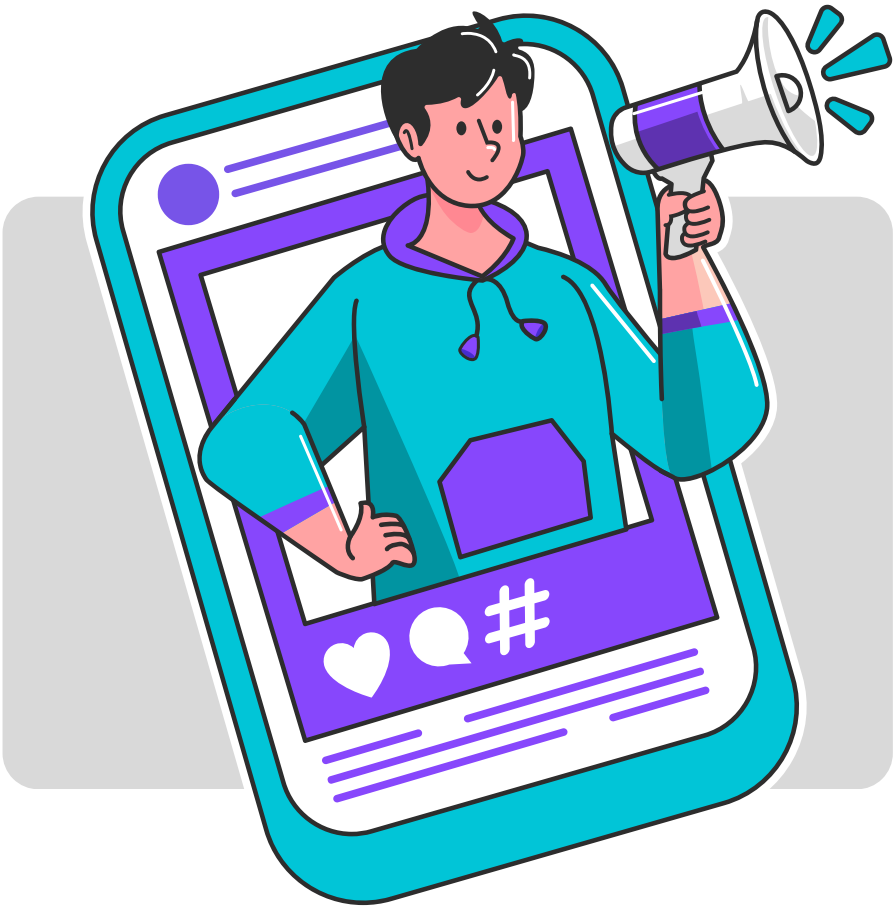
TOOLKIT



„BEFÄHIGUNG VON BERUFSBILDUNGSSCHÜLERN ZU FUNDIERTEN BERUFSENTSCHEIDUNGEN IN INFLUENCER- KARRIEREN”

TITEL:
Toolkit „Befähigung von Berufsbildungsschülern zu fundierten Berufsentscheidungen in Influencer- Karrieren”

PROJEKT:
„Beeinflussung der Karrieren von Berufsbildungsstudierenden“, finanziert durch das Programm Agencija za mobilnost I programe Europske unije (AMPEU), die kroatische Nationale Agentur für Mobilität und EU-Programme.

Projekt Partner sind:
- Domas, obrt za poduku, savjetovanje i poslovne usluge, vl. Domagoj Morić, Kroatien
- Outreach Hannover e.V., Deutschland
- Centre for Non-formal education and Lifelong learning, Serbien

VERLEGER:
Centre for Non-formal education and Lifelong learning, Serbien

REDAKTEUR:
Željko Pasuj

AUTHOREN*INNEN:
Željko Pasuj
Domagoj Morić
Pavle Jevdic

AUS DEM ENGLISCHEN ÜBERSETZT:
Ardit Kola

GRAFIKDESIGN:
Nikola Radovanović

2025

CC BY SA

Inhaltsverzeichnis

ZUSAMMENFASSUNG DES PROJEKTS 1

EINFÜHRUNG UND STRUKTUR DES TOOLKITS 3

Teil I: Konzepte und Empfehlungen, um Berufsbildungsschülern dabei zu helfen, die Dynamik von Influencer-Karrieren zu verstehen und fundierte Entscheidungen zu treffen 5

Online-Präsenz 5

Die Bedeutung der Online-Präsenz 5

Zehn Strategien zur Stärkung der Präsenz in sozialen Medien 5

Die Bedeutung sozialer Medien für das Karrieremanagement und den Aufbau einer Personal Brand im Internet 8

Sechs Schritte zum Aufbau einer persönlichen Marke auf sozialen Medien 8

Empfehlungen für Pädagogen und Lehrkräfte bei der Arbeit mit Berufsbildungsschülern im Bereich der Berufsberatung zur Influencing 10

Teil II: Praktische Aktivitäten/Workshops 12

Workshop 1: Persönliches Branding in sozialen Medien 12

Workshop 2: Strategien für die Jobsuche im digitalen Zeitalter 15

Workshop 3: Möglichkeiten für Remote-Arbeit 18

Workshop 4: Digitale Kompetenzen für den Karriereaufbau 21

Workshop 5: Professionelle Etikette und Online-Kommunikationsfähigkeiten 25

Workshop 6: Erstellung eines Social-Media-Aktionsplans für die Karriereentwicklung 28

Workshop 7: Online-Recherche zu Karrierewegen 31

Workshop 8: Glaubwürdige Quellen identifizieren 34

Workshop 9: Identifizierung authentischer Quellen für Karriereberatung 37

Workshop 10: Die Influencer-Kultur und ihre Auswirkungen auf die Karriereentscheidungen verstehen 40

Workshop 11: Aufbau einer professionellen Online-Präsenz 43

Workshop 12: Privatsphäre und Sicherheitsrisiken verstehen 46

Workshop 13: Aufstellung eines personalisierten Karriereplans 50

Referenzen 53

ZUSAMMENFASSUNG DES PROJEKTS

Trotz der wachsenden wirtschaftlichen Möglichkeiten und gesellschaftlichen Auswirkungen von Influencer-Karrieren gibt es eine erhebliche Lücke in der strukturierten Karriereberatung und -förderung für Personen, die in diesem sich schnell entwickelnden, nicht-traditionellen Beruf erfolgreich sein möchten.

Junge Influencer stehen vor zahlreichen Herausforderungen, darunter das Fehlen formaler Strukturen, mangelnde Anerkennung und die Notwendigkeit strategischer Planung. Bei der Konzeption dieses Projekts war es unser Ziel, speziell auf die Bedürfnisse von Influencern zugeschnittene Karrieremanagementprogramme zu entwickeln, um ihnen die notwendigen Werkzeuge und Kenntnisse an die Hand zu geben, mit denen sie die Komplexität dieses Berufs meistern können. Indem wir uns mit den besonderen Herausforderungen und Anforderungen der Influencer-Karriere befassen, zielt unser Projekt auch darauf ab, Berufsbildungslehrer dabei zu unterstützen, ihre Fähigkeiten in der Arbeit mit jungen Menschen zu entwickeln, um ihnen zu einer nachhaltigen und erfolgreichen Karriere in dieser sich schnell verändernden Branche zu verhelfen.

Unser Projekt richtet sich speziell an Lehrer und Schüler von berufsbildenden Schulen, wo großes Interesse daran besteht, Influencer zu werden, es jedoch an spezialisierter Karriereplanung und -beratung mangelt. Unsere Umfragen, Beobachtungen und Untersuchungen zeigen, dass viele Berufsbildungsschüler zwar von der Idee des Influencer-Daseins als einfacher Möglichkeit, Geld zu verdienen, angezogen sind, aber schnell erkennen, welche Herausforderungen und Bildungslücken damit verbunden sind. Darüber hinaus sind Berufsbildungslehrer oft nicht in der Lage, eine Karriereplanung und -beratung anzubieten, die den modernen Technologietrends und den Realitäten des Influencer-Berufs entspricht.

Unser Projekt zielt darauf ab, diese Lücke zu schließen, indem es Lehrkräfte an berufsbildenden Schulen befähigt, Karriereplanung und -beratung für ihre Schüler zu organisieren, wobei der Schwerpunkt auf dem Beruf des Influencers und seinen besonderen Herausforderungen liegt. Wir möchten auch die Wertschätzung sozialer Werte in Berufen fördern und Schüler dazu ermutigen, ihren Einfluss für positive soziale Veränderungen zu nutzen. Durch strukturierte Unterstützung und Aufklärung sowohl für Lehrkräfte als auch für Schüler möchte unser Projekt sicherstellen, dass junge Menschen gut darauf vorbereitet sind, sich in der Welt der Influencer zurechtzufinden und fundierte Entscheidungen über ihre Karriere zu treffen.

Schließlich zielt das Projekt darauf ab, die Lücke zwischen beruflicher Bildung und sich entwickelnden digitalen Berufen zu schließen, indem es sowohl Schülern als auch Lehrern die notwendigen Werkzeuge für langfristigen Erfolg und verantwortungsbewusstes Engagement in der Influencer-Branche an die Hand gibt.

Das Hauptziel des Projekts ist:
Einen Beitrag zur Ausbildung von Berufsbildungsschülern im Bereich der informierten Berufsorientierung zu leisten und Lehrer an Berufsschulen zu befähigen, eine effektive Karriereplanung und -beratung anzubieten, die den Trends in den sozialen Medien entspricht und soziale Werte unter den Schülern fördert.

Spezifische Ziele:

- Ausbildung von Berufsbildungsschülern, damit sie als Influencer fundierte Berufsentscheidungen treffen können und die Feinheiten der Influencer-Arbeit im Zusammenhang mit dem Karrieremanagement verstehen, mithilfe eines innovativen Toolkits mit praktischen Anleitungen und Pilot-Workshops;
- Befähigung von Berufsbildungslehrern und assoziierten Experten im Bereich Karrieremanagement für neue Berufe in der Digital- und Kreativwirtschaft durch ein umfassendes 6-tägiges Curriculum mit Schlüsselkonzepten, Schulungen und lokalen Fortbildungskursen.
- Förderung von Partnerschaften mit Berufsbildungsschulen und Stärkung der Kapazitäten von Partnerorganisationen im Bereich Karrieremanagement für Influencer durch eine Online-Projektplattform, Verbreitungsmaßnahmen und Networking-Veranstaltungen auf lokaler und nationaler Ebene.

Projektaktivitäten sind:

- Online-Auftaktbesprechung
- R1-Toolkit „Befähigung von Berufsbildungsschülern zu fundierten Berufsentscheidungen im Bereich Influencer-Karrieren"
- Pilotworkshops zum Toolkit mit Berufsbildungsschülern – in Serbien, Deutschland, Kroatien
- Online Zwischenbesprechung
- R2-Lehrplan „Befähigung von Berufsbildungslehrern und Experten für Karrieremanagement im Zeitalter der Influencer"
- Lokale Fortbildungskurse für Berufsbildungslehrer und -experten – in Serbien, Deutschland, Kroatien
- R3 Online-Projektplattform
- Nationale Konferenz in Serbien
- Nationale Konferenz in Deutschland
- Nationale Konferenz in Kroatien
- Online-Bewertungssitzung

EINFÜHRUNG UND STRUKTUR DES TOOLKITS

Das Toolkit „Empowerment von Berufsbildungsschülern für fundierte Berufsentscheidungen in Influencer- Karrieren" wurde als innovative Bildungsressource entwickelt, die sowohl konzeptionelles Wissen als auch praktische Workshops bietet, um Berufsbildungsschülern zu helfen, die Dynamik von Influencer-Karrieren zu verstehen und fundierte Entscheidungen über ihre Zukunft zu treffen. Es wurde speziell entwickelt, um die Jugendarbeit in Berufsbildungseinrichtungen zu stärken, indem es Schülern wichtige Fähigkeiten und Kenntnisse im Zusammenhang mit der Karriereplanung im digitalen Zeitalter vermittelt.

Das Toolkit leistet einen Beitrag zur Berufsbildung, indem es theoretisches Wissen mit praktischen Workshop-Aktivitäten kombiniert, die es Berufsbildungsschülern ermöglichen, die Realitäten von Influencer-Karrieren im Zusammenhang mit allgemeineren Prinzipien des Karrieremanagements zu erkunden. Es soll den Schülern helfen, nicht nur die Attraktivität von Influencer-Berufen zu verstehen, sondern auch die Verantwortlichkeiten, Risiken und langfristigen Strategien, die erforderlich sind, um solche Karrieren nachhaltig und ethisch zu verfolgen.

Der Inhalt des Toolkits ist in zwei Teile aufgeteilt.
Teil 1: Schlüsselkonzepte und praktische Empfehlungen
Dieser Abschnitt stellt wichtige Konzepte und strategische Ratschläge vor, die den Schülern helfen sollen, die Grundlagen einer Karriere als Influencer zu verstehen. Er behandelt Themen wie die Bedeutung der Online-Präsenz, die Rolle der sozialen Medien im Karrieremanagement und den Aufbau einer persönlichen Marke. Er regt zum kritischen Nachdenken über die Attraktivität des Influencer-Berufs an und fördert gleichzeitig eine wertebasierte Entscheidungsfindung und verantwortungsbewusstes Verhalten im digitalen Raum.

Teil 2: Praktische Workshops
Der zweite Teil des Toolkits besteht aus 13 praktischen Workshops, die sich jeweils auf einen bestimmten Aspekt der Karriereentwicklung von Influencern und der digitalen Karrierevorbereitung konzentrieren. Diese Workshops sind für den Einsatz durch Berufsbildungslehrer, Pädagogen, Berufsberater und Jugendarbeiter in Gruppen oder Klassenräumen konzipiert, können aber auch für das selbstgesteuerte Lernen angepasst werden. Zu den Themen, die in den Workshops behandelt werden, gehören:

- Persönliches Branding in sozialen Medien: Entdecken Sie die Bedeutung des persönlichen Brandings auf Plattformen wie Instagram, Twitter und TikTok.
- Strategien für die Jobsuche im digitalen Zeitalter
- Möglichkeiten für Remote-Arbeit
- Digitale Kompetenzen für den Karriereaufstieg
- Professionelle Etikette und Online-Kommunikationsfähigkeiten
- Erstellung eines Social-Media-Aktionsplans für die berufliche Entwicklung: Bereitstellung einer Schritt-für-Schritt-Anleitung für Berufsbildungsschüler zur Entwicklung eines personalisierten Aktionsplans für die effektive Nutzung sozialer Medien bei ihrer Karriereplanung und -beratung, der Zielsetzung und der Verfolgung ihrer Fortschritte im Laufe der Zeit.
- Online-Recherche zu Karrierewegen: Anleitung zur Nutzung von sozialen Medien und Online-Ressourcen für die Recherche zu verschiedenen Karrierewegen, Branchen und Trends auf dem Arbeitsmarkt, damit die Schüler fundierte Entscheidungen über ihre zukünftige berufliche Laufbahn treffen können.
- Identifizierung glaubwürdiger Quellen

- Identifizierung authentischer Quellen für Karriereberatung
- Die Influencer-Kultur und ihre Auswirkungen auf die Karriereplanung verstehen
- Aufbau einer professionellen Online-Präsenz
- Verständnis von Datenschutz- und Sicherheitsrisiken
- Erstellung eines personalisierten Karriereplans

Jeder Workshop umfasst Hintergrundinformationen, Ziele und spezifische Zielsetzungen, die behandelten Kompetenzen, eine Liste der für jede Aktivität verwendeten Methoden und Methodiken sowie einen detaillierten Ablaufplan mit Schritt-für-Schritt-Anweisungen zur Moderation des Prozesses mit den Studierenden. Die für die Workshops verwendeten Methoden folgen die Methodiken und Prinzipien des aktiven Lernens und der nicht-formalen Methodik und bestehen daher aus Brainstorming-Sitzungen, Reflexionen, interaktiven Aktivitäten usw., um einen Lerner zentrierten und ansprechenden Ansatz zu gewährleisten.

Dieses Toolkit dient sowohl als Bildungs- als auch als Ermächtigungsinstrument, das Berufsbildungsschüler dazu ermutigt, fundierte, selbstbewusste und verantwortungsvolle Schritte zum Aufbau einer Karriere zu unternehmen, die sowohl ihren persönlichen Ambitionen als auch den allgemeinen sozialen Werten entspricht.

Teil I: Konzepte und Empfehlungen, um Berufsbildungsschülern dabei zu helfen, die Dynamik von Influencer-Karrieren zu verstehen und fundierte Entscheidungen zu treffen

Online-Präsenz

Die Online-Präsenz bezieht sich auf die kollektive Darstellung einer Person auf allen digitalen Plattformen. Dazu gehören Social-Media-Profile, digitale Portfolios, veröffentlichte Inhalte, Profilfotos, Biografien, Interaktionsverlauf und sogar Suchmaschinenergebnisse. Sie beschränkt sich nicht nur auf das, was wir absichtlich posten. Sie kann auch Situationen umfassen, in denen andere uns markieren, erwähnen oder unseren Namen mit Inhalten in Verbindung bringen, die unsere Sichtbarkeit und unseren Ruf im Internet prägen.

Für Berufsbildungsschüler, die eine Karriere in der Kreativ- oder Digitalbranche anstreben, insbesondere im Bereich Influencing, ist es unerlässlich, die eigene Online-Präsenz zu verwalten. Dies spielt eine wesentliche Rolle dabei, Sichtbarkeit zu schaffen, Glaubwürdigkeit aufzubauen und Chancen zu generieren. In vielen Fällen wird der erste Eindruck mittlerweile online gewonnen, sei es von potenziellen Kooperationspartnern, Arbeitgebern, Kunden oder Markenpartnern. Eine vollständige Abwesenheit im Internet kann als mangelndes Engagement oder fehlende berufliche Orientierung interpretiert werden, insbesondere in medienorientierten Berufen. Andererseits kann eine inkonsistente oder schlecht gepflegte digitale Präsenz, wie veraltete Biografien, irrelevante Inhalte oder unprofessionelle Beiträge, die Glaubwürdigkeit einer Person negativ beeinflussen und Zweifel an ihrer Eignung für berufliche Aufgaben aufkommen lassen.

