

eco Arbeitskreis E-Recruiting
von Prof. Dr. Stephan Böhm

Mobile Recruiting: Gegenstandspräzisierung und Fallstudien

07. Juli 2011

Ausgangssituation

"Hype oder der nächste Schritt im E-Recruiting?"

Gegenstand Mobile Recruiting

Mobile Recruiting stellt eine logische Weiterentwicklung des E-Recruiting unter Verwendung von innovativen Mobile Media-Technologien dar.

Mobile Recruiting:

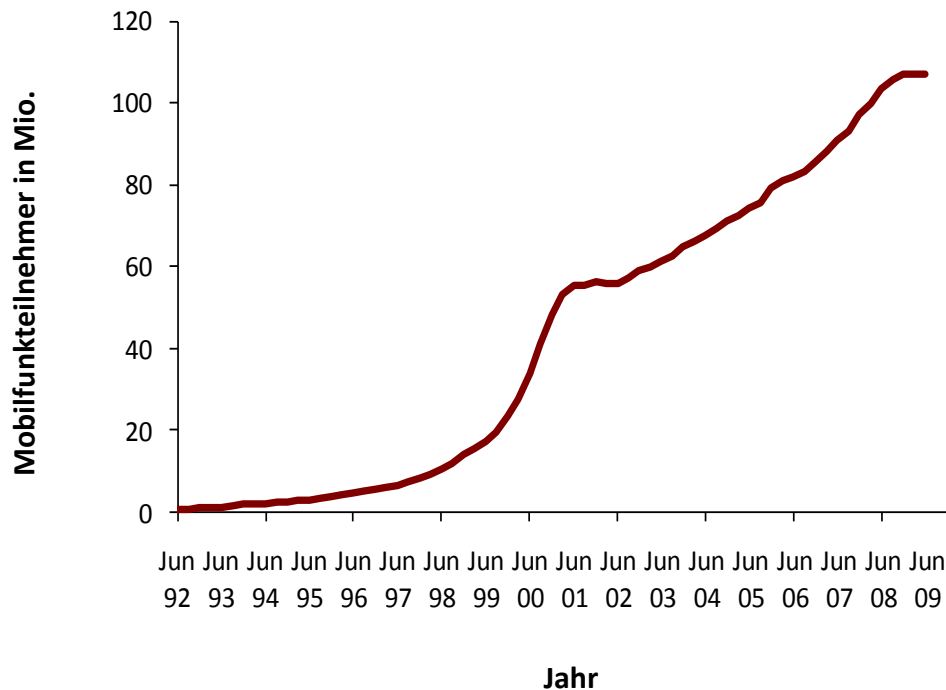
Elektronisch unterstützte Form der Personalbeschaffung

- ... d.h. eine Variante des E-Recruiting,
- ... bei der die Kommunikation mit potentiellen Bewerbern über mobile Endgeräte (z.B. Featurephones, Smartphones)
- ... sowie auf der Grundlage von Mobile Media-Technologien bzw. über (Mobil-)Funknetze erfolgt
- ... und so auch eine Bewerberansprache in mobilen Nutzungssituationen bzw. "unterwegs" ermöglicht.

Verbreitung von Mobilfunkanschlüssen als Grundlage

Wichtige technische Voraussetzungen für die Nutzung von Mobile Recruiting sind eine hohe Reichweite und die Verfügbarkeit breitbandiger Mobilfunknetze.

Entwicklung Mobilfunkteilnehmerzahl in Deutschland



Mobilfunkmarkt Deutschland

- ▶ Im Q2/2009 verzeichneten die deutschen Mobilfunknetze insgesamt 107,2 Mio. Teilnehmer.
- ▶ Damit war (theoretisch) eine Penetrationsrate von 130,7% erreicht (Bezug: Bevölkerung).
- ▶ Schätzungen gehen in Deutschland von etwa 67 Mio. Handynutzern aus (im ersten Quartal 2009).
- ▶ Die maximal erreichbaren Datenraten liegen derzeit in Ballungszentren bei 7,2 MBit/s (im Downlink/HSDPA).

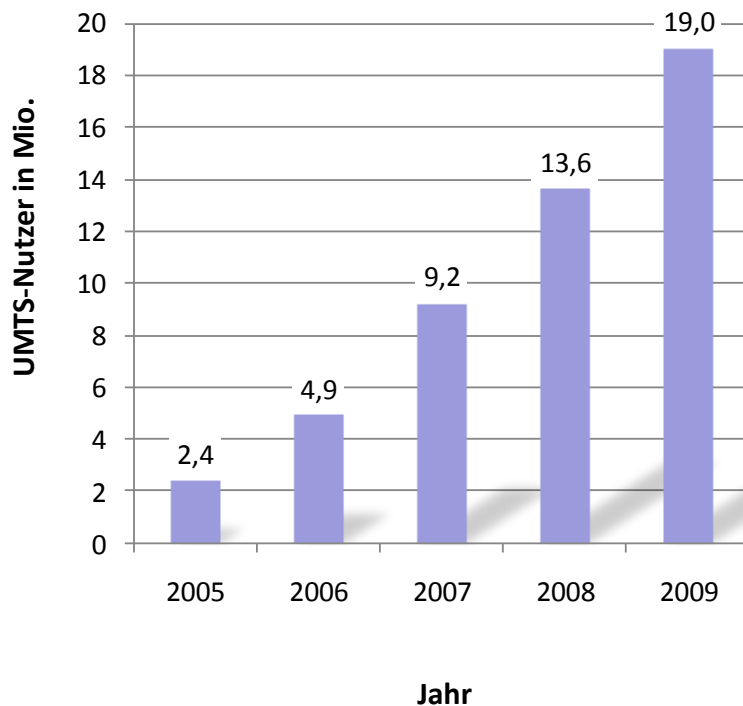
LTE:
>100 MBit/s

Quelle: Bundesnetzagentur 2010; Nielsen Mobile Marketview 2009

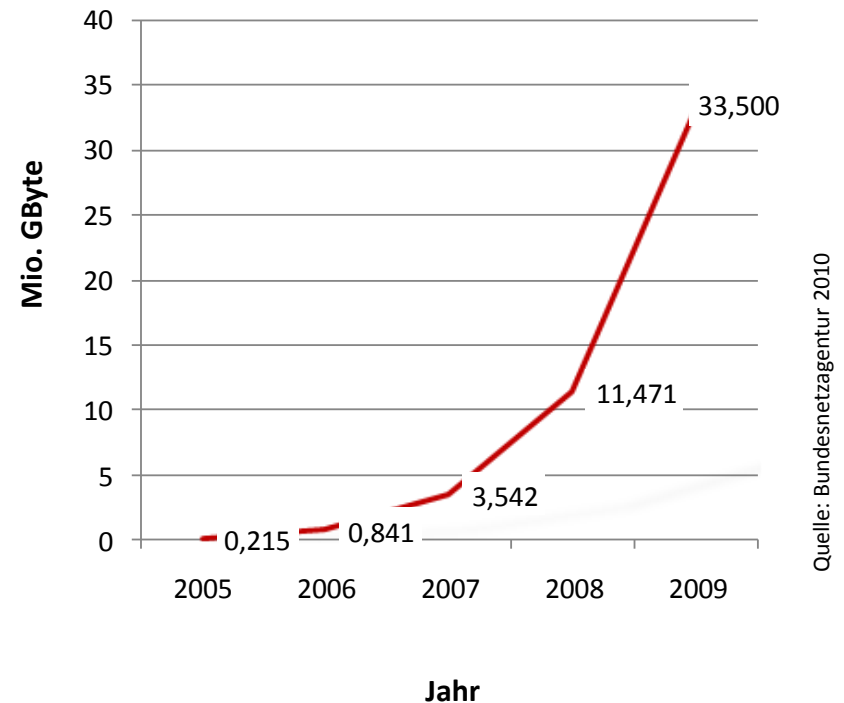
Zunehmende Nutzung von Mobile Data/Mobile Internet

