



# Bewerbingslabor

## Zielgruppe – Indikation

Stellensuchende, die

- sich mittels bildbezogener Medien bewerben möchten, da diese vom Arbeitsmarkt erwartet und gefordert werden.
- bereit sind, alternative/kreative Bewerbungsformen für ihre Stellensuche anzuwenden.
- inhaltliche und/oder technische Unterstützung benötigen.

## Voraussetzung

Die Teilnehmenden verfügen über eine klare Bewerbungsstrategie. Bildbezogene Bewerbungsformen sind vom Arbeitsmarkt gefordert bzw. für die Stellensuche vorteilhaft und Erfolg versprechend.

- Sie verfügen über gute PC-Kenntnisse und kennen den Umgang mit entsprechenden Programmen.
- Sie arbeiten selbständig und verfügen über eine hohe Eigenmotivation und eine gute Auffassungsgabe.

## Ziele

Die Stellensuchenden präsentieren sich mittels eines geeigneten Medienformates.

Die Stellensuchenden erhöhen ihre Medienkompetenz sowie die Wirksamkeit ihres Selbstmarketings.

## Inhalte

Die Stellensuchenden arbeiten mit folgenden Medienformaten:

Portfolio	Visuelle und inhaltliche Zusammenstellung der besten und wichtigsten Arbeiten und Projekte, strategisch ausgerichtet auf die Stellensuche/Positionierung im Arbeitsmarkt. Geeignet für Berufsgruppen, die zwei- und dreidimensional arbeiten.
Storytelling	Eine alternative Form zum üblichen Bewerbungsschreiben. Berufliche und persönliche Stationen, Soft- und Hard-Skills, Herausforderungen und Leistungen werden spannend, kurz und knackig in eine Geschichte verpackt hinterlegt.
All-in-one-Dossier, Flyer, Visitenkarten, PowerPoint-Präsent.	Berufserfahrungen und Kompetenzen werden inhaltlich aussagekräftig zusammengefasst und visuell komprimiert dargestellt.
Webseite	Eine Webseite wird mit Hilfe von Templates erstellt, visuelle und inhaltliche Zusammenstellung der besten und wichtigsten Arbeiten und Projekte, strategisch ausgerichtet auf die Stellensuche/Positionierung im Arbeitsmarkt.
Fotodokumentation	Fotografien von Arbeitsbeispielen und von der Ausübung der Berufstätigkeit (Action-Fotos) untermauern den Bezug zum Beruf und zur Professionalität.
Bewerbingsvideo	In maximal 2 Minuten wird ein lebendiges Portrait als potenzieller Arbeitnehmer/potenzielle Arbeitnehmerin für ein Unternehmen präsentiert. Das Video unterstützt die Gesamtbotschaft der Bewerbungsunterlagen.

## Dauer und Zeit

Das Modul findet in der Regel 1 Mal pro Woche statt. Je nach Thema benötigt es 2 bis 4 Termine, um das Ziel zu erreichen.