

DIE RECRUITING-REVOLUTION



©Fotolia

MARKT, MITTEL UND METHODEN DER DIGITALEN
PERSONALGEWINNUNG IN DER LOGISTIK



BIRDIEMATCH

MATCH ME IF YOU CAN



©Ptxabay

Inhalt

Vorwort: Hier spielt der Logistikweltmeister noch in der Kreisliga	1
Social Media Recruiting, Active Sourcing, Job-Matching	2
Fachkräftemangel? Woran es in der Logistik wirklich fehlt	11
Ausblick: Die Digitalisierung macht das Match	17

Hier spielt der Logistikweltmeister noch in der Kreisliga

Deutschland ist Logistikweltmeister, bewegt sich im Recruiting aber auf Kreisliga-Niveau. Traurig, aber wahr: Während die Digitalisierung zunehmend für Top-Performance im Supply Chain Management sorgt, ist die Personalbeschaffung in vielen Unternehmen aus der Zeit gefallen.

Ein Mangel an qualifizierten Fachkräften schwächt die Innovationskraft der Logistik nachhaltig, Wachstum wird gebremst.

Deutlicher können die Signale nicht sein: Da fegt der Fachkräftemangel durch die Unternehmen, Stellen bleiben unbesetzt, aber – keiner wagt, umzudenken! Da disruptieren clevere HR-Plattformen den Markt, aber nur wenige setzen sie entschlossen genug ein. Die Zeit ist mehr als reif. Ein Mangel an qualifizierten Fachkräften schwächt die Innovationskraft der Logistik nachhaltig, Wachstum wird gebremst. Folge: Der Druck auf die Personaler wächst. Sie müssen es richten und stehen mit dem Suchauftrag im Fokus des Unternehmensinteresses.

Applaus für die Early Birds unter den Recruitern, die verstanden haben, dass Disruption Türen öffnet. Wer sich an Active Sourcing und Job-Matching herantraut, versteht schnell, warum Recruiting 4.0 Sinn macht. Dem Fachkräftemangel in die Augen schauen, digitale Chancen nutzen und als erfolgreicher Personaler Beifall bekommen? Genauso läuft es für diejenigen, die ausgetretene Recruitingpfade hinter sich lassen.

Für die Zauderer und Zögerer sieht es hingegen schlecht aus. Wer Mitarbeiter/innen immer noch nach dem Motto „Post and Pray“ rekrutiert, hat ein Problem. Denn moderne Recruiting-Methoden wie das Job-Matching haben sich längst als erfolgreiche Low End Disruption bei zukunftsweisenden Unternehmen etabliert. Wer sie nutzt, hat den Algorithmus als digitalen Headhunter an der Seite. Er wird zum Traditions- und Bahnbrecher, zum Branchenretter und Arbeitserleichterer - disruptiv, proaktiv, kreativ. Warum aus dieser Chance ein Muss wird, erzählen wir hier und jetzt.



Social Media Recruiting, Active Sourcing, Job-Matching: Neue Wege der Personalbeschaffung und wohin sie führen

Die Recruiting-Revolution

Deutschlands drittgrößte Branche boomt, aber die Zahl der Bewerber sinkt. Der Arbeitgebermarkt hat sich in ein Arbeitnehmer-gesteuertes System gewandelt und fordert Personaler in neuen Disziplinen. Strategischer, proaktiver und vor allem digitaler muss rekrutiert werden. Alternativen? Gibt es nicht. Zeiten, in denen der passende CV zum richtigen Moment auf ihren Tisch flattert, sind passé. Nach vorne gucken und begreifen: Kompetente Kandidaten/innen schreiben keine Bewerbungen mehr, sie wollen gefunden und umworben werden.

Recruiter müssen sich also von herkömmlichen Mustern verabschieden, ihr Business grundsätzlich neu denken. Lösungen bieten der Digitalisierung entsprungene Instrumente, mit denen HR-Verantwortliche dem War for Talents die Stirn bieten. Mit keiner herkömmlichen Personal-Methodik kann man heute so schnell und kostengünstig passende Mitarbeiter finden wie mit **Social Networking**, **Active Sourcing** oder **Job-Matching**.