Der Anteil der UMTS-Nutzer sowie das in Mobilfunknetzen übertragene Datenvolumen steigen in Deutschland seit 2005 mit hohen Zuwachsraten an.

Anteil regelmäßiger UMTS-Nutzer
(in Deutschland 2005-2009)



Datenvolumen im Mobilfunk
(in Deutschland 2005-2009)

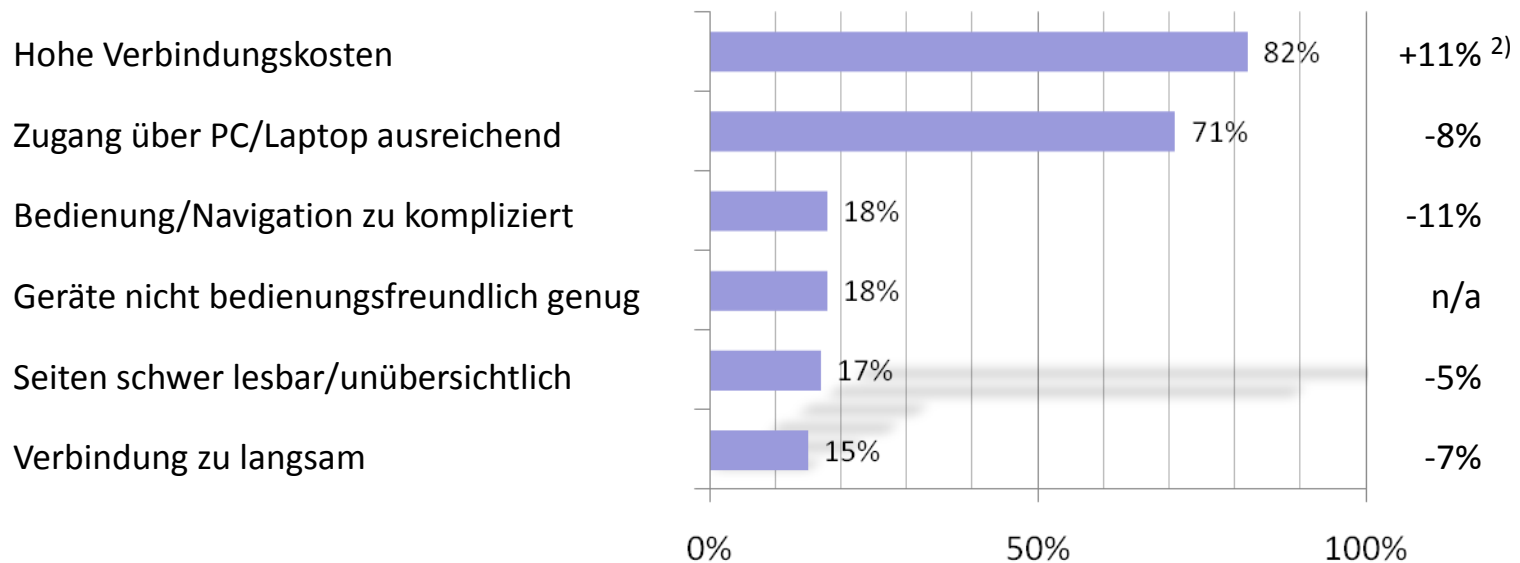


Nutzungsbarrieren für das Mobile Internet in Deutschland

Die Verbindungskosten und auch technische Restriktionen stellen gegenwärtig noch Nutzungsbarrieren für die weitere Verbreitung von Mobile Media dar.

Warum nutzen Sie mit Ihrem Handy bisher nicht das mobile Internet? ¹⁾

(Ausgewählte Befragungsergebnisse, Mehrfachantworten möglich,
Nicht-Nutzer des mobilen Internet, Bezug 2010)

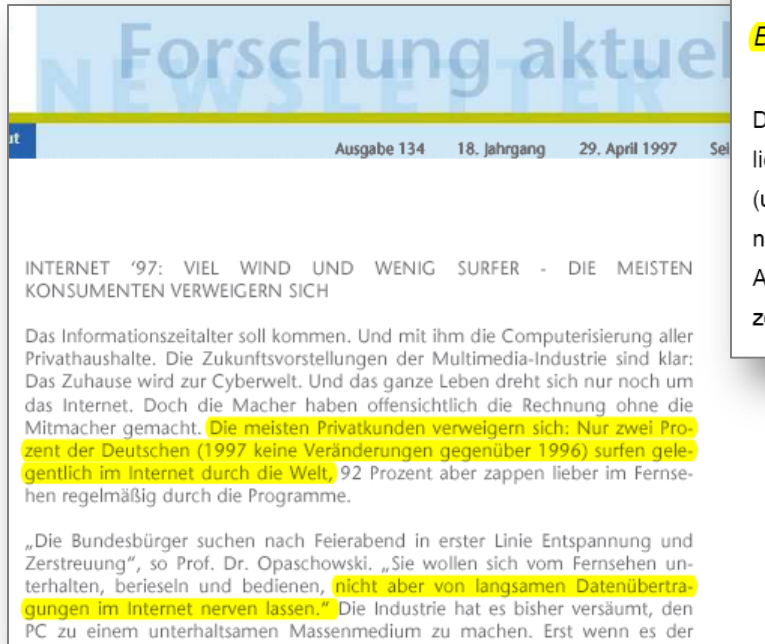


1) N = 2.435 deutsche Internet-Nutzer, 2) Prozentuale Veränderung im Vergleich zu den Studienergebnissen 2008.

Quelle: Accenture 2010

Exkurs: Parallelen zur Entwicklung im PC-basierten Internet/Web

Auch das stationäre Internet war zunächst durch hohe Nutzungspreise, langsame Datenverbindungen und eine noch kleine Nutzerbasis gekennzeichnet.



