

## BEWERBUNGSFORMATE

Ob für ein Praktikum, für einen Ausbildungsplatz oder einen Ferienjob - ohne eine Bewerbung läuft nichts. Mit einer Bewerbung kannst du nicht nur deine größten Stärken aufzeigen, sondern stellst dir selbst eine digitale Visitenkarte aus, die dein Ticket zu deinem zukünftigen Wunschberuf sein wird. Dabei stehen dir verschiedenen Formate der Bewerbung zur Verfügung.

### → M1: DEIN IMAGE, MEIN IMAGE

Ein Bewerbungsvideo zeigt mehr als ein Anschreiben. Stimme, Mimik und Auftreten machen die Persönlichkeit sichtbar und helfen dabei, aus der Masse hervorstechen. Wer ein Video erstellt, zeigt Eigeninitiative und Kreativität. Besonders für Berufe in den Branchen Medien und Kommunikation ist das ein Pluspunkt. Auch Schülerinnen und Schüler können mit einem kurzen Clip einen positiven ersten Eindruck hinterlassen, gerade weil sie noch nicht viele Qualifikationen und längere Berufserfahrung mitbringen.

### → M2: BEWERBUNGSFORMEN UND BEWERBUNGSTRENDS

Die postalische Bewerbung gehört in den meisten Unternehmen der Vergangenheit an. Online-Bewerbungen oder Bewerbungen in elektronischer Form sind bei vielen Unternehmen Standard.

Ordne den Formaten die richtigen Beschreibungen zu:

	Beschreibung	Auf was ist zu achten
a)	Recruiting über soziale Netzwerke	<input type="checkbox"/>
b)	Kurzprofil	<input type="checkbox"/>
c)	Bewerbungsvideo	<input type="checkbox"/>
d)	Bewerbungshomepage	<input type="checkbox"/>

#### BESCHREIBUNG

- Diese Form der Bewerbung eignet sich besonders in der IT- und Medienbranche. Aber auch in anderen Branchen können Bewerberinnen und Bewerber ihren Lebenslauf, ihre Motivation und ihre Fähigkeiten auf einer Webseite darstellen. Meistens ist sie allerdings nur als eine Ergänzung zu Bewerbungsschreiben und Lebenslauf gedacht.
- Der/Die potentielle Arbeitgeber/in bekommt ein Video, in dem sich der/die Bewerber/in selbst vorstellt. Dabei sind vor allem die Qualifikationen wichtig – diese kann man aufzählen oder begründen und direkt vor der Kamera beweisen.

- Wie es der Name vermuten lässt, geht es hier um eine kurze Zusammenfassung des persönlichen Profils. Es enthält eine Übersicht der Qualifikationen des Bewerbers/der Bewerberin für die ausgeschriebene Stelle.
- Neben Social-Media-Plattformen stehen den Bewerberinnen und Bewerbern zum Beispiel Business-Netzwerke wie XING oder LinkedIn zur Verfügung.

#### AUF WAS IST ZU ACHTEN

- Der Umfang einer DIN A4-Seite sollte eingehalten werden, da sonst die Übersichtlichkeit verloren geht. Sinnvoll sind solche Bewerbungen vor allem dann, wenn dies entweder ausdrücklich gewünscht ist, bei der Bewerbung auf Jobmessen oder für die Präsentation in sozialen Netzwerken.
- Die Daten müssen mit denen im Lebenslauf und Anschreiben übereinstimmen. Am besten auf fachliche Kompetenzen beschränken (zum Beispiel Fremdsprachen, IT- oder technische Kenntnisse) ohne dass die Personalverantwortlichen von privaten Partybildern (zum Beispiel auf Social-Media-Plattformen) abgelenkt werden.
- Ein Foto und eine kurze einleitende persönliche Vorstellung zuerst, dann ein Bewerbungsschreiben, Lebenslauf und Informationen zum Beispiel über Projekte oder Weiterbildungen. Im Marketing-Management könnte man ein Marketingkonzept für ein fiktives Projekt vorstellen.

### → M3: KURZPROFIL SELBST ERSTELLEN

Bei jeder Bewerbung, auch beim Kurzprofil, gilt die Kernfrage: Warum bist du der/die beste Kandidat/in? Im Kurzprofil stellst du in knappen Stichworten deine Stärken und Qualifikationen heraus. Ziel ist, das Interesse der Personalverantwortlichen zu wecken. Begründe anschließend, warum gerade du besonders gut zum Unternehmen passt.

**Tipp:** Bevor du dich bewirbst, solltest du dich deshalb ausgiebig über das Unternehmen und die Anforderungen informieren. Dazu ist gegebenenfalls auch ein Blick auf die Unternehmenswebseite und auf die Seiten des Unternehmens in sozialen Netzwerken notwendig.

**→ M4: DAS IDEALE BEWERBUNGSVERFAHREN?**

Auszug aus den Ergebnissen der Studie Azubi-Recruiting Trends 2024

- „Geht es einfach und schnell, sich bei Ihnen zu bewerben?“ Hier stimmen 54 Prozent der befragten Ausbildungsverantwortlichen uneingeschränkt zu. Immerhin 42 Prozent sagen jedoch: „Ein bisschen Engagement muss der/die Bewerber:in schon mitbringen.“
- 62 Prozent der Ausbildungsbetriebe finden ein Anschreiben „sehr wichtig“ oder „wichtig“ für eine Bewerbung um einen Ausbildungsplatz. Nur 5 Prozent verzichten darauf, eines einzufordern. 52 Prozent halten die Aussagekraft eines Anschreibens über die Eignung einer Bewerberin oder eines Bewerbers für „sehr gut“ oder „gut“.
- 54 Prozent der befragten Ausbildungsbetriebe setzen Testverfahren für die Azubi-Auswahl ein, 46 Prozent tun das nicht. Das wichtigste Argument gegen Testverfahren: Die Ausbildungsverantwortlichen verlassen sich lieber auf ihre eigenen Eindrücke (35 Prozent).
- 15 Prozent der befragten Auszubildenden und dualen Studentinnen und Studenten haben schon einmal ein Ausbildungsunternehmen trotz Zusage gehostet. 12 Prozent vor Abschluss eines Ausbildungsvertrags, 3 Prozent danach. Mehr als die Hälfte (60 Prozent) der Ausbildungsverantwortlichen haben schon einmal Ghosting durch Bewerberinnen und Bewerber auf einen Ausbildungsplatz erlebt.

Im Jahr 2024 haben 4.941 Schülerinnen und Schüler, Auszubildende und dual Studierende sowie 1.752 Ausbildungsverantwortliche an der Online-Umfrage teilgenommen.

Quelle: [www.wirausbilder.de/arbeitshilfen/ergebnisse-der-azubi-recruiting-trends-2024](http://www.wirausbilder.de/arbeitshilfen/ergebnisse-der-azubi-recruiting-trends-2024)

**ARBEITSAUFTRÄGE**

**Grundwissen:** Recherchiert in Teamarbeit auf Videoplattformen wie Youtube oder TikTok nach Bewerbungsvideos und analysiert, wer sie für welche Zwecke nutzt. Vergleicht eure Ergebnisse im Plenum.

**Vertiefung:** Erläutere, welche Formen der Bewerbung (M2) sich für ein Praktikum in einer Steuerkanzlei anbieten. Liste auf, mit welchen Fähigkeiten und Kenntnissen du punkten könntest und erstelle ein Kurzprofil.

**Diskussion:** Analysiert die Ergebnisse der Studie in M4 und diskutiert über die Herausforderungen, die sich daraus sowohl für die Bewerberinnen und Bewerber ergeben als auch für die Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber.