

IBM® Smarter Workforce Institute

# Realisierung gewünschter Ergebnisse durch mobile Lösungen: Erfahrungswerte Arbeitssuchender mit Bewerbungsprozessen über mobile Endgeräte

*Dr. Haiyan Zhang, IBM Smarter Workforce Institute*



Mobile Endgeräte sind allgegenwärtig. Heutzutage gibt es sogar mehr als Menschen auf der Welt (7,2 Mrd.).<sup>1</sup> Smartphones und Tablets haben sich zu essentiellen Wegbegleitern entwickelt, ohne die wir anscheinend nicht mehr leben können. Eine Umfrage des Times Magazins ergab, dass 84 Prozent der Benutzer nicht einmal einen Tag ohne ihr mobiles Gerät auskommen würden. Einer von fünf Benutzern schaut alle 10 Minuten darauf.<sup>2</sup> Dabei werden mobile Geräte für weit mehr genutzt als nur Telefonanrufe, z. B. auch für den Zugriff auf das Internet, den Austausch von Kurznachrichten, Mitteilungen in sozialen Netzwerken und sogar für die Stellensuche.

Angesichts dieser Beliebtheit richten viele Unternehmen ihre Aufmerksamkeit auf Bewerbungsprozesse, die auch mit mobilen Endgeräten kompatibel sind. Doch wie setzen Arbeitssuchende ihr mobiles Gerät für die Stellensuche ein? Die Analyse des IBM Smarter Workforce Institutes (SWI) auf Grundlage der Daten aus der globalen IBM WorkTrends™-Umfrage zeigt, wie und warum potenzielle Arbeitssuchende<sup>3</sup> mobile Geräte bei der Stellensuche einsetzen und welche Bedenken und Erwartungen sie dabei haben. Die Ergebnisse liefern Unternehmen eindeutige Erkenntnisse darüber, wie sie qualifizierte Mitarbeiter mithilfe mobiler Technologien auf das Unternehmen aufmerksam machen können.

### Zu diesen Analysen

Die in diesem White Paper vorgestellten Analysen basieren auf einer Auswahl von über 16.000 Mitarbeitern aus der WorkTrends™-Umfrage. Sie wurde im Jahr 2015 vom IBM Smarter Workforce Institute unter Mitarbeitern in 23 Ländern, aus einem Querschnitt verschiedener Branchen, in Tausenden von unterschiedlichen Unternehmen und allen wichtigen Berufen durchgeführt.

### Die wichtigsten Ergebnisse

Insgesamt hat über die Hälfte der Arbeitssuchenden bei aktuellen oder bisherigen Suchen mobile Geräte verwendet. Für diejenigen, die ein mobiles Gerät für die Stellensuche verwendet haben, lässt sich folgendes festhalten:

- Etwa drei Viertel der Suchenden schaut auf mobilen Geräten nach Stellenangeboten. Die Hälfte von ihnen erhält stellenbezogene Informationen und Hinweise auf Stellenangebote. Ein Drittel bringt sein Interesse an Stellenangeboten zum Ausdruck. Jeder Vierte bewirbt sich auf Stellenangebote und jeder Fünfte nimmt über ein mobiles Gerät an einem Auswahlprozess teil.
- Fast drei von fünf Befragten geben an, dass sie Unternehmen attraktiver finden, die für mobile Geräte kompatible Bewerbungsprozesse anbieten. Sieben von zehn beabsichtigen, bei künftigen Stellensuchen ein mobiles Gerät zu verwenden.
- Die größten Bedenken von Nutzern mobiler Geräte sind dabei, dass sich eine Stellenbewerbung auf mobilen Geräten nicht einfach durchführen lässt, zu wenige mobil kompatible Websites für Stellenangebote angeboten werden und wichtige Dateien, wie der Lebenslauf, nicht auf einem mobilen Gerät gespeichert sind. Arbeitssuchende haben außerdem Bedenken im Hinblick auf die Datensicherheit und Fehler bei der Bewerbung über ein mobiles Gerät.
- Mit Blick in die Zukunft erwartet die Mehrheit der Befragten (sieben von zehn), dass Apps zur Stellensuche einfach zu bedienen sind. Über die Hälfte erwartet, dass die Apps personalisiert sind und etwa die Hälfte verlangt, dass die Bewerbungsprozesse einfach sind. Fast 50 Prozent der Befragten erwarten, dass alle Unternehmen mobile Websites für Stellenangebote anbieten und ca. jeder Dritte verlangt, dass der Bewerbungsprozess nicht viel Zeit in Anspruch nimmt.

