

# Mobile-Recruiting-Studie

MOPS (Mobil-optimierte Stellenanzeigen),  
Mobile Karriereseiten, Mobile Bewerbungen

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

Zielgruppe: Personalverantwortliche | Recruiter

## Management-Summary<sup>1</sup>

Sehr bald werden mehr Websites über mobile als über stationäre Endgeräte aufgerufen werden. Schon jetzt bewegen sich über 20 Millionen Deutsche mit mobilen Endgeräten im Internet. Mehr als 15 Millionen lesen oder versenden hierüber E-Mails. Mehr als sieben Millionen haben schon unterwegs ein Hotel gebucht. Für 15 Prozent ersetzt das mobile bereits das stationäre Endgerät.

Das Smartphone verändert zweifelsfrei das Nutzerverhalten. Es scheint oder ist gar unverzichtbar. Daheim, in der Freizeit oder am Arbeitsplatz ist es ein ständiger Begleiter. Jederzeit und an jedem Ort wird zum Smartphone gegriffen.

Diese Entwicklung wirkt sich massiv auf das Recruiting aus. So verwenden knapp zwei Drittel der Benutzer das Smartphone oder Tablet zum Lesen von Stellenanzeigen. Jeder fünfte Leser einer bei Jobware publizierten Stellenanzeige kommt über ein mobiles Endgerät. In der Schweiz soll es bereits jeder dritte sein. Daher kann der Stellenmarkt von Jobware heute über mobile Endgeräte genutzt werden. Stellenmarkt-Apps für Google Android und Apple iOS finden immer mehr Abnehmer.

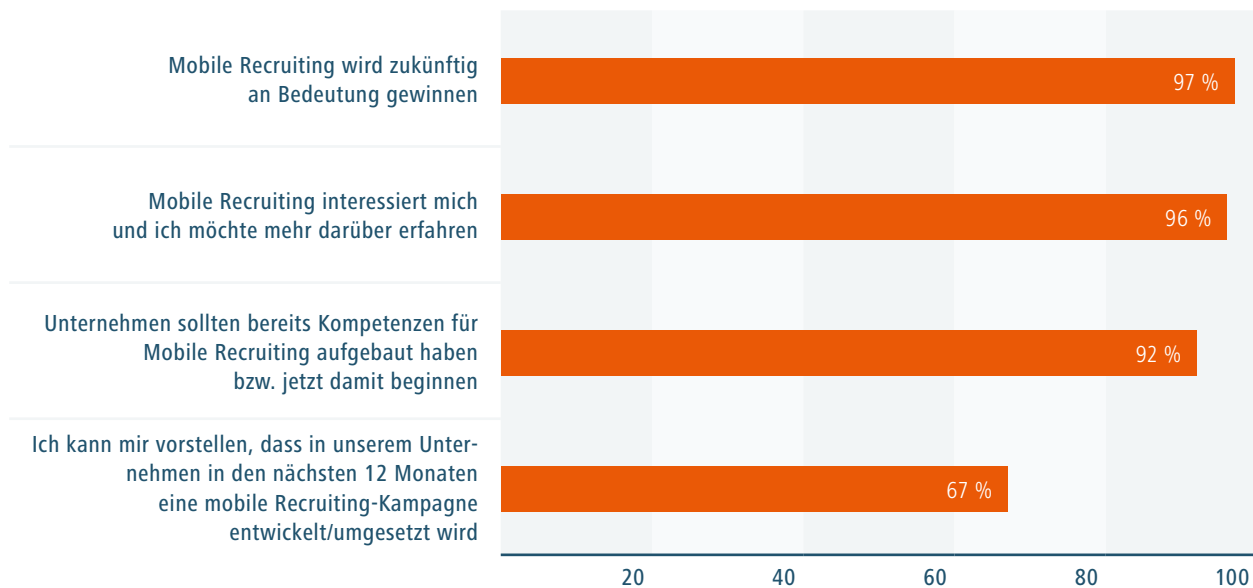
Bewerber wünschen sich im Zuge dieser Entwicklung Stellenanzeigen, Karriereseiten und Bewerbungsformulare, die über mobile Endgeräte genutzt werden können. Nur sehr wenige Unternehmen bieten hier bereits Lösungen. Es fehlt massiv an Erfahrung.

Im Auftrag von Jobware hat die Hochschule RheinMain, Wiesbaden, unter wissenschaftlicher Leitung von Prof. Dr. Wolfgang Jäger und Prof. Dr. Stephan Böhm daher Regeln für die Gestaltung von mobilen Stellenanzeigen entwickelt.

Überzeugt die mobile Stellenanzeige den Bewerber, so wächst dessen Informationsbedarf. Er wendet sich der Karriereseite des Unternehmens zu und wird begeistert sein, wenn sie sich ihm mobil erschließt. Eine Sackgasse vermeidet, wer dem Kandidaten die Möglichkeit bietet, sich mittels Smartphone oder Tablet zu bewerben.

