



# Social-Media-Workshop Contentfactory

Dornbirn, 26. November 2022



# Übersicht Workshop Tag

- ▶ Plattform TikTok
- ▶ Videoformat Reels
- ▶ Trends als Inhalte
- ▶ Fakten
- ▶ Content für Social Media
  - ▶ Fotos & (Hochformat-)Videos erstellen
  - ▶ Reels & TikTok-Videos
  - ▶ Storys



RT  
AM  
MIT

Mach endlich  
auch mal digital

seit **1990**

noch bevor es USB, Bluetooth oder WLAN gab



13  
kreative Köpfe

# Kompetenzen



Strategische Beratung



Informations- &  
Kommunikationskampagnen



Content Management  
& Social Media



Media & Influencer  
Relations



Employer Branding &  
Interne Kommunikation



Krisenkommunikation &  
Reputation Management



Medientraining



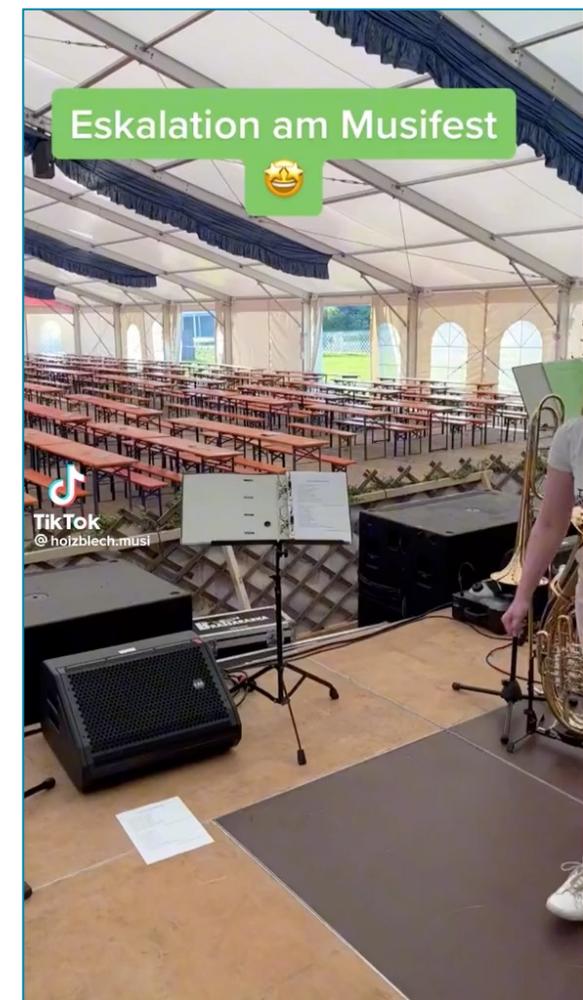
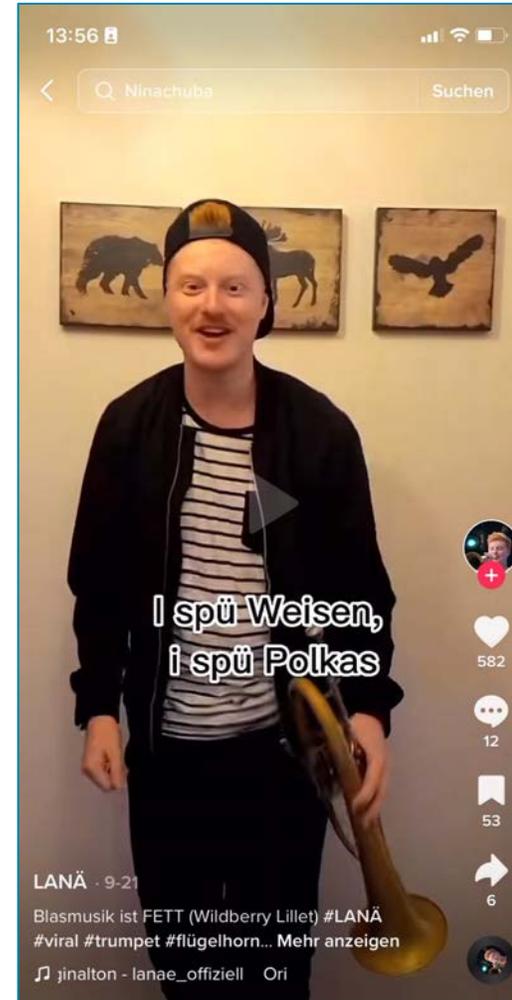
Corporate Publishing &  
Bewegtbild-Kommunikation

# Das Kennenlernen

## Vorstellung

- ▶ Name
- ▶ Verein
- ▶ Erfahrungen mit Social Media
- ▶ Welche Kanäle nutzt du schon?
  - ▶ Privat
  - ▶ Beruflich/Verein
- ▶ Wie viel Know-how hast du im Erstellen von Content?
- ▶ Was erwartest du dir vom heutigen Workshop?

# Einstieg Reels & TikTok





# TikTok & Reels



ikp ///

# Guideline

## TikTok

- ▶ Was ist TikTok?
- ▶ Wie sieht das Soziale Netzwerk aus?
- ▶ Wer sind die typischen Nutzer\*innen?
- ▶ Wie funktioniert der Algorithmus?
- ▶ Tipps, Tricks & Facts für TikToks.
- ▶ Challenges
- ▶ Anzeigen
- ▶ Well done & Try again



# Jugend-Kanal

## TikTok

### Facts & Figures

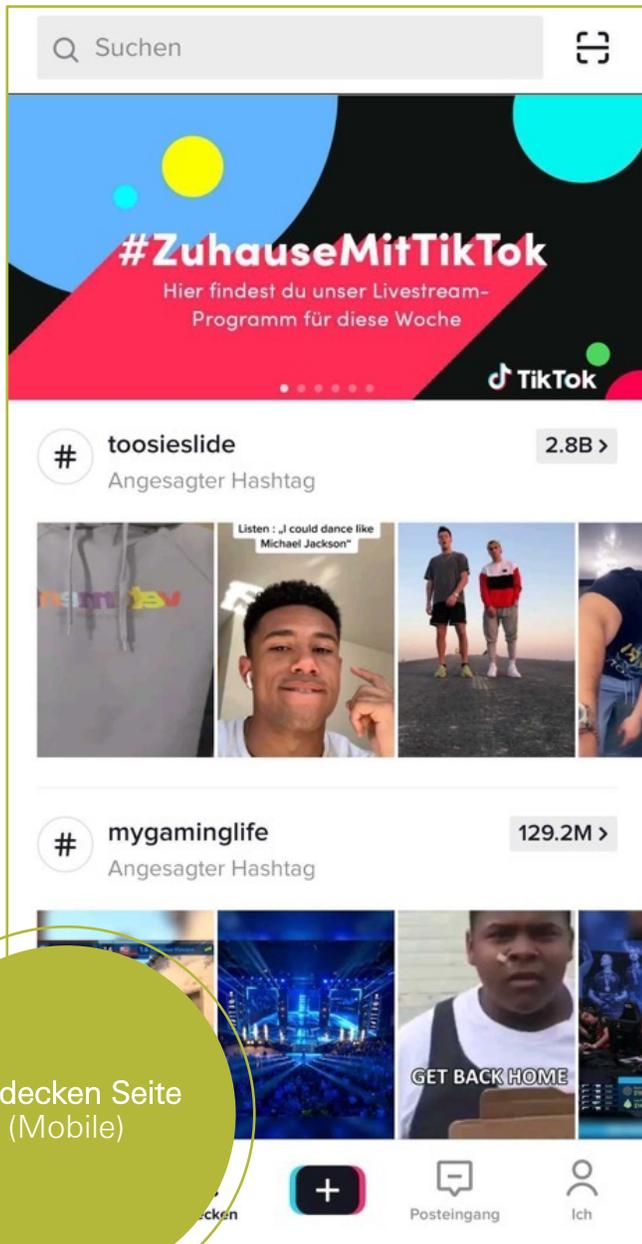
- ▶ TikTok ist seit 2018 das am schnellsten wachsende Social-Media-Netzwerk.
- ▶ Mit mehr als 2 Milliarden Installationen ist TikTok die beliebteste App der Welt.
- ▶ 1,6 Mrd. aktiven Nutzer
  - ▶ 1,2 Mio. Nutzer\*innen in Österreich
- ▶ TikTok Nutzer verbringen durchschnittlich 52 Minuten pro Tag auf der App
- ▶ Die TikTok-App ist derzeit in über 155 Ländern verfügbar.



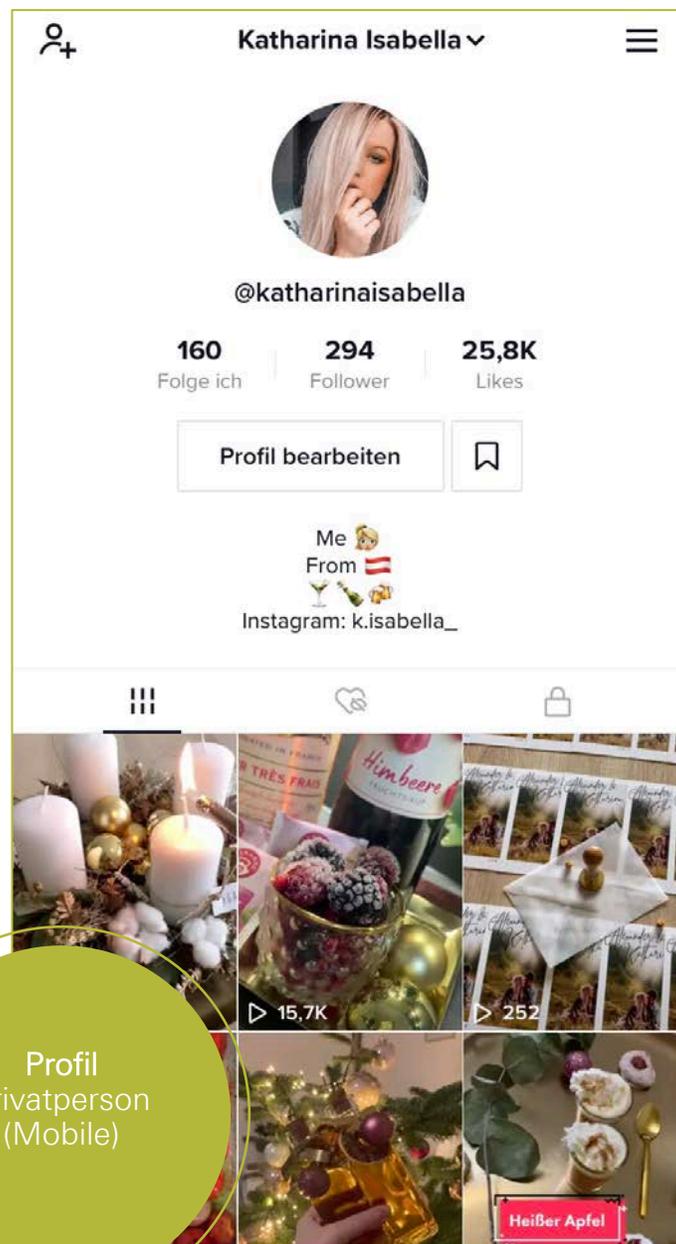
# Der\*die durchschnittliche TikTok User\*in

- ▶ Ist 16-24 Jahre alt und zu 60% weiblich
- ▶ Öffnet die App 8-10 Mal täglich
- ▶ Verbringt durchschnittlich 52 Minuten am Tag mit TikTok

