



# Webinar

**Schulen und Social Media - wie kann man Plattformen wie TikTok und Instagram sinnvoll nutzen und was muss man dabei beachten?**

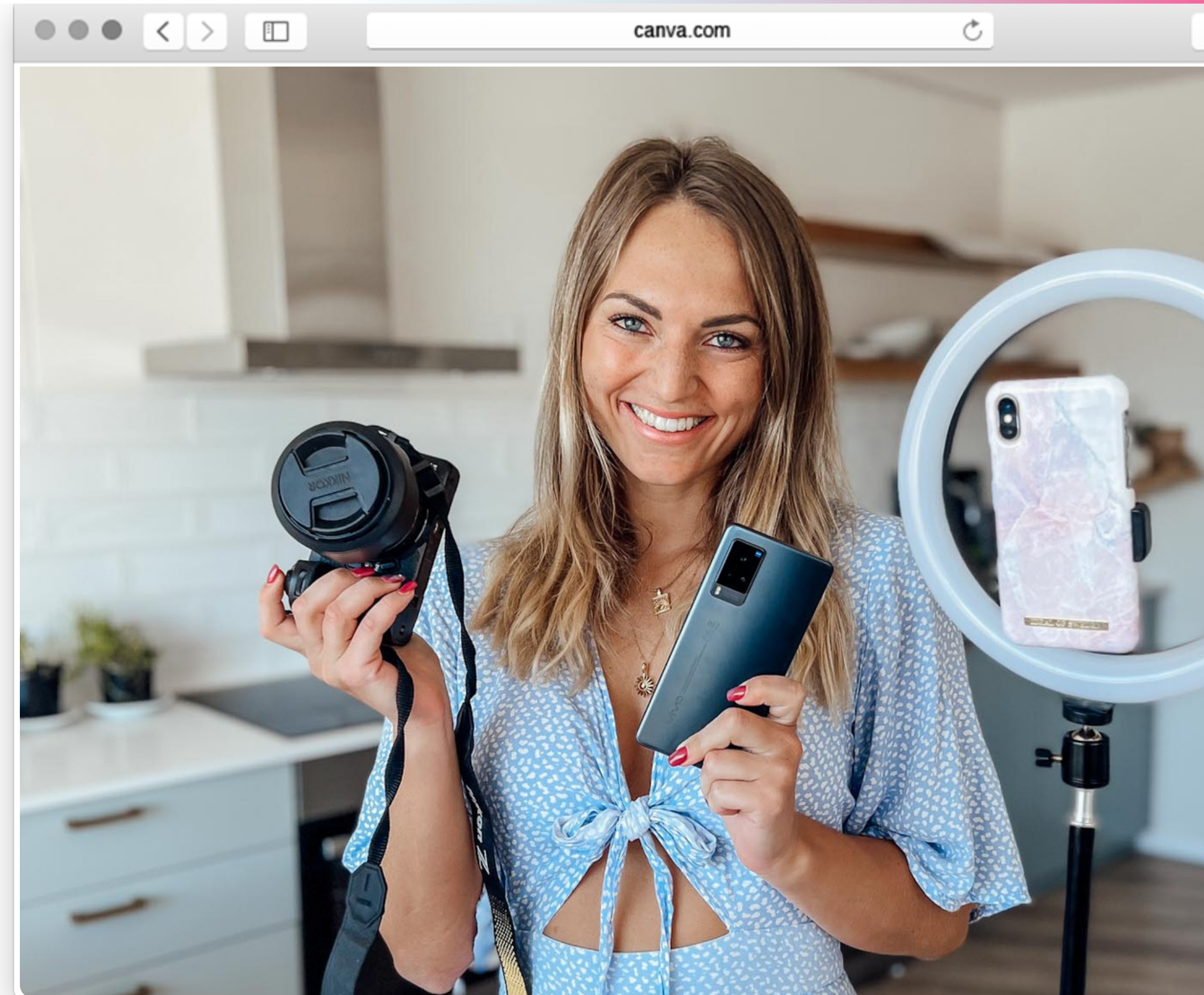


# Agenda

---

Die heutigen Inhalte:

- Teil 1: Basis
  - Vorstellungen
  - Grundfakten TikTok
  - Relevanz in Schulen
  - Content Creation
  - Equipment
  - Auswertung & Optimierung
- Teil 2: Praxis
  - Challenges
  - Übungen

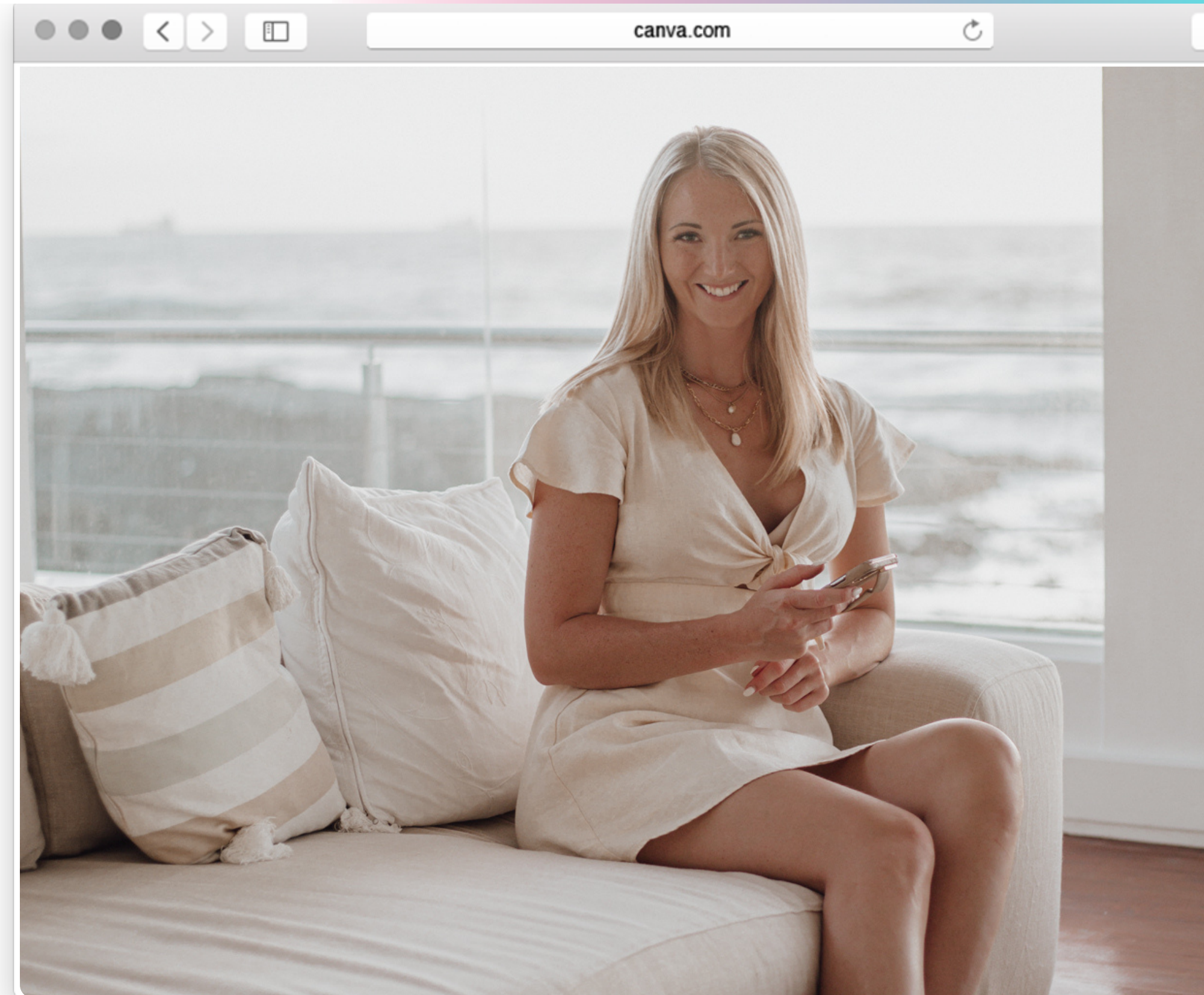


# Linda Lime

---

Linda Baier | 29 Jahre  
Influencerin / Autorin / Content Creatorin  
St.Pölten  
Sportmittelschule  
Lehrerin für Englisch und Sport

Social Media Karriere:  
2016 Instagram / 4 Monate  
2017 Instagram / bis heute  
2020 TikTok  
2021 Top 10 Influencerinnen Österreichs  
2022 erfolgreichsten Hoteltesterin



# Fragen an euch!

---

- Seit wann bist du auf Social Media?
- Welche Apps verwendest du?
- Konsumierst du nur oder kreierst du auch?
- Welche Inhalte speicherst/likest/kommentierst du am meisten?
- Wie viel Zeit verbringst du täglich auf Social Media?

# Aktuelle Situation

Die sozialen Medien, insbesondere Instagram und TikTok, spielen heutzutage eine große Rolle in der Kommunikation und Interaktion der jungen Generation. Daher ist es wichtig, die Relevanz dieser Plattformen für Schulen zu betrachten.

1. Erreichen der Schüler
2. Informationsaustausch
3. Kreative Projekte und Challenges
4. Community-Building
5. Digitale Bildung

# Grundfakten TikTok



**Wer nutzt TikTok bereits aktiv?**

**Was wisst ihr bereits über die Plattform?**

## >> Gut zu wissen

- chinesische App des in Peking ansässigen Unternehmens ByteDance, 2016-18 als Musical.ly bekannt



VS



## ➤ Gut zu wissen

- chinesische App des in Peking ansässigen Unternehmens ByteDance, 2016-18 als Musical.ly bekannt
- TikTok ist seit 2018 das am schnellsten wachsende Social Network
- Monatlich weist TikTok aktuell 1 Milliarde aktive Nutzer auf und ist damit schon gleich auf mit Instagram



VS





## ➤ Gut zu wissen

- chinesische App des in Peking ansässigen Unternehmens ByteDance, 2016-18 als Musical.ly bekannt
- TikTok ist seit 2018 das am schnellsten wachsende Social Network
- Monatlich weist TikTok aktuell 1 Milliarde aktive Nutzer auf und ist damit schon gleich auf mit Instagram
- hat die jüngsten Nutzer aller Social Networks - 41% sind zwischen 16 und 24 Jahren alt
- Viele Songs, die wir in den Charts hören, sind ursprünglich über TikTok bekannt geworden.