Die verschiedenen Recruiting-Methoden im Vergleich:

	Herkömmliches Recruiting	Social Media Recruiting	Active Sourcing	Job-Matching
Geringer Aufwand	●	●●	●●●	●●●●●
Schnelligkeit	●	●●●	●●●	●●●●●
Qualität	●	●●	●●●●	●●●●●
Kosten/Nutzen	●	●●●	●●●●	●●●●●●

Social Media Recruiting: Personalsuche in der Welt von Xing und LinkedIn

Umfassende Informationen zu Kandidaten und Unternehmen sind heute online verfügbar. Eine entsprechende Transparenz wird von beiden Seiten regelrecht erwartet. Es reicht nicht mehr, potentielle Kandidaten ausschließlich über klassische Jobbörsen anzusprechen. Immer weniger Kandidaten sind aktiv auf Jobsuche.



Steigend ist dagegen die Zahl der latent Wechselwilligen. Genau sie erreicht man mit Social Media Recruiting. Bei der Recherche über die sozialen Netzwerke wie Xing, LinkedIn,

Facebook, Twitter, Instagram oder YouTube nutzen HR-Beauftragte die Streukraft der Plattformen, um zukünftige Mitarbeiter gezielt anzusprechen.

Social Media Recruiting differenziert sich von Jobbörsen durch den direkten Kontakt und die wechselseitige Interaktion. Wer interessiert ist, kann sofort auf eine Stellenanzeige oder ein Jobangebot reagieren, Interesse bekunden, Fragen stellen. Die

Recruiter/innen antworten umgehend und unkompliziert. Es entsteht eine wichtige Verbindung zwischen beiden Parteien, die den Prozess im Vergleich zur analogen Personalbeschaffung viel dynamischer starten lässt.

Fazit: Social Media Recruiting bietet eine schnelle Orientierung auf dem Arbeitsmarkt. Das Gießkannenprinzip lässt jedoch keine gezielte Ansprache relevanter Profile zu. Häufig endet das Vorgehen in einer undifferenzierten Kandidatenauswahl, die sich quantitativ sehen lässt, aber kaum wirklich passende Treffer liefert.

Active Sourcing: Mehr als ein paar Klicks

Active Sourcing ist eine Weiterentwicklung von Social Media Recruiting. Es ist rechercheintensiver, agiler, feiner in den Ergebnissen und vor allem analytischer. Professionelle Recruiter mit einer expliziten Active Sourcing Strategie sind klar im Vorteil gegenüber denen, die das Thema „en passant“ umsetzen. Wer aktiv sourct, identifiziert nach langen Suchmanövern potenzielle Kandidaten und spricht sie individuell an.

Allerdings reicht es nicht, LinkedIn und Xing mit Stichworten zu füttern und im schlechtesten Fall Kandidaten per Copy and Paste eine Nachricht zu schicken. Wer den Filter nicht clever definiert, hat schnell 8.000 bis 10.000 Treffer, landet also bei ähnlichen Ergebnissen wie beim Social Media Recruiting. Das Ziel von Active Sourcing ist es, eine feine Auswahl maximal passender Kandidaten/innen zu finden.

Dafür muss man sehr detailliert verstehen, was der oder die Gesuchte mitbringen muss. Dabei gilt es, Wikipedia, Twitter und freakige Fachforen aufwendig zu durchforsten, um die Kriterien feingliedrig zu bestimmen. Das Ergebnis kann nur so gut sein wie die Recherche, das generierte Profil und die individuelle Ansprache.

Fazit: Durch das intensive Abklopfen von Skills, Erfahrungen und Erwartungen ist die Chance relativ hoch, potenziell passende Bewerber zu finden. Dadurch vergeuden Recruiter nicht so viel Zeit mit unzulänglichen Vorstellungsrunden. Sollten keine passenden Talente verfügbar sein, erkennen sie das rechtzeitig. So einfach wie es scheint, ist es jedoch nicht. Die Analyse im Vorfeld ist aufwendig und anspruchsvoll.