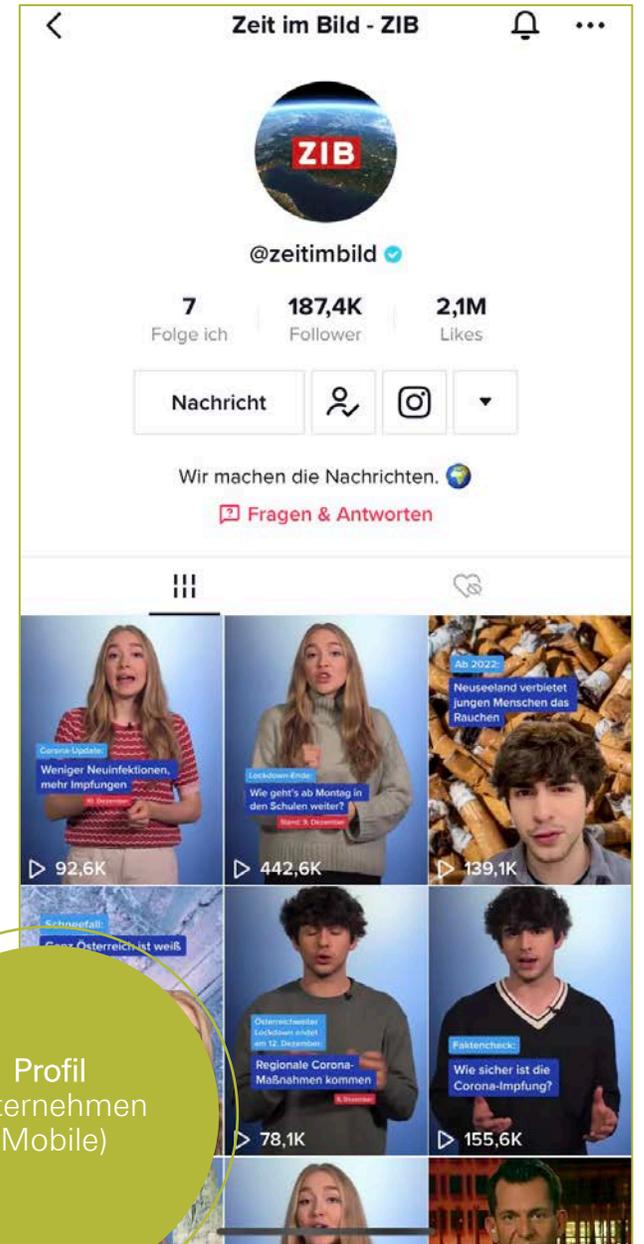




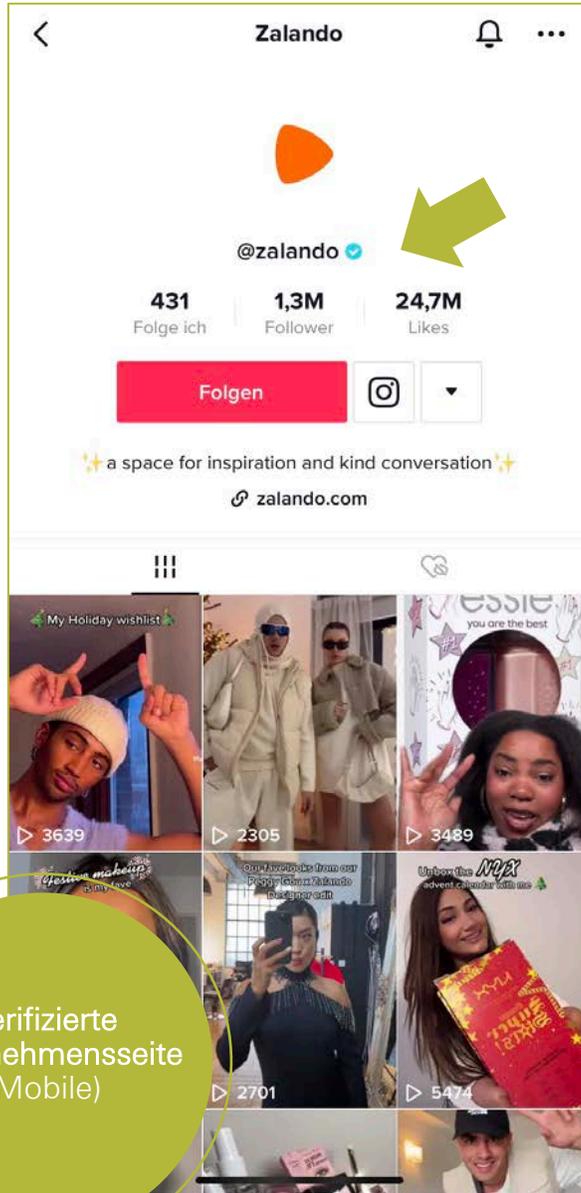
Entdecken Seite  
(Mobile)



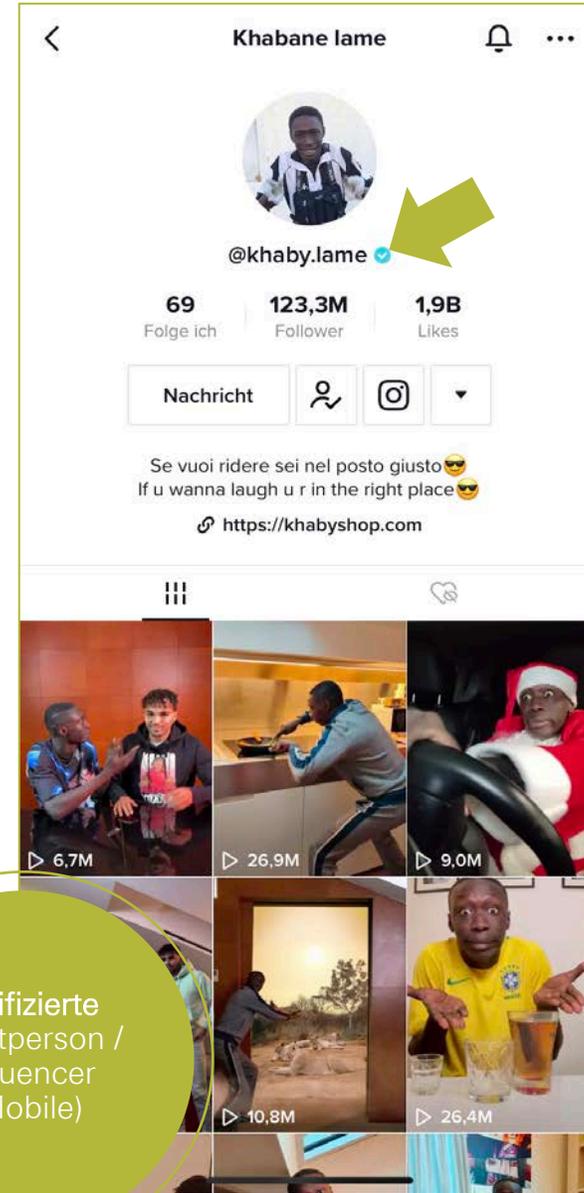
Profil  
Privatperson  
(Mobile)



Profil  
Unternehmen  
(Mobile)



Verifizierte Unternehmensseite (Mobile)



Verifizierte Privatperson / Influencer (Mobile)

# TikTok Seiten

## „Folge ich“ vs. „Für dich“

- ▶ Der Home-Bereich ist in zwei Abschnitte unterteilt
  - ▶ „Für dich“ = For You"-Page (FYP) - und „Folge ich“-Seite
- ▶ Die „Für dich“-Seite ist das Erste, womit du auf TikTok in Berührung kommst.
  - ▶ Noch bevor du dich registrieren musst oder bevor du den ersten Content Creators aktiv folgst, landest du in diesem Bereich und damit bereits bei den ersten Videos.

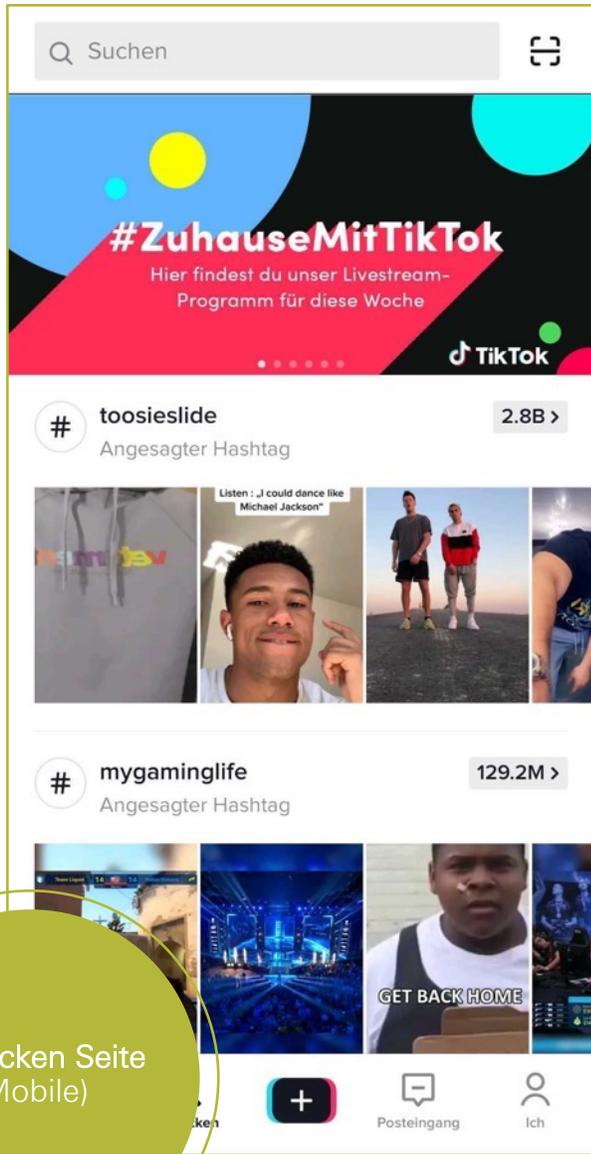


# TikTok Seiten

## „Folge ich“ vs. „Für dich“

- ▶ TikTok zeigt seinen User\*innen „automatisch“ neue Inhalte an.
  - ▶ Während man bei Instagram dafür erst proaktiv auf die Entdecken-Seite klicken muss.
  - ▶ Auch TikTok hat eine Entdecken-Seite: Hier findest du die neuesten Trends und Hashtag-Challenges. Diese Auswahl variiert je nach Land der User\*innen.

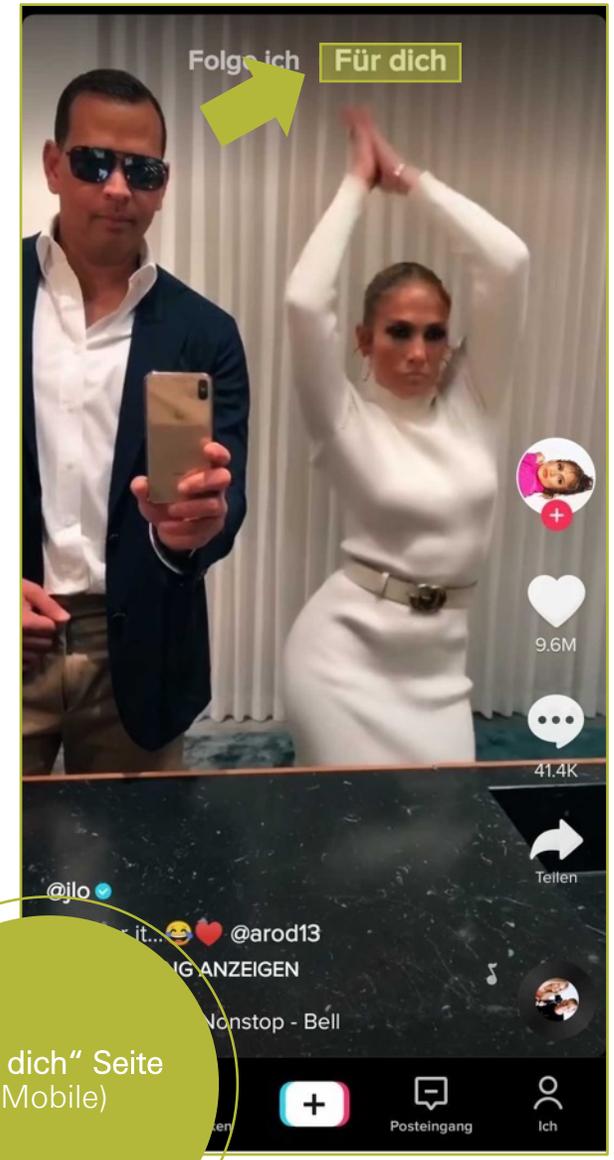




Entdecken Seite  
(Mobile)



"Folge ich" Seite  
(Mobile)



"Für dich" Seite  
(Mobile)



# Der TikTok Algorithmus

- ▶ Es handelt sich um viele Algorithmen.
- ▶ Der TikTok-Algorithmus ist ein gut gehütetes Geheimnis.
  - ▶ ByteDance (das Unternehmen hinter TikTok) geizt mit Informationen.
- ▶ Die Aussagen basieren hauptsächlich auf Beobachtungen und praktischen Erfahrungen.
- ▶ Der Algorithmus analysiert das gesamte User-Verhalten während der Nutzung der App:
  - ▶ Von welcher IP man kommt
  - ▶ Welches Device genutzt wird
  - ▶ Welche Videos zu welcher Musik angesehen werden
  - ▶ Wie lange die Nutzungsdauer ist
  - ▶ Wie reagiert wird (Liken, Kommentieren, Teilen, Speichern)
  - ▶ Ob das Video bis zum Ende angesehen wird



# Der TikTok Algorithmus

- ▶ Der Algorithmus funktioniert nach dem „Tröpfchenprinzip“:
  - ▶ Ein Video wird zuerst einer Testgruppe ausgespielt.
  - ▶ Kommt dieses Video gut an, wird es einer weiteren, größeren Zielgruppe vorgeschlagen.
  - ▶ Schafft das Video auch diese Hürde, kommt es auf die „Für dich“-Page, wo es einer großen Anzahl an User\*innen ausgespielt wird.
- ▶ Anders als auf Instagram hat die Engagement Rate nicht immer einen starken Einfluss auf die Ausspielhäufigkeit eines Videos.