## Wie verbreitet ist die Verwendung mobiler Geräte bei der Stellensuche?

Nach unseren Analysen hat über die Hälfte der Arbeitssuchenden (53 Prozent) bei aktuellen oder bisherigen Stellensuchen mobile Geräte verwendet (Abbildung 1).

### Haben Sie bei bisherigen oder aktuellen Stellensuchen mobile Geräte verwendet?

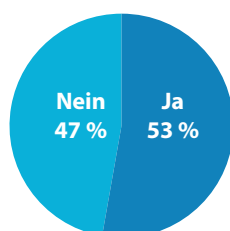


Abbildung 1: Verbreitung der Verwendung mobiler Geräte bei der Stellensuche

Quelle: WorkTrends™ 2015 Global (N=16.212).

In einigen Branchen werden mobile Geräte für die Stellensuche umfassender und häufiger verwendet, als in anderen Branchen. Holding-Gesellschaften und IT-Unternehmen stehen dabei in der Liste ganz oben. Für die Arbeitgeber in diesen Branchen sind mobil kompatible Bewerbungsprozesse eine clevere Möglichkeit, qualifizierte Mitarbeiter auf das Unternehmen aufmerksam zu machen. In Abbildung 2 ist der Prozentsatz derjenigen aufgeführt, die mobile Geräte bei der Stellensuche in unterschiedlichen Branchen verwendet haben.

### Prozentsatz der Arbeitssuchenden, die bei der Stellensuche ein mobiles Gerät verwendet haben, nach Branche

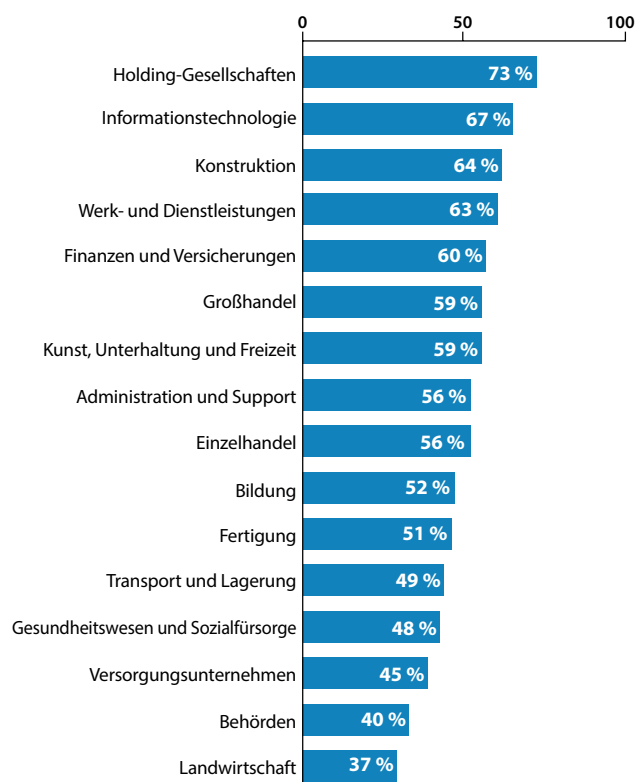


Abbildung 2: Verwendung von mobilen Geräten bei der Stellensuche in unterschiedlichen Branchen

Quelle: WorkTrends™ 2015 Global (N=16.212).