Quelle: Stiftung für Zukunftsfragen 1997

AG ARD-Multimedia

Beträchtliche monatliche Folgekosten der Onlinenutzung

Die Folgekosten durch die konkrete Onlinenutzung sind ebenfalls nicht unbeträglich: Zusätzlich zur monatlichen Grundgebühr für Onlinedienste und Serviceprovider (und ggf. den nutzungsabhängigen Providergebühren) fallen für den privaten Onli-
neanwender im Schnitt 66,70 DM Telefonkosten pro Monat an. Bei der Hälfte der Anwender liegen die Telefonkosten für Online unter 50 DM pro Monat. Bei 19 Pro-
zent summier

AG ARD-Multimedia

Soziodemographie der Onlinenutzer

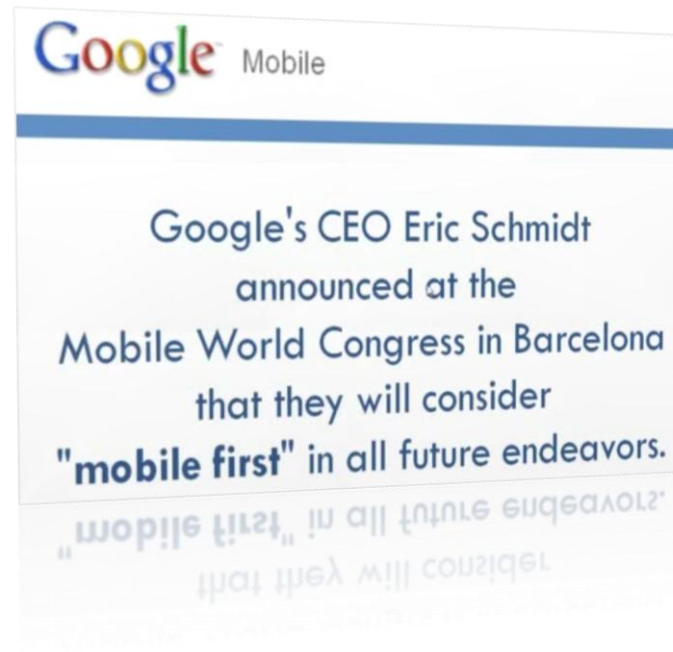
6,5 % der Deutschen ab 14 Jahre - vor allem Männer - nutzen Online-
dienste

4,11 Millionen bundesdeutsche Erwachsene nutzen Onlinedienste. Dies entspricht 6,5 Prozent der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland. Nicht überraschend bei einem neuen Medium ist, daß sich die Struktur der Bevölkerung nicht in der Struktur der Onlineanwender widerspiegelt. Zwei Drittel der Onlinenutzer rekrutiert sich aus dem Segment der 20- bis 39jährigen, womit ihr Anteil doppelt so hoch ist wie das

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 1997

Zukünftige Bedeutung des mobilen Kommunikationskanals

Die zunehmende Bedeutung von Mobile Media wird auch durch die diesbezüglichen Aktivitäten und Strategien von Unternehmen wie Google deutlich („Mobile First“).



Quellen: mmobilemarketing.com, tctechcrunch.files.wordpress.com

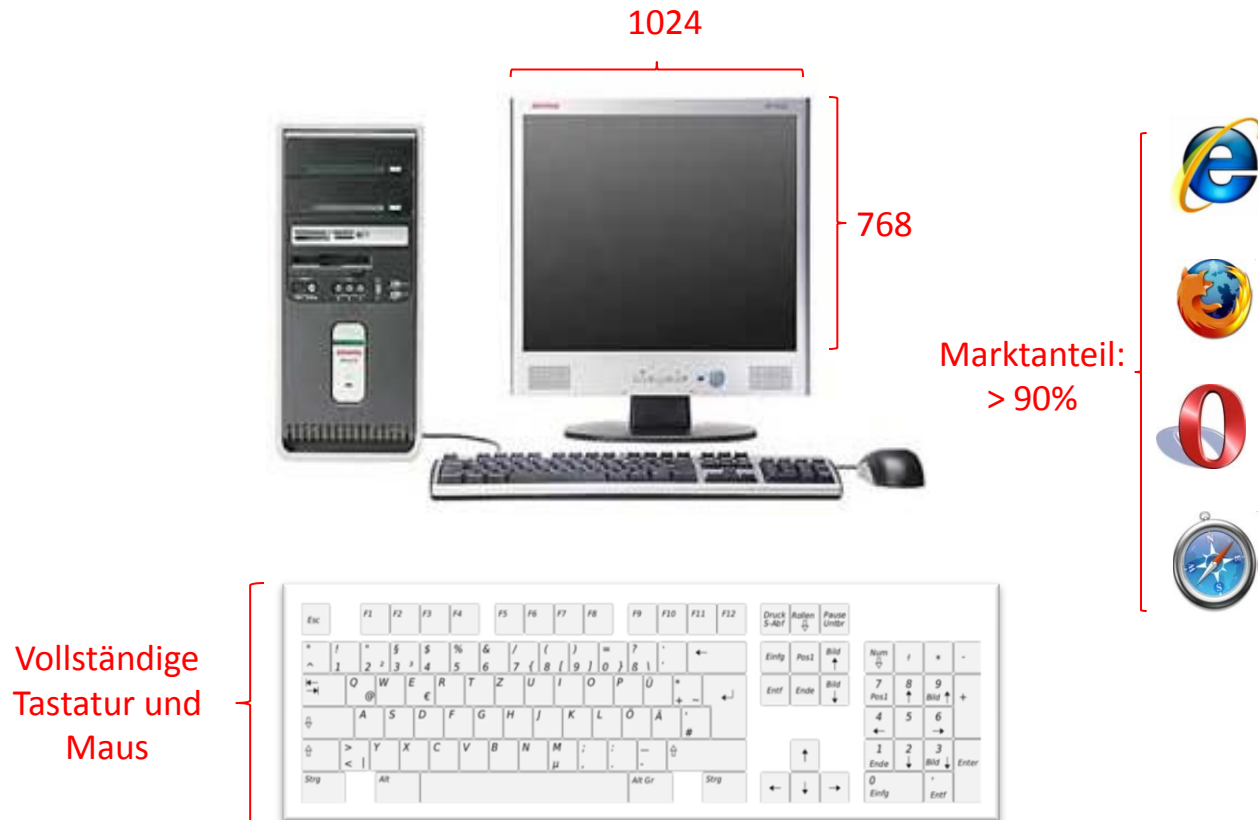
Rahmenbedingungen:

"Was sind Herausforderungen im Mobile Recruiting?"

Ausgangssituation PC-basiertes Web („stationäres Web“)

Das PC-basierte, stationären Web ist durch sehr homogene technische Rahmenbedingungen/Plattformen gekennzeichnet, die bei den Nutzern anzutreffen sind.

Nutzer im
stationären Netz
verwenden i.d.R.
Standardsysteme
(Desktop PC oder
Laptop)



Parallelen und Unterschiede im stationären und mobilen Web

In der Entwicklung von stationärem und mobilen Internet sind Parallelen erkennbar – mit UMTS und Flatrates sind bereits erste Nutzungsbarrieren überwunden.