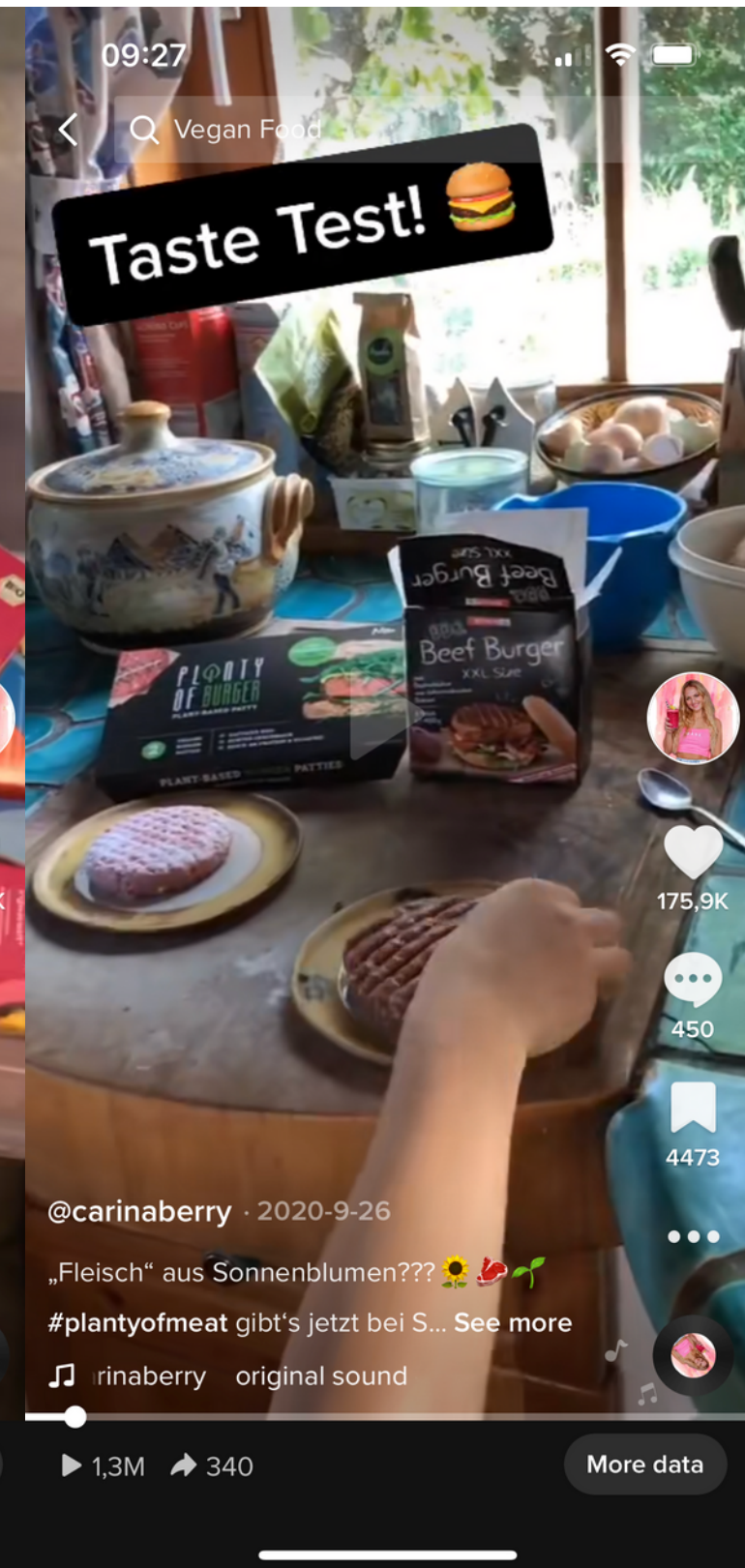
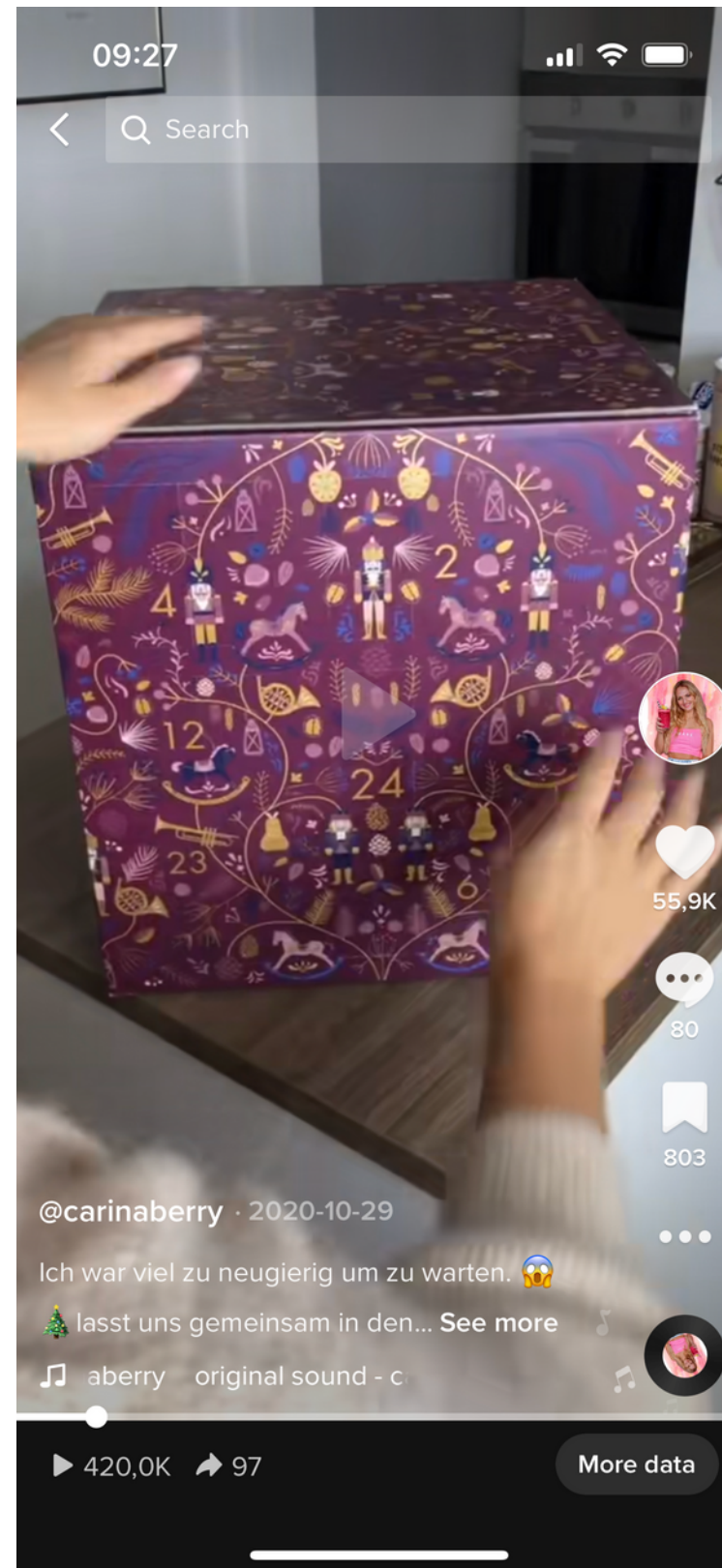
VS





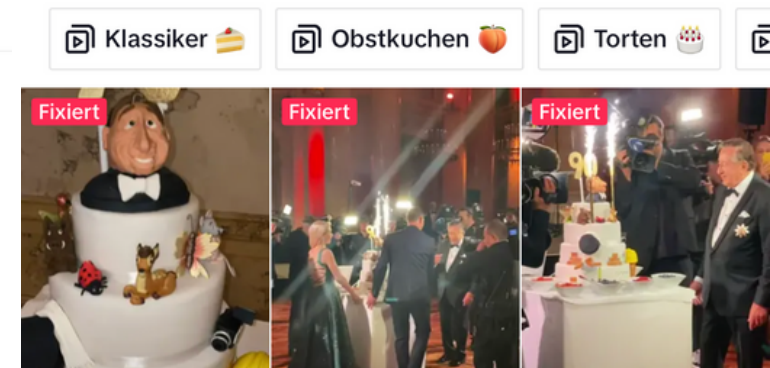
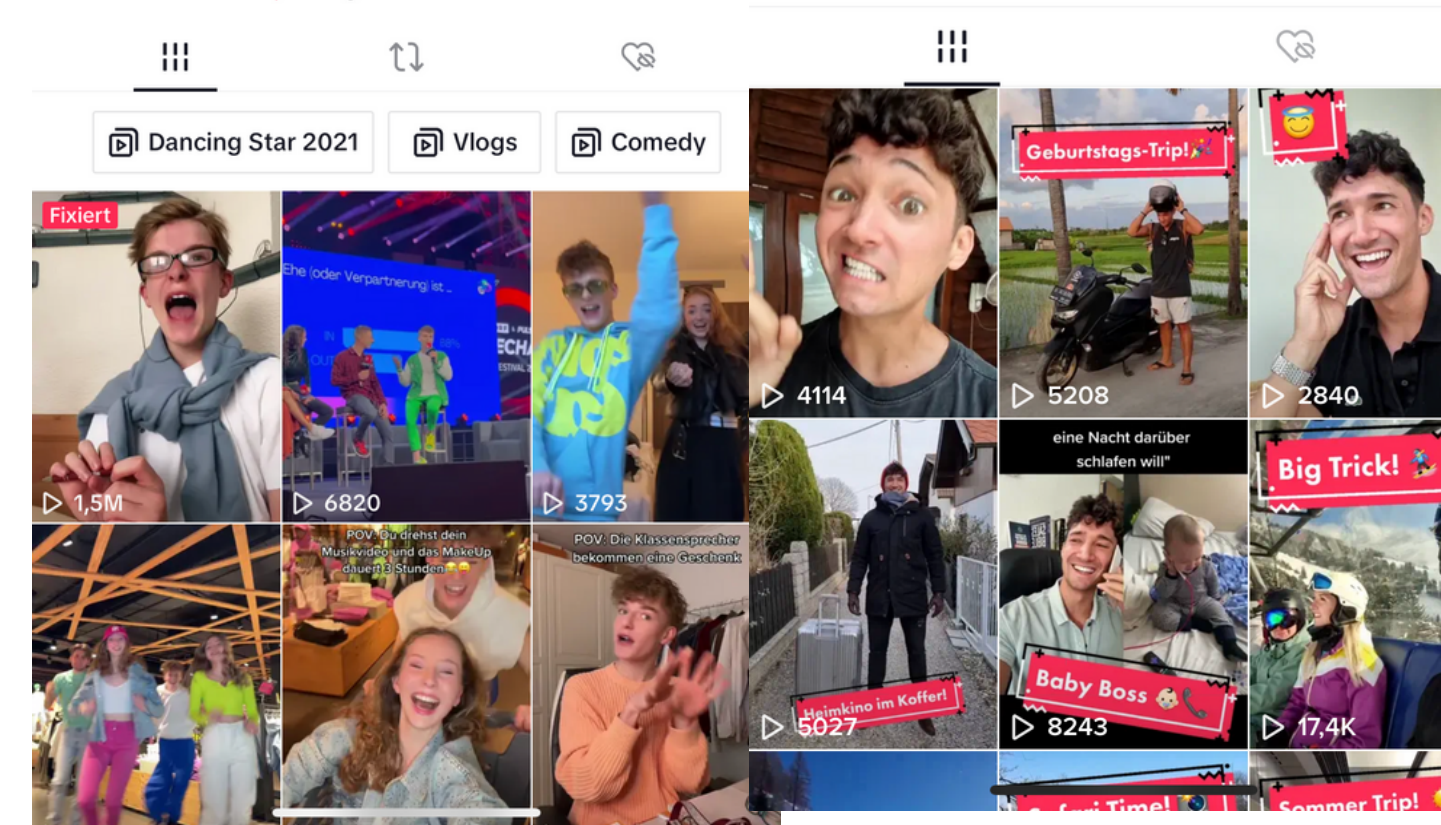
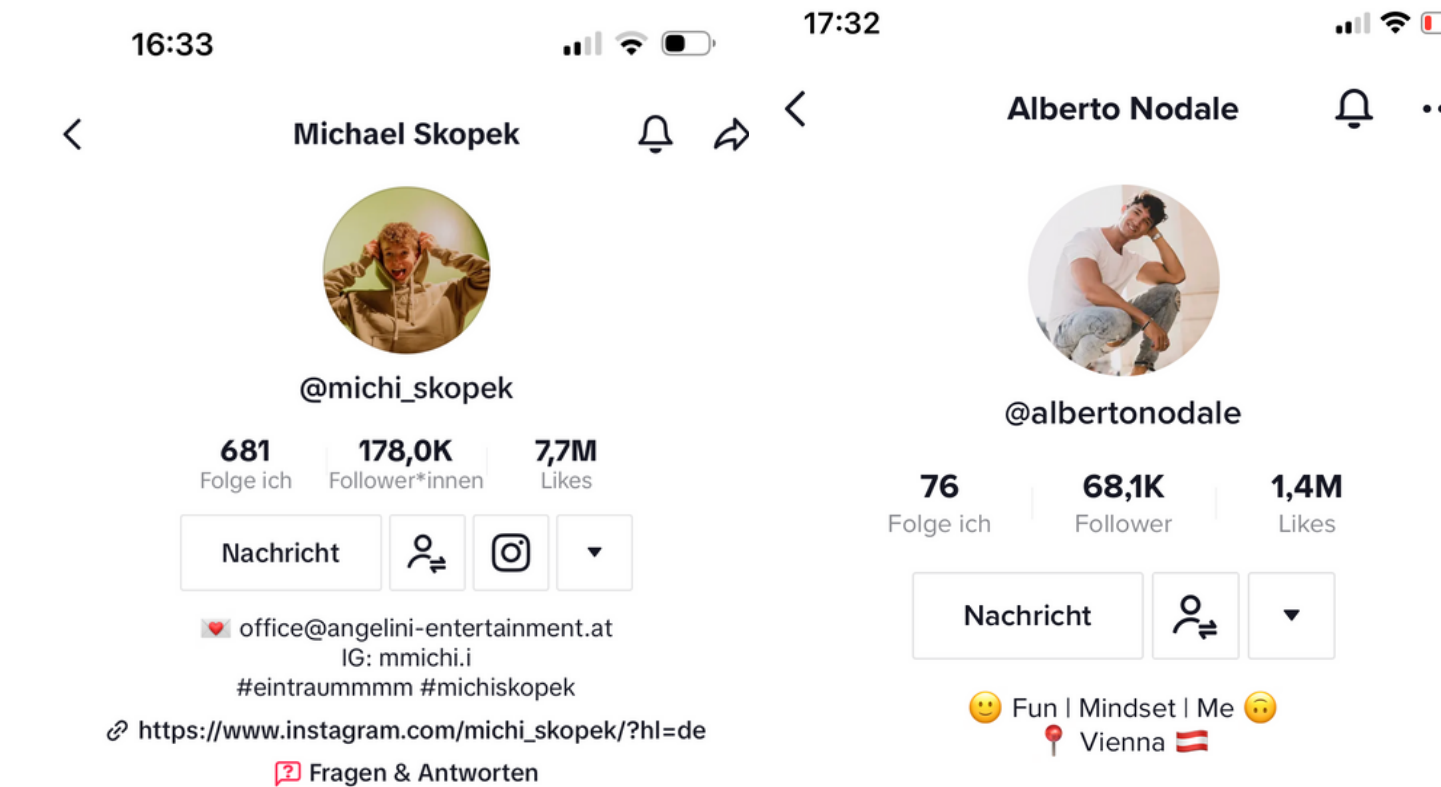
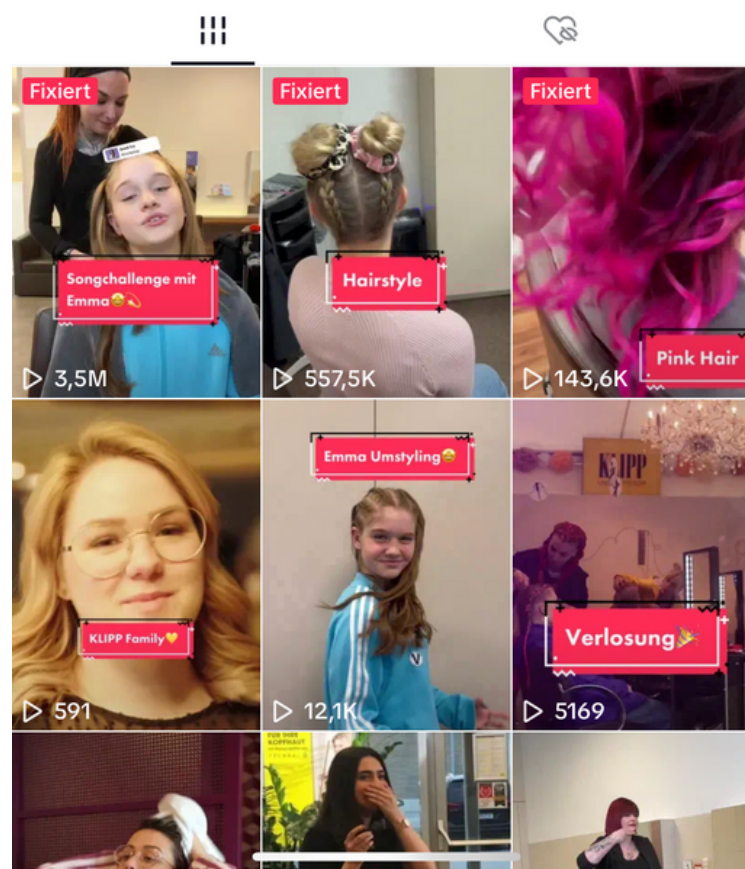
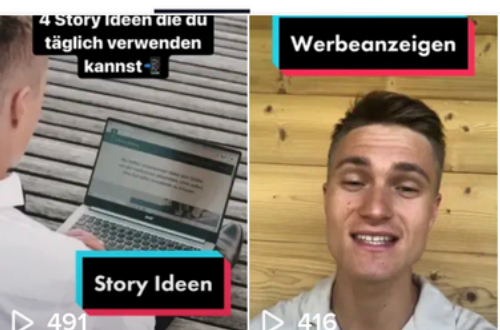
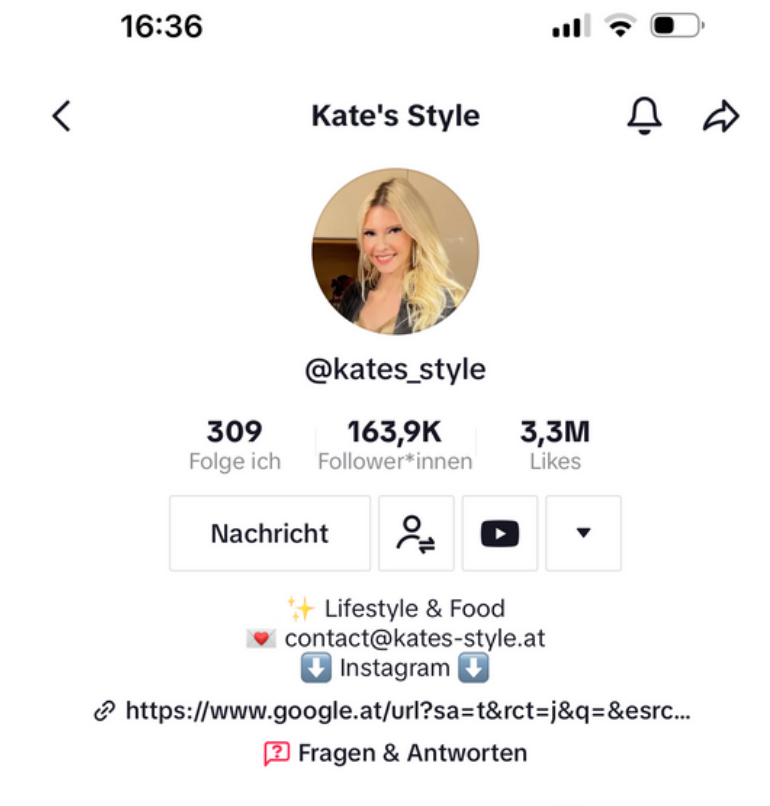
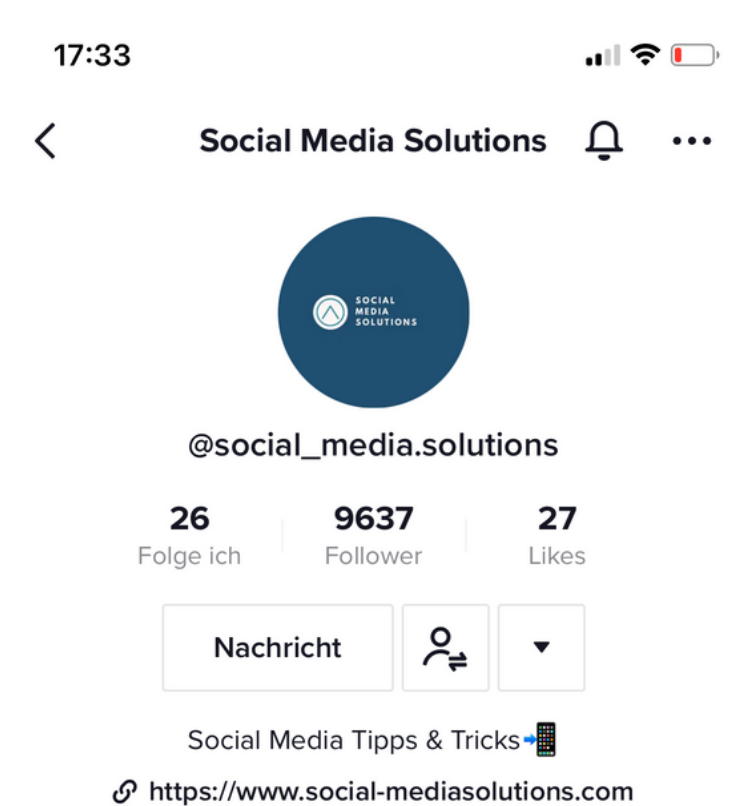
# Brand Beispiele

