



Whitepaper 2 | 2018

Mobile Recruiting

So geht Bewerbung heutzutage

Joblokal Nordbayern GmbH

Gutenbergstraße 1
96050 Bamberg
Deutschland

E-Mail

info@ausbildungsheld.de

Kostenlose Hotline

0800 / 60 90 600



AUSBILDUNGSHELD.de

EINFACH BEWERBEN!

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG **3 – 4**

MOBILE RECRUITING ALS INSTRUMENT DER PERSONALBESCHAFFUNG **5 – 6**

MÖGLICHKEITEN, DIE DURCH DAS MOBILE RECRUITING GESCHAFFEN WERDEN **7 – 8**

HERAUSFORDERUNGEN, DIE DURCH DEN EINSATZ VON MOBILE RECRUITING ENTSTEHEN **9 – 10**

FAZIT **11 – 13**

KONTAKT **14**



Dieses Whitepaper richtet sich in erster Linie an Mitarbeiter der Personalabteilungen sowie Fach- und Führungskräfte, die für die Einstellung und Gewinnung von neuen Mitarbeitern verantwortlich sind. Es soll wichtige Fragen zur Entwicklung von zielgruppengerechten Rekrutierungsstrategien beantworten und Hilfestellung im sich stetig wandelnden Bewerbermarkt leisten.



Recruiting Trends in der neuen Generation

Wie die Digitalisierung die Personalbeschaffung beeinflusst

Recruiting Trends in der neuen Generation

Wie die Digitalisierung die Personalbeschaffung beeinflusst

Im modernen Zeitalter der Digitalisierung, vermutet man oft den Glauben die Zeit rennt wie im Fluge an einem vorbei. Durch den Global Player Apple und der Erfindung des mobilen Alleskönners Names iPhone im Jahre 2007 wurde diese Vermutung für viele Menschen zur Realität – zumindest gefühlt. Durch den Nachzug weiterer Smartphone Anbieter hat sich unser Verhalten gegenüber der Kommunikation und des Konsums drastisch verändert. Heutzutage ist über mobile Endgeräte wie Smartphone oder Tablet so gut wie alles möglich. Shoppen, Tickets für Konzerte buchen, seinen nächsten Urlaub planen und das Wetter am anderen Ende der Welt verfolgen, alles problemlos möglich, dank der Digitalisierung .

Betrachtet man nun diese Entwicklung im Zusammenhang mit dem Arbeitsmarkt, stellt man schnell fest, dass die mobilen Konsumenten der Generation Y und Z (Jahrgänge nach 1980) auch gleichzeitig die Führungskräfte von morgen sind und somit für Unternehmen eine hoch interessante Zielgruppe. Natürlich soll an dieser Stelle erwähnt werden, dass es sich bei der Generationenvielfalt in der Arbeitswelt nicht um den Unterschied zwischen Jung oder Alt handelt, sondern um eine moderne Geisteshaltung – abseits von Effizienzstreben und Massenproduktion. Eine Haltung, die zu einer neuen Realität passt, in der die Welt immer volatiler, unsicherer, komplexer und ambivalenter wird.

NEUE TRENDMUSTER ENTDECKEN

Durch die Verlagerung unserer daily tasks auf unsere mobilen Endgeräte, verändert sich jedoch auch die Art und Weise wie sich Kandidaten heute bewerben und wie sich Unternehmen präsentieren müssen, um Kandidaten für ihr Unternehmen gewinnen zu können. Unternehmen müssen sich auf neue Innovationen einstellen und dem Trend der Digitalisierung folgen, damit sie auf den Zug der neuen Trendmuster aufspringen, denn diesen sucht die neue Generation im World Wide Web . Der stationäre PC ist zwar mit dem Smartphone gleichauf, was die Stellensuche betrifft (43 Prozent), jedoch nutzen immer mehr Bewerber auch das Tablet (20 Prozent) und der Trend steigt. Man spricht heute vom sogenannten „Mobile Recruiting“ - die Verwendung mobiler Endgeräte - zur Suche nach und der Bewerbung auf - Stellenanzeigen.

