



Herzlich willkommen zur dritten Ausgabe der OMM TikTok News. Diese fünf Rubriken und Themen erwarten dich:

01 CORPORATE FOCUS

*Wie sich die Deutsche Bahn auf TikTok über sich selbst lustig macht*

02 NEWSROOM

*Warum TikTok bald das neue BeReal sein könnte*

03 ONES TO WATCH

*Warum der Content der Paralympics einzigartig auf TikTok ist*

04 CREATION CENTER

*Welche Videoschnitttechniken zu einer längeren Watchtime beitragen*

05 TIKTOK 101

*Wie TikTok POV für sich interpretiert*

01 CORPORATE FOCUS

Bei Corporate Focus werden erfolgreiche Unternehmensaccounts auf TikTok und deren Erfolgsgeheimnisse genauer unter die Lupe genommen.

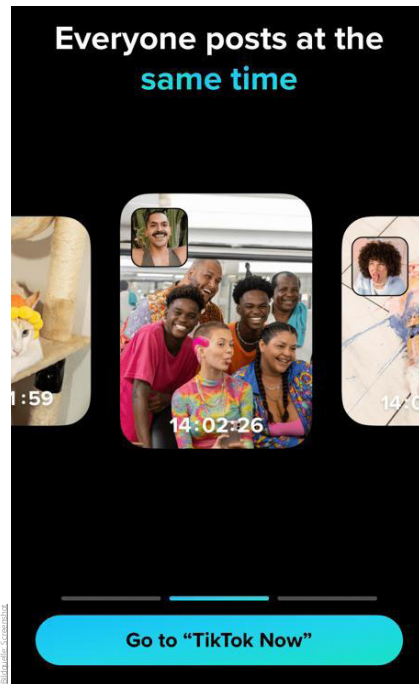
„Auf Gleis 11 fährt ein: Der TikTok-Kanal der Deutschen Bahn, mit dreijähriger Verspätung.“ *Das erste Video der Deutschen Bahn auf TikTok* im Juni 2021 steht exemplarisch für die unterhaltsamen und selbstironischen Inhalte des Unternehmens auf der Plattform. Dazu trägt neben beliebten Content-Formaten, wie der *Vermenschlichung von Zügen* mit Hilfe des Greenscreen-Filters der App, auch eine humorvolle Interpretation des Community Managements bei: *So liest Konzernsprecher Achim Strauß regelmäßig ausgewählte Kommentare aus der Community vor* und kontert die darin formulierten Vorwürfe an die Deutsche Bahn schlagfertig. Diesen Stil im Austausch mit den Nutzer:innen setzt die DB auch in den Kommentarsektionen ihrer Videos fort, wo sie einzelnen Beiträgen teils mit trockenem Humor begegnet. Die nicht vorhandene Scheu vor einem Spaß auf eigene Kosten einerseits und das „Austeilen“ mit einem Augenzwinkern andererseits beweisen, dass die Bahn die auf Humor basierende Tonalität TikToks verstanden hat und für sich interpretieren kann.

[zum Account](#) [zur Quelle](#)



02 NEWSROOM

Im Newsroom stehen interessante Meldungen zur Plattform, Neuigkeiten von TikTok selbst oder Infos über neue Features der App bereit.



Nachdem TikTok bereits im Frühjahr 2022 mit den Stories eine beliebte Funktion konkurrierender Social-Media-Plattformen übernommen hat, ließ sich die App im September dieses Jahres vom immer populärer werdenden Vertreter BeReal inspirieren: Mit Hilfe der neuen Funktion TikTok Now haben Nutzer:innen die Möglichkeit, wie bei BeReal einmal am Tag Inhalte mit ihren Freund:innen zu teilen. Sobald sie eine entsprechende Benachrichtigung erhalten haben, bleiben den User:innen bei TikTok Now drei Minuten, um ein Foto oder ein zehntelsekündiges Video aufzunehmen. Erst nach Veröffentlichung der Aufnahme können die Inhalte der befreundeten Nutzer:innen gesehen werden – entweder im neu geschaffenen Now-Tab innerhalb der TikTok-App oder im Freund:innen-Feed der separat herunterladbaren TikTok Now-App. Ob sich dieses Feature in Gegensatz zu den Stories (*mehr dazu liest du in der zweiten Ausgabe der OMM TikTok News*) großer Beliebtheit erfreuen wird, bleibt abzuwarten.

