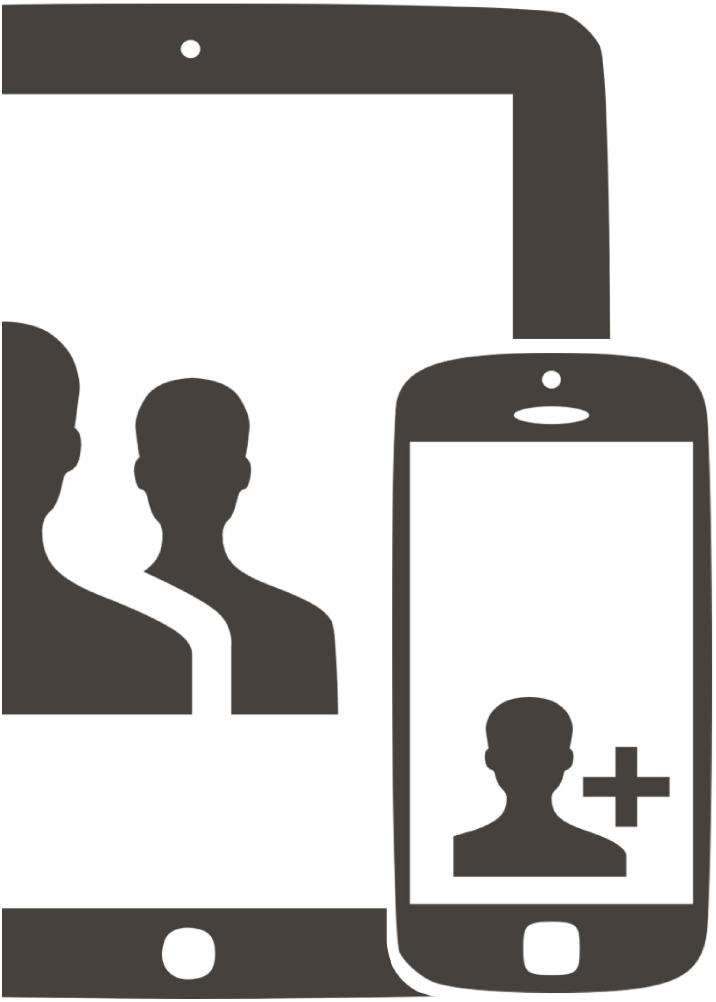
Hochschule RheinMain
University of Applied Sciences
Wiesbaden Rüsselsheim



# Mobile Recruiting 2013

## Eine empirische Untersuchung zur Bewerberansprache über mobile Endgeräte

Bearbeitet durch: Sebastian Meurer

Unter wissenschaftlicher Begleitung von: Prof. Dr. Wolfgang Jäger
Prof. Dr. Stephan Böhm

Stand: 14.06.2013

Mit freundlicher Unterstützung von:

eco HAUFE JobStairs The Top Company Portal Jobware ERSTKLASSIGE JOBS. ERSTKLASSIGE BEWERBER.

# Kernergebnisse zum Status Quo des unternehmensseitigen Umgangs mit Mobile Recruiting (1/2)

Die Kernergebnisse der Studie "**Mobile Recruiting 2013**" sollen eine Antwort auf die Frage liefern, inwieweit sich Mobile Recruiting zum aktuellen Zeitpunkt etabliert hat und wie unternehmensseitig auf geänderte Rahmenbedingungen reagiert wurde (auch im Vergleich zur Vorstudie aus 2011):

- Fast alle Unternehmen zeigen beim Mobile Recruiting eine generelle **Aufgeschlossenheit** sowie ein hohes **Interesse** und **Bewusstsein**. Ein Großteil der Teilnehmer (**~ 75 %**) verfügt über ein **Grundverständnis** und kennt die **technischen (Einsatz-) Möglichkeiten** im Rahmen von Personalmarketing- und Recruiting-Aktivitäten. Verglichen mit der Vorstudie zeigen sich erkennbare **Verbesserungen**. Dagegen fallen die **konkreten Einsatzabsichten niedriger** aus, sodass ein gestiegenes Bedeutungsbewusstsein aktuell nicht in geänderten Einsatzabsichten von Mobile Recruiting resultiert.
- Den meisten Teilnehmern ist die **Funktionsweise mobiler Technologien** im Mobile Recruiting bekannt, wobei die Bekanntheit dieser Tools seit 2011 erkennbar gestiegen ist. Weiterhin besteht eine ausgeprägte **Bereitschaft** zum Angebot umfassender **Mobile Recruiting-Inhalte**. Meist **über 80 %** der Teilnehmer können sich vorstellen, den Kandidaten bei der mobilen Bewerberansprache **Informationen** aus verschiedenen **Bereichen** mobil optimiert zur Verfügung zu stellen (z.B. allgemeine HR-Informationen, mobile Stellenangebote etc.). Die Vorstellung zur **funktionalen Ausgestaltung** von Mobile Recruiting-Angeboten fällt dagegen noch geringer aus und bleibt auf **Grundfunktionalitäten** wie z.B. einen mobilen Stellenmarkt (**~ 90 %**) **beschränkt**.
- Isoliert betrachtet hat der **aktive Mobile Recruiting-Einsatz** weiter zugenommen, fast die Hälfte der Unternehmen setzt mobile Technologien zur Interaktion mit Kandidaten ein und **betreibt Mobile Recruiting** (Verdopplung zu 2011). Auch wenn die Verwendung mobiler Technologien deutlich variiert, hat deren Einsatz durchweg zugenommen. Aktuell bietet ca. **ein Viertel** der Teilnehmer eine **mobile Karriere-Website** an und **20 %** offerieren Interessenten einen **mobilen Stellenmarkt**. Eine **mobile Bewerbung** bieten dagegen erst ca. **9 %** aller Teilnehmer an.
- Ein umfassender "**Mobile Fit**" dieser Angebote ist aktuell jedoch noch **nicht gegeben**. Das Mobile Recruiting-**Informationsspektrum** ist homogen, aber ausbaufähig. Hier passt noch fast jedes zweite Unternehmen, das Mobile Recruiting betreibt, die präsentierten **Informationen nicht für die mobile Nutzung an**. Die **funktionale Ausgestaltung** der Mobile Recruiting-Angebote scheint dagegen noch **nicht etabliert** zu sein. Allerdings wurde die Notwendigkeit der Implementierung verschiedener funktionaler Ausgestaltungsoptionen häufig von den Unternehmen erkannt.
- Hauptgrund der noch fehlenden Etablierung ist nach Selbstauskunft der Teilnehmer eine **nicht ausreichende Beschäftigung** mit diesem Thema.
- **Mobile Recruiting Monitoring** sowie systematische **Wirkungs-/Erfolgskontrolle** stehen noch am Anfang, nur vereinzelt erheben Unternehmen bereits Kennzahlen zu ihren Mobile Recruiting-Aktivitäten. Gerade **12 %** aller Teilnehmer erfassen **Mobile Recruiting KPIs** (entspricht ~ 25 % der Unternehmen, die Mobile Recruiting betreiben). Wiederum nur ca. die Hälfte der Unternehmen, die schon ein Monitoring umsetzen, nutzen hierzu auch technische Hilfsmittel. Insgesamt bedingt die **steigende Akzeptanz** von Mobile Recruiting daher noch **keine systematische Erfolgskontrolle** dieses Kanals.

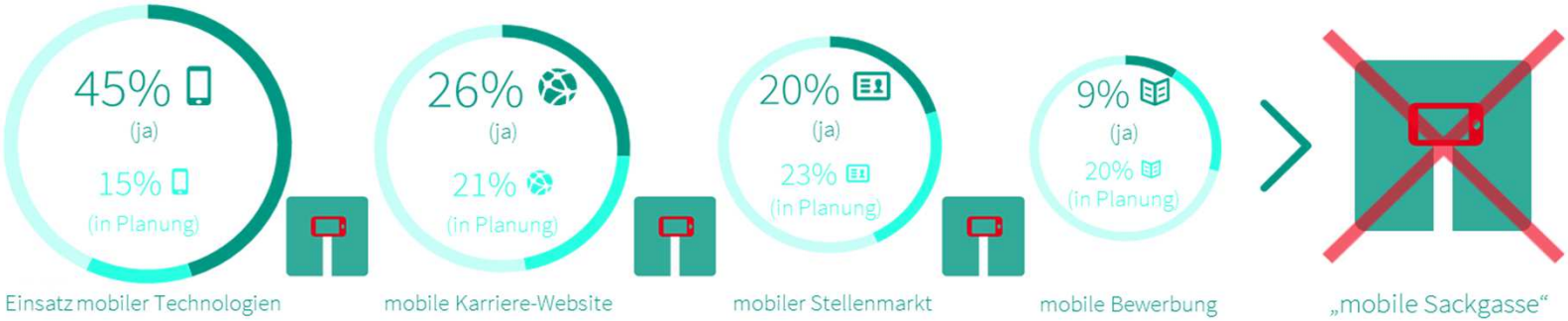
## Kernergebnisse zum Status Quo des unternehmensseitigen Umgangs mit Mobile Recruiting (2/2)

- **Hauptpotenziale** des Mobile Recruitings sehen die Unternehmen in der Unterstützung von **Personalmarketing** und **Employer Branding**, für die **Personalbeschaffung** werden sie als **geringer** empfunden. Dabei liegt der Nutzen besonders in der **Ansprache jüngerer Zielgruppen** und weniger von Fach-/Führungskräften. Die wichtigsten Instrumente im Mobile Recruiting sind nach Teilnehmermeinung die **mobile Karriere-Website** und der **mobile Stellenmarkt**. Zwischen empfundener Bedeutung und unternehmensseitigem Einsatz dieser Instrumente sind aber klare **Diskrepanzen** erkennbar.

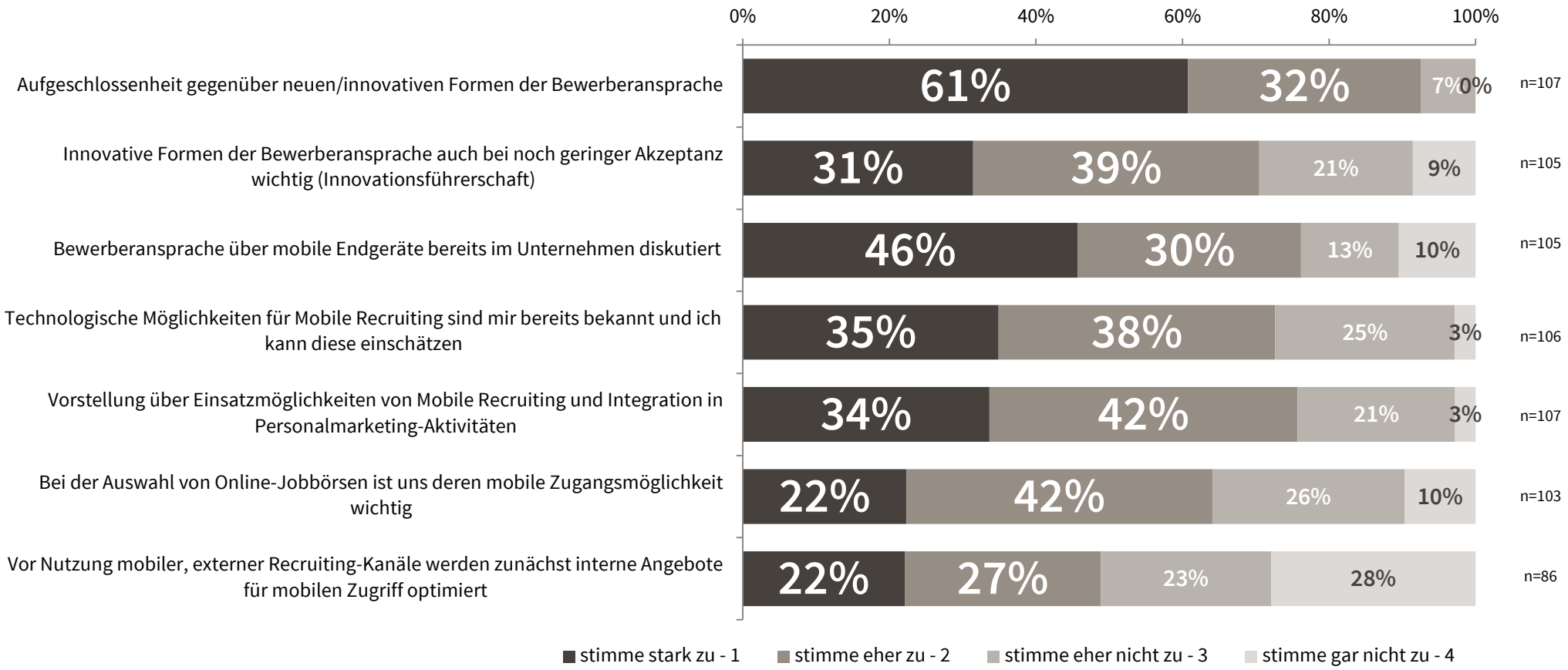
- Die größten **Herausforderungen** im Mobile Recruiting sehen auch die Unternehmen selbst in der **Vermeidung** von **Brüchen** in der **mobilen** "**Candidate Experience**", um letztlich einer "**mobilen Sackgasse**" entgegenzuwirken (siehe unten). Aber auch die Schaffung von Relevanz für das Thema Mobile Recruiting im Unternehmen wirkt herausfordernd, die Realisierung zusätzlicher Funktionen (z.B. mobile Bewerbungsmöglichkeit) dagegen weniger.

Insgesamt ist das Mobile Recruiting aktuell von einer Etablierung im Sinne einer "Mobile First-Strategie" noch ein Stück weit entfernt. Zunächst gilt es beim Mobile Recruiting, die "mobile Sackgasse" zu vermeiden.

Zwar sind im Vergleich zur Vorstudie generell **Steigerungen** beim **Mobile Recruiting-Einsatz** der Unternehmen erkennbar, jedoch zeigen sich bei einer nicht isolierten, sondern an einem **durchgängigen Mobile Recruiting-Prozess** orientierten Betrachtung deutliche Handlungsfelder. Stellt man den Mobile Recruiting-Einsatz anhand **idealtypischer Instrumente** gegenüber, führt das Vorgehen oft noch zu **Brüchen** in der **mobilen** "**Candidate Experience**" und bildet damit die Gefahr einer "**mobilen Sackgasse**". Ein jeweiliges Angebot nimmt hier von Stufe zu Stufe ab und zwischen jeder dieser Stufen entsteht eine "mobile Sackgasse" (vgl. Abbildung). Hierdurch wird letztlich noch kein **konsistentes**, **mobiles Nutzungserlebnis ermöglicht**. Darüber hinaus fördern die Unternehmen die Brüche sogar noch häufig selbst durch einen **unpassenden Technologieeinsatz** bei der Umsetzung ihrer Mobile Recruiting-Aktivitäten. Abschließend findet aktuell noch **keine vollständige Abbildung wesentlicher Prozessschritte** des Recruitings auf den mobilen Kanal statt.

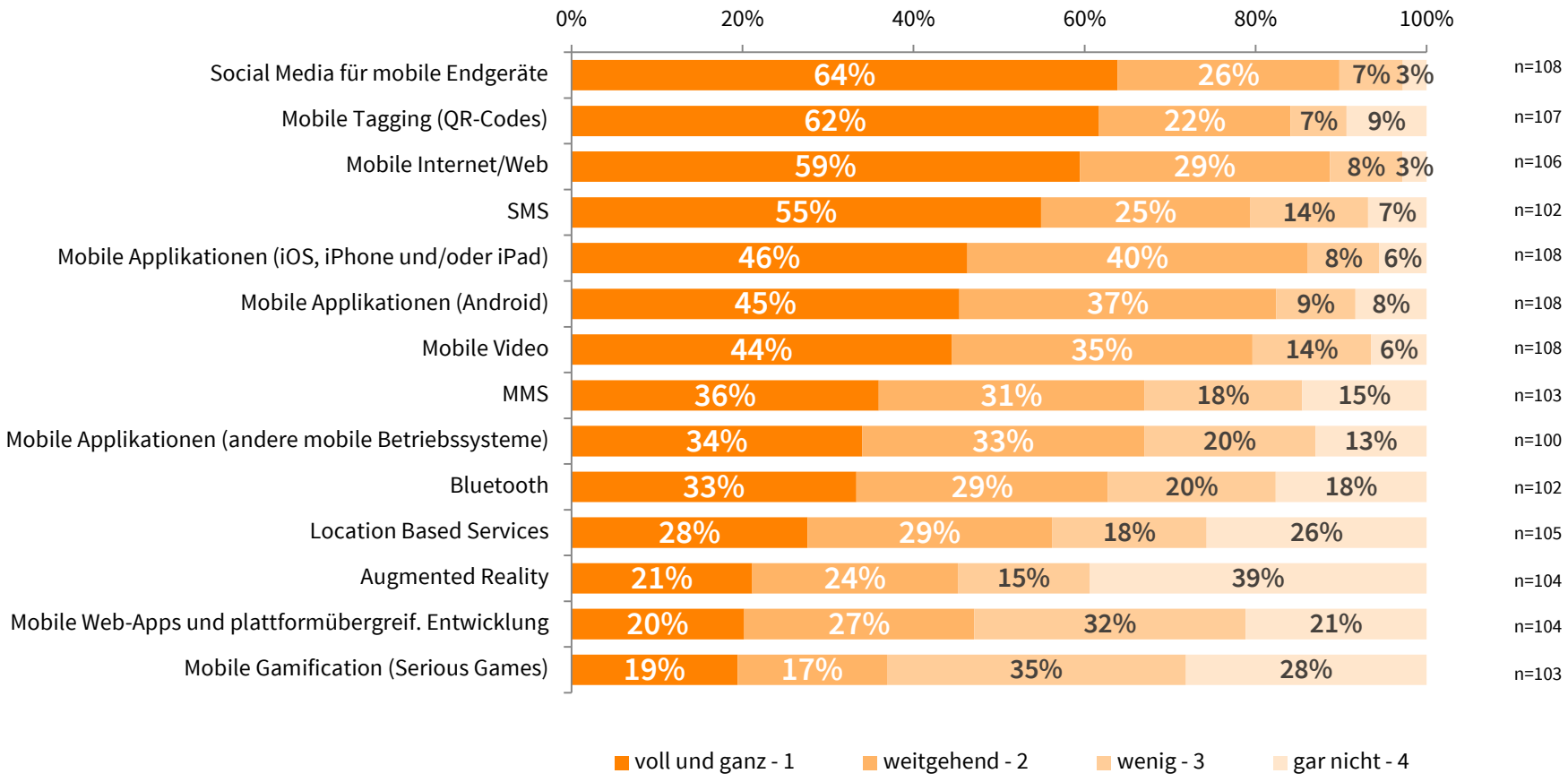


## 1. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



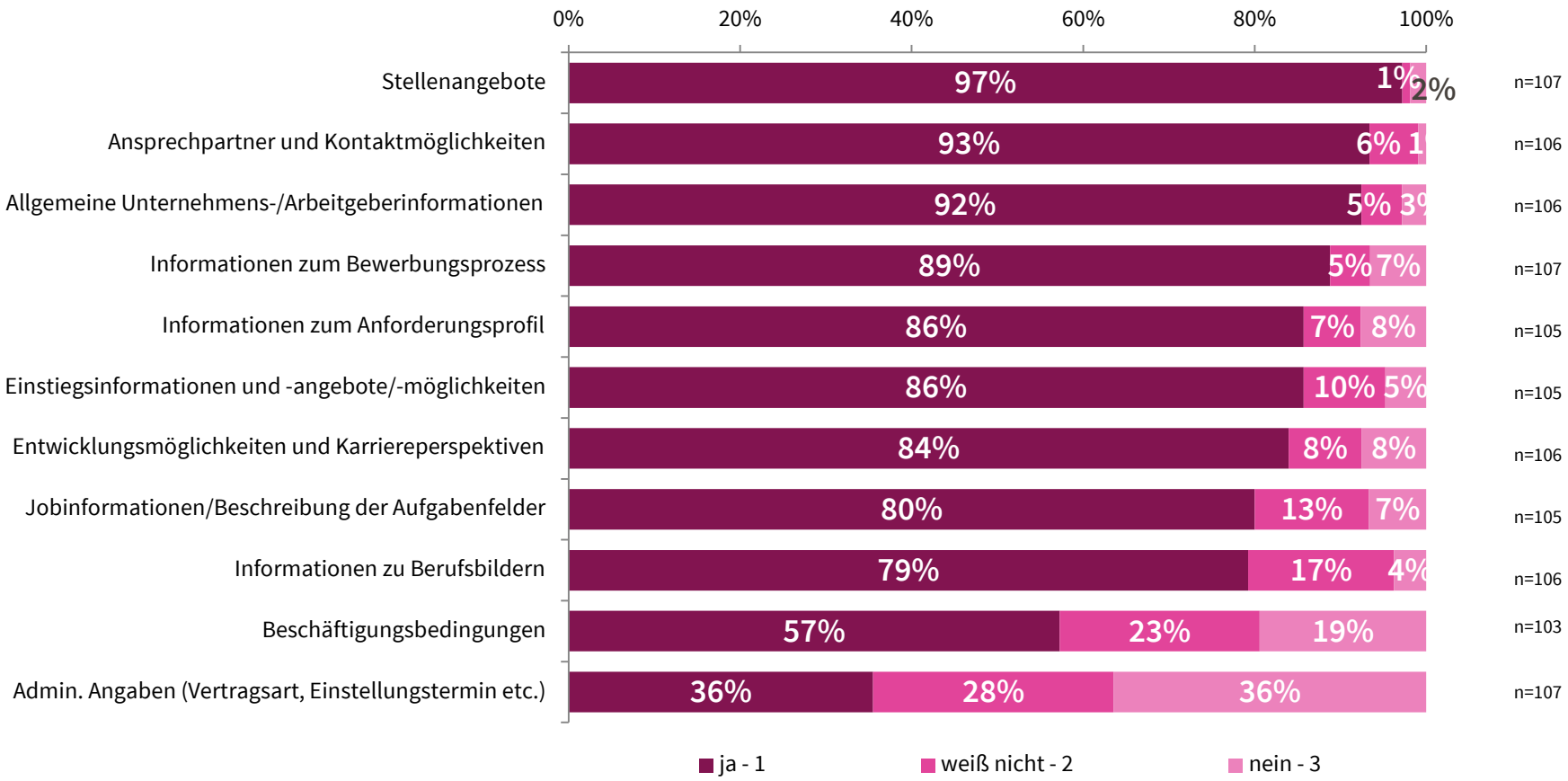

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

## 2. Inwieweit sind Ihnen die folgenden mobilen Anwendungen/Technologien bzw. deren Funktionsweise im Rahmen der Bewerberansprache bekannt?



