



Modernes Mobile Recruiting

Mobile-Bewerbung 4.0:
Raus aus der „Mobilen Sackgasse“ und eintauchen in virtuelle Welten!

Prof. Dr. Wolfgang Jäger

Hochschule RheinMain (Wiesbaden) | DJM Consulting GmbH (Königstein im Taunus)

Agenda

(1) Überblick „Recruiting Trends“

(2) Status Quo Mobile Recruiting

(3) Entwicklungstendenzen zu (Mobile) Recruiting 4.0

Recruiting Trends: Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting

Alle 7 Jahre ändert sich der Markt...



1998
Print

Kosten je Einstellung
~15.000 DM

70 – 80 Bewerbungen je
Schaltung

Kosten je Bewerbung
~220,00 DM



2005
Web 1.0

Kosten je Einstellung
~3.000 €

10-20 Bewerbungen je Schaltung

Kosten je Bewerbung
~75,00 €



2012/2013
Web 2.0/Mobile Web

Kosten je Einstellung
~10.000 - 15.000 €

Durch die Fragmentierung der Medienlandschaft gewinnt die Zusammensetzung des Medien Mixes an Bedeutung. Die Anzahl der Bewerbungen und die Kosten je Einstellungen sind zunehmend Abhängig von der Qualität und Treffsicherheit des Medien Mixes.

Jobbörsen – große Vielfalt – unterschiedliche Geschäftsmodelle/Preismodelle

Die „Klassiker“



- **Preis pro Anzeige**
- **Rahmenverträge/
Kontingente**
- **Flatrate**
- **Pay per Click**

Die „Nachzügler“



Recruiting – Status quo und Entwicklungslinien bis 2020

In der Praxis angekommen	Ernüchterung bis Enttäuschung	Noch nicht wirklich produktiv	Am fernen Horizont	Durch die Innovationskurve
– Social Recruiting	– Mobile Bewerbung	– Big Data für Recruiting	– Predictive Analytics	Recruiting 4.0
– One-Click-Bewerbung	– Strategic Workforce Planning	– Candidate Experience	– VR / 3D / 360° Videos	– Veränderte Kandidatenansprache
– CV Parsing	– Generation Y-Recruiting	– Automatisiertes Matching	– Augmented Reality	– Veränderte Mediennutzung
– Mobile Recruiting				– Veränderte Bewerbungsformen
– Mobile Stellenzeige				

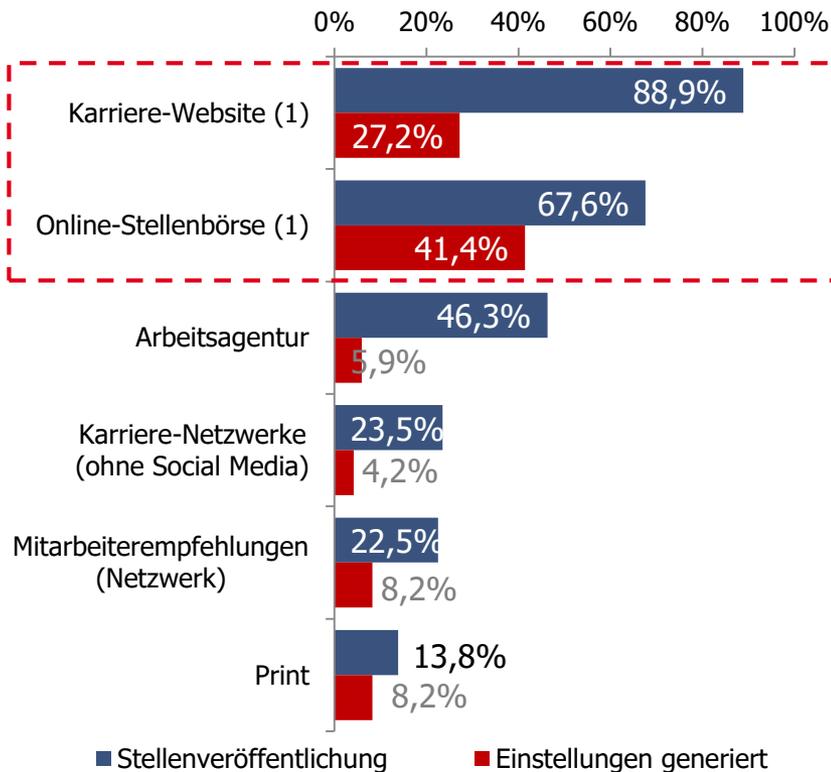
Quelle: S. Frickenschmidt in Personalmagazin Spezial 06/2016, S. 34f.

Die Bedeutung verschiedener Kanäle für das Recruiting

- (1) leicht fallender Trend bei Vakanz-Veröffentlichungen; für Generierung von Einstellungen Trend bei Online-Stellenbörsen leicht steigend, bei Karriere-Websites erkennbar sinkend
- (2) leicht steigender Trend für Stellensuche; bei Karriere-Websites hinsichtlich Einstellungschancen leicht fallend

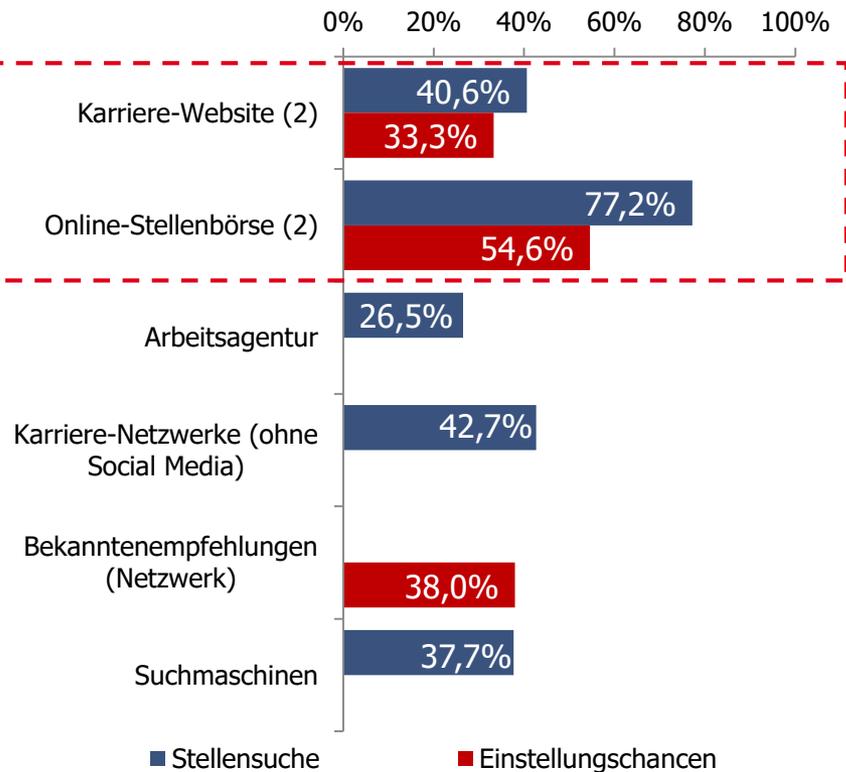
Unternehmensperspektive

(nach Anzeigenschaltung und generierten Einstellungen)



Bewerberperspektive

(aktive Suche nach Stellenanzeigen)



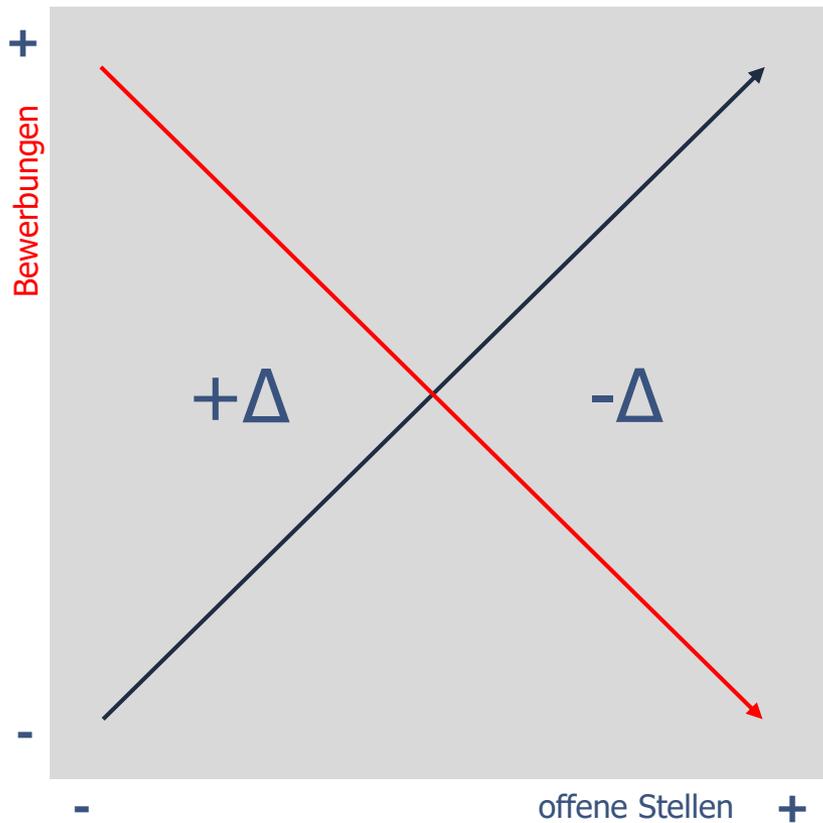
Quelle: In Anlehnung an Weitzel et al. 2017c: 10-14.

Das Recruitnig-Dilemma...