Die Bedeutung der Online-Präsenz

Laut Okyere (2025) unterstützt eine starke und gut gemanagte Online-Präsenz das Personal Branding und die langfristige Karriereentwicklung. In dem von The Business Unlimited (2025) veröffentlichten Artikel betont Okyere, dass die Online-Präsenz es aufstrebenden Influencern ermöglicht, ihre Werte, Interessen und Fachkenntnisse in einer hart umkämpften digitalen Landschaft zu vermitteln. Darüber hinaus kann eine glaubwürdige und ansprechende digitale Präsenz Kooperationen, berufliche Partnerschaften und Stellenangebote nach sich ziehen, insbesondere in Branchen, in denen Online-Sichtbarkeit ein wesentlicher Faktor für den Erfolg ist.

Zehn Strategien zur Stärkung der Präsenz in sozialen Medien

In dem auf The Business Unlimited (2025) veröffentlichten Artikel liefert Okyere weitere Einblicke in die Online-Präsenz und Strategien zur Stärkung der Präsenz in sozialen Medien. In diesem Artikel beschreibt er zehn wichtige Strategien zur Stärkung der Präsenz in sozialen Medien, die im Folgenden vorgestellt werden.

1. Profiloptimierung

Ein Social-Media-Profil dient oft als erster Kontaktpunkt. Informative Biografien, professionelle oder markengerechte Profilfotos und funktionierende Links tragen zu einem vertrauenswürdigen und zugänglichen Image bei. Durch die Aufnahme relevanter Schlüsselwörter in die Biografie kann die Auffindbarkeit weiter verbessert werden.

2. Strategischer Einsatz von Hashtags

Hashtags erhöhen die Sichtbarkeit von Inhalten über den bestehenden Follower hinaus. Ein gezielter Ansatz, der beliebte und nischenspezifische Hashtags kombiniert, hilft dabei, Inhalte innerhalb relevanter digitaler Communities zu positionieren. Übermäßige oder irrelevante Hashtags sollten vermieden werden, um ein professionelles Image zu wahren.

3. Konsistenz bei der Veröffentlichung

Die Einhaltung eines regelmäßigen Veröffentlichungsplans sorgt für eine nachhaltige Bindung des Publikums und signalisiert den Algorithmen der Plattform Aktivität. Tools wie Buffer, Hootsuite oder Later können dabei helfen, Beiträge zu automatisieren und zu organisieren, um einen optimalen Zeitpunkt und eine optimale Reichweite zu erzielen.

4. Publikumsbeteiligung

Echte Interaktionen wie das Beantworten von Kommentaren, das Beantworten von Fragen und das Ansprechen von Followern stärken das Vertrauen und die Loyalität der Community. Ein hohes Maß an Engagement verbessert auch die algorithmische Sichtbarkeit und steigert die Reichweite der Inhalte auf organische Weise.

5. Verwendung von Stories und Reels

Plattformen bevorzugen oft Kurzinhalte wie Stories und Reels, die kreativen und ansprechenden Möglichkeiten bieten, um Neuigkeiten oder Einblicke zu teilen. Diese Formate eignen sich besonders gut, um Authentizität zu vermitteln und neue Follower zu gewinnen.

6. Kooperationen mit Influencern

Die Zusammenarbeit mit gleichgesinnten Influencern, insbesondere Mikro-Influencern, kann zu gegenseitigem Wachstum und erhöhter Glaubwürdigkeit führen. Diese Kooperationen erweitern die Reichweite und machen Inhalte einem neuen und relevanten Publikum zugänglich.

7. Wettbewerbe und Gewinnspiele

Gut konzipierte Wettbewerbe oder Gewinnspiele können die Interaktion fördern, die Anzahl der Follower erhöhen und Begeisterung für die eigenen Inhalte wecken. Um die Wirksamkeit zu maximieren, sollte der Preis für die Zielgruppe relevant sein und die Teilnahmebedingungen sollten klar sein.

8. Cross-Plattform Werbung

Das Teilen von Inhalten über verschiedene Plattformen hinweg hilft dabei, ein breiteres Publikum zu erreichen und die Markenkonsistenz zu verbessern. Durch Cross-Plattform Promotionen können Einzelpersonen die Reichweite ihrer Inhalte vergrößern, ohne für jede Plattform komplett neues Material produzieren zu müssen.

9. Datengestützte Strategieanpassungen

Analysetools liefern Einblicke in die Präferenzen des Publikums und die Performance von Inhalten. Durch regelmäßige Analysen können Einzelpersonen ihre Strategien auf der Grundlage der besten Ergebnisse anpassen und so für kontinuierliches Wachstum und Relevanz sorgen.

10. Gezielte kostenpflichtige Werbung

Organisches Engagement ist zwar unerlässlich, doch können kleine Investitionen in gezielte Werbung in sozialen Medien die Sichtbarkeit erhöhen. Bezahlte Werbeaktionen können, insbesondere wenn sie mit klaren Zielen und unter Berücksichtigung der Zielgruppe konzipiert werden, dazu beitragen, bestimmte Zielgruppen effektiver zu erreichen.[1]

[1] Okyere, A. (2025, Februar 9). Wie Sie Ihre Online-Präsenz steigern können: 10 Social-Media-Hacks. TheBusinessUnlimited.com. https://thebusinessunlimited.com/how-to-increase-online-presence/

Die Bedeutung sozialer Medien für das Karrieremanagement und den Aufbau einer Personal Brand im Internet

Soziale Medien bieten einzigartige Möglichkeiten für die berufliche Weiterentwicklung, insbesondere für junge Fachkräfte in aufstrebenden Branchen wie Digitalmarketing, Inhaltserstellung und Unternehmertum. Diese Plattformen dienen als Werkzeuge zum Lernen, Netzwerken, zur Steigerung der Sichtbarkeit und sogar zur Generierung von Einkommen. Karrieremanagement umfasst heute mehr als nur die Auswahl eines Jobs. Es beinhaltet Selbstbewusstsein, die Festlegung langfristiger Ziele und die Fähigkeit, sich an veränderte digitale Trends anzupassen. Soziale Medien unterstützen dies, indem sie es Einzelpersonen ermöglichen, ihre persönliche Marke und ihre beruflichen Interessen zu fördern, Erfolge und kreative Arbeiten zu präsentieren, Trends, Innovationen und Karrieremöglichkeiten zu verfolgen sowie Netzwerke mit Mentoren, Kollegen und Fachleuten aus der Branche aufzubauen und zu pflegen. Eine persönliche Marke ist kein Logo oder Slogan. Es ist der Ruf, die Botschaft und der Wert, den eine Person durch Inhalte, Tonfall und öffentliche Aktivitäten vermittelt.

Dies wird von verschiedenen Forschungsinstituten und Experten untersucht und beleuchtet, die die Bedeutung sozialer Medien für das Karrieremanagement hervorheben. Laut dem Artikel „How to harness social media for personal branding" (Wie man soziale Medien für das Personal Branding nutzt) auf der Website der Harvard Business School sind soziale Medien im digitalen Zeitalter zu einem zentralen Bestandteil des Karrieremanagements und der Entwicklung einer persönlichen Marke geworden. Für Personen, die eine Karriere in der Kreativ- und Digitalbranche anstreben, darunter auch angehende Influencer, bieten soziale Medien wichtige Möglichkeiten für Sichtbarkeit, Beteiligung und berufliches Wachstum. Der Autor dieses Artikels, Stobierski (2025), betont, dass soziale Medien, wenn sie strategisch eingesetzt werden, die öffentliche Wahrnehmung beeinflussen, die Glaubwürdigkeit erhöhen und eine berufliche Identität etablieren können, die mit den Karrierezielen übereinstimmt. Darüber hinaus stellt Stobierski (2025) sechs wichtige Schritte zum Aufbau einer persönlichen Marke im Netz vor.

Sechs Schritte zum Aufbau einer persönlichen Marke auf sozialen Medien

Die sechs Schritte zum Aufbau einer persönlichen Marke in sozialen Medien, die Stobierski (2025) an der Harvard Business School Online vorgestellt hat, umfassen Folgendes:

Schritt 1: Definition der Karriere- und Branding-Ziele

Der Prozess beginnt mit der Festlegung konkreter Ziele, wie beispielsweise dem Ausbau beruflicher Netzwerke, der Gewinnung von Kunden oder Kooperationspartnern, dem Nachweis fachlicher Kompetenz oder dem Management der eigenen Reputation. Diese Ziele bestimmen alle nachfolgenden Maßnahmen, von der Auswahl geeigneter Plattformen bis hin zur Entwicklung maßgeschneiderter Inhaltsstrategien.

Schritt 2: Auswahl der Plattform und Relevanz für die Zielgruppe

Jede Social-Media-Plattform erfüllt unterschiedliche Funktionen und spricht unterschiedliche Zielgruppen an. Ob LinkedIn für berufliches Networking, Instagram für visuelles Storytelling oder TikTok für kreative Reichweitensteigerung – Nutzer müssen Plattformen wählen, die zu ihren Zielen passen und mit denen sie ihre Zielgruppe effektiv erreichen können. Um die Beteiligung zu optimieren, ist es entscheidend zu verstehen, wo die Zielgruppen am aktivsten sind und welche Inhaltsformate für diese Bereiche am besten geeignet sind.

Schritt 3: Erstellung eines professionellen und authentischen Profils

Ein vollständig ausgefülltes und sorgfältig zusammengestelltes Profil ist von entscheidender Bedeutung. Dazu gehören Profilbilder, kurze Biografien, beruflicher Werdegang und zusätzliche Multimedia-Elemente, je nach Plattform. Experten für Personal Branding betonen die Bedeutung von Authentizität, da eine echte Online-Identität Vertrauen schafft und stärkere Verbindungen zu Followern und potenziellen Kooperationspartnern fördert.

Schritt 4: Schaffung einer konsistenten Stimme und visuellen Identität

Ein konsistenter Ton, Stil und eine einheitliche Botschaft über alle Plattformen hinweg stärken die Wiedererkennbarkeit und festigen die persönliche Marke. Ähnlich wie beim Corporate Branding sollte die digitale Persönlichkeit eines Menschen seine Werte, seine Persönlichkeit und seinen beruflichen Schwerpunkt auf eine Weise widerspiegeln, die kohärent und nachvollziehbar ist. Inkonsistenz kann zu Verwirrung oder einem Verlust an Glaubwürdigkeit führen.

Schritt 5: Strategische Inhaltsentwicklung

Der Grundstein für Personal Branding in sozialen Medien liegt in den geteilten Inhalten. Eine strukturierte Content-Strategie gewährleistet regelmäßige und zielgerichtete Beiträge, die sowohl mit den persönlichen Zielen als auch mit den Interessen des Publikums übereinstimmen. Die Art der Inhalte kann variieren und reicht von informativen Beiträgen und Einblicken hinter die Kulissen bis hin zu inspirierende Botschaften oder Branchenkenntnissen. Die Inhalte sollten jedoch stets einen Mehrwert bieten und die berufliche Identität der Person stärken. Regelmäßige Beteiligung an den Followern, einschließlich der Beantwortung von Kommentaren und der Einholung von Feedback, fördert den Aufbau einer Community und die Markentreue.

Schritt 6: Überwachung und Bewertung

Um die Wirksamkeit einer Personal-Branding-Strategie zu beurteilen, sollten Einzelpersonen regelmäßig relevante Leistungskennzahlen überwachen. Dazu können die Beteiligung (Likes, Kommentare, Shares), die Reichweite (Aufrufe, Impressionen, Follower-Wachstum) und die Konversion (Klickraten, Direktnachrichten) gehören. Die meisten Plattformen bieten integrierte Analysen, während Tools von Drittanbietern wie Hootsuite oder Buffer weiterführende Einblicke liefern. Eine datengestützte Bewertung ermöglicht eine kontinuierliche Optimierung und stellt sicher, dass die Branding-Maßnahmen mit den Karrierezielen im Einklang bleiben.

Es ist zwar wichtig, die Schritte zur Entwicklung einer persönlichen Marke zu befolgen, aber man sollte sich auch bestimmter Fehler bewusst sein, die die Bemühungen um eine persönliche Marke behindern können. Es ist wichtig, diese Fehler zu vermeiden oder mit ihnen umzugehen. Dazu gehören unregelmäßige Beiträge, das Ignorieren der Interaktion mit dem Publikum und übermäßig werbliche Inhalte ohne substanziellen Wert. Es ist wichtig zu verstehen, dass eine erfolgreiche persönliche Marke einen konsistenten, wertorientierten Ansatz erfordert, der die Bedürfnisse des Publikums in den Vordergrund stellt, eine sinnvolle Beteiligung fördert und die professionelle Authentizität stärkt.[2]

[2] Stobierski, T. (2025). Wie man soziale Medien für das Personal Branding nutzt. Business Insights Blog. https://online.hbs.edu/blog/post/social-media-for-personal-branding

Empfehlungen für Pädagogen und Lehrkräfte bei der Arbeit mit Berufsbildungsschülern im Bereich der Berufsberatung zur Influencing

Die Arbeit mit Berufsbildungsschülern zu Themen wie Online-Präsenz, Personal Branding und Social Media im Rahmen der beruflichen Entwicklung erfordert einen Ansatz, der sowohl motivierend als auch reflektierend ist. Viele junge Menschen sind online aktiv, halten jedoch selten inne, um kritisch zu hinterfragen, inwiefern ihr digitales Verhalten mit ihrem zukünftigen Karriereweg zusammenhängt. Im Folgenden finden Sie einige Empfehlungen, die Pädagogen und Ausbildern dabei helfen sollen, ein sicheres, motivierendes und strukturiertes Umfeld zu schaffen.

- Die Schaffung einer vorurteilsfreien Lernatmosphäre wird als unerlässlich angesehen. Junge Menschen fühlen sich oft verletzlich, wenn sie über ihre Nutzung sozialer Medien sprechen. Es ist wichtig zu betonen, dass es keine „falschen Antworten" gibt, wenn man über das aktuelle Online-Verhalten nachdenkt. Es ist wichtig, Neugierde statt Kritik zu fördern und den Schülern zu versichern, dass alle lernen, wie sie ihre digitale Präsenz verbessern können.
- Die Verwendung von realen Tools und anschaulichen Beispielen sorgt für einen realistischen und praktischen Ansatz in den Workshops und Programmen. Die Lehrkräfte können gedruckte oder digitale Beispiele für Social-Media-Biografien, LinkedIn-Profile oder Beiträge von Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens mitbringen. Diese helfen dabei, abstrakte Ideen zu konkretisieren. Es ist wichtig, nicht nur "Stars" zu verwenden. Die Beispiele sollten auch mittelgroße Creator, junge Berufstätige oder Nischen-Influencer umfassen, mit denen sich die Schüler realistisch identifizieren können.
- Die Einrichtung des Raums zur Förderung der Konzentration und Reflexion ist ein wichtiger logistischer Bestandteil der Programme. Es wird empfohlen, eine kreisförmige oder halbkreisförmige Sitzanordnung zu verwenden, um eine offene Diskussion zu unterstützen. Für Reflektion-basierte Sitzungen (z. B. persönliches Brand Mapping) können Pädagogen individuellen Platz mit Klemmbrettern oder Tischen zur Verfügung stellen. Leise Hintergrundmusik kann den Schülern ebenfalls helfen, sich während ruhiger Schreibaktivitäten zu konzentrieren.
- Eine Überlastung durch Technologie sollte vermieden werden. Auch wenn es um digitale Themen geht, braucht nicht jede Aktivität einen Bildschirm. Bei manchen Aktivitäten können technologiebasierte Aufgaben (wie Profilüberprüfungen) mit Offline-Methoden (z. B. Flipcharts, Marker, gedruckte Arbeitsblätter) kombiniert werden. Dies fördert die Inklusion von Schülern, die möglicherweise keinen gleichberechtigten Zugang zu Geräten haben oder sich durch bildschirmbasiertes Lernen überfordert fühlen.
- Es ist wichtig, den Schülern Zeit für private Reflexion zu geben, bevor eine Gruppendiskussion stattfindet, damit sie sich einbezogen und auf die Workshops vorbereitet fühlen. Themen wie „Was meine Online-Präsenz über mich aussagt" können Unsicherheiten oder Selbstzweifel auslösen. Einzelgespräche oder die Arbeit in Zweiergruppen vor der Plenardiskussion können den Schülern helfen, sich in ihrem eigenen Tempo zu öffnen.
- Pädagogen sollten sich digitaler Ungleichheiten und Vertrauenslücken bewusst sein. Einige Schüler haben möglicherweise sehr aktive Online-Profile, während andere kaum soziale Medien nutzen. Es wird empfohlen, nicht von einem einheitlichen Erfahrungsniveau auszugehen. Der Schwerpunkt sollte auf Fortschritt und Bewusstsein liegen, nicht auf Leistung.
- Es wird dringend empfohlen, Energizer einzusetzen, um die digitale Ernsthaftigkeit zu durchbrechen. Pädagogen können reflektierende Arbeit mit kurzen, unterhaltsamen Energizer oder Rollenspielaktivitäten kombinieren, die den Druck verringern und die Energie hoch halten.

Humor und leichter Wettbewerb (wie das Entwerfen einer gefälschten Influencer-Biografie) können die Beteiligung steigern, ohne vom Thema abzukommen.

Teil II: Praktische Aktivitäten/Workshops

Workshop 1: Persönliches Branding in sozialen Medien

Titel des Workshops: Personal Branding in sozialen Medien: Die Bedeutung von Personal Branding auf Plattformen wie Instagram, Twitter und TikTok

Dauer: 120 Minuten

Hintergrund:
In der heutigen digitalen Welt ist Personal Branding einer der wichtigsten Aspekte einer erfolgreichen Karriere, wobei der Schwerpunkt auf der Einflussnahme liegt. Personal Branding geht über Ästhetik und die Anzahl der Follower hinaus. Es geht darum, wie eine Person ihre Werte, ihre Stimme und ihre Identität einem Publikum präsentiert. Viele junge Menschen und Studenten streben heutzutage danach, zukünftige Influencer zu werden. Für Berufsbildungsschüler, die Influencer werden möchten, ist das Verstehen und Aufbauen einer persönlichen Marke der erste Schritt, um professionell und sinnvoll in dieses wettbewerbsintensive Feld einzusteigen. Viele junge Menschen nutzen täglich soziale Medien, ohne strategisch zu denken oder sich bewusst zu sein, wie ihre Inhalte wahrgenommen werden. Daher lädt dieser Workshop sie dazu ein, über ihre Online-Identität nachzudenken und damit zu beginnen, eine persönliche Marke zu formen, die authentisch und konsistent ist und ihren Bestrebungen entspricht.