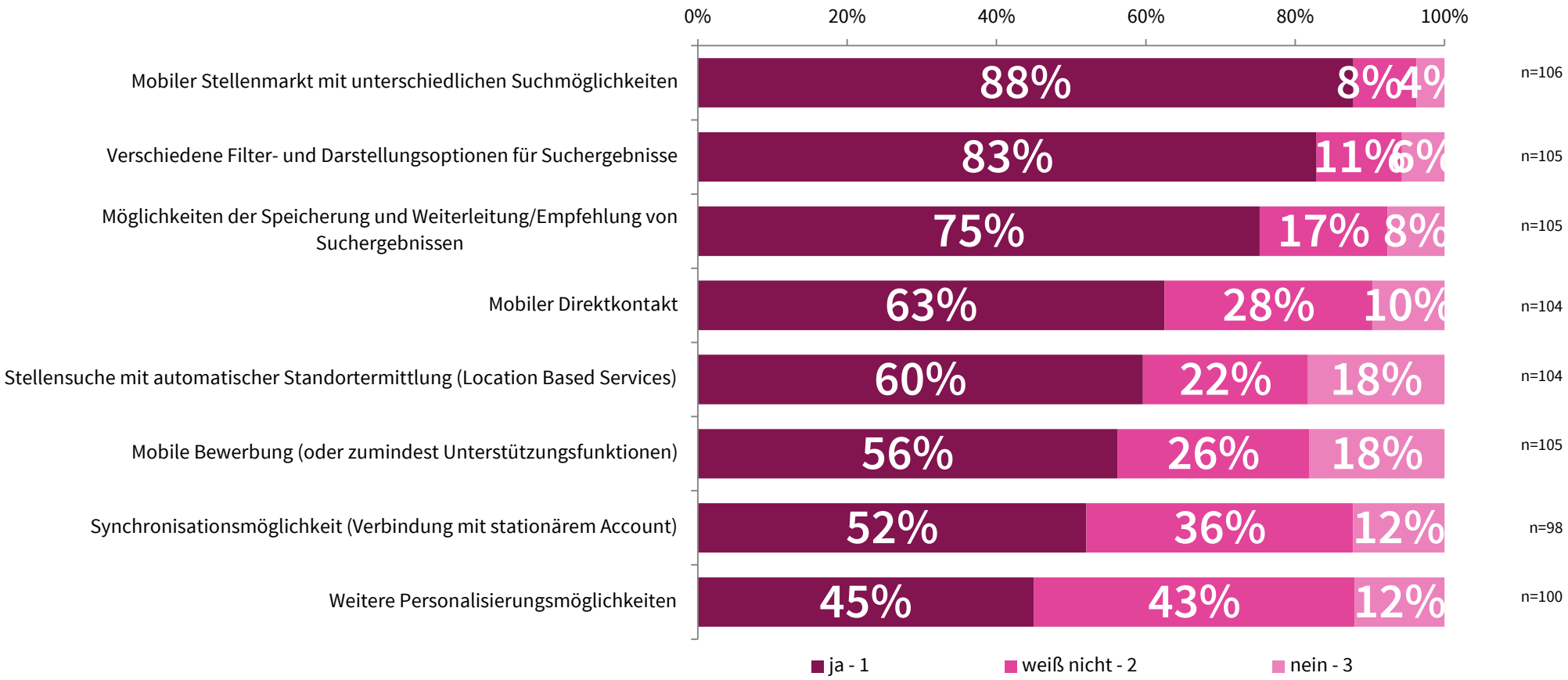

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**3. Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, die folgenden Inhalte und Informationen (für die mobile Nutzung/Darstellung optimiert) ausgewählten Zielgruppen über mobile Endgeräte zur Verfügung zu stellen?**



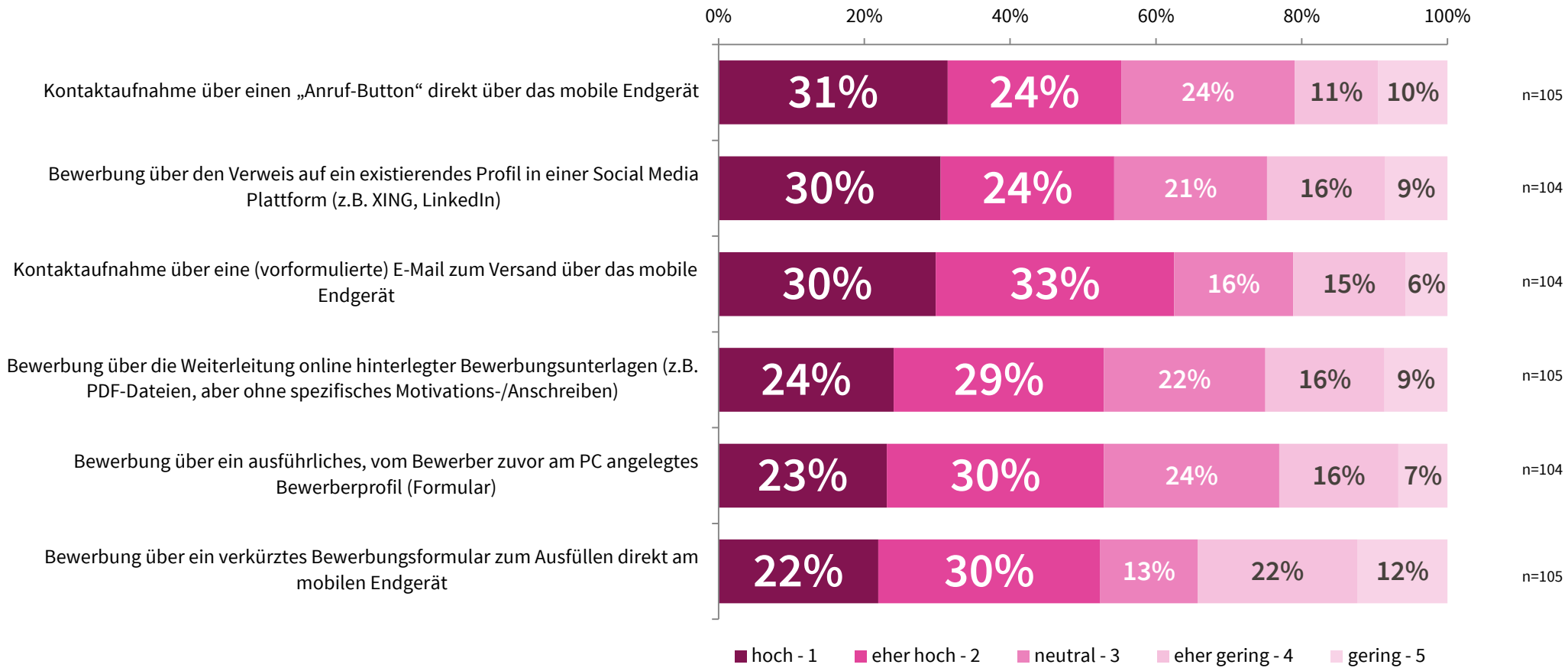

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**4. Können Sie sich darüber hinaus weiterhin vorstellen, bei der mobilen Bewerberansprache die folgenden Funktionalitäten bereitzustellen?**



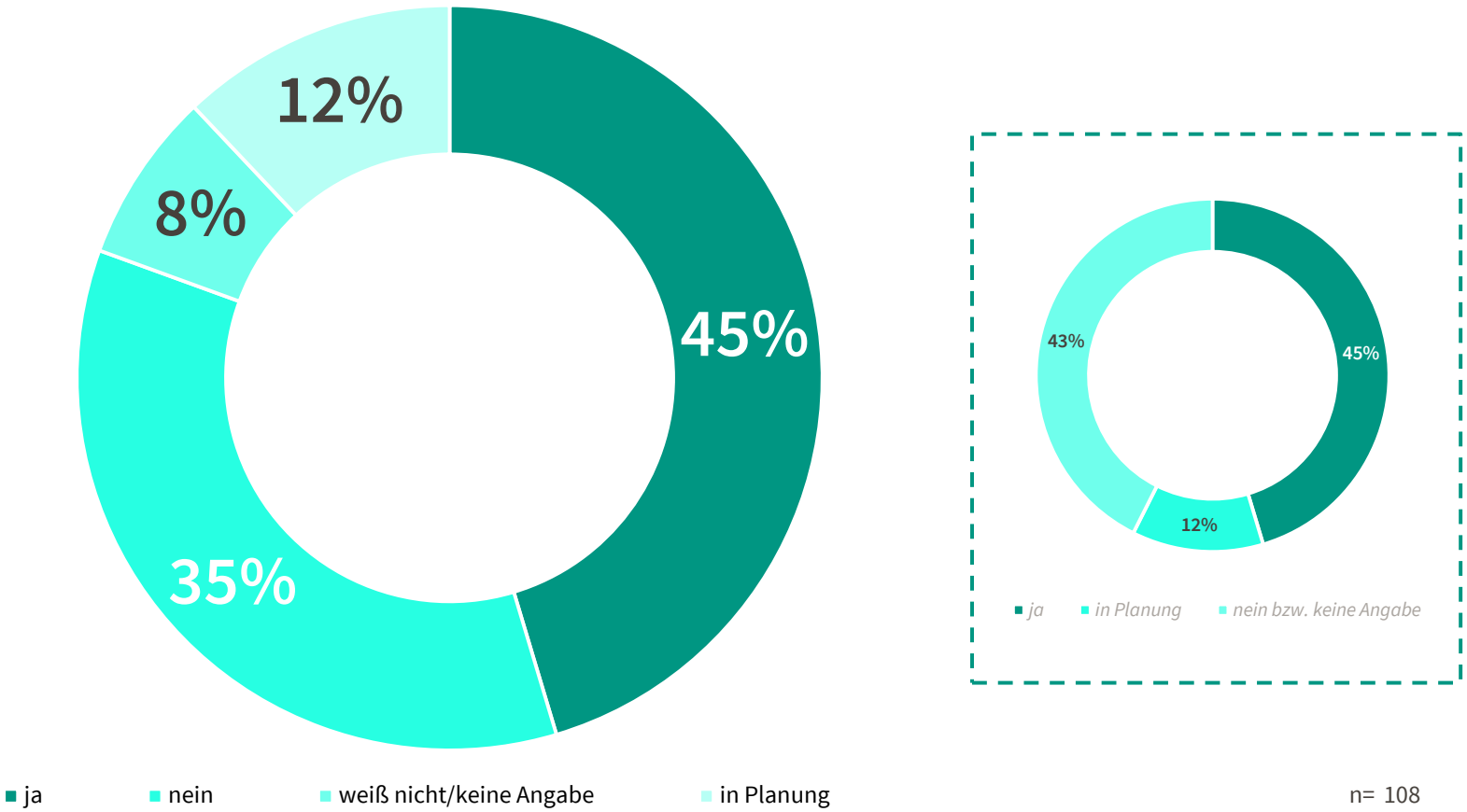

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

## 5. Wie schätzen Sie die Attraktivität der verschiedenen Umsetzungsmöglichkeiten einer mobilen Bewerbung aus Unternehmenssicht ein?




Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

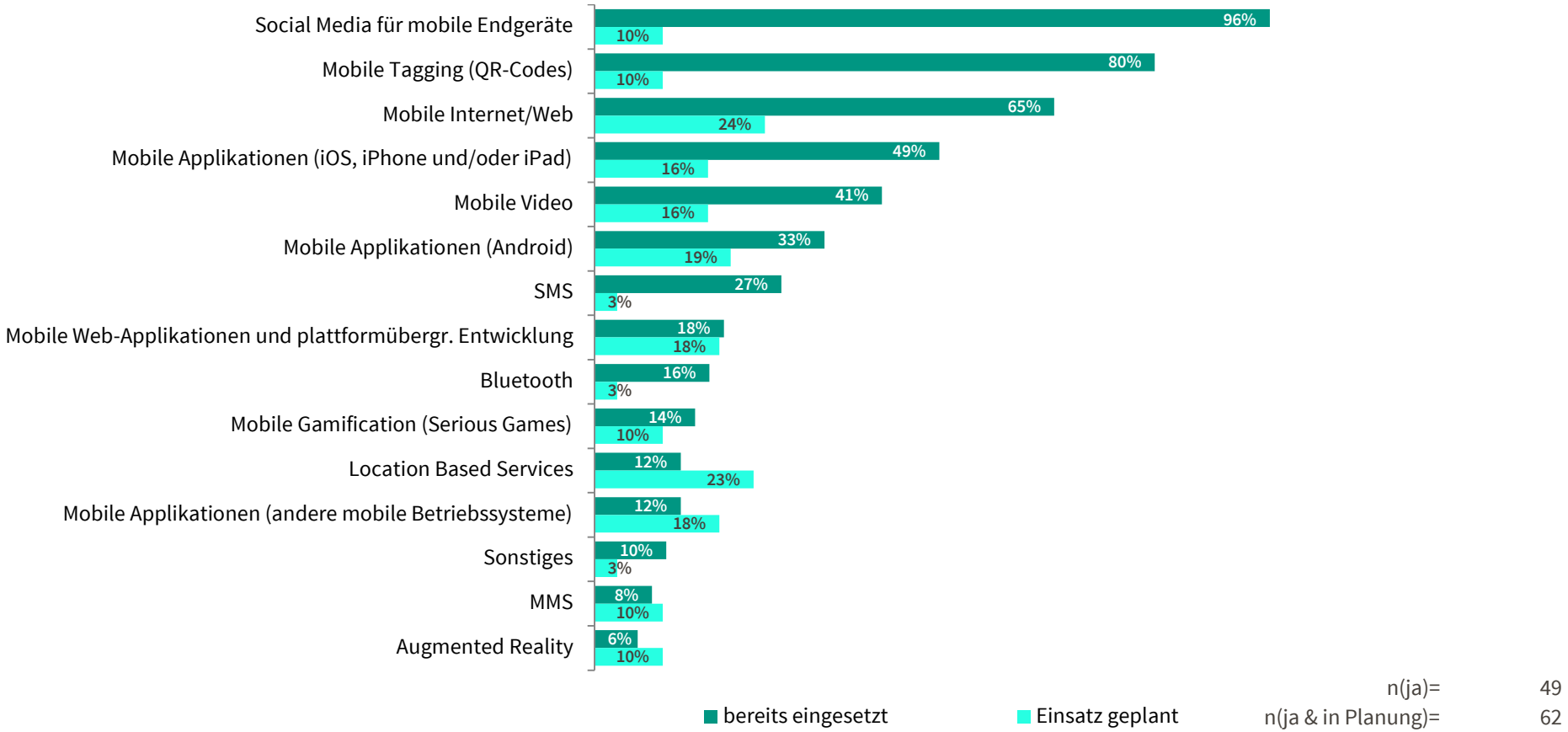
**6. Haben Sie in Ihrem Unternehmen allgemein bereits mobile Anwendungen/Technologien für die Interaktion mit (potenziellen) Bewerbern eingesetzt?**




n= 108

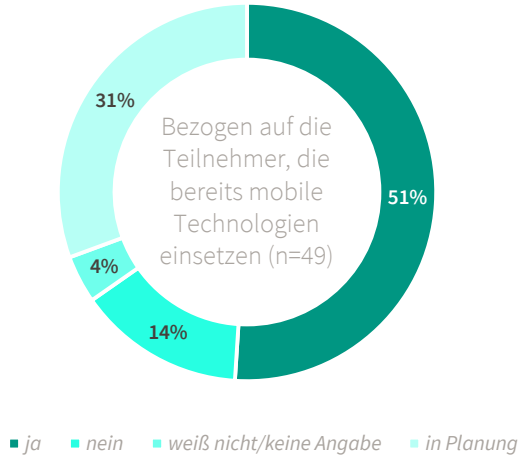
Anmerkungen: Diese Frage ist eine Pflichtangabe, jeder Teilnehmer muss eine Auswahl treffen! Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

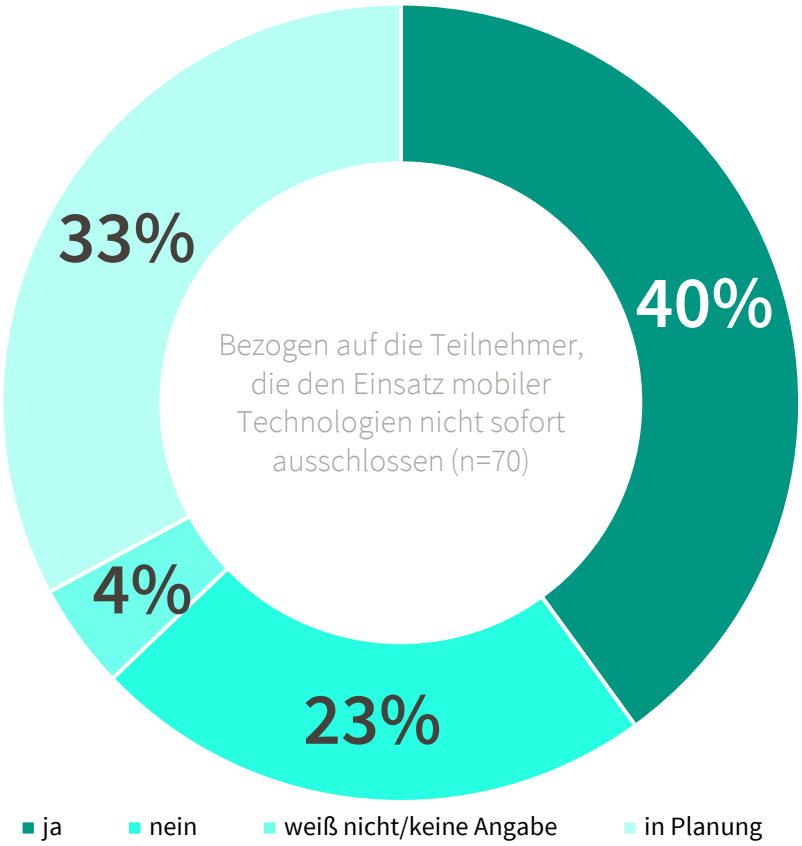
## 7. Welche der folgenden mobilen Anwendungen/Technologien kamen dabei zum Einsatz bzw. welche planen Sie einzusetzen?

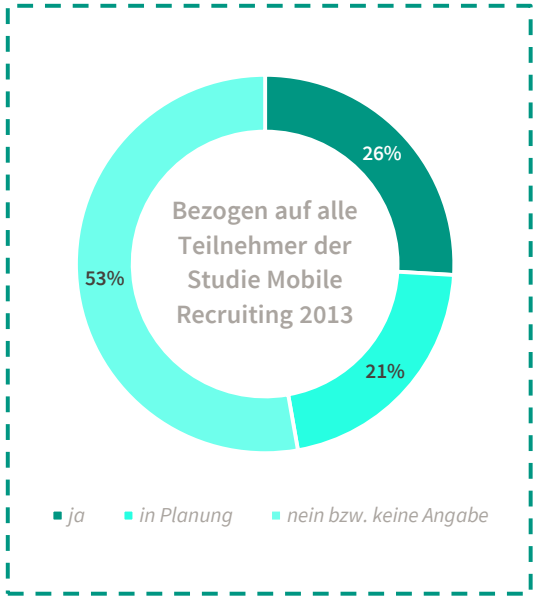



Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n(ja) beschreibt diejenigen Unternehmen, die mobile Anwendungen/Technologien bereits zur Interkation mit Kandidaten einsetzen(n(ja) aus Frage 6; Berechnungsgrundlage für "bereits eingesetzt"), n(ja & in Planung) dagegen sind die Unternehmen, die mobile Anwendungen zur Interaktion einsetzen oder dies planen (n(ja) und n(in Planung) aus Frage 6; Berechnungsgrundlage für "Einsatz geplant"). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen. Antwortoption "keine Antwort" wird nicht ausgezählt.

## 8. Verfügt Ihr Unternehmen über eine mobile Karriere-Website?

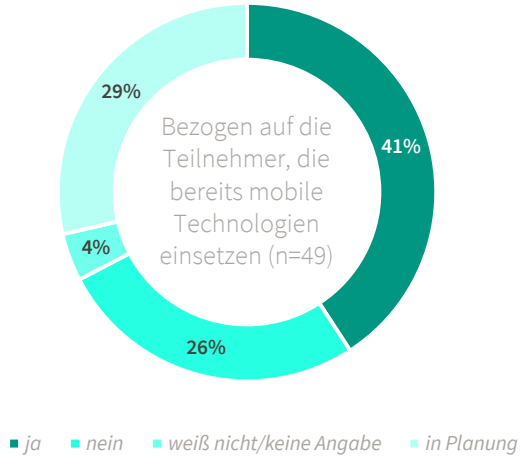


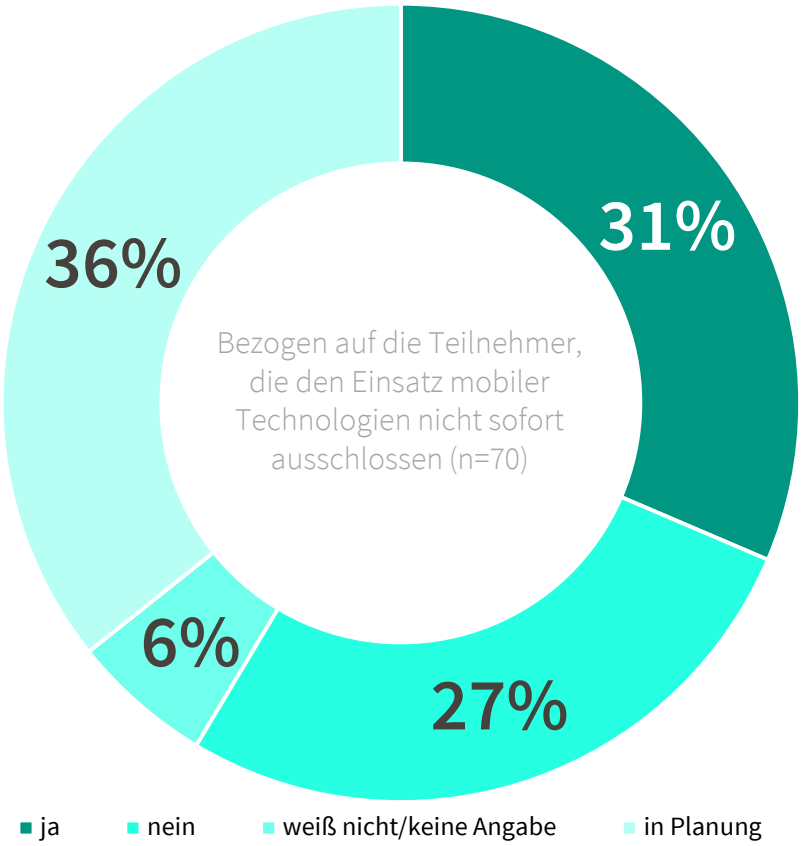



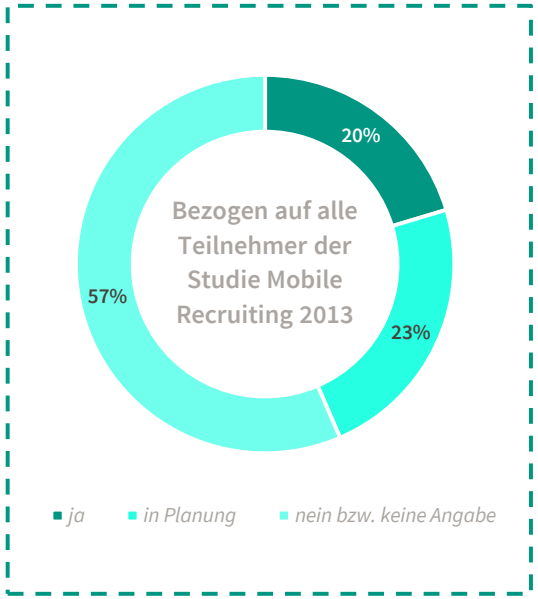




Anmerkungen: Diese Frage ist eine Pflichtangabe, jeder Teilnehmer muss eine Auswahl treffen! Die mittlere Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, an die diese Frage im Rahmen der Untersuchung gestellt wurde und die den Einsatz mobiler Anwendungen/Technologien zur Interaktion mit (potenziellen) Bewerbern nicht von Anfang an ausschließen (Summe von n(ja), n(weiß nicht/keine Angabe) und n(in Planung) aus Frage 6). Zur weiteren Analyse wurde die Frage mit anderen Grundgesamtheiten auch für die Unternehmen ausgewertet, die bereits Mobile Recruiting betreiben (links; gefiltert) sowie für alle Unternehmen, die an der Untersuchung teilnahmen (rechts). Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**9. Wurde speziell der Stellenmarkt Ihres Unternehmens für den mobilen Zugriff optimiert (und erlaubt somit den Zugriff auf Stellenangebote über ein mobiles Endgerät)?**