<sup>1</sup> Vgl. Mobil optimierte Stellenanzeige (2013): Studie zur Usability und Best Practices mobiler Stellenanzeigen; eine Studie von Jobware in Zusammenarbeit mit der Hochschule RheinMain unter wissenschaftlicher Leitung von Prof. Dr. Wolfgang Jäger und Prof. Dr. Stephan Böhm.

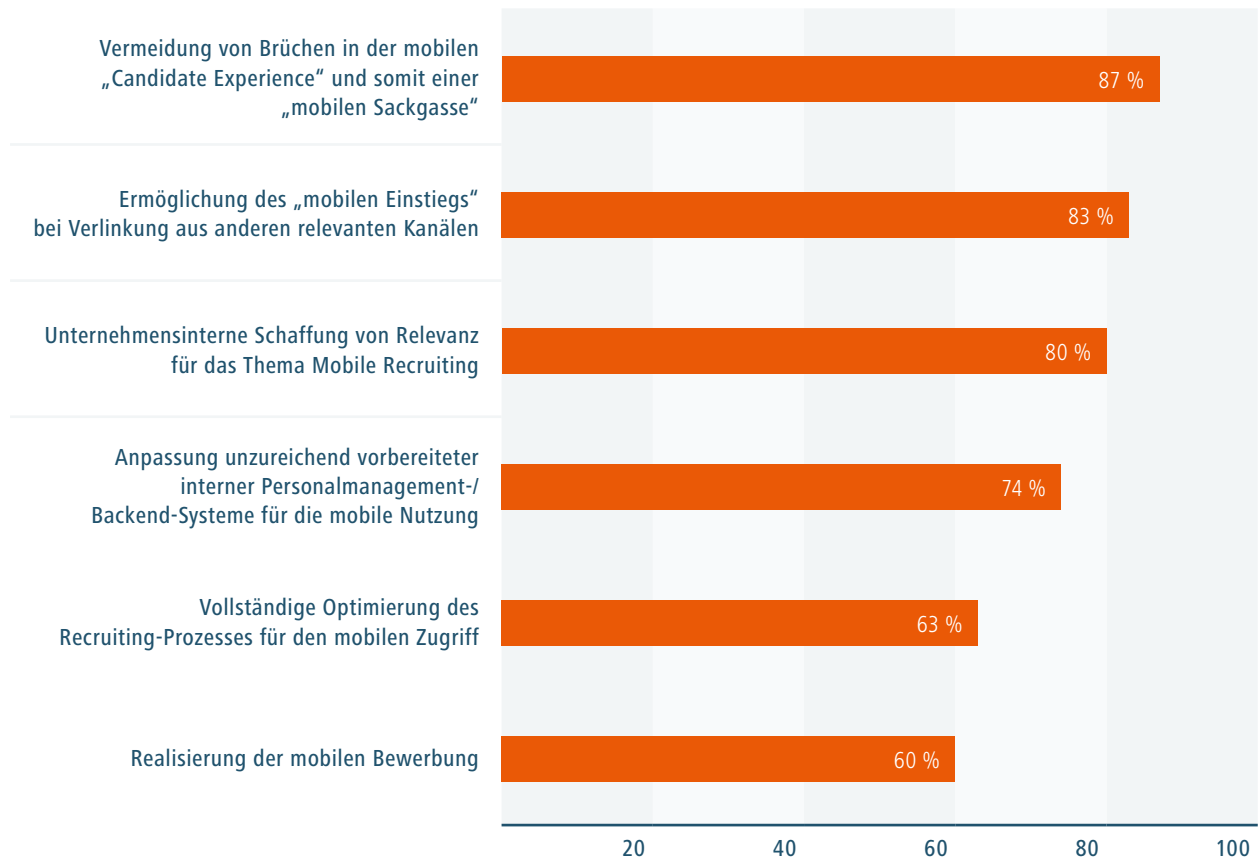
## Mobile Recruiting wird zum Thema<sup>2</sup>



Mobile Recruiting ist der Trend im Recruiting. Dies bestätigt sich im „5. Trend Report Online-Recruiting Schweiz“ der Prospective Media Services AG.

<sup>2</sup> Vgl. Mobile Recruiting 2013: Eine empirische Untersuchung zur Bewerberansprache über mobile Endgeräte der Hochschule RheinMain; Prof. Dr. Wolfgang Jäger, Prof. Dr. Stephan Böhm mit Unterstützung u. a. von Jobware.