Ziel des Workshops:
Das Konzept des Personal Branding verstehen und durch interaktive Aktivitäten und Selbstreflexion eine konsistente und authentische Online-Identität auf Social-Media-Plattformen aufbauen.

Ziele:
- Persönliches Branding definieren und dessen Bedeutung für die Karriere von Influencern verstehen;
- Die wichtigsten Komponenten des Personal Branding wie Stil, Werte, Tonfall und Zielgruppe untersuchen;
- Die Schüler dabei unterstützen, über ihre eigene Identität und darüber nachzudenken, wie sie online wahrgenommen werden möchten;
- Den Prozess der Erstellung einer persönlichen Marken-Landkarte als Grundlage für ihre zukünftige Influencer-Karriere zu initiieren.

Angesprochene Kompetenzen:
- Kritisches Denken;
- Kreatives Denken;
- Teamarbeit;
- Digitale Kompetenz;
- Lese- und Schreibkompetenz;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:

- Einzelaktivität: Instagram-Bio;
- Brainstorming;
- Theoretischer Beitrag;
- Einzel- und Kleingruppenarbeit: Persönliche Marken-Landkarte;
- Diskussion.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Begrüßung und Einführung in den Workshop, Instagram-Bio-Aktivität (20 Minuten)</u>

Die Lehrkraft begrüßt alle Teilnehmer*innen zum Workshop. Er/sie eröffnet den Workshop, indem er/sie die Schüler*innen zu einer spielerischen, aber zum Nachdenken anregenden Beteiligung an einer Aufwärmübung einlädt. Sie werden gebeten, eine kurze Instagram-Biografie mit maximal 150 Zeichen für eine fiktive oder humorvolle Figur zu verfassen. Das kann zum Beispiel ein Superheld, ein Kartoffel-Influencer oder eine weise alte Schildkröte sein. Dies ist eine Einzelarbeit, für die sie 5-10 Minuten Zeit haben. Die Schüler schreiben ihre Biografien auf Papier oder direkt auf eine Tafel. Wenn alle fertig sind, bittet der Pädagoge Freiwillige, einige Biografien vorzulesen oder vorzustellen. Nach einigen Lachern und neugierigen Reaktionen nutzt der Pädagoge dies, um eine Diskussion darüber anzuregen, was eine Instagram-Biografie interessant, einprägsam oder nachvollziehbar macht. Der Pädagoge führt dann die Idee ein, dass eine persönliche Marke oft mit einer kurzen, bewussten Botschaft beginnt und jeder Influencer definieren muss, wie diese Botschaft lautet.

II. <u>Brainstorming und theoretischer Beitrag: Definition des Personal Branding und Identifizierung seiner Schlüsselelemente (20 Minuten)</u>

Die Lehrkraft beginnt mit einer Brainstorming-Aktivität, um zu erörtern, was Personal Branding bedeutet. Er/sie bittet die Schüler zunächst, ihre Vorstellung von diesem Begriff zu schildern. Die von den Schülern genannten Schlüsselbegriffe (wie Identität, Inhalt, Follower, Botschaft usw.) werden auf einem Flipchart notiert und an die Tafel geschrieben. Nach diesem offenen Brainstorming stellt Die Lehrkraft eine Arbeitsdefinition von Personal Branding vor: „Wie jemand sich online durch seine Inhalte, seinen Kommunikationsstil, seine Werte und seine Interaktion mit seinem Publikum präsentiert." Anschließend werden die Schlüsselelemente einer persönlichen Marke kurz erläutert: Tonfall, visueller Stil, Botschaft, Werte, Publikum und Konsistenz. Darüber hinaus nutzt er/sie die Gelegenheit, um einige bekannte Influencer zu nennen (oder die Lehrkräfte danach zu fragen), um diese Elemente greifbarer zu machen.

III. <u>Erstellen einer persönlichen Brand Landkarte (40 Minuten)</u>

Nach einer Einführung in das Thema Personal Branding kündigt Die Lehrkraft eine interaktive Aktivität für die Teilnehmer/innen an. Sie erhalten ein leeres A4-Blatt, das in fünf Abschnitte unterteilt ist: „Meine Leidenschaften und Interessen", „Meine einzigartigen Eigenschaften und mein Stil", „Meine Werte", „Mein Publikum" und „Meine visuelle Identität". Die Lehrkraft erklärt jeden Abschnitt kurz und bittet die Teilnehmer/innen, sich 15 bis 20 Minuten Zeit zu nehmen, um alle Abschnitte auszufüllen. Er/sie bezeichnet dies als persönliche Branding-Karte, die sie individuell ausarbeiten sollen. Sie können Wörter schreiben, Symbole zeichnen oder kleine Skizzen hinzufügen, die ihre Identität und Vision als Influencer widerspiegeln. Nach Fertigstellung werden die Schüler gebeten, kleine Gruppen mit 3 oder 4 Mitgliedern zu bilden und ihre Branding-Karten miteinander zu teilen. In diesen Gruppen werden sie dazu ermutigt, sich gegenseitig klärende Fragen zu stellen oder positives Feedback zu den herausragenden Aspekten ihrer Markenvision zu geben. Für diese Runde stehen ihnen 15 bis 20 Minuten zur Verfügung.

IV. Inspiration von Influencern aus dem Alltag (40 Minuten)

Der/die Ausbilder/in hat einen Rundgang durch die Galerie organisiert, indem er/sie vier große Blätter Papier an verschiedenen Wänden im Raum angebracht hat. Jedes Blatt ist mit einem Thema beschriftet, z. B.: „Authentische Influencer“, „Klare Botschaft und Nische“, „Starke visuelle Identität“ und „Positive Wirkung“. Die Schüler/innen werden aufgefordert, herumzugehen und Beispiele für Influencer aus dem Alltag aufzuschreiben, die jede dieser Eigenschaften verkörpern. Sie können den Namen, den Nutzernamen oder eine kurze Beschreibung notieren. Die Aktivität dauert etwa 15 Minuten. Danach versammelt der/die Ausbilder/in alle und moderiert eine Diskussion vor den Papieren. Die Schüler/innen werden dazu angeregt, zu analysieren, welche Muster ihnen bei den aufgeführten Influencern auffallen, was sie bewundern und wie diese Elemente ihre eigene persönliche Marke beeinflussen könnten. Die Diskussion dauert 20 Minuten und zielt darauf ab, das Konzept des Brandings anhand von Beispielen aus der realen Welt, mit denen die Schüler/innen bereits vertraut sind, besser zu verstehen.

Benötigte Materialien: A4- und A3-Papier, Kugelschreiber, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Haftnotizen, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Personal Branding: Was es ist und warum es wichtig ist. (2024, März 21). Business Insights Blog. https://online.hbs.edu/blog/post/personal-branding-at-work
- Canva Webseite: https://www.canva.com/?msockid=38d2fb11820b653429c6ef8e83ad6488

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Es wird empfohlen, dass die Lehrkraft die Schüler/innen dazu anregt, nach dem Workshop ihre Social-Media-Profile erneut zu überprüfen und darüber nachzudenken, inwieweit ihre aktuellen Inhalte mit der von ihnen erstellten persönlichen Marken-Landkarte übereinstimmen.
- Der/die Ausbilder/in kann eine Folgesitzung organisieren, wenn er/sie sich mit den Schüler/innen einigt, um sie besser bei der Gestaltung eines visuellen Rasters oder Inhaltsplans mit Canva oder Zeichenvorlagen anzuleiten und ihnen dabei zu helfen, ihre Ideen in eine Inhaltsstrategie umzusetzen, die mit ihrer Markenidentität übereinstimmt.

Workshop 2: Strategien für die Jobsuche im digitalen Zeitalter

Titel des Workshops: Strategien für die Jobsuche im digitalen Zeitalter

Dauer: 110 Minuten

Background:
Der Arbeitsmarkt hat sich in den letzten Jahren dramatisch verändert, insbesondere für junge Menschen, die gerade dabei sind, ihren beruflichen Werdegang zu gestalten. Das Gleiche gilt für diejenigen, die ihre berufliche Laufbahn in der Digital- und Kreativbranche sehen. Traditionelle Lebensläufe und Anschreiben sind nach wie vor wichtig, aber sie sind nicht mehr das einzige Mittel, um einen Job zu finden. Tatsächlich sind sie nicht einmal mehr die wichtigsten Instrumente, um auf dem heutigen Arbeitsmarkt eine Stelle zu finden. Im digitalen Zeitalter ist es wichtig, sich der Macht von Social-Media-Plattformen, Networking-Seiten, digitalen Portfolios und Online-Communities bewusst zu sein. All diese Faktoren spielen eine Rolle dabei, wie Fachkräfte mit Arbeitgebern, Kollegen und Zielgruppen in Kontakt treten. Für Berufsschüler, die an einer Karriere als Influencer oder einem anderen modernen, technologiebezogenen Beruf interessiert sind, ist es unerlässlich, sich mit digitalen Strategien für die Jobsuche vertraut zu machen. Dies ist unerlässlich, unabhängig davon, ob sie nach Sponsoren, Freelance-Möglichkeiten, Markenkooperationen oder sogar Teilzeitjobs suchen, um ihren Weg zu finanzieren. Sie müssen wissen, wie sie sich online professionell präsentieren, wo sie nach Möglichkeiten suchen und wie sie Initiative beim Aufbau ihrer Netzwerke ergreifen können.

Ziel des Workshops:
Berufsbildungsstudenten mit praktischen Strategien für die Jobsuche und die Suche nach neuen Möglichkeiten im digitalen Zeitalter auszustatten, mit Schwerpunkt auf digitalen Profilen, Online-Präsenz und Networking.

Ziele:
- Das Bewusstsein für die sich wandelnde Natur der Jobsuche in der digitalen Industrie schärfen;
- Studenten Online-Tools und -Plattformen vorstellen, mit denen sie Jobs oder Kooperationsmöglichkeiten finden können;
- Einen Raum schaffen, in dem Studenten darüber nachdenken können, wie sie sich in digitalen Räumen professionell präsentieren können;
- Studenten dabei unterstützen und ermutigen, einen einfachen persönlichen Aktionsplan für ihre digitale Jobsuche zu entwickeln.

Angesprochene Kompetenzen:
- Kritisches Denken;
- Digitale Kompetenz;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:

- Brainstorming;
- Gruppendiskussion;
- Einzelarbeit;
- Paararbeit;
- Selbstreflexion

Ablauf des Workshops:

I. Brainstorming-Sitzung: Die Realitäten der heutigen Arbeitssuche erkunden (20 Minuten)

Der/die Lehrkraft beginnt die Sitzung mit einer Brainstorming-Aktivität. Er/sie bittet die Schüler, darüber nachzudenken, wie ihre Eltern oder älteren Familienmitglieder in ihrer Jugend nach Arbeit gesucht haben. Dafür haben sie 3 bis 5 Minuten Zeit und werden anschließend aufgefordert, ihre Beispiele/Informationen mitzuteilen. Dann fügt die Lehrkraft eine weitere Frage hinzu. Er/sie fragt die Schüler: „Wie suchen Menschen in eurem Alter nach Arbeit oder beruflichen Möglichkeiten?“ Nach einigen Minuten erinnert er/sie sie an LinkedIn, Instagram, Upwork, TikTok-Kooperationen usw., falls die Schüler diese nicht erwähnen. Der Pädagoge nutzt diesen Vergleich dann, um den dramatischen Wandel bei den Methoden der Arbeitssuche hervorzuheben und betont, wie wichtig es ist, neue Strategien zu erlernen, die dem aktuellen digitalen Umfeld entsprechen.

II. Die digitale Jobsuche kartieren (30 Minuten)

Die Lehrkraft zeichnet ein großes Diagramm oder eine Karte auf ein Flipchart-Papier mit vier Kategorien: Professionelle Plattformen, Kreative Plattformen, Freelancer-Marktplätze und Networking-Plattformen. Gemeinsam mit der Gruppe eröffnet Die Lehrkraft eine Diskussion, um jede Kategorie mit relevanten bestehenden Plattformen zu füllen, wie z. B.:

- Professionell: LinkedIn, Glassdoor, JobTeaser
- Kreativ: Instagram, TikTok, Behance, YouTube
- Freiberuflich: Fiverr, Upwork, Freelancer
- Networking: Discord-Communities, Facebook-Gruppen, Reddit-Foren

Die Schüler werden gebeten, weitere Plattformen oder Apps vorzuschlagen, die sie nutzen oder kennen. Anschließend leitet der Pädagoge eine kurze Diskussion über die Stärken und Risiken der einzelnen Plattformen, wie sie strategisch genutzt werden können und welche Möglichkeiten sie jungen Influencern oder digitalen Kreativen bieten.

III. Individuelle Arbeit: Entwerfen Sie Ihre „digitale Visitenkarte“ (30 Minuten)

Die Schüler werden gebeten, darüber nachzudenken, welchen Eindruck ihre Online-Profile derzeit auf potenzielle Arbeitgeber, Kooperationspartner oder Sponsoren machen. Die Lehrkraft verteilt kleine leere Blätter oder Haftnotizen mit dem Titel „Meine digitale Visitenkarte” an jeden Schüler. Sie erklärt, dass auf jedem Blatt die folgenden Daten/Informationen angegeben werden sollen:

- Name
- Kurzbiografie
- Nische oder Schwerpunktbereich
- Stärken oder Fähigkeiten
- Plattformen, auf denen ich am meisten aktiv bin
- Eine Leistung, die ich hervorheben möchte

Die Lehrkraft weist die Schüler darauf hin, dass sie 15 bis 20 Minuten lang allein daran arbeiten müssen, ihre Karte/ihr Blatt auszufüllen. Die Lehrkraft erklärt, dass es sich hierbei nicht um einen formellen

Lebenslauf handelt, sondern um eine kreative Möglichkeit, ihre berufliche Persönlichkeit im digitalen Raum zu präsentieren. Anschließend müssen sie sich zu zweit zusammensetzen und Feedback austauschen: Was fällt besonders auf? Was könnte klarer formuliert werden? Was fehlt noch?

IV. Simulation einer Stellensuche (15 Minuten)

Die nächste Aktivität konzentriert sich auf eine praktische Aufgabe mit dem Hauptziel, das Wissen über die Stellensuche anzuwenden. Die Lehrkraft stellt den Studierenden folgende Herausforderung: „Ihr seid gerade auf der Suche nach einer Zusammenarbeit oder einer Stelle, die zu eurer persönlichen Marke oder euren Fähigkeiten passt. Nutzt in 5 Minuten euer Smartphone, um auf einer beliebigen Plattform, die ihr für relevant haltet, eine potenzielle Gelegenheit zu finden." Die Schüler suchen online, und wenn die Zeit abgelaufen ist, werden einige von ihnen gebeten, ihre Ergebnisse vorzustellen. Das kann eine freiberufliche Tätigkeit sein, eine Ausschreibung für Content-Ersteller, eine Kampagne, an der sie teilnehmen könnten, oder sogar eine Stelle, auf die sie sich in Zukunft bewerben würden. Nach der Vorstellung betont der Pädagoge, dass der Zweck dieser Übung darin besteht, zu zeigen, wie viele Möglichkeiten es auf dem Markt gibt und wie wichtig es ist, zu wissen, wo und wie man sucht.

V. Reflexion und Aktionsplanung (15 Minuten)

Zum Abschluss der Sitzung fordert die Lehrkraft die Schüler dazu auf, darüber nachzudenken, wie sie sich derzeit online präsentieren und welchen Schritt sie unternehmen können, um ihre Strategie bei der Jobsuche zu verbessern. Jeder Schüler wird aufgefordert, eine Maßnahme aufzuschreiben, die er/sie in der nächsten Woche umsetzen wird, z. B. das LinkedIn-Profil aktualisieren, einem Creator-Netzwerk beitreten, einer Marke folgen, die er/sie bewundert, oder Kooperationsplattformen recherchieren. Dafür haben sie 5 Minuten Zeit. Anschließend werden einige Freiwillige gebeten, ihre Maßnahmen vorzustellen, und die Lehrkraft schließt den Workshop ab, indem er/sie die Schüler dazu ermutigt, bei der Suche nach Karrieremöglichkeiten stets proaktiv zu sein.

Benötigte Materialien: A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, vorbereitete Haftnotizen oder kleine Zettel für die Aktivität „Digitale Visitenkarte", Flipchart und Flipchart-Papier, Post-its, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Pankowski, L. (2024b, November 21). Alles, was Sie über die Jobsuche im digitalen Zeitalter wissen müssen. Business News Daily. https://www.businessnewsdaily.com/9358-digital-job-search-guide.html
- Jobsuche im digitalen Zeitalter. (2022, September 27). https://www.welcometothejungle.com/en/collections/job-hunters/digital-job-search-strategies-tips

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Dieser Workshop kann durch die Einladung eines Gastredners bereichert werden, beispielsweise eines Rekrutierers einer Kreativagentur, eines freiberuflichen Digital-Marketing-Experten oder eines Mikro-Influencers, der online Arbeit gefunden hat. Ihre Geschichten und Einblicke können dazu beitragen, den Workshop mit Erfahrungen aus dem wirklichen Leben zu untermauern und die Motivation der Studierenden zu steigern. Die Lehrkräfte können anschließend eine Sitzung zum Verfassen digitaler Lebensläufe oder E-Mails anbieten, um Marken und potenzielle Kooperationspartner anzusprechen.

