

# DIGI.JOB.ID - UNIT 3

## ONLINE SELBST- «BRANDING» / MARKENBILDUNG

**DIGI.JOB.ID.**  
Digital Job Identities



## LASS UNS MIT EINIGEN FRAGEN BEGINNEN...

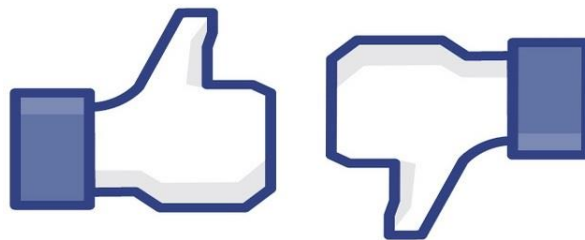
- ✓ Weißt du, dass Unternehmen bei der Rekrutierung Informationen über die Bewerber in den wichtigsten online-Suchmaschinen nachschlagen oder auch durch das Zugreifen auf Soziale-Netzwerk-Profile?
- ✓ Hast du dich gefragt, ob die Fotos, die du auf soziale Netzwerke hochgeladen hast, und deine Postings, deinem nächsten Job im Weg stehen könnten?
- ✓ Stimmt der Lebenslauf den du dieser Firma geschickt hast mit der Information überein, die du im Internet, vielleicht auf deinem Profil, gepostet hast?
- ✓ Sind deine online Chats im Einklang mit deinen beruflichen Erwartungen?
- ✓ Wusstest du, dass das einmalige Anklicken von "Like" in einem sozialen Netzwerk genug ist, gemäß deiner politischen, sexuellen oder religiösen Meinungen markiert und profiliert zu werden, mit einer möglichen Auswirkung auch auf deinen Job und deine Karriere?

# DAS DOPPELTE GESICHT DES SOZIALEN NETZWERKES

## DAS SOZIALE NETZWERK KANN EIN MÄCHTIGES TOOL SEIN ... WENN DU ES ZU NUTZEN WEISST

Unprofessionelle Fotos oder Posts in deinem sozialen Netzwerk könnten ernsthaft deine Chance, einen Job zu bekommen, beeinflussen...

Aber, auf der anderen Seite gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten, wie soziale Netzwerke bei der Jobsuche helfen können, und zu einem mächtigen Tool werden können.



## ZIELE DIESER SUCHE/JAGD

Unit 3 wird dich durch die Schritte führen, die bei der Bewertung deines aktuellen Online Rufes involviert sind und was du tun kannst, um diesen, basierend auf deinen Jobzielen, zu handhaben.



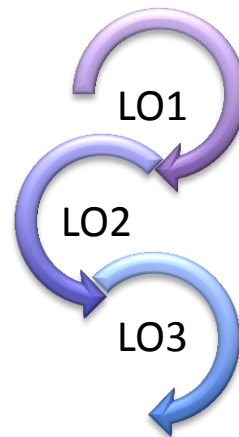
1. Entwickle ein Nutzer/innen Bewusstsein über: die Verbindung zwischen digitaler Identität, E-Ruf und persönlicher Marke
2. Optimierte dein online Image in Bezug auf ein angenommenes/definiertes professionelles Profil

## DIE LERNERGEBNISSE DIESER EINHEIT

**LO1** - Definiere Selbst «Branding» / Markenbildung und Online Image-Konzepte

**LO2** - Suche nach deinem aktuellen persönlichen Online Image «Branding» und deinem sozialen Ruf + werte die gefundenen Daten aus und analysiere sie anhand einer Checkliste von gut/schlecht Kriterien

**LO3** - Was du tun kannst um schlechte Daten/Informationen aus dem Netzwerk zu entfernen



## 2 MÖGLICHE SITUATION

**In diesem Projekt haben wir 2 Situationen:**

SITUATION A – Klassengruppe in der Präsenz eines Trainers / einer Trainerin

SITUATION B – Einzelne/r Nutzer/in der/die sich individuell auf einen interaktiven online Weg begibt

# LO1 – Definiere Selbst «Branding» / Markenbildung und Online Image Konzepte (Glossar)

**Ziel:** Schlüsselkonzepte zu “Selbst “Branding” / Markenbildung und “Online Image” durch die Präsentation eines technischen und spezialisierten Glossar definieren.