1. Jetzt hat man als Schule/ Unternehmen auf TikTok noch einen First Mover Vorteil
2. Es gibt noch nicht viele Schulen die TikTok effektiv nutzen
3. Wenn man jetzt beginnt ist man anderen Voraus



# Coaching Beispiele

- Wir haben schon viele Accounts aufgebaut
- Man kann TikTok verstehen lernen



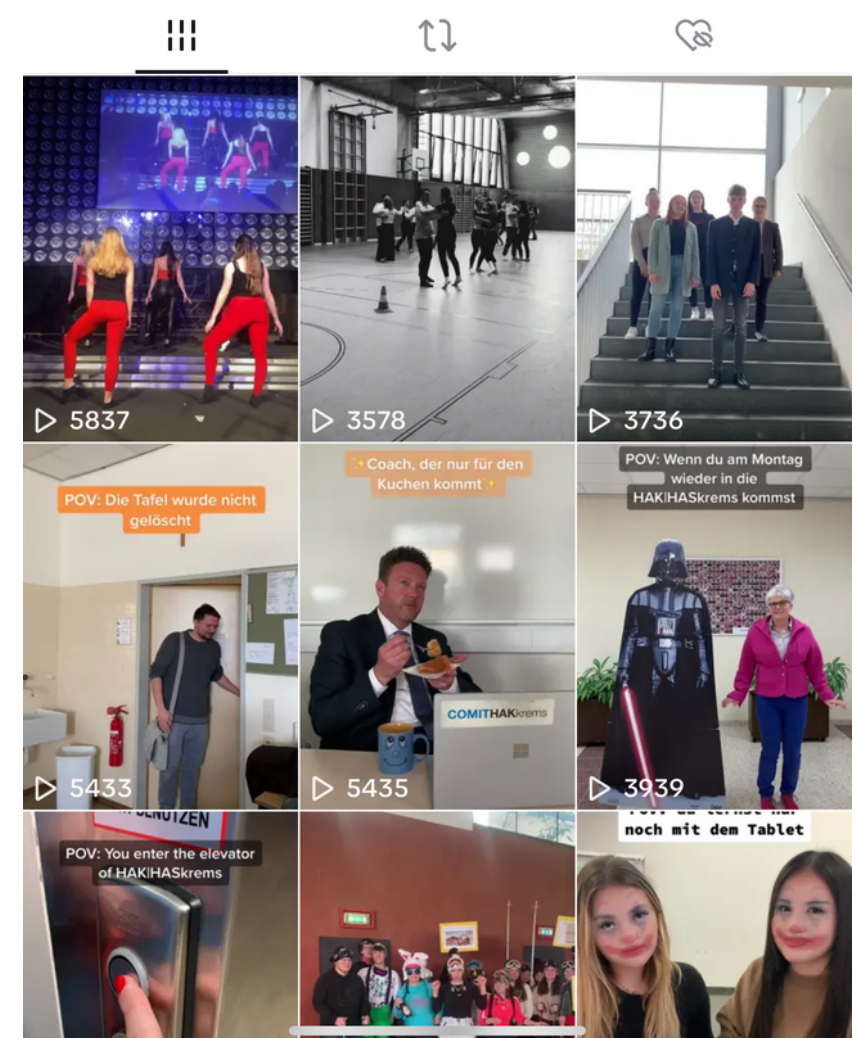
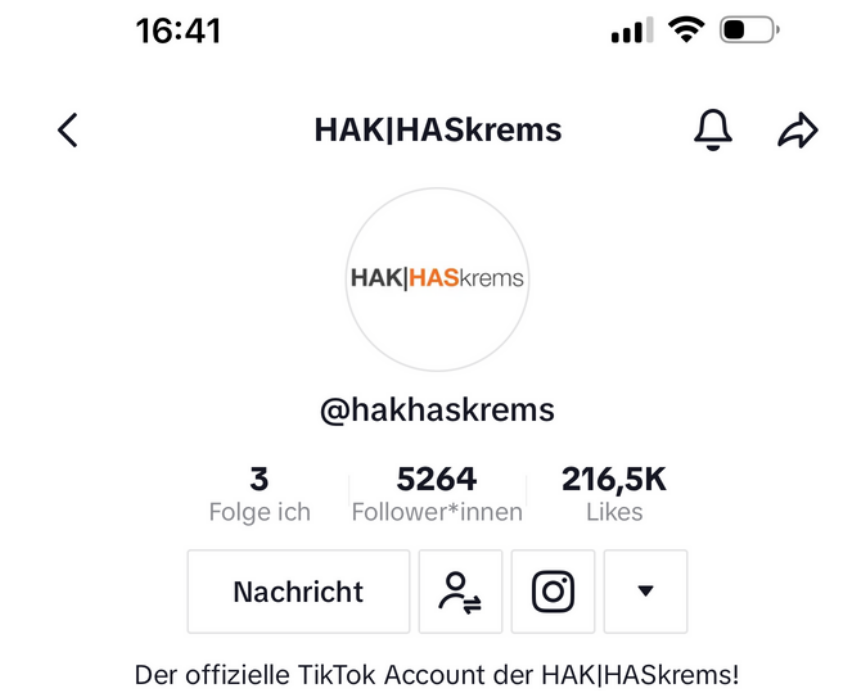
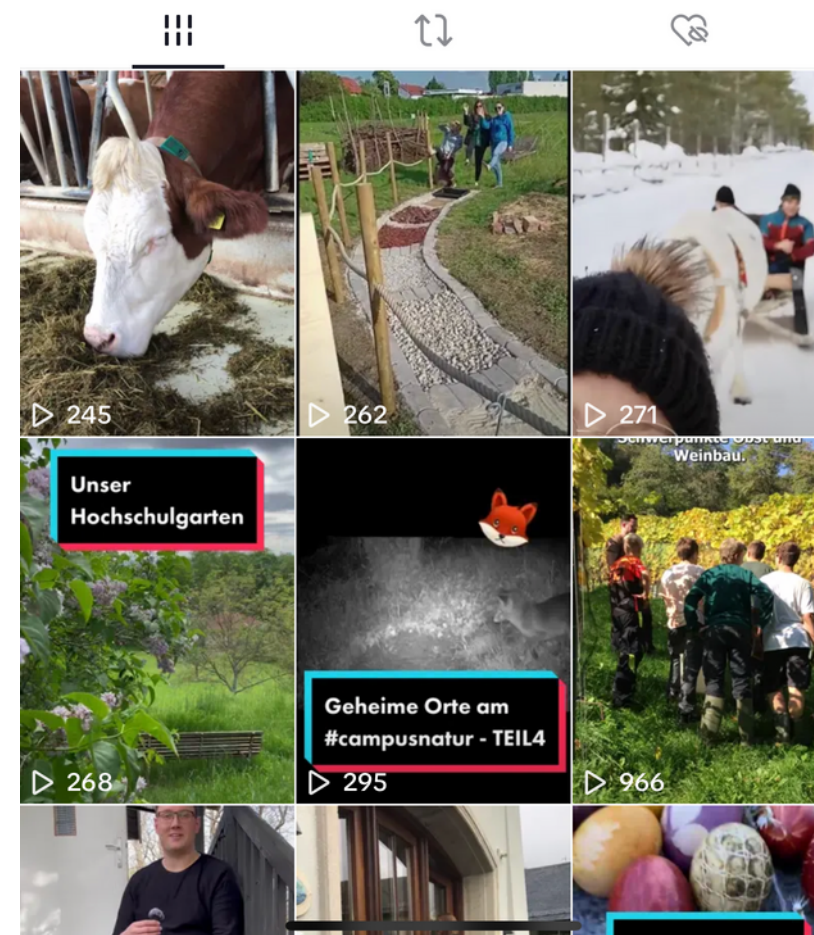
# Relevanz in Schulen | Richtlinien

Es ist wichtig zu beachten, dass Schulen bei der Nutzung sozialer Medien Richtlinien und Sicherheitsmaßnahmen implementieren, um den Schutz und die Privatsphäre der Schüler zu gewährleisten. Eine verantwortungsvolle Nutzung dieser Plattformen ist von größter Bedeutung!

Insgesamt können Instagram und TikTok für Schulen relevante Werkzeuge sein, um die:

- Schüler zu erreichen,
- den Informationsaustausch zu verbessern,
- die Gemeinschaft zu stärken und
- die digitale Bildung zu fördern.