## Bewerber stecken in der „mobilen Sackgasse“<sup>3</sup>

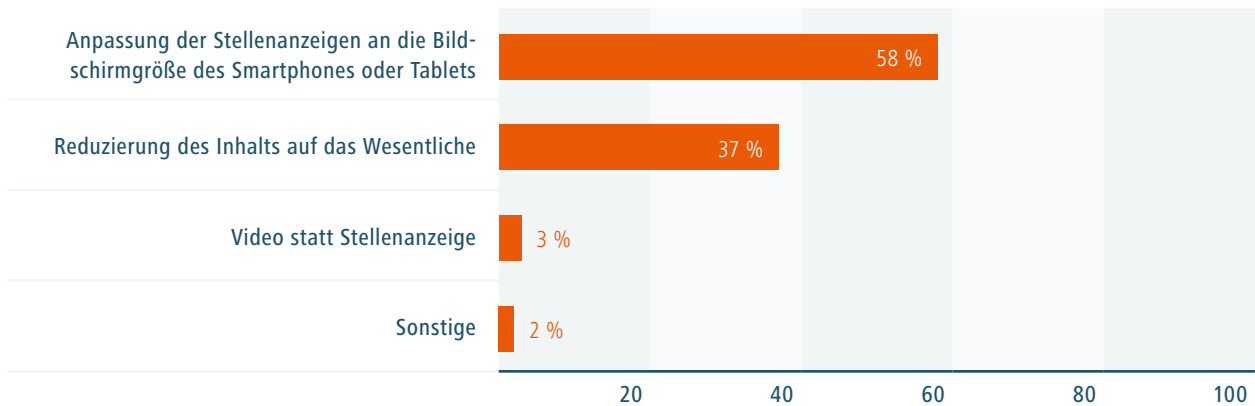


### „Was sind die Herausforderungen an das mobile Recruiting?“

Auf Platz 1 steht die Vermeidung von Brüchen in der „Candidate Experience“ gefolgt von der grundsätzlichen Öffnung der eigenen Seiten für mobile Besucher.

<sup>3</sup> Vgl. Mobile Recruiting 2013.

## Mobile Stellenanzeigen<sup>4</sup>



Bewerber wünschen sich Stellenanzeigen, die auf mobilen Endgeräten gut lesbar sind. Diese Erkenntnis haben wir bereits 2012 gewonnen. Mobil-optimierte Stellenanzeigen (MOPS) haben mittlerweile Eingang in den Jobware-Stellenmarkt gefunden. Sie tragen der Bildschirmgröße von Smartphones sowie der Benutzeroberfläche (Berührungsempfindlichkeit, spezielle Tastatur) Rechnung.

Zuvor wurden 13 mehr oder weniger mobil-optimierte Stellenanzeigen in Zusammenarbeit mit der Hochschule RheinMain intensiv unter die Lupe genommen, um die Erfolgsfaktoren mobiler Stellenanzeigen zu identifizieren.

Das Untersuchungsdesign bestand aus einer technischen Validierung und einer heuristischen Evaluation sowie zwei Usability-Tests (Walk-through mit Thinking aloud und Eye-Tracking inklusive Recall-Tests).

Mithilfe von Software-Tools wurden die Stellenanzeigen dahingehend technisch geprüft, ob der Quell-Code, der Aufbau (Trennung von Inhalten und Layout) und die Ladegeschwindigkeiten mit mobilen Web-Standards harmonisieren, u. a. weil sich die Anforderungen an mobile Lösungen von stationären Lösungen unterscheiden.

Die heuristische Evaluation bestand darin, die Stellenanzeigen mit einem Kriterienkatalog abzugleichen und zu prüfen, ob die Stellenanzeigen überhaupt zugänglich sind, ob sie lesbar sind und in welchem Umfang sie Interaktionen erlauben. Alle Anzeigen wiesen hiernach bereits viel Potenzial für Verbesserung auf.

Im Rahmen der ersten Usability-Evaluation konnte festgestellt werden, wie effizient die zu testenden Stellenanzeigen die Informationsbedürfnisse der Interessenten befriedigen. So konnten Aussagen zur Usability der Stellenanzeigen abgeleitet und Problembereiche identifiziert werden.

Die Untersuchung lieferte wichtige Optimierungshinweise zur „mobile fitness“ von Stellenanzeigen, differenziert nach den Themenfeldern Zugang und Navigation, Design, Inhalte und Informationen sowie Interaktivität. MOPS greifen diese Ergebnisse auf, um Jobware-Kunden einen idealen Einstieg ins Mobile Recruiting zu bieten.

<sup>4</sup> Vgl. Mobile-Recruiting-Studie 2012: Mobile Stellenanzeigen und mobile Bewerbungsszenarien; Jobware in Zusammenarbeit mit der Hochschule RheinMain unter Leitung von Prof. Dr. Wolfgang Jäger.