# Der TikTok Algorithmus

- ▶ Es wird vermutet, dass
  - ▶ 1 Kommentar etwa so viel zählt wie 15-20 Likes
  - ▶ 1 Teilen etwa so viel zählt wie 30-40 Likes
- ▶ Dennoch gilt: Je höher die Engagement Rate, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Videos auf der „Für dich“-Page landen.
- ▶ Wichtiger als das Engagement ist die Betrachtungszeit bzw. Replay-Quote.
- ▶ Je häufiger und je länger ein Video angeschaut wird, desto eher evaluiert der Algorithmus etwas als „wertvoll“ und rankt das Video besser ein.
- ▶ Deshalb können kürzere Videos (hohe Reply-Quote) und auch längere Videos (hohe Betrachtungszeit) gut performen.



# Der TikTok Algorithmus

## Tipp

- ▶ Bei kürzeren Videos sollte der Content zum mehrfachen Anschauen einladen, bei längeren dazu, bis zum Ende zu schauen.
- ▶ Auf TikTok ist es noch deutlich leichter eine passable Online-Reichweite aufzubauen.
- ▶ Hast du alle aufgezählten Faktoren im Blick, kommst du der „Für dich“-Page ein Stück näher, denn erst wenn deine Videos dort ausgespielt werden, gehen sie viral!





# Instagram Reels

BEITRÄGE

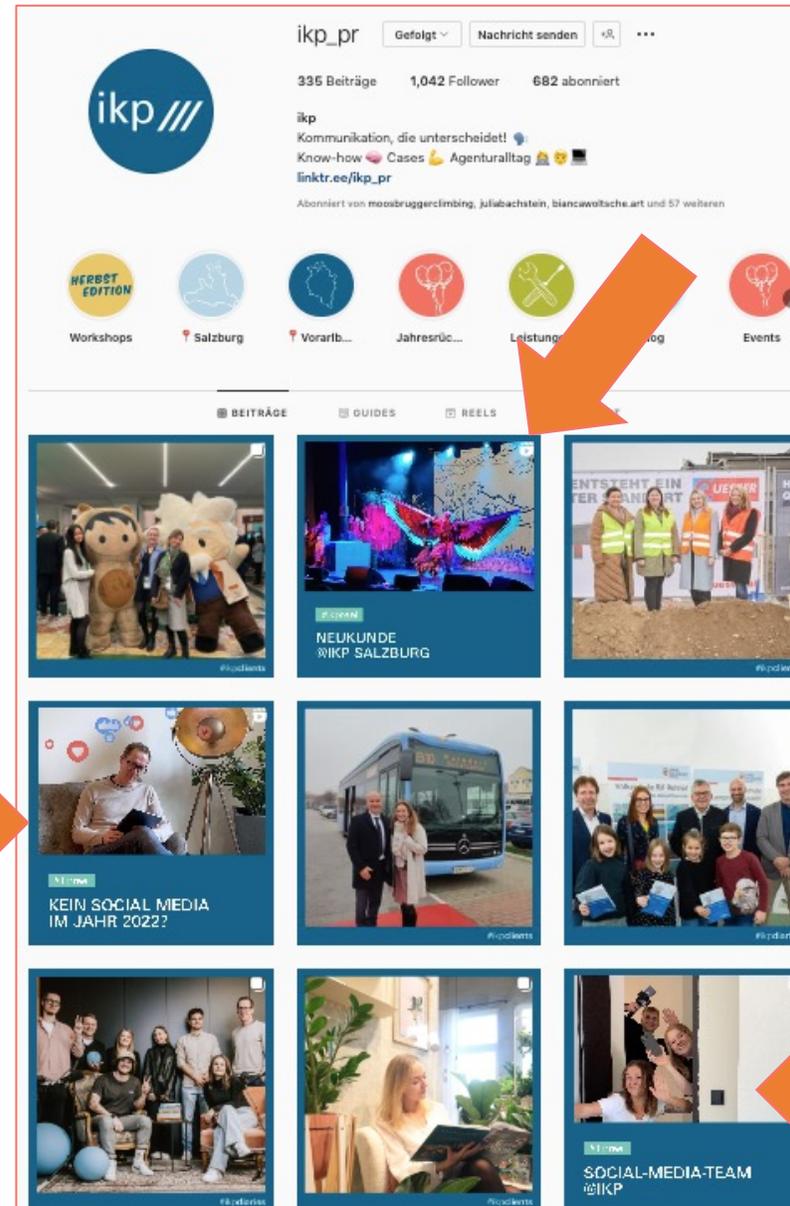
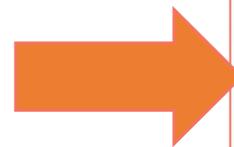
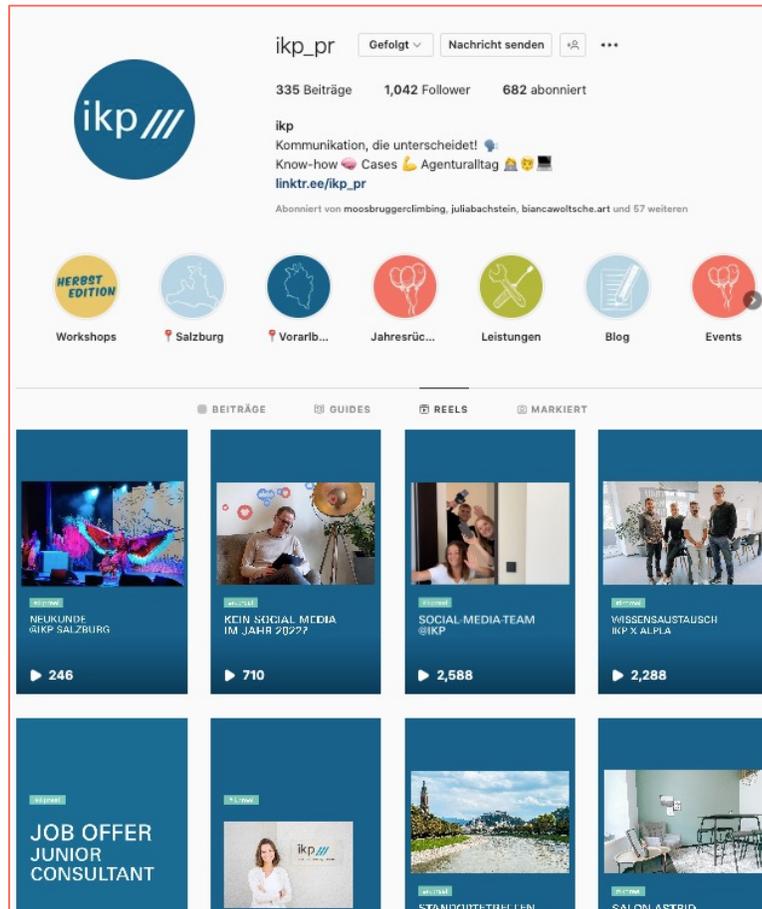
GUIDES

REELS

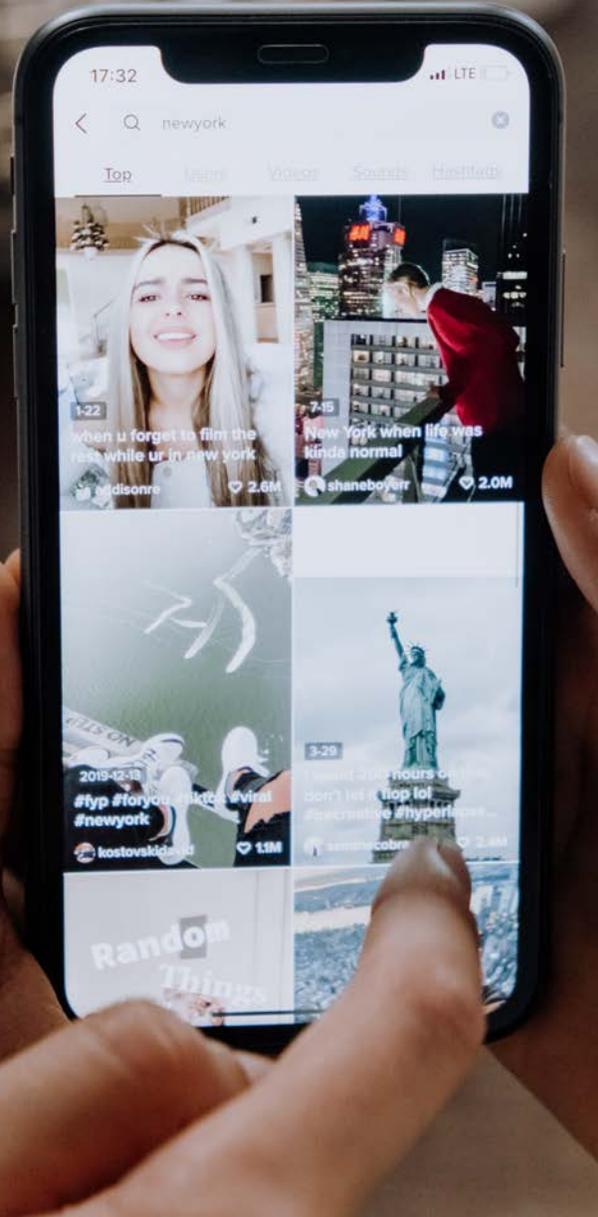
MARKIERT

- ▶ Instagram fasst alle Videoaktivitäten unter dem neuen Namen Instagram Reels zusammen.
- ▶ Dazu zählen also kurze Videos, Videos mit einer Länge von mehr als 60 Sekunden und bis zu einer Stunde sowie Live-Videos.
- ▶ Der Zugriff erfolgt über die eigene Seite.
- ▶ Die Videos sind aber auch im regulären Feed zu sehen.

# Instagram Reels



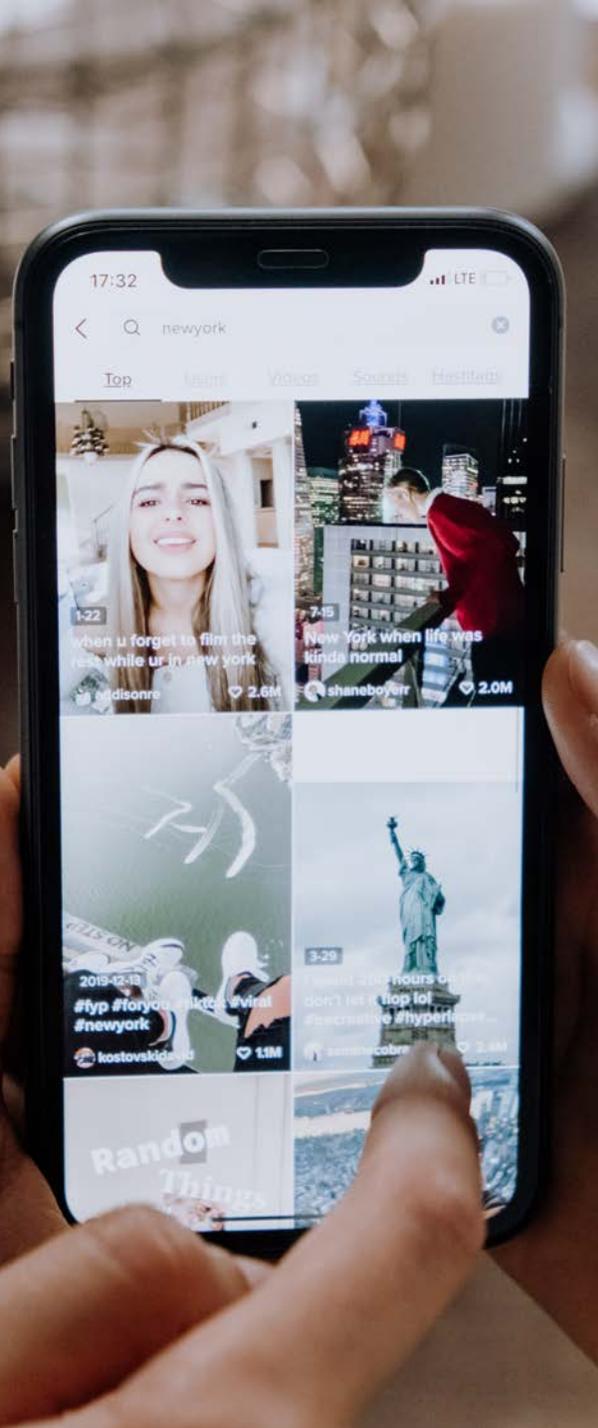
# Instagram Reels



- ▶ Das Feature gibt es seit dem Frühjahr 2020
- ▶ Lustige und unterhaltsame Shortclips
  - ▶ In der Regel 10-30 Sekunden lang.
  - ▶ Höchstens 60 Sekunden
  - ▶ Format 9:16
- ▶ Das Feature basiert auf der Struktur der chinesischen App TikTok.
- ▶ Diese Videooption liegt neben der Story- und Live-Kamerafunktion.
- ▶ Den Videos können kreative Effekte, Sticker, Musik und Texte beigefügt werden.
  - ▶ Keine eigene Musik hochladen, sondern die vorhandene Bibliothek verwenden.
  - ▶ Nicht jeder Account kann alle Musikstücke verwenden.
  - ▶ Reels sind das schnellst wachsende Feature von Instagram.
- ▶ Reels sind das schnellst wachsende Feature von Instagram.