Im nachfolgenden Whitepaper wird Ihnen die Bedeutung des Mobile Recruitings näher gebracht. Es soll aufgezeigt werden, wie sich der Bewerbermarkt aufgrund der Digitalisierung verändert hat und wie sich Unternehmen durch mobile Personalbeschaffungsmaßnahmen auf die Bewerbersuche der Generation Y und Z vorbereiten können. Wer im Kampf um die besten Talente nicht den Kürzeren ziehen will, muss daher dringend auf das veränderte Nutzungsverhalten reagieren und auch Formate wie das klassische Anschreiben überdenken. Denn: Das „Internet“, verlagert sich ohne Zweifel zunehmend ins Mobile, was wiederum Auswirkungen auf die Art und Weise hat, wie sich Kandidaten bewerben und wie Unternehmen diese online für sich gewinnen können. Als Beispiel für eine mobile Personalbeschaffungsmaßnahme wird Ihnen die One-Click-Bewerbung vorgestellt. Es wird aufgezeigt, worum es sich bei einer One-Click-Bewerbung handelt, wie man sie im Unternehmen umsetzen kann und welche Herausforderungen und Potenziale sie bei der Personalsuche mit sich bringt.

¹Quelle: Kontio, Carina, Handelsblatt (2017): Mobile Recruiting Studie 2017. Bewerben wir uns bald nur noch per App?

²Quelle: ebd.

³Quelle: Studie „Wie bewirbt man sich heute“ des Instituts für Personalwirtschaft der Ludwigs-Maximilians-Universität München und ABSOLVENTA Jobnet.

In dieser Studie wurden 580 Studenten, Absolventen und Young Professionals (vulgo die Generation Y) zu ihrem Bewerbungsverhalten befragt.



Mobile Recruiting als Instrument der Personalbeschaffung

Was versteht man unter Mobile Recruiting?

Mobile Recruiting als Instrument der Personalbeschaffung

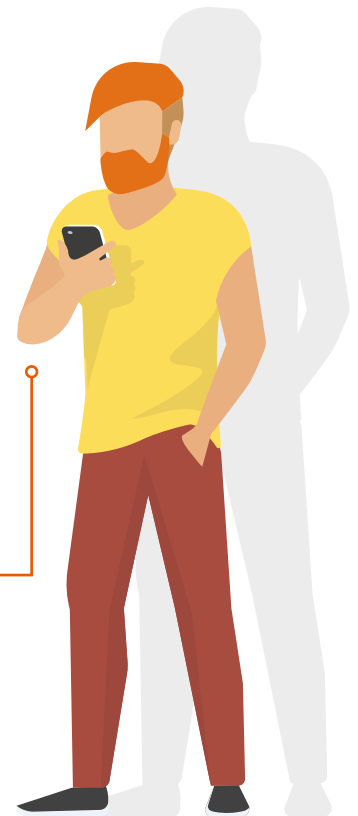
Was versteht man unter Mobile Recruiting?

Mobile Recruiting beschreibt die Verwendung von internetfähigen mobilen Endgeräten (z.B. Smartphones oder Tablets) zur Ansprache von Bewerbern, der Suche nach geeigneten Stellenanzeigen und zur tatsächlichen Bewerbung auf eine Stelle. Unternehmen optimieren ihr Layout der Stellenanzeigen und Karriereseiten also so, dass es an die unterschiedlichen Bildschirmgrößen, Auflösungen und Bedienweisen der verwendeten Endgeräte angepasst wird, man spricht hier auch von „Responsive Design“. Bedingt durch das vergleichsweise kleine Display eines Smartphones soll diese Optimierung ein angenehmeres Konsumentenverhalten ermöglichen.

Zu erwähnen ist zwar, dass 53,6 Prozent der Unternehmen kein Mobile Recruiting anbieten, jedoch sehen 77,4 Prozent diesem Thema positiv entgegen. In der IT-Branche sind es sogar 82,6 Prozent und mittelständische Unternehmen ziehen mit 44,3 Prozent nach. Man kann also sagen, dass Mobile Recruiting in der Zukunft immer wichtiger wird, wenn es um die Stellensuche und den passenden Kandidaten fürs Unternehmen geht. Die Studie „Wie bewirbt man sich heute“ des Instituts für Personalwirtschaft der Ludwigs-Maximilian-Universität München zeigt, dass sich Unternehmen zumindest eine mobil-optimierte Karriereseite mit allen wichtigen Infos leisten sollten. Aktuell erachten Bewerber einen Recruiting-Prozess, der von vorne bis hinten auf mobilen Endgeräten durchgeführt werden kann, bis hin zu einem mobil-optimierten Bewerber-Managementsystem auf Recruiterseite noch nicht für zwingend notwendig. Sicher ist jedoch, dass das Thema Mobile Recruiting kein momentaner Hype ist und irgendwann wieder von der Bildfläche verschwindet, denn die Nutzung mobiler Endgeräte wird unser heutiges Leben immer weiter durchdringen. Für die Generationen Y und Z wird es also immer selbstverständlicher werden, auch eine Bewerbung nur über mobile Endgeräte abzuwickeln.