## Eye-Tracking und Recall-Test

MOPS gingen intensive Eye-Tracking-Analysen voraus. Probanden wurden beim Lesen von Stellenanzeigen beobachtet. Ihre Äußerungen (Thinking aloud) wurden währenddessen aufgezeichnet. Das Lesen der Stellenanzeigen wurde u. a. von folgenden Aussagen begleitet:

- „zu viel Zoomen und Scrollen“
- „Interaktionselemente sind unauffällig, zu klein und so kaum nutzbar“
- „zu lange Ladezeiten“
- „die Struktur der Stellenanzeige ist unklar“
- „ich finde die gesuchten Informationen nicht sofort, bin frustriert und breche meine Suche ab“
- „die Benennung der Buttons ist verwirrend“
- „der Verweis auf die (stationäre) Karriereseite für weitere Informationen bzw. zur Bewerbung ist nicht optimal“

**Fazit: Die wesentlichen Informationen sollten schnell gefunden werden.**



Auch eigene Entwürfe haben wir untersuchen lassen. Wir haben gelernt, dass einzelne Elemente die Aufmerksamkeit anziehen und andere völlig unbeachtet bleiben. Das Logo wird wahrgenommen. Dem Bild und auch dem Text zu Jobware wird trotz bester Positionierung keine Aufmerksamkeit geschenkt. Es wird erwartet, dass der Titel und der Einsatzort prominent erscheinen – auch wenn diese Informationen bereits in der Ergebnisliste stehen.

## Empfehlungen für mobil-optimierte Stellenanzeigen (MOPS)

- Der Leser ist schnell: Die gesamte Stellenanzeige sollte ohne Vergrößerung (Zoomen) sofort lesbar sein.
- Der Leser sucht die Entscheidung: Schlüsselinhalte wie Unternehmen, Stellenbezeichnung und Einsatzort sollten sofort sichtbar sein („above the fold“).
- Der Leser ist bequem: Weitere Inhalte sollten z. B. mit Klappmenüs so integriert werden, dass er nicht hin- und herspringen muss. Horizontales Scrollen sollte vermieden werden, da es die Übersicht empfindlich stört.
- Der Leser ist ungeduldig: Das Datenvolumen der Anzeige ist an der Geschwindigkeit von (langsamen) Mobilfunkverbindungen zu orientieren.
- Der Leser benötigt Orientierung: Bei sehr langen Stellenanzeigen kann der Leser den Überblick verlieren. Zusätzliche Informationen in Aufklappmenüs zu verbergen, hilft, die Stellenanzeige zu verkürzen. Wer den Standort oder das Unternehmen bereits kennt, wird diese Informationen z. B. nicht öffnen müssen.
- Jeder Leser ist anders: Sämtliche Interaktionselemente sollten verständlich benannt und auf die Bedienung unterschiedlicher Fingertypen (Größe und Abstand) ausgelegt werden.
- Der Leser will in keine Sackgasse laufen: Für eine gute „Candidate Experience“ sollten die Inhalte hinter den Links wie z. B. die Karriereseite ebenfalls mobil nutzbar sein.



## Das Ergebnis der Studie: Der Prototyp einer mobil-optimierten Stellenanzeige



## Beispiel: Von der Online-Stellenanzeige zur MOPS



**Ein Spurwechsel genügt, um Bewegung in Ihre Karriere zu bringen.**

Der ADAC ist der größte Automobilclub Europas. Und ein Arbeitgeber, der mit ca. 5.800 Mitarbeitern in über 100 Berufsbildern für Vielseitigkeit und Entwicklungsmöglichkeiten steht. Wir setzen weiter auf engagierte Mitarbeiter, die ihr Know-how und ihre Erfahrung mit Verantwortung umsetzen.

**> (Senior-) Systementwickler SAP TRM (m/w)**

**Einsetzort:** München  
**Arbeitszeit:** Vollzeit  
**Vertragsart:** unbefristet

**Ihre Herausforderungen**

- Mitarbeit bei der Einführung des Moduls SAP TRM (zusammen mit BPC und BW)
- Laufende Betreuung und Weiterentwicklung der Anwendungen und Prozess in SAP-ERP Umfeld mit Schwerpunkt in den Modulen TRM, FI, CO
- Überführung der fachlichen Anforderungen in eine technische Konzeption, realistische Bewertung der Aufwände sowie deren konkrete Realisierung und Einführung
- Konzeption und Implementierung innovativer, maßgeschneiderter SAP-Lösungen für effiziente Prozesse und Systeme
- Eigenverantwortliche Planung, Steuerung und Durchführung von kleinen bis mittleren IT-Projekten
- Mitwirkung bei der Durchführung von komplexen Wartungs- und Tuningmaßnahmen im SAP-System
- Erstellung von Systemdokumentationen nach ADAC-Standards

