

Digi-Dienstag am 15.11.2022

Tools & Technik: Tik Tok-Workshop



Wer oder was ist dieses TikTok? Wie lässt sich dieses Soziale Netzwerk gut für Paritätische Botschaften nutzen? Der Gesamtverband ist nun seit einigen Monaten auf TikTok sehr aktiv und das nicht ohne Grund: diesen November läuft unser Jugend- Aktionsmonat. Zur Halbzeit führen uns Lena Plaut und Matthias Galle in Bedienung und Möglichkeiten des Netzwerks ein und geben ihre Erfahrungen weiter. Wir freuen uns auf einen unterhaltsamen Einblick!

Halbzeit zum Aktionsmonat Jugendpartizipation: Lena und Matthias sprechen über ihre Erfahrungen mit TikTok. TikTok-Kanal des Paritätische Gesamtverbands: <https://www.tiktok.com/@paritaet>

Was ist TikTok und wie funktioniert es?

(Details siehe Präsentation)

Zentrale Fragen vor der Eröffnung neuer Social-Media-Kanäle: eigene Ziele und Zielgruppen – leistet das der Kanal? Ressourcen für Pflegeaufwand vorhanden? Niemand muss überall dabei sein.

Wie bei allen Social Media-Kanälen gibt es Licht und Schatten. Daten- und Jugendschutz sind bei TikTok problematisch und strukturell angelegt.

TikTok = Kurzvideo-Plattform. Wird zu 100% mobil genutzt. Viertgrößtes Soziales Netzwerk weltweit. Sehr junge Nutzer*innen (unter 25), mehr Frauen als Männer.

Es geht um 15-Sekunden Hochformat-Videos. Oft Tanz oder Lip-Sync. Neue Formate: Challenges (Mitmach-Video-Aktionen), Duette (Original-Video + Reaktion), Stitches (fremdes Video einbetten). Instagram Reels und Youtube Shorts ahmen Formate nach.

TikTok ist Plattform für Creator*innen – essentiell fürs Mitmachen und für Erfolg. Es braucht Inszenierung und kreative Performance. Bei anderen Social Media Netzwerken gehört Authentizität zu den Erfolgsfaktoren.

Bedienungsgrundlagen und Clip-Beispiele

Gemeinsamer Blick in die App und ihre Bedienung.

Startbildschirm

TikTok startet sofort mit einem Video und Ton. „Für dich“-Seite ist Herzstück der App, wo TikTok Videos ausspielt, die der Algorithmus für passend hält. Wegwischen der Videos trainiert die App.

„Folge ich“-Seite listet Videos der Accounts auf, denen der/die Nutzer*in folgt.

„Live“-Option – ab 1000 Follower möglich.

„Suche“ mit Suchhistorie sowie Vorschlägen („Vielleicht gefällt Dir“)

TikTok kopiert BeReal mit Format „TikTok Now“: ungeschnittene Momentaufnahmen

Nachrichtenaustausch über Menüpunkt Posteingang

„Profil“ zeigt eigene Videoübersicht. Beim Paritätischen derzeit sehr voll und präsent, da Lena und Matthias zum Jugendaktionsmonat jeden Tag Videos hervorbringen. Überblick über Follower und Gesamtanzahl Likes. Ab 1000 Follower lässt sich dort auch ein Link ablegen.

Übersicht eigenes Profil

Videos werden per Stills angezeigt, Vorschau-Bewegt看, das sich auswählen lässt. Außerdem kann Video mit Beschreibungstext versehen werden.

Es gibt auch Privatvideos (Videospeicher). Weiterhin Entwurfsordner.

Videos lassen sich als Favoriten markieren, diese werden in einem eigenen Ordner als Übersicht angezeigt.

Ähnlich ist es mit den Videos, die von User*in aktiv geliked wurden. Diese Übersicht ist aber nur für Profilinhaber*in sichtbar.

Einzelvideos und Videoaufnahme

Teilen-Funktion: Video kann an TikTok-Freunde geschickt werden, aber auch direkt an diverse Messenger.