## SITUATION A)

- Nachdem die signifikantesten Wörter in Bezug auf die Themen Selbst „Branding“ / Markenbildung und Online Image identifiziert wurden, werden die Wörter vom Trainer / von der Trainerin selbst auf kleine Papierstücke geschrieben.
- Jede/r Teilnehmer/in wird aufgefordert ein Stück Papier aufzuheben, und eine persönliche Definition des ausgewählten Wortausdruckes zu geben. Letztendlich können sich die anderen Teilnehmer/innen mit ihrer eigenen Wahrnehmung/Betrachtung integrieren. Am Ende des Brainstormings stellt der/die Trainer/in eine korrekte Betrachtung/Sichtweise zur Verfügung und stellt die Vorschläge der Teilnehmer/innen richtig (wenn notwendig).

zeitlicher Rahmen: **1 Stunde**

## LO2 – Suche nach deinem aktuellen Online Image

**Ziel:** Daten und Informationen die online erhältlich sind und die sich auf das eigene digitale Image beziehen, herausfinden, und mit einer Checkliste von gut/schlecht Kriterien abgleichen.

SITUATION A)

**Schritt 1.** Die Gruppe wird in Paare aufgeteilt. Jede/r Teilnehmer/in identifiziert die online Identität des anderen Teilnehmers.

**Schritt 2.** Die zwei Nutzer/innen teilen Meinungen über die Eigenschaften / Besonderheiten des online Images, angelehnt an die Checkliste (gut/schlecht) aus.

**Schritt 3.** Die Lernenden vergleichen die Merkmale der digitalen Identität mit den Indikatoren die in der Checkliste angeführt sind, identifizieren Stärken – und kritische Aspekte des eigenen Profils in Bezug auf das erwogenen berufliche Projekt.

zeitlicher Rahmen: **4 Stunden.**



## LO3 – Was man tun kann um schlechte Daten/Informationen aus dem Netzwerk zu entfernen

**Ziel:** Der/die Trainer/in stellt den Lernenden den Weg dar, wie man Daten und Informationen die nicht adäquat und/oder sachdienlich sind im Internet entfernt, um so ein Online Image zu bekommen, das kohärent und funktional für ihre eigenen persönlichen und/oder professionellen Ziele ist.

### SITUATION A)

- Die notwendigen Vorgehensweisen um Daten und Informationen (die als nicht adäquat in Bezug auf das eigene digitale Profil befunden wurden) zu entfernen werden vorgestellt.
- Jede/r Teilnehmer/in wendet danach diese Korrektur an, um einen online Ruf zu bekommen, der kohärent und funktional für ihre eigenen beruflichen Ziele ist.

zeitlicher Rahmen: **2 Stunden.**

## AM ENDE DIESER EINHEIT WIRST DU:

1. Die Konzepte des online selbst „Branding“ kennen sowie die positiven und negativen Elemente die sie charakterisieren.
2. Eine Analyse der persönlichen Daten die online präsent sind haben, um guten und schlechten Ruf identifizieren zu können.
3. Mit Bewusstheit die angemessenen Daten und Informationen auswählen, die du online für ein positives Selbst “Branding” veröffentlichst.
4. Die potentiellen Risiken, dass die Präsenz von personenbezogenen Daten Menschen exponiert, und auch die Datenschutzbestimmungen und Einschränkungen, die von der nationalen /europäischen Gesetzgebung angewendet werden, kennen.
5. Die angemessenen Verfahren um falsche oder negative Daten aus den sozialen Medien / Plattformen zu entfernen, anwenden können.

**BLEIBE RUHIG  
UND KREIERE DEINE MARKE “BRAND”  
VERANTWORTUNGSVOLL!**



**AKLUB**



*This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

**DIGI.JOB.ID.**  
Digital Job Identities