**Ihr Profil**

- Erfolgreich abgeschlossener (Fach-) Hochschulabschluss in Informatik, BWL oder vergleichbare Qualifikation
- Mehrjährige Erfahrung im Bereich Betreuung und Weiterentwicklung der Prozesse rund um SAP Treasury und Risk Management, sowie in der Finanz- und Liquiditätsplanung in SAP BPC
- Praktische Erfahrungen mit den SAP-Modulen TRM, FI, CO sowie BPC und BW
- Profunde ABAP Kenntnisse
- Erfahrung in der Projektleitung kleiner bis mittlerer IT-Projekte, idealerweise Zertifizierung nach PMI
- Sehr gute Englischkenntnisse

**Unser Angebot**

Spannende Perspektiven in einem zukunftsorientierten Dienstleistungsunternehmen! Neben vielfältigen Sozialleistungen profitieren Sie von gezielter Förderung und zeitgemäßer Arbeitszeitalgestaltung. Darüber hinaus arbeiten Sie in einem attraktiven Arbeitsumfeld.

**Ihre Bewerbung**

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige [Onlinebewerbung](#) unter Angabe der Kennziffer 472, Ihrer Gehaltsvorstellung und Ihrer Kündigungsfrist.

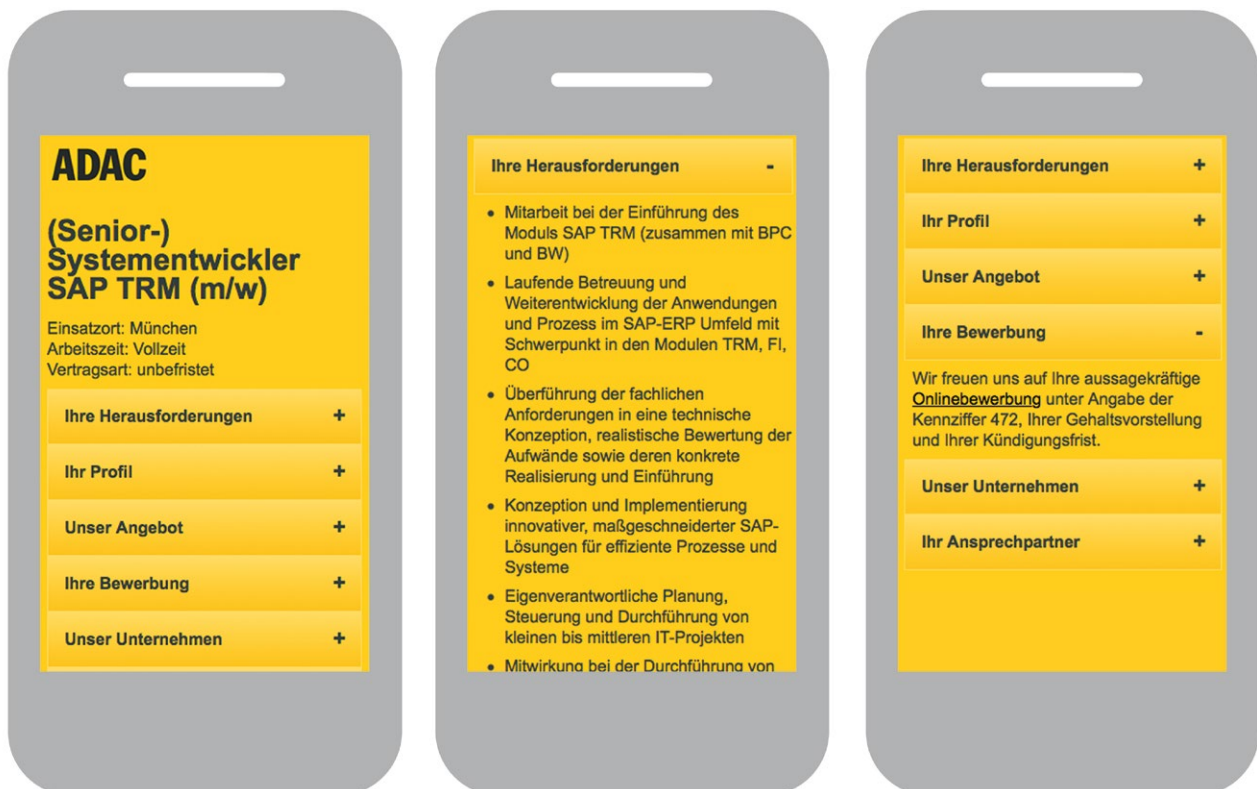
**Ihr Ansprechpartner**  
ADAC e. V.  
Personalmanagement  
Michael Weber  
Hansstraße 19  
80686 München



Der ADAC bewegt Karrieren. [www.adac.de/karriere](http://www.adac.de/karriere)

Online-Stellenanzeigen profitieren von den Eingabe- und Betrachtungsmöglichkeiten einer stationären Betrachtung. Großflächige Displays ermöglichen einen direkten visuellen Zugang zu den Kernelementen einer Stellenanzeige. Eye-Catcher dienen im besten Fall als Einstiegspunkte, zweiseitige Stellenbeschreibungen verbessern die Lesbarkeit, während Visuals und markante Textmarkierungen strukturierend und erklärend wirken. Mobile Endgeräte verfügen über sehr begrenzte Displayabmessungen. Die Eingabe erfolgt per Touchscreen oder Funktionstasten.