UNTERNEHMEN DIE SICH DEM TREND DES „MOBILE RECRUITING“ STELLEN, MÜSSEN SICH IM VORFELD JEDOCH GEDANKEN DARÜBER MACHEN:

- welche Möglichkeiten und einhergehenden Herausforderungen es gibt
- wie die Bereitstellung und Darstellung erfolgt
- und welchen Mehrwert diese Recruiting Maßnahme mit sich bringt



⁴Quelle: Weitzel et al. 2017d: 4,5

⁵Es handelt sich um die größten deutschen Unternehmen aus der IT-Branche, die mehr als 50 Mio. Euro Umsatz generieren und mehr als 250 Mitarbeiter beschäftigen.

⁶Quelle: Weitzel et al. 2017d: 4,5

⁷Quelle: Studie „Wie bewirbt man sich heute“ des Instituts für Personalwirtschaft der Ludwigs-Maximilian-Universität München

In dieser Studie wurden 580 Studenten, Absolventen und Young Professionals (vulgo die Generation Y) zu ihrem Bewerbungsverhalten befragt.



Möglichkeiten, die durch das Mobile Recruiting geschaffen werden

Mutig sein lohnt sich!

Möglichkeiten, die durch das Mobile Recruiting geschaffen werden

Mutig sein lohnt sich!

UNTERNEHMEN SOLLTEN IHREN FOKUS AUF MOBIL-OPTIMIERTE KARRIERESEITEN SETZEN

Junge Bewerber wünschen sich deutlich mehr Engagement von Arbeitgebern in Sachen Mobile Recruiting. Eine nicht optimierte mobile Karriereseite eines Unternehmens hat auf 60 Prozent der potenziellen Bewerber eine negative Auswirkung wodurch sie sich letztendlich nicht auf eine Stelle bewerben. Der Trend geht also dazu, dass sich nicht mehr die Bewerber darum bemühen müssen sich auf eine Stelle zu bewerben, sondern sich die Unternehmen immer mehr Gedanken darüber machen sollten, wie sie an passende Kandidaten kommen. Deshalb lohnt es sich für das Employer Branding auf Mobile Recruiting zu setzen. 85 Prozent der Bewerber wünschen sich mobil-optimierte Unternehmensinformationen und 79 Prozent verlangen mobil-optimierte Stellenanzeigen. Was noch hinzu kommt ist, dass 40 Prozent einen verkürzten Bewerbungsweg fordern, bei dem man sein digital hinterlegtes Profil aus einer externen Lebenslaufdatenbank bzw. einem Business Netzwerk den Unternehmen zusendet. Kandidaten, denen diese Mobile Recruiting Möglichkeiten geboten werden, belohnen Arbeitgeber mit positiven Konnotationen wie "modern", "innovativ", "zeitgemäß" und "dynamisch".

MEHR FLEXIBILITÄT FÜR UNTERNEHMEN DURCH VERGRÖßERTE REICHWEITE

Um vor allem die Generation Y und Z erreichen zu können, ist es also wichtig, dass sie ihr Angebot, hinsichtlich der mobilen Kandidatensuche, optimieren. Durch den Einsatz von Mobile Recruiting können sie potenzielle Kandidaten situations- und ortsunabhängig ansprechen und die Reichweite bei der Kandidatenansprache steigern. Die Gewinnung von potentiellen Bewerbern wird somit generiert und den Bewerbern wird eine gewisse Flexibilität gewährt. Ihnen ist es somit möglich sich schneller auf eine passende Stelle zu bewerben und mit Ihrem Unternehmen in Kontakt zu treten. Was in der heutigen Zeit einen Mehrwert für beide Parteien bringt. Jedoch gibt es bekanntlich zwei Seiten der Medaille und somit sollten auch die Herausforderungen nicht vergessen werden.