## Warum verwenden Arbeitssuchende mobile Geräte?

Es ist nicht überraschend, dass Arbeitssuchende mobile Geräte bei der Stellensuche verwenden, da es schnell und effizient ist. Von denen, die bei aktuellen oder bisherigen Stellensuchen mobile Geräte verwendet haben, gibt die Mehrheit an, dass sie Informationen über Stellenangebote schnell über ein mobiles Gerät erhalten (69 Prozent). Fast zwei Drittel geben an, dass mobile Geräte einfach zu bedienen sind (65 Prozent), und die Hälfte gibt an, dadurch schnell auf Stellenangebote reagieren können (50 Prozent). Außerdem schätzen einige Arbeitssuchende den privaten Charakter mobiler Geräte. Einer von acht Arbeitssuchenden (13 Prozent) sucht über mobile Geräte nach Stellenangeboten, weil er hierfür nicht den Computer seines Unternehmens verwenden möchte (siehe Abbildung 3).

### Warum verwenden Sie mobile Geräte bei der Stellensuche?

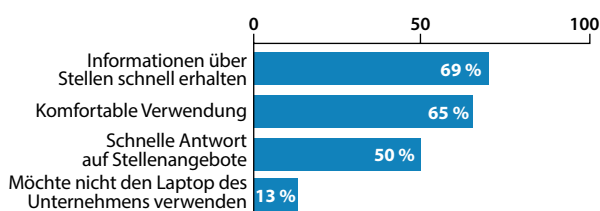


Abbildung 3: Die wichtigsten Gründe zur Verwendung mobiler Geräte bei der Stellensuche  
Quelle: „WorkTrends™ 2015 global employees who have used mobile in job searches“ (N=8.644)

Bisherige Umfragen ergaben, dass Bewerber eher ein Stellenangebot annehmen, wenn das Unternehmen für sie attraktiv ist.<sup>4</sup> Interessanterweise belegen unsere Analysen, dass Unternehmen, die bei Bewerbungsprozessen auf mobile Technologien setzen, für die Bewerber attraktiver erscheinen. Von den Befragten, die bei der Stellensuche mobile Geräte verwendeten, gaben fast 60 Prozent an, dass Unternehmen, die mobile Bewerbungsprozesse anbieten, attraktiver sind (Abbildung 4). Das Ergebnis deutet darauf hin, dass Unternehmen, die bei Bewerbungsprozessen bisher nicht auf mobile Technologien setzen, dies in Betracht ziehen sollten, wenn sie die am besten qualifizierten Mitarbeiter gewinnen möchten.

## Unternehmen, die bei Bewerbungsprozessen auf mobile Technologien setzen, sind für mich attraktiver

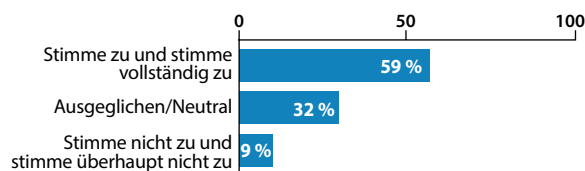


Abbildung 4: Attraktivität von Unternehmen, die bei der Einstellung auf mobile Bewerbungsprozesse setzen  
Quelle: „WorkTrends™ 2015 global employees who have used mobile in job searches“ (N=8.644)

## Wie verwenden Arbeitssuchende üblicherweise mobile Geräte?

Unsere Analysen zeigen, dass Arbeitssuchende mobile Geräte am häufigsten verwenden, um nach Stellenangeboten zu suchen und diesbezügliche Informationen zu erhalten (Abbildung 5). Bei den Arbeitssuchenden, die mobile Geräte für die Stellensuche verwendet haben, gehören zu den häufigsten Aktivitäten in diesem Zusammenhang die Suche nach Stellenangeboten (74 Prozent), die Suche nach Informationen über potenzielle Stellenangebote, z. B. Einzelheiten über ein Unternehmen (55 Prozent) und der Erhalt von Informationen über Stellenangebote (54 Prozent). Viele Arbeitssuchende unternehmen aber noch weitere Schritte. Über ein Drittel äußert Interesse an einem Stellenangebot über ein mobiles Gerät (35 Prozent). Einer von vier bewirbt sich über mobile Geräte auf Stellenangebote (25 Prozent) und fast jeder Fünfte nimmt über ein mobiles Gerät an einem Auswahlprozess teil (18 Prozent).