Videofunktionen bieten Auswertungsmöglichkeiten. Videos können auf dem eigenen Profil gepinnt werden (als Einstiegsvideos). Bewerbungsoption. Duette und Stitches.

Video starten: Länge auswählen. Vorlagenvideo bzw. Sound nutzen. Filter einbinden. Retusche nutzen. Andere Clips hochladen. Frage stellen/beantworten. Nutzungs-Oberfläche ist sehr intuitiv, macht Spaß, damit ein eigenes Video zu kreieren. Es ist möglich, Clips hochzuladen, aber eigentlich ist App auf direkte Videoproduktion ausgelegt.

Es gibt diverse Funktionen zur Nachbearbeitung, etwa Videoschnitt, Untertitel, Einblendungen, Sounds, Filterung, Videooptionen u.v.m.

TikTok-Experimente im Aktionsmonat

[Winterlook-Video](#) als Beispiel, wie man auf aktuellen Trends / Vorlagen draufhüpfen kann.

Im Rahmen des Aktionsmonats kommentieren wir auch sehr stark, um in Diskussion zu bleiben. Stellen Gegenfragen

Verschiedene Formate ausprobiert:

- gut funktioniert haben die „trendenden Sounds“, insbesondere Comedy-Clips
- Eigene Challenge: 10-Finger-Challenge #WasZuSagen
- Dokumentationsvideos, etwa HGF Schneider auf Demo
- Aktionsmonat ist großes Experimentierfeld

Tipps und Tricks zur Bedienung am Smartphone

Exkurs: Videoproduktion für Social Media

Videos werden für Social Media immer relevanter, auch bei allen anderen Kanälen. Videos laufen in der Regel erfolgreicher.

Basics zum Filmen mit dem Handy (Details siehe Präsentation): 1) Gute Ausleuchtung. 2) Ruhige Umgebung. 3) Kameralinse säubern. 4) Flugmodus nutzen. 5) Format beachten. 6) Kameraposition. 7) Kamerastabilität. 8) Hintergrund. 9) Aufnahmetest. 10) Pausen vor/nach Statements

4 Gebote für Social Media-Produktion

(Details siehe Präsentation)

- 1) Learning by doing! Mut zum Ausprobieren
- 2) Talent borrows, genius steals – Klauen ist Teil des Konzepts

- 3) Try, fail ... try again, fail better. Nicht verrückt machen lassen, wenn etwas nicht perfekt ist.
- 4) Jede Sekunde zählt. Start mit gutem Bild, Inhalt schnell erfassbar

Fragen und Aufgaben

Musikrechte? Was ist für die kommerzielle Nutzung erlaubt?

Sounds über TikTok-App können für alles genutzt werden, was wir wollen. TikTok bezahlt die Urheber*innen (wenn auch nicht viel). Nutzung auch zum Teilen ist damit erlaubt. Schwierig: Musik selbst hochladen – kommt auf eigene Lizenz an, wird aber nicht empfohlen. Thema ist Grauzone, bisher noch keine Abmahnungen bekannt.

Content aus LGBTQI*-Initiativen?

TikTok ist dafür bekannt, Content und Begriffe aus queerer Community nicht weiterzuleiten (Bericht siehe <https://netzpolitik.org/2022/geheime-wortfilter-tiktok-hat-in-deutschland-heimlich-kommentare-blockiert/>). Es gibt allerdings ganz viele Accounts auch aus queerer Community. Gesamtverband nutzt „queere“ Hashtags weiterhin und will sich von TikToks Diskriminierungspolicy nicht einschüchtern lassen. Kann freilich guter Grund sein, TikTok nicht zu unterstützen. Als Alternative bietet sich ggf. Instagram an?

Fazit zur Jugendaktionsmonats-Halbzeit? Bisherige Resonanz zufriedenstellend?