Wie im stationären Internet, so werden auch mobil die Beschränkungen durch Nutzungspreise und Bandbreite weiter an Bedeutung verlieren ...

aber

... viele Limitationen mobiler Endgeräte (z.B. kleine Anzeige, Tastatur) werden bestehen bleiben.

Dafür bietet das mobile Internet/ Web viele neue Möglichkeiten (z.B. Location Based Services).

Besonderheiten bei mobilen Endgeräten

Bei mobilen Endgeräten ist eine viel größere Zahl von unterschiedlichen Endgeräten mit verschiedenen Eigenschaften und Softwareplattformen anzutreffen.

Große Unterschiede bei Ein- ...



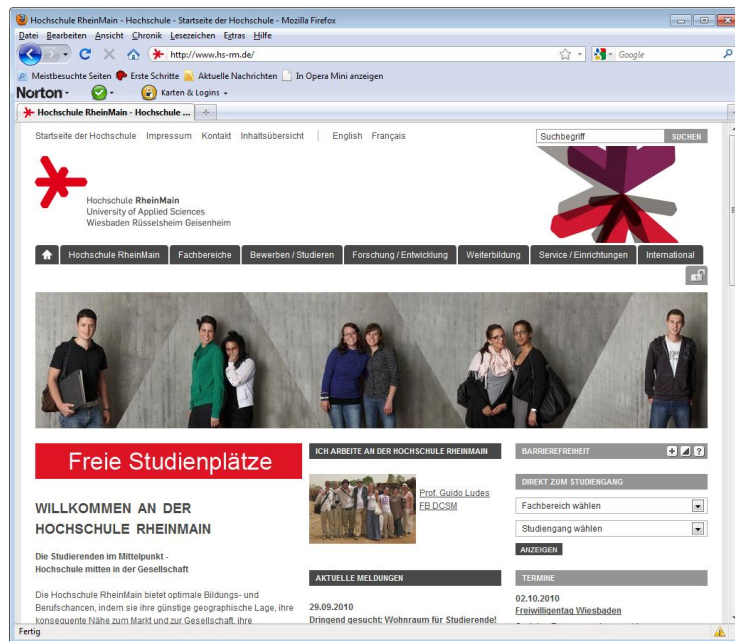
und Ausgabeschnittstellen,



Einschränkungen beim mobilen Web-Zugriff

Gerade bei mobilen Endgeräten älteren Typs ist ein Zugriff auf Webseiten, die nicht für den mobilen Zugriff optimiert wurden, nicht sinnvoll möglich.

Hochschul-Website auf Desktop-Browser

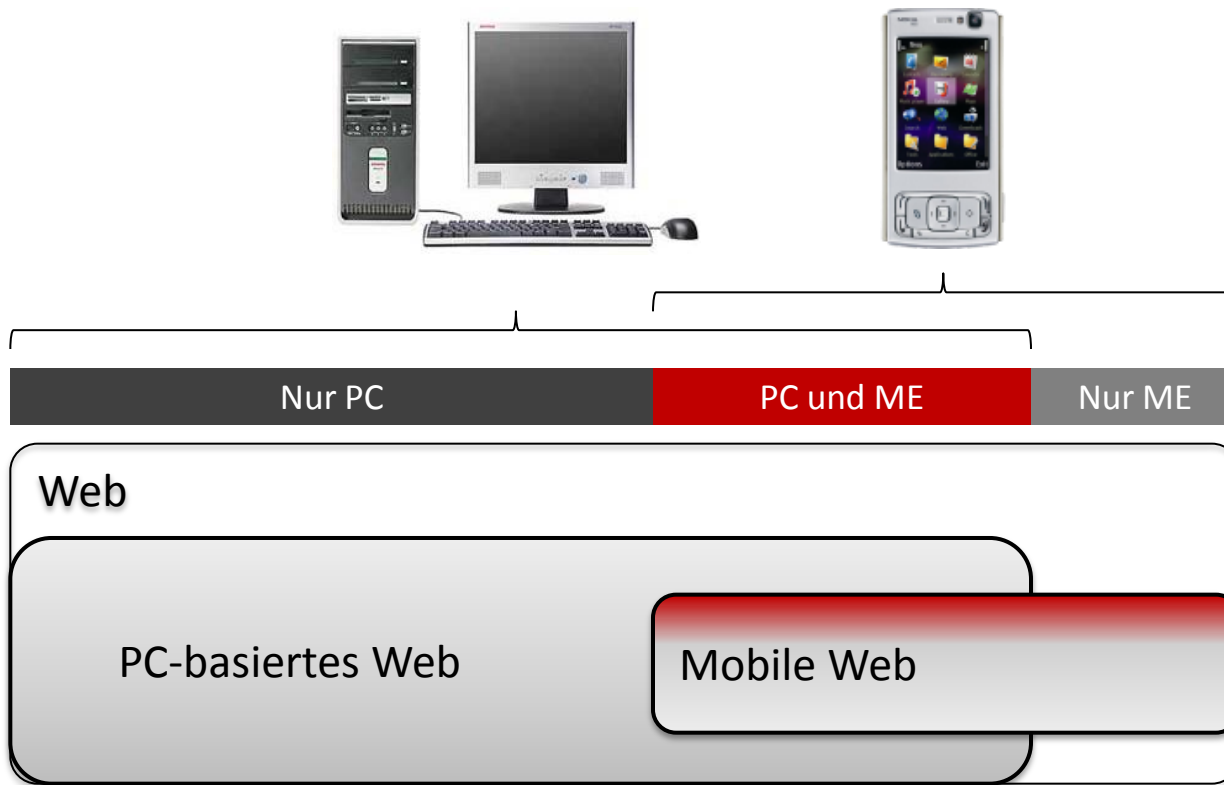


Hochschul-Website auf Sony K750



PC-basiertes Web vs. Mobile Web

Abhängig von Endgerätetyp und -eigenschaften können sich im Mobile Web im Vergleich zum PC-basierten Web Einschränkungen oder Erweiterungen ergeben.



Nur PC: Limitierungen mobiler Endgeräte (ME) beschränken den Zugriff auf Webinhalte.

Nur ME: Neue Funktionen mobiler Endgeräte (z.B. GPS) erweitern den Zugriff auf Webinhalte.

Problem der „Auffindbarkeit“ mobiler Websites

Für den mobilen Zugriff optimierte Websites werden nicht einheitlich gekennzeichnet – entsprechend ist auch ein Zugang über Suchmaschinen aufwändiger.