Workshop 3: Möglichkeiten für Remote-Arbeit

Titel des Workshops: Möglichkeiten für Remote-Arbeit

Dauer: 120 Minuten

Hintergrund:
Remote-Arbeit ist zu einem wesentlichen Bestandteil der heutigen Berufswelt geworden, beschleunigt durch technologische Fortschritte und globale Ereignisse wie die COVID-19-Pandemie. Im Kontext von Influencer-Karrieren und digitalen Berufen ist Remote-Arbeit nicht nur eine vorübergehende Lösung, sondern oft die Standardlösung. Angefangen bei der Verwaltung von Inhaltsschaffung, Marketingkampagnen und freiberuflichen Projekten bis hin zum Aufbau von Partnerschaften mit Marken weltweit ermöglicht die Remote-Zusammenarbeit Flexibilität, Unabhängigkeit und internationale Reichweite. Viele Berufsschüler sind sich jedoch nicht vollständig bewusst, wie vielfältig die Möglichkeiten der Remote-Arbeit sind, insbesondere diejenigen, die mit Influencer-bezogenen Fähigkeiten wie Content-Erstellung, Videobearbeitung, Sozialmedia-Verwaltung, Design und Markenbekanntheit in Einklang stehen. Dieser Workshop führt die Schüler in das Konzept der Remote-Arbeit ein, hilft ihnen, relevante Rollen zu erkunden, und ermutigt sie, herauszufinden, was sie diesem wachsenden Arbeitsmarkt bereits bieten können.

Ziel des Workshops:
Das Bewusstsein von Berufsschülern für Möglichkeiten der Fernarbeit schärfen und sie dabei unterstützen, die Fähigkeiten, Werkzeuge und Plattformen zu identifizieren, die für die Ausübung einer Fern- oder Freiberufstätigkeit im Zusammenhang mit Influencer-Karrieren erforderlich sind.

Ziele:
- Vorstellung des Konzepts und der Vorteile von Remote-Arbeit;
- Erkundung realer Berufsbilder und Karrierewege, die remote verfügbar sind;
- Unterstützung der Studierenden bei der Reflexion ihrer eigenen digitalen Kompetenzen und deren Anwendbarkeit in Remote-Arbeitsumgebungen;
- Vertraut machen der Studenten mit Plattformen und Tools für die Remote-Zusammenarbeit und die Jobsuche.

Angesprochene Kompetenzen:
- Digitale Kompetenz;
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Brainstorming;
- Kleingruppenarbeit;
- Individual- und Paararbeit;
- Beitrag;

- Diskussion.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Brainstorming: Was ist Remote-Arbeit? (10 Minuten)</u>

Die Lehrkraft beginnt die Unterrichtseinheit, indem sie die Schüler fragt, was ihnen zum Begriff „Remote-Arbeit“ einfällt. Die Schüler teilen ihre Gedanken und Beispiele mit, die die Lehrkraft sammelt und auf einem Flipchart notiert. Anschließend erklärt die Lehrkraft, dass Remote-Arbeit jede Art von Arbeit bezeichnet, die außerhalb eines traditionellen Büros ausgeführt wird und häufig durch digitale Tools ermöglicht wird. Dazu gehören Vollzeitstellen, freiberufliche Tätigkeiten, Kooperationen und sogar kurzfristige Projektarbeiten. Der Dozent betont, dass viele Jobs im Bereich Influencer-Marketing von Natur aus remote sind, wie z. B. die Verwaltung von Content-Kalendern, Videobearbeitung, Texterstellung, Datenanalyse oder die Online-Zusammenarbeit mit internationalen Marken und Kunden.

II. <u>Kleingruppenarbeit: Erforschung der Rollen und Kategorien der Remote-Arbeit (30 Minuten)</u>

Die Lehrkraft teilt die Schüler in kleine Gruppen von 3 bis 4 Personen ein und gibt jeder Gruppe einen Satz Karten mit verschiedenen Remote-Arbeitsrollen. Jede Karte beschreibt eine andere Berufsbezeichnung oder Rolle, die üblicherweise remote ausgeübt wird, z. B. „Sozialmedia-Verwalter“, „Inhalt -Autor“, „Grafikdesigner“, „Online-Community-Moderator“, „SEO-Assistent“, „Videoeditor“ oder „Markenpartnerschaftskoordinator“. Jede Gruppe wählt 2 bis 3 Rollen aus, die sie interessant finden, und liest gemeinsam die Beschreibungen. Ihre Aufgabe ist es, in 10 Minuten zu diskutieren, welche Fähigkeiten für diese Rollen erforderlich sind und in welchem Zusammenhang diese Fähigkeiten mit der Tätigkeit von Influencern stehen. Nach 10 Minuten Diskussion stellt jede Gruppe kurz eine ausgewählte Rolle und ihre Schlussfolgerungen im Plenum vor.

III. <u>Persönliche Fähigkeiten mit Remote-Arbeit verbinden (30 Minuten)</u>

Als Nächstes fordert die Lehrkraft die Schüler auf, individuell einen „Überblick über ihre Remote-Fähigkeiten” zu erstellen. Mithilfe eines Handouts oder eines einfachen Blattes Papier sollen die Schüler Folgendes aufschreiben:

- Drei digitale oder kreative Fähigkeiten, über die sie bereits verfügen
- Zwei Dinge, die ihnen Spaß machen und die sich in Remote-Aufgaben umwandeln lassen
- Ein Tool, mit dem sie vertraut sind (z. B. Canva, Instagram, TikTok, CapCut, Google Docs)
- Ein Bereich, in dem sie sich verbessern möchten

Sie haben dafür 20 Minuten Zeit. Die Lehrkraft geht herum, um die Schüler zu unterstützen und Fragen zu beantworten. Nachdem sie den Überblick erstellt haben, suchen sich die Schüler einen Partner und tauschen sich über das aus, was sie geschrieben haben. In Zweiergruppen geben sie sich gegenseitig Vorschläge, welche Art von Remote-Arbeit zu ihnen passen könnte, basierend auf ihren aufgeführten Stärken und Interessen. Dies dauert etwa 10 Minuten.

IV. <u>Erkundung und Demonstration von Online-Plattformen (30 Minuten)</u>

Um die Möglichkeiten der Fernarbeit greifbarer zu machen, schließt die Lehrkraft einen Laptop an einen Projektor an und stellt einige relevante Plattformen vor, wie z. B.:

- Fiverr und Upwork (freiberufliche Angebote)
- LinkedIn und Remote OK (Stellenangebote)
- Canva und Trello (Instrumente für Zusammenarbeit und Inhaltsplanung)

Die Lehrkraft führt eine kurze Demonstration durch, wie man sich auf einer der Plattformen zurechtfindet. Zum Beispiel, wie man auf Fiverr nach einem freiberuflichen Auftrag sucht, ein Profil erstellt oder Fernpraktika findet. Wenn der Internetzugang es zulässt, können die Schüler die Plattformen in Echtzeit auf ihren Smartphones oder Laptops erkunden und eine Möglichkeit notieren, die sie interessant finden. Wenn der digitale Zugang eingeschränkt ist, kann die Lehrkraft echte Stellenanzeigen oder Screenshots der Plattformen zur Diskussion ausdrucken.

V. Gruppendiskussion (20 Minuten)

Zum Abschluss des Workshops lädt die Lehrkraft zu einer kurzen Gruppendiskussion im Plenum ein. Sie stellt folgende Fragen: „Was hat euch an den Möglichkeiten der Remote-Arbeit am meisten überrascht?“ und „Was würdet ihr persönlich gerne ausprobieren?“. Die Schüler werden gebeten, eine konkrete Maßnahme aufzuschreiben, die sie in der nächsten Woche ergreifen können, um einer Remote-Möglichkeit näher zu kommen. Das könnte beispielsweise sein, ein Fiverr-Profil zu erstellen, jemanden um Feedback zu ihren Fähigkeiten zu bitten, einer Facebook-Gruppe beizutreten oder zu versuchen, ein neues Hilfsmittel zu erlernen. Einige Freiwillige werden gebeten, ihre Maßnahmen vorzustellen. Die Lehrkraft beendet die Sitzung, indem sie Die Studenten dazu ermutigt, Remote-Arbeit nicht nur als Option zu betrachten, sondern als eine wachsende Realität, zu der sie mit den richtigen Fähigkeiten, der richtigen Einstellung und den richtigen Hilfsmitteln von überall aus Zugang haben.

Benötigte Materialien: A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Haftnotizen, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Link zu Fiverr: https://www.fiverr.com/?source=top_nav
- Link zu Upwork: https://www.upwork.com/
- Link zu LinkedIn: https://www.linkedin.com/
- Link zu Remote OK: https://remoteok.com/
- Link zu Canva: https://www.canva.com/
- Link zu Trello: https://trello.com/

Workshop 4: Digitale Kompetenzen für den Karriereaufbau

Titel des Workshops: Digitale Kompetenzen für den Karriereaufbau

Dauer: 110 Minuten

Hintergrund:
In einer Welt, in der die digitale Transformation fast jeden Beruf verändert, sind digitale Kompetenzen nicht mehr optional. Sie sind in fast jeder Branche unverzichtbar. Für junge Menschen, die sich für eine Karriere als Influencer oder für umfassendere Aufgaben in der Kreativbranche interessieren, kann der Aufbau solider digitaler Kompetenzen neue Möglichkeiten, Kooperationen und Einnahmequellen eröffnen. Digitale Kompetenzen gehen über die Nutzung sozialer Medien hinaus. Sie umfassen die Erstellung von Inhalten, Datenanalyse, Online-Kommunikation, Plattformmanagement und die Fähigkeit, digitale Tools strategisch und kreativ einzusetzen. Viele Berufsschüler nutzen digitale Tools bereits in ihrem Alltag, erkennen diese jedoch möglicherweise nicht als Kompetenzen an oder wissen nicht, wie sie diese weiterentwickeln und professionell präsentieren können. Diese Sitzung hilft den Schülern, zu erkunden, was digitale Kompetenzen sind, die ihnen bereits vorhandenen zu identifizieren und zu planen, wie sie diese stärken können, um ihren zukünftigen Karriereweg zu unterstützen.

Ziel des Workshops:
Sensibilisierung von Berufsschülern für die Bedeutung digitaler Kompetenzen für die berufliche Entwicklung und Unterstützung bei der Ermittlung, Bewertung und Planung der Entwicklung ihrer digitalen Kompetenzen.

Ziele:
- Die Bedeutung und Kategorien digitaler Kompetenzen zu erforschen, die für Influencer- und Kreativberufe relevant sind;
- Berufsbildungsstudenten dabei zu unterstützen, ihre aktuellen digitalen Kompetenzen einzuschätzen und über ihre Stärken nachzudenken;
- Einführung von Tools und Plattformen zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen;
- Die Schüler dazu anzuregen, einen persönlichen Plan zur Entwicklung digitaler Kompetenzen zu erstellen.

Angesprochene Kompetenzen:
- Digitale Kompetenz;
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Gruppendiskussion;
- Paararbeit;
- Einzelarbeit;
- Diskussion und Reflexion.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Eröffnungsdiskussion: Was sind digitale Kompetenzen? (20 Minuten)</u>

Die Lehrkraft beginnt die Sitzung mit der Frage an die Schüler: „Was kommt euch in den Sinn, wenn ihr den Begriff ‚digitale Kompetenzen' hört?' Die Schüler werden gebeten, Beispiele zu nennen, die die Lehrkraft auf einem Flipchart notiert. Anschließend stellt die Lehrkraft eine einfache Kategorisierung digitaler Kompetenzen vor, die für die berufliche Entwicklung und die Arbeit als Influencer relevant sind:

- Kreative digitale Kompetenzen (Erstellung von Inhalten, Foto-/Videobearbeitung, Grafikdesign, Storytelling)
- Technische digitale Kompetenzen (Plattformalgorithmen, Datenanalyse, SEO, Planungstools)
- Kommunikative digitale Kompetenzen (E-Mail-Kommunikation, Community-Management, Verfassen von Bildunterschriften, Umgang mit Feedback)
- Organisatorische digitale Kompetenzen (Verwendung von Projektmanagement-Werkzeugen, Cloud-Speicher, digitalen Kalendern)

Dies hilft den Schülern zu verstehen, dass digitale Kompetenzen weit über das „Wissen, wie man Instagram benutzt" hinausgehen.

Wenn es besser geeignet ist oder die Schüler etwas fortgeschrittener sind, können Lehrkräfte auch den Digitaler Kompetenzrahmen für Bürgerinnen und Bürger (DigComp) vorstellen, der ein gemeinsames Verständnis zur Identifizierung und Beschreibung der Schlüsselbereiche der digitalen Kompetenz vermittelt und von der EU gefördert wird.

II. <u>Paararbeit: Meine digitalen Kompetenzen (20 Minuten)</u>

Die Schüler werden gebeten, für diese Aktivität Paare zu bilden. Sie sollen zu zweit über ihre eigenen digitalen Kompetenzen diskutieren. Darüber hinaus müssen sie die folgenden konkreten Punkte besprechen:

- Kompetenzen, in denen ich mich sicher fühle und die ich oft nutze;
- Kompetenzen, die ich ein wenig genutzt habe, aber noch verbessern könnte
- Kompetenzen, die ich noch nicht habe, aber lernen möchte

Sie haben 20 Minuten Zeit, um zu diskutieren und sich auszutauschen.

III. <u>Werkzeuge für die digitale Weiterqualifizierung erkunden (30 Minuten)</u>

Die Lehrkraft fährt mit einer praktischen Erkundung von Tools und Plattformen fort, die den Schülern helfen können, ihre digitalen Fähigkeiten zu entwickeln. Je nach verfügbarer Ausstattung und Internetzugang kann dies über Echtzeit-Browsing oder gedrucktes Material erfolgen. Die Lehrkraft präsentiert Beispiele wie:

- CapCut oder InShot (Videobearbeitung)
- Notion oder Trello (Planung und Organisation)
- Google Analytics oder Instagram Insights (grundlegende Datenanalyse)
- Skillshare, YouTube tutorials, oder Coursera (Lernplattformen)
- Figma oder Canva (Design)

Die Schüler werden gebeten, ein Tool auszuprobieren oder nach einem Tutorial zu suchen, das ihnen helfen könnte, eine bestimmte Fähigkeit zu verbessern. Diese Aufgabe dauert 30 Minuten.

IV. Paararbeit: Planung Ihres digitalen Wachstums (20 Minuten)

Die Lehrkraft fordert die Schüler auf, wieder mit denselben Partnern wie in der vorherigen Aktivität zusammenzuarbeiten. Ihre Aufgabe in diesem Teil besteht darin, zwei Fähigkeiten zu diskutieren und auszuwählen, die sie im nächsten Monat verbessern möchten. Als Leitfaden für ihre Diskussion erhalten sie die folgenden Punkte:

- Die Kompetenz, die ich verbessern möchte
- Warum es für meine Karriere wichtig ist
- Ein kostenloses Tool oder Tutorial, das ich nutzen werde
- Ein Ziel oder Ergebnis (z. B. 3 Social-Media-Beiträge mit Canva gestalten; ein 30-Sekunden-Video für TikTok bearbeiten; einen Content-Kalender mit Notion erstellen)

Die Schüler füllen dies innerhalb von 10 Minuten individuell aus und tauschen sich anschließend zu zweit über ihre Ziele aus. Die Lehrkraft betont den Wert des kontinuierlichen Lernens in digitalen Berufen und ermutigt die Schüler, Eigeninitiative für ihre Weiterentwicklung einzuleiten.

V. Reflexion und Zusammenfassung (20 Minuten)

Zum Abschluss des Workshops bittet die Lehrkraft die Schüler, einen Kreis zu bilden. Jeder wird gebeten, einen Satz zu sagen, der mit „Eine digitale Kompetenz, die ich verbessern möchte, ist …“ oder „Ein Tool, das ich näher kennenlernen möchte, ist …“ beginnt. Die Lehrkraft beendet die Sitzung mit der Botschaft, dass digitale Kompetenzen nicht nur technische Fähigkeiten sind, sondern auch Werkzeuge für Ausdruck, Vernetzung und Chancen. Je besser die Schüler lernen, sie strategisch einzusetzen, desto mehr Möglichkeiten haben sie, ihre Karriere zu gestalten.

Benötigte Materialien: A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Haftnotizen, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Bernard Marr. (2022, Juli 22). Die 4 digitalen Kompetenzen, die jeder für die Zukunft der Arbeit benötigen wird [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=bL8Sc8bApIE
- Borgonovi, F., Calvino, F., Criscuolo, C., Nania, J., Nitschke, J., O'kane, L., Samek, L., & Seitz, H. (2023). Neue Trends bei der Nachfrage nach KI-Kompetenzen in 14 OECD-Ländern. In OECD Artificial Intelligence Papers. https://doi.org/10.1787/7c691b9a-en
- Link zu Canva: https://www.canva.com/
- Link zu CapCut: https://www.capcut.com/
- InShot: https://www.inshot.com/
- Notion: https://www.notion.com/
- Link zu Trello: https://trello.com/
- Google Analytics: https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision
- Instagram Insights: https://creators.instagram.com/grow/insights?locale=en_US
- Skillshare: https://www.skillshare.com/en/browse?via=header
- YouTube Anleitungen: https://www.youtube.com/playlist?list=PLAE2241F1FF27BECB
- Coursera: https://www.coursera.org/

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Wenn verfügbar, kann der Zugang zu Smartphones, Tablets oder einem Computerraum diese Sitzung bereichern, da die Schüler digitale Tools in Echtzeit ausprobieren können. Lehrkräfte können auch ein Handout mit einer Liste kostenloser Online-Tools und Tutorials vorbereiten, die die Schüler nach der Sitzung erkunden können.

- Es ist wichtig, dass die Schüler genügend Zeit haben, um sich mit den Werkzeugen vertraut zu machen. Die Lehrkraft kann die Zeit verlängern, falls die Schüler mehr Zeit zum Erkunden und Reflektieren benötigen.