Daher sind bei einer mobilen Betrachtung von konventionellen Stellenanzeigen starke Einschränkungen zu erwarten.



MOPS reagieren hingegen flexibel auf das Endgerät – ohne das Corporate Design zu trüben. Proprietäre Lösungen, wie etwa Stellenmarkt-Applikationen, werden zur Anzeige nicht benötigt. So stehen die Kernelemente immer „above the fold“..

Das Menü ist intuitiv in der Bedienung und gibt die gewählten Stellenbeschreibungen bei Berührung preis. Lästiges Scrollen entfällt.

Lange Ladezeiten und überfrachtete Bildschirme werden vermieden, indem Illustrationen ausgeblendet oder auf ein – von dem Kunden gewünschtes – Maß reduziert werden.

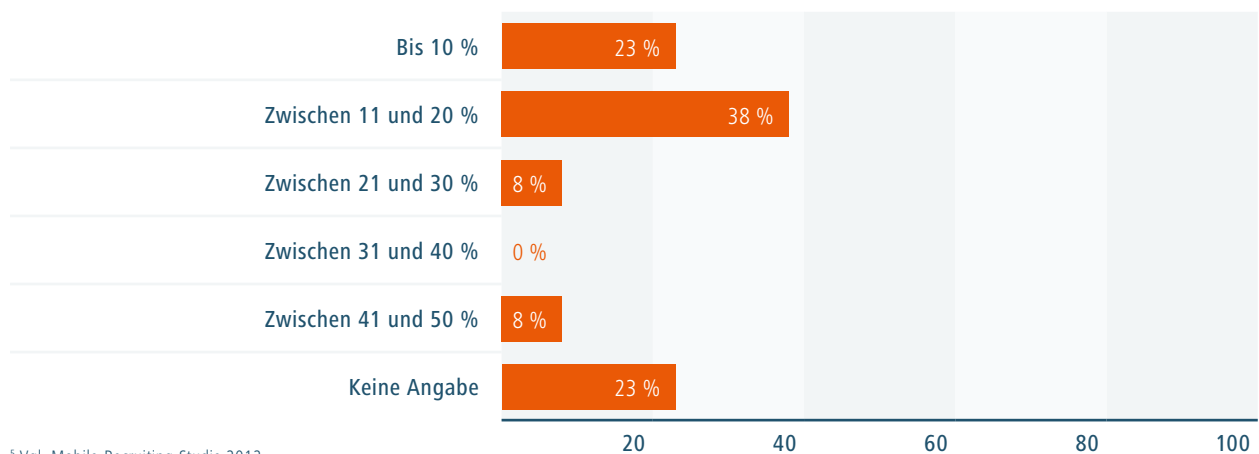
## Mobile Karriereseiten

Mobile Nutzer wünschen sich weiterführende Informationen<sup>5</sup> ...



... und besuchen mit ihren mobilen Endgeräten Ihre Karriereseite.  
54 % aller Unternehmen beobachten mobile Zugriffe  
zwischen 11 und 50 %.

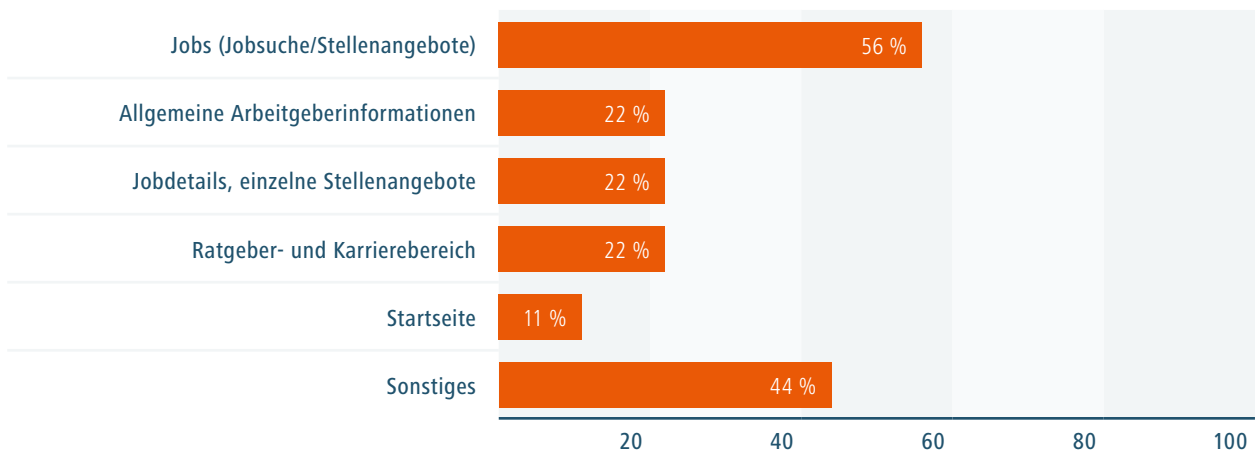
Wie viele Nutzer kommen mobil auf Ihre Karriereseite?<sup>6</sup>



<sup>5</sup> Vgl. Mobile-Recruiting-Studie 2012.