# Instagram Reels

- ▶ Live @ Instagram
- ▶ Wo finde ich Reels
- ▶ Wie suche ich nach Reels





Trends  
werden Inhalte



# Trends kurz erklärt

- ▶ Soziale Medien sind schnelllebig & ständig im Wandel.
- ▶ Sie spiegeln die gesellschaftliche Entwicklung wider & definieren so die Medienbranche stetig neu.
- ▶ Folglich können aus Themen, die die Gesellschaft und vor allem die Tech-Branche beschäftigen, Trends werden.
- ▶ Inhalte jeglicher Art sollten kurz und knackig gehalten werden.
- ▶ Sind Beiträge zu lang oder kompliziert, schalten die Nutzer\*innen gedanklich ab.
- ▶ Weil die Aufmerksamkeitsspanne bekanntlich sehr niedrig ist, müssen Beiträge möglichst prägnant sein.
- ▶ Inhalte sind, kurzlebig sowie vergänglich = es entsteht ein exklusiver Charakter.
- ▶ Daher konsumieren User\*innen Inhalte eher, wenn sie schon morgen womöglich nicht mehr zugänglich sind.



# Trends kurz erklärt

- ▶ Kreative Formate, Updates & neue Inhalte werden zwar konsumiert, aber vor allem Trends sind der heiße Scheiß.
- ▶ Warum? Menschen sind bequem und vor allem Gewohnheitstiere.
- ▶ Das ist keine Neuigkeit, aber genau diese Bequemlichkeit schlägt sich auch im Social-Media-Konsum nieder.
- ▶ Bei Trends wissen wir genau was passiert.
- ▶ Trotzdem bleiben User\*innen offen für kreative Abweichungen oder neue Interpretationen.



# Trends

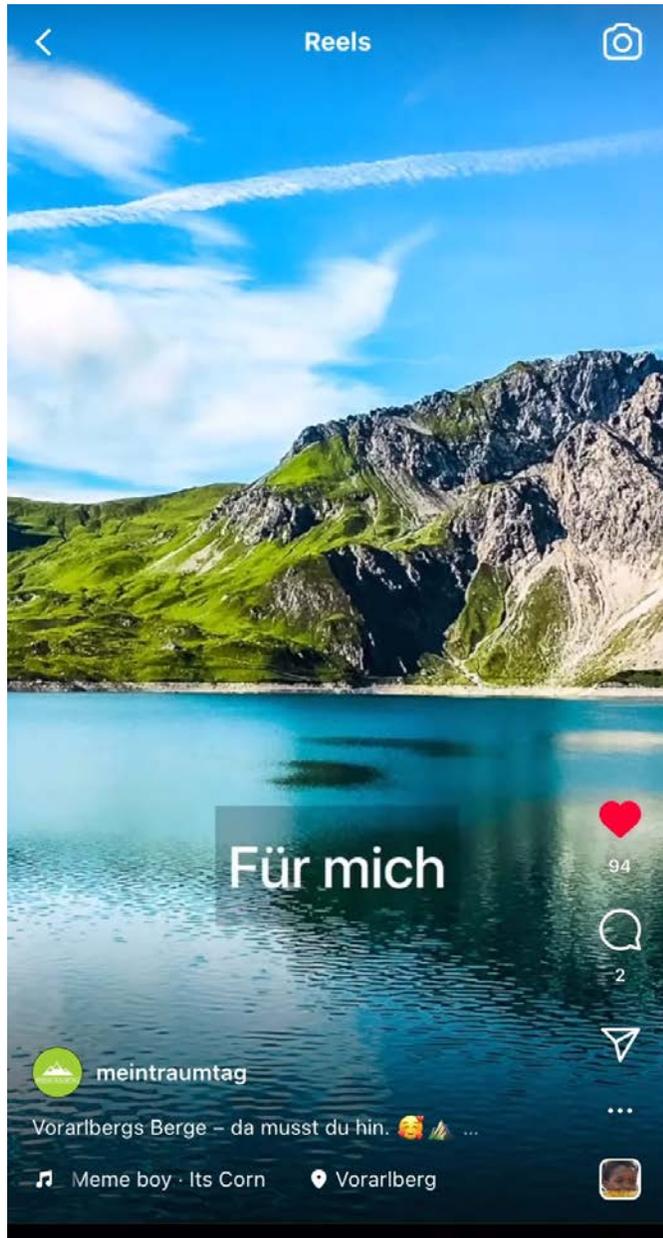
## kurz erklärt

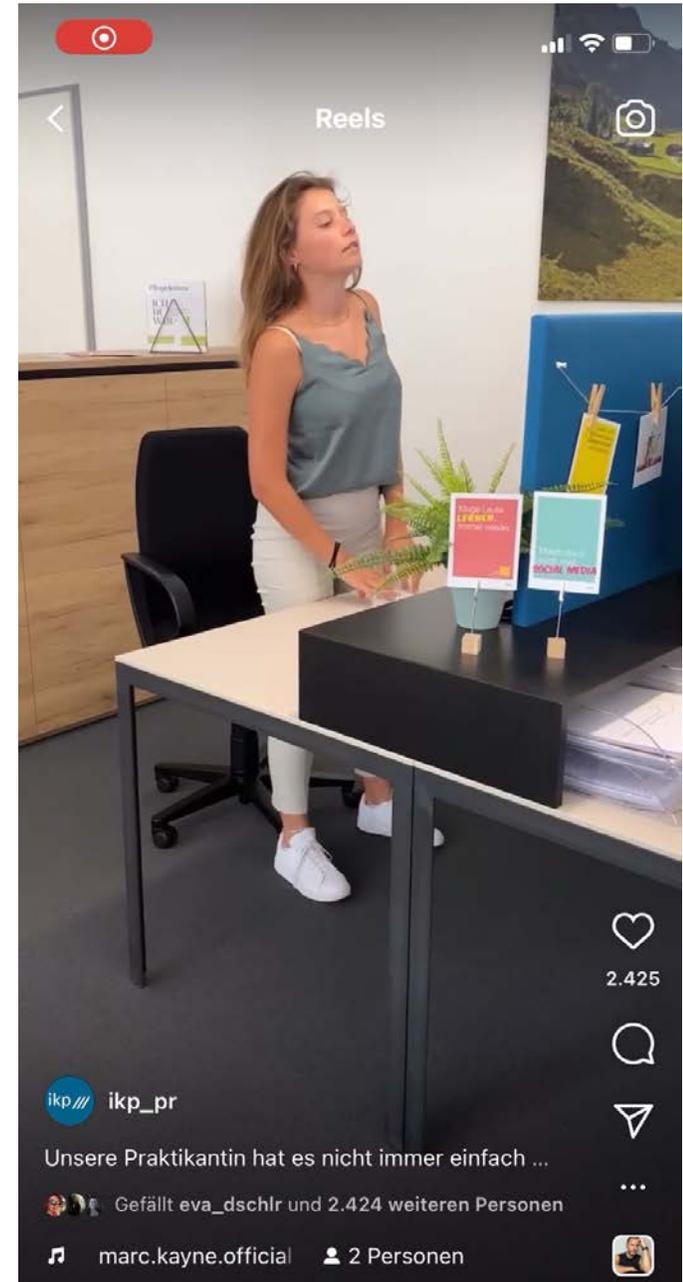
- ▶ Funktionen und Plattformen im Bereich der sozialen Medien, welche vergleichsweise häufig genutzt wurden.
- ▶ Zum Beispiel:
  - ▶ Filter
  - ▶ Memes
  - ▶ Kampagnen
  - ▶ Hashtags
  - ▶ Challenges
  - ▶ Plattformen wie TikTok, Snapchat, Instagram
  - ▶ Typen von Content: Videos, Postings
  - ▶ Mode/Kultur/Sport/Gesellschaft etc.
  - ▶ Aktuelle Ereignisse
  - ▶ Musik