Breites Spektrum an Themen – von sozialen Themen über Jugend-, queeren etc. Positiv überrascht, dass das funktioniert. Reichweite entspricht bisher jedoch nicht den Hoffnungen – aber immerhin 1000 Follower geschafft. Vielleicht auch, weil Marke nicht so bekannt ist und weil TikTok eigentlich nicht für politische Inhalte gemacht ist. Trotzdem immer wieder Überraschungen, z.B. [BAFÖG-Video](#) war sehr überraschend, hatte schnell Debatte ausgelöst.

Hauptziel ist es, Interaktion auszulösen – Zielgruppe auf jeden Fall erreicht, Kommentaranregung klappte bisher nur bei wenigen Videos. Versuch, das über eigene anregende Kommentare zu pushen. Weiterhin Versuch der direkten Ansprache.

Noch offene Frage: Passt diese Art der (lustigen) Kommunikation zum Verband? Wir experimentieren weiter, Fazit erst nach Ablauf des Monats.

Welche Player im Paritätischen Netzwerk sind besonders aktiv auf TikTok?

Bisher recht wenig Mitgliedsorganisationen entdeckt – diejenigen, die es gibt, sind eher klein. Wunsch, dass sich Paritätische Community auch auf TikTok findet und gegenseitig unterstützt. Für Anregungen gerne die Accountliste vom Paritätischen anschauen (<https://www.tiktok.com/@paritaet>), dort finden sich schon eine Reihe an Organisationen (etwa Kinderschutzbund).

Wo ist TikTok in EU angesiedelt – an welche Regeln müssen sie sich in EU halten?

Ist noch zu recherchieren.

Vielfalt an Inhalten ist auch trotz Wort-Filterung da. Beispiel: Videos von Holocaust-Überlebende sind auffindbar und werden verbreitet, obwohl TikTok nachweislich den Begriff Holocaust filtert.

Operative Fragen: Ressourcen, wie oft muss man posten, Themenvielfalt etc.

Beim GV: Matthias mit voller Stelle für Social Media und Webseite angestellt (wobei letzter Teil sehr umfangreich ist). Lena macht im Rahmen des Aktionsmonats mit. Im Aktionsmonat wird jeden Tag gepostet (auch Wochenende). Produktionsaufwand ca. 1 Stunde pro Video – dauerte am Anfang länger. Nach Aktionsmonat wird es wieder runtergefahren. Kommunikation / Kommentare kommen dann noch obendrauf – liegt derzeit vor allem bei Lena.

Regelmäßigkeit des Postens erzeugt „Grundrauschen“, ist aber kein Garant, öfter angezeigt zu

werden. Bisher keine Regel diesbezüglich herausgefunden.

Vorschlag: Gerade zu Beginn lieber in einzelne Videos mehr reinstecken als jeden Tag zu posten.

Erfahrungen mit Serienvideos?

Videoserien machen viele und es scheint zu funktionieren: Folgevideos werden in Kommentaren verlinkt. Selbst noch keine eigenen Erfahrungen.

TikTok-Kanäle der Anwesenden / von Mitgliedsorganisationen und weitere Hinweise

https://www.tiktok.com/@pju_nrw

<https://www.tiktok.com/@freiwilligendienste> – starten nächste Woche, gerne folgen!

<https://www.tiktok.com/@paritaet> - Gerne an der 10-Finger-Challenge #WasZuSagen teilnehmen

Auf der Mitgliederplattform wir-sind-paritaet.de könnt ihr jetzt auch nach Social Media Kanal filtern und Organisationen auf TikTok finden: <https://www.wir-sind-paritaet.de/alle-profile/>

Einladung zur Social Media-Sprechstunde am Nachmittag! Und zu den [weiteren Veranstaltungen des Aktionsmonats](#). Am Freitag 18.11. gibt es ein dreistündiges Seminar mit Expert*innen, „[Challenge accepted: TikTok als Marketinginstrument für Soziale Organisationen](#)“

Schaut gerne auch in das Verbandsmagazin „[Jugend partizipiert](#)“ rein.