### Wie verwenden Sie mobile Geräte üblicherweise bei der Stellensuche?

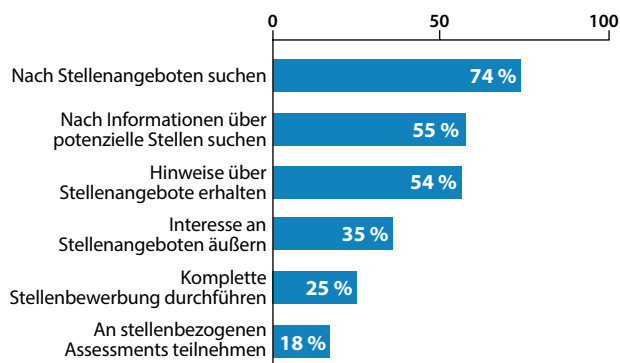


Abbildung 5: Typische Maßnahmen bei der Stellensuche über mobile Geräte  
Quelle: „WorkTrends™ 2015 global employees who have used mobile in job searches“ (N=8.644)

## Welche Bedenken haben Arbeitssuchende?

Trotz der großen Beliebtheit mobiler Geräte für die Stellensuche haben die Arbeitssuchenden einige Bedenken geäußert (Abbildung 6). Die größten Bedenken sind, dass sich eine Stellenbewerbungen auf mobilen Geräten nicht einfach durchführen lässt (47 Prozent), zu wenige mobil kompatible Websites für Stellenangebote angeboten werden (43 Prozent) und wichtige Dateien, wie der Lebenslauf, nicht auf einem mobilen Gerät gespeichert sind (37 Prozent). Einige Arbeitssuchende haben auch Bedenken im Hinblick auf die Datensicherheit (31 Prozent) und eigene Fehler bei der Bewerbung auf eine freie Stelle (26 Prozent).

### Welche Bedenken haben Sie bei der Verwendung mobiler Geräte bei der Stellensuche?

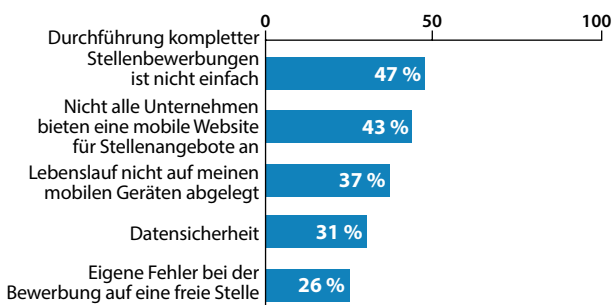


Abbildung 6: Die größten Bedenken bei der Verwendung mobiler Geräte bei der Stellensuche  
Quelle: „WorkTrends™ 2015 global employees who have used mobile in job searches“ (N=8.644)

## Welche Erwartungen haben Arbeitssuchende?

Im Allgemeinen gehen Personen, die mobile Geräte bei der Stellensuche verwendet haben, davon aus, dies auch künftig zu tun. Fast drei Viertel (74 Prozent) möchten auch bei künftigen Stellensuchen mobile Geräte verwenden (Abbildung 7). Noch auffälliger ist, dass nur 5 Prozent der Befragten nicht beabsichtigen, über ihre mobilen Geräte nach Stellenangeboten zu suchen. Angesichts so vieler potenziellen Arbeitssuchenden, die bei aktuellen und künftigen Suchen nach Stellenangeboten ihre mobilen Geräte verwenden, ist es für Unternehmen wichtig, Technologien für mobile Bewerbungsprozesse in Betracht zu ziehen, wenn sie möglichst viele Bewerber erreichen möchten.