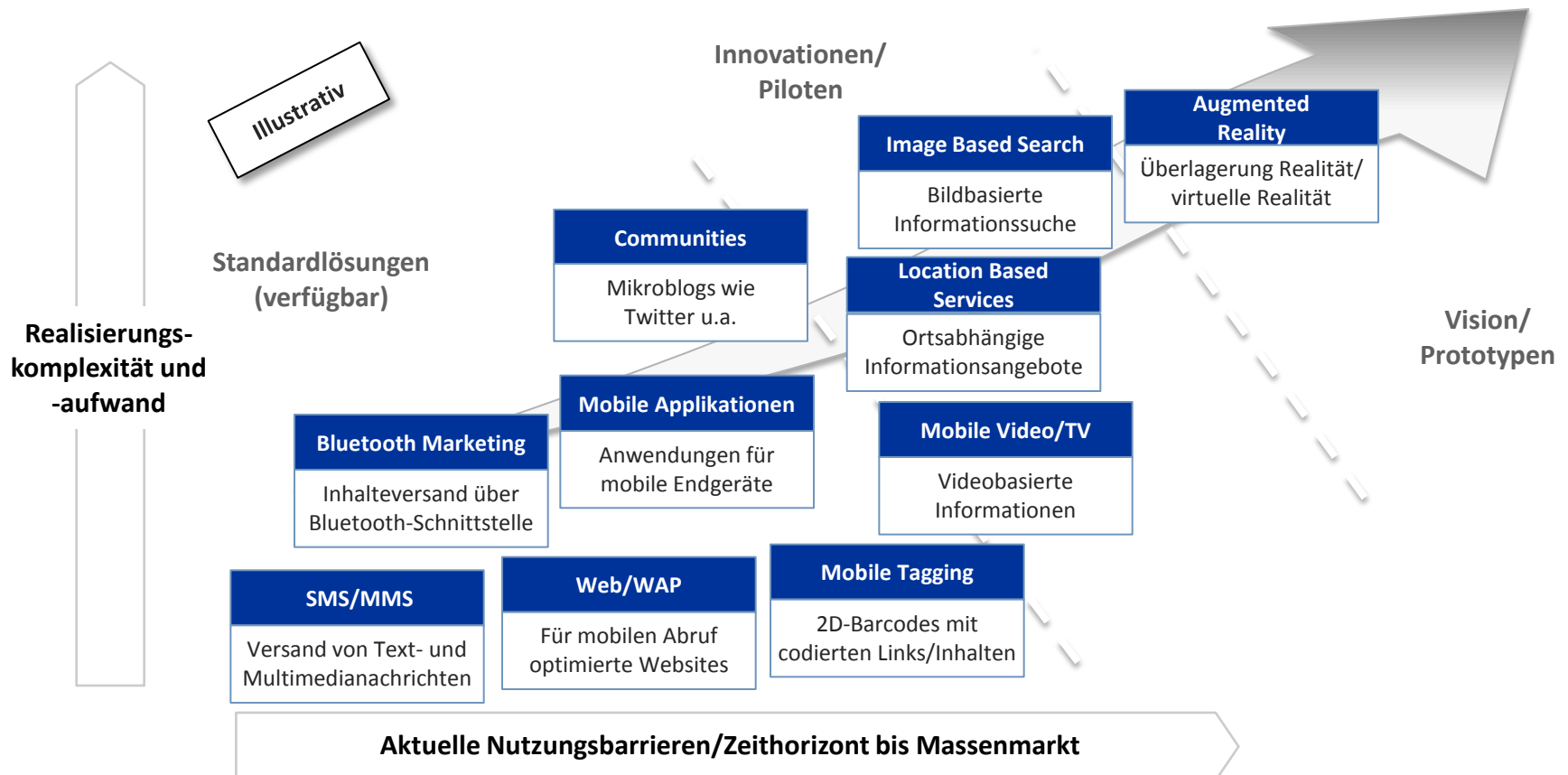


Mobile Websites werden somit auch nicht aufgrund ihrer bloßen Existenz gefunden und genutzt – vielmehr ist eine aktive und besser auch crossmediale Verzahnung und Bewerbung notwendig.

Mobile Recruiting in der Praxis:
"Welche Technologien und Anwendungen gibt es?"

Heutiges und zukünftiges Mobile Media-Technologieportfolio

Mobile Media umfasst ein breites Portfolio an Technologien, die sich allerdings im Realisierungsaufwand und in ihrer heutigen (Massen-)Marktreife stark unterscheiden.



Fallbeispiele: SMS-basierte Stellenvermittlung (1/2)

Abhängig von der Komplexität der zu vermittelnden Stellenangebote lassen sich auch Stellenbörsen über Kurznachrichten realisieren.

Dringend eine Aushilfe gesucht? Jetzt als [Auftraggeber registrieren](#) und Aushilfen per Gratis-SMS benachrichtigen! Aushilfe Gesucht - Aushilfe Direkt

Aushilfe-Direkt.de
SO SCHNELL KANN'S GEHEN

Aktive Benutzer: 5859
Auftrags-SMS: 6453

DU WILLST AUSHILFEN?
Lust auf neue Möglichkeiten Geld zu verdienen? Du stehst auch kurzfristig als Aushilfe zur Verfügung? Springst ein, wo andere abgesprungen sind? Dann bist du [hier](#) richtig...

NEU EXPRESS-SUCHE
DU BRAUCHST SIE?
Aushilfe gesucht eine Aushilfe in abgesprungen abgesagt und der Tür? Dann

Was ist Aushilfe Direkt? Wir bringen die Menschen, die ganz schnell eine Aushilfe suchen, mit den Menschen zu Aushilfe versprechen. **Blitzschnell** per SMS. Rund um die Uhr. 7x24 Stunden. Sofort und immer in der unmittelbaren Umgebung. **Kostenlos** und voll automatisch. Das ist die vollständige **Demokratisierung** der Auftragsvergabe. Aushilfe Gesucht

Pinnwand [wer-kennt-wen.de](#) [twitter](#) [studivz](#)

Dringend eine Aushilfe gesucht? Jetzt als [Auftraggeber registrieren](#) und Aushilfen per Gratis-SMS benachrichtigen! Aushilfe Gesucht - Aushilfe Direkt

Aushilfe-Direkt.de
SO SCHNELL KANN'S GEHEN

Aktive Benutzer: 5859
Auftrags-SMS: 6453

PLZ (Wo wird die Aushilfe benötigt?):

Datum, an dem die Aushilfe vor Ort sein soll:
18 April 2010

Umkreissuche (Luftlinie):
Bitte wählen... km

Einsatzbereich der Aushilfe:
Bitte wählen...

Beschäftigungsverhältnis:
Auswählen

Geschlecht:
Egal

Uhrzeit (Wann soll die Aushilfe da sein?):
(Bitte mind. 30 Min. Vorlaufzeit)
13 : 28 Uhr

Stundenlohn:
Euro Cent Euro

Deine Handy-Nummer:
Vorwahl

Handy-Nummer wiederholen:
Vorwahl

☐ Ich stimme den [AGB](#) und [Datenschutzhinweisen](#) zu.

[Zur Vorschau](#)

Illustratives Beispiel

<http://www.aushilfe-direkt.de/>

Fallbeispiele: SMS-basierte Stellenvermittlung (2/2)

Eine interessante SMS-basierte Recruiting-Lösung wurde vom Royal Court Affairs im Oman entwickelt und im Jahr 2009 mit dem World Summit Award ausgezeichnet.