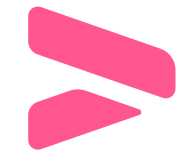
Eine sorgfältige Integration und Überwachung dieser Plattformen können zu positiven Ergebnissen für Schulen und Schüler führen.



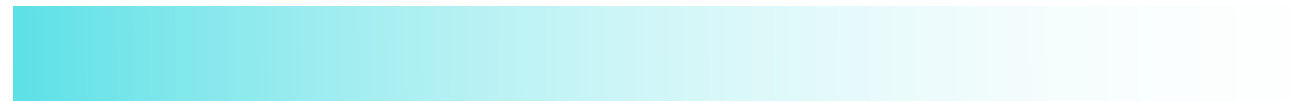
# Kleine Pause

Instagram @linda\_lime  
TikTok @linda.lime





# Content Creation



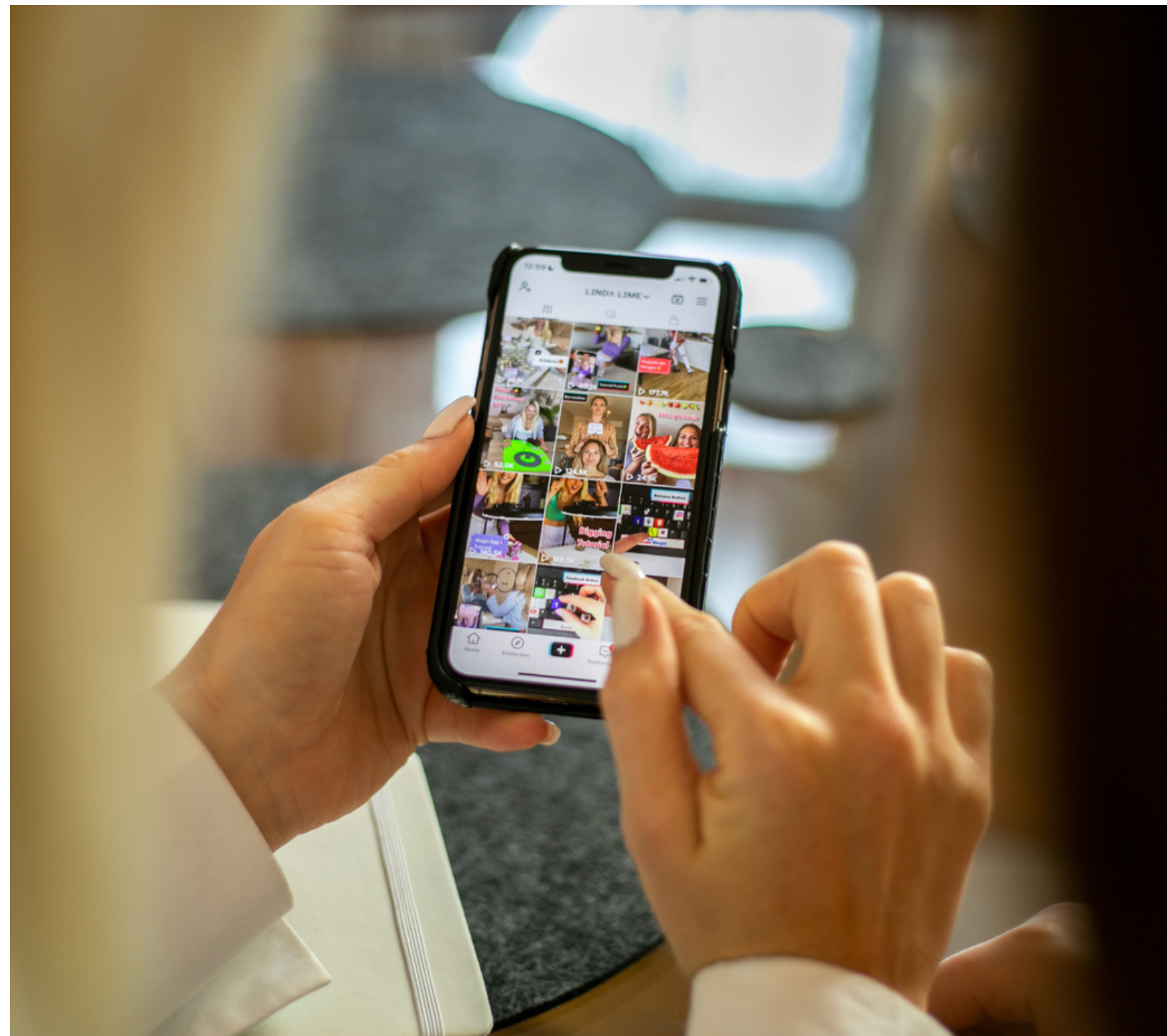
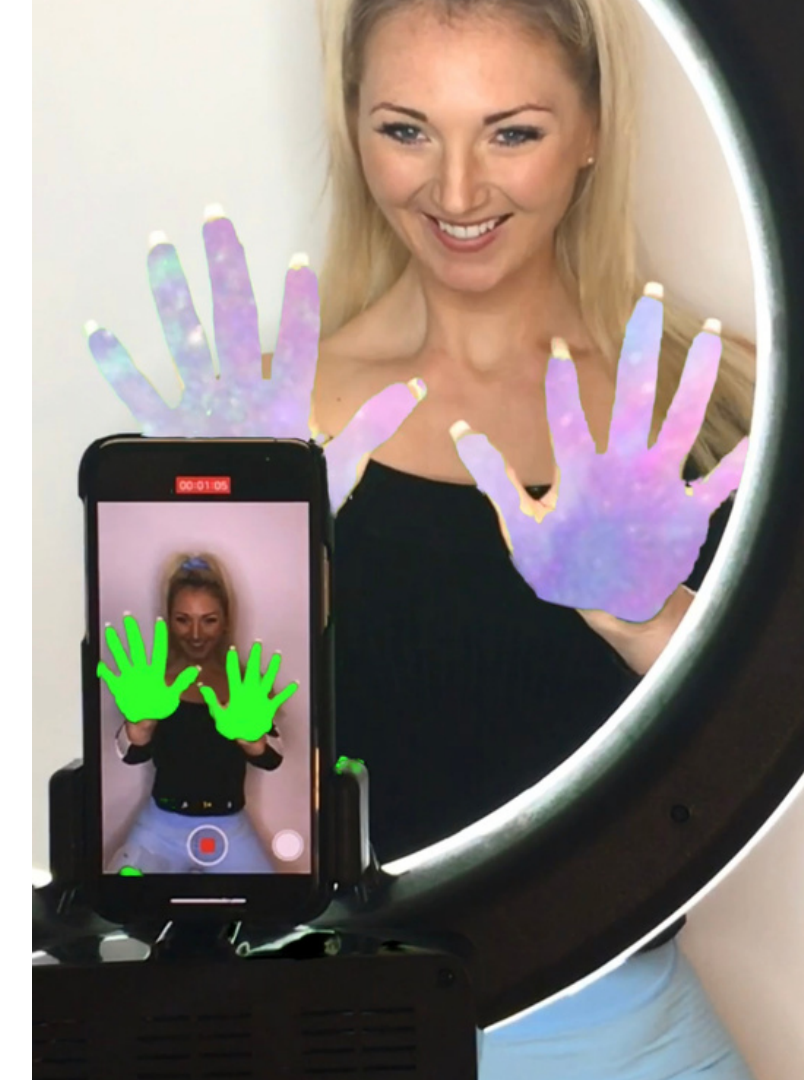
helvetia.oesterreich

Begleite uns zum Social Media Workshop powered by



## Themenpunkte

- Equipment
- Was macht Content viral?
- Konzept / Storytelling
- Formate
- In-App vs externe Creation
- Stilmittel
- Postingprozess
- Analyse und Optimierung





# Equipment

- Ringlicht
- Stativ
- Handy
- Powerbank

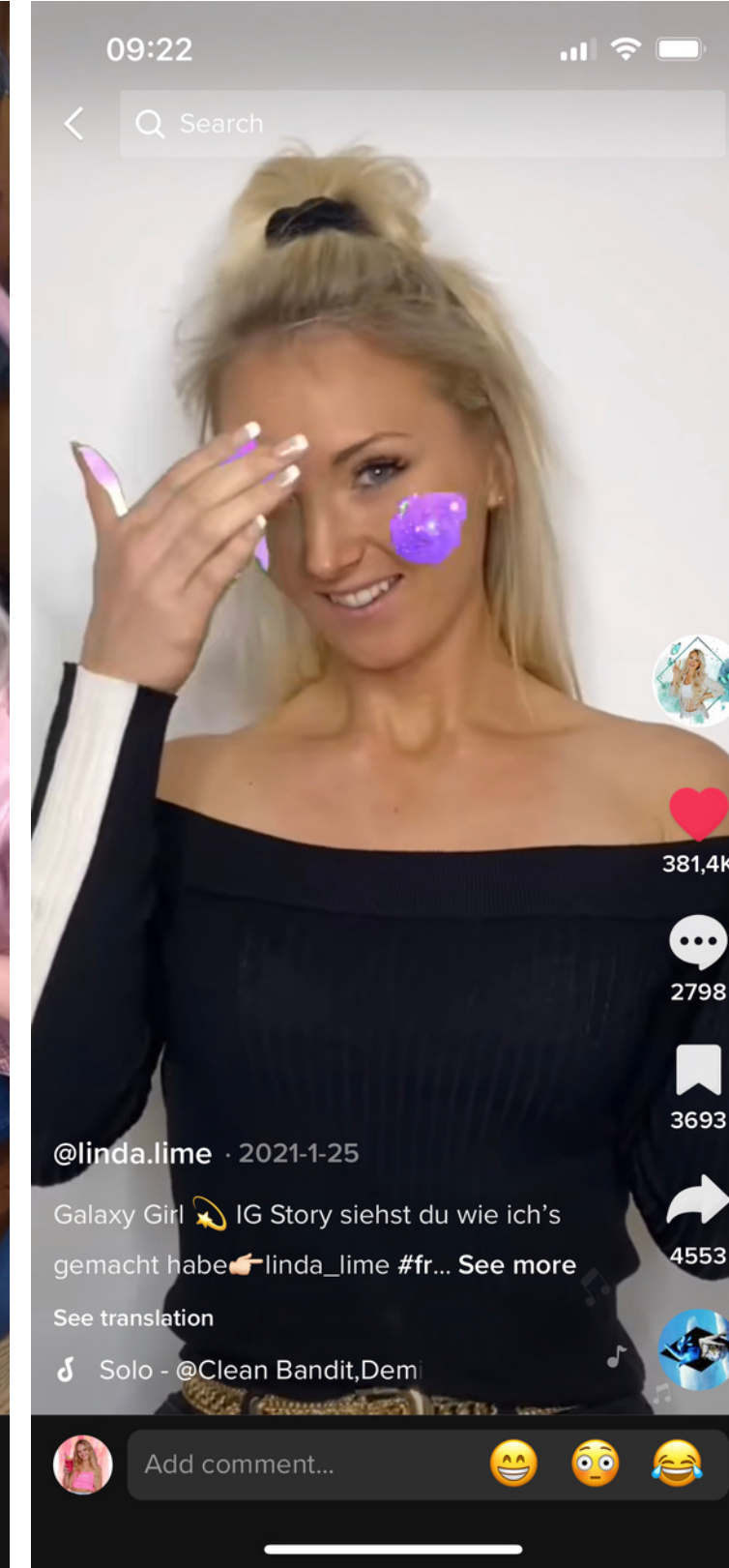
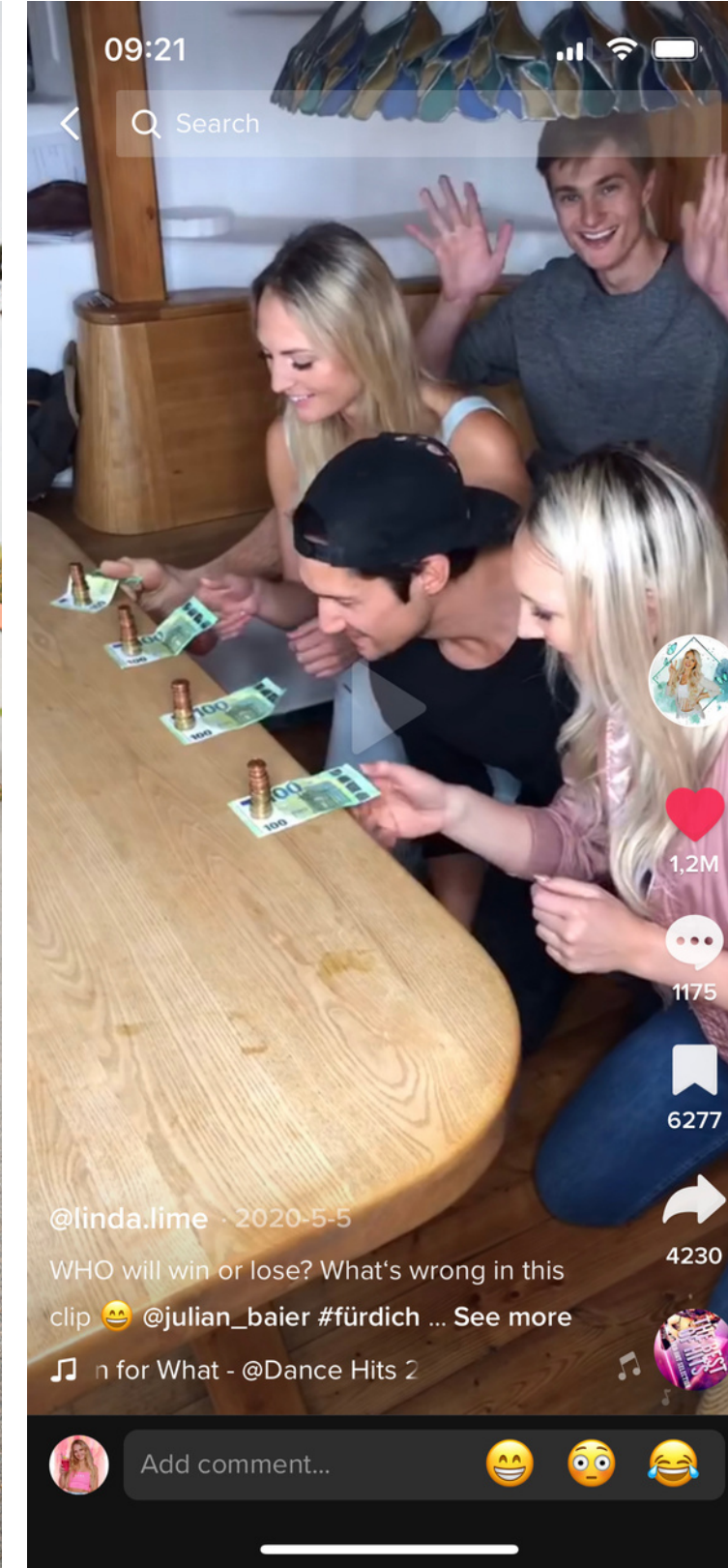