°Quelle: Studie „Wie bewirbt man sich heute“ des Instituts für Personalwirtschaft der Ludwigs-Maximilian-Universität München

In dieser Studie wurden 580 Studenten, Absolventen und Young Professionals (vulgo die Generation Y) zu ihrem Bewerbungsverhalten befragt.

°Quelle: Weitzel et al. 2017d: 5,6



Herausforderungen, die durch den Einsatz von Mobile Recruiting entstehen

Kein Meister fällt vom Himmel

Herausforderungen die durch den Einsatz von Mobile Recruiting entstehen

Kein Meister fällt vom Himmel

Es darf natürlich nicht außer Acht gelassen werden, dass die Optimierung des „Responsive Design“ gewisse Herausforderungen birgt. Zum einen ist die Nutzung mit zusätzlichen Kosten verbunden, wenn die Optimierung nicht durch unternehmensinterne Programmierer durchgeführt werden kann und somit eine externe Firma beauftragt werden muss. Einhergeht ein hoher technischer Aufwand, den 60,9 Prozent der Unternehmen beklagen. Um diesen Prozess der modernen Stellen- und Kandidatensuche zu unterstützen und die Suche nach passenden Vakanzen zu vereinfachen, kann auf bereits responsiv darstellende Websites oder Apps von externen Anbietern zurückgegriffen werden.

EINE APP ALS NEUE BEWERBUNGSPLATTFORM?

Laut einer empirischen Studie des Centre of Human Resources Information Systems der Otto-Friedrich-Universität Bamberg geben sechs von zehn Kandidaten an, dass sie eine App für mobile Endgeräte begrüßen würden, um nach offenen Stellen zu suchen. Da erscheint die Nutzung einer bereits bestehenden App wie bspw. der Ausbildungsheld, als eine gute Lösung, diesen Herausforderungen entgegenzuwirken. Dies heißt konkret, dass Unternehmen eine Plattform nutzen, auf der potenzielle Kandidaten nach der Registrierung, nach offenen Stellen suchen und ihren Lebenslauf in einer Datenbank hinterlegen können. Für Unternehmen heißt es somit nur, ihre offenen Stellen auf dieser Plattform freizugeben und über die Lebenslaufdatenbank nach potenziellen Kandidaten zu suchen. Kosten für die Programmierung einer eigenen App und der technische Aufwand fallen somit gänzlich weg. Die Betriebe können sich somit voll und ganz auf den eigentlichen Bewerbungsprozess konzentrieren.

Betrachtet man diese Herausforderungen aus Sicht der Bewerber, wird bei einigen noch bemängelt, dass wichtige Bewerbungsunterlagen wie der Lebenslauf nicht ohne weiteres auf dem Tablet oder Smartphone verfügbar sind. 75 Prozent der Bewerber fürchten den hohen Aufwand, weil diese relevanten Unterlagen nicht mobil vorliegen. Jedoch schafft die Speicherung der Unterlagen in einer Dropbox bzw. Cloud Abhilfe. Denn hier kann man alle relevanten Dokumente abspeichern und problemlos über ein mobiles Endgerät in die entsprechende App hochladen oder mit geringem Aufwand direkt in der App erstellen.

WIE SEHEN EINE STELLENSUCHE UND EINE BEWERBUNG ÜBER MOBILE ENDGERÄTE AUS?

Wie im vorangegangenen Punkt bereits erläutert, gibt es noch Optimierungspotenzial, wenn sich Unternehmen dazu entscheiden ihre Karriereseite für mobile Endgeräte zur Verfügung zu stellen. Denn nicht zu vergessen ist nämlich, dass einige Bewerber beklagen, dass der Bildschirm und die damit verbundene Lesbarkeit der Karriereseite bzw. Stellenanzeige erschwert wird oder es zu lange Ladezeiten gibt, wenn man die Informationen über ein mobiles Endgerät aufrufen möchte. So besteht die Gefahr das Unternehmen potentielle Kandidaten aufgrund der schlechten Bedienbarkeit schon zu Beginn des Bewerbungsprozesses verlieren. Wichtig ist es also, dass die Schlüsselinhalt wie der Unternehmensname, Ort und Stellentitel sofort sichtbar sind. Es müssen also die Fragen Wer? Wo? und Was? auf einen Blick beantwortet werden können. Außerdem ist es wichtig, dass die Anzeigen ohne Zoomen lesbar sind, man nicht hin und her springen muss und kein horizontales Scrollen notwendig ist. Die App sollte zudem nicht viel Datenvolumen verbrauchen, da sie sonst womöglich nicht heruntergeladen wird. Eine Möglichkeit, die den Bewerbern der Generation Y und Z entgegenkommt und womöglich die Jobsuche als auch den Bewerbungsprozess über ihr Smartphone zu tätigen erleichtert, ist wohl die One-Click-Bewerbung. Diese soll im Folgenden näher dargelegt und kritisch hinterfragt werden.

