



1 Das Wichtigste in Kürze

Zahlreiche Betriebe erhalten für die von ihnen bereitgestellten Ausbildungsplätze zu wenig oder gar keine Bewerbungen mehr, sodass eine zunehmende Zahl an Ausbildungsplätzen unbesetzt bleibt. Unter den zur Erklärung dieser Entwicklungen beleuchteten Faktoren hat die von Betrieben angebotene bzw. erwartete Art und Weise, Bewerbungen einzureichen, bislang kaum eine Rolle gespielt. Einige neuere Studien, die im Kontext der gestärkten Marktposition von Stellensuchenden sowie technologischer Weiterentwicklungen im Recruitingbereich verortet sind, deuten aber darauf hin, dass dieser Aspekt für das Bewerbungsverhalten Jugendlicher durchaus eine Rolle spielen und zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen könnte. Dabei scheint es nicht nur rein um die Frage zu gehen, *wie* man sich bei Betrieben bewerben kann, sondern vielmehr darum, *wie komfortabel* Betriebe es jungen Menschen machen, sich bei ihnen um Ausbildungsplätze zu bewerben.

Bislang ist allerdings nur wenig darüber bekannt, welche Formate Betriebe Jugendlichen, die sich bei ihnen als Auszubildende bewerben wollen, anbieten oder vorgeben, inwieweit sich darüber tatsächlich Einfluss auf die Anzahl eingehender Bewerbungen nehmen lässt und welche Effekte sich in Bezug auf die Qualität der Bewerbungen zeigen. Ebenso scheint bislang nur bedingt aufgearbeitet, wie sich unterschiedliche Bewerbungsformate auf den anschließenden Auswahlprozess auswirken, insbesondere auf die Funktion von Bewerbungen als Instrument der Vorauswahl (Screening).

Im Rahmen des als Vorstudie angelegten Projektes sollen mit unterschiedlichen methodischen Zugängen (Literaturrecherche, Stellenanalyse, Betriebsbefragung) erste Erkenntnisse zu diesem Themenfeld erarbeitet werden, um darauf aufbauend Gegenstandsbereich und Fragestellung für ein anschließendes Forschungsprojekt zu konkretisieren.