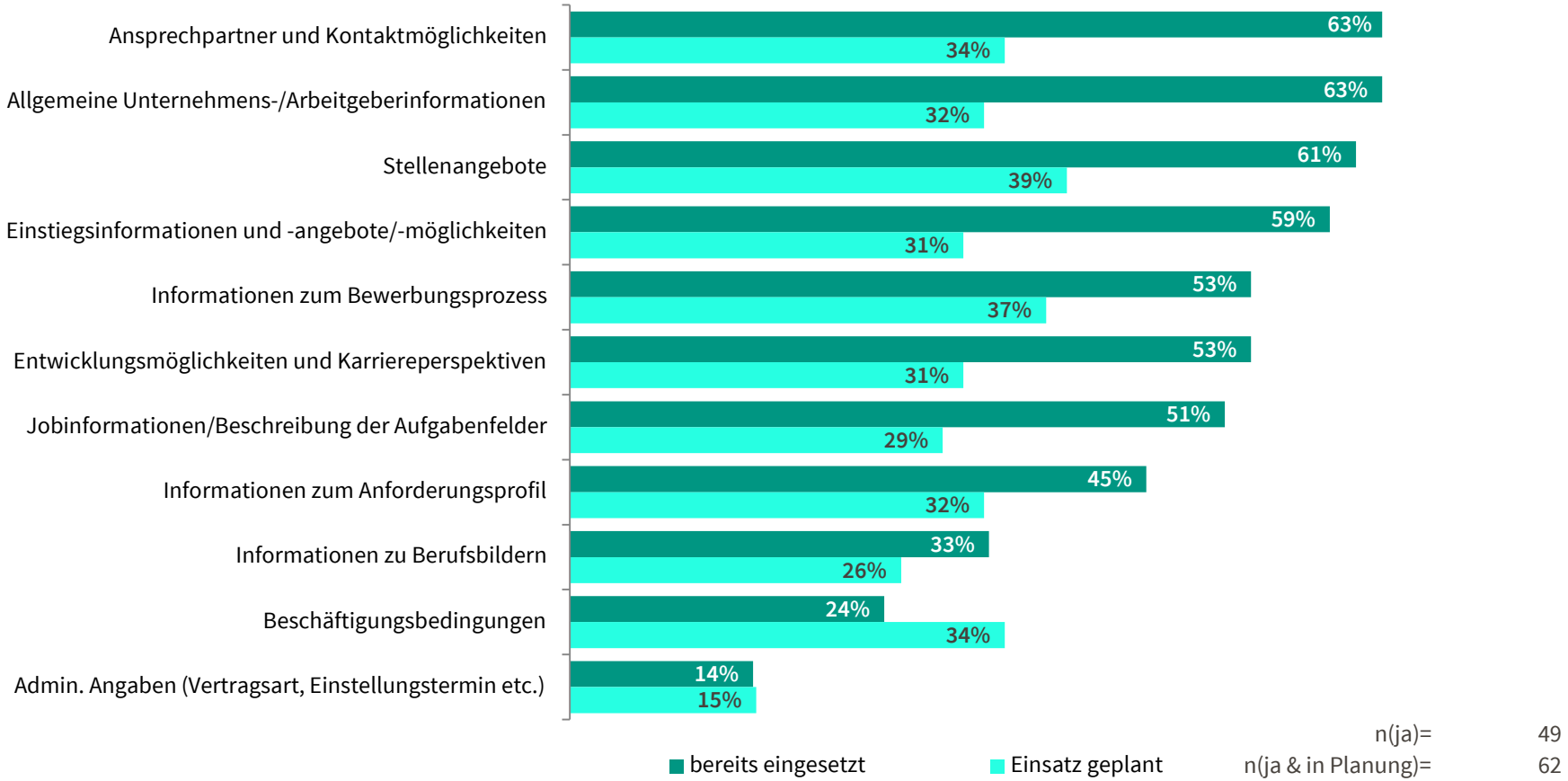


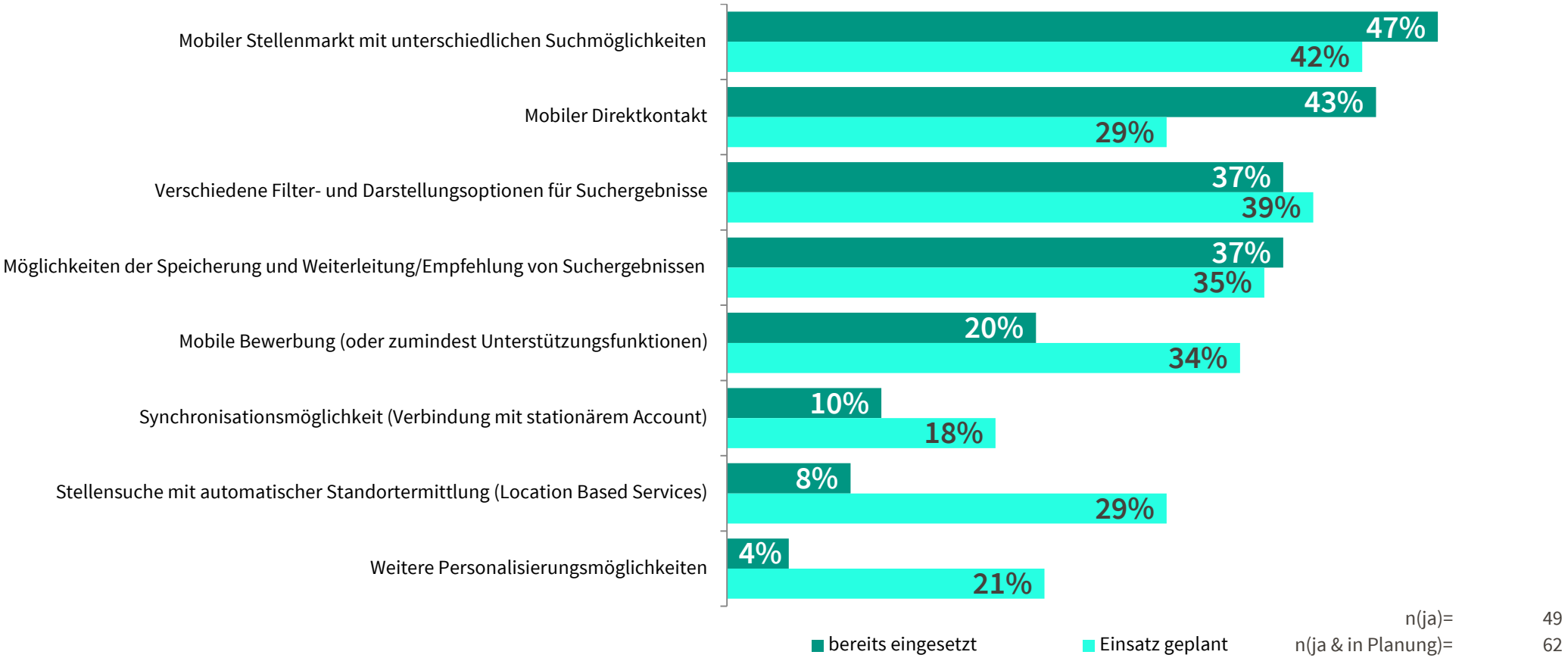

Anmerkungen: Diese Frage ist eine Pflichtangabe, jeder Teilnehmer muss eine Auswahl treffen! Die mittlere Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, an die diese Frage im Rahmen der Untersuchung gestellt wurde und die den Einsatz mobiler Anwendungen/Technologien zur Interaktion mit (potenziellen) Bewerbern nicht von Anfang an ausschließen (Summe von n(ja), n(weiß nicht/keine Angabe) und n(in Planung) aus Frage 6). Zur weiteren Analyse wurde die Frage mit anderen Grundgesamtheiten auch für die Unternehmen ausgewertet, die bereits Mobile Recruiting betreiben (links; gefiltert) sowie für alle Unternehmen, die an der Untersuchung teilnahmen (rechts). Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**10. Welche Inhalte/Informationen haben Sie bei dieser mobilen Bewerberansprache den (potenziellen) Kandidaten zur Verfügung gestellt bzw. planen dies zu tun?**



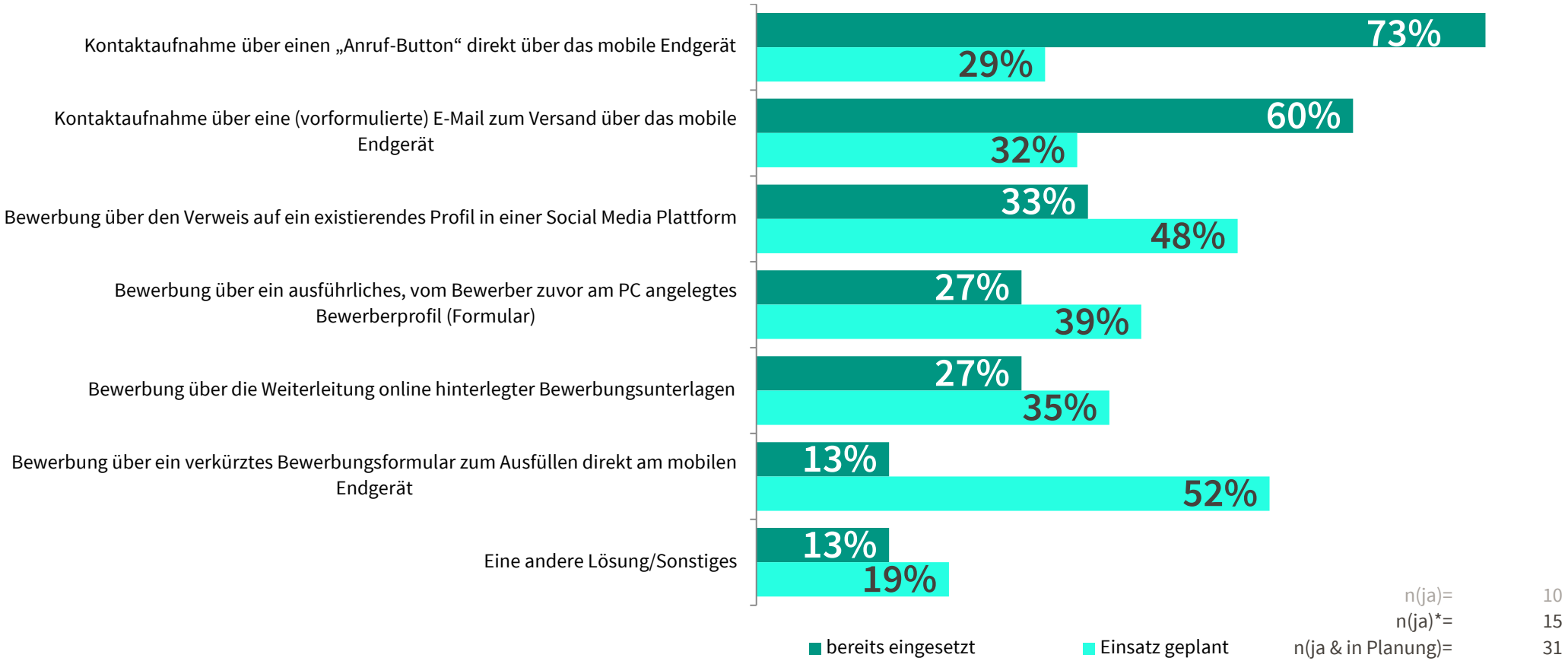

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n(ja) beschreibt diejenigen Unternehmen, die mobile Anwendungen/Technologien bereits zur Interkation mit Kandidaten einsetzen(n(ja) aus Frage 6; Berechnungsgrundlage für "bereits eingesetzt"), n(ja & in Planung) dagegen sind die Unternehmen, die mobile Anwendungen zur Interaktion einsetzen oder dies planen (n(ja) und n(in Planung) aus Frage 6; Berechnungsgrundlage für "Einsatz geplant"). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen. Antwortoption "keine Antwort" wird nicht ausgezählt.

## 11. Welche Funktionen haben Sie für die mobile Interaktion mit (potenziellen) Kandidaten bereitgestellt bzw. planen dies zu tun?




Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n(ja) beschreibt diejenigen Unternehmen, die mobile Anwendungen/Technologien bereits zur Interkation mit Kandidaten einsetzen(n(ja) aus Frage 6; Berechnungsgrundlage für "bereits eingesetzt"), n(ja & in Planung) dagegen sind die Unternehmen, die mobile Anwendungen zur Interaktion einsetzen oder dies planen (n(ja) und n(in Planung) aus Frage 6; Berechnungsgrundlage für "Einsatz geplant"). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen. Antwortoption "keine Antwort" wird nicht ausgezählt.

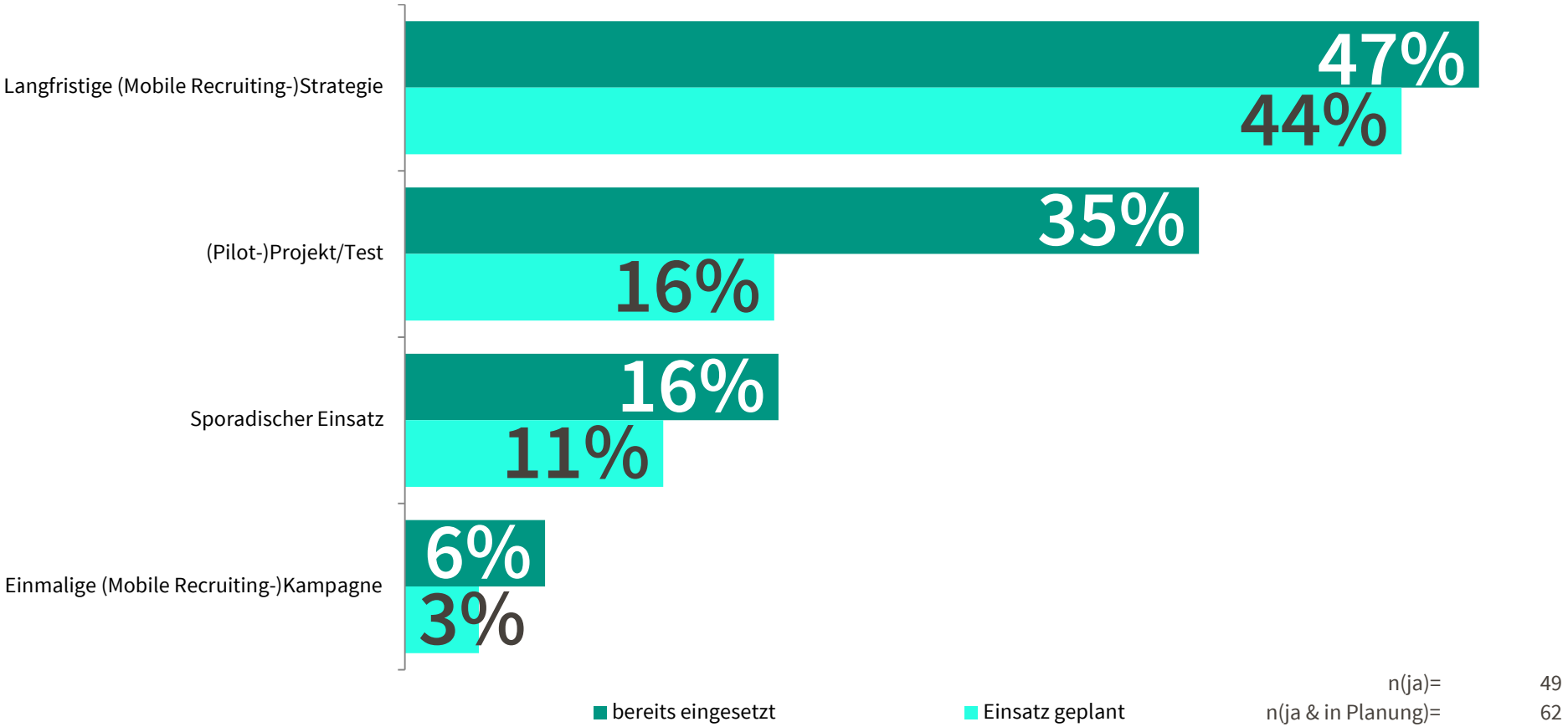
## 12. Wie hat Ihr Unternehmen die mobile Bewerbung technisch realisiert bzw. plant dies zu tun?




| | |
|---|---|
| n(ja)= | 10 |
| n(ja)*= | 15 |
| n(ja & in Planung)= | 31 |

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n(ja) beschreibt diejenigen Unternehmen, die angeben, die mobile Bewerbung bereits einzusetzen(n(ja) zu dieser Teilfrage aus Frage 11). In der vorliegenden Frage weichen allerdings die Unternehmen, die angeben, die mobile Bewerbung in irengdeiner Form tatsächlich umgesetzt zu haben, von dieser Zahl ab, sodass n(ja)* zur Korrektur herangezogen wurde; diese Unternehmen dienen auch als Berechnungsgrundlage für "bereits eingesetzt". n(ja & in Planung) dagegen sind die Unternehmen, die angeben, die mobile Bewerbung einzusetzen oder dies zu planen (n(ja) und n(in Planung) zu dieser Teilfrage aus Frage 11; Berechnungsgrundlage für "Einsatz geplant"). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen. Antwortoption "keine Antwort" wird nicht ausgezählt.

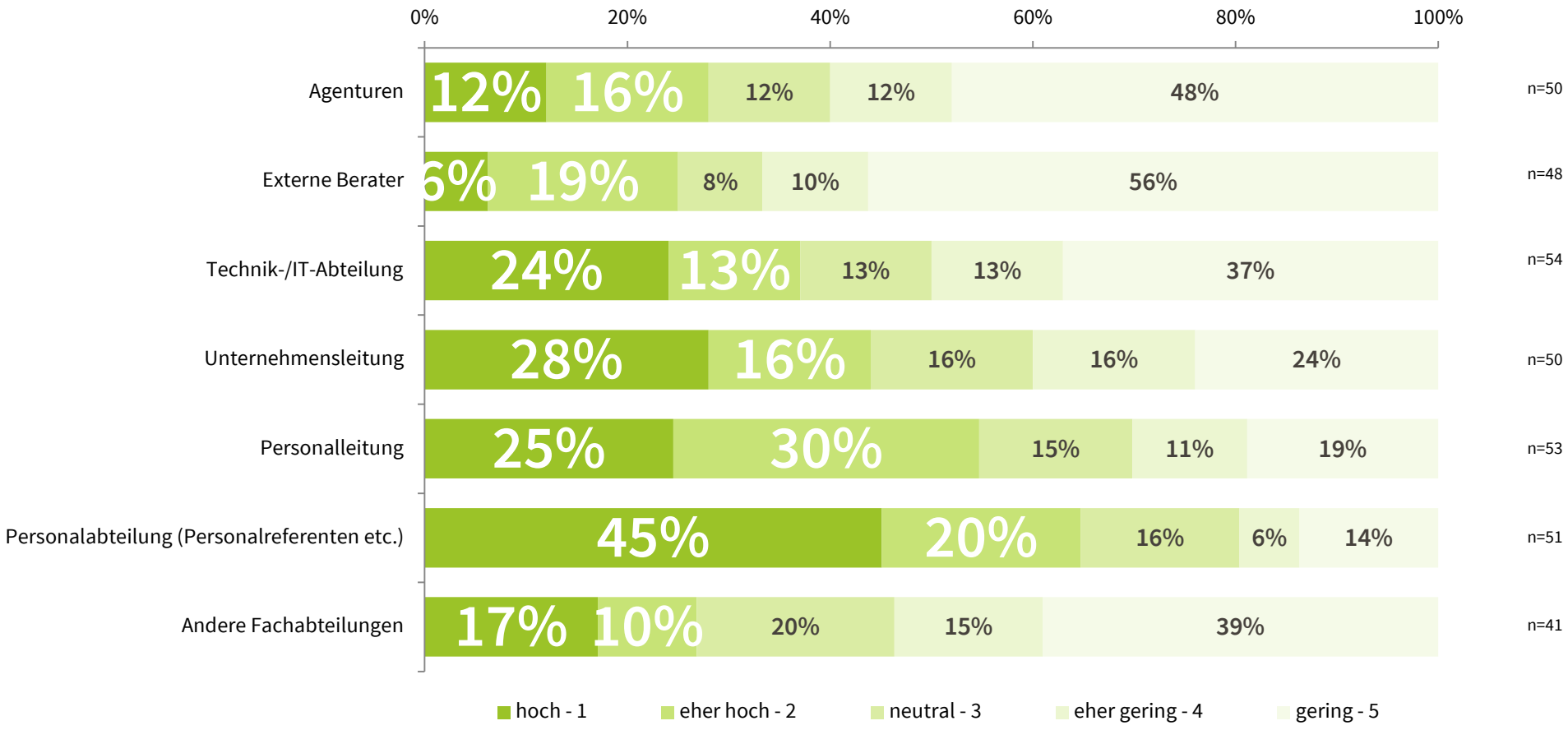
**13. In welchem Kontext kamen die mobilen Anwendungen/Technologien zur Interaktion mit Bewerbern in Ihrem Unternehmen zum Einsatz bzw. in welchem Kontext planen Sie sie einzusetzen?**




n(ja)= 49
n(ja & in Planung)= 62

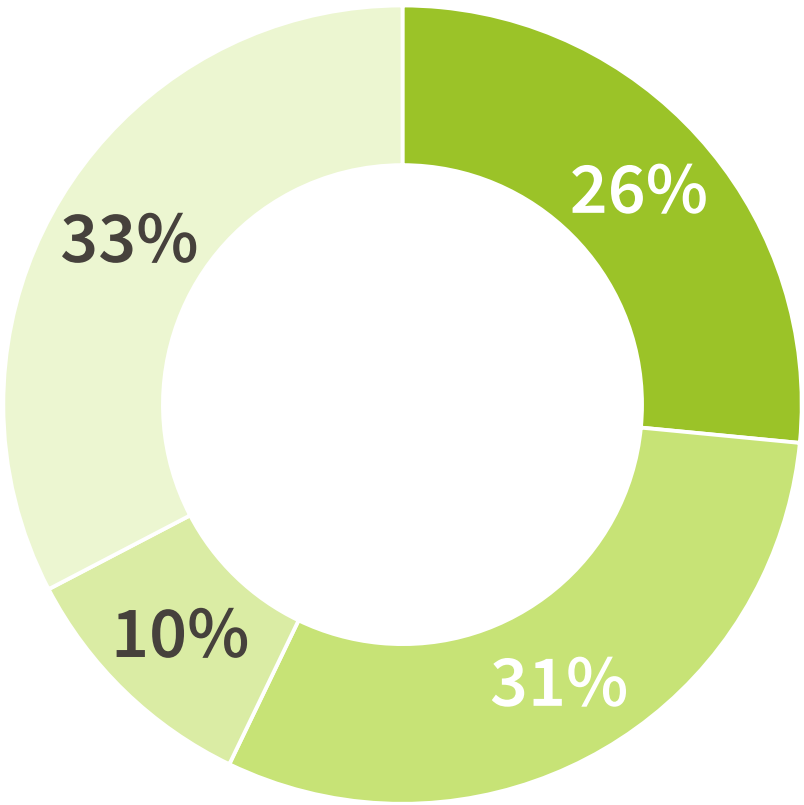
Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n(ja) beschreibt diejenigen Unternehmen, die mobile Anwendungen/Technologien bereits zur Interkation mit Kandidaten einsetzen(n(ja) aus Frage 6; Berechnungsgrundlage für "bereits eingesetzt"), n(ja & in Planung) dagegen sind die Unternehmen, die mobile Anwendungen zur Interaktion einsetzen oder dies planen (n(ja) und n(in Planung) aus Frage 6; Berechnungsgrundlage für "Einsatz geplant"). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen. Antwortoption "keine Antwort" wird nicht ausgezählt.

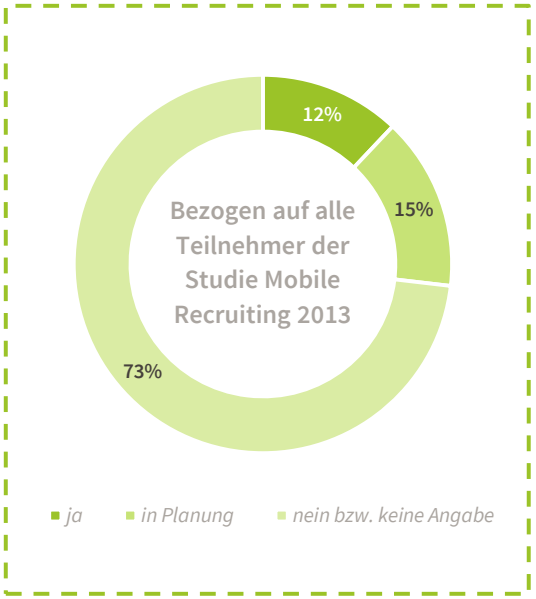
**14. Wie hoch ist der Anteil der folgenden Einheiten an der Entscheidung gewesen, in Ihrem Unternehmen mobile Anwendungen/Technologien für die Bewerberansprache einzusetzen?**




Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt diejenigen Unternehmen, die mobile Anwendungen/Technologien bereits zur Interaktion mit Kandidaten einsetzen bzw. dies planen (n(ja) und n(in Planung) aus Frage 6) und auf die vorliegende Frage antworteten. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**15. Betreibt Ihr Unternehmen Mobile Recruiting Monitoring und werden grundlegende "Mobile KPIs (Key Performance-Indikatoren)" erhoben?**



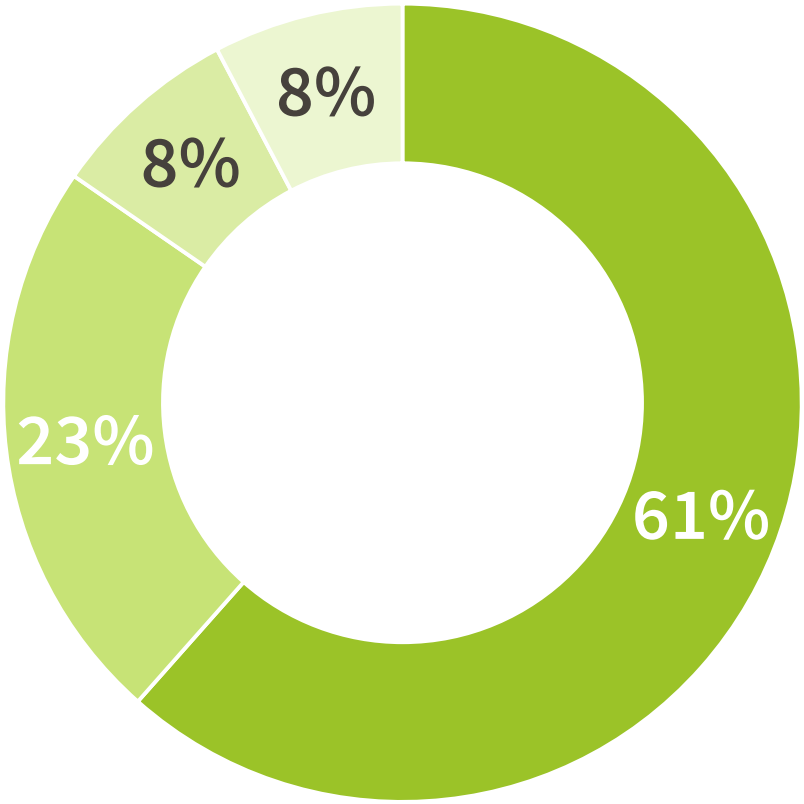




ja | nein | weiß nicht/keine Angabe | in Planung

n= 49

Anmerkungen: Diese Frage ist eine Pflichtangabe, jeder Teilnehmer muss eine Auswahl treffen! Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die bereits mobile Anwendungen/Technologien zur Interaktion mit (potenziellen) Bewerbern einsetzen (n(ja) aus Frage 6 als Berechnungsgrundlage). Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**16. Kommt zur systematischen Beobachtung verschiedener Mobile Recruiting KPIs in Ihrem Unternehmen eine Web Analytics Software oder Ähnliches zum Einsatz?**

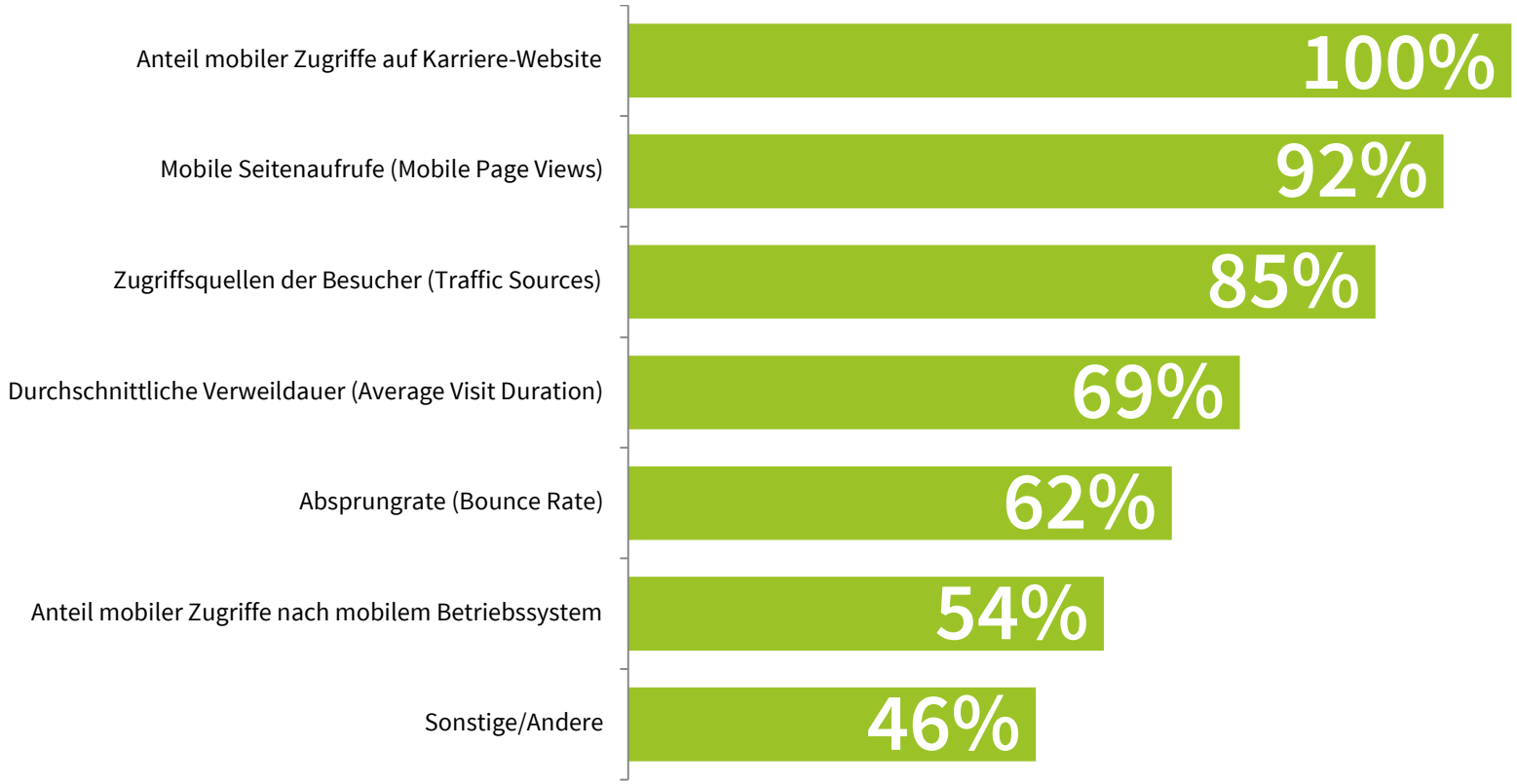



ja | nein | weiß nicht/keine Angabe | in Planung

n= 13

Anmerkungen: Diese Frage ist eine Pflichtangabe, jeder Teilnehmer muss eine Auswahl treffen! Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die Mobile Recruiting Monitoring bereits betreiben bzw. Mobile Recruiting KPIs erheben (n(ja) aus Frage 15 als Berechnungsgrundlage). Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

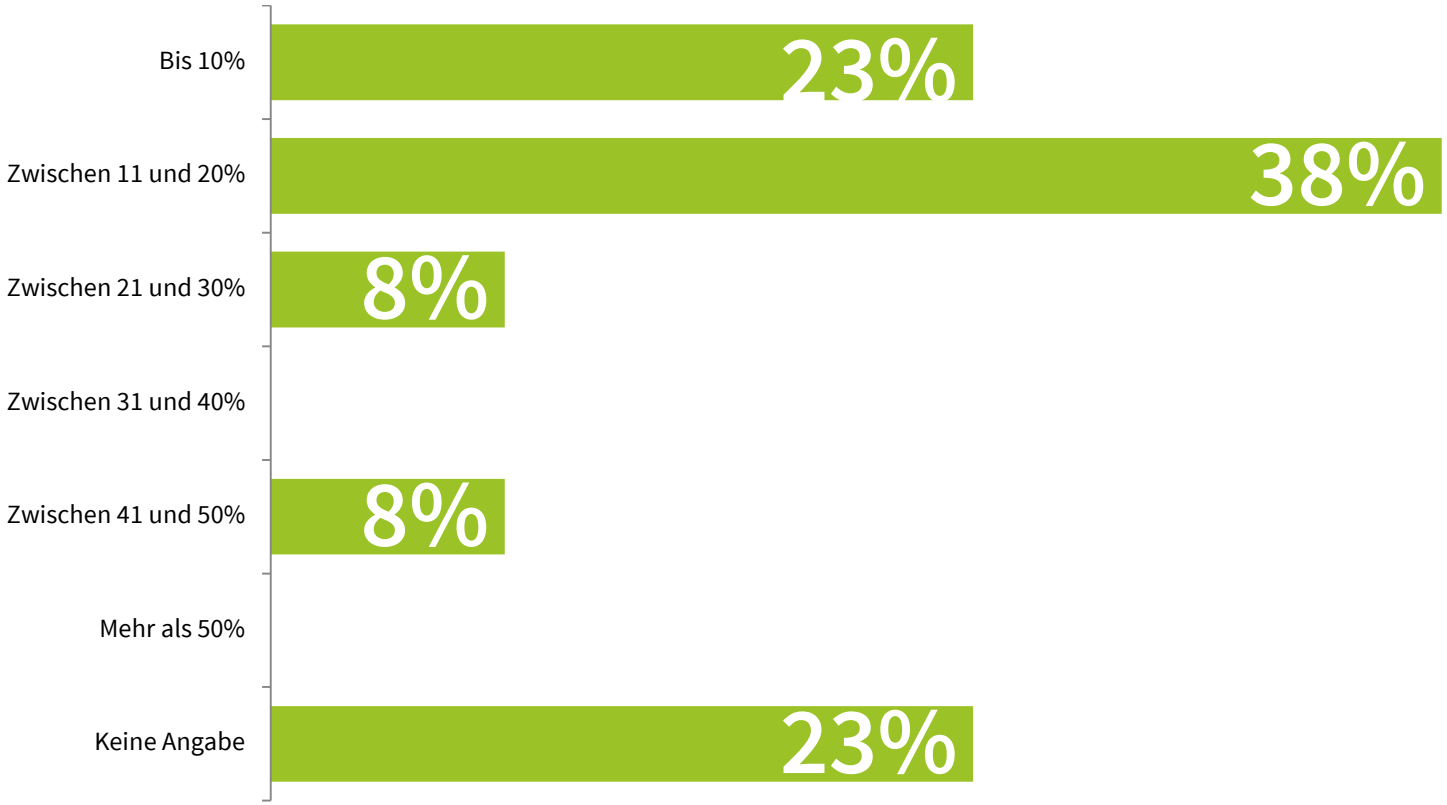
**17. Welche dieser Kennzahlen aus dem Bereich (Mobile) Web Analytics erhebt Ihr Unternehmen bereits im Rahmen des Mobile Recruitings?**




n= 13

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt hier diejenigen Unternehmen, die Mobile Recruiting Monitoring bereits betreiben bzw. Mobile Recruiting KPIs erheben (n(ja) aus Frage 15 als Berechnungsgrundlage). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen. Antwortoption "keine Antwort" wird nicht ausgezählt.

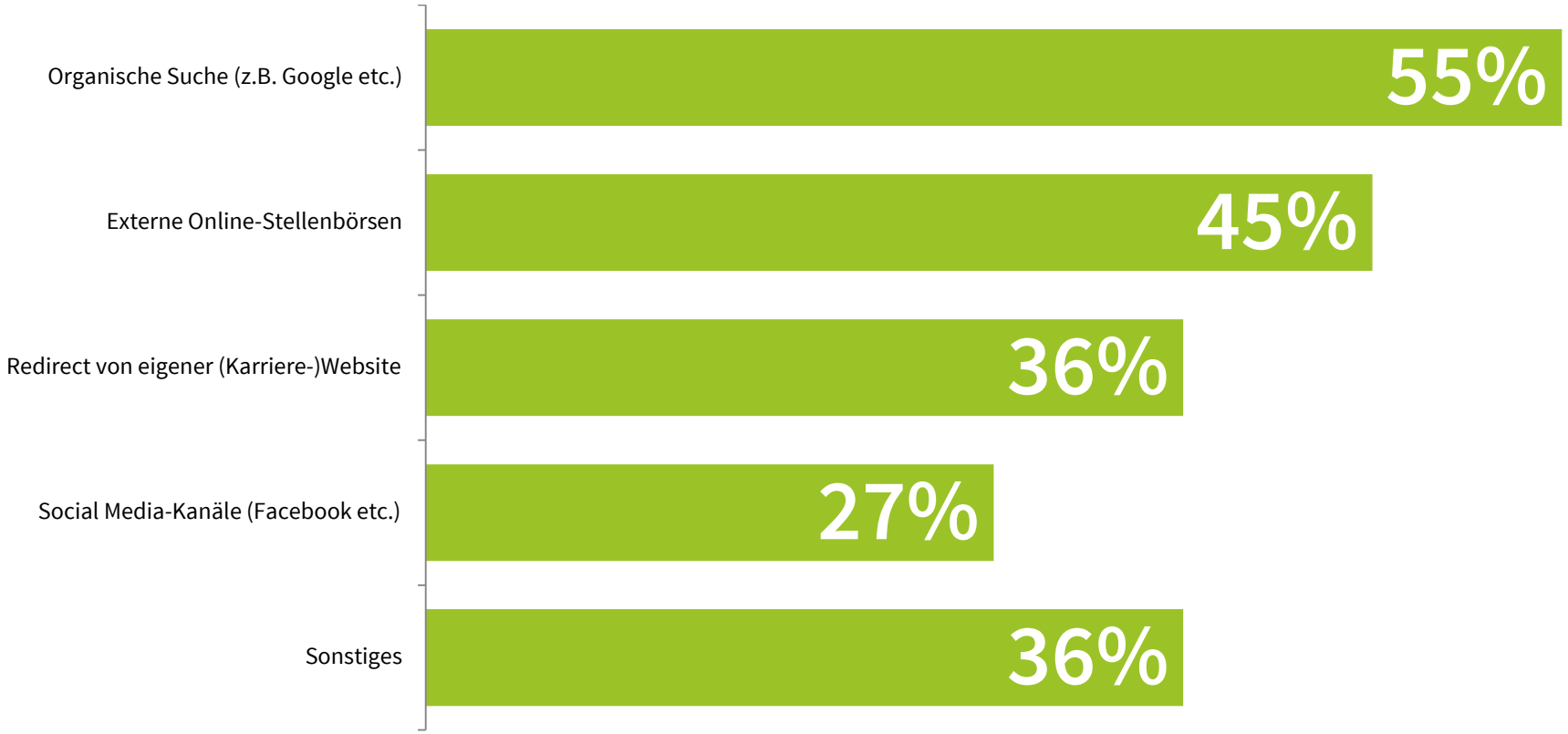
**18. Nennen Sie bitte den ungefähren Anteil mobiler Zugriffe (Visits) auf Ihre Karriere-Website im 1. Quartal 2013. Gemeint ist hiermit die Anzahl der Mobile Visits auf Ihrer mobilen Karriere-Website im Verhältnis zur Gesamtzahl aller (mobilen und stationären) Visits.**




n= 13

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 17 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

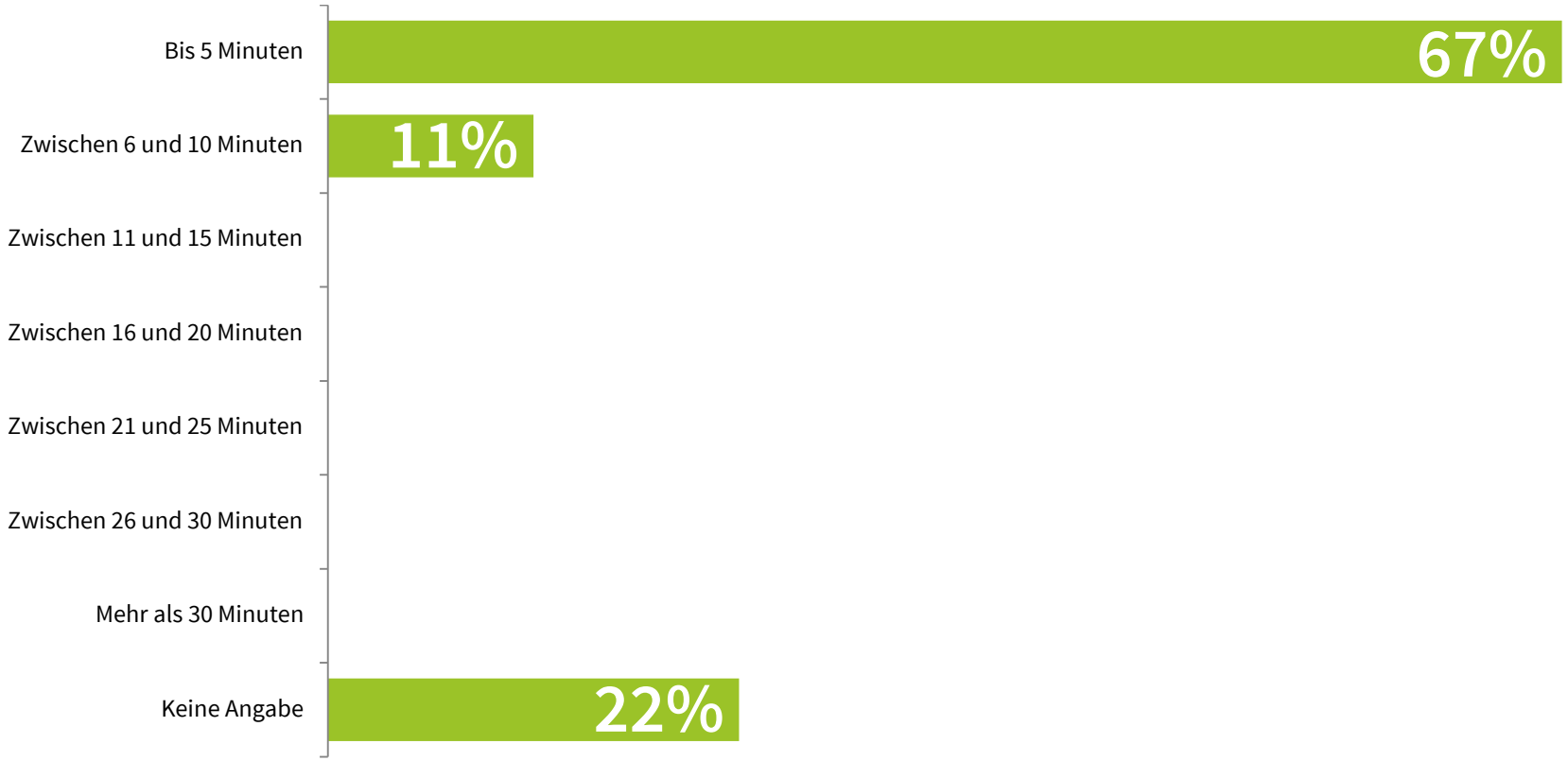
**19. Geben Sie bitte die drei wichtigsten Zugriffsquellen (Traffic Sources) für Ihre mobile Karriere-Website an. (Beispielsweise Redirect von eigener, stationärer Karriere-Website, organische Suche, externe Jobbörsen etc.)**




n= 11

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 17 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Die bei dieser Frage erhobenen Nutzereingaben (Freitexte) wurden geclustert und die am häufigsten genannten Antworten ausgewertet.

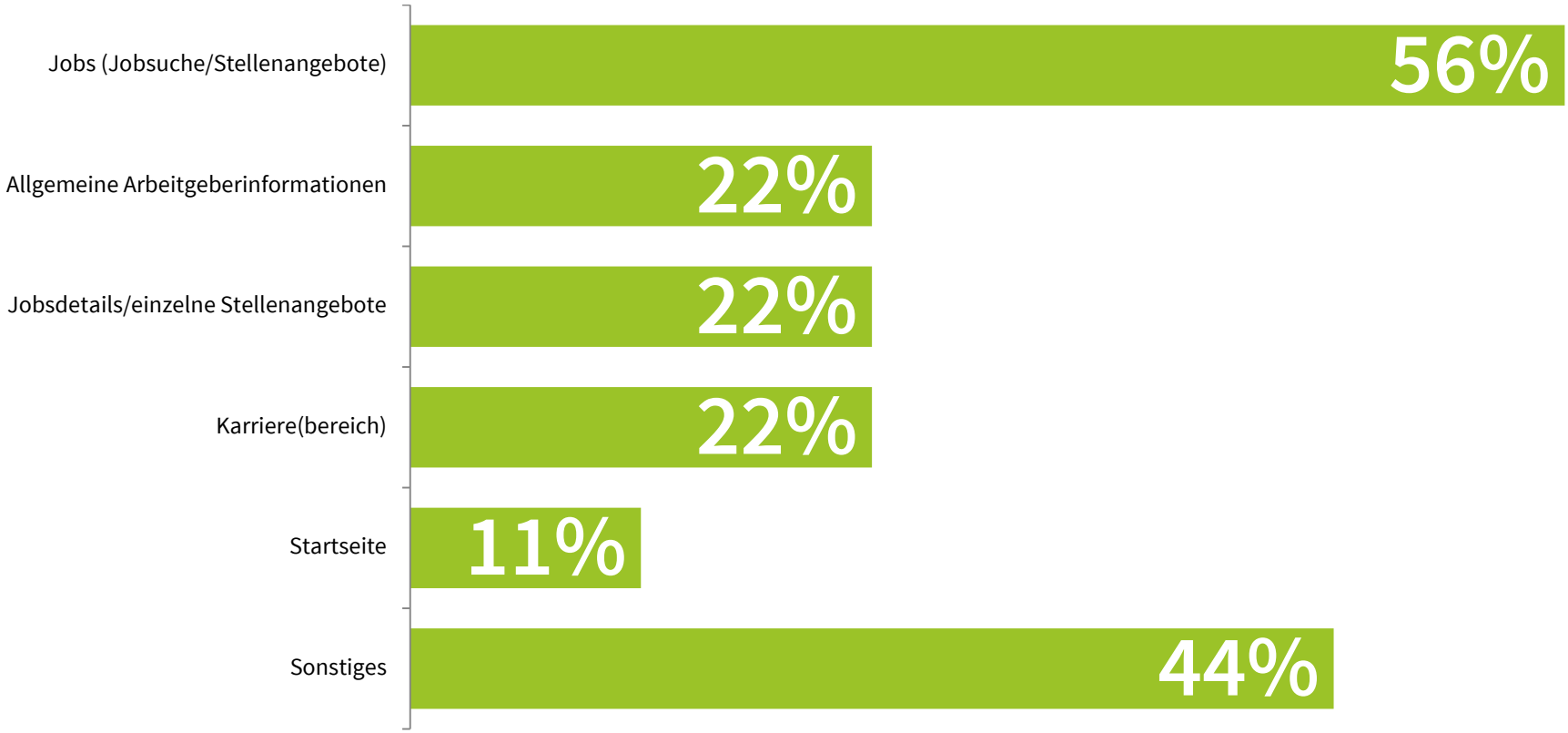
**20. Wie hoch ist die durchschnittliche Verweildauer eines Nutzers Ihrer mobilen Karriere-Website?**




n= 9

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 17 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

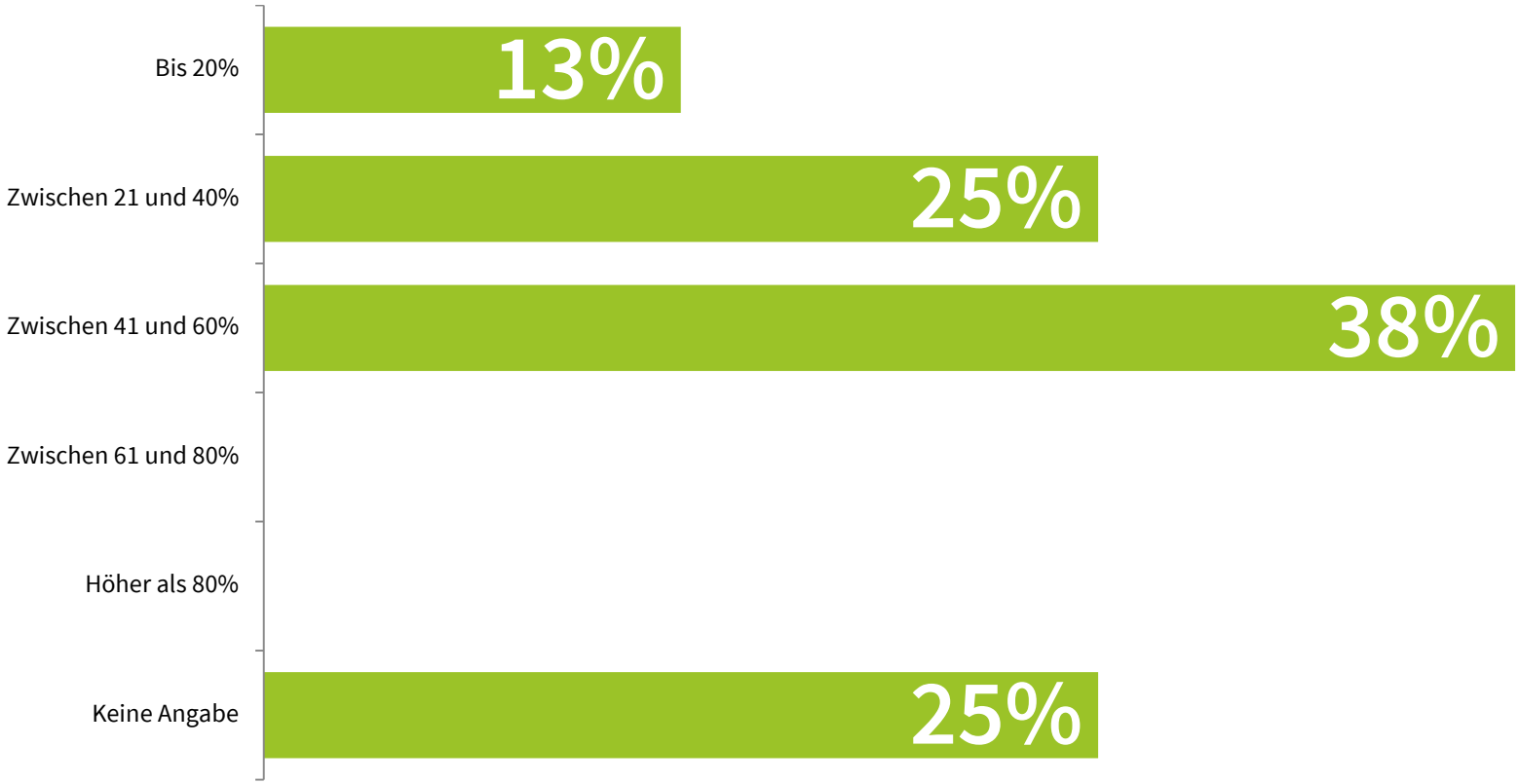
**21. Geben Sie bitte die drei Webseiten/Bereiche Ihrer mobilen Karriere-Website mit der höchsten Verweildauer an.**




n= 9

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 17 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Die bei dieser Frage erhobenen Nutzereingaben (Freitexte) wurden geclustert und die am häufigsten genannten Antworten ausgewertet.