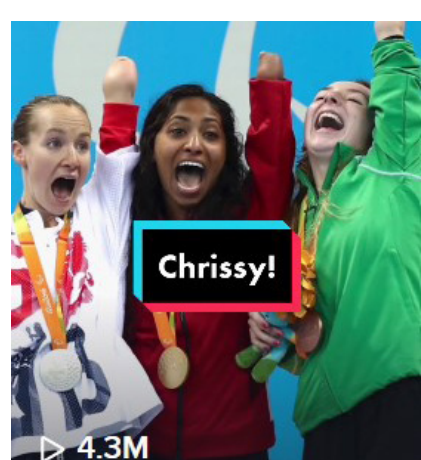
[zu den News](#)

03 ONES TO WATCH

Bei Ones to watch geraten Kanäle in den Fokus, die sich bereits einen Namen auf der Plattform gemacht haben oder deren zukünftige Entwicklung spannend zu beobachten ist.

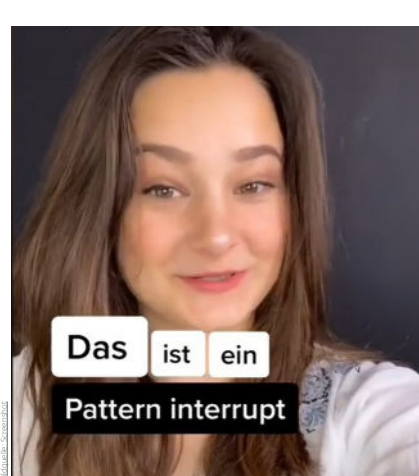
Die Videos des Paralympics-Kanals auf TikTok gehen regelmäßig viral – nahezu jeder Upload erreicht Aufrufe im Millionenbereich. Dabei erstellen die Verantwortlichen gar keine neuen Inhalte für TikTok, sondern nutzen nahezu ausschließlich Ausschnitte aus TV-Aufnahmen. Das Erfolgsgeheimnis des Accounts besteht darin, dass sie in diese Auszüge aus Sportübertragungen TikTok „hineinbringen“: Dies gelingt durch ein Höchstmaß an Selbstironie in Kombination mit der Nutzung viraler, teilweise skurriler Sounds. Das Resultat sind einzigartige Inhalte auf TikTok, welche die Leistungen von Athleten mit Behinderung plattformgerecht würdigen.

[zum Account](#)



04 CREATION CENTER

Ab in die Praxis: Das Creation Center bietet Tipps für die Konzeption und die Umsetzung von Videos auf TikTok.



Ergänzend zur Integration eines Spannungsbogens mit Hilfe von Storytelling (*mehr dazu liest du in der ersten Ausgabe der OMM TikTok News*) können auch Techniken der Videobearbeitung dazu beitragen, dass Nutzer:innen auf TikTok „dranbleiben“ und ein Video möglichst bis zum Schluss schauen. Zu diesen zählen u. a. Texteinblendungen mit einem „Pattern interrupt“ – also einer Musterunterbrechung (siehe Screenshot links) – Jump Cuts bzw. häufige Schnitte im Video allgemein, Transitions oder Zoom-in- bzw. Zoom-out-Effekte. Viele dieser Techniken werden bspw. *in diesem viralen Video* von Creator „MrBeast“ angewendet.

[zur Quelle](#)

05 TIKTOK 101

Das TikTok 101 bietet eine Übersicht über zentrale Begrifflichkeiten der Plattform.

POV

Die Abkürzung POV steht für „Point of View“, was mit Blickpunkt oder Standpunkt übersetzt werden kann. Bei Videos mit dem Attribut POV handelt es sich demnach um Inhalte, die aus dem Blickwinkel des bzw. der Content-Schaffenden aufgenommen wurden. Auf TikTok hingegen wird POV meist anders interpretiert: Entsprechende Videos zeigen, wie sich eine Person in einer bestimmten Situation verhalten würde bzw. verhält; diese Situation wird durch eine Texteinblendung und einem vorangestellten „POV:“ beschrieben (wie bspw. [hier](#)).



[zum OMM-TikTok-Kanal](#)

[zur Studiengangswesite](#)