### Ich beabsichtige, auch bei künftigen Stellensuchen mobile Geräte zu verwenden

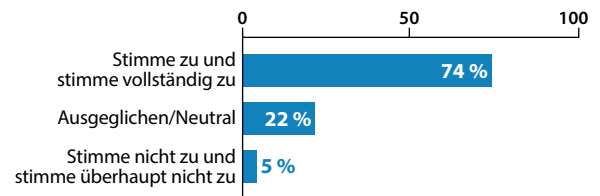


Abbildung 7: Beabsichtigte künftige Verwendung mobiler Geräte bei der Stellensuche  
Quelle: „WorkTrends™ 2015 global employees who have used mobile in job searches“ (N=8.644)

Bei genauerer Betrachtung der Erwartungen von Arbeitssuchenden in Bezug auf den tatsächlichen Prozess der Stellensuche auf mobilen Geräten belegen unsere Analysen, dass die Mehrheit einfach bedienbare Apps für die Stellensuche erwartet (71 Prozent). Über die Hälfte erhofft, dass die Apps personalisiert sind (52 Prozent). Etwa die Hälfte erwartet, dass die Bewerbungsprozesse einfach sind (49 Prozent). Etwas weniger als die Hälfte hofft, dass alle Unternehmen mobile Websites für Stellenangebote bieten (46 Prozent) und etwa ein Drittel geht davon aus, dass die Beantwortung von Fragen bei der Bewerbung nicht viel Zeit in Anspruch nimmt (29 Prozent). Diese Ergebnisse geben Unternehmen, die den Anforderungen von Arbeitssuchenden in ihren mobilen Bewerbungsprozessen gerecht werden möchten, einige nützliche Anhaltspunkte (siehe Abbildung 8).

### Welche Erwartungen haben Sie an künftige mobile Apps für die Stellensuche?

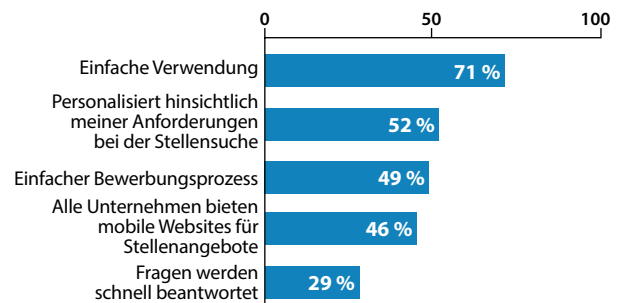


Abbildung 8: Erwartungen an künftige Apps für die Stellensuche  
Quelle: „WorkTrends™ 2015 global employees who have used mobile in job searches“ (N=8.644)

Der Prozess der Stellensuche besteht nicht nur aus den Maßnahmen der Arbeitssuchenden. Tatsächlich sprechen viele Unternehmen potenzielle Bewerber auf unterschiedliche Weise proaktiv an. Diese Unternehmen möchten Erkenntnisse darüber gewinnen, wie Arbeitssuchende bevorzugt Informationen über Stellenangebote auf ihren mobilen Geräten erhalten möchten. Es überrascht nicht, dass die große Mehrheit der Arbeitssuchenden (92 Prozent), die mobile Geräte verwenden, Informationen über Stellenangebote per E-Mail erhalten möchten. Viele Arbeitssuchende setzen aber auch auf andere Kanäle, wie z. B. Textnachrichten (32 Prozent) und soziale Netzwerke wie LinkedIn (29 Prozent) (Abbildung 9). Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Unternehmen mehrere Kanäle nutzen sollten, um qualifizierte Bewerber zu erreichen.