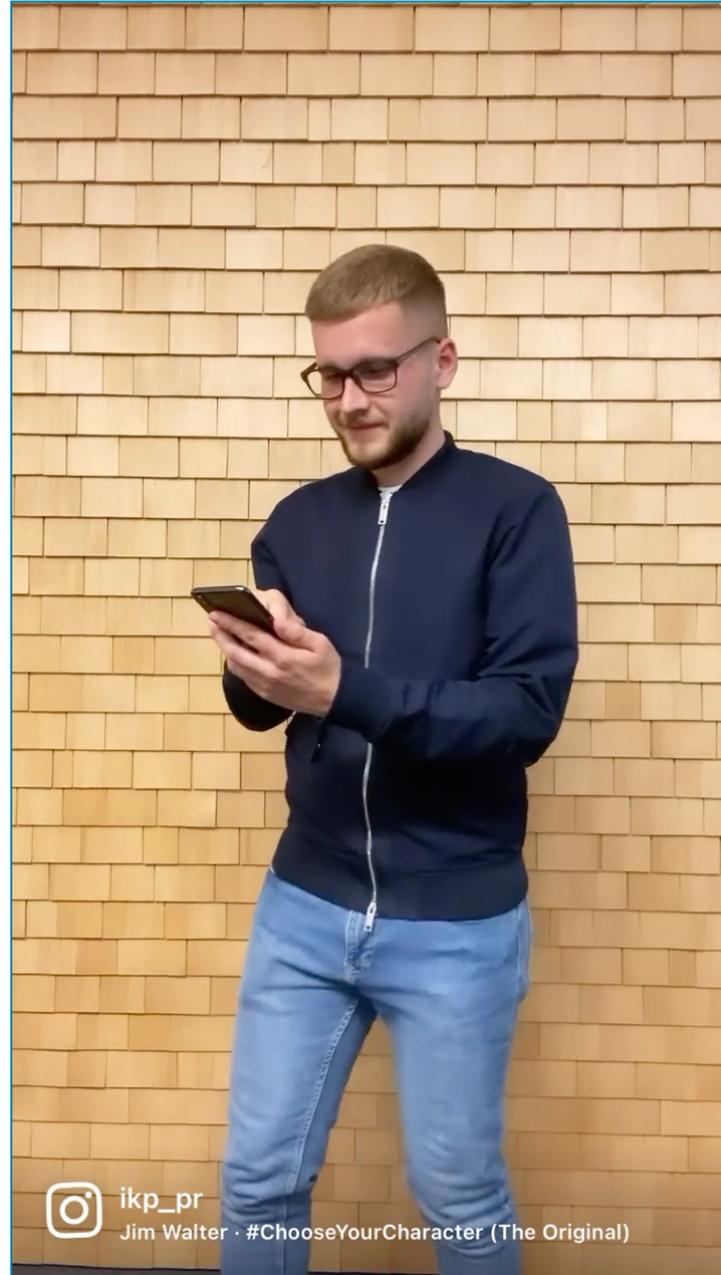


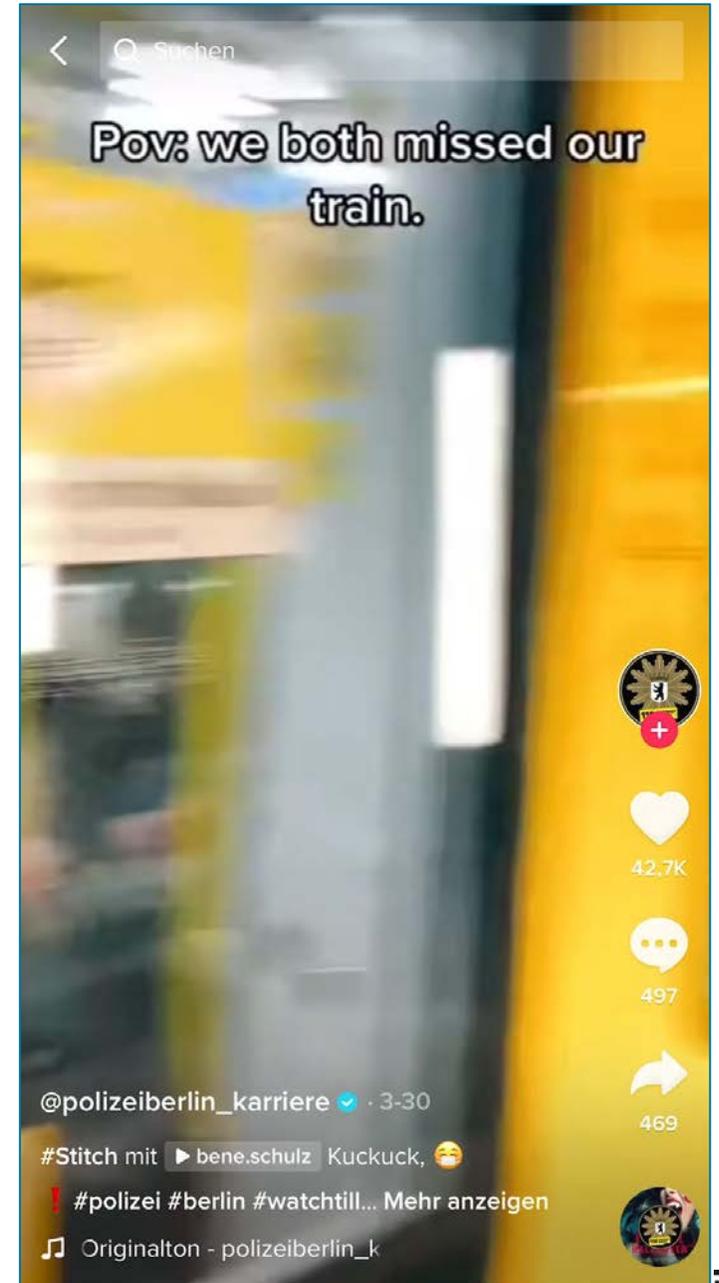
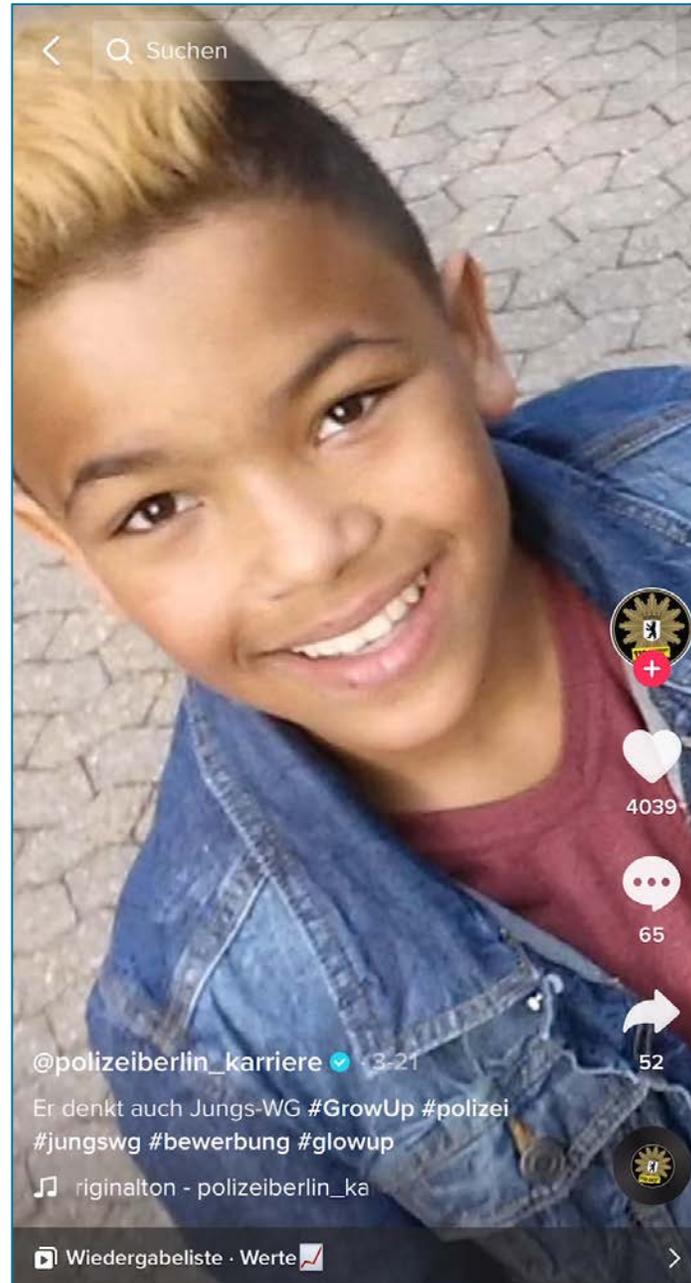
# Trends entstehen aus Musik

- ▶ Fast jeder Trend wird durch trendige Musik besonders hervorgehoben
- ▶ Remixes spielen dabei eine wichtige Rolle
- ▶ Videos bei denen die Bewegung zur Musik passt bzw. die Akteur\*innen das darstellen, was im Lied gesungen wird, kommen besonders gut an
- ▶ Künstler\*innen wie Olivia Rodrigo, Måneskin oder Harry Styles erlebten durch TikTok einen Boom, wie noch nie zuvor





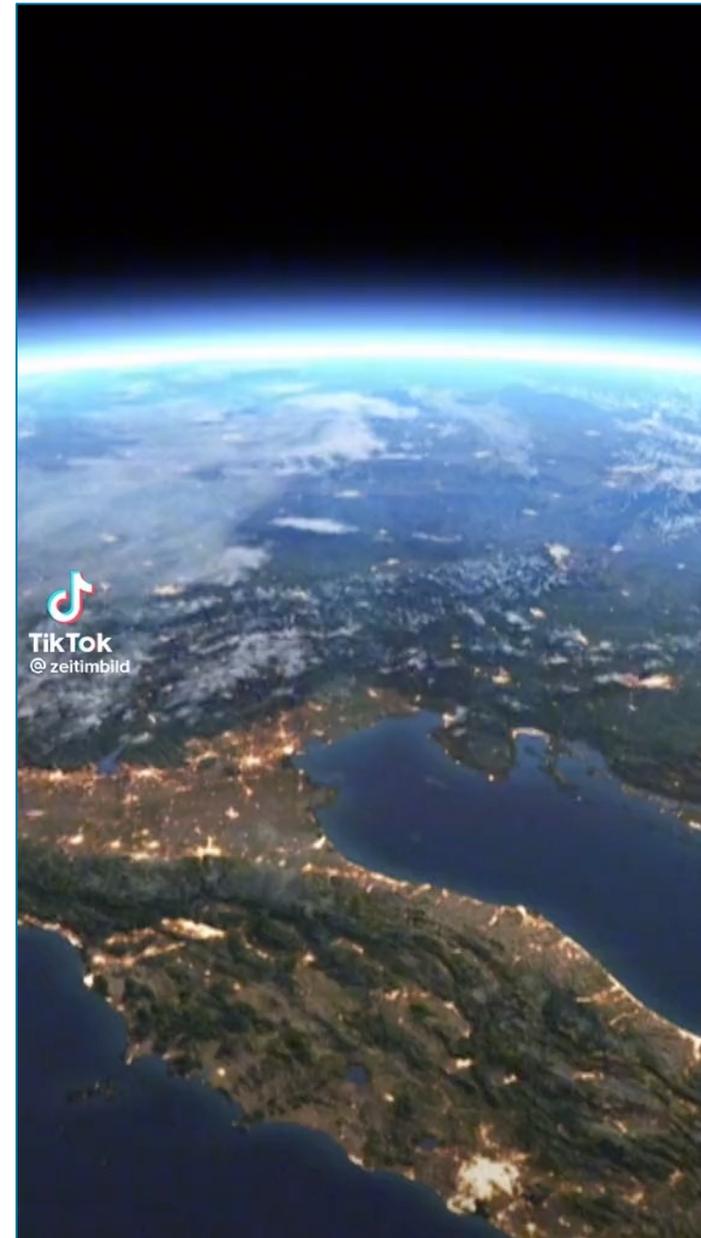






# Trends entstehen auch aus Bewegungen

- ▶ Natürlich zeigen sich auf TikTok immer noch Musically Nutzer\*innen der ersten Stunde
- ▶ Dadurch werden Kanal und Inhalte oft belächelt
- ▶ Dennoch machen TikTok-Tänze auch Trends und können bestens auf die eigenen Produkte umgelegt werden







# Aus Trends werden Inhalte

## Wie erkenne ich Trends?

- ▶ Ganz einfach auf den Social Media Plattformen selber.
- ▶ Es ist wichtig die Plattformen, die man beruflich oder für Kunden bespielt, auch selber zu nutzen.
- ▶ Trendende Hashtags
- ▶ Medienberichte
- ▶ Trend-Recherche



# Aus Trends wird Content

## Wie wird aus einem Trend guter Content?

- ▶ Schnell & flexibel sein
  - ▶ Ein Trend hält sich meist nicht länger als 1-2 Wochen
  - ▶ Danach ist er wieder „out“ & der nächste steht in den Startlöcher
  - ▶ Heute noch „in“, morgen schon wieder „Schnee von gestern“
- ▶ Wie kann ich das Thema, den Inhalt auf mein Unternehmen umbauen
  - ▶ Kreativität & Querdenken ist gefragt
- ▶ Passt das Thema zu mir & meiner Community?
  - ▶ Bitte unterschätze nicht den Humor deiner Follower \*innen
- ▶ Passt der Trend zu meiner Plattform
  - ▶ Ein TikTok Trend funktioniert auf Instagram, aber nicht auf Facebook



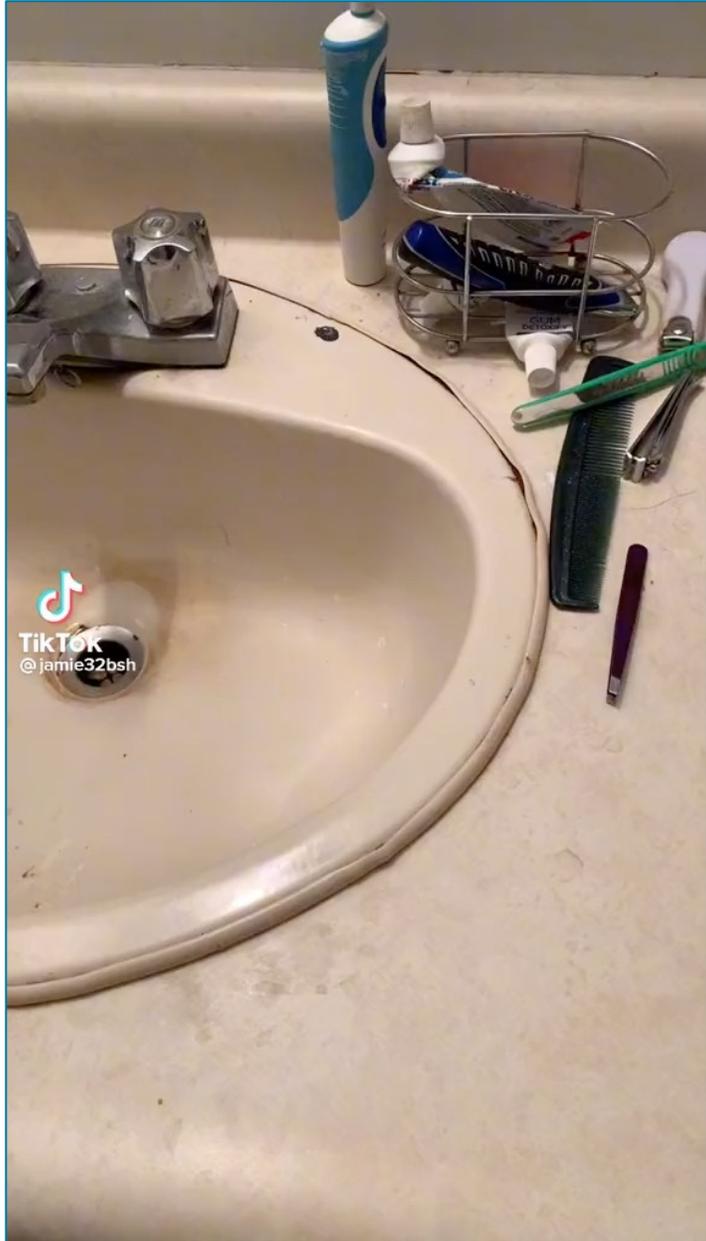
# Trend

## BadezimmerBoy

- ▶ TikTok User jamie32bsh veröffentlicht ein Video aus seinem Badezimmer und tanzt zu eine Remix von Nelly Furtados Hit „Say It Right“
- ▶ Das Video bekommt über 34.4 Mio Likes und hat 251.4 Mio Aufrufe