# Wieso geht ein Video viral?

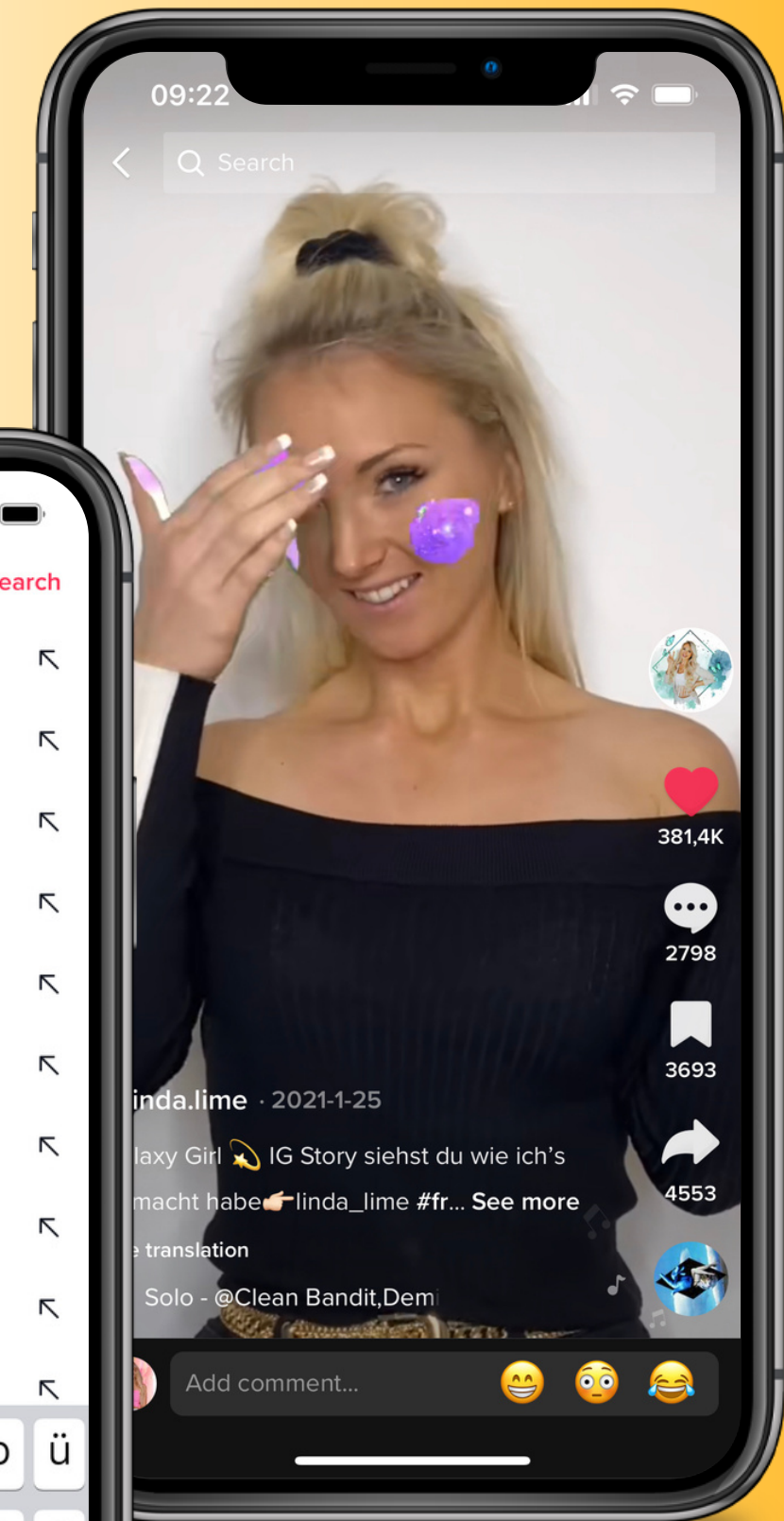
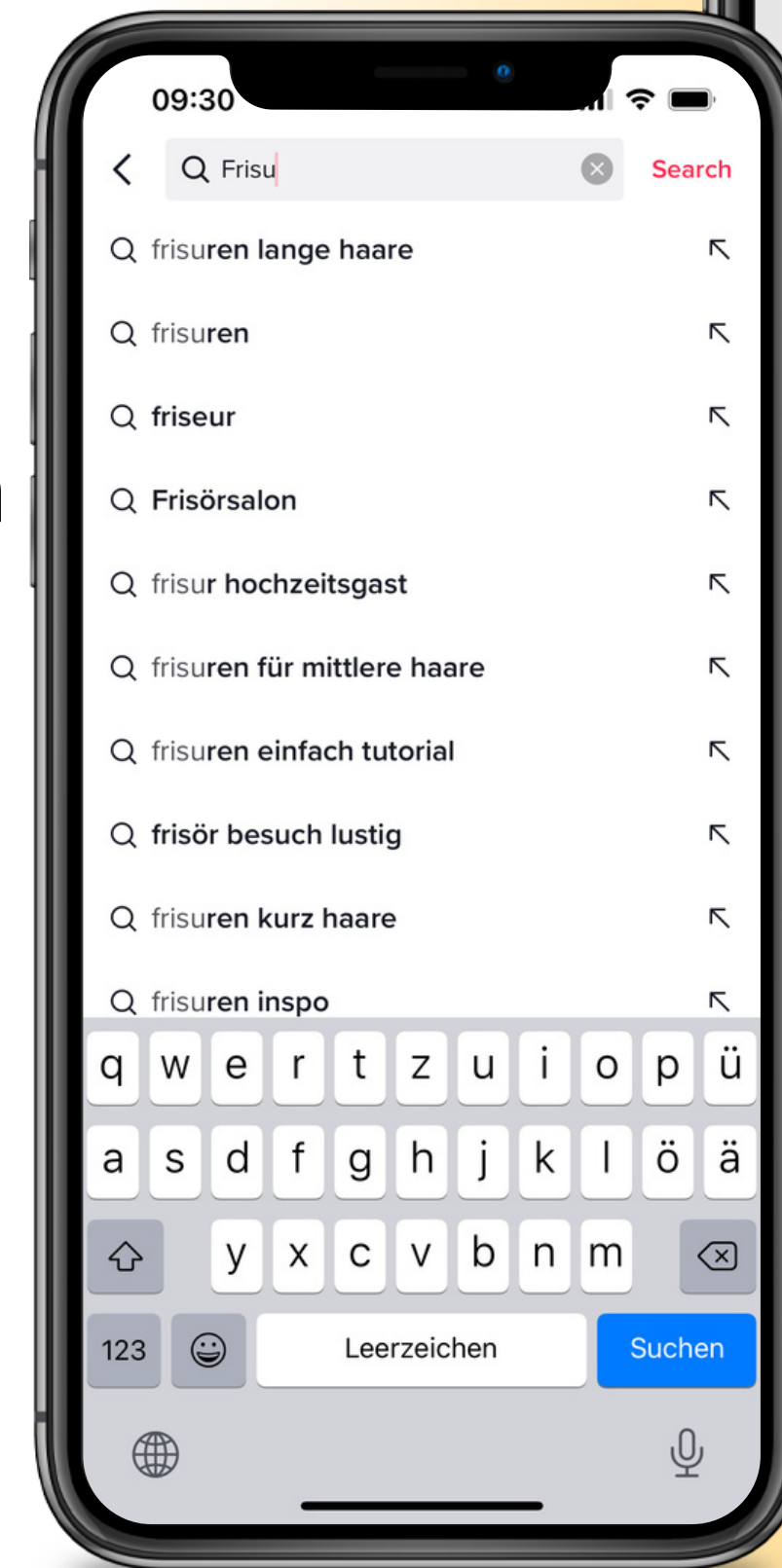
- positiver emotionaler Aufladung
- Überraschung, Humor oder unmittelbarer praktischer Nutzen
  - humorvoll
  - unkonventionell
  - emotional
  - interaktiv
- erzählen gerne Geschichten
- man kann sich damit identifizieren
- kurz und prägnant
- ein Hook zu Beginn der fesselt
- Musik, Trends
- Bewusst eingebaute "Fehler"
- Regional vs. Nationaler Content
- Unique Content



# Viral Content Recherche

## Recherche Prozess

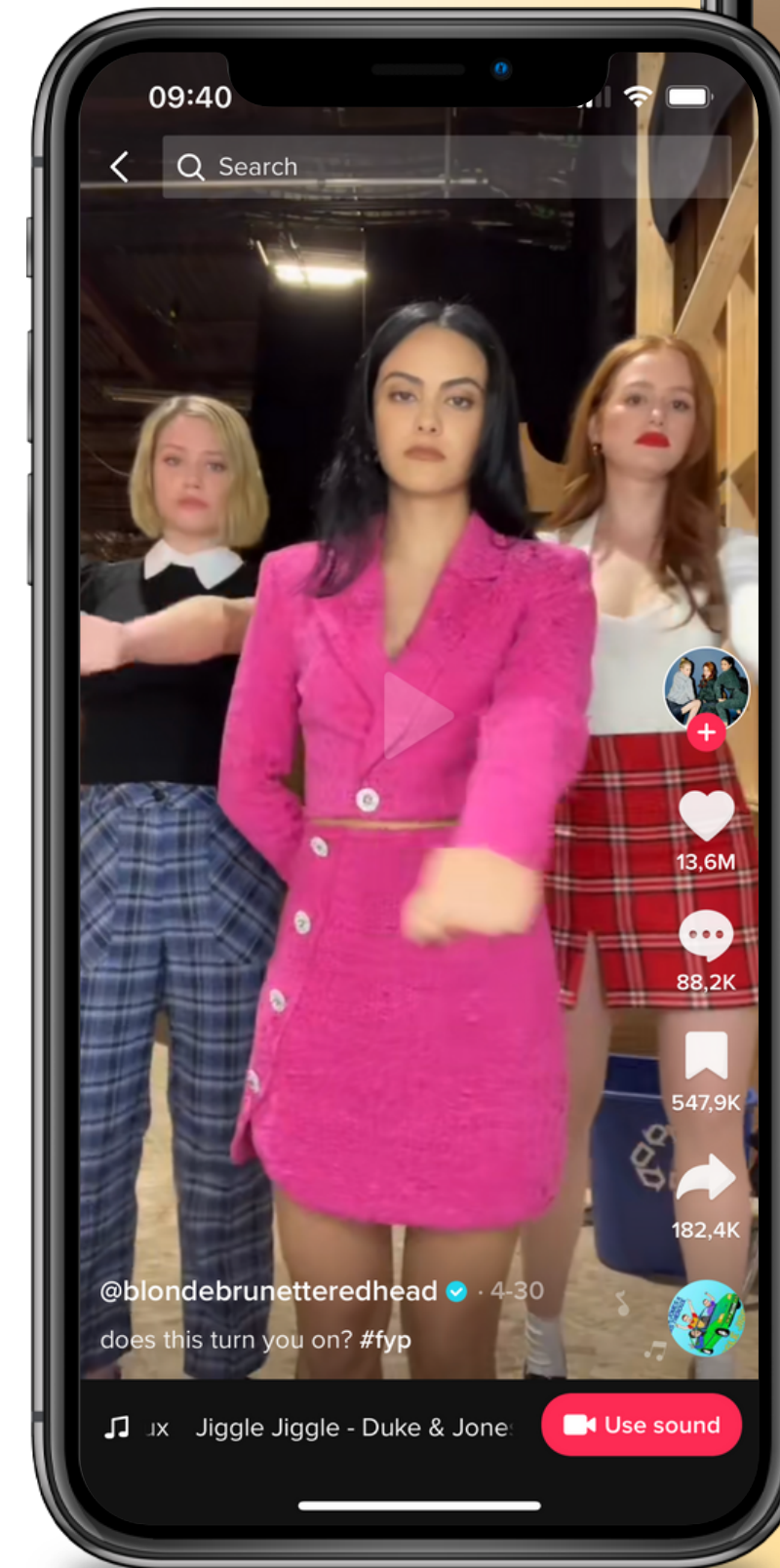
1. Scrolle bewusst durch die Foryou page
2. Suche nach speziellen Schlüsselwörtern