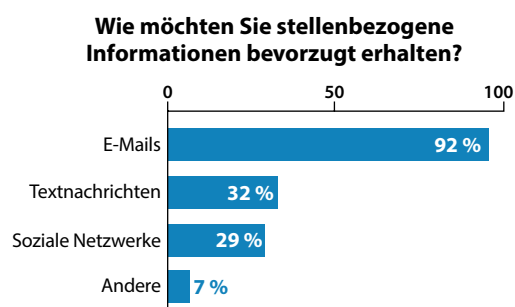


Abbildung 9: Präferenzen für den Erhalt stellenbezogener Informationen  
Quelle: „WorkTrends™ 2015 global employees who have used mobile in job searches“ (N=8.644)

## Auswirkungen

Die weit verbreitete Verwendung mobiler Geräte hat Unternehmen viele Möglichkeiten eröffnet, mehr qualifizierte Bewerber zu erreichen. Die Unternehmen müssen hierbei aber richtig vorgehen, da ihre Maßnahmen zur Anwerbung von Mitarbeitern möglicherweise deren Reaktion (z. B. deren Interesse an einer Bewerbung) und das Ergebnis der Rekrutierung (z. B. die Zahl der eingegangenen Bewerbungen) beeinflussen.<sup>5</sup>

Die Ergebnisse, die in diesem White Paper erläutert werden, haben wichtige Auswirkungen für Unternehmen, die nach qualifizierten Mitarbeitern suchen:

- **Erstens: Es werden mobile Websites für Stellenangebote erwartet.** Angesichts der großen Zahl an Arbeitssuchenden, die mobile Geräte verwenden, sollten Unternehmen, die bei Bewerbungsprozessen bisher noch nicht auf mobile Technologien setzen, dies in Betracht ziehen. Die „Candidate Behavior Study“ von CareerBuilder hat ergeben, dass 65 Prozent der Benutzer, die über mobile Geräte nach Stellenangeboten suchen, eine Website verlassen, wenn diese nicht für mobile Geräte optimiert wurde.<sup>6</sup> Für Unternehmen ist es daher besonders wichtig, mobile Websites für Stellenangebote einzurichten, um das Interesse potenzieller Bewerber zu wecken.
- **Zweitens: Apps zur Stellensuche sollten einfach zu bedienen und personalisiert sein.** Heute reicht es nicht mehr aus, Arbeitssuchenden lediglich die Möglichkeit zu bieten, über mobile Geräte nach Stellenangeboten zu suchen. Unternehmen müssen darüber hinaus berücksichtigen, dass ihre Apps zur Stellensuche für mobile Geräte geeignet und personalisiert sein sollten, um individuelle Anforderungen erfüllen zu können. Apps zur Stellensuche sollten Arbeitssuchenden z. B. die Möglichkeit bieten, sehr einfach nach verschiedenen Kriterien zu suchen (beispielsweise Stellenkategorie, Standorte) und ihre Aktivitäten nachzuverfolgen.
- **Drittens: Bewerbungsprozesse müssen einfach und effizient sein.** Die Ergebnisse unserer Umfrage belegen, dass Arbeitssuchende hauptsächlich aufgrund der einfachen und bequemen Verwendung über mobile Geräte nach Stellenangeboten suchen oder sich darauf bewerben. Ein komplizierter und langwieriger Prozess hält Bewerber eher davon ab, sich auf eine Stelle zu bewerben. Vereinfachte Prozesse hingegen fördern den Bewerbungsprozess und hinterlassen einen positiven Eindruck bei den Kandidaten. In Apps zur Stellensuche haben diese z. B. die Möglichkeit, ihre Profile mit sozialen Netzwerken wie LinkedIn zu verknüpfen, um ihren Lebenslauf zu erstellen.<sup>7</sup>
- **Viertens: Datensicherheit muss stärker beachtet werden.** Fast ein Drittel der Arbeitssuchenden äußerte in unserer Umfrage Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit, wenn sie Stellenangebote über mobile Geräte suchen. Bewerber neigen dazu, den Bewerbungsprozess abzubrechen, wenn sie den Eindruck haben, dass ihre Angaben nicht sicher gespeichert oder bereitgestellt werden. Unternehmen müssen der Datensicherheit bei mobilen Bewerbungsprozessen daher mehr Beachtung schenken, wenn sie keine potenziellen qualifizierten Bewerber verlieren möchten.