ABC-Analyse – die Märkte im Ungleichgewicht

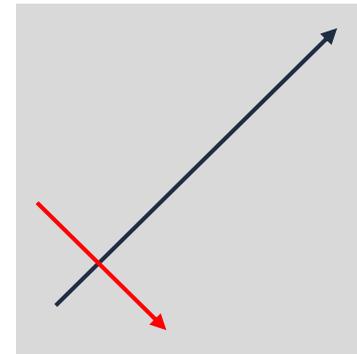
Mainstream (Arbeitsmarkt)

Die 100%-Illusion



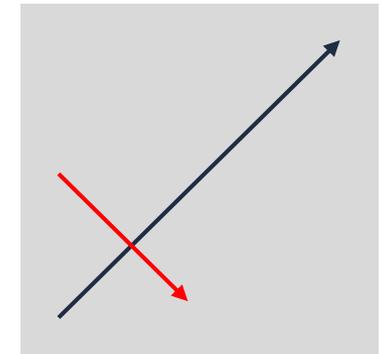
Die Teilmärkte sind allerdings sehr differenziert:

A – 5%



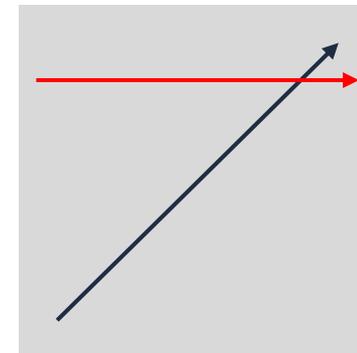
„Digital Spezialisten“

B – 15%



MINT-Berufe & Fachkräfte
(Industrie & Handwerk)

C – 80%



Für ca. 80% aller offenen Stellen gibt es
mehrheitlich „genügend“ Bewerber (besonders
für attraktive Arbeitgeber & Standorte)

...hat Folgen für die „Marktbearbeitung“

Und zwar über den gesamten Recruiting-Prozess (Strategien, Prozesse, Systeme, Organisation)

- Jeder „Teilmarkt“ benötigt eine passende und differenzierte Recruiting-Strategie
- Einen „one-fits-all“-Recruiting-Prozess gibt es nicht mehr, das gilt gleichermaßen auch für die Ansprache und Auswahl
- Die Recruiting-Systeme, also vorwiegend die Bewerbermanagement-Systeme (BMS) und insbesondere deren Anwender (Recruiter) müssen mit „unvollständigen“ Bewerberinformationen zurechtkommen
- Die organisatorische Trennung zwischen „Posting“ (Schaltung von Ausschreibungen) und „Searching“ (Active Sourcing) überholt sich zunehmend – beide Seiten rücken näher zusammen und „schöpfen“ gemeinsam die Teilmärkte ab!
- Automatische Systeme (mit künstlicher Intelligenz) verändern und revolutionieren z.T. sogar den gesamten Recruiting-Prozess
--> **Recruiting 4.0**

Recruiting 4.0

mobil – digital – datenbasiert

Statements zu Bewerber & Recruiter 4.0

Key Facts JobStairs-Umfrage „Bewerber 4.0“

Online-Jobbörsen sind bei der Stellensuche Nummer eins.

Zwei Drittel aller Befragten würden sich gerne mobil bewerben.

One-Click-Bewerbungen haben großes Potenzial für die Candidate Experience.

Noch glaubt jeder Zweite, dass ein Mensch bessere Auswahlentscheidungen trifft als eine Maschine.

Key Facts JobStairs-Umfrage „Recruiter 4.0“

Im Data Driven Recruiting setzt bereits jeder zehnte Recruiter Chatbots ein.

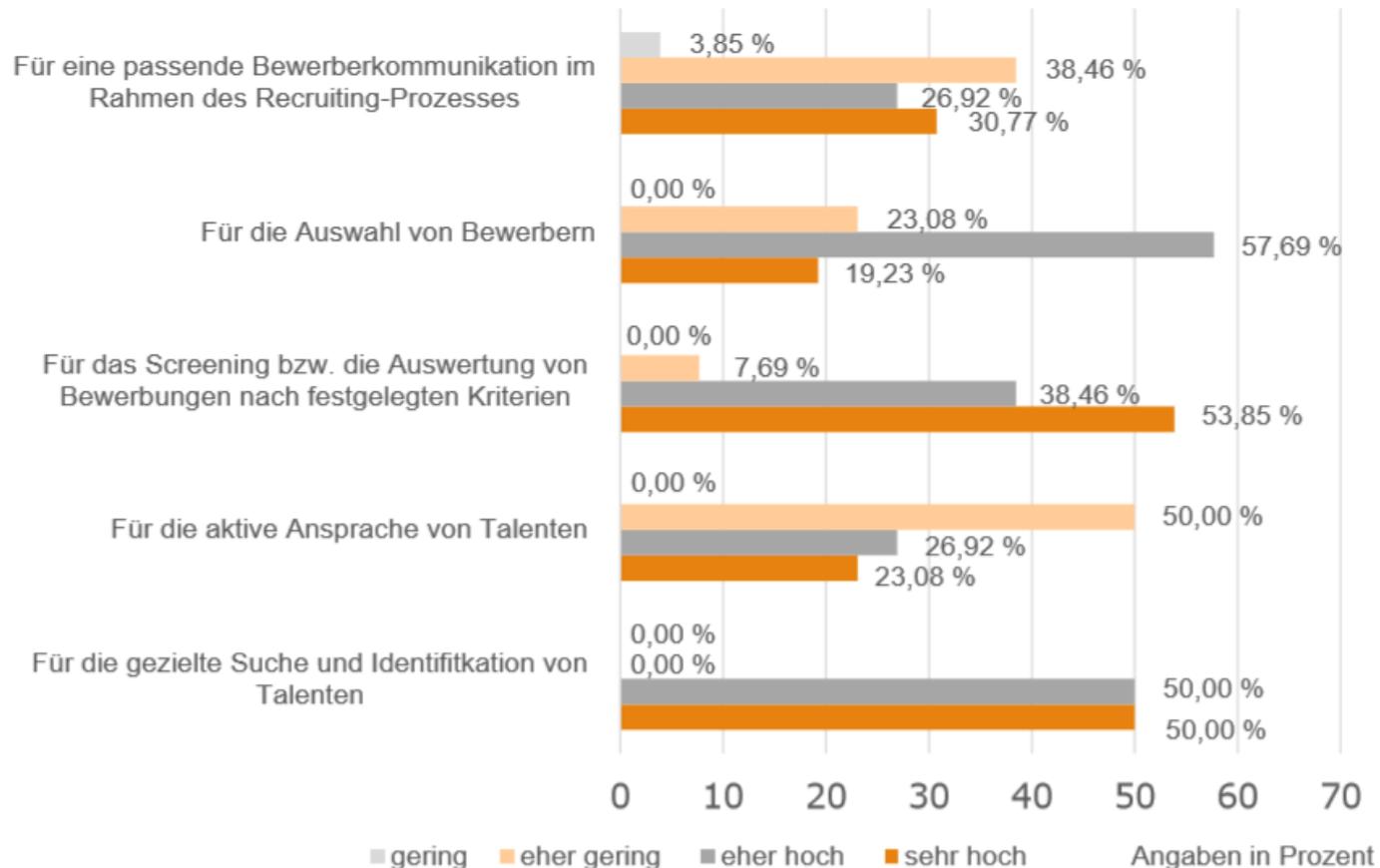
Im Fokus des Recruitings 4.0 sieht mindestens jeder zweite Personaler Robot Recruiting und automatisierte Kommunikation.

Vier von fünf HR-Experten glauben, Mensch und Maschine werden beim Recruiting 4.0 Hand in Hand arbeiten.

Mobile und algorithmusbasierte Bewerbungsformen werden bis 2020 deutlich zunehmen.

Recruiting 4.0 kommt im Sinne von Data Driven Recruiting

Bitte geben Sie jeweils Ihre Einschätzung zu der zukünftigen Bedeutung bis 2020 von datenbasierten Tools im Sinne des Data Driven/Robot Recruiting (i.S. datengestützter Entscheidungen und weitgehenden Automatisierungspotenzialen) an.



Quelle: JobStairs 2017.

Robot-Recruiting kommt ...

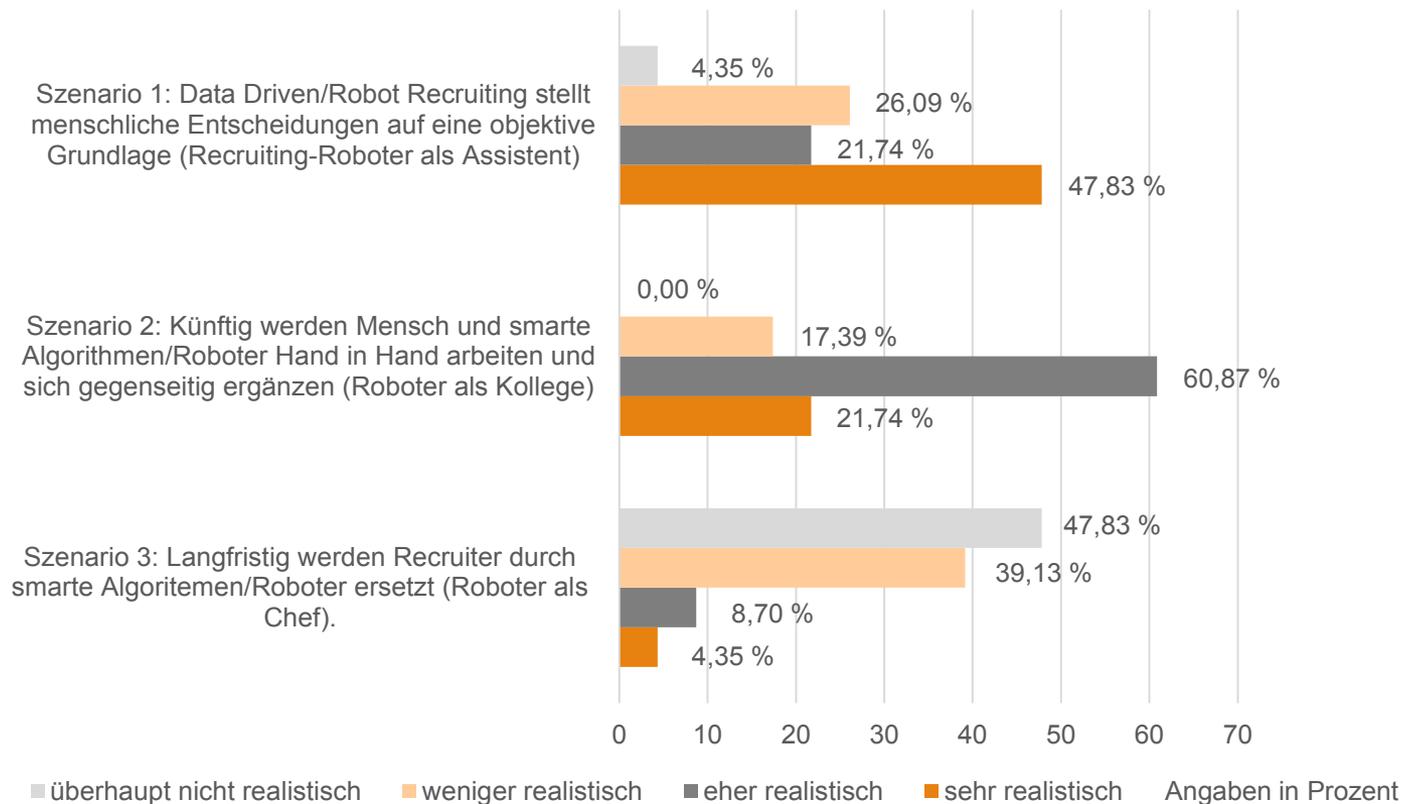
... und ist schon vereinzelt im Einsatz:

- Chatbots, die auf Basis von Algorithmen einen Teil der Bewerberkommunikation übernehmen
- „Intelligente“ Matching-Tools übernehmen die Bewerber(vor)Auswahl
- Bots übernehmen beim Active Sourcing die (Erst-)Ansprache der Kandidaten
- Robot-Process-Automation (RPO) übernimmt (weite) Teile der Bewerberadministration

Bildquelle: www.ard.de – Themenwoche „Digitalisierung der Arbeit“.