# Viral Content Recherche

## Recherche Prozess

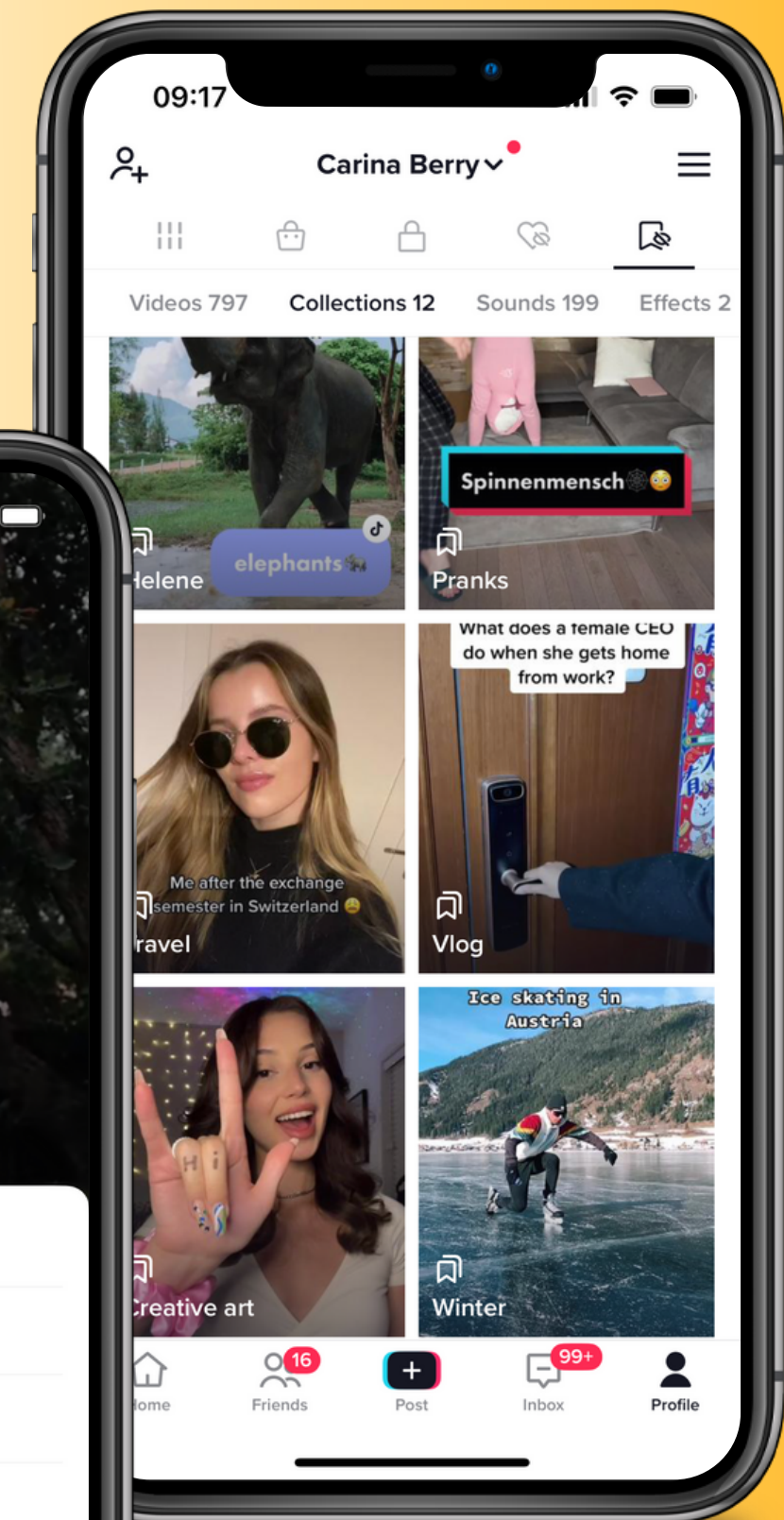
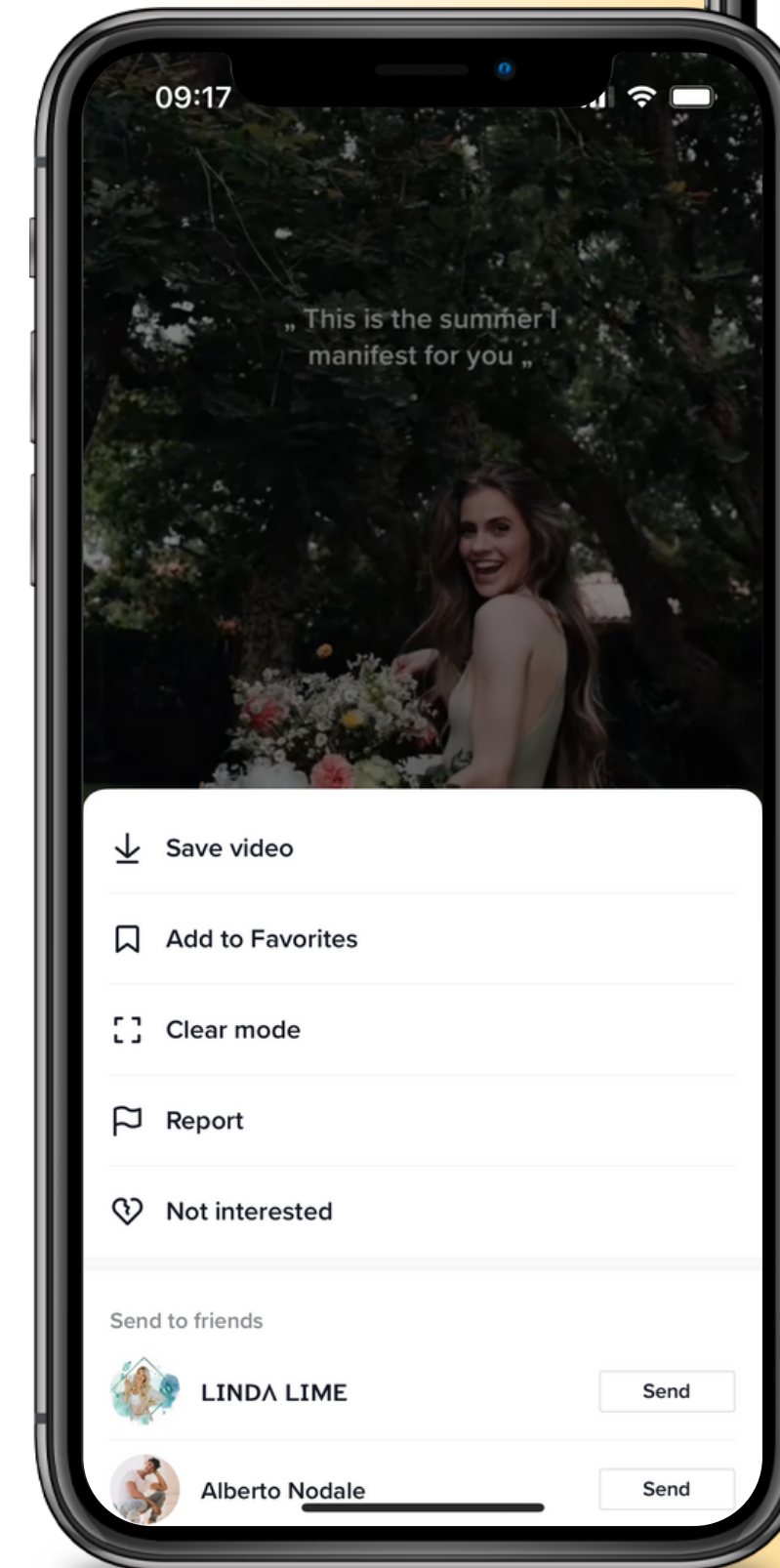
1. Scrolle bewusst durch die Foryou page
2. Suche nach speziellen Schlüsselwörtern
3. Hörst du oft dasselbe Lied oder siehst die gleiche Umsetzung einer Videoidee? --> Trendbildung!



# Viral Content Recherche

## Recherche Prozess

1. Scrolle bewusst durch die Foryou page
2. Suche nach speziellen Schlüsselwörtern
3. Hörst du oft dasselbe Lied oder siehst die gleiche Umsetzung einer Videoidee? --> Trendbildung!
4. Analysiere reichweitenstarke Videos engagement basiert (Views in Relation mit Kommentaren, Likes, Shares und Saves)
5. Erstelle verschiedene Sammlungen wo du deine Videoideen weg speichern kannst



# Du bist dran!

**1**

Erstelle drei neue  
Sammlungen!

**2**

5 Minuten  
Recherche Zeit

**3**

Finde 1-3 virale  
Videos



# Content Creation

Videos selbst produzieren

---

Nr.	Einstellungskizze	Text/Ton	Zeit	Anmerkung
1		Regen prasselt dramatische Musik	5 Sek.	Romeo schaut verzweifelt (zoom-in)
1		dramatische Musik	3 Sek.	Tränen steigen ihm in die Augen
2		Musik stoppt Aufprall Blumen auf nassen Asphalt	1 Sek.	rote Rosen!
3		Platschen Schluuchzen	1 Sek.	Romeo weint
4		Musik fängt wieder leise an	5 Sek.	Romeo blickt in die Leere

# Erste Schritte

1. Video Ideen aus meiner Sammlung auswählen
2. Kurzes Konzept machen
3. Gedankliches Storyboard erstellen
4. Welche Frage möchte ich mit diesem Video beantworten?
5. Was für eine Geschichte kann ich erzählen und warum?



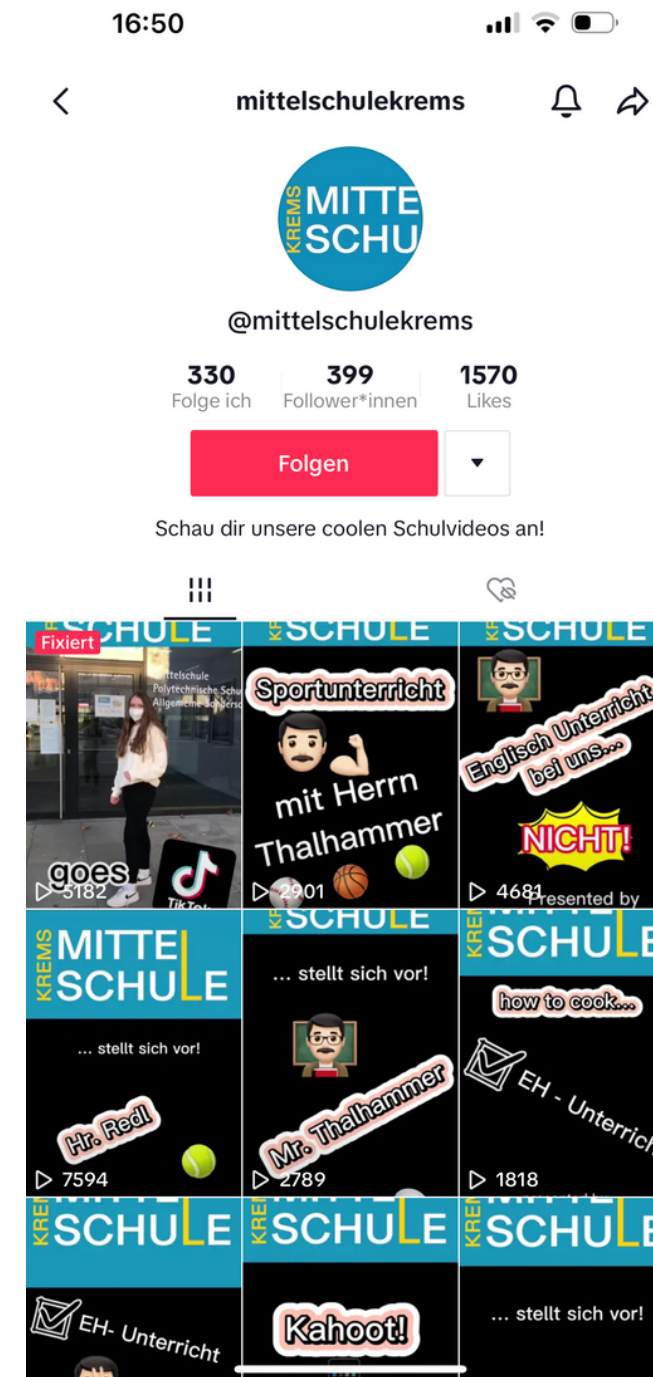
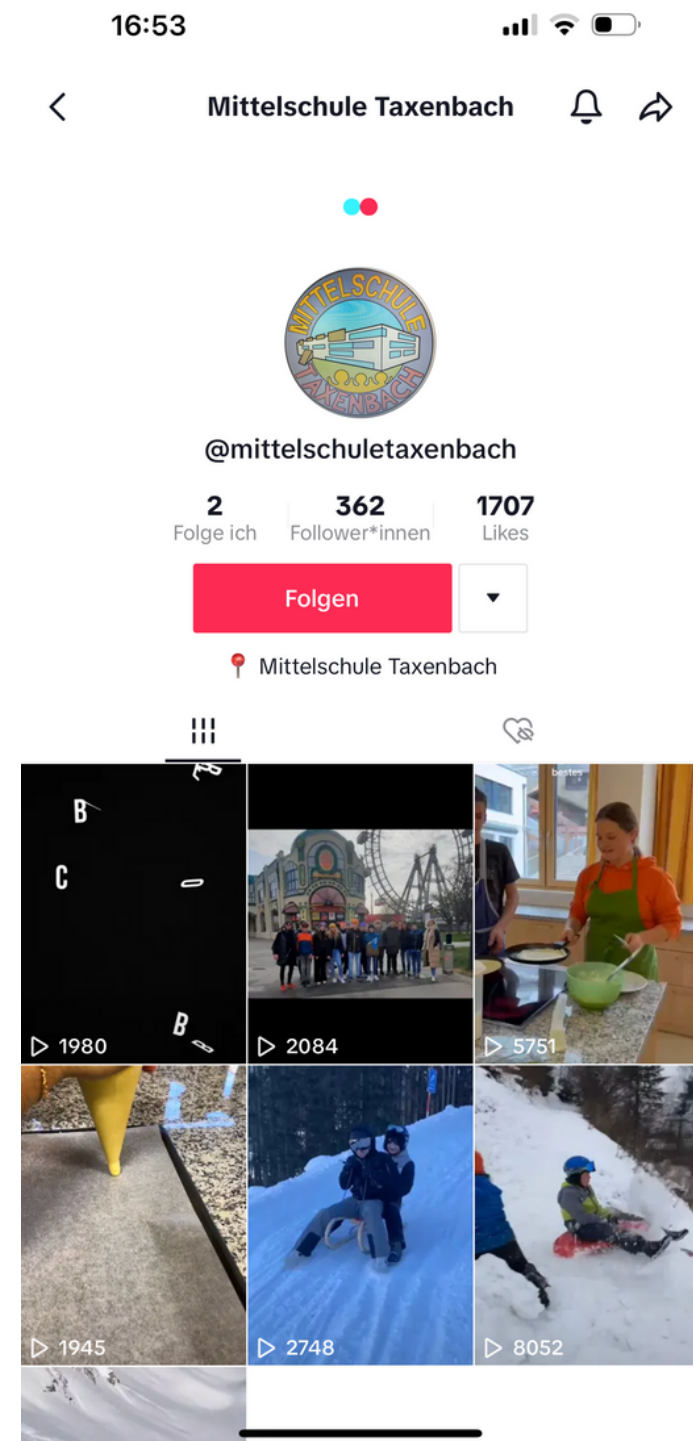
# Storytelling