**22. Wie hoch ist die aktuelle Absprungrate Ihrer mobilen Karriere-Website?**




n= 8

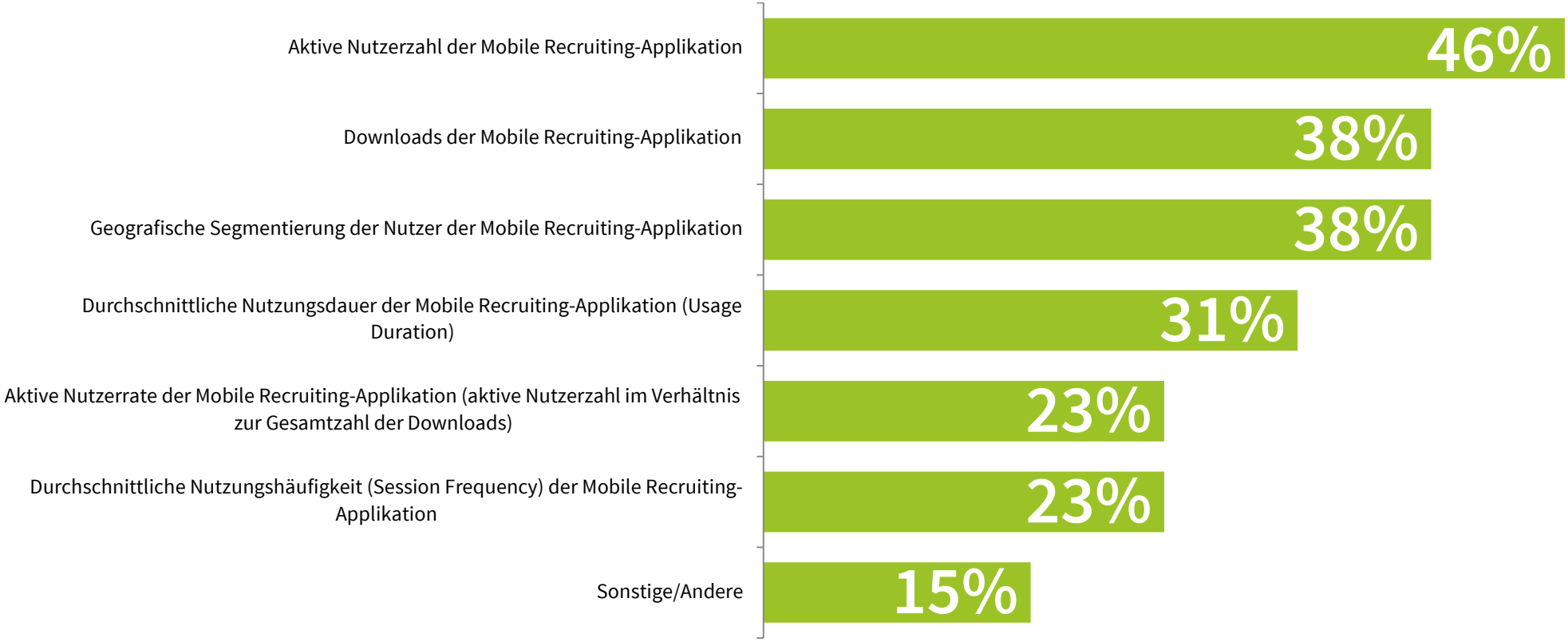
Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 17 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**23. Geben Sie bitte weitere Kennzahlen aus dem Bereich (Mobile) Web Analytics an, die Sie für Ihre mobile Karriere-Website erheben.**

n= 6

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 17 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Die bei dieser Frage erhobenen Nutzereingaben (Freitexte) wurden ungefiltert in Form der gezeigten Tagcloud dargestellt.

**24. Welche dieser Kennzahlen aus dem Bereich Mobile Application Analytics erhebt Ihr Unternehmen bereits im Rahmen des Mobile Recruitings?**




n= 13

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt hier diejenigen Unternehmen, die Mobile Recruiting Monitoring bereits betreiben bzw. Mobile Recruiting KPIs erheben (n(ja) aus Frage 15 als Berechnungsgrundlage). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen. Antwortoption "keine Antwort" wird nicht ausgezählt.

**25. Wie hoch ist die aktive Nutzerrate Ihrer Mobile Recruiting-Applikation bezogen auf das 1. Quartal 2013 (aktive Nutzerzahl im Verhältnis zur Gesamtzahl der Downloads)?**

n= 3

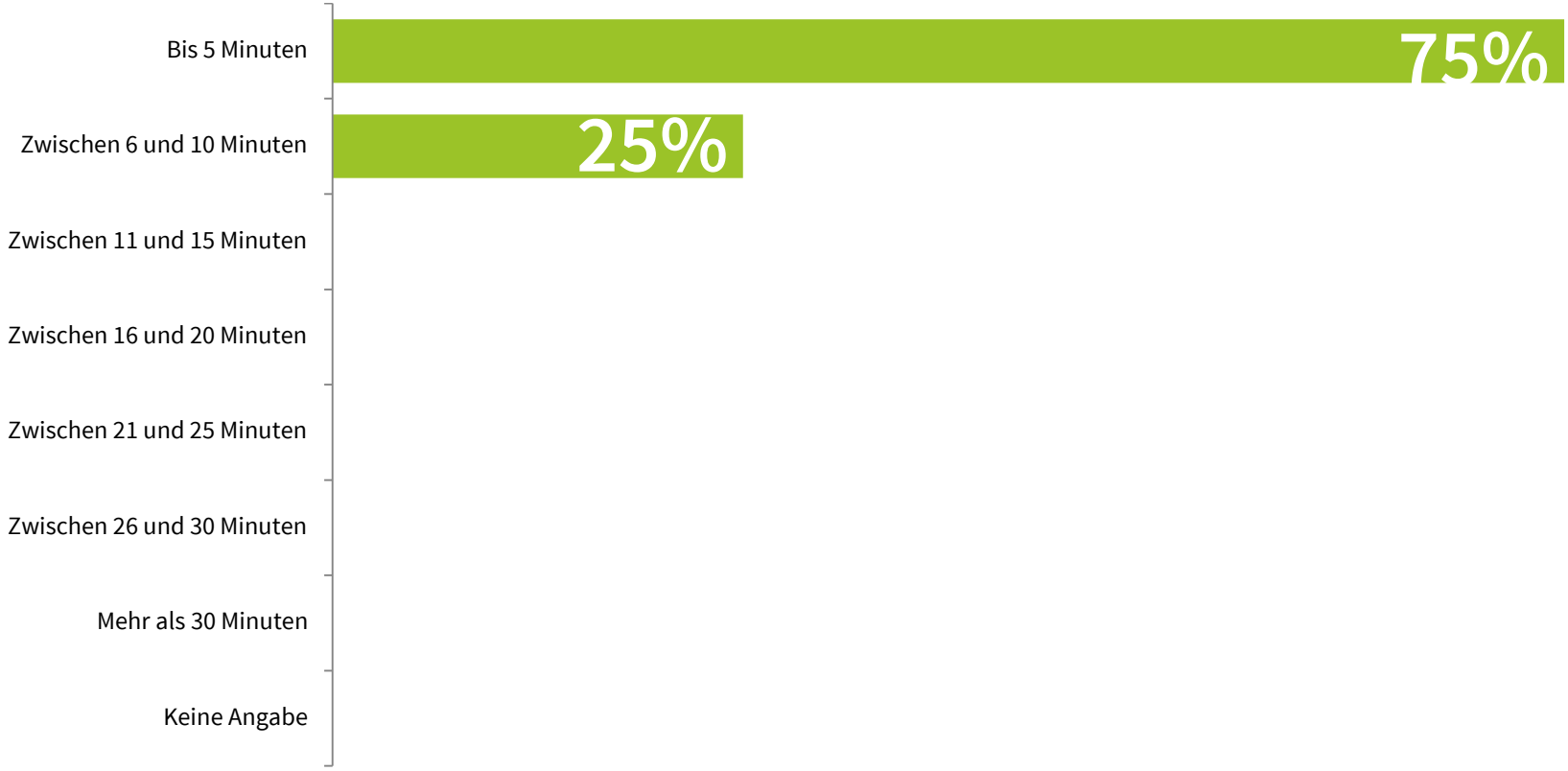
Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 24 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**26. Geben Sie bitte die durchschnittliche Nutzungshäufigkeit Ihrer Mobile Recruiting-Applikation für das 1. Quartal 2013 an (Aufrufe/Sessions im Verhältnis zur Gesamtzahl aktiver Nutzer).**

n= 3

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 24 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**27. Wie hoch ist die aktuelle, durchschnittliche Nutzungsdauer Ihrer Mobile Recruiting-Applikation bezogen auf eine Session?**




n= 4

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 24 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**28. Geben Sie bitte weitere Kennzahlen aus dem Bereich Mobile Application Analytics an, die Sie für Ihre Mobile Recruiting-Applikation erheben.**

n= 2

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 24 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Die bei dieser Frage erhobenen Nutzereingaben (Freitexte) wurden geclustert und die am häufigsten genannten Antworten ausgewertet.

**29. Welche dieser Kennzahlen zum Erfolgs-Controlling erhebt Ihr Unternehmen bereits im Rahmen des Mobile Recruitings?**

n= 13

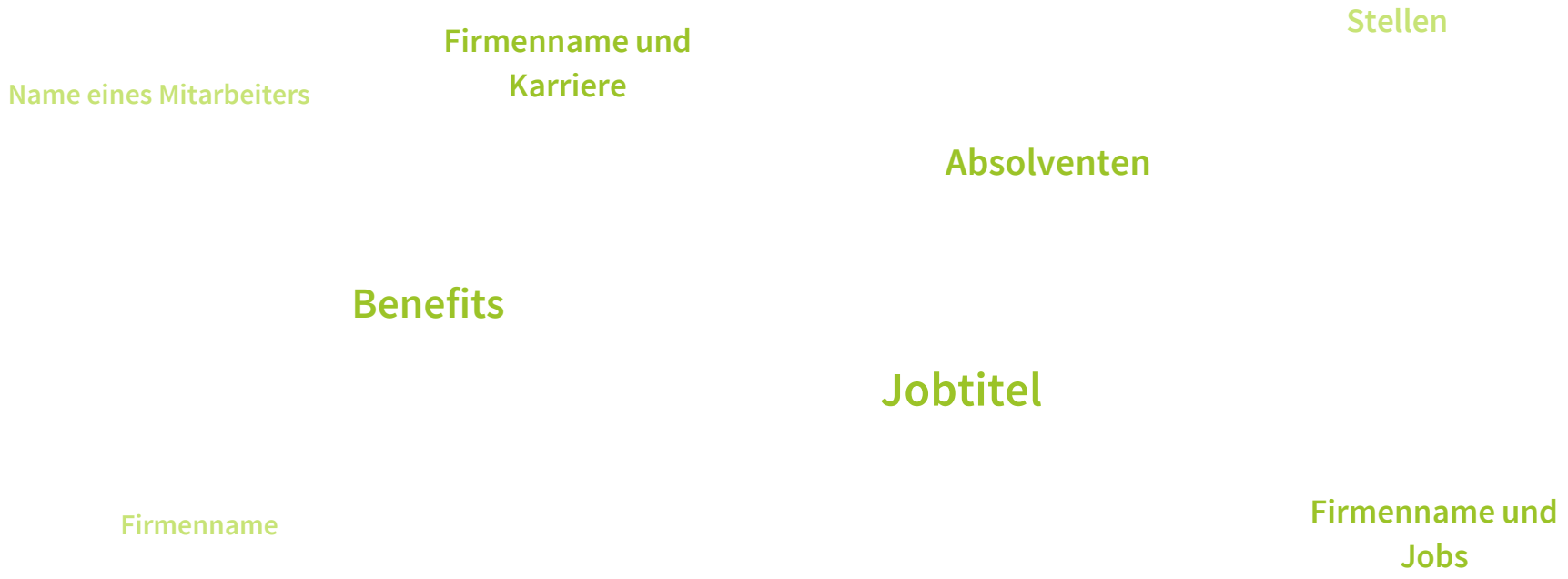
Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt hier diejenigen Unternehmen, die Mobile Recruiting Monitoring bereits betreiben bzw. Mobile Recruiting KPIs erheben (n(ja) aus Frage 15 als Berechnungsgrundlage). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen. Antwortoption "keine Antwort" wird nicht ausgezählt.

**30. Welchen Anteil Ihrer offenen Vakanzen veröffentlichen Sie aktuell auch über Ihr Mobile Recruiting-Angebot?**

n= 4

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 29 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

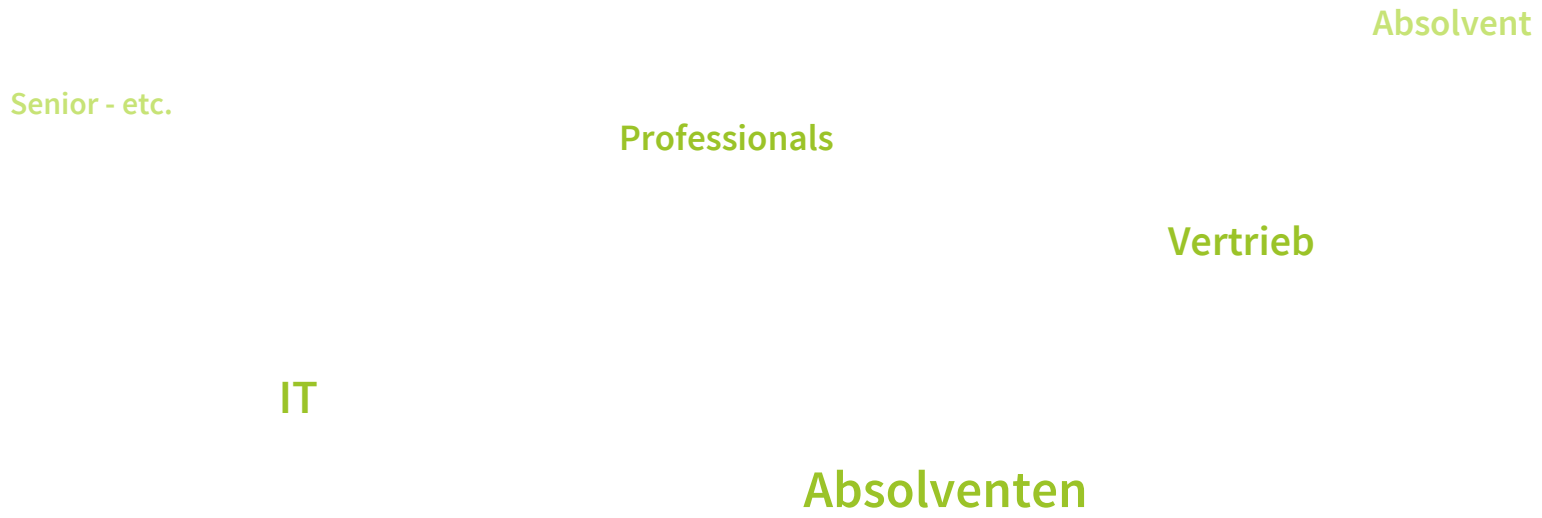
**31. Nennen Sie bitte die drei aktuell meistverwendeten Suchbegriffe Ihres Mobile Recruiting-Angebots (allgemein, beispielsweise auf mobiler Karriere-Website).**




n= 6

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 29 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Die bei dieser Frage erhobenen Nutzereingaben (Freitexte) wurden ungefiltert in Form der gezeigten Tagcloud dargestellt.

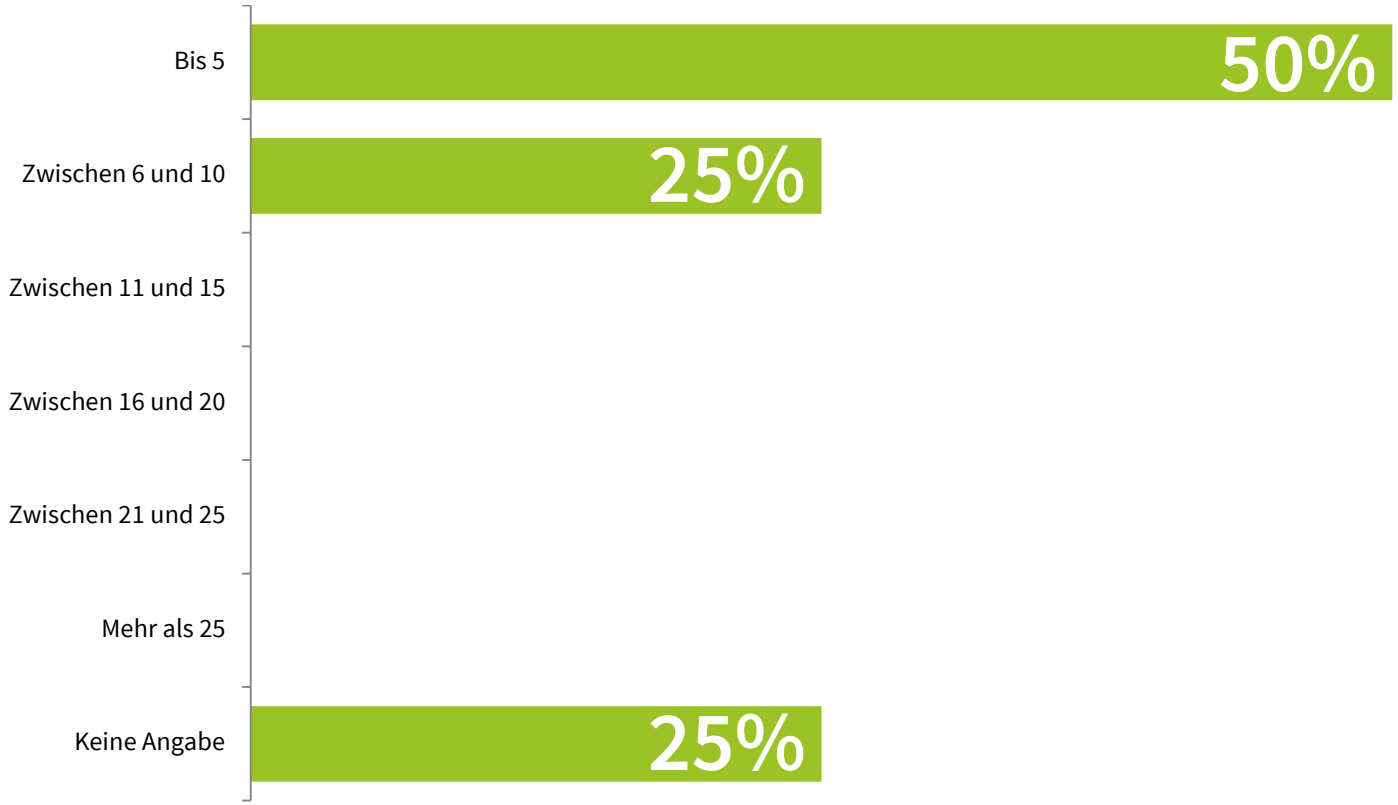
**32. Nennen Sie bitte die drei aktuell meistgenutzten (Job-)Kategorien Ihres Mobile Recruiting-Angebots (mobiler Stellenmarkt).**




n= 6

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 29 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Die bei dieser Frage erhobenen Nutzereingaben (Freitexte) wurden ungefiltert in Form der gezeigten Tagcloud dargestellt.