Recruitng-Roboter: Assistent oder Kollege?

Data Driven/Robot Recruiting. Wie lautet Ihre Prognose zur Rolle des Recruiters für das Recruiting in 2020?



Quelle: JobStairs 2017.

Personalmarketing 4.0

Digitalisierung heißt auch mehr Virtualität (VR/AR)

Je jünger die Zielgruppen, kommen im Recruiting-Fall vermehrt „Virtual Reality“ und „Augmented Reality“ zum Einsatz

Konzeptbeispiel: Ansprache Schüler/Auszubildende

Was soll ich werden?

Wo finde ich Informationen?

Wie sieht es da Aus?

Kann ich den Job ausprobieren?

Zuhause

Messe /
im Unternehmen



<https://pixabay.com/de/fragezeichen-frage-1750942/>



<https://pixabay.com/de/facebook-maus-cursor-maus-zeiger-76536/>



https://cdn0.vox-cdn.com/thumbor/LJevpfKqmt3u0CFhAaKRUvuthe_A=0x0:1100x619/1600x900/cdn0.vox-cdn.com/uploads/chorus_image/image/47262136/gear_vr.0.0.jpg



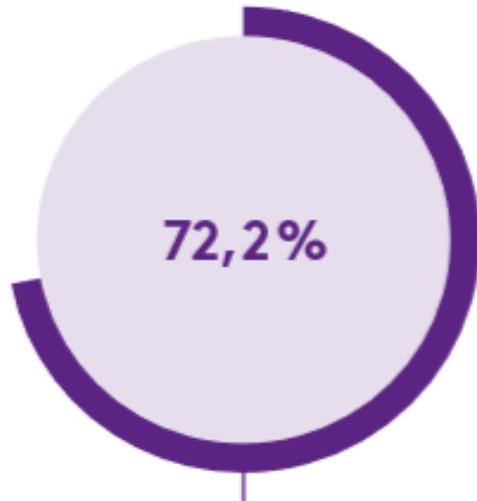
http://www.credencys.com/sg/datafiles/2014/05/tab_safety2.png

Status Quo Mobile Recruiting

Karriere-Website als Rahmen und Ausgangspunkt des modernen Recruitings – auch in „Mobile-Zeiten“ // Mobile Stellenanzeigen und Mobile Bewerbung

Bedeutung und Nutzung von Mobile Recruiting (heute)

Unternehmenssicht: Diskrepanz zwischen empfundener Bedeutung und Angebot!



Die zunehmende Nutzung mobiler Endgeräte hat einen großen Einfluss auf die Rekrutierung.

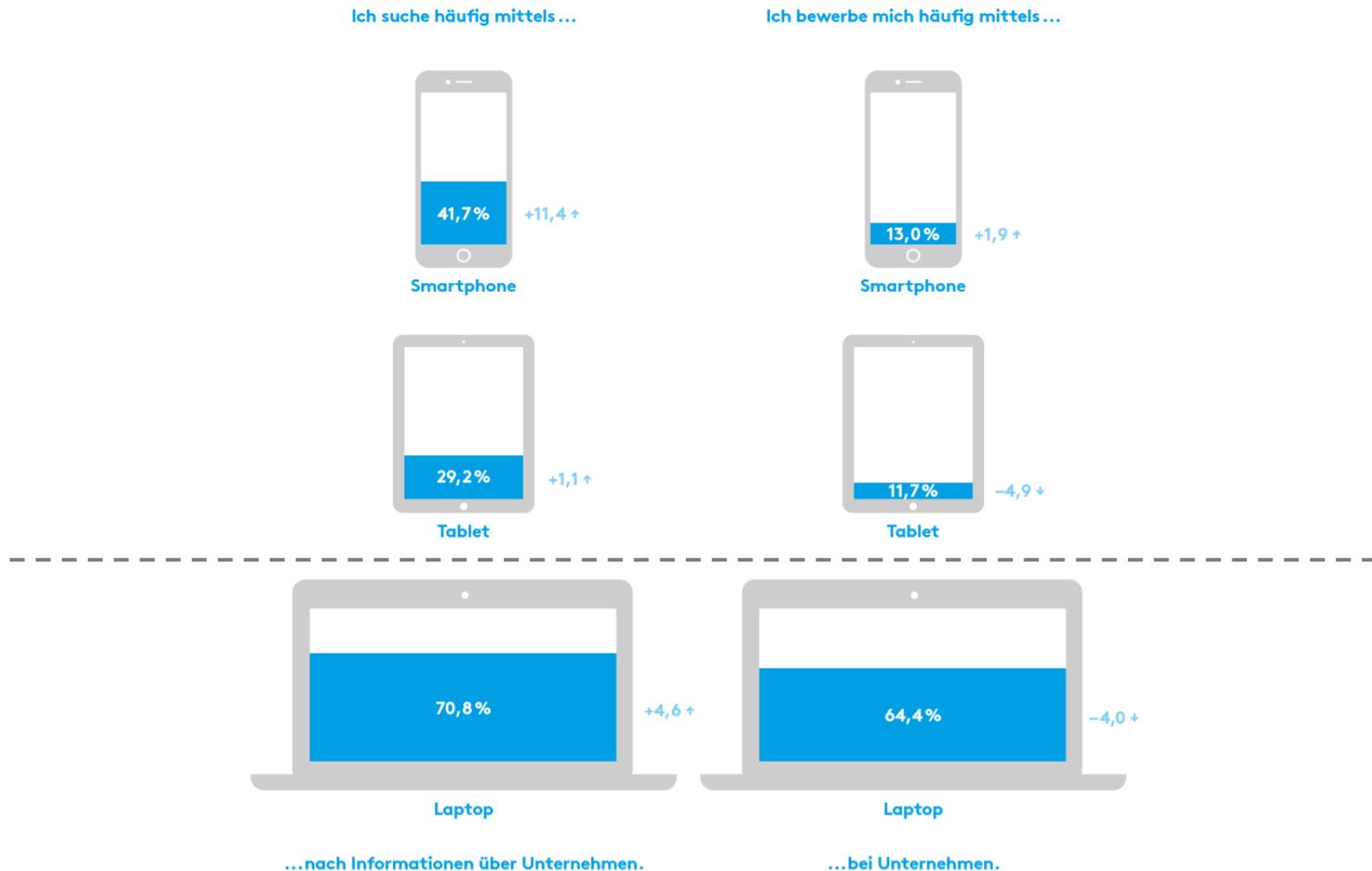


Wir bieten kein Mobile Recruiting an.

Quelle: Weitzel et al. 2017d: 4,5.

Bewerbersicht: Nutzung mobiler Informationssuche & Bewerbung

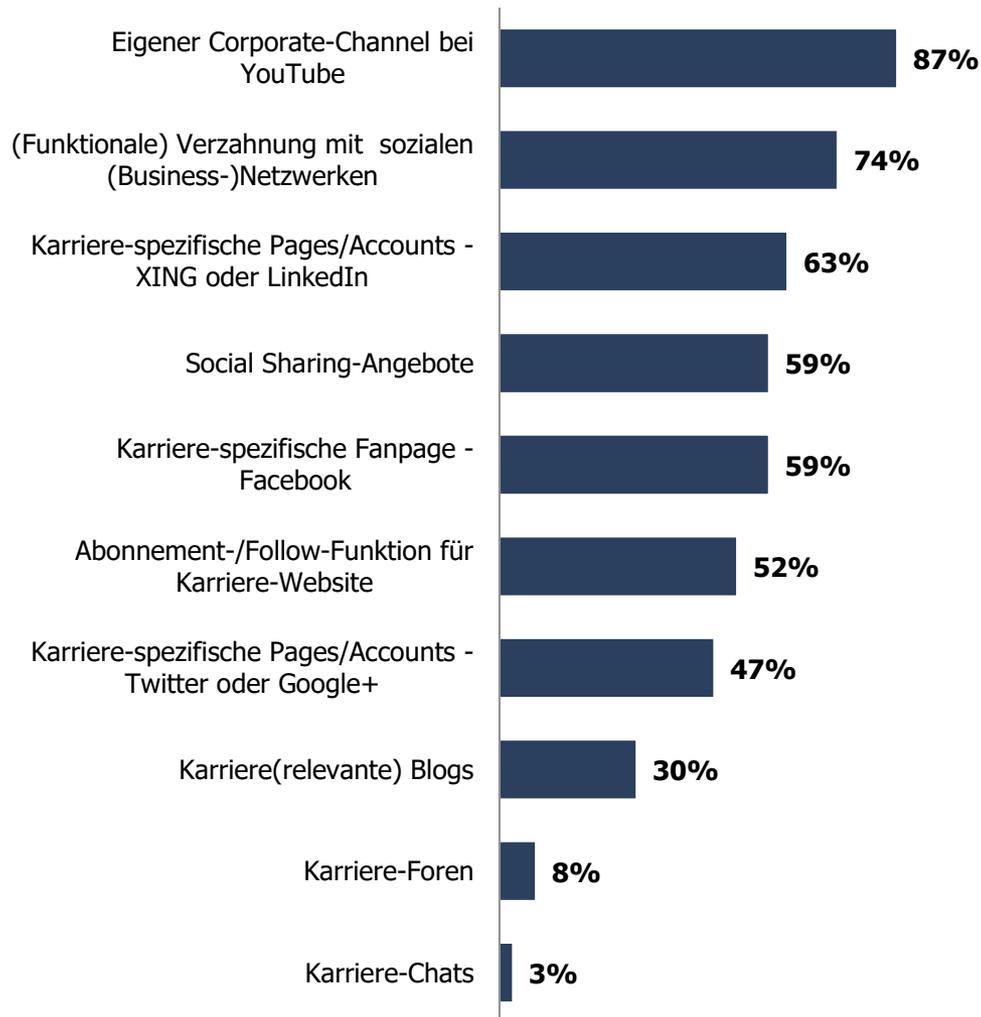
Fast 70% der Bewerber empfinden mobile Bewerbung am Smartphone umständlich!



Quelle: Weitzel et al. 2017d: 11.

