inhalte ausgewählten Zielgruppen über mobile Endgeräte zur Verfügung zu stellen?

- Dargestellt sind jeweils die Prozentwerte für die Antwort "Ja" -



* wurde 2009 nicht abgefragt

Wie schätzen Sie die Bedeutung der folgenden Anwendungsbeispiele für das Mobile Recruiting/Personalmarketing ein?



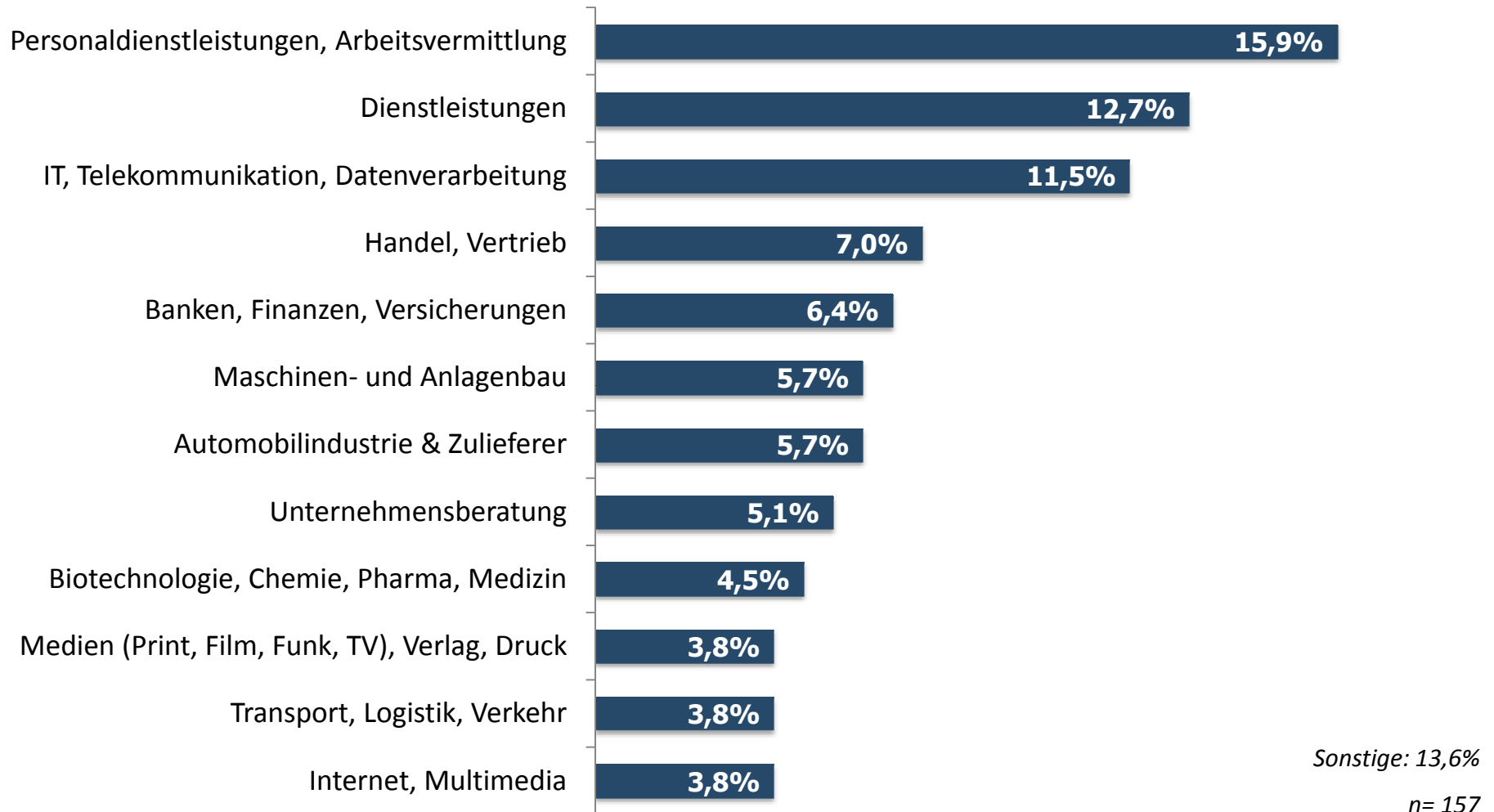
* 2009: nur Twitter

** wurde 2009 nicht abgefragt

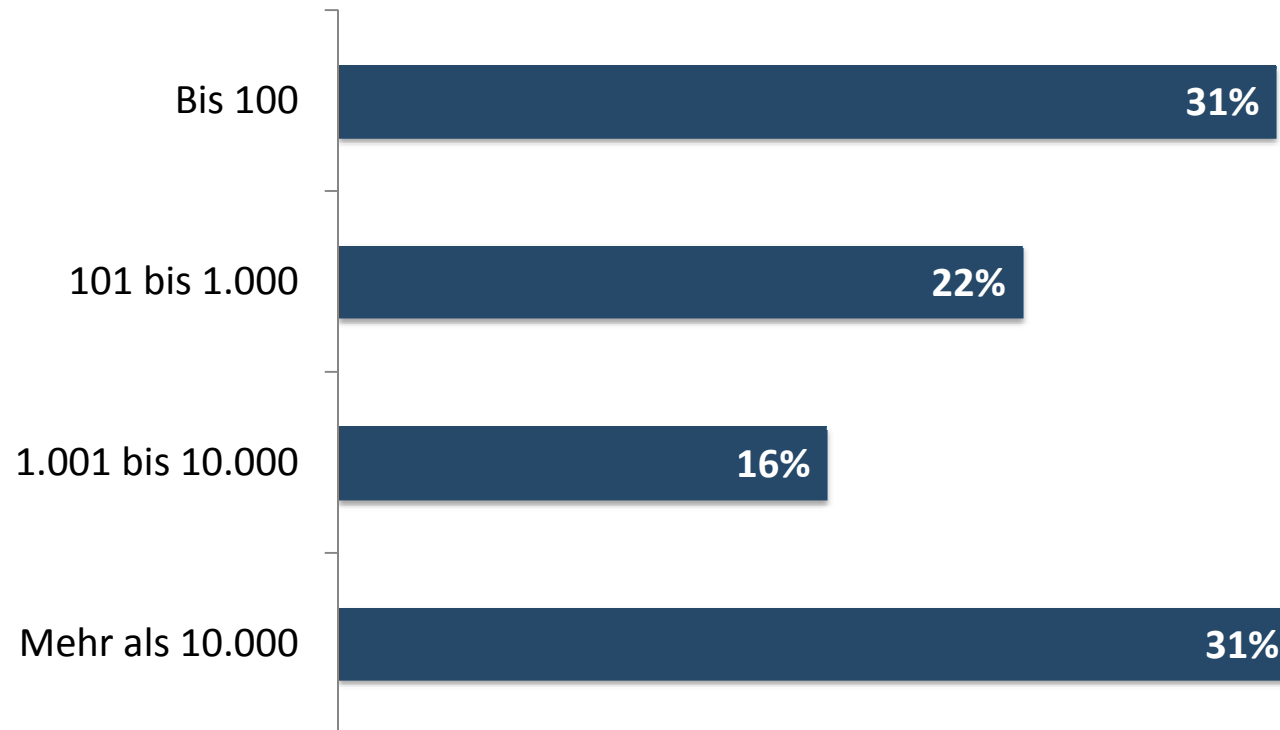
*** 2009: Mittelwert aus "Mobile Tags auf Aushängen" und "Mobile Tags auf Plakaten"

Teilnehmerstatistik

Teilnehmerstatistik: Branchenzugehörigkeit



Teilnehmerstatistik: Anzahl Mitarbeiter



n= 157

Kontakt und Impressum



Hochschule **RheinMain**
University of Applied Sciences
Wiesbaden Rüsselsheim Geisenheim

Prof. Dr. Stephan Böhm
Prof. Dr. Wolfgang Jäger
Hochschule RheinMain, Wiesbaden
Studiengang Media Management
Unter den Eichen 5
65195 Wiesbaden

Forschungsprojekt



stephan.boehm@hs-rm.de
wolfgang.jaeger@hs-rm.de
www.hs-rm.de
www.remomedia.de

DJM | **Consulting GmbH**

DJM Consulting GmbH
Limburger Straße 50
61462 Königstein im Taunus
Telefon: 0 61 74 / 93 62 - 0
Telefax: 0 61 74 / 93 62 - 11
E-Mail: office@djm.de

Geschäftsführerin: Dr. Martina Jäger
Handelsregister: 8HRB4845
USt-Identnr.: DE 195696979



eco - Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V.
Lichtstraße 43h
50825 Köln
Telefon: 02 21 / 70 00 48 - 0
Telefax: 02 21 / 70 00 48 - 111
E-Mail: info@eco.de

Geschäftsführer: Harald A. Summa
Vereinsregister: 14478
USt-Identnr.: DE 182676944