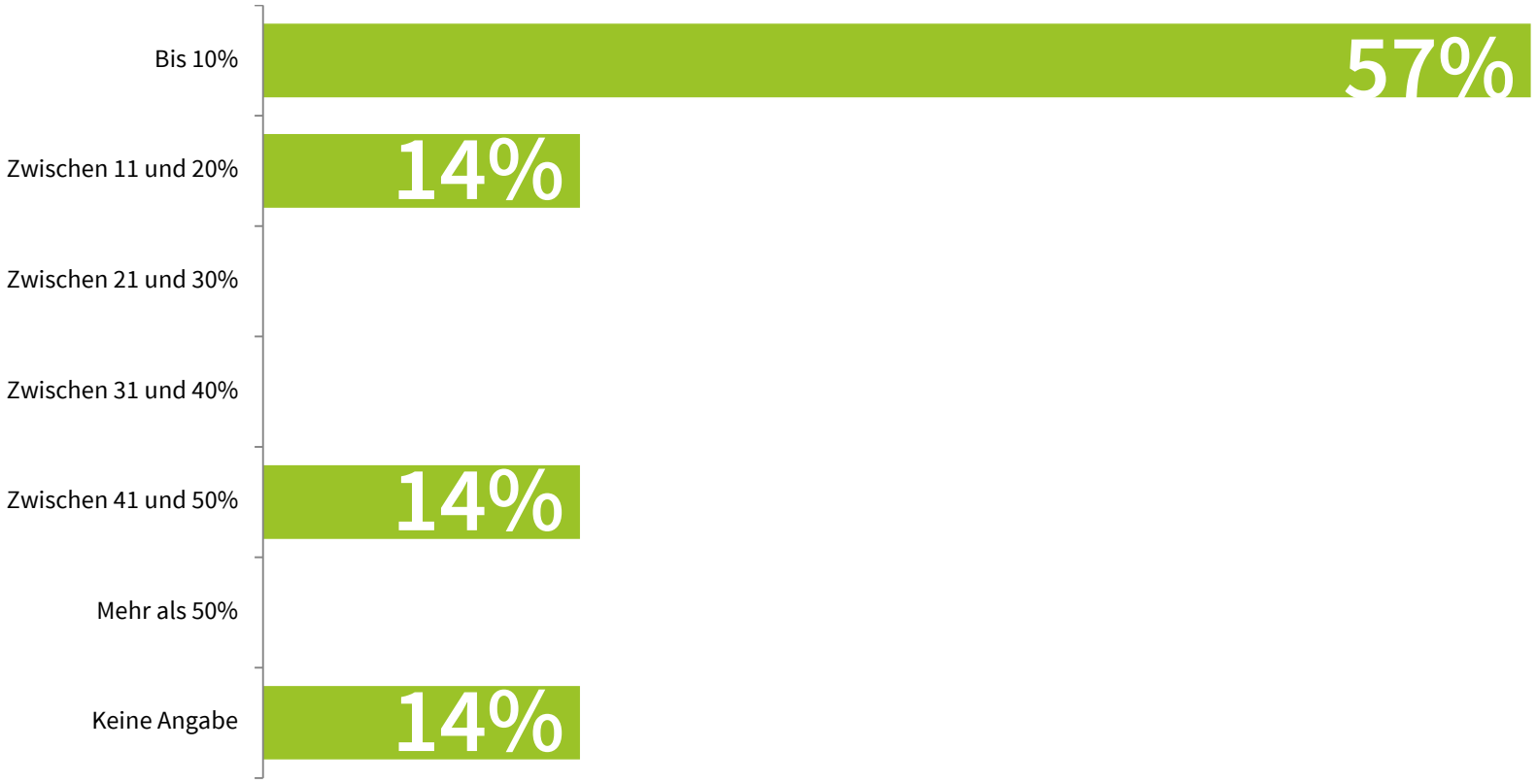
**33. Wie hoch ist die aktuelle, durchschnittliche Anzahl mobil abgerufener Stellenanzeigen pro mobilem Nutzer?**




n= 4

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 29 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**34. Geben Sie bitte den aktuellen, ungefähren Anteil mobil abgerufener Stellenanzeigen im Verhältnis zur Gesamtzahl aller (mobil und stationär) abgerufenen Stellenanzeigen an.**



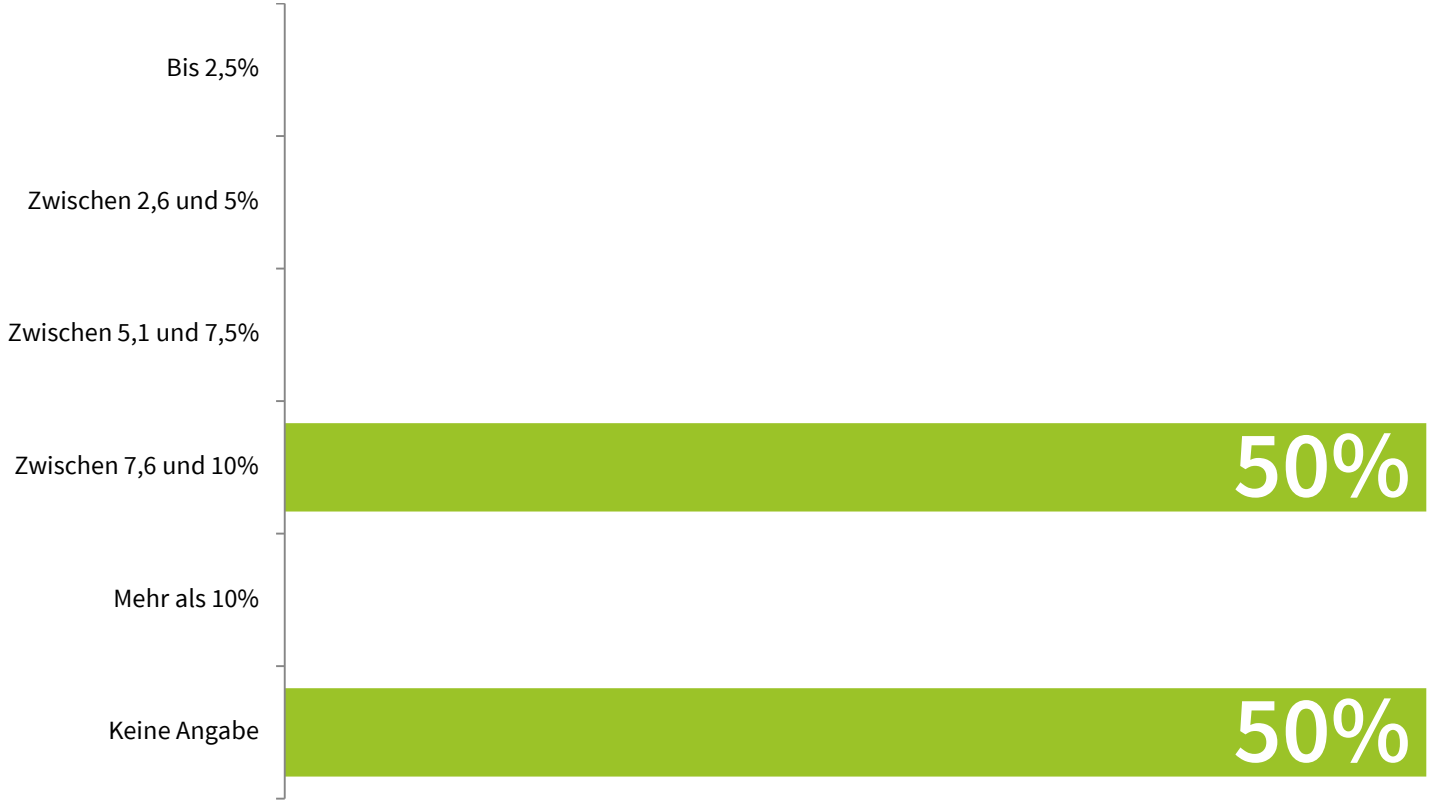

n= 7

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 29 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**35. Wie hoch ist der aktuelle Anteil generierter Bewerbungen mittels Ihres Mobile Recruiting-Angebots im Verhältnis zur Gesamtzahl der Bewerbungen?**

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 29 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**36. Wie hoch ist der ungefähre, aktuelle Anteil generierter Einstellungen über Ihr Mobile Recruiting-Angebot im Verhältnis zur Gesamtzahl aller Einstellungen?**




n= 2

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 29 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**37. Geben Sie bitte weitere Kennzahlen an, die Sie im Rahmen des Erfolgs-Controllings für Ihr Mobile Recruiting-Angebot erheben.**

"keine weiteren Angaben durch die Teilnehmer"

n= 0

Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die die in der aktuellen Frage jeweils behandelte Mobile Recruiting KPI bereits erheben (n(ja) der jeweiligen Option aus Frage 29 als Berechnungsgrundlage). Die Ausprägungen der jeweils behandelten Mobile Recruiting KPI sind oben dargestellt. Die bei dieser Frage erhobenen Nutzereingaben (Freitexte) wurden geclustert und die am häufigsten genannten Antworten ausgewertet.

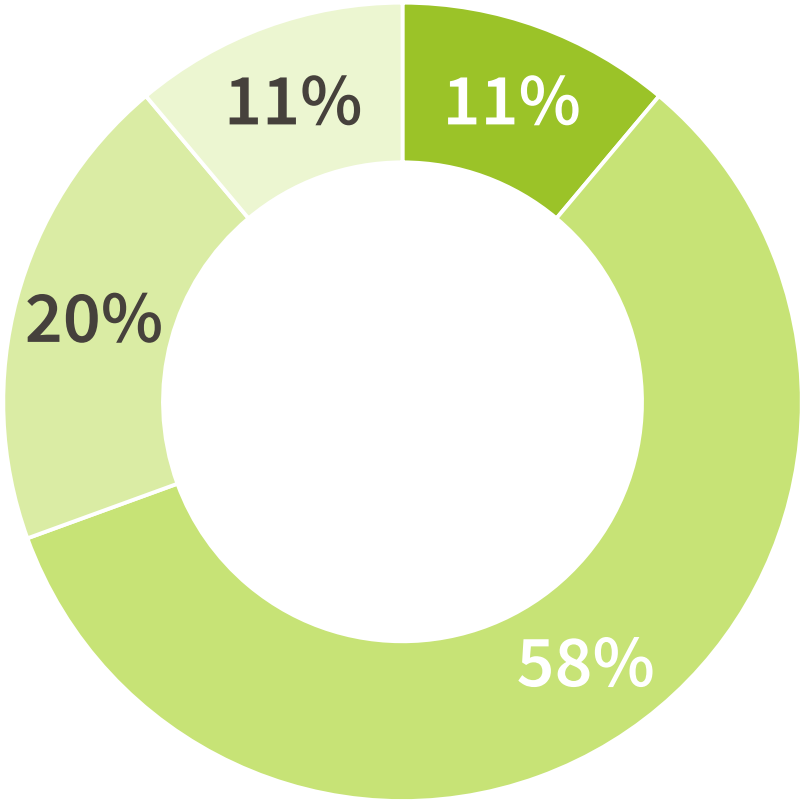
**38. Wie zufrieden sind bzw. waren Sie (bislang) insgesamt mit dem Response der Zielgruppe(n) zu den eingesetzten mobilen Anwendungen/Technologien?**

"Der Markt entwickelt sich erst."

"Es läßt sich hierüber noch keine genaue und valide Auskunft geben."

"Mobile Nutzung führt nicht zu merkbaren Veränderungen im Bewerberverhalten."

"Da wir noch kein Monitoring eingesetzt haben sind uns die Nutzungszahlen nicht bekannt."




"Grosse Bandbreite zwischen den einzelnen Anwendungen/Technologien, z.B. mit Response auf mobile Stellenanzeigen sehr zufrieden, mit Response auf QR-Codes weniger zufrieden."

"Haben verschiedene mobile Elemente im Rahmen einer Displaykampagne für Azubis eingesetzt & waren mit Ergebnissen sehr zufrieden. Höhere Klickraten, Besuchstiefen und Verweildauern in mobile."

"Wenig verbindliche Bewerbungen. Eher nach

"Bis jetzt gab es kaum Response."

"Die Installationszahlen haben die Erwartungen deutlich übertroffen. Sowie die Updatezahlen zeigen ein hohes Interesse an

■ sehr zufrieden ■ eher zufrieden ■ eher unzufrieden ■ unzufrieden

n= 36

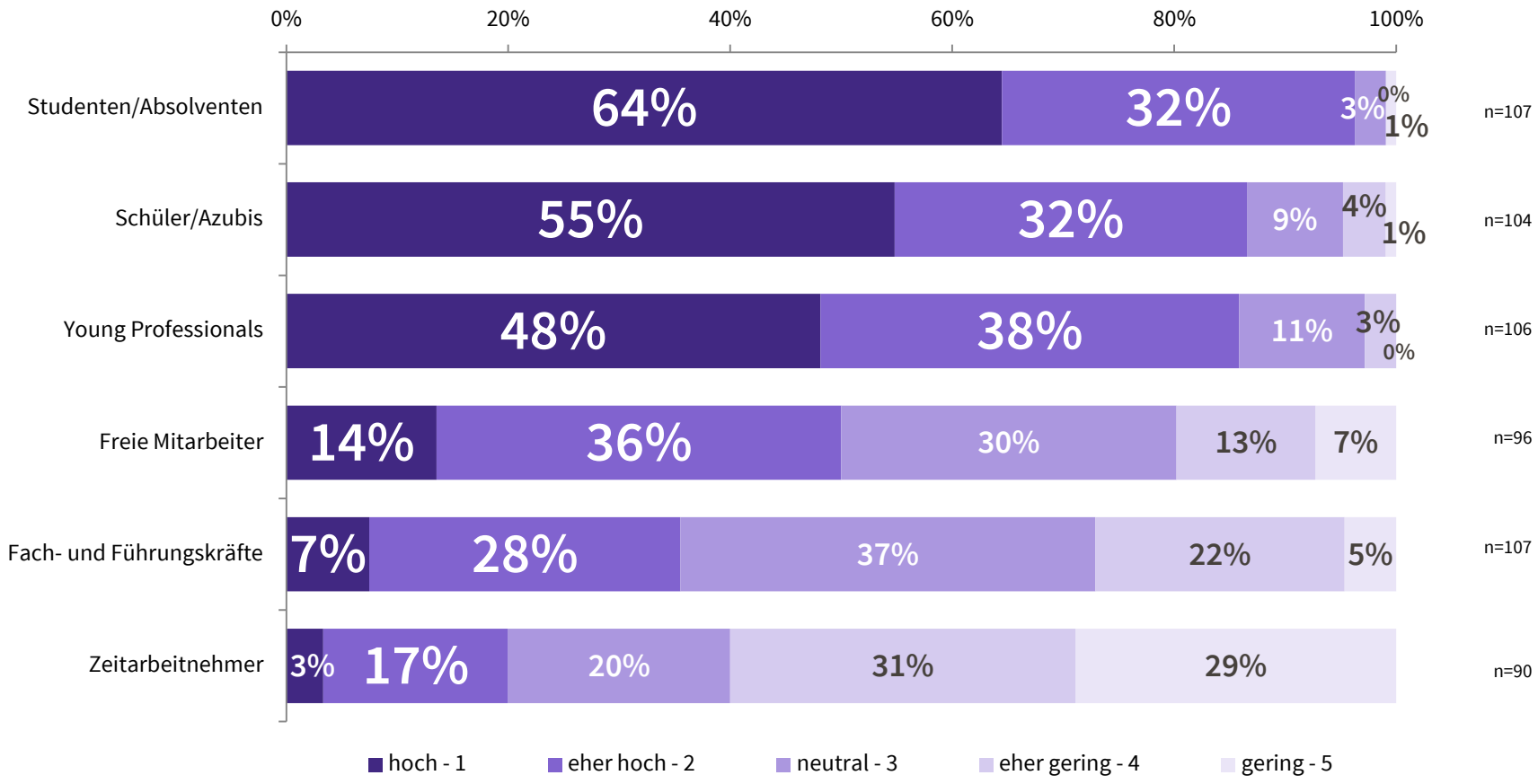
Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall diejenigen Unternehmen, die bereits mobile Anwendungen/Technologien zur Interaktion mit (potenziellen) Bewerbern einsetzen und auf die vorliegende Frage antworteten (n(ja) aus Frage 6 als Berechnungsgrundlage). Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen. Antwortoption "keine Antwort" wird nicht ausgezählt.

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

n= 38

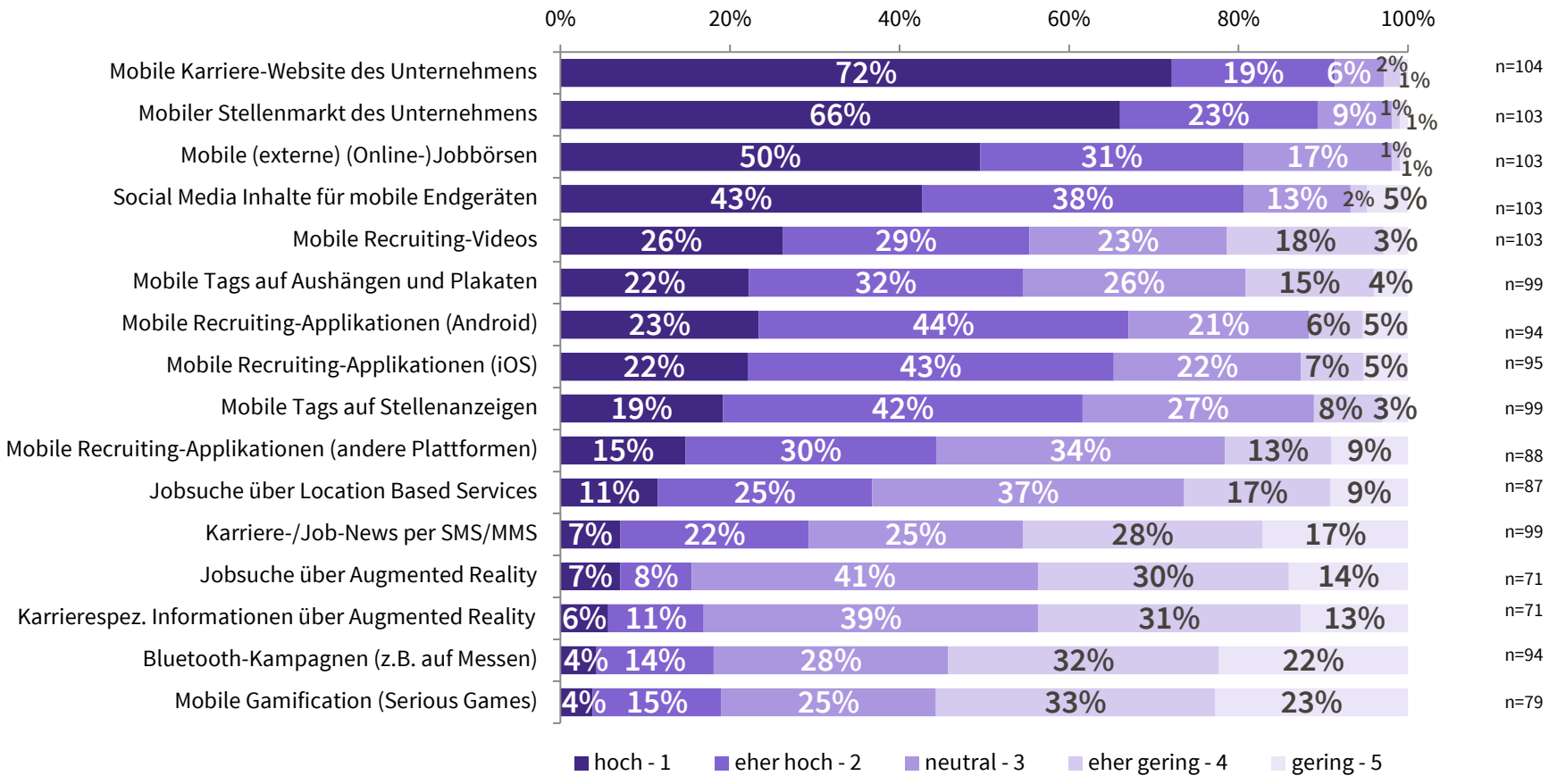
Anmerkungen: Diese Frage ist eine Pflichtangabe, jeder Teilnehmer muss eine Auswahl treffen! Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt in diesem Fall die Unternehmen, die keine mobile Anwendungen/Technologien zur Interkation mit Kandidaten einsetzen(n(nein) aus Frage 6 als Berechnungsgrundlage). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen.

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



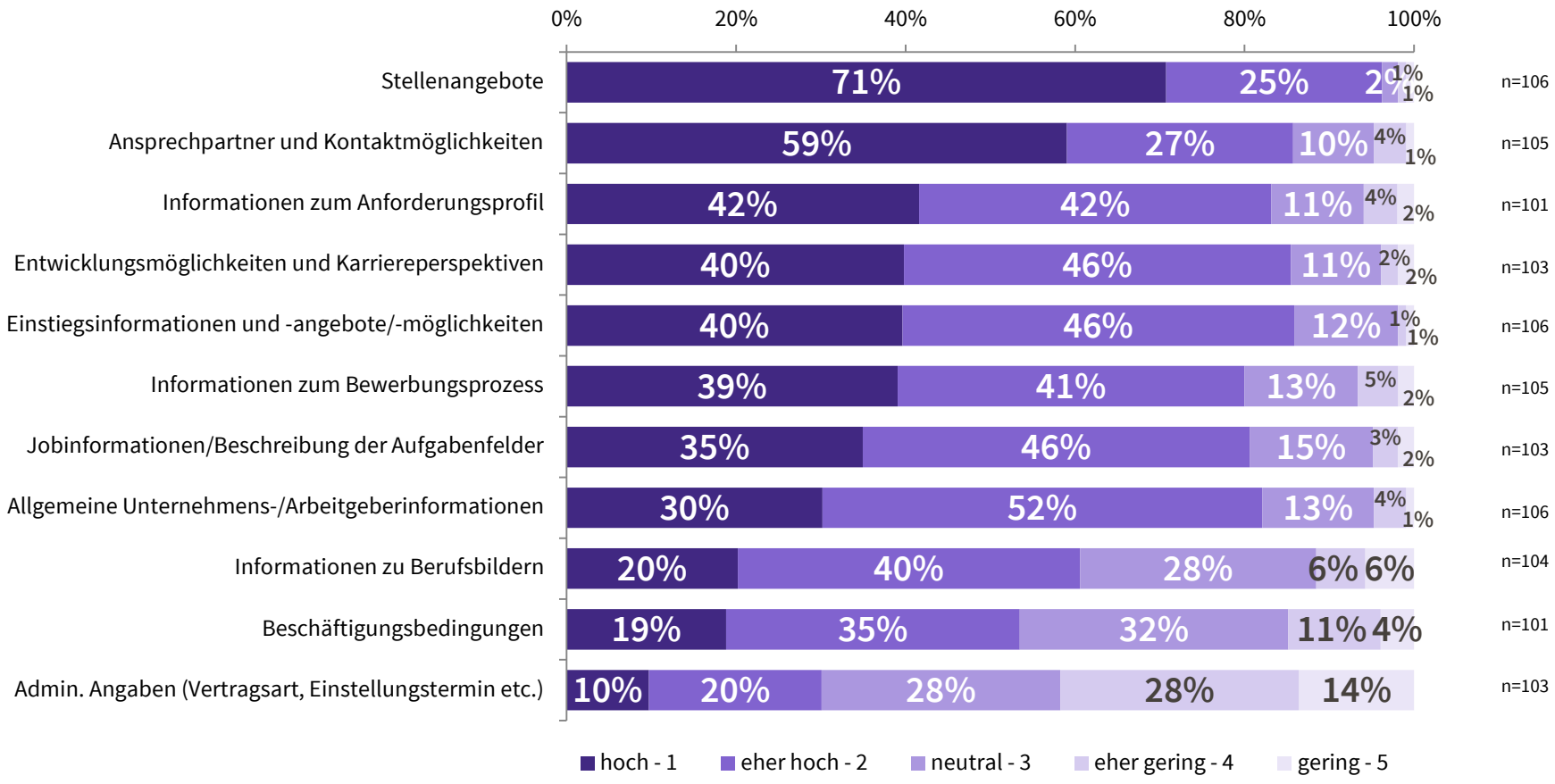

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

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



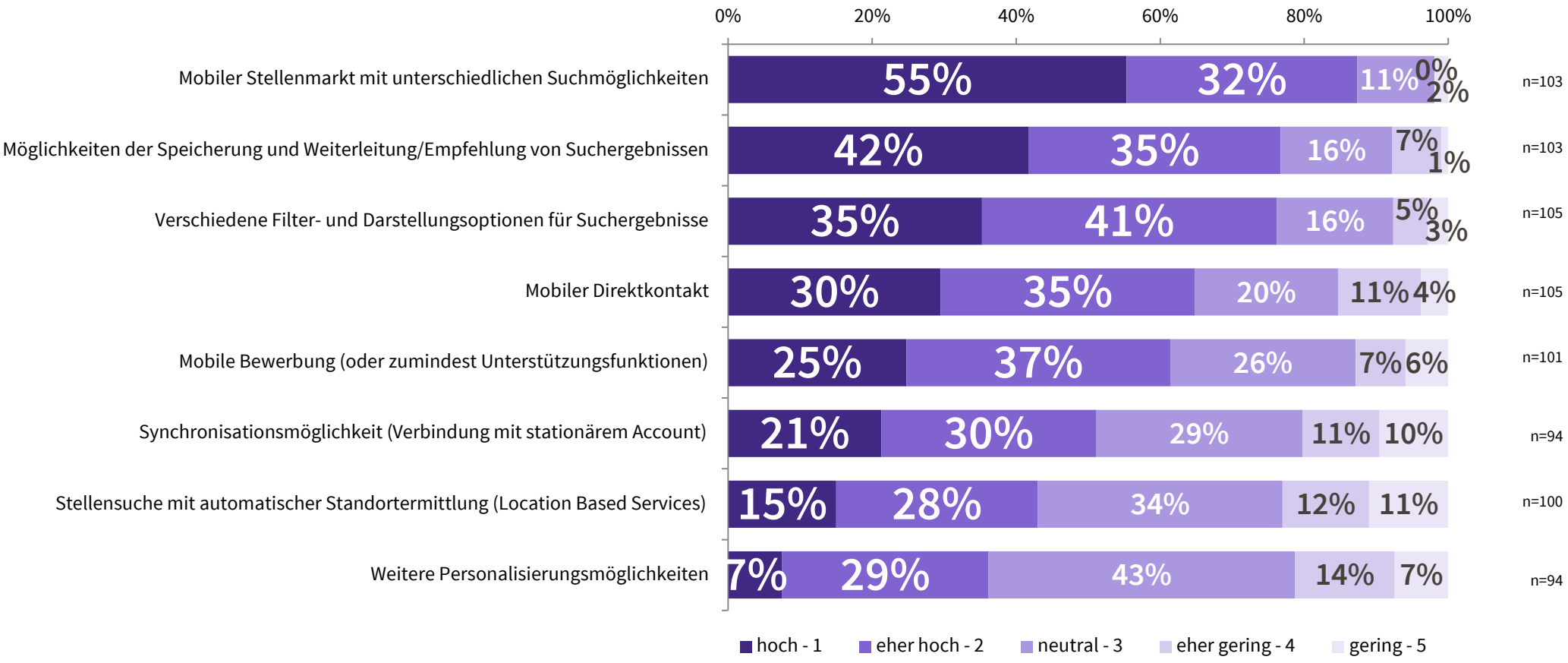

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**42. Welche Bedeutung messen Sie den folgenden Inhalten/Informationen für eine gezielte und zufriedenstellende Bewerberansprache im Rahmen des Mobile Recruitings bzw. Personalmarketings zu?**