Workshop 5: Professionelle Etikette und Online-Kommunikationsfähigkeiten

Titel des Workshops: Professionelle Etikette und Online-Kommunikationsfähigkeiten

Dauer: 110 Minuten

Hintergrund:
Auch wenn Influencer-Karrieren und digitale Berufe auf den ersten Blick informell oder entspannt wirken mögen, bleibt Professionalität ein entscheidender Faktor für langfristigen Erfolg. In der digitalen Welt prägt die Art und Weise, wie eine Person kommuniziert - sei es über Nachrichten, E-Mails, Bildunterschriften, Kommentare oder sogar Emojis - die Wahrnehmung ihrer Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit durch andere. Junge Influencer und Inhaltsersteller kommunizieren häufig online mit Marken, Followern, Partnern und Kooperationspartnern. Zu wissen, wie man sich klar, respektvoll und professionell ausdrückt, kann neue Möglichkeiten eröffnen und Missverständnisse vermeiden. Viele Berufsschüler sind jedoch nicht damit vertraut, wie professionelle Kommunikation im digitalen Kontext tatsächlich aussieht. Dieser Workshop hilft ihnen, die Grundprinzipien der Online-Etikette und effektiver Kommunikation zu verstehen, damit sie respektvollere und vertrauenswürdigere digitale Beziehungen aufbauen können.

Ziel des Workshops: Berufsschülern zu helfen, professionelle Umgangsformen und effektive Kommunikationsfähigkeiten in digitalen Umgebungen zu verstehen und anzuwenden, insbesondere im Zusammenhang mit Influencer-Karrieren.

Ziele:
- Professionelle Kommunikation und Online-Etikette im digitalen Kontext definieren;
- Über die Auswirkungen von Tonfall, Timing und Klarheit in der schriftlichen Kommunikation nachdenken;
- Das Verfassen professioneller E-Mails, Nachrichten oder Antworten an Marken und Kooperationspartner üben;
- Das Bewusstsein dafür schärfen, wie digitales Verhalten die persönliche Marke und Reputation beeinflusst.

Angesprochene Kompetenzen:
- Digitalkompetenz;
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytisches Denken;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Gruppendiskussion;
- Einzelarbeit;
- Paararbeit;
- Kleingruppenarbeit.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Einführung in das Thema: Was ist „professionell“ im Internet? (10 Minuten)</u>

Die Lehrkraft eröffnet den Workshop mit einer Frage: „Haben Sie jemals eine Nachricht erhalten, die Ihnen unangenehm war oder Ihnen das Gefühl gab, nicht respektiert zu werden (online oder offline)?“. Einige Freiwillige werden gebeten, kurze Beispiele zu nennen (ohne Namen zu nennen). Dann stellt die Lehrkraft die gegenteilige Frage: „Was lässt jemanden online professionell wirken?“ Die Lehrkraft stellt das Thema vor und erklärt, dass zu professionellem Online-Verhalten Klarheit, Respekt, Pünktlichkeit, ein angemessener Tonfall und das Wissen um den Unterschied zwischen informellen und professionellen Bereichen gehören. Es geht nicht darum, roboterhaft zu klingen, sondern sich je nach Situation bewusst und angemessen zu verhalten.

II. <u>Gute und schlechte Kommunikation erkennen (20 Minuten)</u>

Die Lehrkraft verteilt gedruckte Beispiele für digitale Kommunikation, wie z. B. DM-Anfragen an Marken, Antworten auf Kommentare, E-Mail-Pitches oder Bildunterschriften. Jeder Schüler erhält zwei Nachrichten (eine angemessene und eine unangemessene oder unprofessionelle). In Zweiergruppen werden die Schüler gebeten, die Beispiele anhand der folgenden Fragen zu analysieren:

- Was funktioniert in dieser Nachricht gut?
- Was lässt die andere Nachricht unprofessionell klingen?
- Wie könnte sie verbessert werden?

Die Lehrkraft ermöglicht anschließend eine kurze Gruppendiskussion, in der wichtige Punkte wie die Bedeutung von Tonfall, Grammatik, Struktur und Höflichkeit auch in informellen Situationen zusammengetragen werden.

III. <u>Einzel- und Gruppenarbeit: Üben professioneller Antworten (40 Minuten)</u>

Die Lehrkraft stellt eine Rollenspielübung vor. Jeder Schüler wird aufgefordert, eine Situationskarte aus einer Schüssel zu ziehen. Beispiele für Situationen sind:

- Eine Marke schreibt Ihnen, um eine Zusammenarbeit anzubieten - wie reagieren Sie?
- Sie erhalten negatives Feedback von einem Follower - wie antworten Sie respektvoll?
- Sie präsentieren sich zum ersten Mal einer Marke.
- Sie müssen eine geplante Zusammenarbeit absagen.

Jeder Schüler verfasst innerhalb der nächsten 15 Minuten eine kurze, professionelle Antwort auf seine Situation (je nach Szenario eine Direktnachricht, eine E-Mail oder einen Kommentar). Danach bilden sie kleine Gruppen, um ihre Antworten vorzulesen und Feedback zu erhalten. Dieser zweite Teil dauert 25 Minuten. Die Lehrkraft geht herum, um die Schüler zu unterstützen und gibt Tipps zu Tonfall, Struktur und Grammatik.

IV. <u>Vom Anfänger zum Profi - das Übersetzungsspiel (20 Minuten)</u>

Die Lehrkraft schreibt oder verteilt mehrere informelle Sätze/Slang-Nachrichten (z. B. „Heyyy, was geht, willst du mitmachen, lol?“ oder „Yo, postest du oder nicht?“). Die Schüler werden gebeten, in den nächsten 10 bis 15 Minuten zu zweit jeden Satz in einen professionelleren oder neutraleren Ton umzuformulieren. Die Aktivität macht Spaß und ist spannend, während sie gleichzeitig verdeutlicht, wie Tonfall und Wortwahl die Wahrnehmung beeinflussen. Nach der Umformulierung vergleicht die Gruppe die Antworten und überlegt, was Nachrichten professioneller klingen lässt, ohne an Persönlichkeit zu verlieren.

V. Zusammenfassung und Reflexion (20 Minuten)

Zum Abschluss des Workshops leitet der Dozent eine Reflexionsübung mit der Frage: „Was werden Sie beim Schreiben oder Sprechen im Internet künftig anders machen?“ Jeder Teilnehmer wird aufgefordert, eine kurze Verpflichtung oder Erkenntnis mitzuteilen. Der Dozent fasst die Sitzung mit einer Kernbotschaft zusammen:
„Ihre Kommunikation ist Teil Ihrer persönlichen Marke. Jeder Kommentar, jede Nachricht und jede Antwort, die Sie senden, prägt die Meinung, die andere von Ihnen haben. Klarheit, Respekt und Selbstbewusstsein können Sie weiter bringen, als Sie sich vorstellen können.“

Benötigte Materialien: Ausgedruckte Beispiele für digitale Kommunikation für alle Schüler, Situationskarten für alle Schüler, vorbereitete Sätze/Slang-Nachrichten für die Aktivität, A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Post-its, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Valentozer. (15. April 2025). Beispiele für digitale Kommunikation, die Verbindungen verändert. Examples Of. https://examples-of.net/digital-communication/
- John, Spacey. (16. Juni 2020). 21 Beispiele für digitale Kommunikation. Simplicable, abgerufen von: https://simplicable.com/en/digital-communication

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- In dieser Sitzung müssen je nach Kontext Nachrichten, Sätze und Slang-Nachrichten vorbereitet werden. Jedes Land hat seine eigene Herangehensweise an Nachrichten und Slang, daher überlassen wir es den Trainern, den besten Weg zu finden.
- Für diesen Workshop können die Trainer kostenlose E-Mail-Tools oder Vorlagen (z. B. von Canva oder Notion) empfehlen, damit die Schüler weiter üben können. Bei jüngeren oder weniger erfahrenen Schülern können visuelle Beispiele (wie Instagram-DMs oder Screenshots) die Sitzung interessanter gestalten.

Workshop 6: Erstellung eines Social-Media-Aktionsplans für die Karriereentwicklung

Titel des Workshops: Erstellung eines Social-Media-Aktionsplans für die Karriereentwicklung: Bereitstellung einer Schritt-für-Schritt-Anleitung für Berufsbildungsstudierende zur Entwicklung eines personalisierten Aktionsplans für die effektive Nutzung sozialer Medien bei ihrer Karriereplanung und -beratung, der Festlegung von Zielen und der Verfolgung ihrer Fortschritte im Laufe der Zeit.

Dauer: 120 Minuten

Hintergrund:
In Influencer-Karrieren und digitalen Berufen ist ein klarer und strategischer Ansatz für die Nutzung sozialer Medien von entscheidender Bedeutung. Viele Jugendliche erstellen Inhalte spontan, ohne sich Ziele zu setzen oder langfristig zu denken. Spontaneität kann zwar Teil der Kreativität sein, führt jedoch oft zu inkonsistentem Engagement, Burnout oder einem Mangel an messbaren Fortschritten. Ein Social-Media-Aktionsplan hilft angehenden Influencern, ihre Online-Präsenz zu kontrollieren. Er verbindet persönliches Branding, Inhaltsstrategie, Plattformauswahl und Zielsetzung zu einem einfachen Fahrplan. Dieser Workshop leitet Berufsschüler dabei an, ihren eigenen personalisierten Social-Media-Aktionsplan zu erstellen, der sich auf ihre Interessen, Werte und berufliche Ausrichtung konzentriert.

Ziel des Workshops: Unterstützung von Berufsschülern bei der Erstellung eines personalisierten, zielorientierten Social-Media-Aktionsplans, der auf ihre beruflichen Ziele abgestimmt ist.

Ziele:
- Persönliches Branding mit praktischen Schritten für die Entwicklung in sozialen Medien verbinden;
- Berufsbildungsstudenten dabei helfen, klare Ziele und Strategien für die Erstellung von Inhalten und die Einbindung des Publikums zu definieren;
- Studenten dabei unterstützen, ihre kurz- und mittelfristigen Maßnahmen für das Wachstum in sozialen Medien zu skizzieren.

Angesprochene Kompetenzen:
- Kritisches Denken;
- Digitale Kompetenz;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Beitrag;
- Einzelarbeit: Entwurf eines Social-Media-Aktionsplans;
- Präsentationen und Diskussion.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Entwerfen Sie Ihren persönlichen Social-Media-Aktionsplan (70 Minuten)</u>

Die Lehrkraft beginnt den Workshop mit der Erklärung, dass es bei der Nutzung von Social Media für die Karriere nicht nur darum geht, „mehr zu posten“, sondern dass die Posts einen bestimmten Zweck erfüllen sollten. Ein guter Aktionsplan verbindet Ihre Identität (wer Sie sind), Ihr Publikum (an wen Sie sich wenden) und Ihre Absicht (was Sie erreichen möchten). Die Lehrkraft erklärt den Teilnehmern kurz die Konzepte Personal Branding, digitale Kompetenzen und professionelle Kommunikation. Jeder Teilnehmer erhält eine gedruckte Vorlage für einen Social-Media-Aktionsplan mit den folgenden Abschnitten:

- Mein Ziel: Was möchte ich mit meinen sozialen Medien in den nächsten 3 bis 6 Monaten erreichen? (z. B. eine Zielgruppe aufbauen, von einer Marke wahrgenommen werden, mich als Kreativer weiterentwickeln, das Bewusstsein für ein Thema schärfen)
- Meine Kernbotschaft und Werte: Was ist die Kernidee hinter meinen Inhalten und wofür stehe ich?
- Mein Publikum: Wen möchte ich erreichen und warum?
- Ausgewählte Plattformen: Auf welche Social-Media-Plattformen werde ich mich konzentrieren und welche Inhalte passen dort am besten?
- Ideen für Inhalte: Liste 3 bis 5 Arten von Inhalten auf, die ich erstellen möchte (z. B. Anleitungsvideos, Einblicke hinter die Kulissen, persönliche Geschichten, kreative Herausforderungen).
- Posting-Häufigkeit: Wie oft kann ich realistisch gesehen posten oder mich engagieren?
- Wachstumsmaßnahmen: Welche Schritte werde ich unternehmen, um zu wachsen und Kontakte zu knüpfen (z. B. Hashtags verwenden, ähnliche Accounts kommentieren, mit anderen zusammenarbeiten)?
- Meilensteine und Check-ins: Wie sieht Erfolg für mich aus? (z. B. 100 Follower erreichen, Feedback erhalten, 4 Wochen lang regelmäßig posten)

Die Lehrkraft fordert die Teilnehmer auf, sich Zeit zu nehmen und jeden Abschnitt sorgfältig auszufüllen. Zur besseren Konzentration kann leise Musik oder Instrumentalmusik im Hintergrund gespielt werden. Die Lehrkraft geht herum, bietet Unterstützung an oder gibt Anregungen mit Fragen wie: „Welche Themen liegen Ihnen am meisten?“ oder „Wer würde von Ihren Inhalten profitieren?“. Die Teilnehmer haben 60 Minuten Zeit, um die Aufgabe zu erledigen, danach beginnen wir mit den Präsentationen.

II. <u>Präsentationen und Diskussion (50 Minuten)</u>

Wenn alle mit der Aufgabe fertig sind, werden einige Schüler (Freiwillige) gebeten, ihren Plan der gesamten Gruppe vorzustellen. Nach der Präsentation können andere Schüler freundliches Feedback geben, Fragen stellen oder Verbesserungsvorschläge machen. Die Lehrkraft moderiert am Ende eine kurze Gruppendiskussion und bittet einige Schüler, einen Punkt ihres Plans hervorzuheben, der sie besonders begeistert.

Benötigte Materialien: Vorlagen für Social-Media-Aktionspläne für alle Schüler, A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Haftnotizen, Laptop, Projektor.

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Trainer können editierbare Vorlagen (digital oder gedruckt) vorbereiten, damit die Teilnehmer ihren Plan im Laufe der Zeit aktualisieren können. Verwenden Sie die oben genannten Fragen, um die für Sie am besten geeignete Vorlage zu erstellen, oder projizieren Sie die Fragen einfach auf die Leinwand, damit die Teilnehmer sie auf Papier schreiben können.

- Eine Folgeaufgabe, wie z. B. die Umsetzung ihres Plans über einen Zeitraum von 2 bis 4 Wochen und die Reflexion über die Ergebnisse, kann dies zu einer praktischen Wachstumsübung machen.

Workshop 7: Online-Recherche zu Karrierewegen

Titel des Workshops: Online-Recherche zu Karrierewegen: Anleitung zur Nutzung von sozialen Medien und Online-Ressourcen für die Recherche zu verschiedenen Karrierewegen, Branchen und Trends auf dem Arbeitsmarkt, damit Studierende fundierte Entscheidungen über ihre zukünftige berufliche Laufbahn treffen können.

Dauer: 170 Minuten

Hintergrund:
Das Internet bietet unzählige Tools zur Erkundung von Karrieremöglichkeiten. Viele Jugendliche wissen jedoch nicht, wie sie diese effektiv nutzen können. Während einige Jugendliche oder Studenten Prominenten, Influencern oder Nischen-Creators online folgen, verbinden sie das, was sie in den sozialen Medien sehen, selten mit ihrer tatsächlichen Karriereplanung. Dieser Workshop unterstützt Berufsschüler dabei, zu lernen, wie sie mithilfe von Social-Media-Plattformen, Jobportalen und Tools zur Karriereplanung online nach Karrierewegen recherchieren können. Er soll ihnen vermitteln, wie sie glaubwürdige Informationen identifizieren, Fachleute und Branchentrends verfolgen und darüber nachdenken können, welche Arten von Tätigkeiten zu ihren Fähigkeiten, Werten und Interessen passen könnten. Außerdem verwandelt er die Karriereforschung von einer langweiligen Aufgabe in eine dynamische und inspirierende Aktivität, die auf Neugier, Entdeckungsfreude und Selbstbewusstsein basiert.

Ziel des Workshops: Berufsschüler mit Fähigkeiten und Strategien auszustatten, um mithilfe zuverlässiger Plattformen und Quellen online nach Karrieremöglichkeiten und Branchentrends zu recherchieren.

Ziele:
- Schülern digitale Tools und Plattformen für die Recherche zu Karrierewegen und Jobtrends vorstellen;
- Schülern beibringen, wie sie Fachleute oder Branchen, die sie interessieren, in sozialen Medien finden und verfolgen können;
- Schüler dabei unterstützen, die Glaubwürdigkeit und Relevanz von Online-Karriereinformationen zu bewerten;
- Schüler dabei anleiten, darüber nachzudenken, wie verschiedene Karrierewege mit ihren persönlichen Zielen und ihrer Identität übereinstimmen.

Angesprochene Kompetenzen:
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Digitale Kompetenz;
- Forschungskompetenz;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:

- Gruppendiskussion;
- Kleingruppenarbeit - Recherche;
- Präsentationen;
- Einzelarbeit;
- Diskussion.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Gruppendiskussion: Wie wir uns unsere Karriere vorstellen (20 Minuten)</u>

Die Lehrkraft beginnt den Workshop mit einer Frage an die Teilnehmer, um sie in das Thema und den Schwerpunkt des Workshops einzuführen: „Wenn Sie an Ihren Traumjob denken, was kommt Ihnen dabei in den Sinn?“ Die Teilnehmer geben ihre Antworten und Ideen, die auf die Tafel oder den Flipchart geschrieben werden. Die Lehrkraft fährt mit einer weiteren Frage fort: „Woher beziehen die meisten Jugendlichen heute ihre Vorstellungen über Berufe?“ Die Lehrkraft nutzt diese Diskussion, um die Idee einzuführen, dass soziale Medien ein hilfreiches, aber auch irreführendes Instrument für die Berufsrecherche sein können. Der Schlüssel liegt darin, zu lernen, über die Oberfläche hinauszuschauen und aussagekräftige, genaue Erkenntnisse zu gewinnen. Diese Diskussion dauert 15 bis 20 Minuten, gefolgt von einer Hervorhebung des Hauptziels und der Ziele des Workshops.