### Der Trend

- ▶ User\*innen „stichen“ bzw. interagieren auf das Video





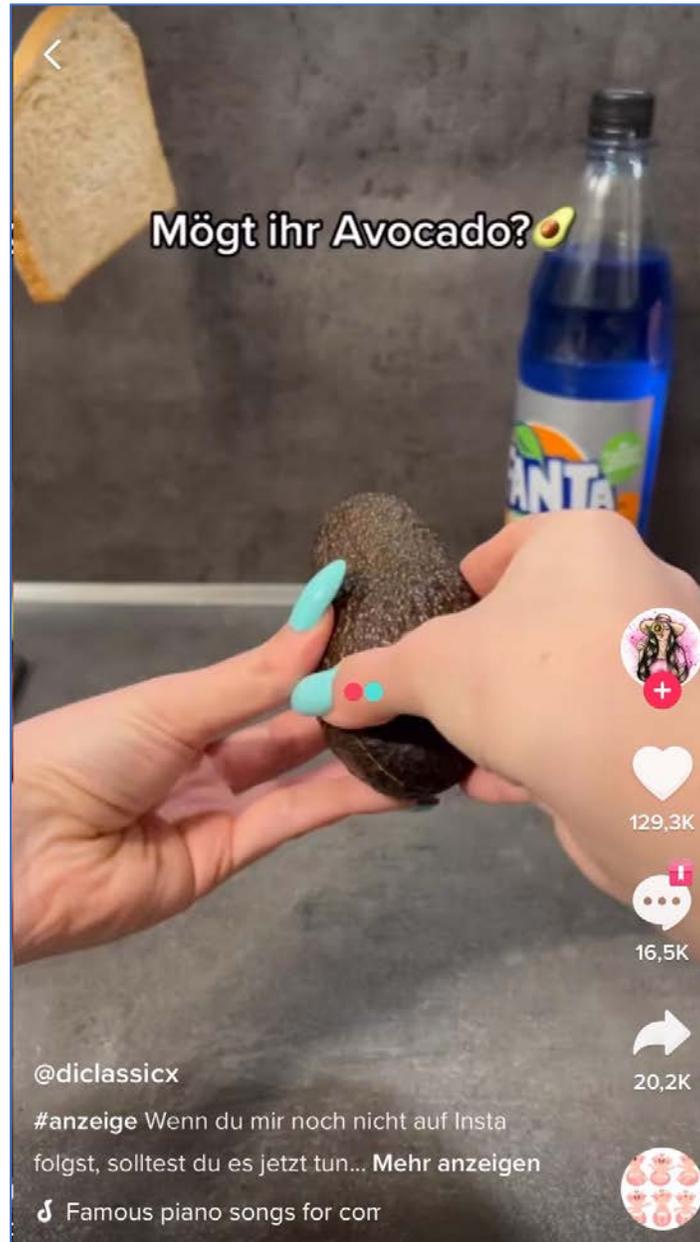
# Trend

## Avocado

- ▶ TikTok Userin dieclassixx veröffentlicht ein Video bei in dem sie eine Avocado zubereitet
- ▶ Ihre Art von Content ist sehr humorvoll und mehr Comedy als Realität
- ▶ Sie provoziert gern mit Aussprache und der Zubereitung
- ▶ Ihr „Avocado-Video“ hat über 3,5 Mio Aufrufe

### Der Trend

- ▶ User\*innen „stichen“ bzw. interagieren auf das Video
  - ▶ Sie beschweren sich über die Aussprache
  - ▶ Machen lustige Antworten



Mögt ihr Avocado? 🥑



129,3K



16,5K



20,2K

@diclassicx

#anzeige Wenn du mir noch nicht auf Insta folgst, solltest du es jetzt tun... Mehr anzeigen

🎵 Famous piano songs for corn





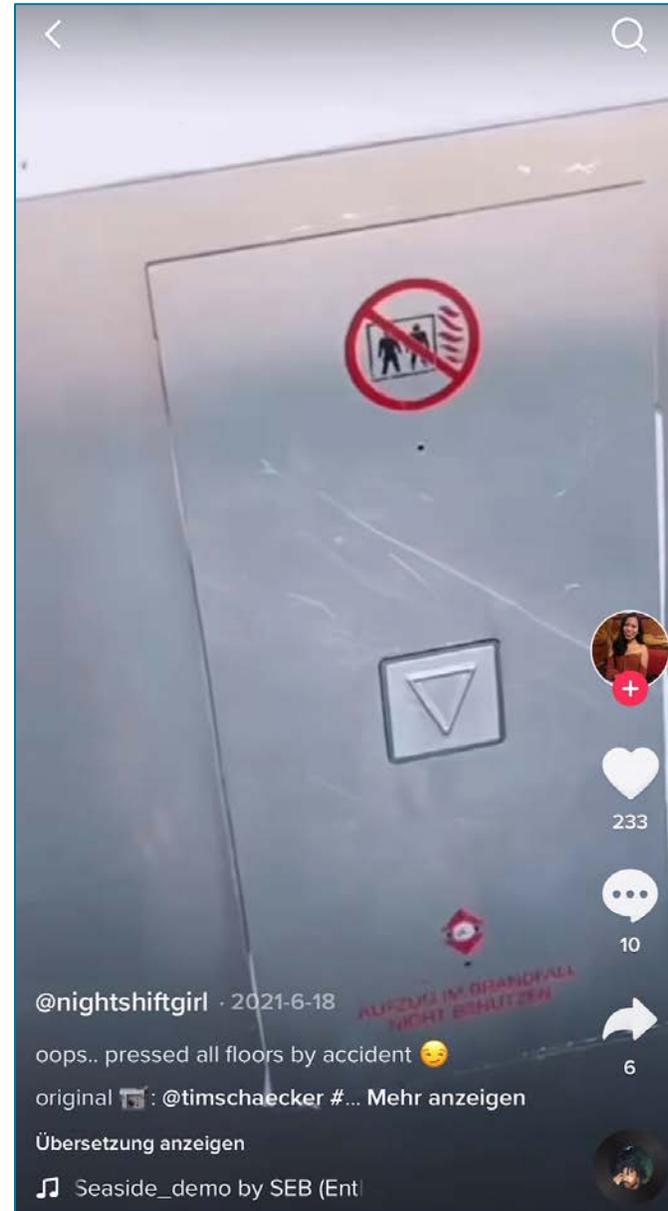
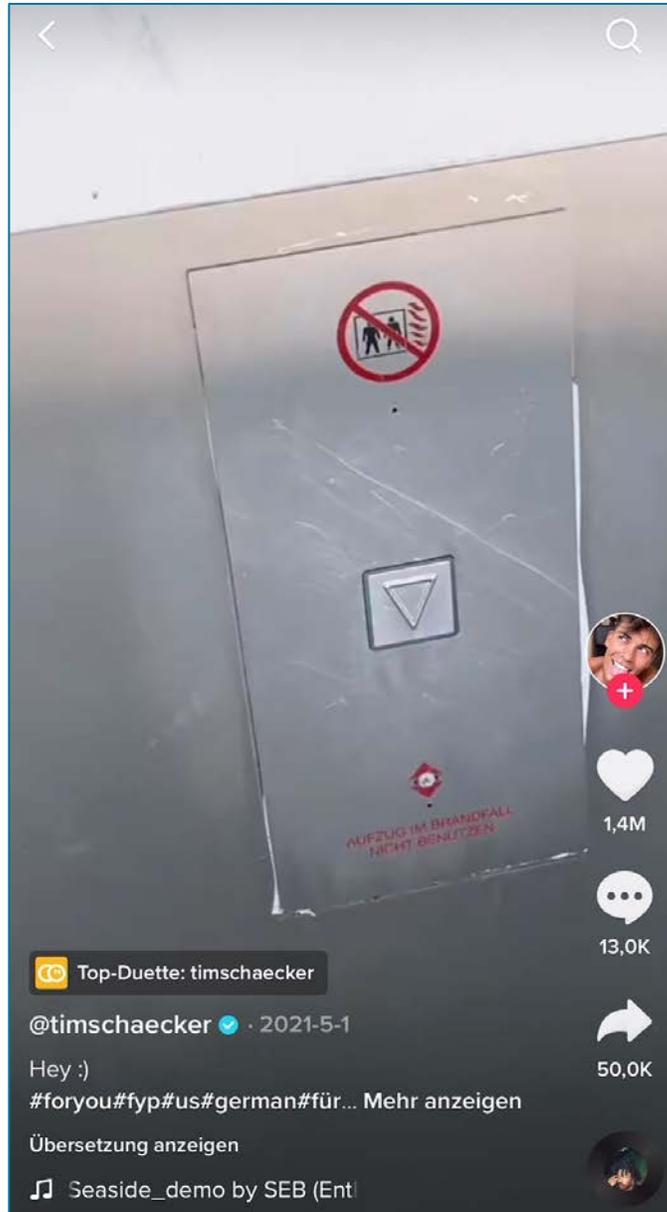
# Trend

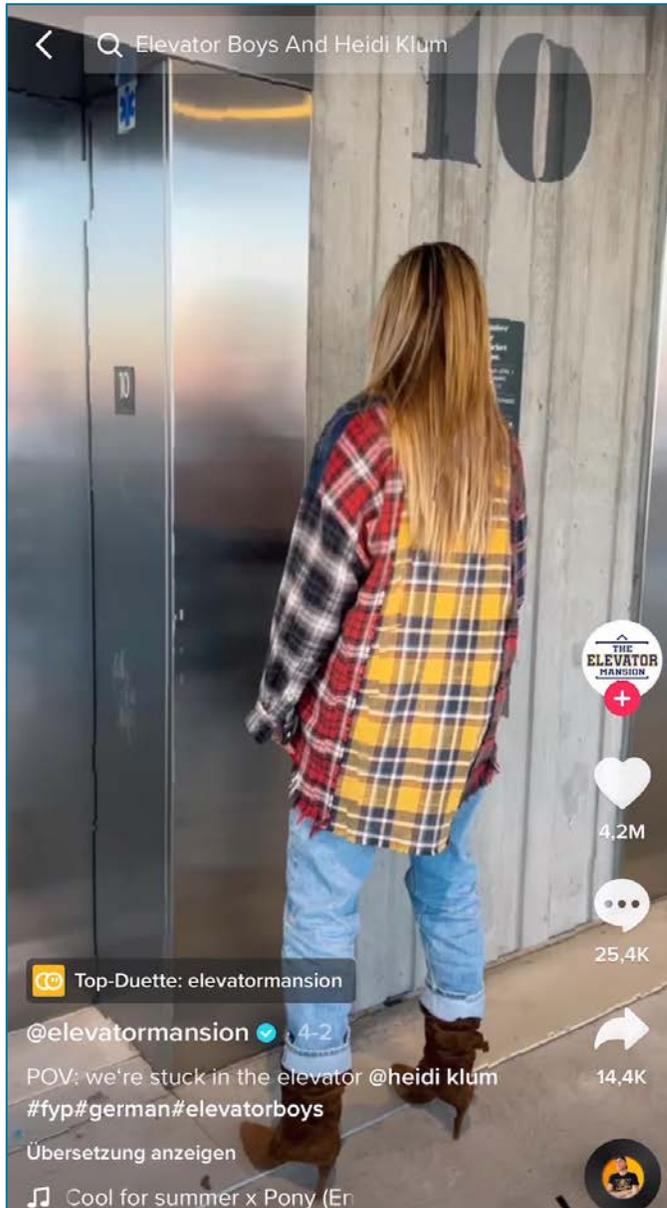
## Elevator Boys

- ▶ Die fünf Jungs aus Deutschland haben mit TikTok-Videos ziemlich schnell Berühmtheit erlangt. Und das nicht nur im deutschsprachigen Raum, denn Bene Schulz, Luis Freitag, Tim Schäcker, Julien Brown und Jacob Rott werden auch in Amerika gefeiert
- ▶ Ihre Content-Idee wurde geboren, als sie eines Tages beschlossen, ein TikTok-Video in einem Parkplatz-Lift zu drehen. Der Grund: Das Licht im Aufzug soll laut den Elevator Boys besonders gut gewesen sein

### Der Trend

- ▶ User\*innen „stichen“ bzw. interagieren auf das Video
  - ▶ Sie drehen Parodien
- ▶ User\*innen hypen die Boys für ihre Videos, ihr Aussehen etc.