Job-Matching: Digitale Partnerbörse für Unternehmen und Talente

Mit innovativen Matching-Technologien das zusammenführen, was zusammenpasst: Job-Matching funktioniert wie eine Partnerbörse. Algorithmen, die Job- und Persönlichkeitskriterien der eingestellten Profile abgleichen, filtern innerhalb weniger Sekunden passende Kandidaten und Kandidatinnen heraus. Besonders effizient ist die Recruitingmethode, wenn sie branchenspezifisch angelegt ist.

Personalverantwortliche aus der Logistik setzen zum Beispiel Portale wie die Job-Matching-Plattform BirdieMatch als digitalen Headhunter ein und transformieren so ihre kompletten Recruiting-Prozesse.





Mit Hilfe eines umfassenden Kriterienkatalogs erfasst die Plattform Jobprofile, Unternehmen und Bewerber. Neben den Karriere-Standards ist viel Raum für Besonderheiten, Talente und Wünsche. Harte und weiche berufsspezifische Faktoren finden genauso Berücksichtigung wie die sensiblen Unterschiede der Generationen Y und Z. Gerade weil heute übliche Arbeitgeberstandards nicht mehr ziehen, geht es beim Erfassen der Daten auch um wichtige persönliche Entscheidungskriterien wie Work-Life-Balance, Unternehmenskultur und -

struktur, Flexibilität und Mobilität. Aber natürlich auch um Besonderheiten, die heute mit den beruflichen Anforderungen in der digitalen Welt verbunden sind. Je konkreter die Informationen, desto besser kann der Algorithmus seine Funktion erfüllen und innerhalb von Sekunden Kandidaten- und Company-Profile abgleichen. Je mehr Attribute übereinstimmen, desto mehr Matching-Points werden angezeigt. Über das System nehmen die Suchenden und Anbietenden direkt Kontakt auf.

Das Prinzip des Job-Matchings birgt vier wesentliche Vorteile für Recruiter:

Qualität

System, Technologie, Usability und Branchen-Know-how sind die entscheidenden Faktoren für die Performance von Job-Matching. Die Algorithmus-basierte Technologie ist der Motor der modernsten e-Recruiting-Methode. Sie funktioniert jedoch nur so gut, weil die Profilings im Vorfeld subtile Details über Unternehmen, Job und Erwartungen skizzieren. Bei BirdieMatch zum Beispiel bestehen die Fragenkataloge aus über 600 branchenspezifischen Skills. Neben den Karriere-Standards ist viel Raum für Besonderheiten, Talente und Wünsche. Trends und Veränderungen werden berücksichtigt und lassen zeitgemäße Profile entstehen, welche die unterschiedlichen Präferenzen der Generationen widerspiegeln. So geht es beim Finden von neuem Personal auch um Themen wie Work-Life-Balance, Flexibilität und Mobilität. Der Algorithmus gleicht alle Features ab und wählt ausschließlich Bewerber aus, die zu der Vakanz und dem Unternehmen passen. Job-Matching Systeme wie BirdieMatch unterstützen Personaler mit einem sehr einfach zu bedienenden, transparenten Tool, bieten Qualität in der Anwendung und vor allem in der Kandidatenauswahl.



Effizienz

Job-Matching realisiert ein blitzschnelles Abgleichen von Kandidaten auf Basis von Skills, Wünschen und Anforderungen. Schluss mit langem Auswahlprozedere und Interviews, die ins Leere führen. Geringer Zeit- und Kostenaufwand, dafür schnelle Ergebnisse in Form von Kandidaten, die optimal auf das Profil passen. Der Algorithmus als Kern der Methode ist der Effizienztreiber schlechthin und liefert Lösungen in Zeiten, in denen herkömmliche Recruiting-Methoden keine Antworten mehr auf den Fachkräftemangel und die immer spezifischeren und sich kontinuierlich wandelnde Berufsbilder haben.