## Weitere Informationen

Wenn Sie mehr über Smarter Workforce erfahren möchten, besuchen Sie folgende Website: [ibm.com/smarterworkforce](http://ibm.com/smarterworkforce)

## IBM Smarter Workforce Institute

Das IBM Smarter Workforce Institute führt zu einer Vielzahl von personalspezifischen Themen gründliche, globale und innovative Recherchen durch. Die erfahrenen Wissenschaftler am Smarter Workforce Institute wenden ihr umfangreiches Fachwissen über Inhalte und Analysen an, um Berichte, White Paper und Erkenntnisse zu liefern, die das kollektive Verständnis über die Arbeitswelt und Unternehmen fördern. Dieses White Paper ist Teil des dauerhaften Engagements von IBM, Ergebnisse aus glaubwürdigen, erstklassigen Recherchen zu vermitteln, damit Unternehmen durch ihre Mitarbeiter einen geschäftlichen Nutzen erreichen.

## Über die Autorin

**Dr. Haiyan Zhang** arbeitet als Industrial/Organizational Psychologist am IBM Smarter Workforce Institute. Zu ihren Spezialgebieten gehören qualitative und quantitative Methoden, Personalbeschaffung und -auswahl, Performance-Management, Motivation von Mitarbeitern und interkulturelle Recherchen. Sie interessiert sich besonders für die Ermittlung der besseren Verwendung von Forschungsergebnissen als Grundlage für Personalverfahren. Ihre aktuellen Untersuchungen konzentrieren sich auf die Auswirkungen des technologischen Wandels im Personalwesen auf die Bindung, das Engagement und die Leistung von Mitarbeitern. Sie hat ihre Forschungsergebnisse bereits auf verschiedenen Fachkonferenzen vorgestellt und in nationalen und internationalen Zeitschriften veröffentlicht. Sie ist darüber hinaus als Kritikerin für eine Reihe von Konferenzen und Zeitschriften tätig. Haiyan Zhang ist Mitglied der Society for Industrial and Organizational Psychology (SIOP). Sie hat ihren Dokortitel in Human Resource Management an der DeGroote School of Business der McMaster University in Kanada erreicht. Vor ihrem Promotionsstudium hat sie umfangreiche Erfahrungen im Bereich Research und Management Consulting in China gesammelt.

## Mitwirkende

**Dr. Sheri Feinzig** ist Director am IBM Smarter Workforce Institute. Sie hat über 20 Jahre Erfahrung in den Bereichen Personalforschung, Änderungsmanagement in Unternehmen und Business Transformation. Sheri Feinzig hat ihr analytisches und methodisches Fachwissen bereits in vielen Forschungsprojekten zu Themen wie Mitarbeiterbindung, Mitarbeiterengagement, Arbeitsplatzgestaltung und Unternehmenskultur eingebracht. Außerdem hat sie einige globale Sales Transformation-Initiativen über einen Zeitraum von mehreren Jahren geleitet, mit denen die Verkaufsgebiete von Vertriebsmitarbeitern und die Zuteilung der Verkaufsmengen optimiert werden sollten. Weitere Fachgebiete von Sheri Feinzig sind Analysen in sozialen Netzwerken, Rückmeldungen zur Performance und Knowledge-Management. Sie hat ihren Dokortitel in Industrial/Organizational Psychology an der Universität in Albany, State University in New York, erreicht. Sheri Feinzig ist bereits auf zahlreichen nationalen Konferenzen als Referentin aufgetreten und hat an einer Reihe von Manuskripten, Veröffentlichungen und technischen Berichten als Co-Autorin mitgewirkt. Außerdem war sie als Honorarprofessorin für die Abteilung für Psychologie am Rensselaer Polytechnic Institute in Troy, New York, und am Illinois Institute of Technology in Chicago, Illinois, tätig. Dabei unterrichtete sie Doktoranden, Master-Studenten und Studenten im Grundstudium in den Bereichen Leistungsbeurteilung, -test und -messung.