---

- es sollte immer etwas erzählt werden
- Zuschauer fesseln & emotional binden
- roter Faden im Video
- ein Zuschauer kann sich somit vermitteltes Wissen besser merken
- persönliche Geschichten der SchülerInnen



# Best Practice vs Bad Practice Beispiele



# Formate für Schulen

Was gibt es Neues?

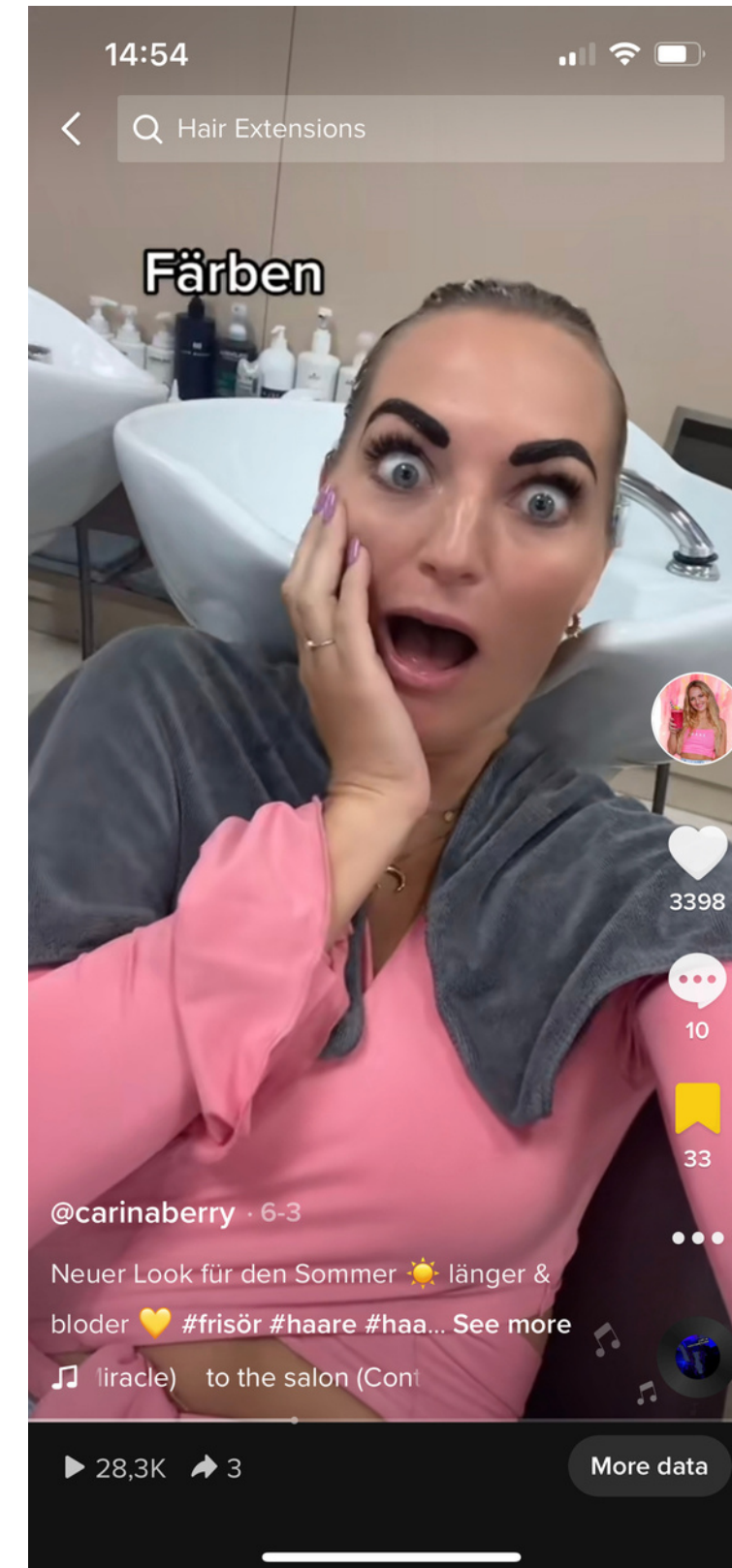
- Willkommen im
- Werkraum
  - Turnsaal
  - Klassenzimmer

- Vlog Style
- Wandertage
  - Sportwochen
  - Ausflüge

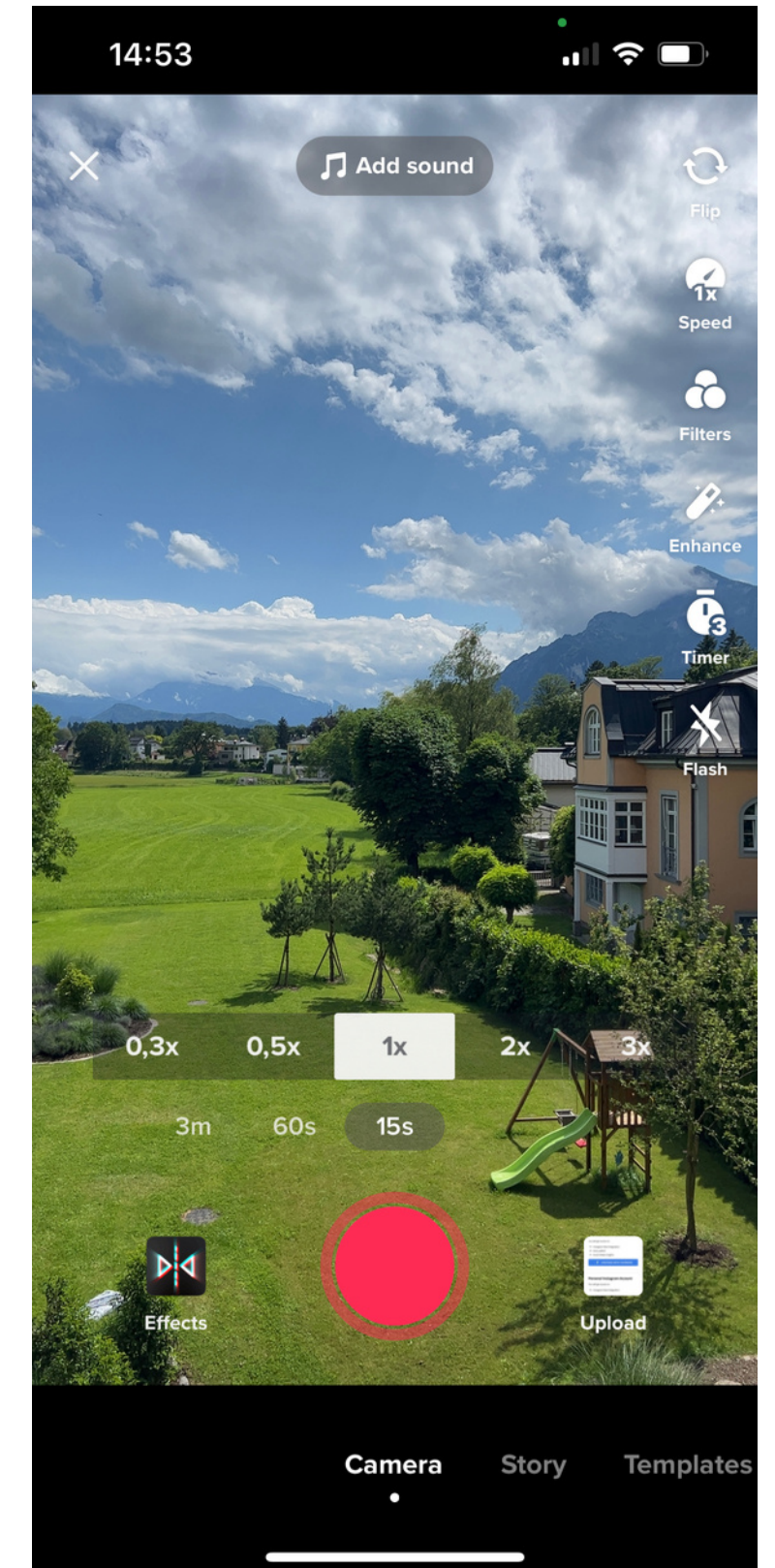
???

# In-App Creation

- Wenn Videos direkt zu den Sounds von TikTok gedreht werden sollen
- Manche Sounds gibt es nur direkt in der App
- TikTok arbeitet ganz viel mit Sound, man konsumiert es als eines der wenigen Apps mit Sound. Wenn das Video direkt zum Sound passt hebt das den Content nochmals ab
- Text einfügen
- Timer
- Filter
- Geschwindigkeit
- Effekte

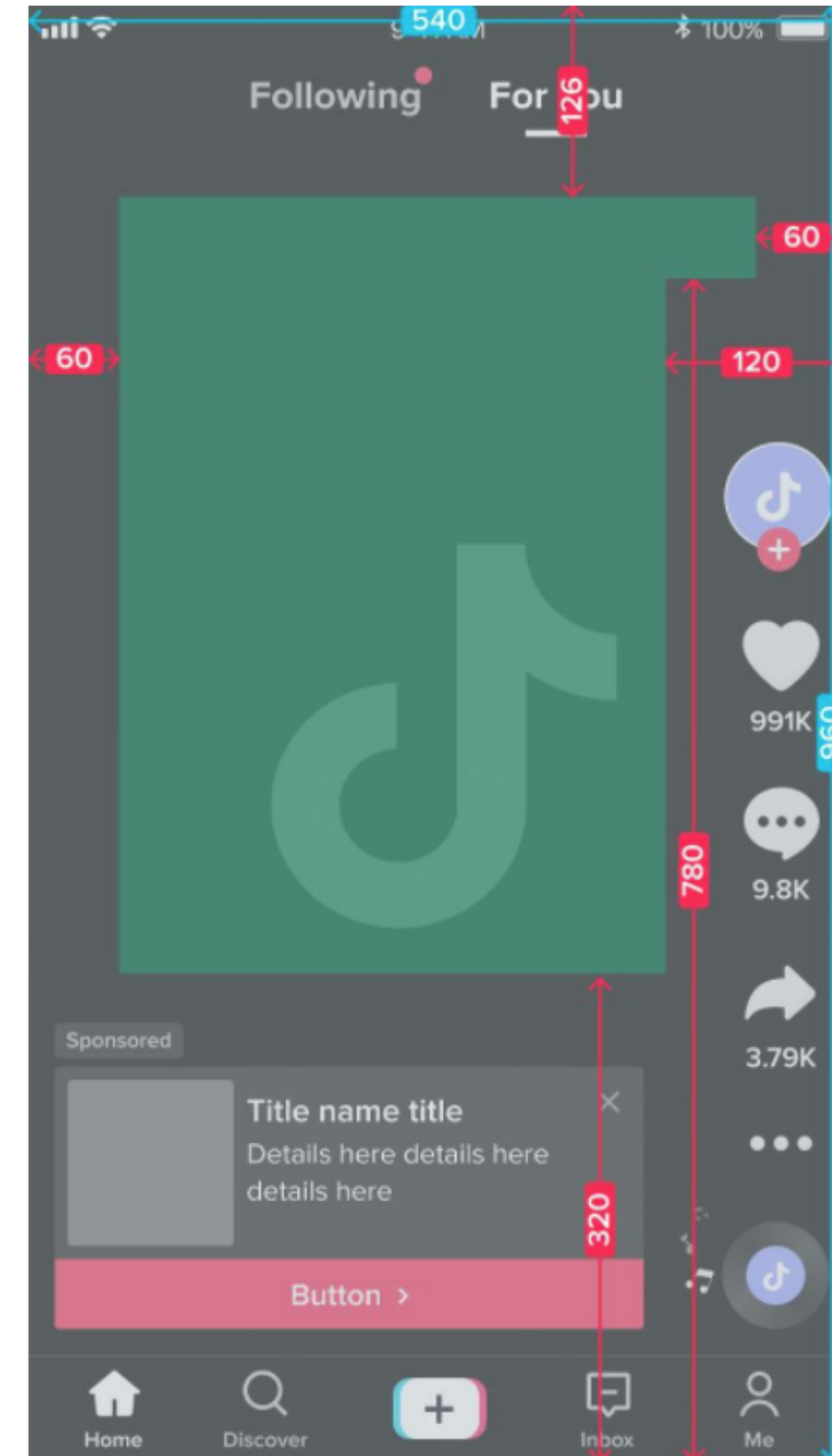


## Nutzeroberfläche



# Externe Creation

- In der normalen Handycamera aufgenommen
- Savezones beachten
- Kameralinse putzen
- Mix aus Freihand und Stativ
- Schnitt in einem Videoprogramm
- Danach auf TikTok hochladen
- Content Creation Sessions (wenn gerade Zeit ist weil keine Kunden sind) vs. spontane Kreation (wenn jemand mit einer krassen Idee kommt)