Special:
Social Media und (Mobile) Video-Einsatz für
Personalmarketing & Recruiting

Einsatz von Web 2.0 und Social Media für Personalmarketing & Recruiting

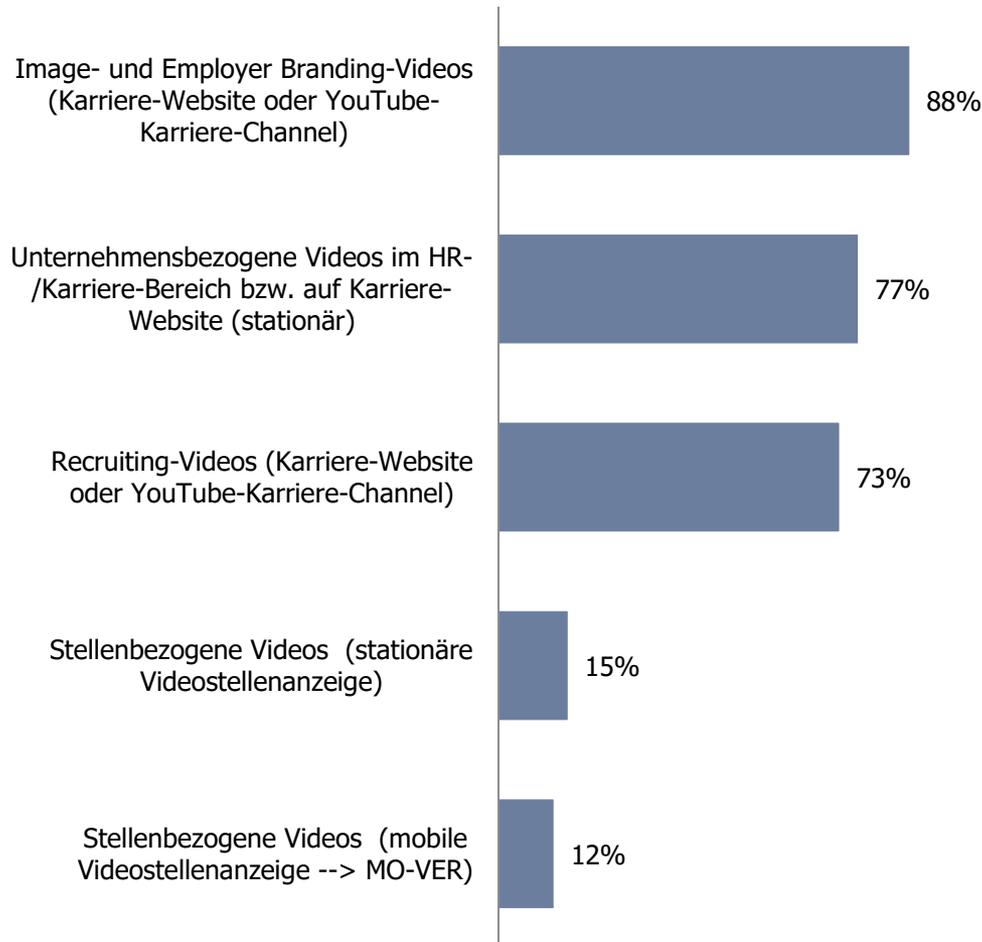


Quelle: Jäger/Meurer 2015: 165.



n = 172

Video-Einsatz für Personalmarketing & Recruiting



Quelle: Jäger/Meurer 2015: 167.

n = 172

Entwicklungstendenzen zu (Mobile) Recruiting 4.0

Mobile Stellenanzeigen & Bewerbungsmöglichkeiten – Video – 360°-, VR- & AR-Inhalte – Chat-Bots – Robot-Recruiting etc.

Die mobiloptimierte Stellenanzeige – MOPS-Prototyp (2013)

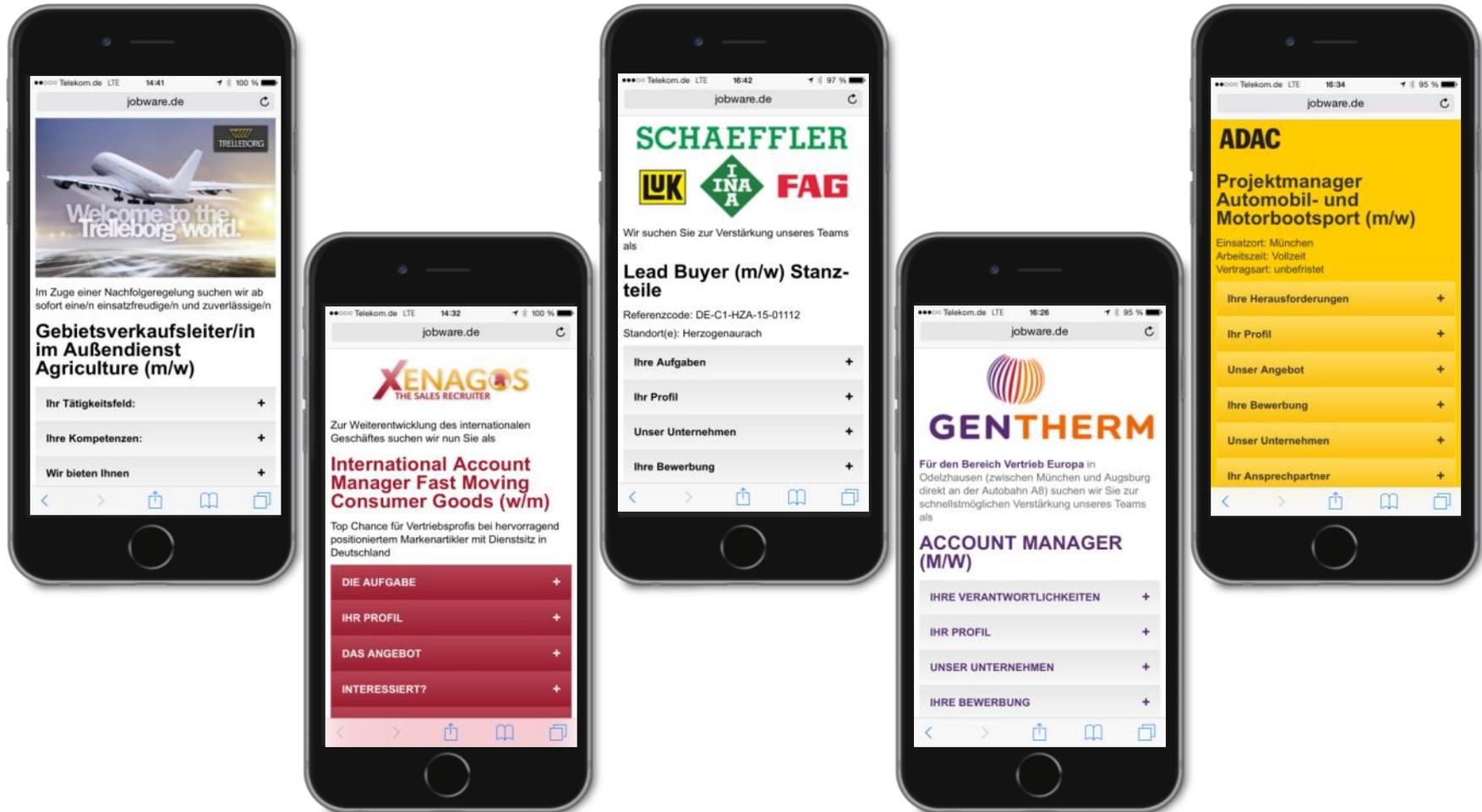


Weitere Anforderungen:

- Schlüsselinhalte (Unternehmen, Ort, Stellentitel) sofort sichtbar: Wer? Wo? Was?
- Ohne Zoomen lesbar
- Keine Sprünge, kein horizontales Scrollen
- Datenvolumen an (langsamen) Mobilfunkverbindungen orientieren
- Kompatibilität mit Fingertypen
- „Mobile Sackgassen“ vermeiden

Quelle: Jobware/Hochschule RheinMain 2013.

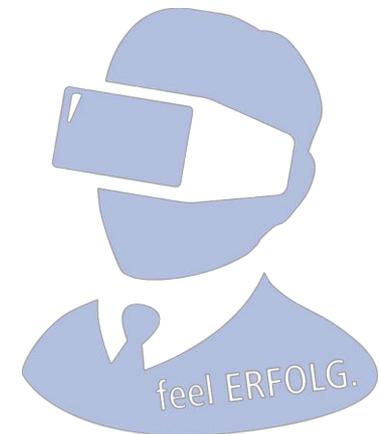
Beispiele mobiloptimierter Stellenanzeigen



Quelle: Jobware; illustrative Beispiele.

Special:

Die Zukunft der Online-Stellenanzeigen – (Mobile) Video Enhanced Recruiting (MO-VER) bald auch mit 360-Grad-, VR- und AR-Inhalten!?



Von der Pilotstudie in die Praxis – was bisher geschah...

...Video ist im (mobilen) Personalmarketing nicht mehr wegzudenken, doch auch im Mobile Recruiting...?

(Mobile) Video Enhanced Recruiting – MO-VER

Pilotstudie zu Wirkung und Erfolgsfaktoren
von video-angereicherten Online-Stellenanzeigen

In Zusammenarbeit mit der Hochschule RheinMain unter Leitung
von Prof. Dr. Wolfgang Jäger und Prof. Dr. Stephan Böhm



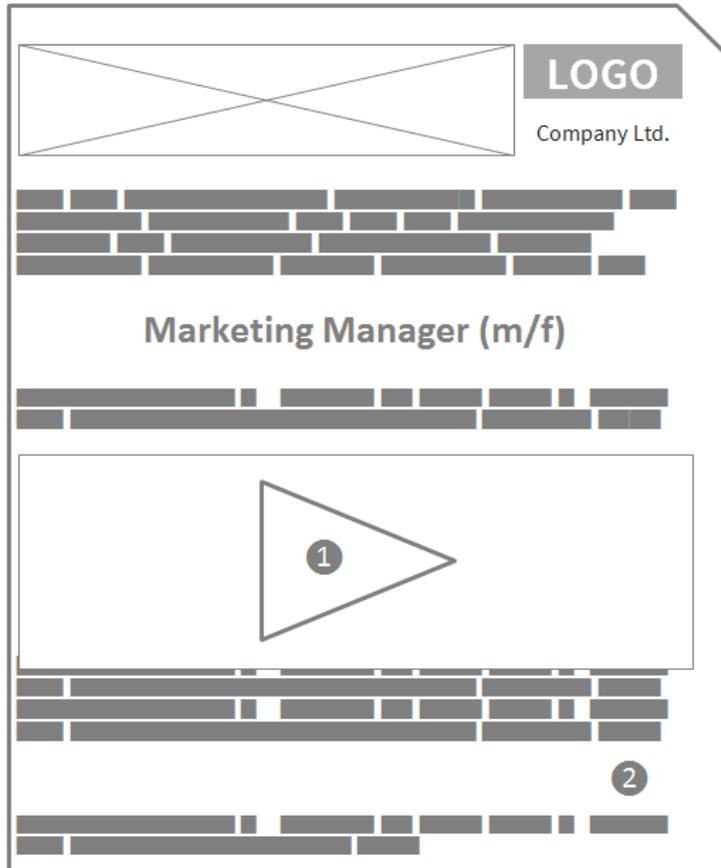
Kernaussagen:

- Videos in Stellenanzeigen werden immer dann aufgerufen, wenn sie im Stellenanzeigen-Layout gut und deutlich sichtbar platziert sind und sie nicht den Eindruck erwecken, es handelt sich um Produktwerbung.
- Videos werden dann mehrheitlich auch bis zu Ende angeschaut, wenn die Länge 2 Minuten nicht übersteigt und der Video-Content einen eindeutigen Bezug zur ausgeschriebenen Stelle hat.
- Interessanterweise wird das in Stellenanzeigen integrierte Video bei einem weniger bekannten Arbeitgeber eher aufgerufen, als bei sehr bekannten Arbeitgebermarken.
- Das Video kommt beim Betrachter immer dann gut an, wenn es informativ ist und ein aus der Sicht des Betrachters authentisches Bild in Bezug auf die ausgeschriebene Stelle und das Unternehmen gibt.
- In Bezug auf die Authentizität sind vor allem die Protagonisten und ihre Wirkung entscheidend.
- Zudem erwartet die „Generation YouTube“ bei Videos generell auch immer einen gewissen Unterhaltungswert.