**Louise Raisbeck** ist für den Bereich Marketing Communications am IBM Smarter Workforce Institute verantwortlich. Sie ist bereits seit mehr als 10 Jahren im Bereich Personalforschung tätig und dafür verantwortlich, Forschungsergebnisse in überzeugenden und praktikablen White Papern, Berichten, Blogs und Medienmaterialien darzustellen, die zum Nachdenken anregen. Louise Raisbeck ist Mitglied des Chartered Institute of Public Relations und ehemalige Leiterin einer der 10 größten PR-Agenturen in Großbritannien.

## Referenzen

<sup>1</sup> Abgerufen unter [http://www.bizjournals.com/prnewswire/press\\_releases/2014/10/06/NY30877](http://www.bizjournals.com/prnewswire/press_releases/2014/10/06/NY30877)

<sup>2</sup> Abgerufen unter <http://techland.time.com/2012/08/16/your-life-is-fully-mobile/>.

<sup>3</sup> Potenzielle Arbeitssuchende sind die Mitarbeiter, die Erfahrungen bei der Suche nach Stellenangeboten haben, derzeit aber möglicherweise nicht nach freien Stellen suchen.

<sup>4</sup> Carless, S. A. (2005). „Person-job fit versus person-organization fit as predictors of organizational attraction and job acceptance intentions: A longitudinal study.“ *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(3), 411-429.

<sup>5</sup> Breugh, J. A., & Starke, M. (2000). „Research on employee recruitment: So many studies, so many remaining questions.“ *Journal of management*, 26(3), 405-434.

<sup>6</sup> Abgerufen unter <http://careerbuildercommunications.com/candidatebehavior2013/#sthash.pX7yms9X.dpbs>

<sup>7</sup> Abgerufen unter <http://www.cio.com/article/2917316/job-search/10-apps-to-take-your-job-search-mobile.html#slide2>





---

© Copyright IBM Corporation 2015

**IBM Deutschland GmbH**

IBM-Allee 1  
71139 Ehningen  
Germany  
[ibm.com/de](http://ibm.com/de)

IBM Österreich  
Obere Donaustrasse 95  
1020 Wien  
[ibm.com/at](http://ibm.com/at)

IBM Schweiz  
Vulkanstrasse 106  
8010 Zürich  
[ibm.com/ch](http://ibm.com/ch)

Hergestellt in den USA  
August 2015

IBM, das IBM Logo und [ibm.com](http://ibm.com) sind Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Sind diese und weitere Markennamen von IBM bei ihrem ersten Vorkommen in diesen Informationen mit einem Markensymbol (® oder <sup>TM</sup>) gekennzeichnet, bedeutet dies, dass IBM zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Informationen Inhaber der eingetragenen Marken oder der Common-Law-Marken (common law trademarks) in den USA war. Diese Marken können auch eingetragene Marken oder Common-Law-Marken in anderen Ländern sein. Weitere Produkt-, Unternehmens- oder Servicenamen können Marken von IBM oder anderen Unternehmen sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information“ unter: [ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)

Die Angaben in diesem Dokument (einschließlich Währungs- ODER Preisangaben ohne gesetzliche Steuern) sind zum Datum der Erstveröffentlichung aktuell und können jederzeit von IBM geändert werden. Nicht alle Angebote sind in allen Ländern verfügbar, in denen IBM tätig ist.

Die in diesem Dokument enthaltenen Leistungsdaten wurden unter bestimmten Betriebsbedingungen erzielt. Die tatsächlichen Ergebnisse können davon abweichen. Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und/oder den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschließlich nach den jeweiligen Verträgen.



Bitte der Wiederverwertung zuführen