II. <u>Kleingruppenarbeit: Online-Recherche zu einem Karriereweg (60 Minuten)</u>

Die Lehrkraft teilt die Schüler in kleine Gruppen ein. Jede Gruppe erhält eine berufliche Rolle oder einen digitalen Beruf, wie z. B. Content Creator, UX-Designer, Social-Media-Manager, virtueller Assistent, Fotograf, ethischer Hacker, Fitnesstrainer oder Podcast-Redakteur. Ihre Aufgabe ist es, diesen Beruf online mit ihrem Smartphone oder Laptop zu recherchieren. Die Lehrkraft stellt ihnen eine Reihe von Leitfragen für ihre Recherche zur Verfügung, wie z. B.:

- Was macht diese Person/dieser Beruf eigentlich?
- Welche Fähigkeiten oder Werkzeuge benötigt er/sie?
- Wo arbeitet sie/er (freiberuflich, in einer Agentur, selbstständig usw.)?
- Welche Ausbildung oder Erfahrung ist in der Regel erforderlich?
- Auf welchen Plattformen ist er/sie aktiv? Wer folgt ihm/ihr?
- Welche Art von Inhalten veröffentlicht er/sie (falls überhaupt)?
- Was sind die Vor- und Nachteile dieses Weges?

Jede Gruppe wird angewiesen, eine Kombination aus verschiedenen Quellen zu verwenden: Social-Media-Konten, LinkedIn-Profile, YouTube-Kanäle, Blogs oder Jobportale. Sie haben bis zu 60 Minuten Zeit für die Recherche und die Vorbereitung der Präsentationen.

III. <u>Präsentationen (50 Minuten)</u>

Wenn alle Gruppen mit der Recherche und den Notizen fertig sind, bittet der Pädagoge jede Gruppe, eine kurze Zusammenfassung der von ihnen untersuchten Rolle zu präsentieren. Sie haben 5 Minuten Zeit für ihre Präsentation, gefolgt von 5 bis 7 Minuten Fragen der anderen Gruppen und des Pädagogen.

IV. <u>Einzelarbeit: Von der Online-Inspiration zur persönlichen Reflexion (40 Minuten)</u>

Nach den Präsentationen fordert der Pädagoge die Schüler auf, über ihre eigenen Interessen nachzudenken. Die Schüler werden gebeten, einzeln eine Reihe von Fragen zu beantworten, die sich auf das Gelernte und ihre beruflichen Wünsche beziehen. Die vorgegebenen Fragen lauten:

- Eine Karriere, die ich heute entdeckt habe und an die ich vorher nicht gedacht hatte, ist …

- Eine Fähigkeit oder Plattform, die meiner Meinung nach für den Erfolg in diesem Bereich wichtig ist, ist …
- Ein Job oder eine Position, die meinen Werten/Interessen entspricht, ist …
- Ich möchte mehr über … erfahren oder recherchieren …

Sie haben dafür 20 Minuten Zeit. Anschließend werden die Schüler gebeten, sich wieder in ihre Kleingruppen aus der vorherigen Aktivität zu begeben und ihre Überlegungen auszutauschen.

Benötigte Materialien: A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Post-it, Laptop, Projektor.

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Dieser Workshop kann angepasst werden, um Rollen einzubeziehen, die lokal relevant sind oder einen Bezug zum Lehrplan haben. Bei der Arbeit mit älteren oder fortgeschritteneren Schülern kann der Pädagoge einen Abschnitt über die Verfolgung von Trends auf dem Arbeitsmarkt mithilfe von Plattformen wie Google Trends, LinkedIn Job Insights oder länderspezifischen Portalen hinzufügen. Pädagogen können die Schüler auch dazu ermutigen, Fachleuten oder Organisationen in den sozialen Medien zu folgen, um sich kontinuierlich über Berufe zu informieren.
- Falls der Internetzugang eingeschränkt ist, kann der Pädagoge vorab Beispielprofile oder Karrierefallstudien für diesen Workshop ausdrucken.

Workshop 8: Glaubwürdige Quellen identifizieren

Titel des Workshops: Glaubwürdige Quellen identifizieren

Dauer: 140 Minuten

Hintergrund:
Im digitalen Zeitalter sind Jugendliche einem ständigen Strom von Ratschlägen, Inspirationen und Meinungen ausgesetzt, insbesondere auf Social-Media-Plattformen, auf denen jeder Inhalte veröffentlichen kann. Wenn es um die Karriereplanung geht, suchen viele Jugendliche auf YouTube-Videos, Instagram-Posts oder bei TikTok-Creators nach Orientierung. Während einige Quellen nützliche Einblicke bieten, verbreiten andere Fehlinformationen, fördern unrealistische Erwartungen oder verfolgen kommerzielle Ziele. Für Berufsbildungsstudenten, die sich für eine Karriere als Influencer interessieren, ist es unerlässlich, die Fähigkeit zu entwickeln, die von ihnen konsumierten Inhalte kritisch zu bewerten. Zu wissen, wie man glaubwürdige Quellen identifiziert und unbestätigte Quellen hinterfragt, schützt sie davor, in die Irre geführt zu werden, und hilft ihnen, fundierte Entscheidungen über ihren beruflichen Werdegang zu treffen.

Ziel des Workshops: Die Fähigkeit der Schüler zu entwickeln, Online-Quellen kritisch zu bewerten und glaubwürdige Quellen zu identifizieren, primär im Zusammenhang mit berufsbezogenen Inhalten und Informationen von Influencern.

Ziele:
- Die Eigenschaften vertrauenswürdiger und nicht vertrauenswürdiger Online-Quellen untersuchen;
- Den Schülern helfen, die Absichten hinter digitalen Inhalten und Ratschlägen von Influencern zu analysieren;
- Den Schülern einfache Kriterien an die Hand geben, um die Glaubwürdigkeit von berufsbezogenen Beiträgen, Blogs oder Videos zu bewerten;
- Verantwortungsbewusstes Online-Verhalten fördern.

Angesprochene Kompetenzen:
- Digitale Kompetenz;
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Selbstreflexion;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Brainstorming;
- Kleingruppenarbeit;
- Präsentationen;
- Einzelarbeit;
- Diskussion.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Brainstorming: Warum Glaubwürdigkeit wichtig ist (10 Minuten)</u>

Die Lehrkraft eröffnet den Workshop mit einer Brainstorming-Aktivität und stellt folgende Frage: „Wie können wir feststellen, ob etwas, das wir online sehen, glaubwürdig ist?“ Die Schüler sammeln Ideen, die vom Ausbilder auf dem Flipchart notiert werden. Nach 10 Minuten Brainstorming stellt der Ausbilder das Thema des Tages vor, bei dem es darum geht, glaubwürdige Quellen zu identifizieren und fundierte Entscheidungen in einer Welt voller Lärm zu treffen.

II. <u>Kleingruppenarbeit: Glaubwürdigkeitstest zum Vergleich realer Beiträge (25 Minuten)</u>

Die Lehrkraft bereitet gedruckte oder projizierte Screenshots von 3 bis 4 berufsbezogenen oder Influencer-ähnlichen Beiträgen vor. Einige Beispiele hierfür können sein:

- Ein professioneller LinkedIn-Beitrag eines Experten für digitales Marketing.
- Ein auffälliger TikTok-Beitrag, der mit einem „sechsstelligen passiven Einkommen” durch Influencing wirbt.
- Ein gut produziertes YouTube-Video darüber, wie man freiberuflicher Designer wird.
- Ein Instagram-Reel mit vagen Behauptungen darüber, wie man schnell Geld verdienen kann.

Die Studenten werden für eine Aufgabe in kleine Gruppen aufgeteilt. Ihre Aufgabe besteht darin, jeden Beitrag zu überprüfen und anhand einer Checkliste dessen Glaubwürdigkeit zu bewerten. Die für die Gruppenarbeit vorgesehene Zeit beträgt 25 Minuten. Die Checkliste enthält Fragen wie:

- Ist der Autor transparent in Bezug auf seine Identität und seine Tätigkeit?
- Enthält der Beitrag Belege, Quellen oder Beispiele?
- Klingt es zu gut, um wahr zu sein?
- Wird versucht, etwas ohne klare Haftungsausschlüsse zu verkaufen?
- Kann ich diese Informationen an anderer Stelle überprüfen?

Jede Gruppe füllt die Checkliste aus und bereitet sich dann auf eine Präsentation ihrer Analyse vor.

III. <u>Präsentationen und Diskussion (55 Minuten)</u>

Alle Gruppen nehmen an der Plenarsitzung teil, um ihre Arbeit vorzustellen. Sie haben 5 Minuten Zeit für ihre Präsentation, gefolgt von einer Fragerunde. Anschließend leitet der Pädagoge eine Diskussion darüber, was eine Quelle glaubwürdig macht und wie man Warnsignale erkennt, selbst wenn die Präsentation professionell ist.

IV. <u>Einzelarbeit und Diskussion in kleinen Gruppen: Aufbau eines eigenen Glaubwürdigkeitskompasses (40 Minuten)</u>

Nach den Präsentationen fährt der Pädagoge mit einer individuellen Reflexionsübung fort. Die Lehrkraft hat auf dem Flipchart den Titel „Mein Glaubwürdigkeitskompass” und die folgenden vier Fragen notiert:

- Welche drei vertrauenswürdigen Quellen oder Personen folge ich derzeit, um Ratschläge zu meiner Karriere oder zum Thema Influencer zu erhalten?
- Warum vertraue ich ihnen?
- Habe ich jemals einen Ratschlag aus dem Internet befolgt, der sich als nicht hilfreich oder falsch herausgestellt hat? Was habe ich daraus gelernt?
- Was werde ich von nun an anders machen, um die Qualität der Inhalte, die ich konsumiere, zu überprüfen?

Die Teilnehmer werden angewiesen, diese Fragen in den nächsten 20 Minuten einzeln zu beantworten. Wenn alle fertig sind, bittet Die Lehrkraft sie, zu ihren Kleingruppen aus der vorherigen Aktivität zurückzukehren und eine Erkenntnis oder Reflexion aus der Arbeit mitzuteilen. Der Austausch dauert 15

Minuten. Die Lehrkraft betont, dass kritisch zu sein nicht bedeutet, negativ zu sein, sondern vorsichtig, informiert und verantwortungsbewusst zu sein.

V. Schlussbemerkungen (10 Minuten)

Zum Abschluss des Workshops bittet Die Lehrkraft die Teilnehmer, eine „Regel“ zu nennen, die sie bei der Bewertung von Online-Inhalten befolgen werden. Diese werden auf einem Flipchart mit dem Titel „Meine Glaubwürdigkeitsregeln“ notiert, das im Klassenzimmer aufbewahrt oder digital versendet werden kann. Die Lehrkraft fasst die Kernaussage zusammen: „Online-Ratschläge können sehr wirkungsvoll sein, aber nur, wenn sie glaubwürdig sind. Lernen Sie, zu hinterfragen, zu überprüfen und nachzudenken, bevor Sie ihnen folgen.“

Benötigte Materialien: Vorbereitete und ausgedruckte Screenshots von 3 bis 4 karrierebezogenen oder Influencer-ähnlichen Beiträgen, ausgedruckte Checkliste für alle Gruppen, A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Post-its, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Quellenbewertung | Harvard-Leitfaden zur Verwendung von Quellen. (o. J.). https://usingsources.fas.harvard.edu/evaluating-sources-0
- Den, T. (13. März 2025). Wem vertrauen Sie in Sachen Karriereberatung? Offer Landed. https://offerlanded.com/blog/who-do-you-trust-for-career-advice

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Dieser Workshop lässt sich gut mit Medienkompetenzkampagnen oder Social-Media-Challenges kombinieren, bei denen die Schüler reale Inhalte analysieren, die sie während der Woche sehen. Die Lehrkräfte sollten die in der Sitzung verwendeten Beispiele anpassen, um aktuelle Formate und Plattformen widerzuspiegeln, die für die tatsächliche Online-Umgebung der Schüler relevant sind.

- Für die Aktivität, bei der es um den Vergleich realer Beiträge geht, müssen Sie Beiträge oder Ideen für Beiträge finden, die auf Ihrer lokalen Realität basieren. Das Handout kann auf Papier vorbereitet werden, oder Sie können die Fragen einfach auf die Präsentation projizieren und die Schüler bitten, diese auf dem Blatt Papier auszufüllen.

- Wenn Sie diese Aktivität mit dem Thema Medienkompetenz verbinden möchten, laden wir Sie ein, bereits entwickelte Materialien im Rahmen des Erasmus+-Projekts „Medien- und Informationskompetenz für Klimawandel und Umwelt“ zu verwenden, in dessen Rahmen Workshops mit Schülern und Studierenden in Berufsschulen und Gymnasien getestet wurden. Das erstellte Toolkit enthält zahlreiche praktische Übungen zum Erkennen zuverlässiger Quellen und fördert das kritische Denken der Schüler.

Workshop 9: Identifizierung authentischer Quellen für Karriereberatung

Titel des Workshops: Identifizierung authentischer Quellen für Karriereberatung

Dauer: 120 Minuten

Hintergrund:
Zuverlässige und relevante Berufsberatung spielt eine wesentliche Rolle dabei, Jugendlichen zu helfen, fundierte Entscheidungen über ihre Zukunft zu treffen. Während die heutige digitale Umgebung einen breiten Zugang zu Meinungen, motivierenden Inhalten und Tipps von Influencern oder Online-Creators bietet, sind nicht alle Beratungsquellen gleichermaßen hilfreich oder authentisch. Authentische Berufsberatung basiert auf praktischer Erfahrung, aktuellem Wissen, Transparenz und Kontext. Es ist wichtig, den Unterschied zwischen inspirierenden Botschaften und sinnvollen Ratschlägen zu verstehen, insbesondere für Berufsschüler, die ihren Weg in traditionellen und neuen Berufen gestalten. Dieser Workshop hilft Schülern dabei, zu beurteilen, an wen sie sich um Rat wenden können, wie sie die Zuverlässigkeit dieser Personen einschätzen können und wie sie ein persönliches Netzwerk aus vertrauenswürdigen Ratgebern aufbauen können.

Ziel des Workshops: Um Berufsschüler dabei zu unterstützen, authentische und relevante Quellen für Berufsberatung zu identifizieren und zu bewerten, die fundierte Berufsentscheidungen und langfristige Planung fördern.

Ziele:
- Über die verschiedenen Rollen und Personen nachdenken, die in unserem Leben Karriereberatung anbieten;
- Verstehen, wie man die Authentizität und Relevanz von Karriereberatung bewertet;
- Schüler dazu ermutigen, ein persönliches System vertrauenswürdiger Beratungsquellen aufzubauen;
- Die aktive und informierte Nutzung von Offline- und Online-Ressourcen fördern.

Angesprochene Kompetenzen:
- Digitale Kompetenz;
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Brainstorming;
- Kleingruppenarbeit;
- Austausch im Plenum;
- Einzelarbeit.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Brainstorming: Wer gibt uns Empfehlungen und wer sollte das tun? (20 Minuten)</u>

Die Lehrkraft eröffnet den Workshop mit einer Brainstorming-Aktivität und stellt folgende Frage: „Von wem erhalten Sie normalerweise Ratschläge zu Ihrer Karriere oder Ihrer Zukunft?“ Die Teilnehmer teilen ihre Antworten laut mit oder schreiben sie auf Haftnotizen, die dann auf einem Flipchart angebracht werden. Nachdem einige Antworten eingegangen sind, stellt Die Lehrkraft eine weitere Frage: „Sind alle diese Personen gleichermaßen hilfreich? Geben sie alle die gleiche Art von Empfehlungen? Sollten wir ihnen immer vertrauen?“ Dies leitet eine kurze Gruppenreflexion über den Unterschied zwischen Meinung und Beratung sowie zwischen unterstützender Präsenz und professioneller Orientierung ein. Die gesamte Brainstorming-Aktivität dauert etwa 15 Minuten, gefolgt von der Ankündigung des Trainers zum Ziel und zur Agenda des Workshops.

II. <u>Kleingruppenarbeit: Rollenverständnis in der Berufsberatung (30 Minuten)</u>

Die Schüler werden für eine Aufgabe in kleine Gruppen aufgeteilt. Sie erhalten einen Satz Rollenkarten, auf denen jeweils eine andere Person oder Art von Berater beschrieben ist. Beispiele hierfür sind:

- Ein Lehrer ohne Kenntnisse über digitale Berufe
- Ein Berufsberater, der in einem Berufsbildungszentrum arbeitet
- Ein YouTuber, der motivierende Erfolgsgeschichten teilt
- Ein Familienmitglied, das für einen bestimmten Beruf wirbt
- Ein Gleichaltriger, der versucht, Influencer zu werden
- Ein Fachmann, der in einem Unternehmen arbeitet, das der Schüler bewundert
- Ein Digital Creator, der offen über seinen beruflichen Werdegang berichtet

Jede Gruppe wird angewiesen, 3 bis 4 Karten auszuwählen und die nächsten 30 Minuten damit zu verbringen, anhand der folgenden Fragen zu diskutieren:

- Welche Art von Rat könnte diese Person geben?
- Würden Sie ihren Rat als authentisch oder hilfreich betrachten? Warum oder warum nicht?
- In welchen Situationen würden Sie dem Rat dieser Person vertrauen und in welchen Situationen würden Sie eine zweite Meinung einholen?
- Was sind die Grenzen oder Risiken, wenn man sich ausschließlich auf den Rat dieser Person verlässt?

Anschließend bereiten sie sich darauf vor, die Ergebnisse der Diskussion im Plenum zu präsentieren.

III. <u>Teilen im Klassenzimmer (30 Minuten)</u>

Nach der Diskussion stellt jede Gruppe eine Person/Rolle vor und teilt ihre Schlussfolgerungen mit. Die Lehrkraft leitet eine kurze Diskussion darüber, wie verschiedene Quellen auf unterschiedliche Weise nützlich sein können und wie die Kombination von Quellen (fachlich + erfahrungsbezogen + motivierend) zu fundierteren Entscheidungen führt.

IV. <u>Einzelarbeit: Aufbau eines Kreises vertrauenswürdiger Quellen (40 Minuten)</u>

Die nächste Aktivität ist eine Einzelarbeit. Die Lehrkraft fordert die Schüler auf, über bestimmte Personen und bestehende Plattformen nachzudenken und zu schreiben, an die sie sich wenden, um Ratschläge zu erhalten. Genauer gesagt müssen sie sich dabei auf die drei vom Trainer vorgestellten Ebenen konzentrieren:

- Kernberater - Personen, denen ich vertraue und die mir fundierte, professionelle Ratschläge geben.