Quelle: Jobware/Hochschule RheinMain 2014.

(Mobile) Video Enhanced Recruiting (**MO-VER**)

Struktur-Modell stationär und mobil



1
Integration des Videos in
Stellenanzeige

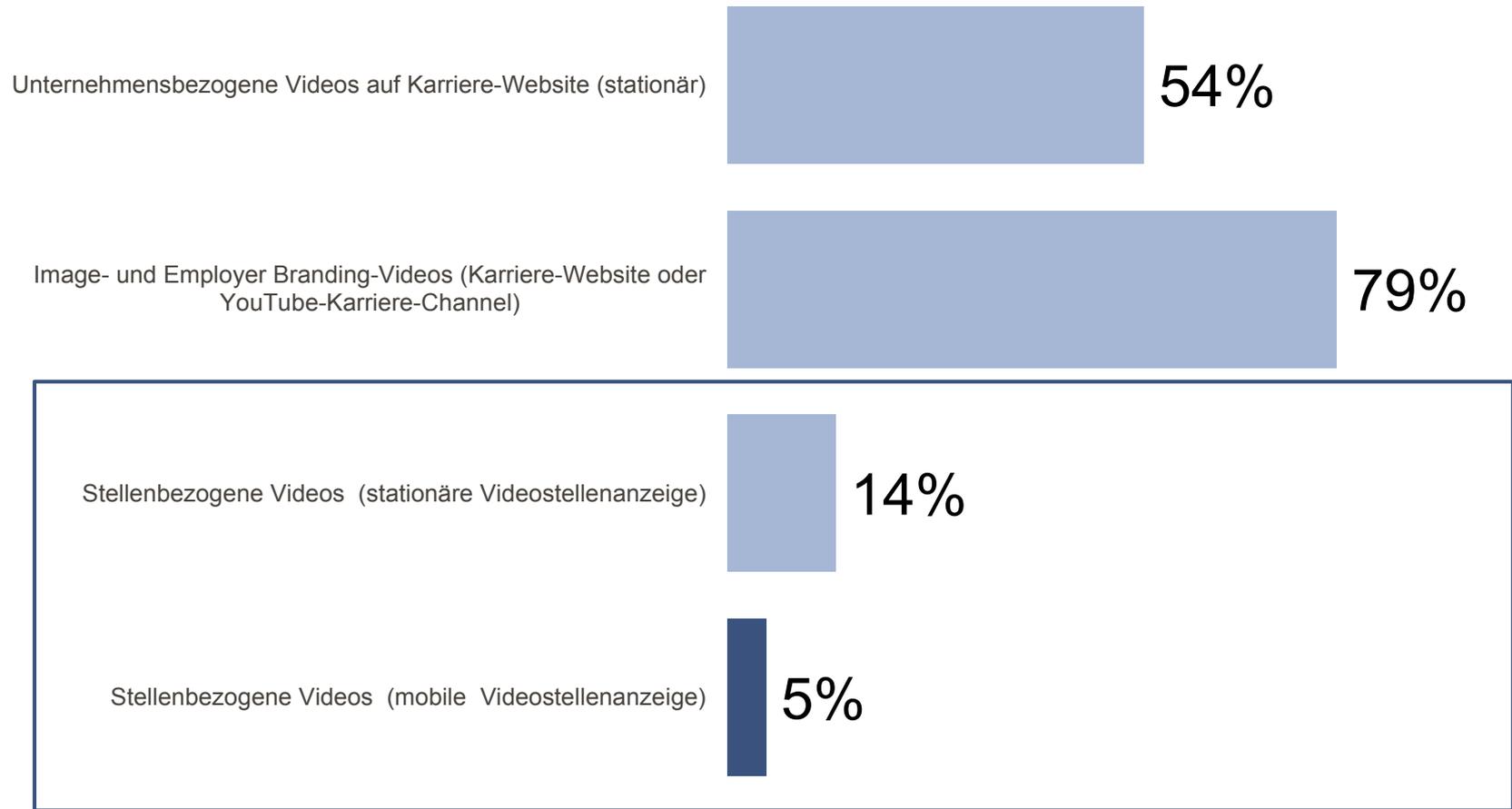
2
Verlinkung des Videos
mittels Hinweis-Button



Quelle: Jobware/Hochschule RheinMain 2014.

„Marktüberblick“ – MO-VER im Einsatz in der Schweiz

HR-Videos sind heute durchaus weit verbreitet – aber **nicht in Stellenanzeigen**.



Quelle: Buckmann/Jäger/Meurer 2016: 86.

Nächster Schritt: Gesteigerte Emotionalisierung und Involvierung der Kandidaten

Zunehmendes Interesse an 360°-, AR- und VR-Inhalten im Recruiting aus Unternehmenssicht

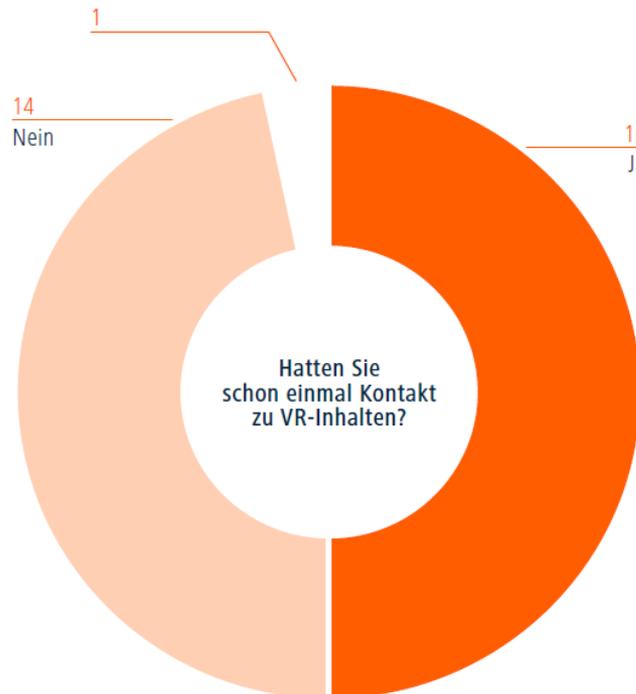


Quelle: JobStairs 2016.

Pilotstudie „Personalmarketing mit HMD“

360°-, VR- und AR-Videos im Recruiting

Eine unabhängige Befragung der Hochschule RheinMain im Rahmen der Pilotstudie „Personalmarketing mit HMD“ deckt ein großes Potenzial von VR-Inhalten im Marketing auf. Befragt wurden 30 Studierende.



Quelle: Hochschule RheinMain/Jobware 2016.

Erreichen die Inhalte (360°-, Virtual- und Augmented Reality-Videos) potenzielle Kandidaten auf Karriere-Events



Oder auch den Kandidaten in „neutraler“ Umgebung?



Quelle: Jobware 2017.

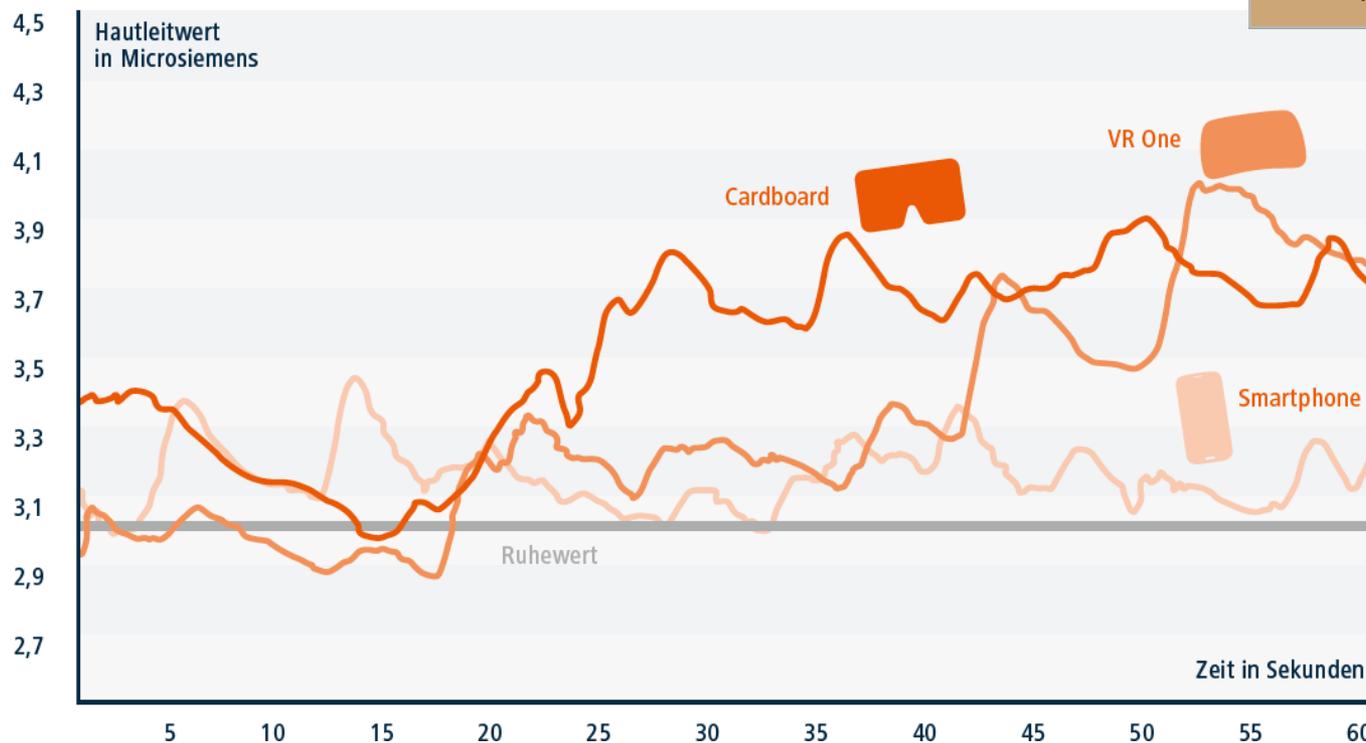
360°-VR-Videos (mittels HMD) emotionalisieren mehr EDA (Elektrodermale Aktivität, Hautwiderstand) als Indikator für emotionale Beteiligung

- Inhalte müssen stimmen
- umschlossene Ansicht und freihändige Bedienung schafft intensive Umgebung
- Rundumsicht soll Mehrwert vermitteln

“Macht Spaß so eine Brille zu nutzen...”