Kostenersparnis

Für Arbeitgeber ist der digitale Headhunter auch wegen der nicht unerheblichen Kostenersparnis interessant. Den wahrscheinlich wichtigsten Kennwert für HR-Manager, „Cost per Hire“, also die Kosten pro Einstellung, reduziert Job-Matching um bis zu zwei Drittel. Anzeigen, Headhunter und viel Zeit, die man mit der Auswahl der Kandidaten verbringt, generieren bei herkömmlicher Personalbeschaffung die meisten Kosten. Job-Matching ersetzt diese Themen durch seine Algorithmus-basierte Technologie. Die Registrierung und das monatliche Abonnement bei einem Portal sind weitaus günstiger, zuzüglich der Zeit, die man gewinnt. Dank des Flatrate-Prinzips und der schnelleren Stellenbesetzung sparen Unternehmen viel Geld.

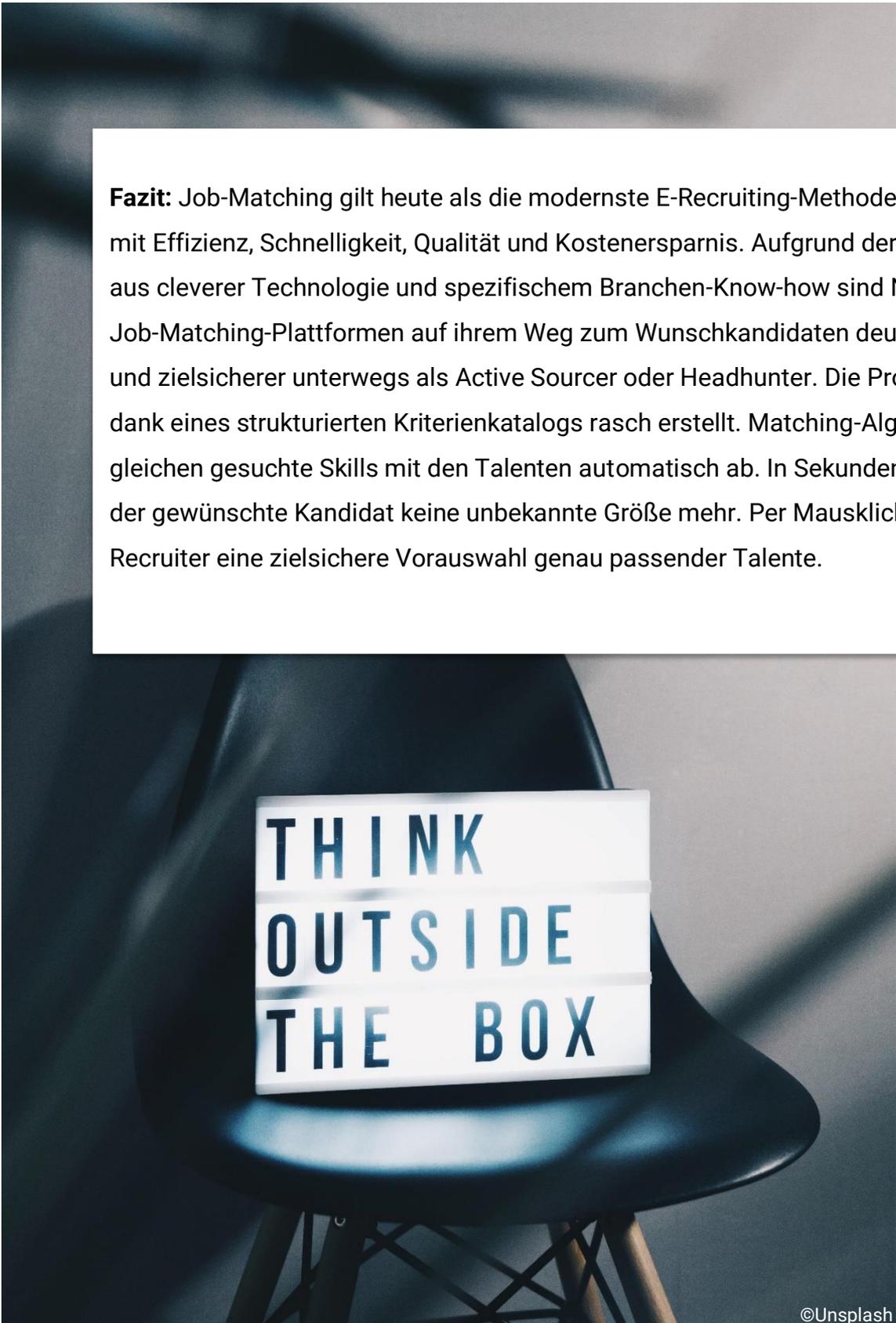


Schnelligkeit

Recruiting in Rekordzeit: Vom algorithmischen Abgleich bis zum direkten Kontakt vergehen beim Job-Matching keine 10 Sekunden. Im Vorfeld legen HR-Verantwortliche ein Profil bezüglich Unternehmen, Jobprofil und Erwartung an. Spezifische Fragenkataloge vereinfachen und beschleunigen diesen Schritt. Damit ist bereits der zeitaufwendigste Part geschafft - im Vergleich zu Anzeigenschaltung, Sichtung von CVs und Interviews ein Klacks. In Sekundenschnelle schlägt der digitale Headhunter aus Hunderten von Profilen Kandidaten vor, die optimal auf die Vakanz passen. Anhand der angegebenen Matchingpunkte erkennen Recruiter auf den ersten Blick die besten Matches und nehmen direkt über die Plattform mit einer ersten Nachricht Kontakt zum Traumkandidaten auf.



Fazit: Job-Matching gilt heute als die modernste E-Recruiting-Methode und punktet mit Effizienz, Schnelligkeit, Qualität und Kostenersparnis. Aufgrund der Kombination aus cleverer Technologie und spezifischem Branchen-Know-how sind Nutzer von Job-Matching-Plattformen auf ihrem Weg zum Wunschkandidaten deutlich schneller und zielsicherer unterwegs als Active Sourcer oder Headhunter. Die Profilings sind dank eines strukturierten Kriterienkatalogs rasch erstellt. Matching-Algorithmen gleichen gesuchte Skills mit den Talenten automatisch ab. In Sekundenschnelle ist der gewünschte Kandidat keine unbekannte Größe mehr. Per Mausklick erhalten Recruiter eine zielsichere Vorauswahl genau passender Talente.