¹⁰Quelle: Studie „Wie bewirbt man sich heute“ des Instituts für Personalwirtschaft der Ludwigs-Maximilian-Universität München und ABSOLVENTA Jobnet. In dieser Studie wurden 580 Studenten, Absolventen und Young Professionals (vulgo die Generation Y) zu ihrem Bewerbungsverhalten befragt.

¹¹Quelle: ebd.



One-Click-Bewerbung als mobile Personalbeschaffungsmaßnahme

Spricht man schon von der Bewerbungsform der Zukunft?

One-Click-Bewerbung als mobile Personalbeschaffungsmaßnahme

Spricht man schon von der Bewerbungsform der Zukunft?

Betrachtet man grundsätzlich die Bereitschaft sich mobil zu bewerben, ergab eine doppelerspektivische Studie mit Prof. Dr. Jäger von der Hochschule RheinMain, dass 73 Prozent der Befragten Kandidaten sich mit einem Tablet oder Smartphone bewerben würden. 65,8 Prozent der Fachkräfte erwarten sogar, sich bei Unternehmen mobil zu bewerben. Um den Bewerbern allerdings diese Möglichkeit bieten zu können, bedarf es noch etwas Überzeugungskraft. Denn einige Kandidaten empfinden es als unübersichtlich und umständlich, da der Bildschirm relativ klein ist und die Bewerbung nicht sehr seriös wirkt. Wenn zudem noch das Anschreiben wegfällt, könne man auch seine Stärken, auf die es in einer Bewerbung ja ankommt, nicht richtig darstellen. Eine Studie zu Recruiting Trends 2017 des Staufenberg Instituts hat festgestellt, dass 22 Prozent der Unternehmen die One-Click-Bewerbung im Recruiting nutzen. Einige Kanäle bieten diese Form der Bewerbung bereits an. Den Bewerbern ist es somit möglich nicht lange recherchieren zu müssen, wenn sie sich für eine Stellenanzeige interessieren. Zudem müssen sie nicht zwingend ein Anschreiben verfassen und keine aufwendige Bewerbungsmappe erstellen. Den Bewerbern wird somit ermöglicht, Ihrem Unternehmen mit einem Klick sein gesamtes Profil zu schicken und sein Interesse zu signalisieren. Die einstellende Person auf Unternehmensseite wird dann über die Plattform über das Interesse des Kandidaten informiert und kann diese Informationen direkt dem Personalverantwortlichen weiterleiten. Das gleiche Prinzip funktioniert auch mit dem Upload des Lebenslaufes über eine entsprechende Datenbank. Kommt der Bewerber für das Unternehmen in Frage, kann sich ihr Personal direkt bei dem Kandidaten melden und der Bewerbungsprozess kann beginnen. Vor allem Schüler die sich für einen Ausbildungsplatz interessieren, wird es auf diesem Wege noch etwas einfacher gemacht, denn der Lebenslauf hat in der Regel noch nicht viel Inhalt und kann über eine App noch schneller generiert und hochgeladen werden. Ziel ist es somit ein standardisiertes und beschleunigtes Bewerbungsverfahren zu ermöglichen.