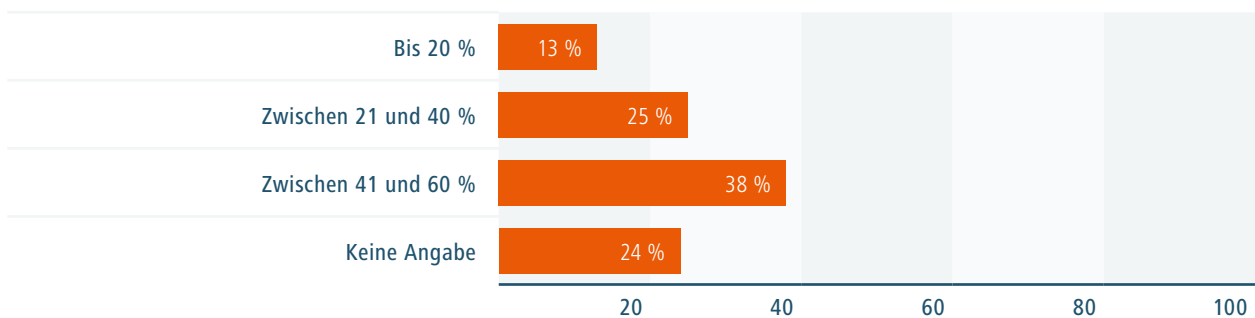
<sup>6</sup> Vgl. Mobile Recruiting 2013.

Für was sich die Besucher der Karriereseite interessieren:<sup>7</sup>



Besucher Ihrer Karriereseite interessieren sich in erster Linie für Jobs (56 Prozent). Ihr eigener Stellenmarkt und die dort publizierten Stellenanzeigen sollten daher mobil funktionieren.

Mit steigender Absprungrate erhöht sich der Handlungsbedarf!<sup>8</sup>



Das Gros der Unternehmen erleidet hohe Absprungraten auf den mobilen Karriereseiten. Wer mobil nicht erreichbar ist, wird zukünftig mit steigenden Absprungraten rechnen müssen. Immer mehr potenzielle Bewerber gehen so verloren.