THINK
OUTSIDE
THE BOX

©Unsplash



Fachkräftemangel? Woran es in der Logistik wirklich fehlt

Der demographische Wandel hinterlässt Spuren. Wissenschaftler malen ein düsteres Bild. Die Branche boomt zwar, schafft es aber nicht, genügend Personal anzuziehen, um das Wachstum nachhaltig zu unterstützen.

Inzwischen sind sämtliche Berufsfelder betroffen. Es fehlen zwischen 45.000 und 60.000 Fahrer, so die Schätzung der Bundesverbände Spedition und Logistik (DSLVL) sowie Güterverkehr Logistik und Entsorgung (BGL). Händeringend werden qualifizierte Fachkräfte in IT, Digitalisierung und Projektmanagement gesucht. Neben den operativen Geschäftsfeldern beklagt die Branche ein großes Defizit an gut ausgebildeten Führungskräften.

In kaum einem anderen Wirtschaftszweig ist der Fachkräftemangel stärker zu spüren als in der Logistik. Neben den demographischen Umständen sind es die sich stetig wandelnden Berufsbilder, die den Arbeitsmarkt umgepflügt haben. Robotik in der Logistik, die Vernetzung von Prozessen in der Industrie 4.0 und der zunehmende Einsatz von Data Analytics verlangen den Mitarbeitern neue Kompetenzen ab. Mit zunehmender Digitalisierung werden Menschen gebraucht, die neue Prozesse und Geschäftsmodelle managen können.

Bei gehobenen Tätigkeiten wird als Folge der Transformation auch der bislang geringe Akademikeranteil in der Branche deutlich steigen.

In kaum einem anderen Wirtschaftszweig ist der Fachkräftemangel stärker zu spüren als in der Logistik

Es gibt also nicht nur Engpässe. Es gibt auch eine erhebliche Kompetenzverknappung, weil benötigte Profile spezifischer werden und einem stetigen Wandel unterliegen.

Die Passgenauigkeit und schnelle Verfügbarkeit von Kandidaten und Kandidatinnen ist folglich heute ein absoluter Gamebreaker für die erfolgreiche Personalarbeit. Um Fehlbesetzungen zu vermeiden, muss man die Bewerber/innen im Vorfeld allerdings so gut wie möglich scannen.