- Einflussreiche Kollegen - Personen, deren Erfahrungen ich nachvollziehen kann und die mich inspirieren.
- Gelegentliche Referenzen - Plattformen oder Personen, die ich manchmal konsultiere, jedoch mit Vorsicht.

Die Studenten haben 10 Minuten Zeit, um diese Aufgabe auf der Grundlage ihres persönlichen Kontextes und der Erkenntnisse aus der Sitzung zu bearbeiten. Anschließend werden sie gebeten, weitere 5 Minuten lang über Folgendes nachzudenken:

- Welche Stimmen fehlen in meinem Umfeld?
- Verlasse ich mich zu sehr auf eine bestimmte Perspektive?
- Wie kann ich meine Informationsquellen erweitern, um umfassendere und realistischere Ratschläge zu erhalten?

Sobald alle fertig sind, fordert Die Lehrkraft die Teilnehmer auf, einen wichtigen Punkt mit der Klasse zu teilen. Anschließend schließt Die Lehrkraft den Workshop mit der Feststellung, dass Berufsberatung dann wertvoll ist, wenn sie auf Erfahrung, Bewusstsein und Kontext basiert. Er/sie erwähnt, dass die authentischste Beratung nicht vorschreibt, was zu tun ist, sondern dabei hilft, herauszufinden, was für einen selbst das Richtige ist. Die Teilnehmer werden dazu ermutigt, die Initiative zu ergreifen, um ein ausgewogenes Netzwerk von Beratern aufzubauen und Ratschläge respektvoll zu hinterfragen, bevor sie diese umsetzen.

Benötigte Materialien: kleine Zettel/Karten mit Rollenkarten, A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Post-its, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Ec, K. D. S. C. (12. Dezember 2023). 5 Wege, um Ihre Karriere authentisch voranzubringen. Forbes. https://www.forbes.com/sites/karadennison/2023/12/12/5-ways-to-advance-your-career-authentically/

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Die Trainer können die Rollenkarten an den lokalen Kontext anpassen und Personen einbeziehen, mit denen die Schüler realistisch interagieren können (z. B. lokale NGOs, Praktikumskoordinatoren, digitale Kreative aus ihrer Region).
- Wenn Die Lehrkraft Kontakte zu echten Fachleuten hat, könnte eine kurze Nachbesprechung darin bestehen, einen Gast einzuladen, der über seinen beruflichen Werdegang spricht und darüber, welche Ratschläge ihm dabei am meisten geholfen haben.

Workshop 10: Die Influencer-Kultur und ihre Auswirkungen auf die Karriereentscheidungen verstehen

Titel des Workshops: Die Influencer-Kultur und ihre Auswirkungen auf die Karriereentscheidungen verstehen

Dauer: 150 Minuten

Hintergrund:
Die Influencer-Kultur ist zu einer der dominierenden Kräfte geworden, die die Sichtweise Jugendlicher auf Erfolg, Identität und Karrieremöglichkeiten prägt. Social-Media-Plattformen präsentieren Influencer als Vorbilder und bieten scheinbar einfache, flexible und profitable Karrierewege. Hinter den ansprechenden Bildern verbirgt sich jedoch eine komplexe Dynamik, die persönliches Branding, öffentlichen Druck, Algorithmen und Einkommensschwankungen umfasst. Dieser Workshop bietet Berufsschülern die Möglichkeit, die Influencer-Kultur kritisch zu hinterfragen. Insbesondere werden sie dazu eingeladen, zu erforschen, wie diese Kultur ihre Wahrnehmung von beruflichem Erfolg, persönlichem Wert und zukünftiger Ausrichtung beeinflusst. Das Ziel ist nicht, den Beruf zu kritisieren, sondern die Auszubildenden zu befähigen, seine Realitäten zu erkennen und darüber nachzudenken, wie externe Einflüsse ihre Entscheidungen prägen.

Ziel des Workshops: Um Berufsschülern dabei zu helfen, die von der Influencer-Kultur verbreiteten Narrative und Erwartungen kritisch zu reflektieren und deren Auswirkungen auf ihre Berufswünsche und -entscheidungen zu bewerten.

Ziele:
- Die wichtigsten Botschaften und Ideale der Influencer-Kultur untersuchen;
- Identifizieren, welche Aspekte der Influencer-Karrieren realistisch sind und welche verzerrt oder zu stark vereinfacht dargestellt werden;
- Kritisches Denken in Bezug auf digitale Karrieretrends und Vorbilder fördern;
- Studierende dabei unterstützen, Karriereentscheidungen auf der Grundlage innerer Motivation und Selbstbewusstsein zu treffen.

Angesprochene Kompetenzen:
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Brainstorming im stillen Raum;
- Kleingruppenarbeit;
- Präsentationen und Diskussion
- Selbstreflexion.

Ablauf des Workshops:

I. Brainstorming im stillen Raum: Gedanken und Gefühle zuordnen (40 Minuten)

Die Lehrkraft bereitet mehrere große Blätter Papier mit offenen Fragen vor und verteilt sie im Raum oder auf Tischen. Zu den Fragen gehören unter anderem:

- Ein Influencer zu sein bedeutet…
- Die Seiten des Influencer-Lebens, die wir nicht sehen, sind…
- Ich fühle mich unter Druck gesetzt, wenn ich Influencer sehe, die…
- Ich bewundere Influencer, die…
- Ich würde gerne/nicht gerne Influencer werden, weil…

Er/sie kündigt an, dass es sich um eine stille Brainstorming-Aktivität handelt. Die Teilnehmer werden angewiesen, sich schweigend im Raum zu bewegen und ihre Antworten oder Reaktionen mit Markern/Stiften auf jedes Blatt zu schreiben. Sie können frei kommentieren, die Gedanken anderer ergänzen oder mit Symbolen oder Zeichnungen antworten. Dafür haben sie 20 Minuten Zeit. Danach versammelt sich die Gruppe im Kreis, um die gemeinsamen Beiträge zu besprechen und zu reflektieren. Die Lehrkraft leitet die Diskussion mit Fragen wie:

- Welche Muster fallen Ihnen in unseren Antworten auf?
- Gab es überraschende oder emotionale Kommentare?
- Inwiefern spiegeln diese Gedanken wider, wie die Influencer-Kultur unsere Sicht auf Erfolg beeinflusst?

II. Kleingruppenarbeit „Realitätscheck: Mythen hinterfragen“ (30 Minuten)

Die Schüler werden in vier kleine Gruppen aufgeteilt. Jede Gruppe erhält eine gängige Erzählung, die in der Influencer-Kultur häufig zu hören ist, wie zum Beispiel:

- Jeder kann Influencer werden, wenn er nur hart genug arbeitet.
- Wenn man viele Follower hat, ist man erfolgreich.
- Influencer zu sein ist einfach und erfordert keine wirklichen Fähigkeiten.
- Die Karriere eines Influencers besteht nur aus Spaß und Freiheit.

Jede Gruppe erhält ein Flipchart-Papier mit der ihr zugewiesenen Aussage oben und den folgenden Fragen darunter:

- Was macht den Reiz dieser Überzeugung aus?
- Was ist daran irreführend oder unrealistisch?
- Wie könnte eine ausgewogenere oder realistischere Version dieser Botschaft lauten?

Sie haben 30 Minuten Zeit, um zu diskutieren und ihre Antworten auf das Flipchart zu schreiben.

III. Präsentationen und Diskussion (60 Minuten)

Nach 30 Minuten Arbeit kommt jede Gruppe zum Plenum und präsentiert ihre Ergebnisse in 5 Minuten. Die Lehrkraft moderiert nach jeder Präsentation eine kurze Feedbackrunde oder Fragerunde und sorgt dabei für einen respektvollen und durchdachten Austausch. Anschließend leitet Die Lehrkraft eine abschließende Reflexion, indem er folgende Fragen stellt:

- Wie beeinflussen diese Erzählungen unsere Erwartungen an eine gute Karriere?
- Was hilft uns, trotz unserer Ambitionen auf dem Boden und realistisch zu bleiben?

IV. Selbstreflexion: Verbindung zu unseren eigenen Entscheidungen (20 Minuten)

Nach den Präsentationen lädt Die Lehrkraft alle Teilnehmer zu einer kurzen Selbstreflexionsübung ein. Er schreibt die Frage „Was ist für mich real?“ auf das Flipchart. Unter dem Titel schreibt er die folgenden Stichworte:

- Ein Wert, dem ich in meiner zukünftigen Karriere treu bleiben möchte, ist…
- Eine Möglichkeit, wie ich Online-Karrierebotschaften kritischer betrachten werde, ist…
- Ein Karriereziel, das meine Interessen wirklich widerspiegelt, ist…

Die Teilnehmer werden angewiesen, ihre Gedanken still für sich aufzuschreiben und können wählen, ob sie diese mit einem Kollegen teilen oder für sich behalten möchten. Dafür haben sie 10 Minuten Zeit. Die Lehrkraft schließt den Workshop und ermutigt die Teilnehmer, ihre Berufswahl auf der Grundlage ihrer inneren Motivation und Selbstwahrnehmung zu treffen.

Benötigte Materialien: A4- und A3-Papier, Kugelschreiber, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Haftnotizen, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Singh, R. (21. April 2023). Influencer-Kultur und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft: Eine kritische Untersuchung. https://www.linkedin.com/pulse/influencer-culture-its-impact-society-critical-rahul-singh/

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Dieser Workshop profitiert von einer offenen, respektvollen Lernumgebung, in der sich die Schüler sicher fühlen, unterschiedliche Meinungen zu äußern. Die Lehrkräfte sollten betonen, dass es nicht darum geht, eine Karriere als Influencer abzulehnen, sondern deren Komplexität zu verstehen. Die Aktivität kann mit lokal relevanten Influencer-Beispielen oder Social-Media-Trends angepasst werden, die die Schüler kennen und mit denen sie sich beschäftigen.

Workshop 11: Aufbau einer professionellen Online-Präsenz

Titel des Workshops: Aufbau einer professionellen Online-Präsenz

Dauer: 110 Minuten

Hintergrund:
Eine professionelle Online-Präsenz ist heute nicht mehr nur optional, sondern ein grundlegender Bestandteil der modernen Karriereentwicklung, insbesondere in kreativen und digitalen Branchen. Ob bei der Bewerbung um einen Job, der Präsentation eines Projekts oder dem Aufbau einer Zielgruppe - wie sich jemand online präsentiert, bestimmt oft, wie er beruflich wahrgenommen wird. Für Berufsschüler, die sich für eine Karriere als Influencer oder andere moderne Berufe interessieren, ist es unerlässlich, eine starke, konsistente und wertebasierte Online-Identität zu pflegen. Diese spiegelt ihre Kompetenz, ihren Kommunikationsstil und ihre Ambitionen wider. Dieser Workshop hilft den Schülern zu verstehen, wie eine professionelle Online-Präsenz aussieht, und unterstützt sie dabei, ihre eigene zu gestalten oder zu verbessern.

Ziel des Workshops: Unterstützung von Berufsschülern beim Aufbau oder der Verbesserung ihrer beruflichen Online-Präsenz auf der Grundlage ihrer Fähigkeiten, Werte und Karriereziele.

Ziele:
- Das Bewusstsein für die Rolle der Online-Präsenz in der beruflichen Entwicklung schärfen;
- Darüber nachdenken, was ein Online-Profil „professionell“ macht;
- Studierende bei der Entwicklung oder Verfeinerung einer Basisversion ihres professionellen digitalen Profils anleiten.

Angesprochene Kompetenzen:
- Marketingfähigkeiten;
- Digitale Kompetenz;
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Gruppendiskussion;
- Einzelarbeit;
- Diskussion zu zweit.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Begrüßung und Einführung in den Workshop (10 Minuten)</u>

Die Lehrkraft begrüßt die Teilnehmer zum Workshop und stellt ihnen das Thema und die Tagesordnung vor. Die Lehrkraft erklärt, dass der Workshop in Form einer Aktivität durchgeführt wird, die zusammen

mit der Nachbesprechung etwa 80 Minuten dauert. Der Schwerpunkt des Workshops liegt auf dem Verständnis von Ängsten, die durch unrealistische Standards in den sozialen Medien verursacht werden.

II. Einführung in die Aktivität und Gruppendiskussion (20 Minuten)

Die Lehrkraft stellt den Schülern die Aktivität vor und nutzt die ersten 10 Minuten, um detaillierte Anweisungen zu geben. Zunächst teilt er/sie die Schüler nach dem Zufallsprinzip in drei kleine Gruppen ein. Mit Hilfe eines Laptops und eines Projektors zeigt Die Lehrkraft zwei verschiedene Social-Media-Profile (anonymisierte reale Beispiele oder fiktive Beispiele). Das eine sieht professionell aus, mit einem klaren Foto, einer prägnanten Biografie und relevanten Links. Das andere wirkt informell oder verwirrend, mit einem unklaren Foto, nur Emojis und ohne Beschreibung der Arbeit oder Interessen. Nach der Präsentation werden die Schüler gefragt: „Welchem dieser beiden würden Sie folgen, vertrauen oder für ein Projekt einstellen?“

Sie tauschen sich als Gruppe über ihre ersten Eindrücke aus. Die Lehrkraft notiert die wichtigsten Gedanken der Teilnehmer und ergänzt diese um Eigenschaften, die ein Profil professionell erscheinen lassen, wie Klarheit, Konsistenz, Selbstbewusstsein, Relevanz und Übereinstimmung mit den Zielen. Anschließend betont er/sie, dass diese Aktivität die Idee vermittelt, dass Ihre Online-Präsenz Ihr digitaler Lebenslauf ist und jedes Detail eine Botschaft vermittelt.

III. Einzelarbeit: Gestaltung Ihres professionellen Profils (60 Minuten)

Die Teilnehmer arbeiten einzeln an einem Arbeitsblatt mit dem Titel „Mein professionelles Online-Profil”. Die Lehrkraft erklärt, dass das Ziel nicht darin besteht, eine vollständige Website oder einen perfekten Social-Media-Feed zu erstellen, sondern eine klare, durchdachte Darstellung ihrer selbst zu entwerfen, die ihre beruflichen Ambitionen und persönlichen Werte widerspiegelt. Das Arbeitsblatt sieht wie folgt aus:

Mein professionelles Online-Profil
❖ Name oder Handle - Soll ich meinen vollständigen Namen oder eine kreative Variante verwenden? ❖ Profilfoto - Welches Bild stellt mich in einem beruflichen oder kreativen Kontext am besten dar? ❖ Biografie oder Slogan - Ein Satz, der zusammenfasst, was ich tue, woran ich glaube oder was ich anstrebe. ❖ Wichtige Themen, für die ich bekannt sein möchte - z. B. Nachhaltigkeit, Jugendarbeit, Design, Schönheit, Bildung ❖ Tonfall - Möchte ich freundlich, inspirierend, informativ oder künstlerisch klingen? ❖ Plattform der Wahl - Worauf sollte ich mich konzentrieren (Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube usw.)? ❖ Die nächsten drei Schritte - Konkrete Maßnahmen zum Aufbau oder zur Aktualisierung der Online-Präsenz (z. B. Profilbild ändern, Biografie umschreiben, regelmäßig Beiträge veröffentlichen, LinkedIn-Konto eröffnen)

Als ersten Schritt dieser Übung haben sie 40 Minuten Zeit, um das Arbeitsblatt auszuarbeiten. Die Lehrkraft geht herum, bietet Unterstützung an und hilft den Teilnehmern, über die Übereinstimmung zwischen ihren Zielen und ihrem Online-Image nachzudenken. Nach der Einzelarbeit werden sie gebeten,

sich zu zweit zusammenzufinden und ihre Entwürfe einem Partner vorzustellen, um Feedback zu Klarheit, Konsistenz und Professionalität zu geben.

IV. Gruppendiskussion und Abschluss: Was macht eine starke Online-Präsenz aus? (20 Minuten)

Die Lehrkraft bringt alle wieder in einen Kreis zusammen und moderiert eine geführte Diskussion mit den folgenden Fragen:

- Was war der schwierigste Teil bei der Gestaltung Ihres professionellen Profils?
- Was wird Ihrer Meinung nach von den meisten Studenten oder Jugendlichen in Bezug auf die Online-Präsenz übersehen?
- Auf was sind Sie stolz oder worauf freuen Sie sich, nach dem heutigen Tag zu berichten?

Benötigte Materialien: Vorbereitete und ausgedruckte Arbeitsblätter „Mein professionelles Online-Profil" für jeden Schüler, A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Haftnotizen, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Crawford, S. (12. Februar 2025). Der entscheidende Leitfaden zum Aufbau einer starken Online-Präsenz (2025). Inkbot Design. https://inkbotdesign.com/strong-online-presence/#:~:text=Establish%20a%20strong%20online%20presence%20by%20creating%20a,credibility%20through%20testimonials%2C%20authentic%20engagement%2C%20and%20influencer%20collaborations.

Empfehlungen für zukünftige Jugendarbeiter, die diesen Workshop weitergeben möchten:

- Wenn die Sitzung in einem Computerraum oder mit Internetzugang stattfindet, können die Schüler anhand des Arbeitsblatts mit der Bearbeitung ihrer tatsächlichen Profile (z. B. LinkedIn, Instagram-Biografie, Linktree, TikTok-Beschreibung) beginnen. Pädagogen können auch gedruckte Profilbeispiele aus verschiedenen Berufen oder Branchen vorbereiten, um verschiedene Ansätze für Tonfall und Layout anzuregen. Dies würde die Dauer des Workshops verlängern.