VORTEILE DER ONE-CLICK-BEWERBUNG FÜR BEWERBER UND RECRUITER

Vorteile für den Bewerber ergeben sich dahingegen, dass man meist kein Anschreiben verfassen muss. Dies bedeutet, dass der Bewerber weniger Aufwand für eine Bewerbung betreiben muss und sich somit Zeit und Mühe sparen kann. Was aktuelle Trends bereits belegen, sehen sich 75 Prozent der Personalverantwortlichen erst den Lebenslauf an, bevor sie zum Anschreiben kommen, denn dieses verliert immer mehr an Bedeutung. Zudem sind die Bewerber zeitlich und räumlich flexibel und können sich durch die One-Click-Bewerbung bequem von jedem Ort aus bewerben. Ein PC oder Laptop ist nicht notwendig, zudem kann die Bewerbung über ein mobiles Endgerät erfolgen. Die One-Click-Bewerbung bietet aber nicht nur den Bewerbern gegenüber Vorteile, auch Ihr Unternehmen hat etwas davon. Sie können die Bewerbung schneller durchsichten und die wichtigsten Kennzahlen sofort herausfiltern. Oftmals kann man somit auf einen Blick sehen, ob der Bewerber zum Unternehmen passt oder nicht. Zeit die man mit nicht passenden Bewerbern verbringen würde, kann dadurch eingespart werden. Hinsichtlich der Generation Y und Z, ist man als Unternehmen in Zeiten des Fachkräftemangels fast schon gezwungen, eine möglichst komfortable Bewerbungsmöglichkeit anzubieten, um qualifizierte Nachwuchskräfte zu finden.

¹²Quelle: Prof. Dr. Jäger, Hochschule RheinMain (2017): Mobile Recruiting Studie 2017.

¹³Quelle: Staufenberg Institut GmbH: Recruitingtrends 2017. Was HR-Verantwortliche wissen müssen.

¹⁴Quelle: Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS), Otto-Friedrich-Universität Bamberg (2017): Recruiting Trends 2017: Themenspecial 2017 – Active Sourcing und Social Recruiting.

¹⁵Quelle: ebd.

One-Click-Bewerbung als mobile Personalbeschaffungsmaßnahme

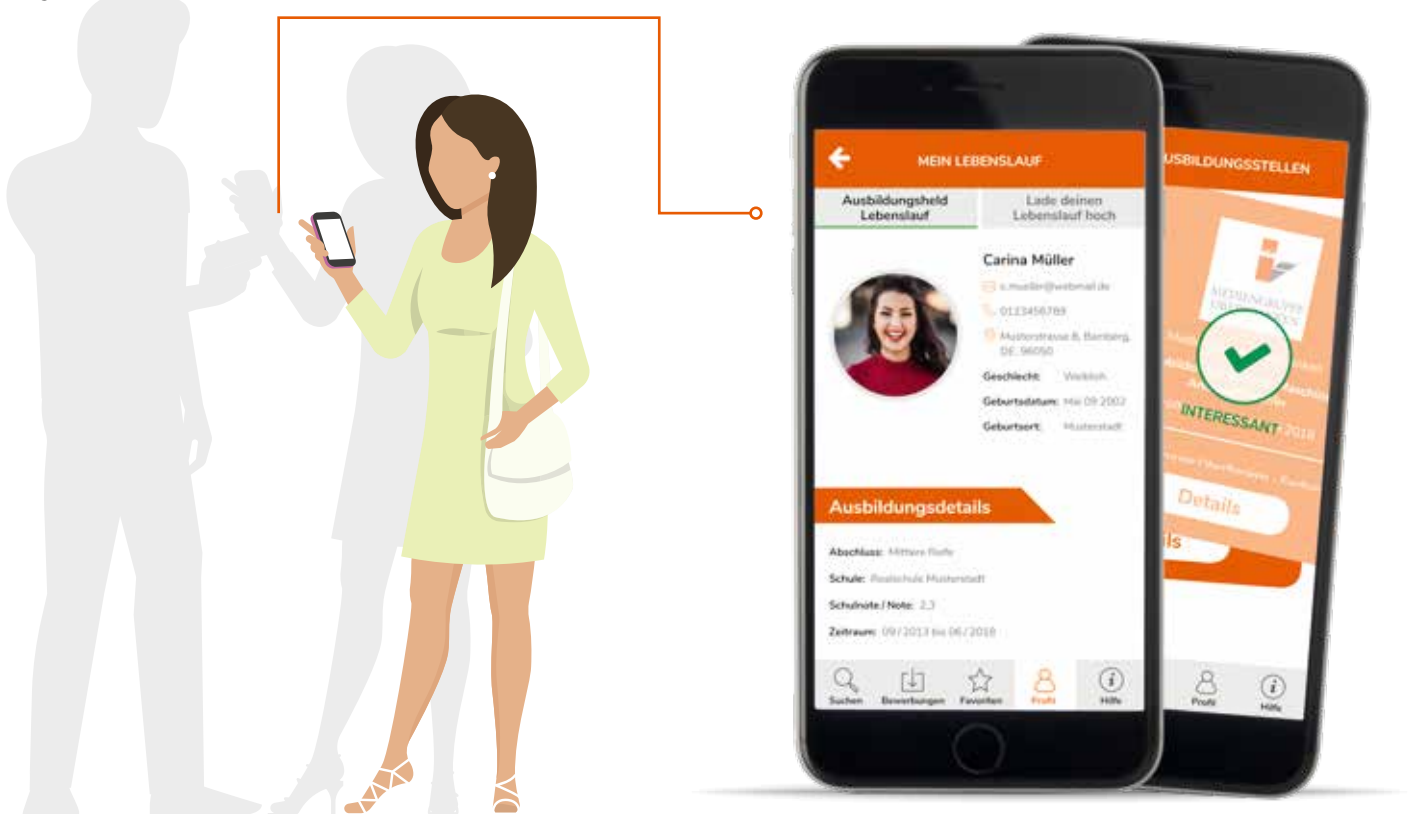
Spricht man schon von der Bewerbungsform der Zukunft?