# Stilmittel

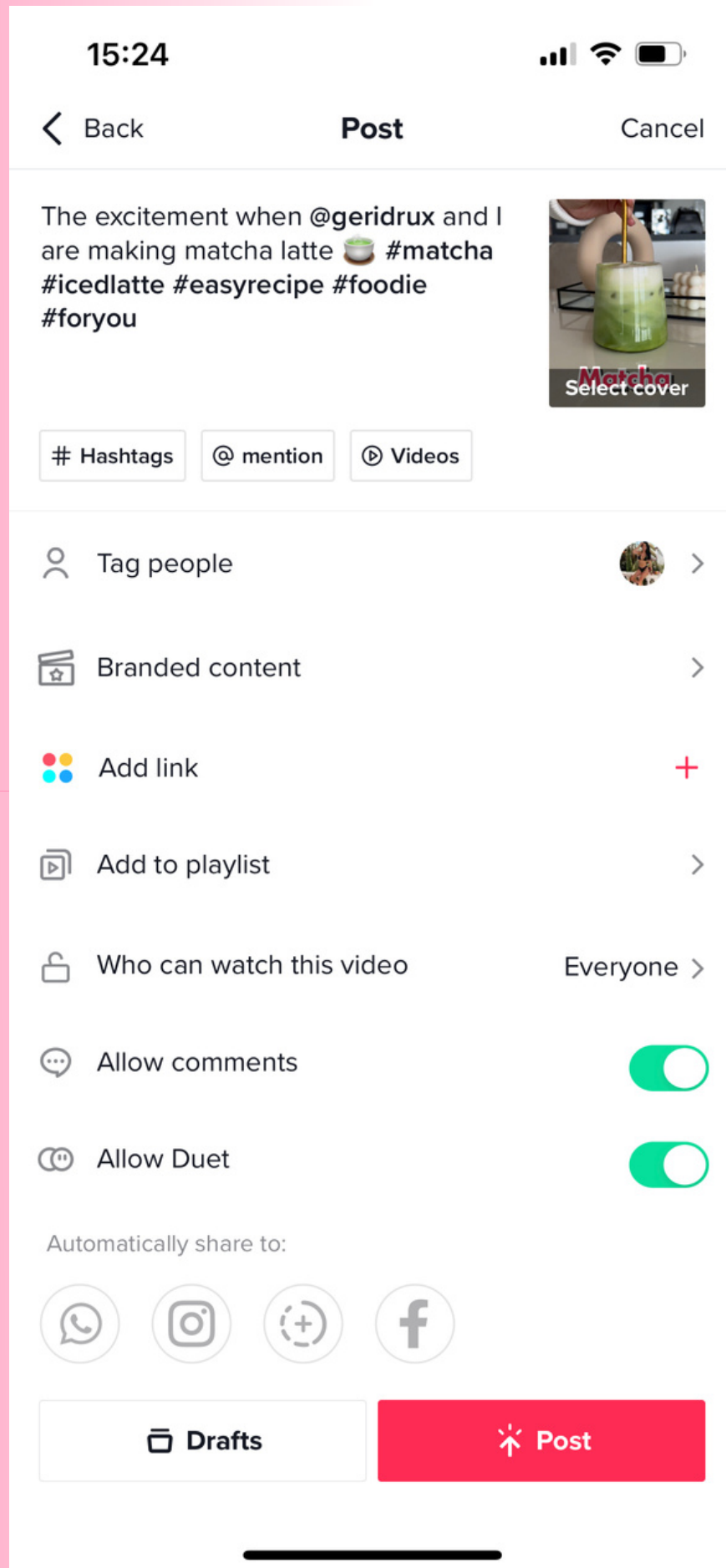
- Verfolgen
- Achsensprung
- Transitions
- Freihand
- Zeitraffer
- Slow Mo



# Videobearbeitung

---

-  Videoleap, InShot, CapCut
-  Kurze Sequenzen
-  teilweise Clips verschnellern
-  20-40 Sekunden
-  nur das Notwendigste, kritisch bleiben
-  natürlich halten (Wenige Effekte/Filter)
-  Ein Hook am Beginn setzen



## Das richtige Posten

300 Zeichen, etwa 1-2 Sätze

3-5 Hashtags

Coverbild auswählen

Titel bearbeiten

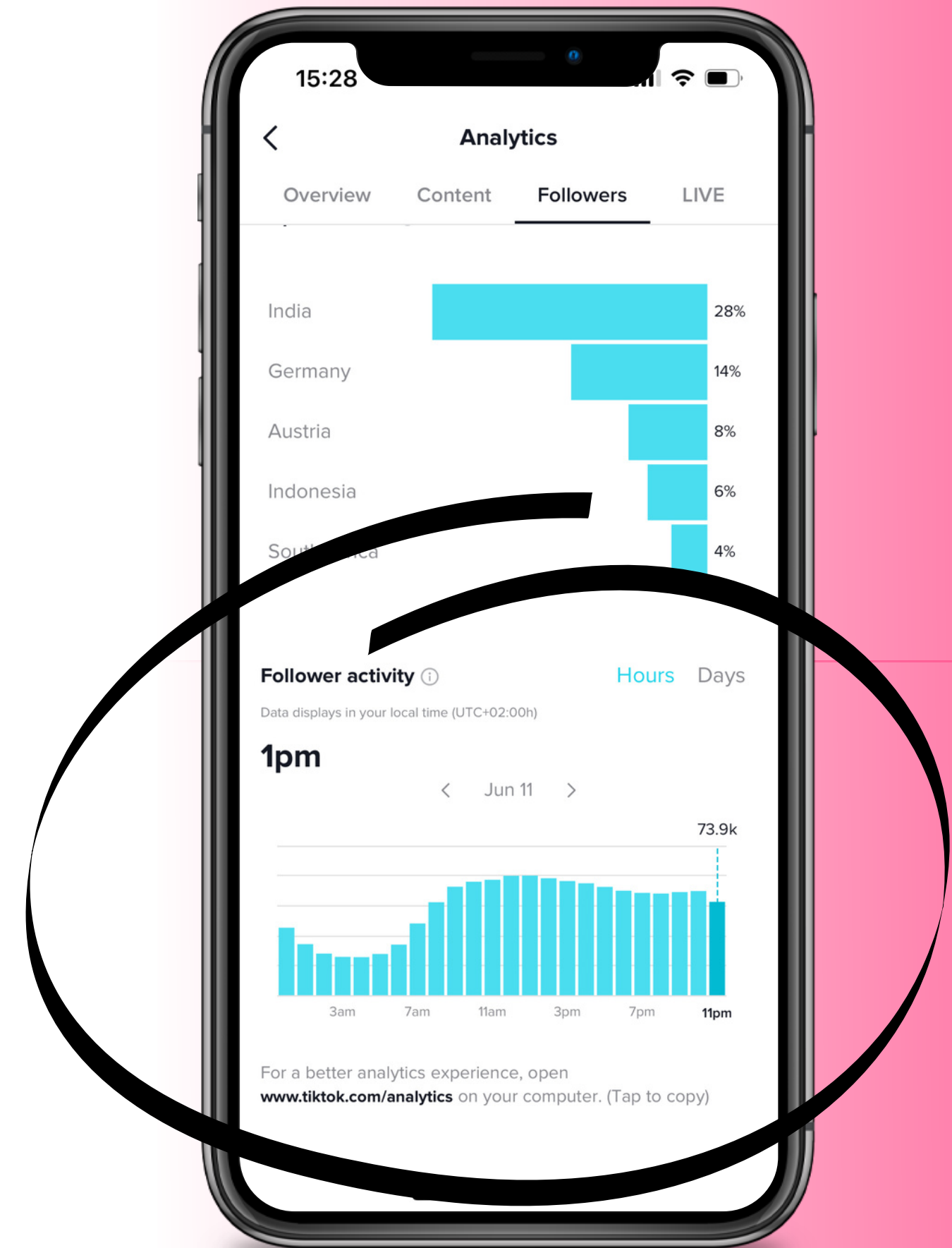
Vorschau kontrollieren

# Postingzeit

- Einsicht in den Analyse Funktionen
- nicht in der Früh oder Spätabendens
- zwischen 1-2 oder 17.00-19.00



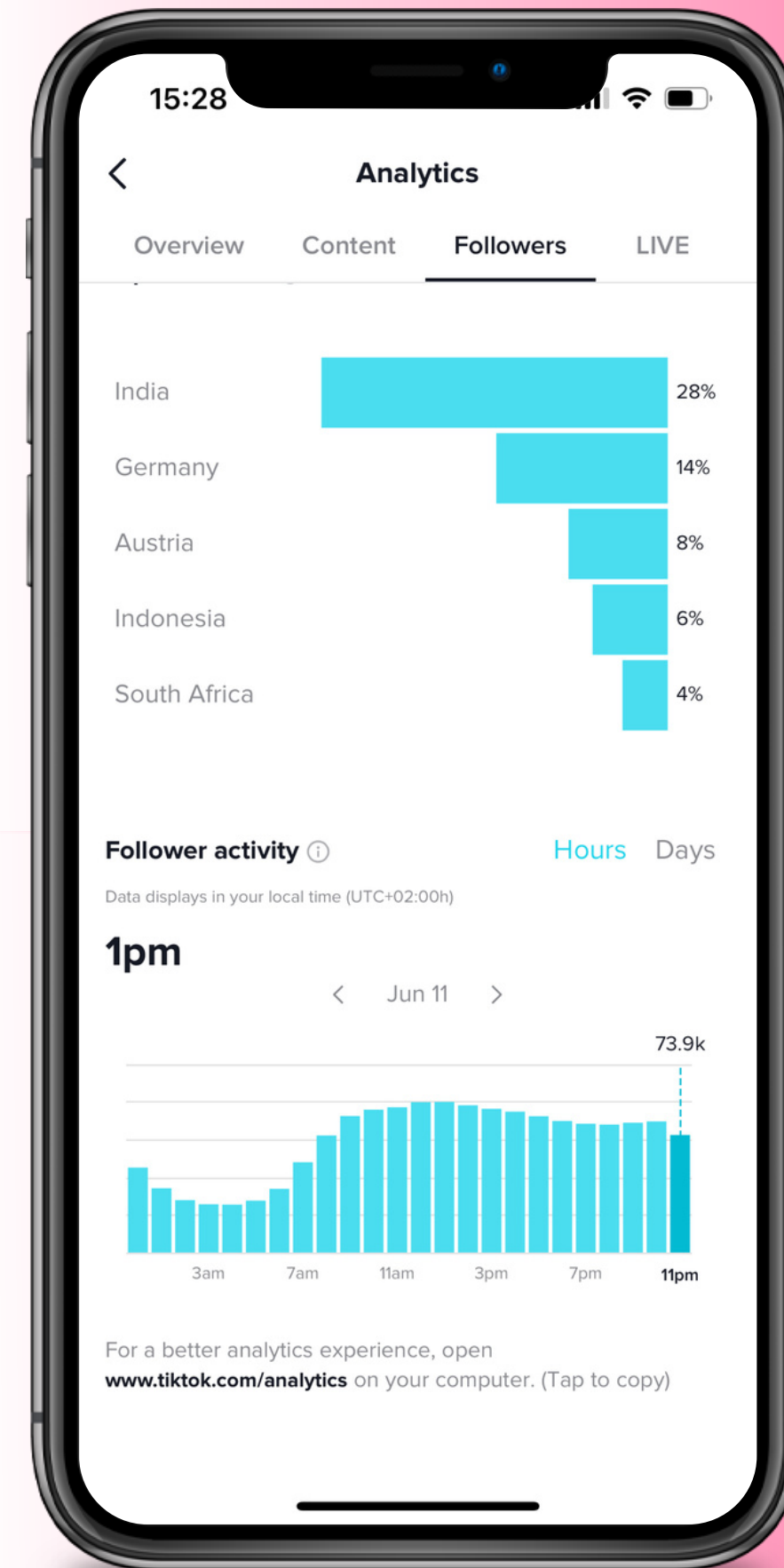
TIKTOK





# Content Recycling

- TikTok Content auch für Shorts und Reels
- Instagram Reel: ruhiger und ästhetischer
- Unterschiede in der Community
- Neue Zielgruppe



# Analyse & Optimierung

- Meistens merkt man nach 3-5 Tagen ob ein Video Potential hat oder nicht
- Bei schlechter Performance kann es aus dem Feed entfernt werden (auf privat stellen und nicht löschen)
- Den Content mehr machen der gut ankommt, andere Formate eventuell austauschen
- Analytics bewusst beobachten / war mein Video auf der Foryou page, welchen Ländern ist es ausgespielt worden?
- Content auf Reels recyceln?



# Zeit für eure Fragen!

Instagram @linda\_lime

TikTok @linda.lime



9:16