“Ich fühle mich wie mittendrin”

“Zum schlechten Inhalt kommt schlechte Qualität der Aufnahme”



Quelle: Hochschule RheinMain/Jobware 2016.

360°-VR-Videos im Praxiseinsatz

Universell einsetzbar – ressourcenschonend – begeistern mit modernerameratechnologie



Quelle: Jobware 2017.

MOPS & 360°-VR-AR-Videos im Praxiseinsatz

Beispiel: Jobware Virtual Reality Panorama Galerie

Mehr Raum für Sie. Und Ihre Ideen.



Rohde & Schwarz zählt dank seines umfassenden Know-Hows sowie der Innovationskraft und des ausdauernden Engagements seiner Mitarbeitenden zu den weltweit anerkannten Technologie- und Marktführern im Bereich der drahtlosen Kommunikation. Wir entwickeln zukunftsweisende Produkte für viele Wachstumsmärkte wie z. B. Mobiltelefone, Funktechnik oder digitales Fernsehen und sind in über 70 Ländern der Welt aktiv. Wir suchen Fachkräften, die den globalen Anspruch haben sie uns zu den Besten zu machen.

Verstärken Sie unsern Geschäftsbereich Überwachungs- und Ortungstechnik in München (Deutschland) zum nächstmöglichen Zeitpunkt

Entwicklungsingenieur (m/w) für Gerätesoftware

Ihre Aufgaben:

- Spezifikation, Konzeption und Implementierung von Firmware für Freigabe in der Hardwarenahen Programmierung ab zur Entwicklung von Software-Tools für die Geräteintegration
- Definition und Implementierung von automatisierten Tests
- Integration und Test der Firmware im Gerät
- Zusammenarbeit mit den Kollegen der HW-AR, Geräte-, Systemsoftware- und Firmwareentwicklung

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Elektrotechnik, der Informatik oder einer vergleichbaren Studiengang
- Erweiterte Kenntnisse in der objektorientierten Softwareentwicklung, z. B. in C/C++, Java, C# oder Python
- Erfahrung in den Bereichen Schichtenarchitektur und Design Pattern sowie mit Embedded und Realtime Firmware
- Know-how in der Gestaltung von Webseiten (html, css, Java-Script)
- Geeignete Grundkenntnisse in neochlorotechnischer Systemreife und MATLAB
- Behr gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Unser Angebot:

Rohde & Schwarz ist nicht nur technologisch "state of the art" - auch die Sozialleistungen für unsere Mitarbeitende sind es. Neben den tariflichen Standards genießen dazu sämtliche Betriebs- wie eine leistungsstarke Arbeitsvertrags-, flexible Arbeitszeitschicht und ein breites Kultur-, Sport- und Freizeitangebot. Auch unser umfassendes Weiterbildungsprogramm setzt Maßstab: Passgenau und persönlich. Gibt es bessere Bedingungen für einen Einstieg?



Interessiert? Dann bewerben Sie sich bitte online bei Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG, Frau Baran Kocok, Bereich Personal, Kennziffer: DE-HAUC-9040990-002. Fragen beantwortet Ihnen unser Recruitingteam gerne unter: +49 89 4129 13201.
www.career.rohde-schwarz.com

[Bewerben](#)

ROHDE & SCHWARZ



Telekom.de LTE 10:40 68%

jobware.de

Entwicklungsingenieur (m/w) für Gerätesoftware

Ihre Aufgaben: +

Ihr Profil: +

Unser Angebot: +

Das Unternehmen: +

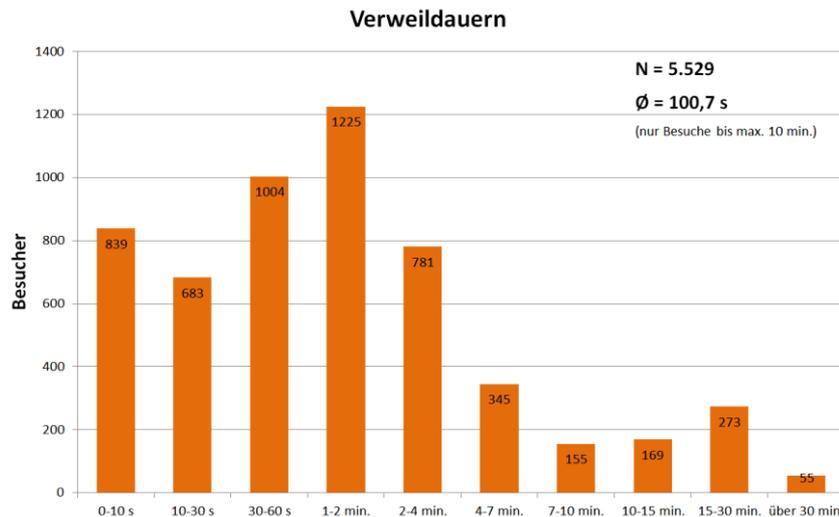
Virtueller Rundgang: -



Interessiert? +

Quelle: Jobware 2017.

Virtual Reality begeistert – einige Vorteile

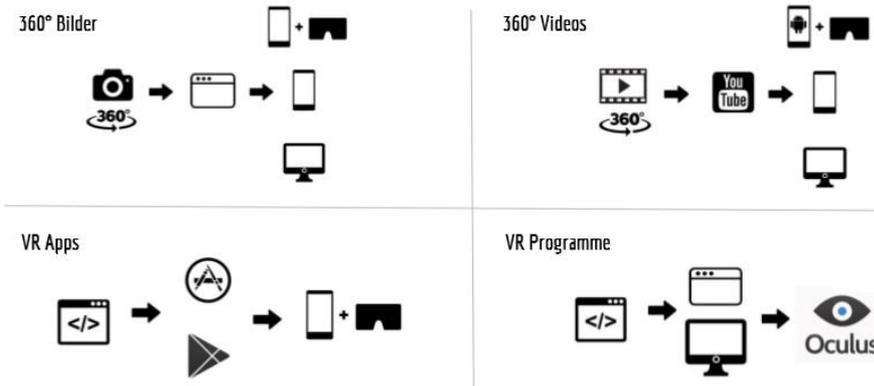


- Bewerber gewinnen schnell einen bleibenden Eindruck vom Unternehmen
- Bewerber werden virtuell bereits Teil des Teams (Ich-Perspektive)
- Realitätsnahes Umfeld transportiert Emotionen besonders gut
- Hohes Involvement und lange Verweildauer von fast 2 Minuten stärken Arbeitgebermarke
- Einsatz von VR in der Bewerberansprache unterstreicht Technologiekompetenz und Innovationskraft

Quelle: Jobware 2017.

Wie geht es weiter?!

Weiterführender Einsatz Virtual und Augmented Reality im Recruiting



Konzept

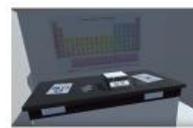




<https://pixabay.com/stillefragezeichen-frage-1780942/>



<https://www.facebook.com/Bayer-Karriere/?ref=ts>



<https://www.youtube.com/watch?v=E3-3f9pk3ul>



<https://www.igd.fraunhofer.de/Presse/Presseinformationen/fraunhofer-uberzeugt-mit-Augmented-Reality-Technologien>

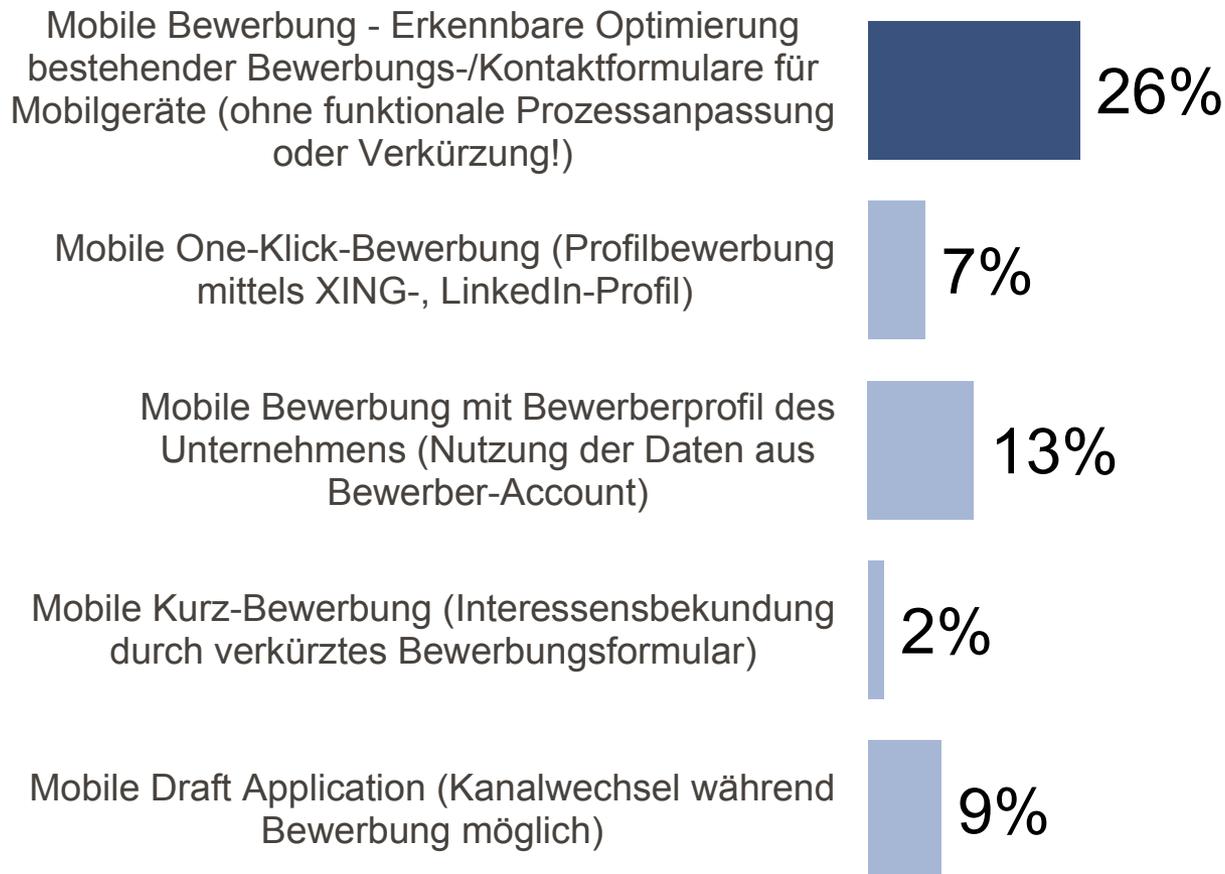
Quelle: Hochschule RheinMain 2017.