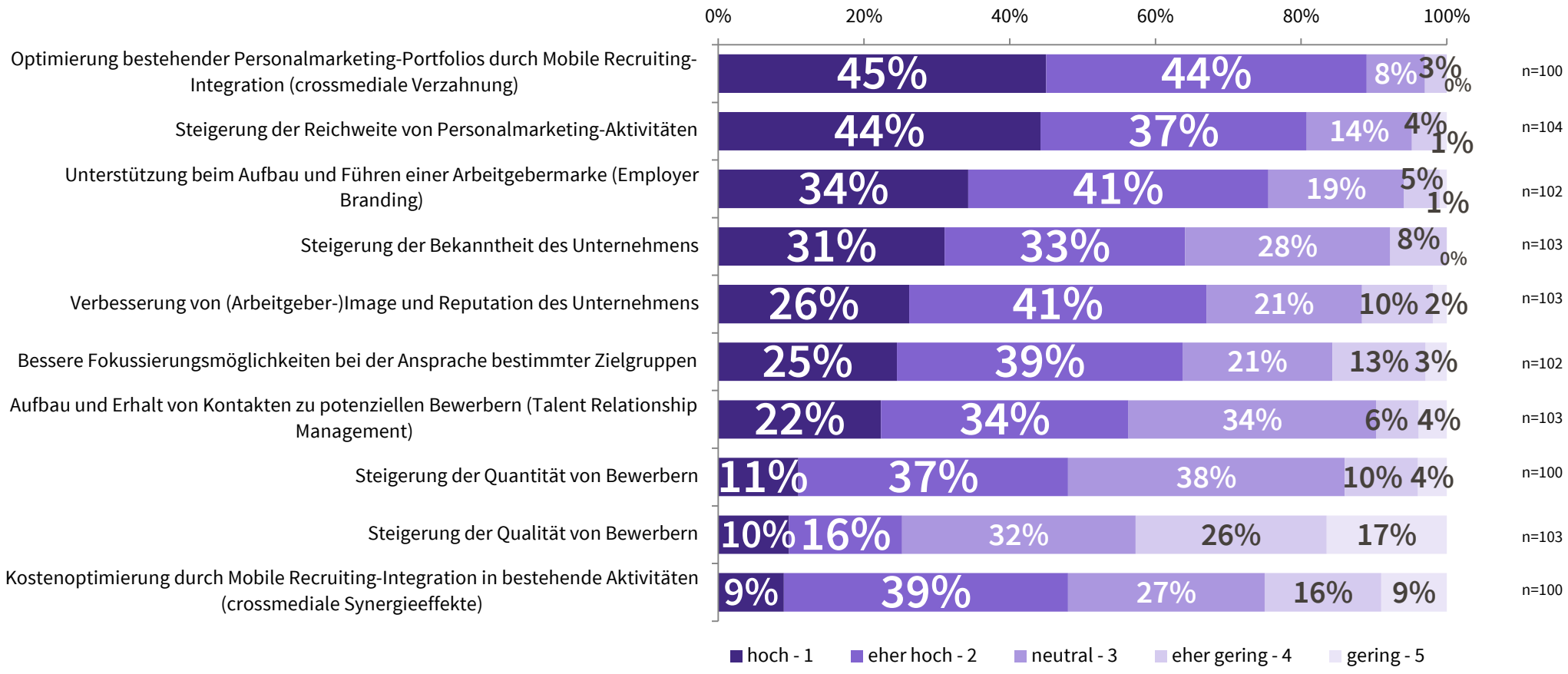

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**43. Welche Bedeutung messen Sie den folgenden Funktionen für eine gezielte und zufriedenstellende Bewerberansprache im Rahmen des Mobile Recruitings bzw. Personalmarketings zu?**



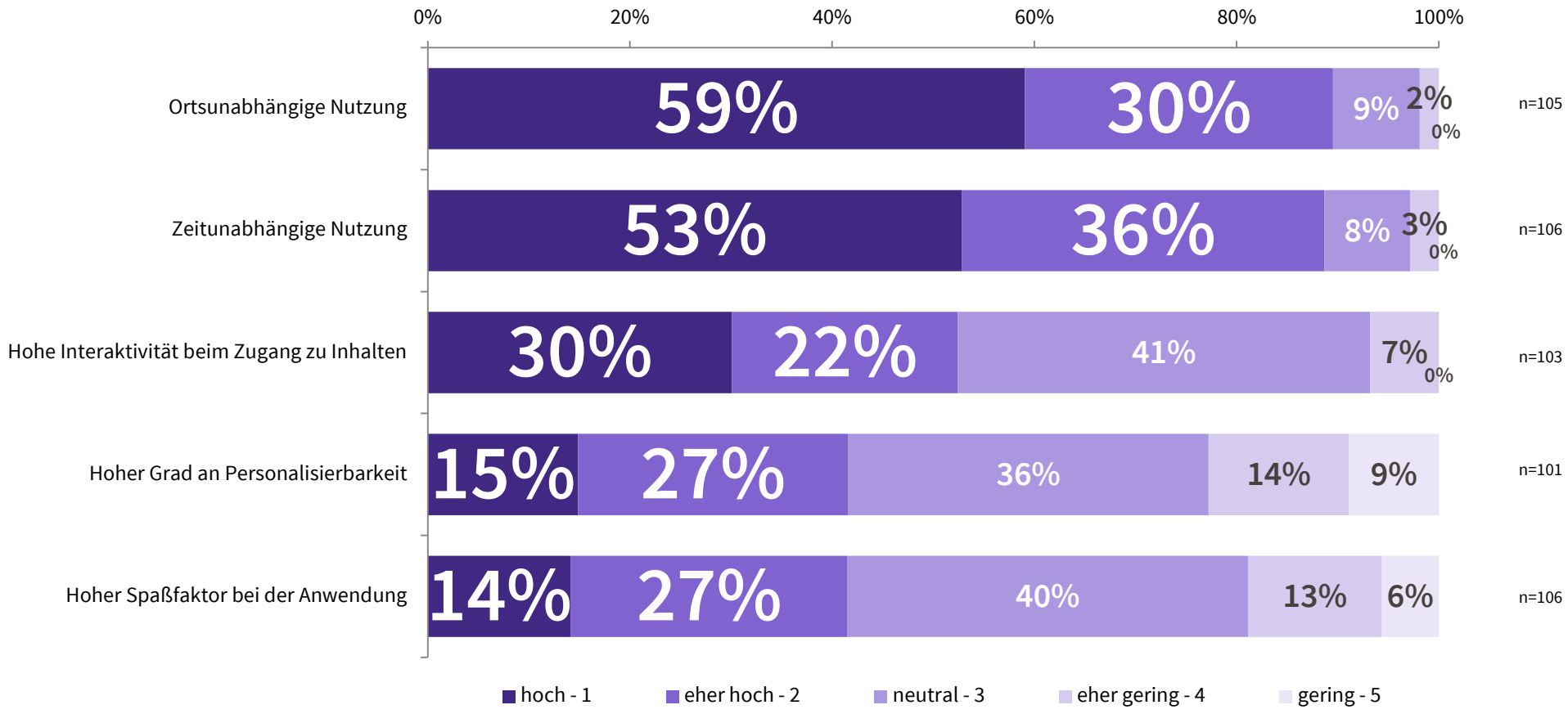

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

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



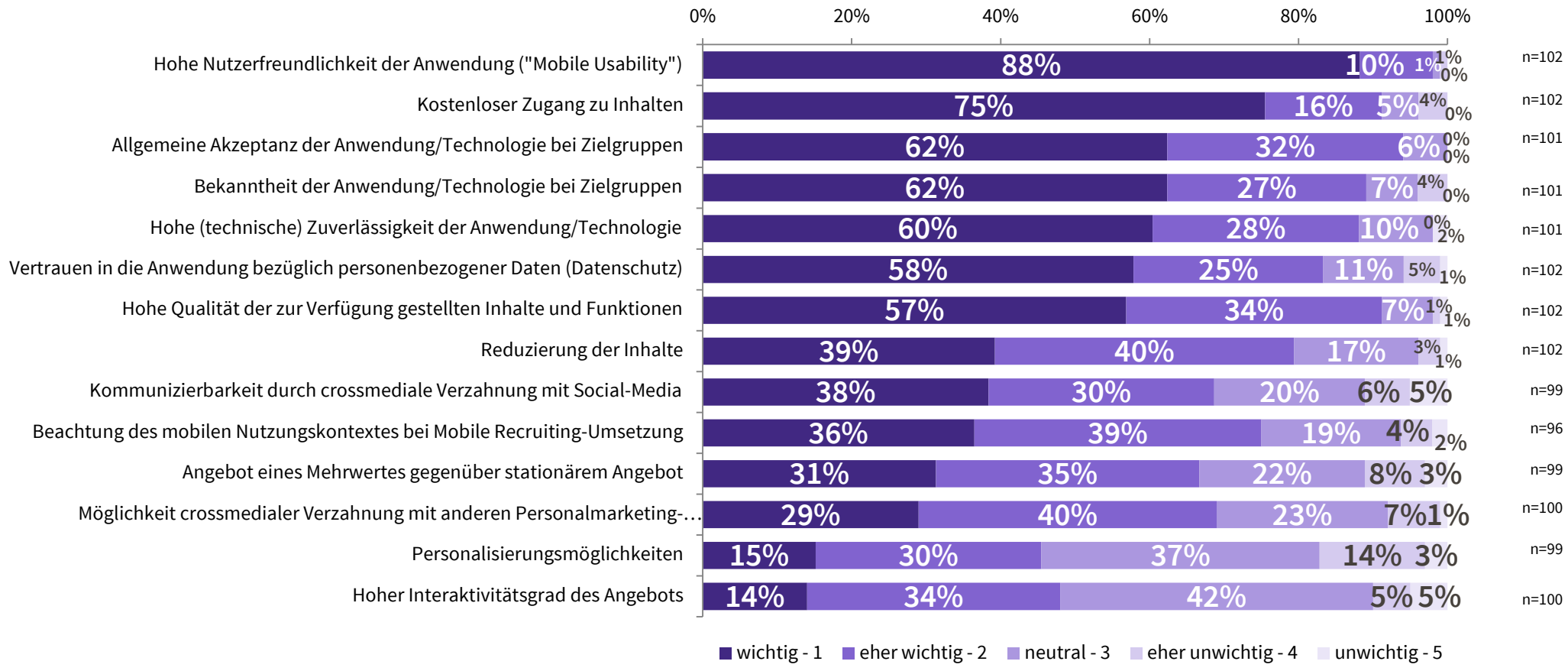

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

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



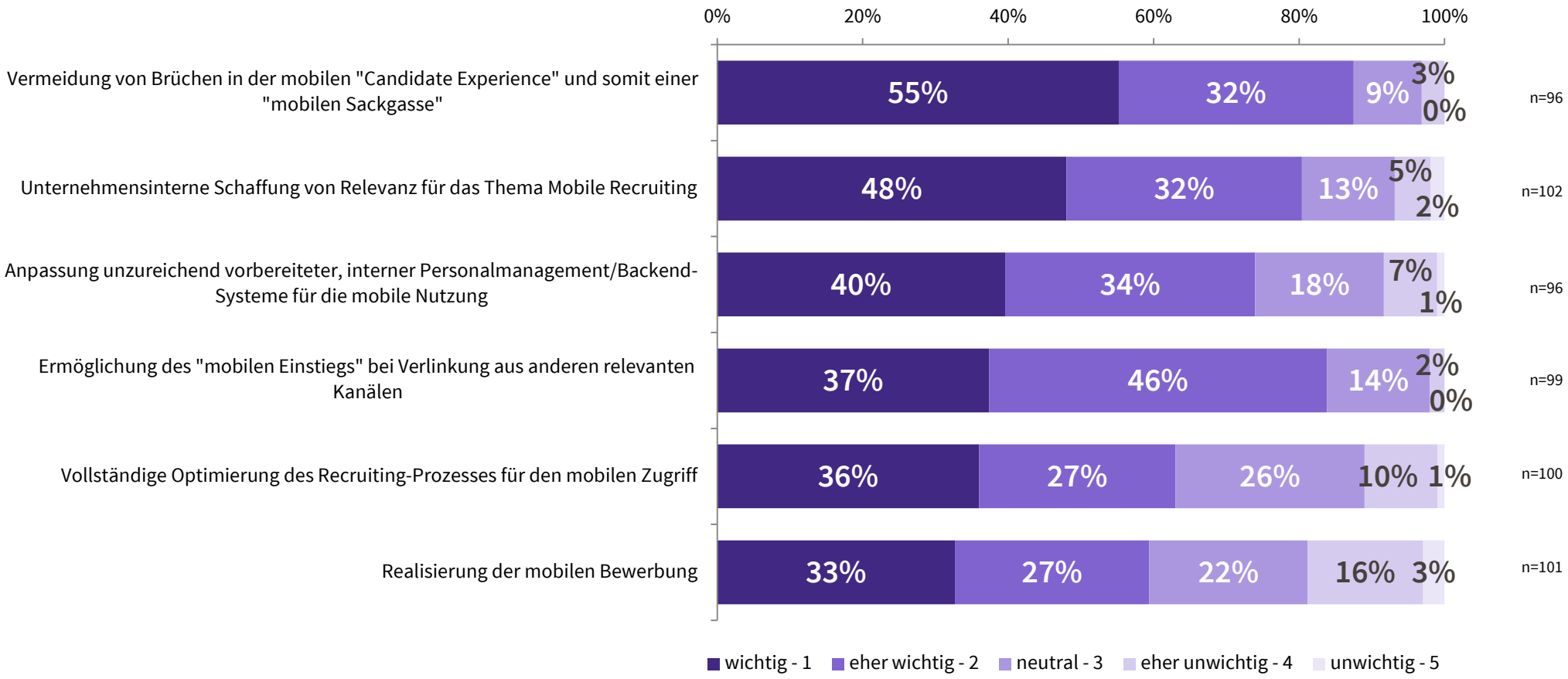

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

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



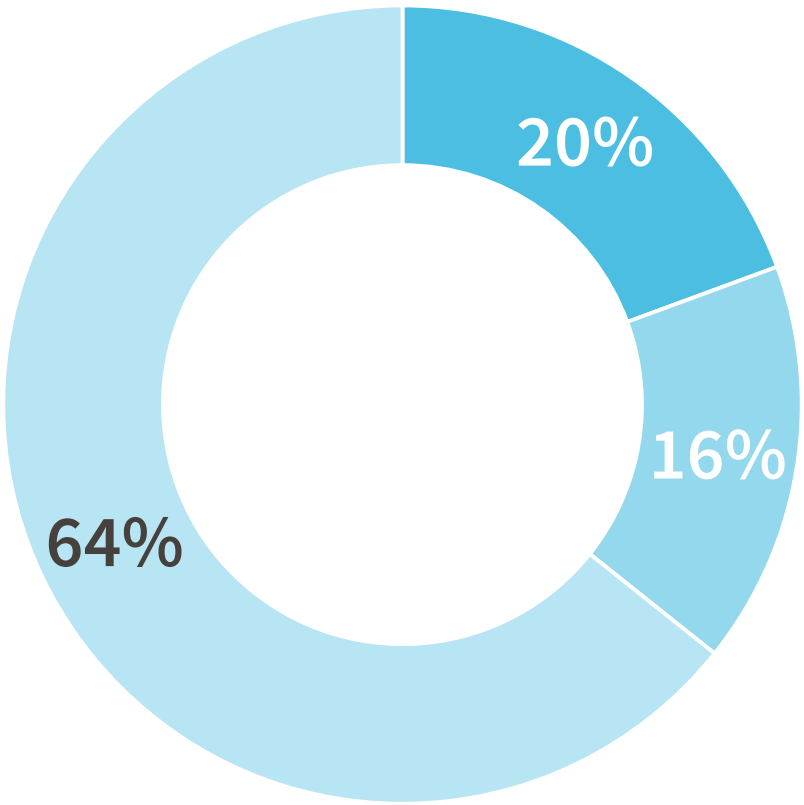

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

## 47. Was sind Ihrer Meinung nach besonders wichtige Herausforderungen für das Mobile Recruiting?




Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**48. Setzt Ihr Unternehmen bereits in anderen Bereichen (abseits Mobile Recruiting) Mobile Media-Technologien im Human Resources Management ein?**

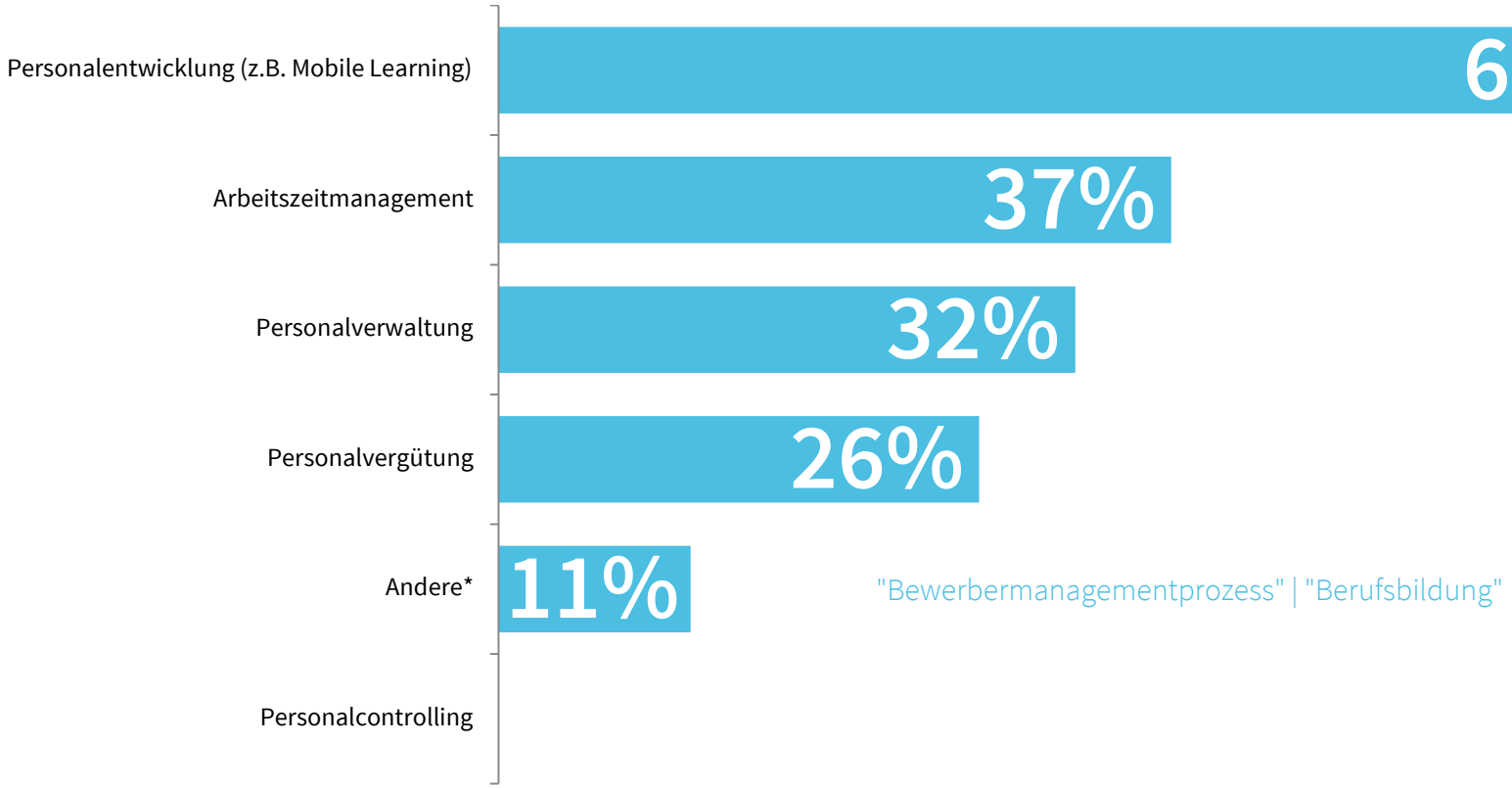



ja | weiß nicht | nein

n= 98

Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n von Frage zu Frage. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