Workshop 12: Privatsphäre und Sicherheitsrisiken verstehen

Titel des Workshops: Privatsphäre und Sicherheitsrisiken verstehen

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund:
Eine professionelle Online-Präsenz erfordert mehr als nur attraktive Inhalte. Sie erfordert auch das Bewusstsein dafür, wie man personenbezogene Daten, digitale Vermögenswerte und das eigene öffentliche Image schützt. Da Berufsschüler zunehmend sichtbarere Online-Rollen übernehmen, insbesondere als Influencer und in digitalen Berufen, sind sie realen Risiken in Bezug auf Datenschutzverletzungen, Account-Hacks und Rufschädigung ausgesetzt. Diese Risiken zu verstehen, bedeutet nicht unbedingt, Angst zu haben, sondern vielmehr, sich auf den Umgang mit diesen Risiken und deren Prävention vorzubereiten. Dieser Workshop stellt die fünf Hauptkategorien digitaler Risiken vor und hilft den Schülern, ihre eigenen Praktiken zu reflektieren, Schwachstellen zu erkennen und Schutzmaßnahmen zu ergreifen, die für jeden zukünftigen Berufstätigen im digitalen Raum unerlässlich sind.

Ziel des Workshops: Das Bewusstsein für Datenschutz- und Sicherheitsrisiken im digitalen Raum schärfen und Schüler dabei unterstützen, ihre eigenen Online-Schutzmaßnahmen zu bewerten und zu verbessern.

Ziele:
- Vorstellung der fünf Hauptkategorien von Risiken, denen öffentliche digitale Profile ausgesetzt sind;
- Unterstützung der Schüler bei der Identifizierung persönlicher digitaler Gewohnheiten, die zu einer Gefährdung führen können;
- Förderung fundierter und verantwortungsbewusster Entscheidungen in Bezug auf Online-Verhalten und -Inhalte.

Angesprochene Kompetenzen:
- Digitale Kompetenzen;
- Lese- und Schreibkompetenzen;
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Einzelarbeit;
- Diskussion;
- Theoretischer Beitrag.

Ablauf des Workshops:

I. <u>Risikokartierung und persönliche Sicherheitsüberprüfung (70 Minuten)</u>

Die Lehrkraft beginnt den Workshop mit einer kurzen Einführung zum Thema. Er/sie erklärt, dass selbst die kreativste oder einflussreichste Online-Karriere durch einen einzigen Verstoß gegen den Datenschutz oder einen unbedachten Beitrag gefährdet werden kann. Anschließend betont der Trainer, dass der Schwerpunkt der Sitzung darauf liegt, uns bewusst zu machen, was wir teilen, wie wir unsere Konten schützen und wer unsere Inhalte sieht.

Anschließend folgt eine individuelle Aufgabe für die Teilnehmer. Jeder Teilnehmer erhält ein zweiteiliges Arbeitsblatt mit dem Titel „Selbsttest zu Datenschutz und Sicherheit“. Die Lehrkraft weist die Teilnehmer an, den ersten Teil des Arbeitsblatts in den nächsten 20 Minuten auszufüllen.

Ein Beispiel für den ersten Teil des Arbeitsblatts ist in der folgenden Tabelle dargestellt:

Selbsttest zu Datenschutz und Sicherheit
Teil 1: Risikoidentifizierung - „Was ist öffentlich über mich bekannt?“ Zu beantwortende Fragen: ❖ Welche Plattformen nutze ich regelmäßig und sind meine Profile öffentlich oder privat? ❖ Welche persönlichen Daten habe ich online geteilt (Geburtsdatum, Wohnort, Kontaktdaten, Schule, Familie, Gewohnheiten)? ❖ Verwende ich für mehrere Konten dasselbe Passwort? ❖ Habe ich jemals seltsame Nachrichten, gefälschte Angebote oder verdächtige Links erhalten?

Nach Abschluss der Aufgabe lädt Die Lehrkraft die Teilnehmer zu einem kurzen Austausch im Plenum ein. Anschließend stellt er die folgende Frage zur Reflexion: Was hat Sie an Ihren Ergebnissen überrascht? Dieser Teil dauert etwa 15 Minuten.

Anschließend erhalten die Schüler den zweiten Teil des Arbeitsblatts. Die zweite Hälfte des Arbeitsblatts enthält eine Checkliste mit den 10 besten Praktiken für digitale Sicherheit. Ein Beispiel für den zweiten Teil des Arbeitsblatts ist in der folgenden Tabelle dargestellt:

Selbsttest zu Datenschutz und Sicherheit
Teil 2: Risikobewusstsein und Schutzplan - „Was kann ich besser tun?“ Überprüfen Sie, welche der folgenden Maßnahmen Sie bereits als Teil Ihres Schutzplans durchführen, und kreisen Sie diese ein: ❖ Verwenden Sie eine Zwei-Faktor-Authentifizierung. ❖ Vermeiden Sie es, Ihren genauen Standort in Echtzeit zu teilen. ❖ Erstellen Sie sichere, einzigartige Passwörter. ❖ Passen Sie die Datenschutzeinstellungen auf allen Plattformen an.

- ❖ Vermeiden Sie die Verwendung Ihrer privaten E-Mail-Adresse für öffentliche Konten.
- ❖ Seien Sie vorsichtig mit den Berechtigungen von Drittanbieter-Apps.
- ❖ Halten Sie Software und Apps auf dem neuesten Stand.
- ❖ Überlegen Sie zweimal, bevor Sie sensible Meinungen veröffentlichen.
- ❖ Sichern Sie wichtige Daten regelmäßig.
- ❖ Informieren Sie sich darüber, wie Sie Missbrauch oder verdächtige Aktivitäten melden und blockieren können.

Die Teilnehmer sollten ankreuzen, was sie bereits tun, und dann drei vorrangige Maßnahmen auswählen, zu deren Verbesserung sie sich in der nächsten Woche verpflichten werden. Sie werden dazu ermutigt, in einem kurzen Satz zu begründen, warum diese Maßnahmen für sie persönlich oder beruflich wichtig sind. Dieser Vorgang dauert etwa 15 Minuten. Anschließend leitet Die Lehrkraft eine kurze Gruppenreflexion anhand der folgenden Fragen:

- Was war eine Sache auf der Liste, die Sie zuvor nicht bedacht hatten?
- Warum ist Sicherheit nicht nur ein technisches Thema, sondern auch ein berufliches Thema, insbesondere für Personen des öffentlichen Lebens und Content-Ersteller?

II. <u>Theoretischer Beitrag: Die 5 wichtigsten Risikobereiche (20 Minuten)</u>

Die Lehrkraft nutzt den letzten Teil des Workshops für einen theoretischen Beitrag zum Thema. Er/sie stellt den Teilnehmern die fünf Hauptkategorien von Sicherheits- und Datenschutzrisiken vor und verwendet dabei vereinfachte Erkenntnisse von Suntel Analytics. Zu diesen Risiken gehören:

- Cybersicherheitsrisiken

Kontoübernahmen, Phishing-Links, Malware durch gefälschte Sponsoren oder Apps von Drittanbietern.

- Risiken für die physische Sicherheit

Standortfreigabe, Echtzeit-Geotags, für Fremde oder Follower sichtbare Tagesabläufe.

- Verletzungen der Privatsphäre

Übermäßige Weitergabe persönlicher Daten (Familie, Schule, Adresse), Identitätsdiebstahl, Deepfakes.

- Bedrohungen für das Reputationsmanagement

Alte oder impulsive Inhalte, unangemessene Kommentare, Screenshots oder digitale Gegenreaktionen.

- Rechtliche und regulatorische Risiken

Nicht offengelegte Werbung, Urheberrechtsverletzungen, Verstöße gegen Plattformregeln oder Datenmissbrauch.

Abschließend erklärt der Pädagoge, dass berufliche Sichtbarkeit Verantwortung mit sich bringt und dass viele Risiken durch kleine, konsequente Gewohnheiten vermieden werden können.

Benötigte Materialien: vorbereitete und ausgedruckte Arbeitsblätter für alle Schüler, A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Haftnotizen, Laptop, Projektor.

Hintergrunddokumente und weiterführende Literatur:

- Jason. (11. Juli 2024). Die fünf größten Sicherheitsbedrohungen für Social-Media-Influencer im Jahr 2024. Suntel Analytics. https://suntelanalytics.com/the-top-5-security-threats-facing-social-media-influencers-in-2024/

- Team, C. S. (13. September 2022). 16 Arten von Cybersicherheitsrisiken und wie man sie verhindert? Karriere im Bereich Cybersicherheit. https://cybersecuritycareer.org/cybersecurity-risks/

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Um das Gelernte zu vertiefen, kann Die Lehrkraft (wenn möglich) einen Gastreferenten zum Thema Cybersicherheit einladen oder eine anschließende „Digital Hygiene Clinic" veranstalten, um die Teilnehmer bei der Sicherung ihrer tatsächlichen Konten zu unterstützen.

Workshop 13: Aufstellung eines personalisierten Karriereplans

Titel des Workshops: Aufstellung eines personalisierten Karriereplans

Dauer: 110 Minuten

Hintergrund:
Karriereplanung ist ein Prozess, bei dem persönliche Ziele identifiziert, Stärken und Entwicklungsbereiche bewertet und klare und realistische Schritte zur beruflichen Weiterentwicklung festgelegt werden. Für Jugendliche, die eine Karriere im kreativen, digitalen oder Influencer-Bereich anstreben, kann die Erstellung eines strukturierten Aktionsplans Orientierung, Motivation und Fokus bieten. Dieser Workshop unterstützt Berufsschüler dabei, ihren eigenen personalisierten Karriereaktionsplan zu erstellen, der auf ihren Interessen, aktuellen Fähigkeiten und beruflichen Zielen basiert. Die Sitzung ist praxisorientiert und selbstreflexiv gestaltet, um die Schüler bei der Entwicklung eines klaren Fahrplans für die nächste Etappe ihrer beruflichen Laufbahn zu unterstützen.

Ziel des Workshops: Berufsschüler dabei zu unterstützen, einen individuellen Karriereplan zu erstellen, der ihren beruflichen Interessen und Zielen entspricht.

Ziele:
- Die Schüler dabei zu unterstützen, über ihre persönliche Karrierevision und ihr bevorzugtes Arbeitsumfeld nachzudenken;
- Individuelle Stärken und Entwicklungsbereiche zu identifizieren;
- Die Schüler dabei zu unterstützen, klare kurzfristige Maßnahmen zu definieren und potenzielle Unterstützungsquellen zu identifizieren.

Angesprochene Kompetenzen:
- Digitale Kompetenzen;
- Kritisches Denken;
- Teamarbeit;
- Kommunikation;
- Analytische Kompetenz;
- Kreatives Denken;
- Persönliche, soziale und Lernkompetenz.

Methodik und Methoden:
- Selbstreflexion und Diskussion;
- Einzelarbeit;
- Präsentationen.

Ablauf des Workshops:

I. **<u>Einführung in den Workshop und Selbstreflexionsübung (15 Minuten)</u>**

Die Lehrkraft stellt das Thema des Workshops vor. Anschließend fordert er die Teilnehmer auf, über eine zentrale Frage nachzudenken: „Wenn Sie Ihr zukünftiges Arbeitsleben gestalten könnten, wie würde es aussehen und was würden Sie benötigen, um dorthin zu gelangen?“

Sie haben 5 Minuten Zeit, um über die Frage nachzudenken. Die Lehrkraft erklärt, dass es in dieser Sitzung darum geht, persönliche Ideen und Wünsche in einen realistischen Plan umzusetzen. Es geht nicht darum, sich für einen bestimmten Beruf zu entscheiden, sondern darum, Ziele zu setzen, Schritte zu identifizieren und Maßnahmen zu ergreifen, die sinnvoll und motivierend sind. Den Schülern wird versichert, dass ihr Aktionsplan für sie selbst bestimmt ist, dass er nicht perfekt sein muss, aber ehrlich und umsetzbar sein sollte.

II. <u>Einzelarbeit: Entwurf meines Karriereplans (60 Minuten)</u>

Jeder Schüler erhält ein strukturiertes Arbeitsblatt mit dem Titel „Mein Karriereaktionsplan", das folgende Abschnitte enthält:

Mein persönlicher Karriereaktionsplan
Meine Karrierevision ❖ Welche Art von Arbeit möchte ich in den nächsten 1 bis 3 Jahren ausüben? ❖ Welche Themen oder Bereiche interessieren mich am meisten?
Meine Stärken und Ressourcen ❖ Welche Fähigkeiten, Talente und Werkzeuge habe ich bereits, die diesen Weg unterstützen? ❖ Was muss ich verbessern? ❖ Welche Fähigkeiten, Erfahrungen oder Kenntnisse möchte ich entwickeln?
Meine bevorzugten Arbeitsumgebungen oder Plattformen ❖ Wo sehe ich mich arbeiten oder kreativ tätig sein: online, vor Ort, freiberuflich, hybrid?
Meine 3 Aktionsschritte für die nächsten 1 oder 2 Monate ❖ Was sind drei praktische Schritte, die ich unternehmen kann, um voranzukommen? (z. B. ein Portfolio erstellen, mein Profil aktualisieren, einen Kurs belegen, an einer Veranstaltung teilnehmen, regelmäßig Beiträge veröffentlichen)
Mein Unterstützungsnetzwerk ❖ Wer oder was kann mir auf diesem Weg helfen? (z. B. Lehrer, Online-Ressourcen, Mentoren, Gleichaltrige)

Die Lehrkraft gibt den Schülern 60 Minuten Zeit, um ihre Arbeitsblätter auszufüllen. Er/sie bleibt im Arbeitsraum verfügbar, um Unterstützung zu leisten, Fragen zu klären oder zu tiefergehender Reflexion anzuregen. Die Schüler können an verschiedenen Bereichen arbeiten, wenn ihnen das angenehmer ist, und kehren nach Fertigstellung in den Arbeitsraum zurück.

III. Präsentationen (35 Minuten)

Nachdem die Schüler ihre Karriereaktionspläne fertiggestellt haben, bittet der Ausbilder alle Teilnehmer in den Plenarsaal und fordert einige Freiwillige auf, ihre Arbeit der Gruppe vorzustellen. Der Ausbilder moderiert die Präsentationen mit unterstützender Energie und betont dabei, dass der Weg jedes Schülers einzigartig ist und jeder Schritt nach vorne zählt.

Benötigte Materialien: vorbereitete Aktionspläne für alle Schüler, A4- und A3-Papier, Stifte, Bleistifte, Marker, Flipchart und Flipchart-Papier, Haftnotizen, Laptop, Projektor.

Empfehlungen für Trainer, die diesen Workshop multiplizieren möchten:

- Diese Sitzung eignet sich gut als eigenständiger Workshop oder als Teil von Modulen zur Berufsorientierung in berufsbildenden Schulen. Lehrkräfte können die Schüler dazu ermutigen, ihre Pläne nach einem Monat zu überdenken und ihre Fortschritte zu überprüfen. Das Arbeitsblatt kann auch in ein visuelles oder digitales Format umgewandelt werden, für Schüler, die kreative Planungsinstrumente bevorzugen.

Referenzen

- Amu. (12. März 2025). Der Aufstieg der Influencer-Karrieren: Warum die Generation Z bis hin zu den Babyboomern traditionelle Jobs aufgeben, um im digitalen Bereich erfolgreich zu sein :Webfluential. https://blog.webfluential.com/2025/03/12/the-rise-of-influencer-careers-why-gen-z-to-boomers-are-quitting-traditional-jobs-for-digital-success/
- CareerFoundry. (2023). Was ist Personal Branding und warum ist es wichtig? Abgerufen von https://careerfoundry.com
- Carretero, S., Vuorikari, R. und Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: Der Rahmen für digitale Kompetenzen für Bürger. Europäische Kommission. Abgerufen von https://publications.jrc.ec.europa.eu
- Den, T. (13. März 2025). Wem vertrauen Sie bei der Karriereberatung? Angebot erhalten. https://offerlanded.com/blog/who-do-you-trust-for-career-advice
- Ec, K. D. S. C. (12. Dezember 2023). 5 Wege, um Ihre Karriere authentisch voranzubringen. Forbes. https://www.forbes.com/sites/karadennison/2023/12/12/5-ways-to-advance-your-career-authentically/
- ETF (2021). Digitale Kompetenzen und Online-Präsenz: Strategien für Jugendliche. Europäische Stiftung für Berufsbildung. Abgerufen von https://www.etf.europa.eu
- Quellenbewertung | Harvard-Leitfaden zur Verwendung von Quellen. (o. J.). https://usingsources.fas.harvard.edu/evaluating-sources-0
- Jason. (11. Juli 2024). Die fünf größten Sicherheitsbedrohungen für Social-Media-Influencer im Jahr 2024. Suntel Analytics. https://suntelanalytics.com/the-top-5-security-threats-facing-social-media-influencers-in-2024/
- Jones, S. (27. März 2024). Social Media Personal Branding (10-Schritte-Leitfaden) - Personal Branding Blog. Personal Branding Blog. https://personalbrandingblog.com/social-media-personal-branding/#:~:text=Building%20a%20strong%20personal%20brand%20on%20social%20media,and%20a%20clear%20understanding%20of%20the%20steps%20involved.
- OECD (2022). Stärkung Jugendlicher im digitalen Zeitalter: Kompetenzen für soziale Medien und berufliche Entwicklung im Internet. Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Abgerufen von https://www.oecd.org
- Okyere, A. (9. Februar 2025). Wie Sie Ihre Online-Präsenz steigern können: 10 Social-Media-Hacks. TheBusinessUnlimited.com. https://thebusinessunlimited.com/how-to-increase-online-presence/
- Peters, T. (1997). Die Marke namens „Du“. Fast Company, Ausgabe 10. Abgerufen von https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you
- Stobierski, T. (2025). Wie man soziale Medien für das Personal Branding nutzt. Business Insights Blog. https://online.hbs.edu/blog/post/social-media-for-personal-branding
- Team, C. S. (13. September 2022). 16 Arten von Cybersicherheitsrisiken und wie man sie verhindert? Cyber Security Career. https://cybersecuritycareer.org/cybersecurity-risks/

VERLEGER:

Centre for Non-formal education and Lifelong learning, Serbien

ЦЕНТАР ЗА НЕФОРМАЛНО ОБРАЗОВАЊЕ И ЦЕЛОЖИВОТНО УЧЕЊЕ

CENTRE FOR NON-FORMAL EDUCATION AND LIFELONG LEARNING

Kofinanziert von der Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.