FAZIT

Die One-Click-Bewerbung wird immer mehr zu einem Bestandteil im heutigen Bewerbungsprozess. Besonders dann, wenn die Bewerber nach ihren Hardskills und Fähigkeiten bewertet werden, können diese Formen der Bewerbung punkten. Außerdem erspart sie beiden Seiten enorm viel Zeit. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels bietet die One-Click-Bewerbung die Chance sich von Mitbewerbern abzugrenzen und im War for Talents herauszustechen. Denn Unternehmen die heutzutage eine möglichst einfache Lösung zur Bewerbung auf eine Stelle anbieten, werden bei Bewerbern mehr punkten, als diejenigen, die herausfordernde Bewerbungen anfordern. Außerdem ist es besonders spannend, wie dieser Trend die Erwartungshaltung der Kandidaten verändert, denn Bewerber sind im Netz ja nicht nur Bewerber, sondern gleichzeitig auch Mobile-Commerce-Kunden. Wer sich also einmal an die bequeme One-Click-Bestellung mit einer Lieferung innerhalb von 24 Stunden gewöhnt hat, wird sich als Bewerber nur ungerne auf mehrwöchige Reaktionszeiten der Arbeitgeber einlassen.

VORREITER SEIN LOHNT SICH!

Fragen wie, ob der Jobsuchende die Stelle wirklich möchte? Oder ob sich der Bewerber intensiv mit dem Unternehmen beschäftigt hat und welche Motivation er hat, bleiben hier leider dennoch außen vor. Für die Zukunft ist jedenfalls zu sagen, dass der Bewerber mit der Möglichkeit eine One-Click-Bewerbung zu nutzen in Berührung kommt und garantiert kein neomodischer Hype im Personalbeschaffungsprozess ist. Entsprechend wird dem Unternehmen über kurz oder lang wohl nichts anderes übrig bleiben, als sich am gelernten Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe auszurichten und genau diesem nachzukommen, wenn man im Kampf um die besten Talente nicht abgehängt werden will.



¹⁶Quelle: Prof. Dr. Jäger, Hochschule RheinMain (2017): Mobile Recruiting Studie 2017.

¹⁷Quelle: Kontio, Carina, Handelsblatt (2017): Mobile Recruiting Studie 2017. Bewerben wir uns bald nur noch per App?

Kontakt

IHR AUFTRITT AUF AUSBILDUNGSHELD.DE

Erreichen Sie genau die Zielgruppe, die Sie suchen:
Potenzielle Auszubildende, direkt in ihrer Region.

WAS IST AUSBILDUNGSHELD.DE?

Ausbildungsheld.de ist ein Online-Portal für potentielle Azubis und Ausbildungsbetriebe. Für Firmen verknüpft es die Vorzüge eines Stellenmarkts mit einem Bewerbermanagementsystem, begleitenden Werbemaßnahmen und der Option auf Active-Sourcing.

DAS NEUE AUSBILDUNGSPORTAL VON:

oberfranken  JOBS.de

 Bfinder-
hessen.de

mittelfranken  JOBS.de

 Bfinder-
oberpfalz.de

unterfranken  JOBS.de

Joblokal Nordbayern GmbH

Gutenbergstraße 1
96050 Bamberg
Deutschland

E-Mail

info@ausbildungsheld.de

Kostenlose Hotline

0800 / 60 90 600