Zeitbedarf für Stellenbesetzung wurde durch das System von durchschnittlich vier Monaten auf zwei Wochen gesenkt.

SMS text (sample translations)	
تم قبول طلبك مبدئياً سيتم إرسال الرد النهائي لك بعد انتهاء عملية التقييم والفحص والتقييم (الأي، رقم التسجيل.....رمز الوظيفة....)	Your are qualified initially for the vacancy (code), your labor id number is (). You will be updated with the status of your application after the secondary filtering
رقم سجل القوى العاملة غير صحيح	Your labor card # is wrong
عذراً... الوظيفة المطلوبة غير متوفرة	Sorry, the vacancy code you applied for is not valid
عذراً! طلبك غير مستوفي للشروط بسبب الجنسية، إن كان الرد خطأ الرجاء مراجعة وزارة القوى العاملة للتأكد من بيانك رقم التسجيل.....رمز الوظيفة....	Sorry, your application was rejected because of your nationality. If you believe that there is a mistake, review your details at the National registry. Your labor card # is (), your vacancy code is ()
عذراً! طلبك غير مستوفي للشروط بسبب العمر، إن كان الرد خطأ الرجاء مراجعة وزارة القوى العاملة للتأكد من بيانك رقم التسجيل.....رمز الوظيفة....	Sorry, your application was rejected because of your age. If you believe that there is a mistake, review your details at the National registry. Your labor card # is (), your vacancy (code is
عذراً! طلبك غير مستوفي للشروط بسبب التخصص، إن كان الرد خطأ الرجاء مراجعة وزارة القوى العاملة للتأكد من بيانك رقم التسجيل.....رمز الوظيفة....	Sorry, your application was rejected because of your major/specialty. If you believe that there is a mistake, review your details at the National registry. Your labor card # is (), your

Quelle: <http://www.ameinfo.com/194341.html>

Fallbeispiele: Mobile Karriere-Websites

Über mobile Karrierewebsites können einfache Bewerberinformationen, Möglichkeiten zur Jobsuche, aber auch Funktionen zur Direktbewerbung angeboten werden.



<http://mobil.eon.com>



<http://mobil.randstad.de>



<http://mobile.mcstate.com/careers/>

Fallbeispiele: iPhone-Applikationen zur Jobsuche mit Ortsbezug

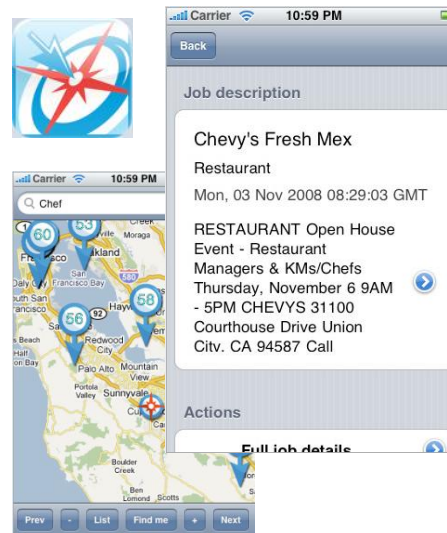
Umfassendere Funktionen sind über Mobile Applikationen zu realisieren – in den USA erschienen bereits 2008 die ersten Apps zur ortsbezogenen Stellensuche.

iJobs



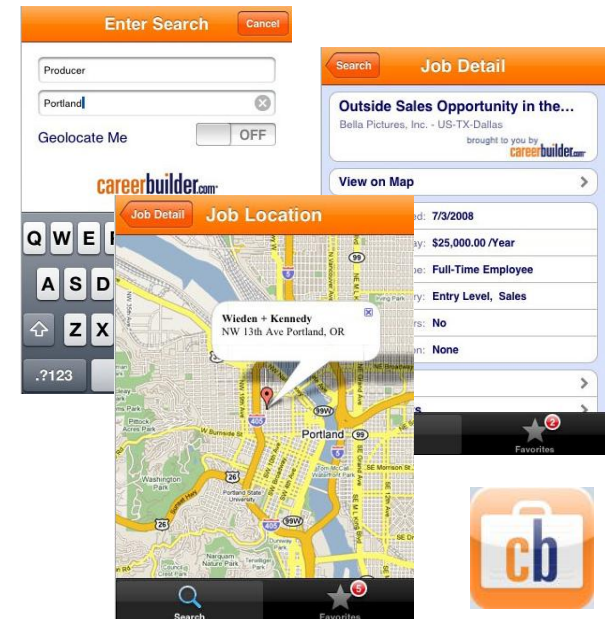
Erschienen: Februar 2009
Preis: 0,99 USD (Software)

JobCompass



Erschienen: November 2008
Preis: Kostenlose Anwendung

CareerBuilder



Erschienen: Juli 2008
Preis: Kostenlose Anwendung

Quelle: Apple iTunes 2009

Fallbeispiele: iPhone-Applikationen in Deutschland (1/2)

iPhone-Applikationen werden nicht nur von Stellenbörsen, sondern in Deutschland inzwischen auch von einzelnen Unternehmen für das Mobile Recruiting genutzt.



Jobs & More (Deutsche Telekom AG)