Special: Mobile Candidate Experience & Mobile Bewerbung 4.0

Mobile Bewerbungsformen in der Praxis

Status Quo auf dem Schweizer Markt

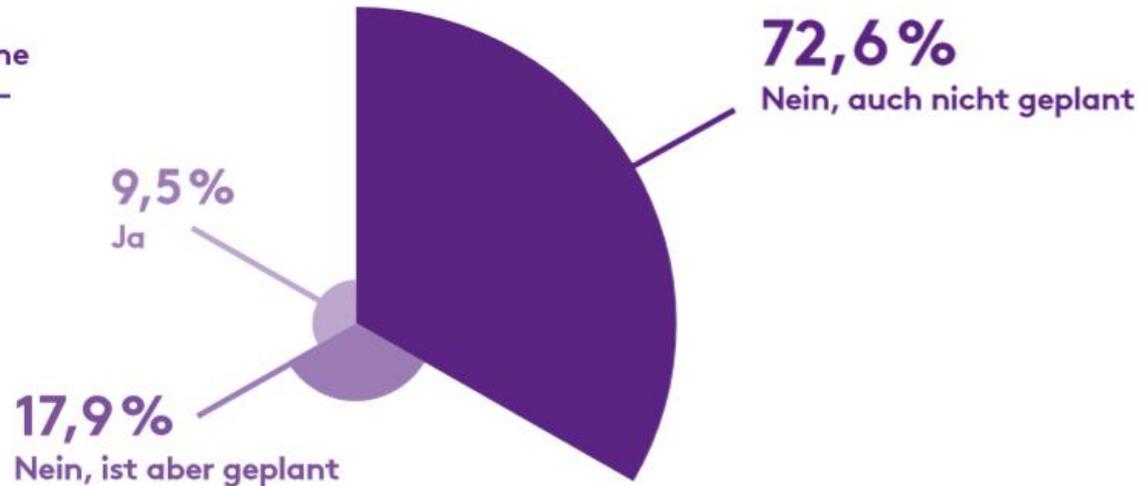


Quelle: Buckmann/Jäger/Meurer 2016.

Ein möglicher Ausweg – (Mobile) One-Click-Bewerbung

Kaum im Angebot (Unternehmen) – selten genutzt (Bewerber) – viele Problemfelder

Wir bieten Kandidaten eine Bewerbung via One-Click-Bewerbung an.



Weiteres aus **Unternehmensperspektive:**

53,4% befürchten erschwerte Kandidatenselektion (reduzierte Individualität)

22,5% erwarten Bewerbungsanstieg

Weiteres aus **Bewerberperspektive:**

23,3% schon einmal per One-Click-Bewerbung beworben

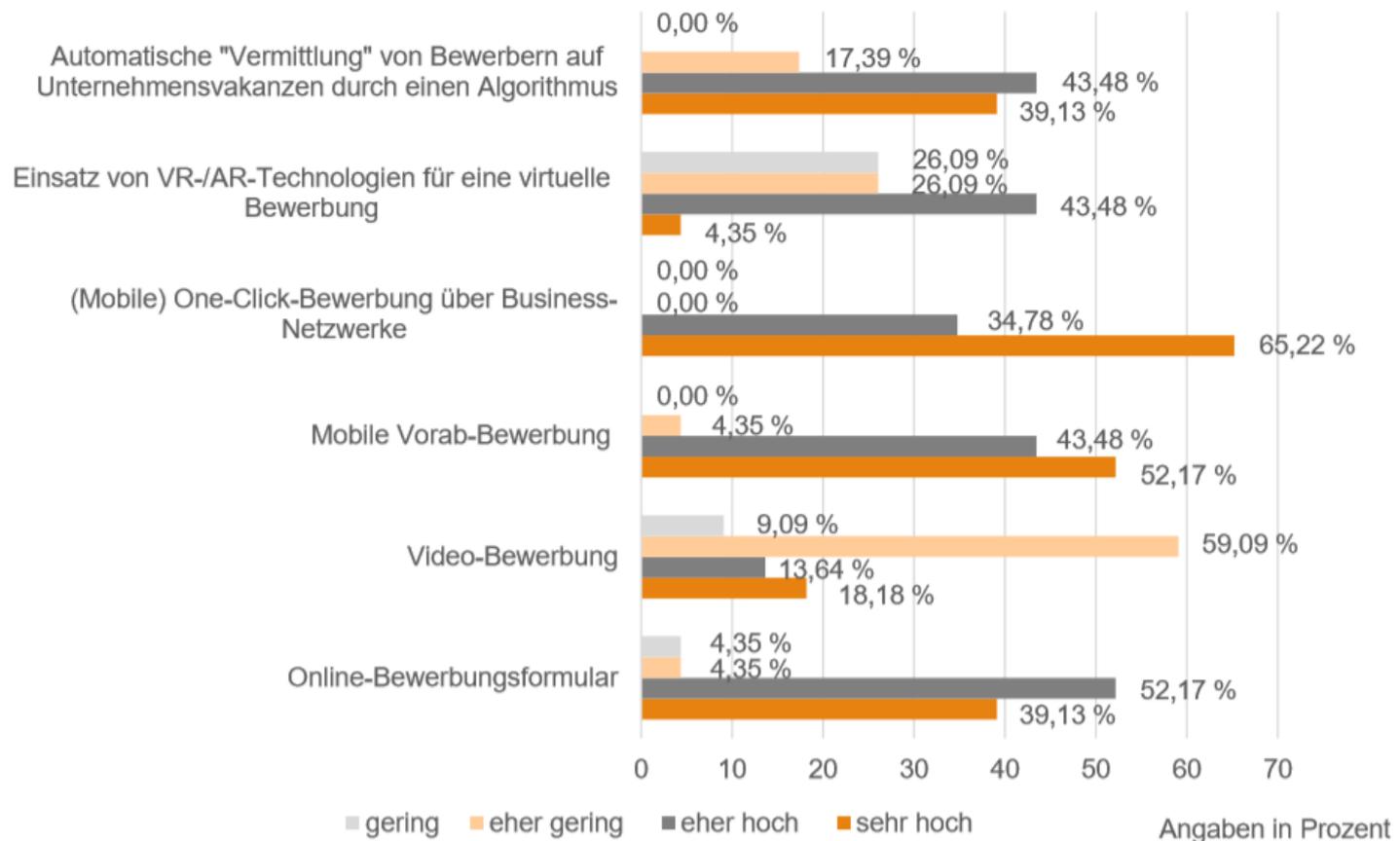
71,3% erachten individualisierte Bewerbung als erfolgsversprechender

55,4% sehen in One-Click-Bewerbung eine Erschwerung der Individualisierung

Quelle: Weitzel et al. 2017b: 13-16.

Smartes Mobile Recruiting kommt

Wie bewerten Sie die zukünftige Bedeutung der folgenden Bewerbungsformen bis 2020 (Art der Bewerbung)?

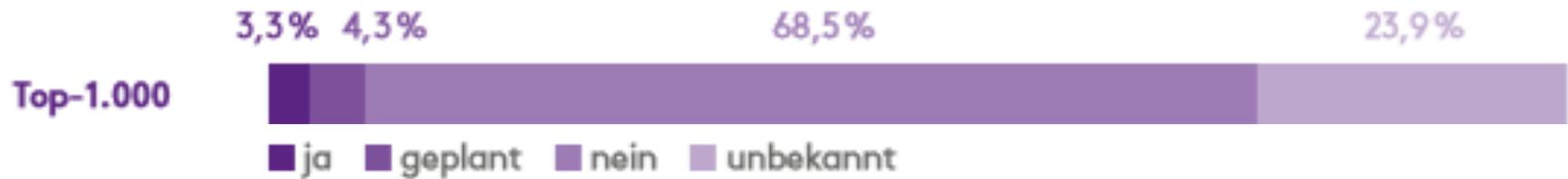


Quelle: JobStairs 2017.

Smartes Mobile Recruiting

Nutzung und Potenziale von Chat-/Career-Bots zur Kommunikation mit Kandidaten

Digitale Karriereberater zur Kandidatenkommunikation in unterschiedlichen Phasen des Recruiting-Prozesses (Informationen zu Unternehmensthemen, Karrieremöglichkeiten, offenen Stellen etc.)



Potenziale und zukünftige Einsatzmöglichkeiten

Weiteres aus **Unternehmensperspektive:**

- 58,2%** Standardfragen von Kandidaten beantworten
- 34,2%** Kandidaten zu offenen Stellen beraten
- 24,1%** Kandidaten zu Karriere-Möglichkeiten beraten

Weiteres aus **Bewerberperspektive:**

- 53,2%** Gute Möglichkeit, um Unternehmen Fragen stellen zu können
- 50,1%** Gute Möglichkeit zur Beratung über offene Stellen
- 43,8%** Gute Möglichkeit, Beratung zu Karriereoptionen zu erhalten

Quelle: Weitzel et al. 2017a: 19-27.