Wer schnell den richtigen Mitarbeiter findet, spart Geld. Herkömmliche Stellenanzeigen auf Online-Portalen können modernen Methoden des Recruitings bezüglich Schnelligkeit und Effizienz nicht das Wasser reichen.

Analoge Personalbeschaffung verursacht darüberhinaus von der Ausschreibung über Bearbeitung, Auswahl, bis hin zu Vorstellungsrunden einen enormen Zeit- und Kostenaufwand. Worst case: Zwei Monaten nach Einstellungstermin stellt man fest, dass der Bewerber nicht zur Unternehmenskultur passt... Klar ist: Aussagekräftige Profile sind vielschichtig und auf analogen Wegen nicht abdeckbar. Disruptive Methoden wie Job-Matching arbeiten ganzheitlich und schützen Personaler bereits im Vorfeld vor bösen Überraschungen und zusätzlichen Kosten.

Perspektivwechsel: Der Kandidat von heute will nicht gesucht, sondern gefunden werden

In Zeiten des Fachkräftemangels wissen die Kandidaten und Kandidatinnen um ihren Wert. Sie haben einen Job, sind zufrieden und bequem. Sie finden es nur „ein bisschen“ interessant, sich beruflich zu verändern. Dem Arbeitnehmer-Phlegma müssen Personaler bewusst und vor allem aktiv entgegenreten. Mit Spitzengehalt, Geschäftswagen und namhaftem Arbeitgeber brauchen sie ihnen allerdings gar nicht mehr zu kommen. Anstatt um Statussymbole geht es den Generationen Y und Z um Themen wie Flexibilität, Kultur, Work-Life-Balance, Unternehmensphilosophie und Nachhaltigkeit. Und wenn es tatsächlich eine spannende Vakanz gäbe? Eine Bewerbung schreiben sie trotzdem nicht. Sie müssen sich nicht bemühen, denn der Knochen kommt zum Hund. Kompetente Leute wollen spüren, dass sie gut und begehrt sind. Sie wollen nicht suchen, sie wollen gefunden werden.

Den Wettlauf mit der Konkurrenz gewinnen

Personalabteilungen sind also Jagdvereine. Die Beute ist begehrt, man muss schnell sein, clever und kreativ, um den Wettlauf gegen die Konkurrenz zu gewinnen. Man muss sie identifizieren und mit besonderen Häppchen locken. Gar nicht so einfach. Die sozialen Medien bieten zwar eine nie dagewesene Transparenz bezüglich beruflicher Werdegänge, aber bei den spezifischen Anforderungen gleicht die Recherche einer Nadelsuche im Heuhaufen. Herkömmliche Methoden können diesen Ansprüchen kaum gerecht werden. Wer hier nicht innovativ handelt, dem ist nicht zu helfen.

HR-Beauftragte hingegen, die offen sind für Neues, nutzen digitale Lösungen und holen schnell und kostengünstig passende Leute ins Unternehmen. Methoden wie Job-Matching unterstützen sie, ihre eigenen HR-Kompetenzen zu etablieren und nicht mehr auf externe Personalberater angewiesen zu sein. Ihnen wird professionelles und branchenspezifisches Werkzeug an die Hand gegeben, mit dem sie autark,

effizient und kostengünstig das Thema Personalbeschaffung auch in schwierigen Zeiten abdecken.

Das Unternehmen als Bewerber

Früher waren es die Bewerber, die versuchten, sich interessant zu machen und aus der Masse herauszustechen. Heute sind es die Unternehmen, die sich um ein positives Image bemühen müssen. Wer ein Talent für sich gewinnen möchte, muss gefallen und nach allen Regeln des Employer Branding den Bewerber oder die Bewerberin mit attraktiven Unternehmensattributen für sich gewinnen.

Heute sind es die Unternehmen, die sich um ein positives Image bemühen müssen.

Eine starke Arbeitgebermarke ist das Herz eines gut funktionierenden Personalmarketings. Im War for Talents kommen Firmen nicht daran vorbei, ihre Antennen auszufahren, um zu begreifen, welche Herzenswünsche abseits von beruflichen Zielvorstellungen ganz oben auf der Liste potentieller Kandidaten stehen.