# Trend

## My money don't jiggle jiggle, it folds

- ▶ 20 Jahre alter Song von BBC-Journalist Louis Theroux trendet
- ▶ Dokumentarfilmer und Journalist Louis Theroux drehte vor über 20 Jahren seine eigene Serie „Louis Theroux's Weird Weekends“. In einer Folge besuchte er New Orleans. Ein Radio-Interview endete dabei in einem amüsanten Rap Battle
- ▶ Im Februar 2022 sprach er wieder über den Rap in der YouTube-Serie „Chicken Shop Date“ mit Vloggerin Amelia Dimoldenberg. Sie fragte ihn, ob er sich noch an die Zeilen seines Raps erinnern könnte

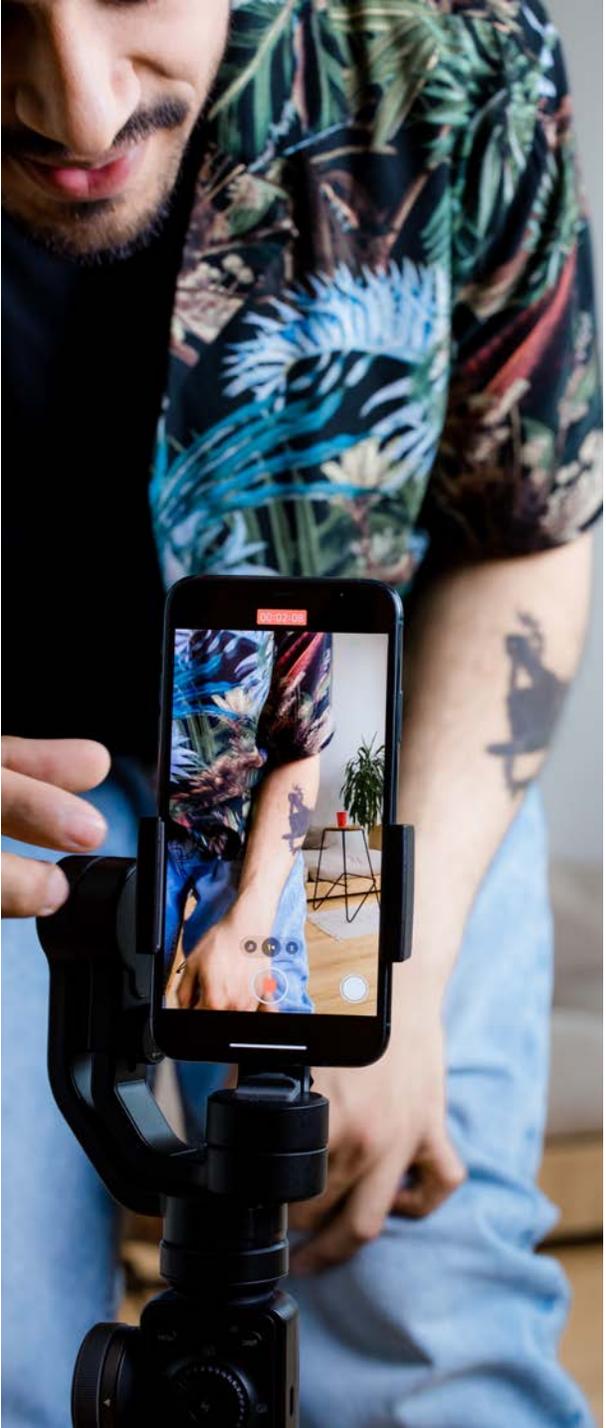
### Der Trend

- ▶ DJ-Duo Duke and Jones aus Manchester veröffentlicht einen Remix von Louis' Rap
- ▶ 51+ Millionen Views, 6+ Millionen Likes
- ▶ User\*innen „stichen“ bzw. interagieren auf das Video



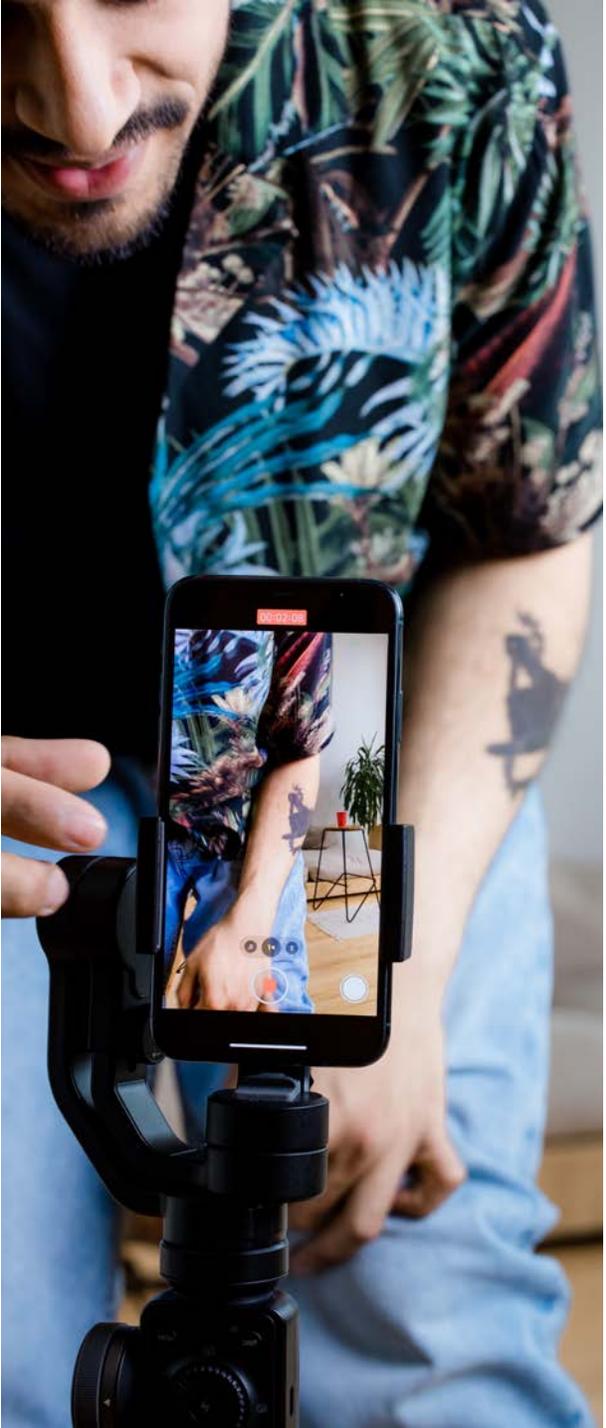


# Tipps & Tricks für Video

A man with a beard and a colorful tropical shirt is shown from the chest up, holding a smartphone mounted on a black gimbal. The phone's screen displays a video recording interface with a red recording indicator at the top and a camera view of the man's arm and hand. The background is a plain, light-colored wall.

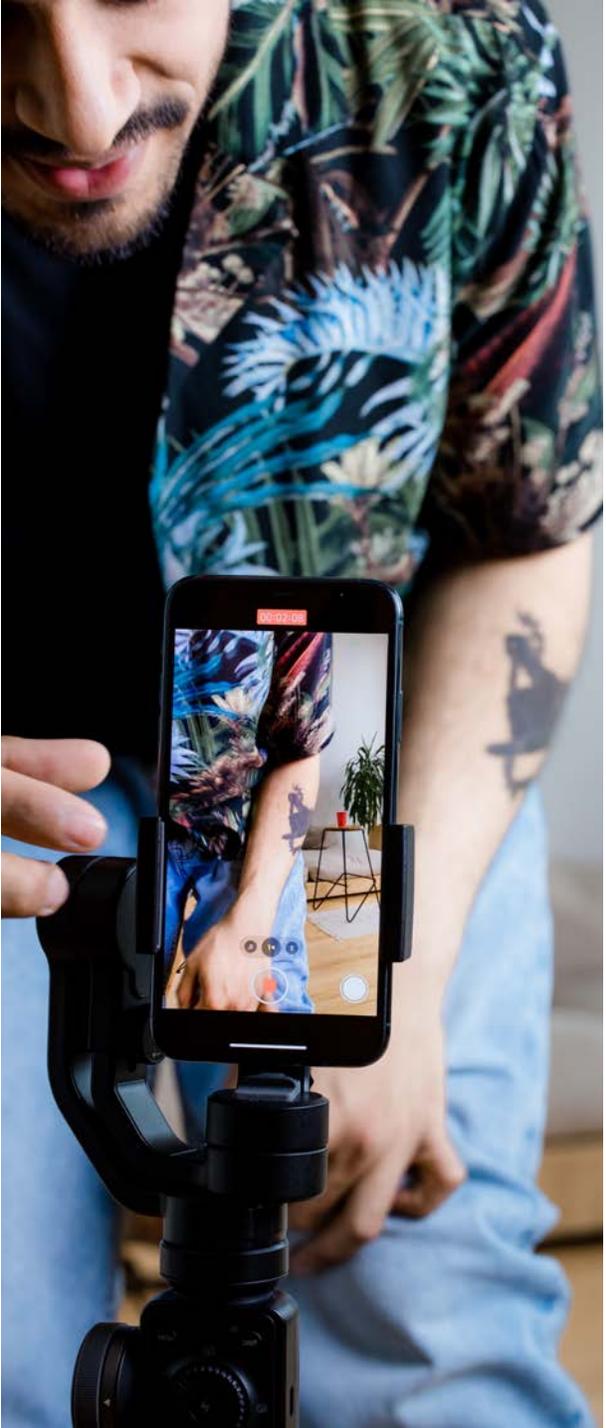
# Tipps & Tricks für Webvideos

- ▶ Qualität (meist voreingestellt bei den neuen Smartphones)
  - ▶ HD-Qualität (1920 x 1080)
  - ▶ MOV- oder MP4-Format
  - ▶ Eine Bildrate von maximal 30 Bildern/Sekunde
  - ▶ Stereoton mit 44.100 Hz
- ▶ Belichtung
  - ▶ Nicht gegen das Licht filmen oder das Licht zu sehr im Rücken
  - ▶ Speziell, wenn eine Person gefilmt wird, denn diese wird so die ganze Zeit geblendet
- ▶ Anzahl & Menge
  - ▶ Je nach Verwendung bzw. ob ein Schnitt gemacht wird
  - ▶ Videos kürzer als 120 Minuten und kleiner als 4 GB