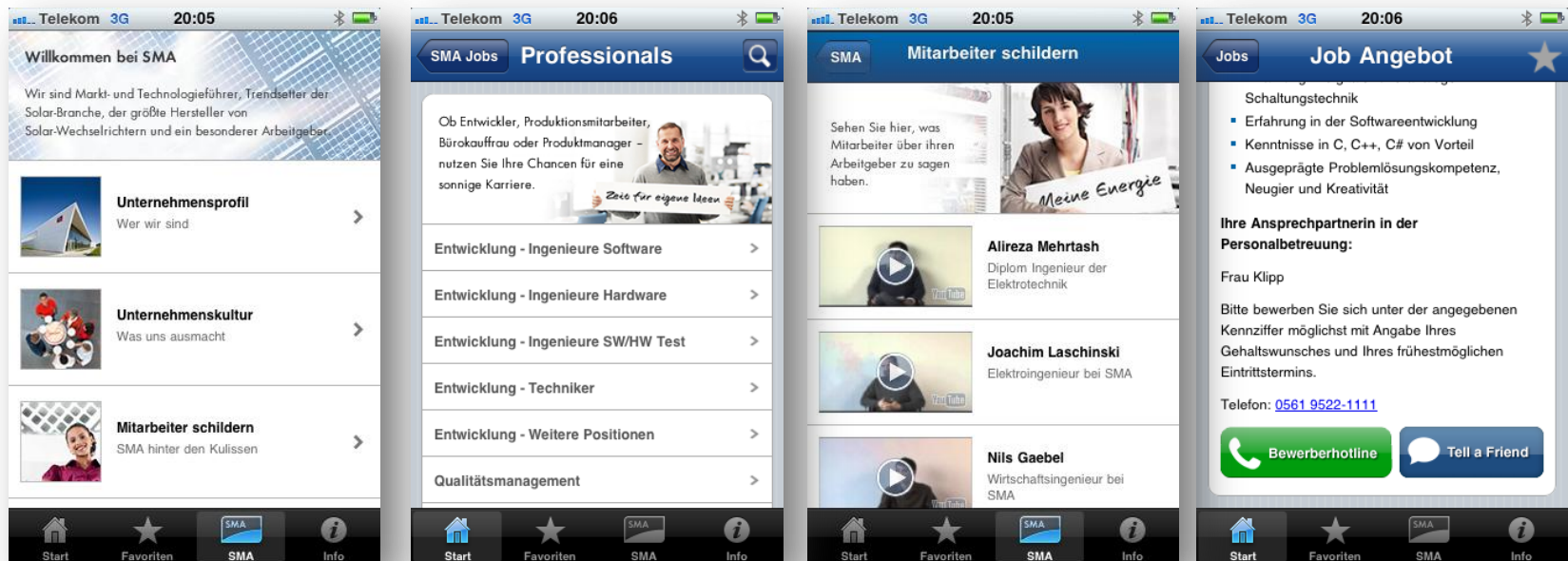


Fallbeispiele: iPhone-Applikationen in Deutschland (2/2)

Diese Apps bieten umfassendere Informationsmöglichkeiten, z.B. durch Mobile Video, die Verzahnung mit Social Media oder direkte Bewerbungs-/Kontaktmöglichkeiten.



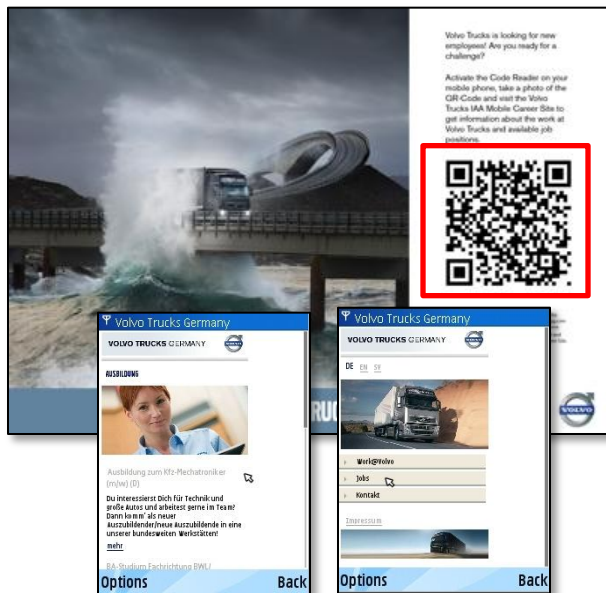
SMA Jobs (SMA Solar Technology AG)



Fallbeispiele: Mobile Tagging-Anwendungen in der Praxis

Erste Anwendungen von Mobile Tagging im Recruiting gehen bereits auf das Jahr 2006 zurück¹⁾ – in 2008 wurden auch in Deutschland verschiedene Kampagnen realisiert.

VolvoTrucks (Apertomove)



Quelle: <http://www.apertomove.de>

Berger Baader Hermes



Quelle: <http://www.bergerbaaderhermes.de>

- 1) Société Générale 2006: Société Générale first to utilise mobile tag technology as an employee recruitment tool. Online-Quelle: <http://www.abaxia.com/docs/data/news/008-Societe-Generale.pdf>

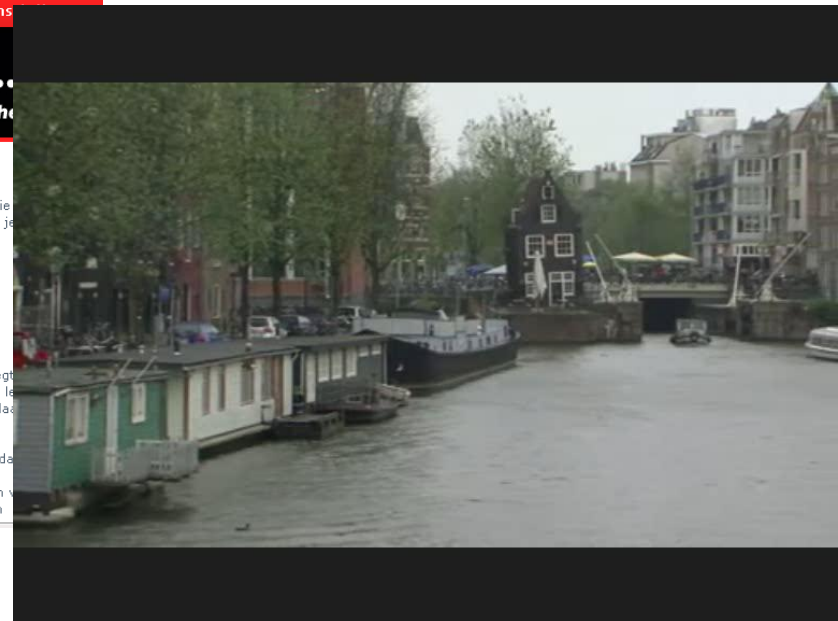
Fallbeispiele (Zukunft): Augmented Reality im Mobile Recruiting

Das niederländische Start-up SPRXmobile hat in Kooperation mit dem Arbeitsvermittler tempo-team bereits einen Augmented Reality-Channel zur Jobsuche präsentiert.

Einsatz des Augmented Reality Browsers „Layar“ durch tempo-team (Niederlande)



Quellen: <http://www.tempo-team.nl>



Quellen: Youtube 2009

http://www.youtube.com/watch?v=b64_16K2e08

Mobile Recruiting-Strategien:
"Wie das Thema strukturiert angehen?"

Hype oder Wendepunkt: Markteinführung des Apple iPhone

Mobile Media ist nicht durch einen etablierten Endgerätehersteller, sondern durch Apple für breite Nutzergruppen (be)greifbar geworden.



November 2007:	Markteinführung des iPhones in Deutschland
Juli 2008:	Markteinführung des iPhone 3G Start Apple App Store (500 Anwendungen)
Dezember 2008:	10.000 Anwendungen, 300 Mio. Downloads
Juni 2009:	Markteinführung iPhone 3GS in Deutschland
November 2009:	100.000 Anwendungen, 2.000 Mio. Downloads
bis Ende 2009	ca. 1,5 Mio. verkaufte iPhones in Deutschland (T-Mobile)
Januar 2010:	3.000 Mio. Downloads
März 2011	Weltweit 10 Mrd. Apps heruntergeladen, mehr als 350.000 iPhone-Apps, ca. 65.000 native iPad-Apps
April 2011	Weltweit im Q2/2011 ca. 18,7 Mio. iPhones und ca. 4,7 Mio. iPads verkauft

Quellen: Apple, GSMA

Kampagnenplanung in der Praxis

Mobile Recruiting-Kampagnen sind in der Regel keine „Selbstläufer“, mit denen sich ungerichtet und ohne flankierende Maßnahmen große Reichweiten erzielen lassen.