©Unsplash



Im Mittelpunkt: Die „Heart Skills“ der Bewerber

BirdieMatch, das Job Matching Portal für Spedition, Transport, Logistik und die KEP-Branche, analysiert jedes Jahr in seinem Gehaltsreport nicht nur aktuelle Gehälter von Logistikern, sondern nimmt auch unter die Lupe, welche Wünsche Arbeitnehmern außerdem am Herzen liegen. Spitzenreiter sind flexible Arbeitszeiten, gefolgt von

betrieblicher Altersvorsorge, Coaching, Weiterbildung und günstiger Verkehrsanbindung. Die Kunst ist es, mit den richtigen Benefits den Nerv der Kandidaten zu treffen. Die Rechnung ist einfach: Wer „Heart Skills“ generiert, nachhaltig umsetzt und sie glaubwürdig kommuniziert, verschafft sich Vorteile gegenüber der Konkurrenz. Wer sich weiterhin an den Bewerber-Bedürfnissen vorbei positioniert, verschafft den Rivalen Vorteile.



**Ausblick: Die Digitalisierung
macht das Match**

Der automatisierte Recruiting-Prozess: Was KI und Algorithmen bereits heute leisten

Innovative HR-Technologien sind auf dem Vormarsch und helfen Personalern auch in schwierigen Zeiten, erfolgreich zu agieren. Im Bewerbungsprozess nimmt die digitale, automatisierte Mensch-Maschine-Kommunikation deutlich zu. Algorithmen halten Einzug in modernes Recruiting. Sie sind Teil der Künstlichen Intelligenz und bringen alles mit, was HR-Verantwortliche im War for Talents benötigen, um nicht auf der Stelle zu treten. Algorithmen analysieren vorhandene Daten, bereiten sie auf und machen sie interpretierbar.

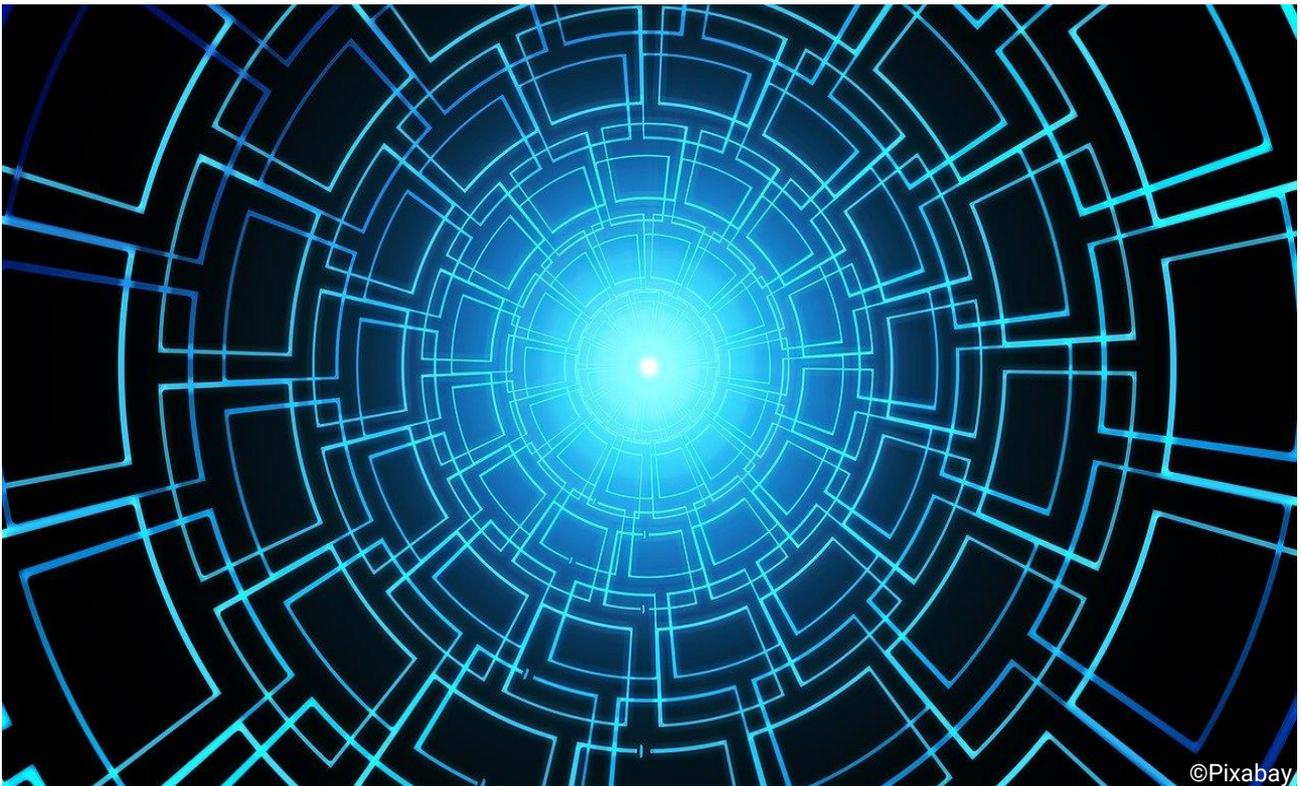
Sie stellen in wenigen Sekunden die Passgenauigkeit von Kandidaten fest und nehmen während des Recruiting-Prozesses einen Abgleich zwischen den Anforderungen des Unternehmens einerseits und den Fähigkeiten des Kandidaten andererseits vor. Sie sorgen für nie dagewesene Effizienz.