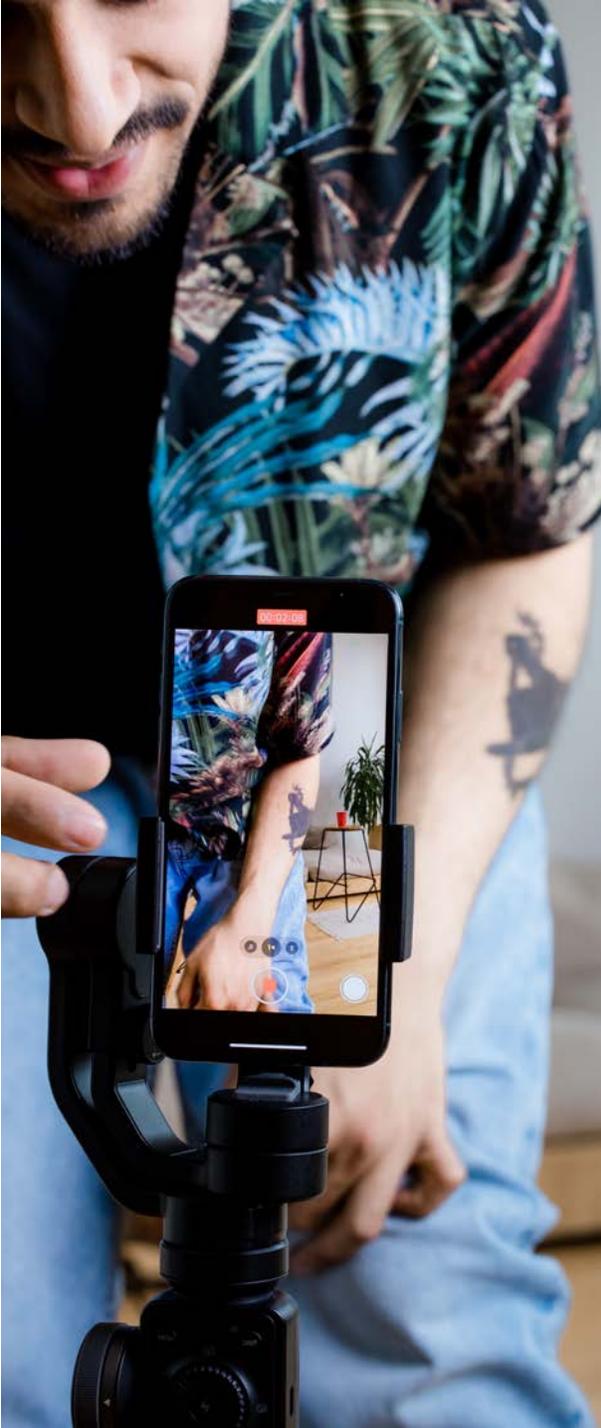
# Tipps & Tricks für Webvideos

- ▶ Kulisse, Hintergrund & Look
  - ▶ Auf Kleidung und Hintergrund achten
    - Keine Muster (kleinkariert, gestreift, gepunktet etc.)
  - ▶ Keinen zu aufgeregt/komplexen/unruhigen Hintergrund wählen
  - ▶ Sich bewegende Objekte können schnell störend wirken. Darf schön oder spannend sein, besser nicht in der Putzkammer
- ▶ Bearbeitung
  - ▶ Zumindest den Anfang und das Ende wegschneiden
    - Klappt auch prima am Smartphone
  - ▶ Mögliche Schnittprogramme
    - Microsoft Movie Maker, Apple iMovie, Adobe PremierePro
- ▶ Freigabe der im Video zu sehenden Personen einholen



# Tipps & Tricks für Webvideos

- ▶ Bewegung
  - ▶ Ruckartige oder schnelle Bewegungen sowie Schwenks vermeiden
    - Besonders beim Filmen mit dem Smartphone fallen Bewegungen später im Video unangenehm auf
  - ▶ Tipp: Auf Arm abstützen, gegen eine Wand lehnen und die Ellenbogen so dicht wie möglich am Körper halten
- ▶ Ton
  - ▶ Während dem Filmen mit dem Smartphone ist der Kameramann\*die Kamerafrau viel näher am integrierten Mikrofon. Reden und Lachen verkneifen!



# Tipps & Tricks für Webvideos

- ▶ Equipment
  - ▶ Externes Mikrofon und Gimbal sind in der Anschaffung nicht all zu teuer und verbessern die Qualität der Aufnahmen extrem
- ▶ Bildausschnitt
  - ▶ Nicht jeder Bildausschnitt eignet sich für jede Situation. Die richtige Mischung macht's. So wirkt das Video interessanter
- ▶ Saubere Linse
  - ▶ Klingt logisch, wird trotzdem oft vergessen

# Tipps & Tricks für Webvideos – Einstellungsgrößen

Mood	Einstellung	Beschreibung	Mood	Einstellung	Beschreibung
	<b>Totale</b>	Person in voller Größe sichtbar; viel Umgebung		<b>Close-up</b>	Gesicht oder anderes Detail sichtbar; vermittelt Emotionen
	<b>Halbtotale</b>	Person ab der Hüfte sichtbar; Umgebung gut zu sehen		<b>Over Shoulder</b>	Ideal, um Gesprächssituationen darzustellen
	<b>Halbnah</b>	Person ab der Brust sichtbar; Interview-Situation(en)		<b>Two Shot</b>	Zwei Personen gleichzeitig in der Halbnahen

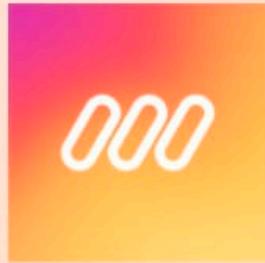
# Tipps & Tricks für Webvideos –Storyboard

<b>2. Wie man Selfies auf verschiedenen Plattformen macht / Choose your Character</b>		
Kategorie	Comedy	
Mood	Idee: <a href="https://www.instagram.com/p/CLHlsqfK7FF/">https://www.instagram.com/p/CLHlsqfK7FF/</a> Ausführung: <a href="https://www.instagram.com/reel/CLWymyrJlul/">https://www.instagram.com/reel/CLWymyrJlul/</a>	
Inhalt	Selfie machen auf verschiedenen Kanälen	
Im Bild	Katharina – Snapchat Dominic – Facebook Simmi – LinkedIn Madlen – Insta	
Message nach außen	Vielfältigkeit ikp, Leistung, Witz, Know-How	

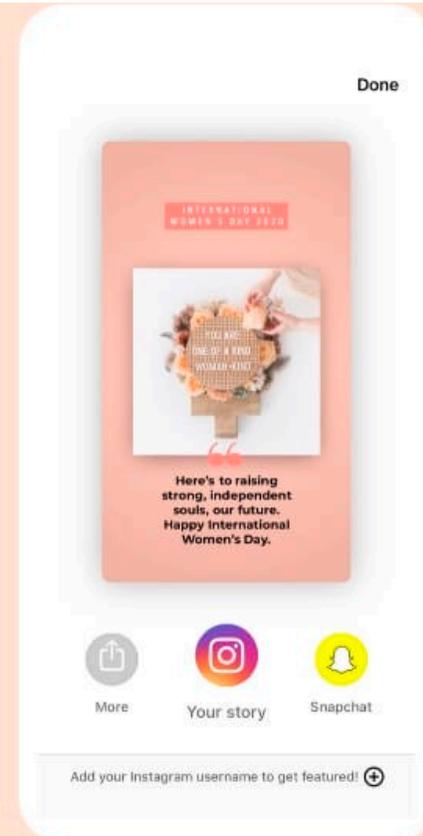
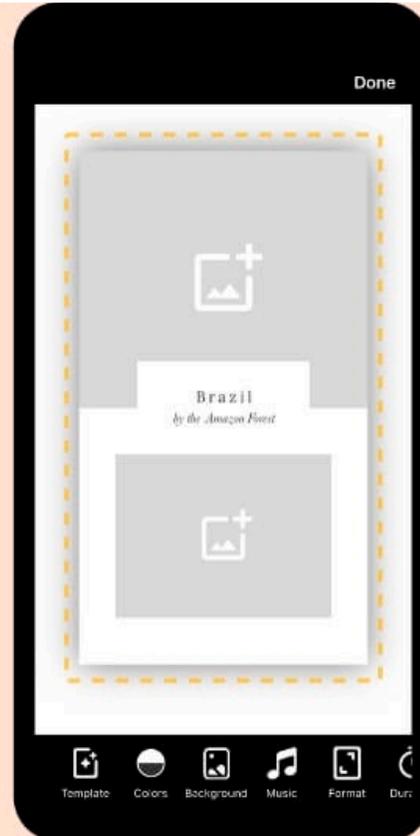
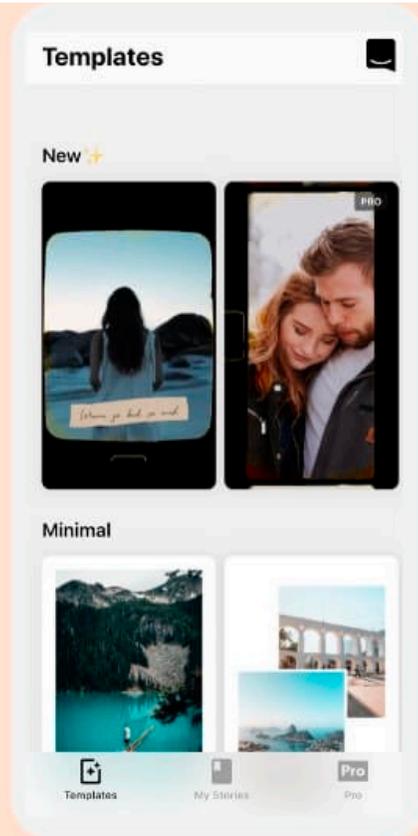


# Das richtige Equipment

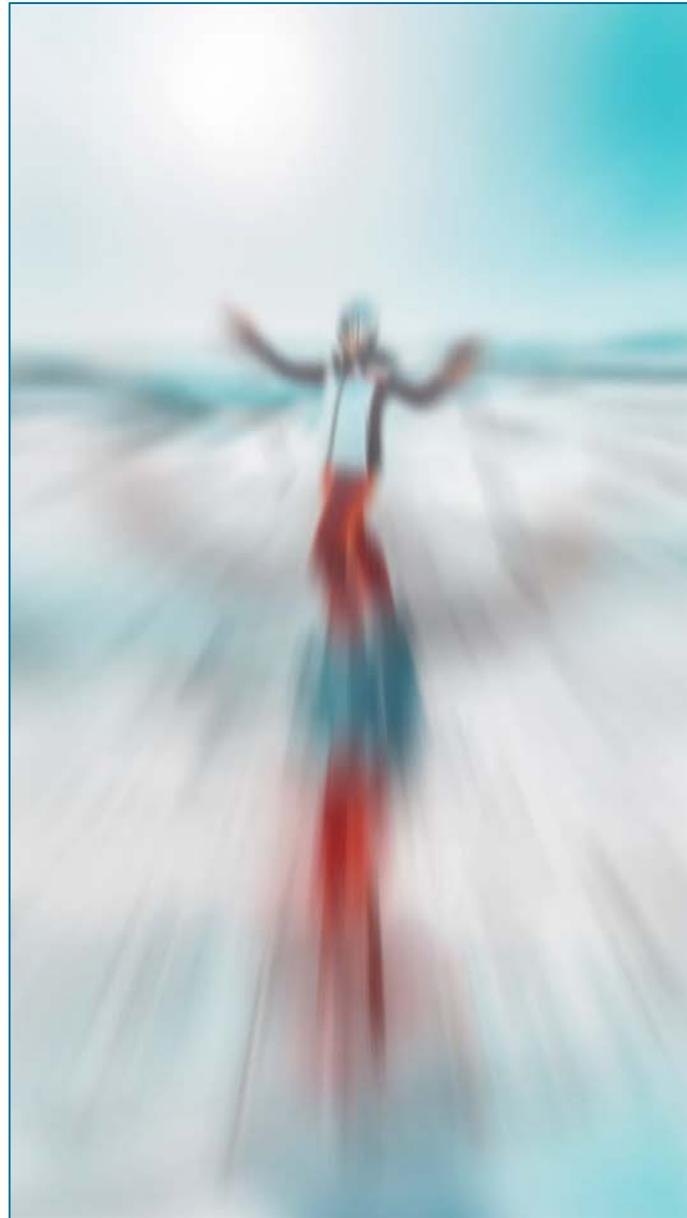
- ▶ Kamera/Smartphone
  - ▶ Für Laien empfehlen sich Smartphones. Je neuer/aktueller das Gerät ist, desto „besser“
  - ▶ iPhone-Kameras funktionieren besonders gut für Social Media (Maße etc.)
- ▶ Stativ/Gimble
  - ▶ Statisch = Stativ
  - ▶ Bewegt = Gimble
- ▶ Licht
  - ▶ Scheinwerfer, Ringlicht, Rig
- ▶ Mikrofon
  - ▶ Für gesprochene Parts immer ein Mikrofon verwenden
  - ▶ Ansteck- oder Handmikrofon
  - ▶ Funk oder Schnur



Mojo









@work

# Inspiration Blasmusik



# Inspiration Blasmusik





# Learning by doing

## Praktische Aufgaben

- ▶ Bildet Teams
- ▶ TikTok/Reel/Short
  - ▶ Geschichte überlegen (Trend, Tanz, Tutorial, Stich etc.)
  - ▶ Drehbuch/Storyboard schreiben
  - ▶ Clips drehen
  - ▶ In VN oder CapCut schneiden
  - ▶ Hochladen und präsentieren
- ▶ Das Siegerteam bekommt einen Preis

LET'S DO IT

# Ihr persönliches ikp Content-Team



**Madlen Dürr** | Junior Beratung, Social Media & Visualisierung

+43 5572 398811-21

[madlen.duerr@ikp.at](mailto:madlen.duerr@ikp.at)



**Katharina Enderle** | Social Media Managerin

+43 5572 398811-15

[katharina.enderle@ikp.at](mailto:katharina.enderle@ikp.at)