Die Praxis (illustrativ)?

Agentur

Sollen wir nicht auch mal irgendwas mit Mobile machen die ... hatten da doch gerade eine tolle Kampagne?

Da habe ich schon ein paar coole Ideen für Features – location based, tagging, communities, tweets, ...

HR-Bereich

Ja, etwas Budget können wir sicherlich dafür abzwiegen, Eine iPhone App fänden wir klasse!

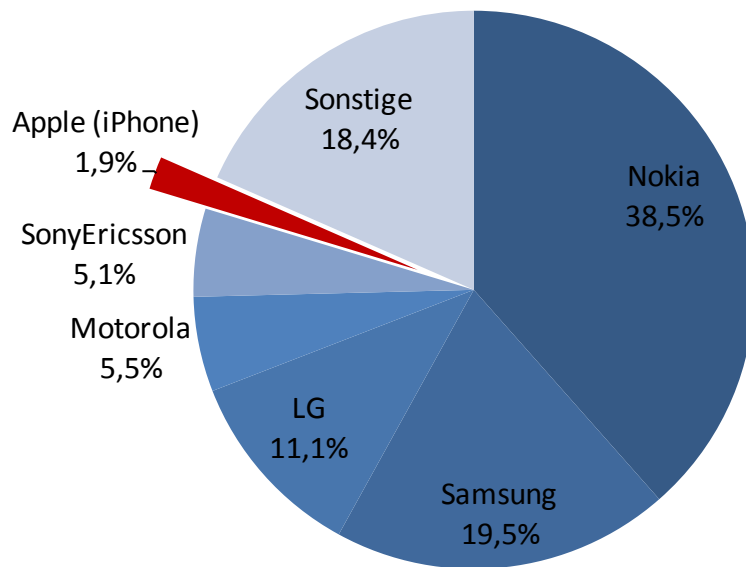
Später ...

Was, nur ... Abrufe in der ersten Woche – dafür der ganze Aufwand? Das Geld und die Zeit hätten wir uns echt sparen können!

Problem des „iPhone Hypes“

Trotz des durch das iPhone ausgelösten „Hypes“ hat dieses innovative Endgerät bisher bezogen auf die kumulierte Basis und die Abverkäufe, nur einen kleinen Marktanteil.

**Marktanteile ausgelieferte Endgeräte
im Q2/2009 weltweit**



Quelle: Strand Consulting 2009; 100% = 268 Mio./iPhone = 5,2 Mio.

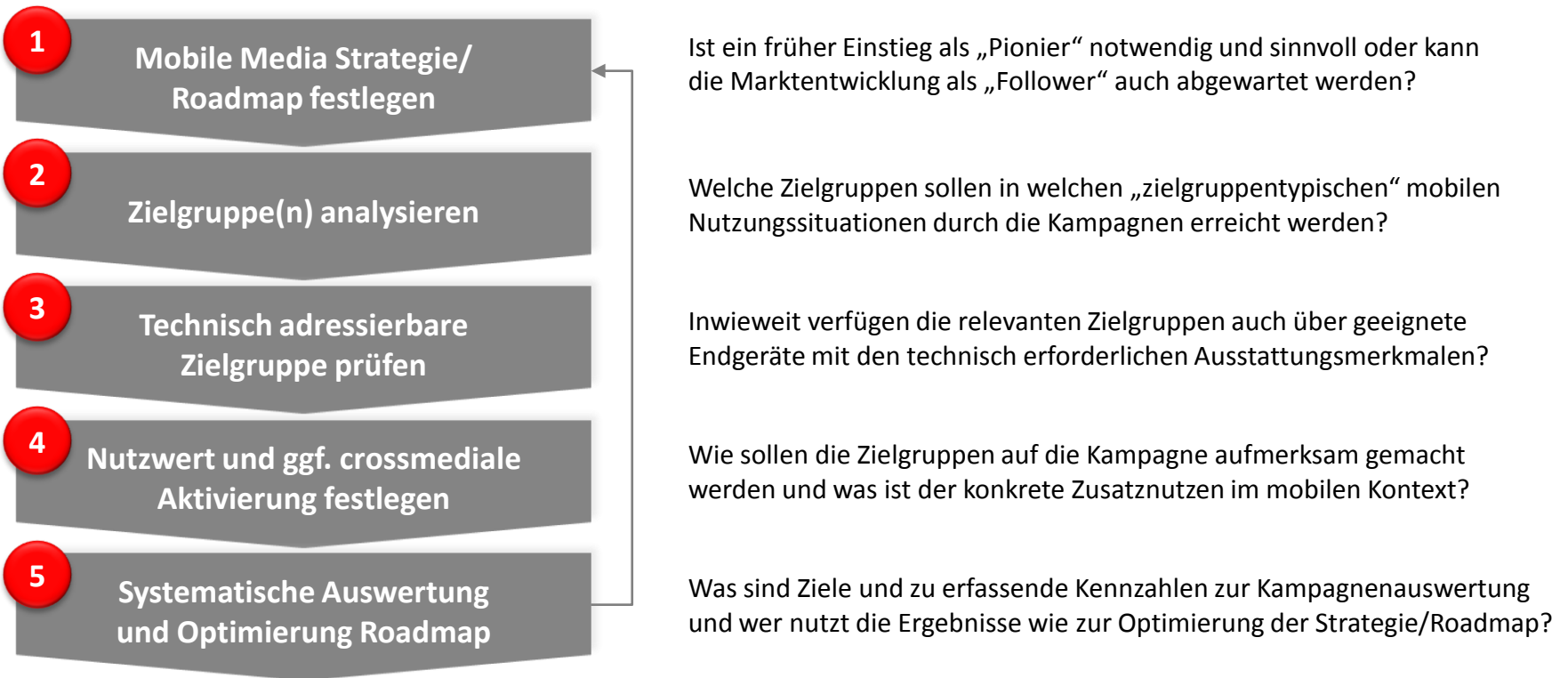
„The iPhone effect is the effect that comes from moving our management's focus away from the 99% of our customers that generate the cash flow that pays our bills.“

Statement des Vorstandes eines internationalen Netzbetreibers laut Strand Report (2009) „The Moment of Truth“

Planungsschritte für erfolgreiche Mobile Recruiting-Kampagnen

Unternehmen experimentieren häufig noch mit Mobile Recruiting-Kampagnen – für den nachhaltigen Erfolg sind aber eine Strategie und systematische Planung notwendig.

Wichtige Vorüberlegungen zur Planung von Mobile Recruiting-Kampagnen



Schluss

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

... Fragen?

Prof. Dr. Stephan Böhm

Hochschule RheinMain

Fachbereich Design Informatik Medien

Studiengang Media Management

Unter den Eichen 5

65195 Wiesbaden

stephan.boehm@hs-rm.de