Praxisbeispiel: Career-Bot

Facebook-Messenger-Bot der Jobbörse (Aggregator) JOBmehappy für die **Stellensuche**



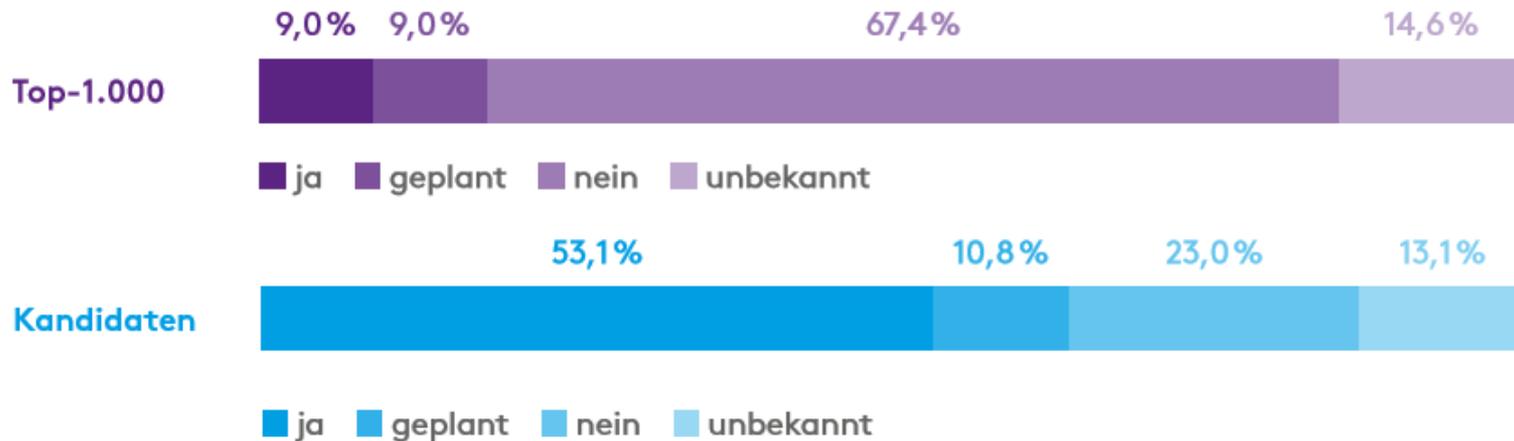
- „Einfacher“ Chat-Bot, der die Kernfunktionen der Website (in diesem Falle Online-Stellenbörse) im Facebook-Messenger abbildet
- Es handelt sich nicht um ein intelligentes, automatisiertes Empfehlungssystem (kein Einsatz von AI, Algorithmen etc.)
- Initiative (Stellensuche) muss vom Nutzer ausgehen, Chat-Bot beantwortet dann Suchanfrage
- Allerdings auch Job-Alert Funktion übernommen

(Mobile) Robot Recruiting: Job & Staff-Recommender

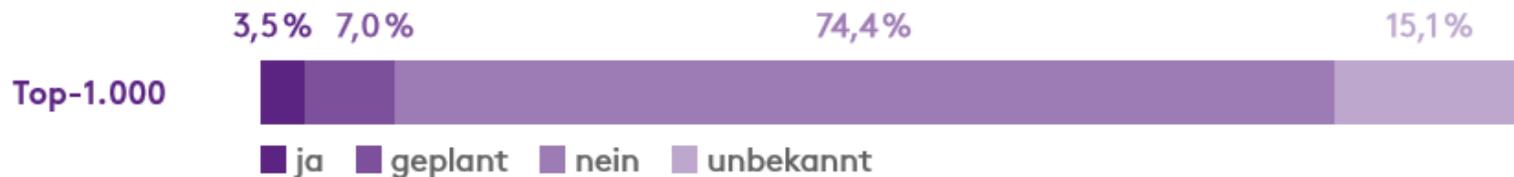
Überblick zu Angebot und Nutzung automatisierter Empfehlungssysteme

Durch verfügbare/bereitgestellte und auswertbare Daten können Kandidaten automatisiert Unternehmens-/Job-Empfehlungen bzw. Unternehmen potenziell geeignete Kandidaten (aus internen/externen Quellen) für vakante Stellen vorgeschlagen werden.

Job-Recommender



Staff-Recommender



Quelle: Weitzel et al. 2017a: 19-27.

Smartes Mobile Recruiting-Beispiel

Interne, profilbasierte Jobsuche per App bei der Deutschen Bank

Per App zur internen Karriere



© Bild: AntonioGuillem/istock

Die Deutsche Bank ist in Bewegung. Um die Neuausrichtung zu meistern, zählt es mehr denn je, das Potenzial der Mitarbeiter zu nutzen und ihnen Perspektiven zu bieten. Die Lösung: eine selbstentwickelte App für die interne Stellensuche.

- Mobile, profilbasierte, interne Stellensuche per App
- 1. **Upload** bestehender Lebenslauf oder manuelle Erstellung
- 2. **Automatisches Auslesen** der Lebenslaufdaten & **Kategorisierung** (Berufserfahrung, Kompetenzen etc.) durch **semantische Technologien** und **künstliche Intelligenz**
- 3. Möglichkeit zu **manueller** (aktiver) oder **profilbasierter Stellensuche** (Algorithmus vergleicht Kompetenzen aus Lebenslauf mit Stellenanforderungen und zeigt Übereinstimmungsgrad --> passgenaue Jobvorschläge)
- 4. direkte **Bewerbungsmöglichkeit** mit hinterlegten Daten

Quelle: Personalwirtschaft 05/2017: 59 ff.

Kontakt

Prof. Dr. Wolfgang Jäger

Professur für Betriebswirtschaftslehre,
insbesondere Personal- und Unternehmensführung,
Media Management

Hochschule RheinMain
Fachbereich Design Informatik Medien
Studiengang Media Management
Unter den Eichen 5
65195 Wiesbaden
Tel. +49 611 94 95 - 2156
Fax +49 611 94 95 - 2142
E-Mail: wolfgang.jaeger@hs-rm.de
www.hs-rm.de

Gesellschafter
DJM Consulting GmbH / Dr. Jäger Management-Beratung
Altkönigstr. 4
61462 Königstein im Taunus
Tel. +49 6174 - 93 62-0
E-Mail: w.jaeger@djm.de
www.djm.de

© Copyright 2017

Das Urheberrecht liegt beim Autor. Dieser Vortrag ist für den persönlichen Gebrauch der Teilnehmer eines Seminars oder einer Präsentation des Autors bestimmt. Die Verbreitung des Handouts innerhalb ihrer eigenen Organisation ist bis auf weiteres erlaubt. Die Verbreitung oder Speicherung des Dokuments in einem digitalen Medium oder im Internet ist aus dem Grund nicht erlaubt, da Dritte Urheberrechte an den in der Präsentation enthaltenen Bildern besitzen. Jegliche Übernahme von z. B. hier aufgenommenen Argumentationen und gezeigtem Zahlenmaterial in eigene Präsentationen, benötigen die Zustimmung des Autors.

© Copyright 2017 by the author.

This document is provided for the personal use of participants of the authors' seminar or presentation. Spreading the handout within the own organisation is permitted until further notice. Spreading or storing the document in digital media or on the web is not allowed due to the fact that third parties hold copyrights for pictures included in this presentation. Any utilization, i. e. incorporating arguments and data presented here in own presentations, requires the approval of the author.

Literaturverzeichnis

- Achilles, W./Böhm, S./Jäger, W./Rust, U. (2014): Stellenanzeige in Bild und Ton. In: personalmagazin 10/14, S. 19 – 21.
- Böhm, S./Jäger, W. (2016): Mobile Candidate Experience: Anforderungen an eine effiziente Bewerberansprache über mobile Karriere-Websites. In: Strahinger, S. (Hrsg.): Praxis der Wirtschaftsinformatik – Human Capital Management.
- Buckmann, J./Jäger, W./Meurer, S. (2016): arbeitgeberauftritt.CH – Personalmarketing im Internet 2016.
- Jäger, W./Meurer, S. (2012): Human Resources im Internet 2012 – Bewertung der HR-Websites bedeutender deutscher Arbeitsgeber, 8. Aufl. Norderstedt: Books on Demand.
- Jäger, W./Meurer, S. (2015): Human Resources im Internet 2015 – Bewertung der HR-Websites bedeutender deutscher Arbeitsgeber, 9. Aufl. Norderstedt: Books on Demand.
- Jäger, W. (2014): Film Up. in: personalmagazin 10/14, S. 14 – 18.
- Jäger, W. (2015): Recruiting-Videos werden immer wichtiger für Online-Stellenanzeigen. In: HR-Performance 2/2015, S. 54 – 55.
- Jäger, W. (2017): Smarte Tools für smarte Recruiter. In: PERSONALmagazin spezial Recruiting 06/17, S. 6, 7.
- Jäger, W. (2017): Mit einem Klick zum Job. In: Personalwirtschaft Recruiting Guide 2017, S. 25-27.
- Jäger, W. (2017): Dann schauen wir mal. In: Personalwirtschaft HR-Software Guide 2017, S. 49-51.
- JobStairs (2015): Die Zukunft der Online-Stellenanzeigen – Studienzusammenfassung.
- JobStairs (2016): Ergebnisbericht zu Befragung „Bewerber 4.0“.
- JobStairs (2017): Ergebnisbericht der Expertenbefragung „Recruiter 4.0“ – Status quo im Bereich des Data Driven/Robot Recruiting.
- Jobware (2013): Mobile-Recruiting-Studie 2013 – Mobile Stellenanzeigen, mobile Karriereseiten, mobile Bewerbungen. In Zusammenarbeit mit der Hochschule RheinMain unter Leitung von Prof. Dr. Wolfgang Jäger und Prof. Dr. Stephan Böhm.
- Jobware (2014): (Mobile) Video Enhanced Recruiting – MO-VER – Pilotstudie zu Wirkung und Erfolgsfaktoren von video-angereicherten Online-Stellenanzeigen. In Zusammenarbeit mit Wolfgang Jäger und Stephan Böhm der Hochschule RheinMain.
- Jobware (2016): feel ERFOLG: Praxisbeispiel: Virtual Reality im Recruiting – Der 360°-Arbeitsplatz.
- Meurer, S. (2013): Mobile Recruiting 2013 – Eine empirische Untersuchung zur Bewerberansprache über mobile Endgeräte. Wiesbaden: unveröffentlicht.
- Weitzel, T./Laumer, S./Maier, C./Oehlhorn, C./Wirth, J./Weinert, C./Eckhardt, A. (2017a): Recruiting Trends 2017 – Themenspecial 2017: Active Sourcing und Social Recruiting.
- Weitzel, T./Laumer, S./Maier, C./Oehlhorn, C./Wirth, J./Weinert, C./Eckhardt, A. (2017b): Recruiting Trends 2017 – Themenspecial 2017: Bewerbung der Zukunft.
- Weitzel, T./Laumer, S./Maier, C./Oehlhorn, C./Wirth, J./Weinert, C./Eckhardt, A. (2017c): Recruiting Trends 2017 – Themenspecial 2017: Employer Branding und Personalmarketing.
- Weitzel, T./Laumer, S./Maier, C./Oehlhorn, C./Wirth, J./Weinert, C./Eckhardt, A. (2017d): Recruiting Trends 2017 – Themenspecial 2017: Mobile Recruiting.