Diese Form des Data driven Recruitings bietet besonders Großunternehmen mit hohem Bewerberzulauf interessante Möglichkeiten, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und die Suche nach passenden Talenten leichter zu machen.

Algorithmen halten Einzug in modernes Recruiting. Sie sind Teil der Künstlichen Intelligenz und bringen alles mit, was HR-Verantwortliche im War for Talents benötigen, um nicht auf der Stelle zu treten.

Ein Dialog, der begeistert: Die digitale Candidate Journey

Von Schnelligkeit, Qualität und Kostenersparnissen werden jedoch nur diejenigen profitieren, die sich trauen – die anderen schlafen weiter. Wer analoges Vorgehen übrigens auch zum Schnarchen findet, sind die Kandidaten selbst, die eigentlichen Hauptpersonen. Als Digital Natives der Generationen Y oder Z fordern sie einen nutzerfreundlichen Recruiting-Prozess, digitalisiert, komfortabel und schnell.



Nutzerunfreundliche Verfahren, verzögerte Rückmeldungen oder unprofessionelle Kommunikation sind Faktoren, die Top-Kandidaten vom Unternehmen abbringen. Kennzahlen wie Zeitspanne von der Bewerbung zum Erstkontakt oder die Time-to-Hire sind wiederum Indikatoren für die Qualität der Candidate Experience.

Die Recruiting-Revolution gestaltet Abläufe von Erstkontakt über Bewerbung- und Auswahlverfahren bis hin zur Einstellung neu.

Algorithmische Lösungen bieten nicht nur dem Personal eine lösungsorientierte Performance. Kandidaten wollen heute technisch gestützt ohne Hick-ups durch den Kennlern- und Einstellungsprozess gleiten. Neue Technologien sorgen für zufriedene Bewerber und einen schnelleren und intensiveren Beziehungsaufbau. An der Methode des Job-Matchings wird dabei in Zukunft niemand vorbeikommen.



BIRDIEMATCH

MATCH ME IF YOU CAN

BirdieMatch GmbH

Mittelweg 14

20148 Hamburg

Germany

E-Mail: info@birdiematch.de

www.birdiematch.de

Copyright: BirdieMatch GmbH 2020

Die in diesem White Paper durch den Anbieter veröffentlichten Inhalte und bereitgestellten Informationen unterliegen dem deutschen Urheberrecht und Leistungsschutzrecht. Jede Art der Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung, Einspeicherung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des jeweiligen Rechteinhabers. Das unerlaubte Kopieren/Speichern der bereitgestellten Informationen oder des kompletten White Papers ist nicht gestattet und strafbar.