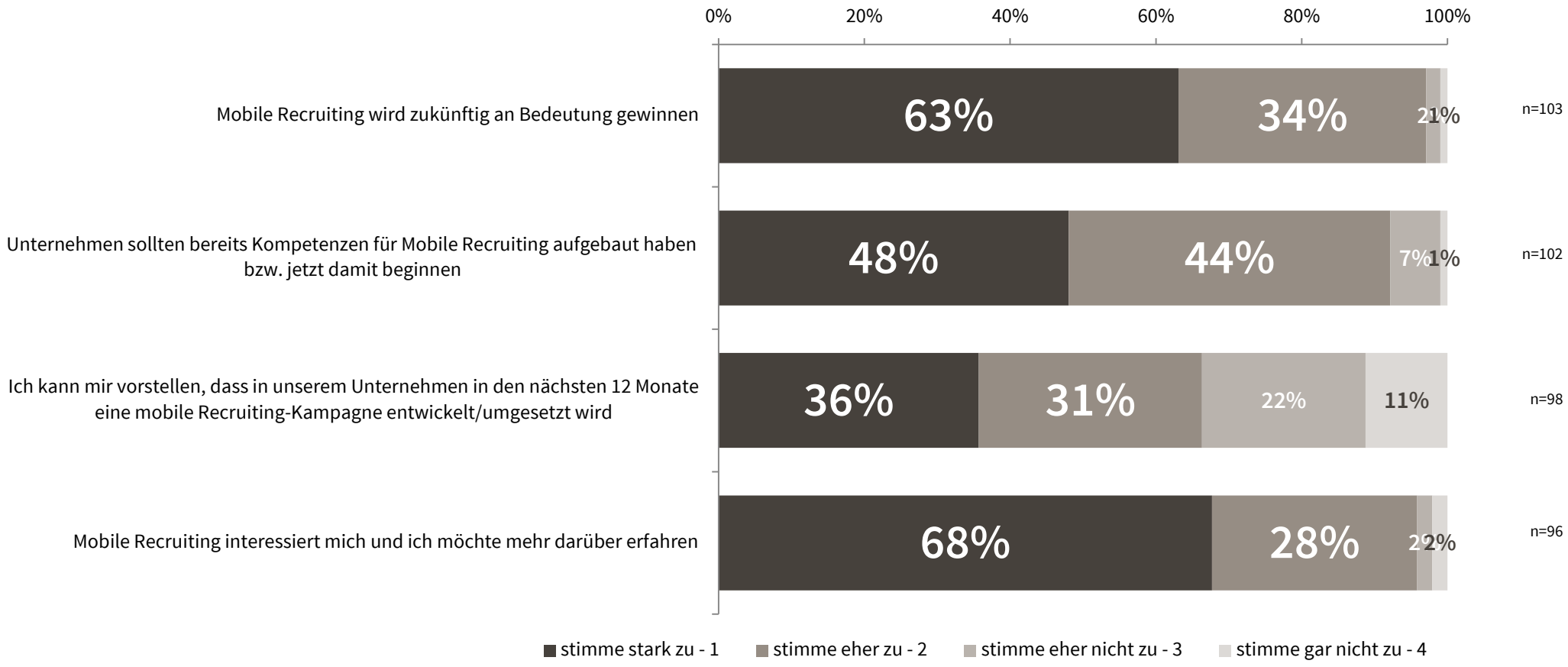
**49. In welchen HR-Bereichen kommen in Ihrem Unternehmen bereits Mobile Media-Technologien bzw. mobile Endgeräte (z.B. in Form von Employee- und Manger-Self-Services für typische HR-Prozesse) zum Einsatz?**




n= 19

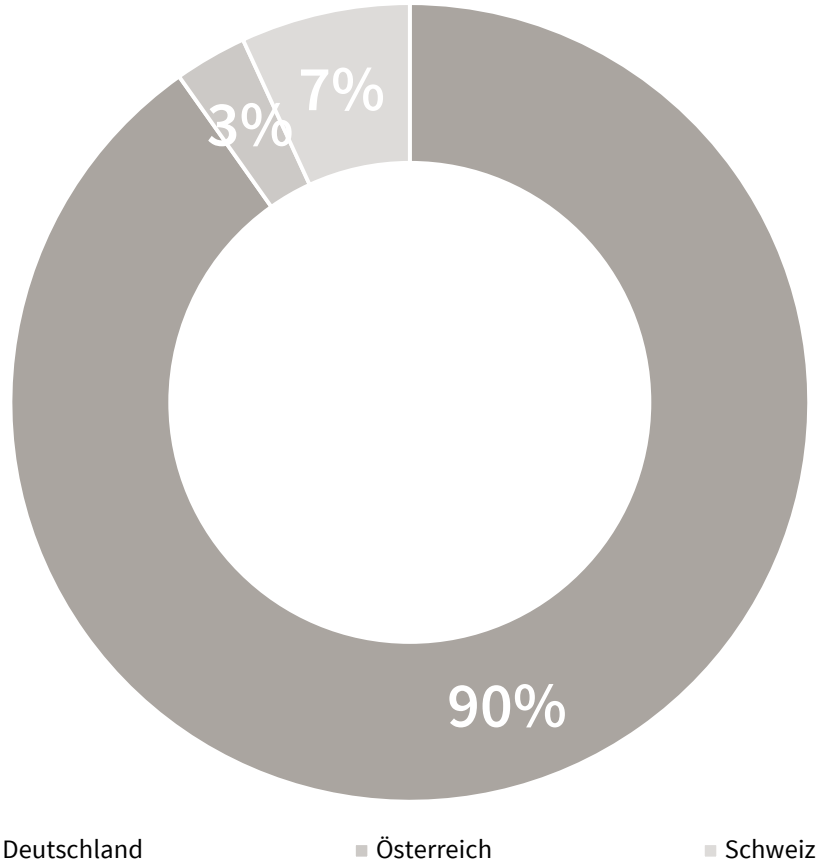
Anmerkungen: Die Darstellung zeigt gefilterte Antworten, n beschreibt diejenigen Unternehmen, die Mobile Media Technologien auch abseites von Mobile Recruiting verwenden (n(ja) aus vorhergehender Frage). Mehrfachnennungen möglich, daher kann Summe aller Teilantworten 100% übersteigen. Falls eine einzelne Teilantwort 100% übersteigt, sind die jeweils gesondert berechneten n aus der Hilfsberechnung anzuwenden. Die Teilantwort "Andere*" ist anhand ihrer Freitext oben integriert.

## 50. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?




Anmerkungen: Antwortoption "keine Antwort/Angabe" wird bei diesem Fragentyp nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, dementsprechend varieren die jeweiligen n der verschiedenen Teilfragen. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

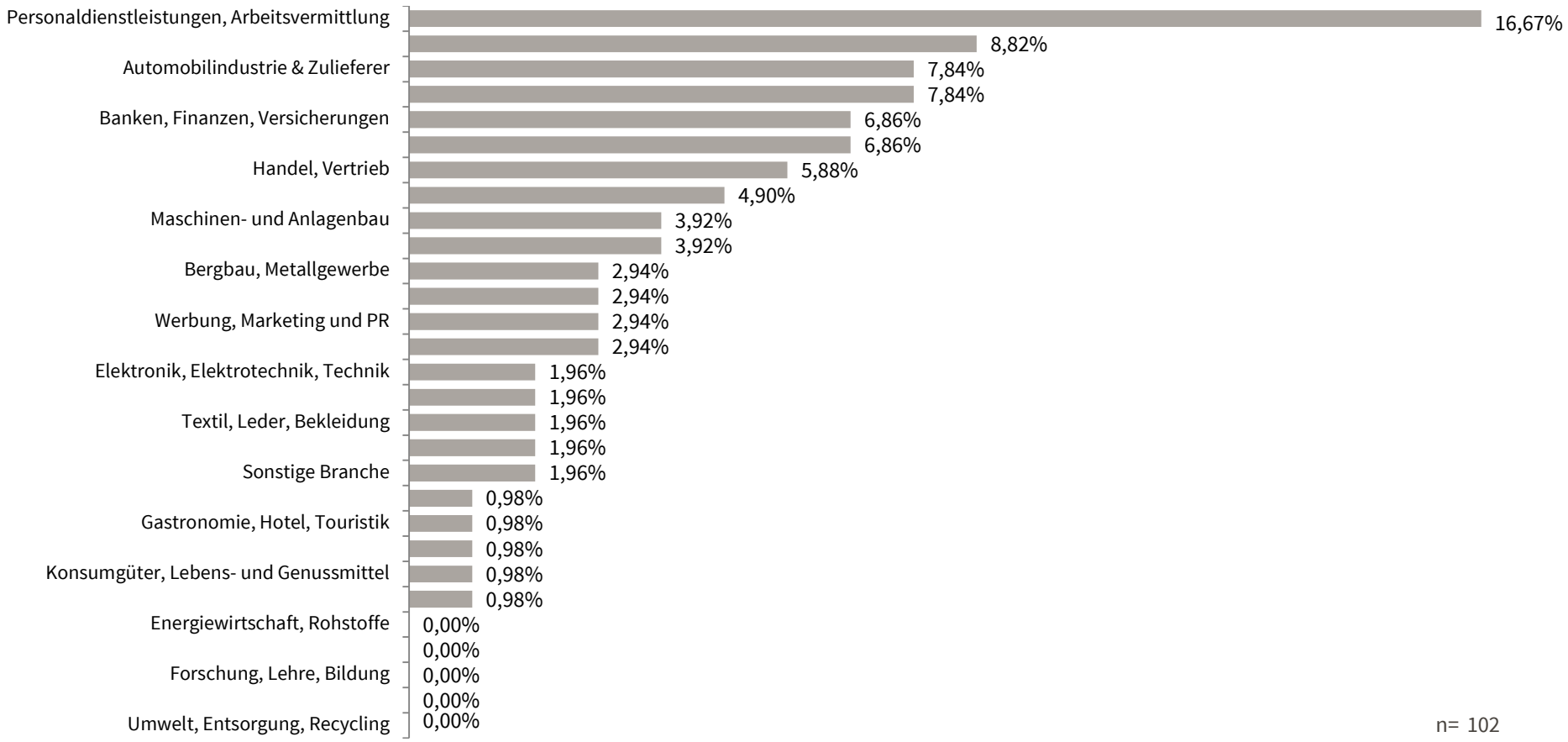
## 51. In welchem Land ist Ihr Unternehmen hauptsächlich tätig?




n= 102

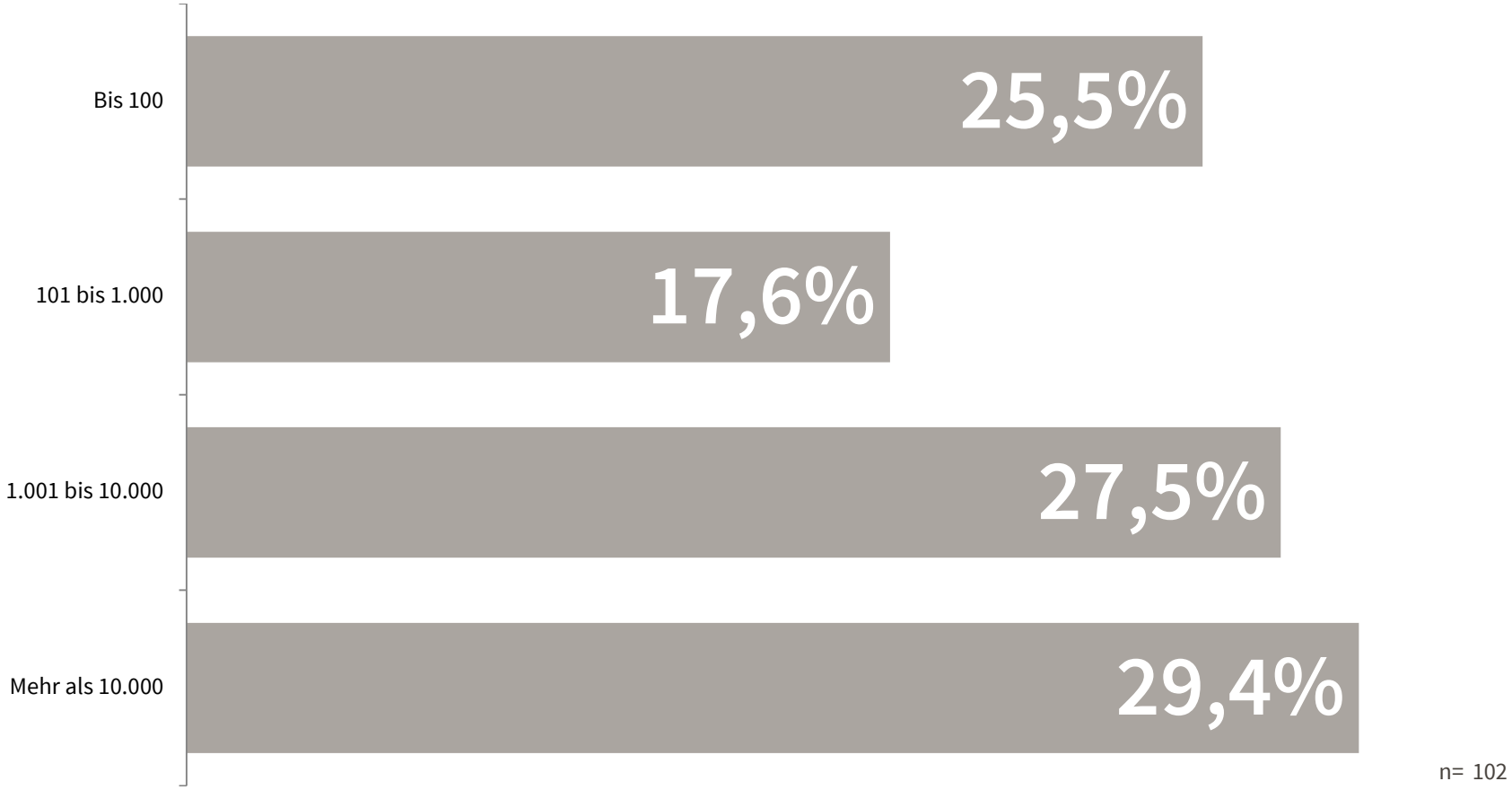
Anmerkungen: Die Antwortoption "keine Antwort" wird nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, daher können die jeweiligen n von Frage zu Frage varieren. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

## 52. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen hauptsächlich tätig?



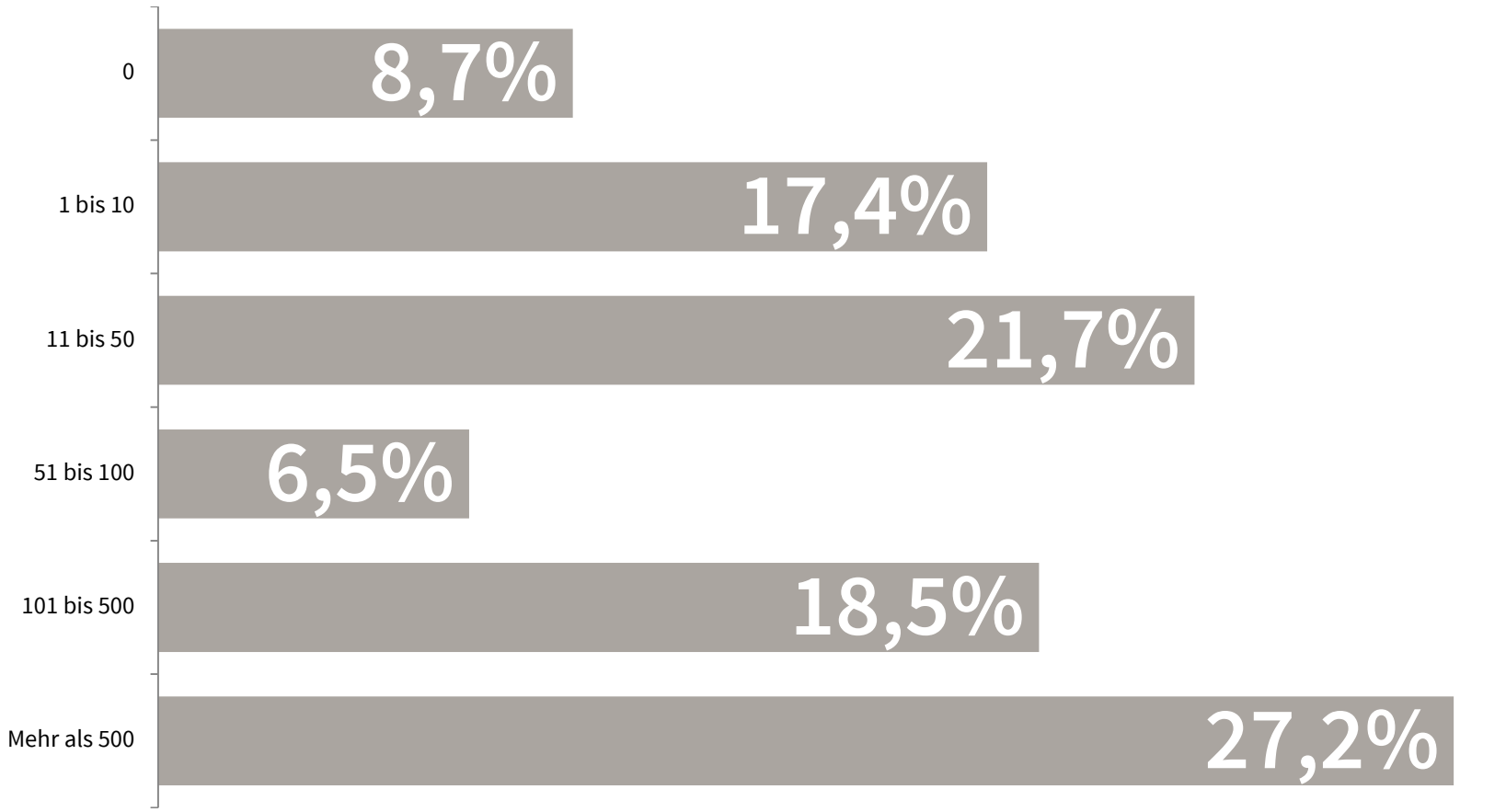

Anmerkungen: Die Antwortoption "keine Antwort" wird nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, daher können die jeweiligen n von Frage zu Frage variieren. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**53. Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?**




Anmerkungen: Die Antwortoption "keine Antwort" wird nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, daher können die jeweiligen n von Frage zu Frage variieren. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

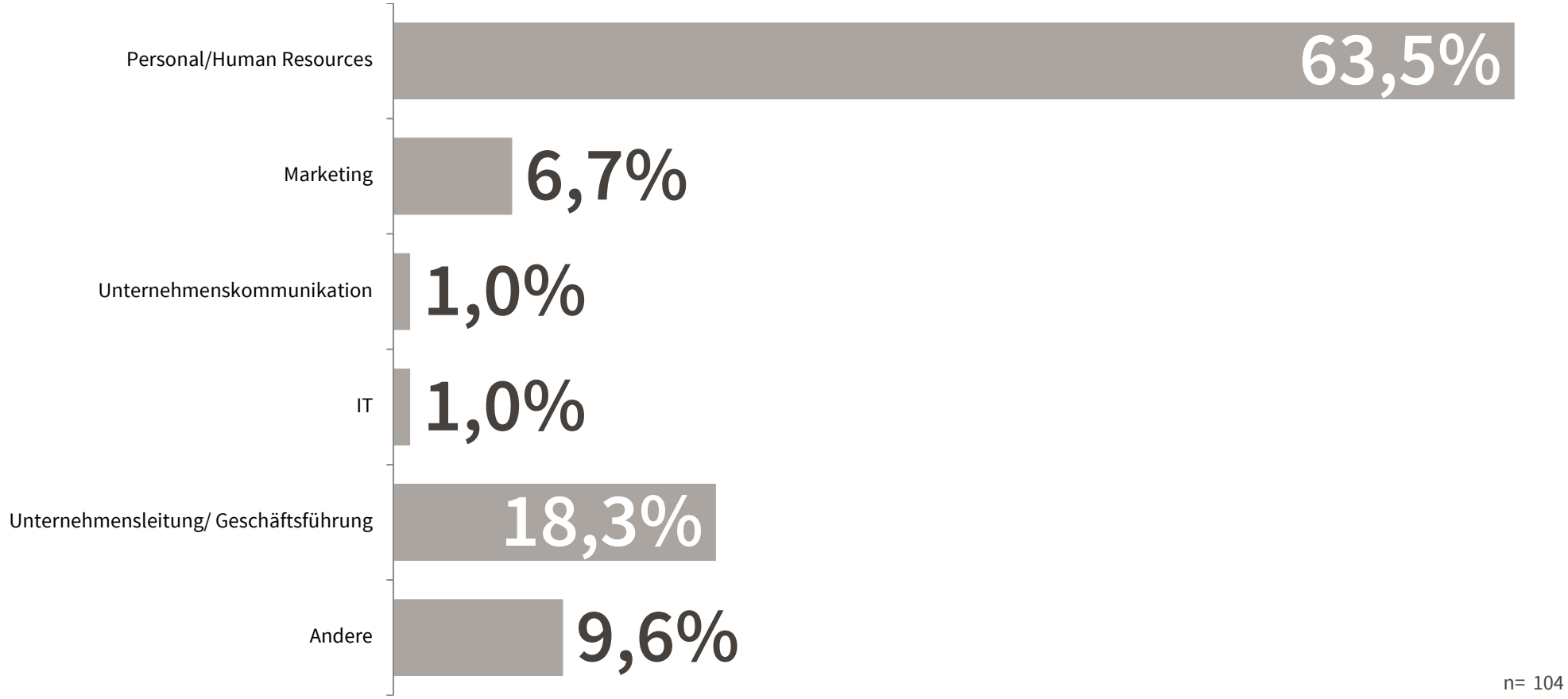
**54. Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen im vergangen Jahr (2012) neu eingestellt?**




n= 92

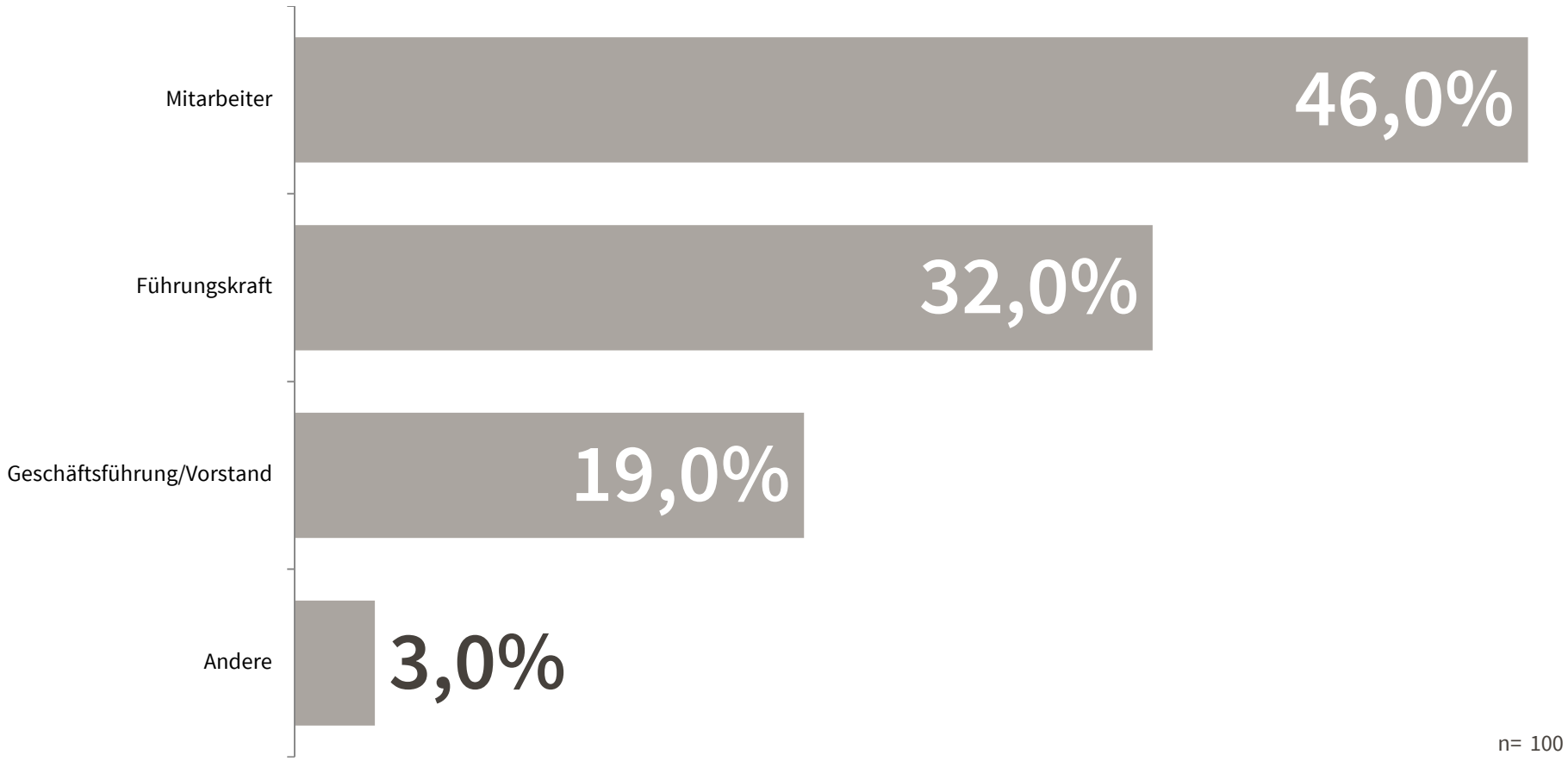
Anmerkungen: Die Antwortoption "keine Antwort" wird nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, daher können die jeweiligen n von Frage zu Frage variieren. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

**55. In welchem Bereich Ihres Unternehmens sind Sie tätig?**




Anmerkungen: Die Antwortoption "keine Antwort" wird nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, daher können die jeweiligen n von Frage zu Frage variieren. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.

## 56. Welche Position haben Sie in Ihrem Unternehmen?




Anmerkungen: Die Antwortoption "keine Antwort" wird nicht beachtet bzw. nicht ausgezählt, daher können die jeweiligen n von Frage zu Frage variieren. Keine Mehrfachnennungen möglich, Antworten summieren sich auf 100%. Rundungsbedingt können die Summen teilweise von 100% abweichen.