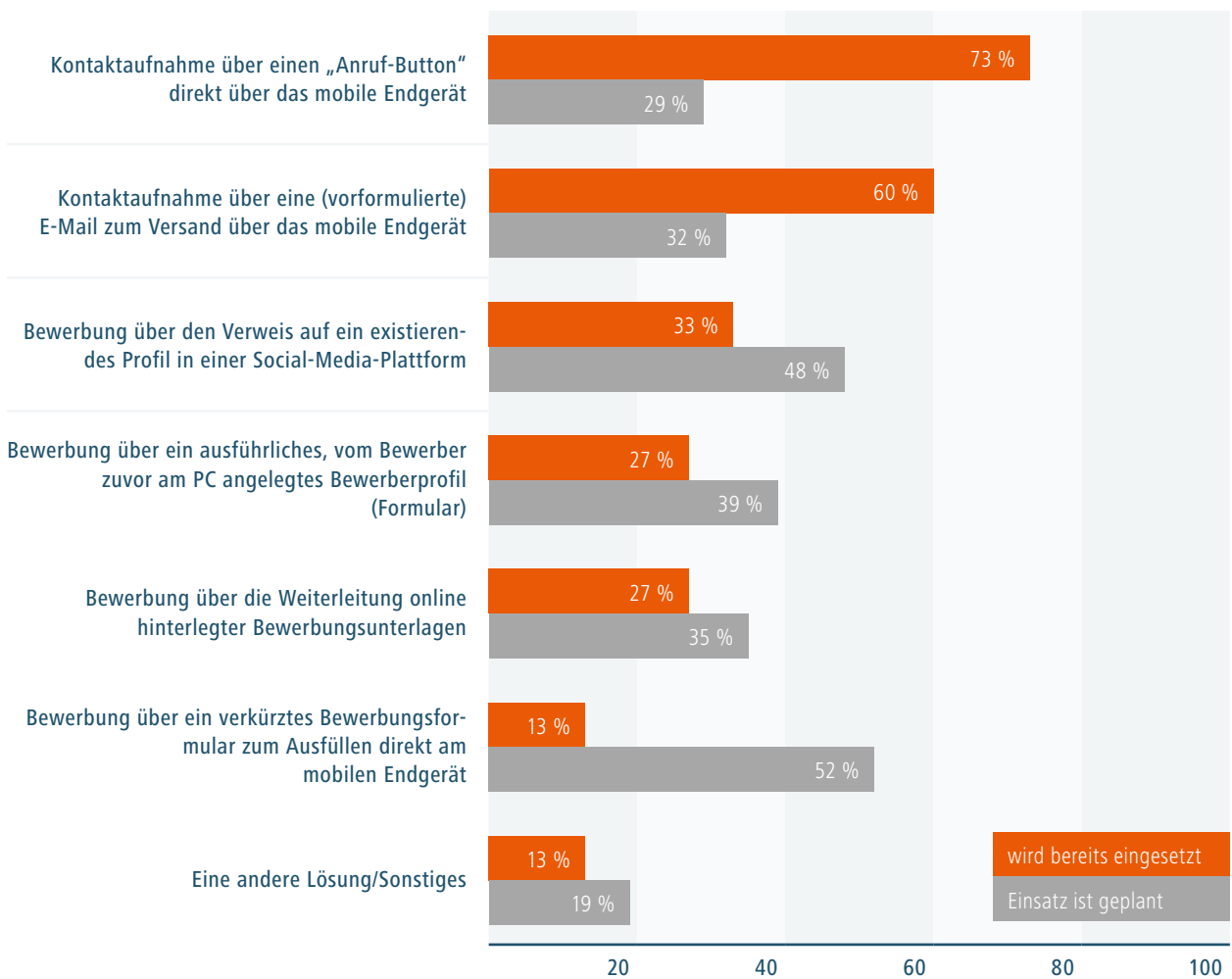
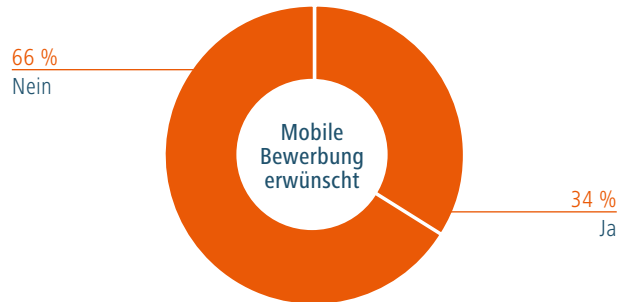
<sup>7</sup> Vgl. Mobile Recruiting 2013.

<sup>8</sup> Vgl. Mobile Recruiting 2013.

## Mobile Bewerbung

### 34 Prozent wollen sich bereits mobil bewerben!<sup>9</sup>

Immer mehr Unternehmen wollen die Möglichkeit einer mobilen Bewerbung bereitstellen. Eine einheitliche Lösung bzw. eine Best Practice gibt es bislang nicht. Noch wissen wir nicht, was die mobilen Nutzer genau erwarten und damit nutzen würden, um sich mobil zu bewerben.<sup>10</sup>



<sup>9</sup> Vgl. Mobile-Recruiting-Studie 2012.

<sup>10</sup> Vgl. Mobile Recruiting 2013.

## Fazit

Über 60 Millionen Nutzer in Deutschland besitzen ein mobiles Endgerät. 21,3 Millionen gehen hierüber ins Internet. Für 15,6 Prozent ersetzt das mobile Endgerät das stationäre, und ab 2014 werden mehr Websites über mobile als über stationäre Endgeräte aufgerufen.

Der Großteil derer, die Stellenanzeigen mobil lesen, würde sich freuen, wenn die Stellenanzeige an die Auflösung und Bildschirmgröße des Endgerätes angepasst wäre. Daher vertrauen immer mehr Jobware-Kunden auf MOPS. Darüber hinaus erwartet jeder dritte mobile Leser von Stellenanzeigen, sich mobil bewerben zu können.

### Unsere Empfehlung:

- Schritt 1: Stellenanzeigen so gestalten, dass sie auch über mobile Endgeräte gut gelesen werden können. So nutzen Sie sofort die schnell wachsende, heute schon rund 20 Prozent ausmachende zusätzliche Reichweite.
- Nachfolgend: Öffnung der eigenen Karriereseite und des eigenen Stellenmarktes für mobile Nutzer, um den hohen Informationsbedarf sofort befriedigen zu können.
- In der Zukunft: Mobilern Nutzern die Möglichkeit bieten, sich über ihr Endgerät unkompliziert zu bewerben.



**Jobware Online-Service GmbH**

Technologiepark 32    Fon 05251 5401-0  
33100 Paderborn      Fax 05251 5401-111

[info@jobware.de](mailto:info@jobware.de)  
[www.jobware.de](http://www.jobware.de)



Stand Oktober 2014