



Unlearning Anti-Feminism on TikTok

TEILNEHMENDENBÖGEN

Formatentwicklung & Wissenschaftskommunikation für TikTok, Instagram und Co.

Ein kostenloser DIY-Sprint für NGO's

EIN PROJEKT VON

GEFÖRDERT VON



UNIVERSITÄT
ZU KÖLN

**mediale
pfade**



Volkswagen**Stiftung**

ABLAUF

PHASE	DAUER
1. Begrüßung & Rollen	7 min
2. Bestandsaufnahme	7 min
3. Einführung Wissenschaftskommunikation	15 min
4. WOOP (Ziele)	15 min
PAUSE	5 min
4.1. Vision & Mission	20 min
5. Themenauswahl	15 min
6. Persona I	15 min
PAUSE	30 min
6.1. Persona II	30 min
7. Medium	20 min
PAUSE	5 min
8. Stilfragen	30 min
9. Abschluss & Nächste Schritte	10 min
ENDE	

HINWEIS ZUR DAUER & FLEXIBILITÄT:

Bei 4 Personen ~3h, bei 8 Personen ~4h

1. Begrüßung

ROLLEN FÜR DEN WORKSHOP

Zeichwächter*in: signalisiert Zeitplanwechsel, hat die Zeit im Blick

Moderation: führt durch den Workshop, stellt fragen & fasst zusammen

Protokoll: dokumentiert Beschlüsse & Diskussionen & hält fest

EMOJI-VORSTELLUNG

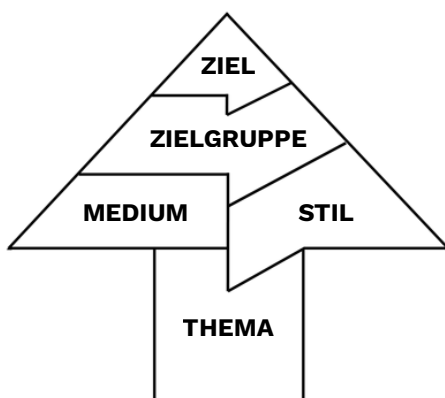
Welcher Emoji bist du heute? Warum?



2. Bestandsaufnahme

NOTIZEN

3. Einführung in die WissKomm



So kann der NaWik-Pfeil*
aussehen (nachgebaut von ULAT)

NOTIZEN

4. Format-Ziele (WOOP)

4. AUFGABEN

1. Sammel auf den Post-its deine Gedanken und Überlegungen und klebe sie an die jeweilige Stelle auf das WOOP-Plakat.
2. Lies dir in Ruhe alle Post-its durch und verteile pro Buchstabe max. 1–2 Klebepunkte. Was ist dir am wichtigsten?
3. Wenn alle fertig sind, können wir in eine Diskussion übergehen, um unsere Entscheidungen zu begründen und gemeinsam zu verhandeln.

4.1 AUFGABEN

1. Stell dir vor, euer Projekt ist in X Jahren richtig erfolgreich gelaufen. Was hat sich dadurch verändert?
 - Bei der Zielgruppe?
 - In der öffentlichen Debatte?
 - Bei euch?

→ Es wird gemeinsam diskutiert und auf dem Poster gesammelt.

2. Warum ausgerechnet Videos/Content/Social Media?
 - Was können wir damit erreichen, was anders nicht geht?
 - Welche Lücke füllen wir?
 - Was ist unser Mehrwert gegenüber anderen Wissenschaftskommunikator*innen/Contents/Formaten?

→ Es wird gemeinsam diskutiert und auf dem Poster gesammelt.

3. Wir versuchen gemeinsam eine Formulierung zu finden:
 - Vision formulieren (Wunschzustand: Was wollen wir erreichen?)
 - Mission ableiten (Was tun wir dafür konkret)

→ Es wird gemeinsam diskutiert und auf dem Poster gesammelt.

NOTIZEN

5. Themenauswahl

5. AUFGABEN

1. Sammel auf den Post-its deine Gedanken und Überlegungen in Stillarbeit und kleb' sie auf das Plakat.
2. Die Moderation clustert in einer gemeinsamen Diskussion mit euch die Themen.
3. Welche Themen sind für dich am wichtigsten? Verteile 2-4 Klebepunkte.

6. Personas I

6. AUFGABEN

1. Lies dir in Ruhe die Beispielperson Svenja durch.
2. Denk jetzt an eure Zielgruppe und fülle in Stillarbeit 1 bis x Persona aus. Diese fiktiven Charaktere helfen, besser und genauer andere Fragen des NaWik-Pfeils zu beantworten. Versuch dir so reale und komplexe Charaktere wie möglich vorzustellen.

Hier ist ein die Persona Svenja aus der Arbeit von ULAT:

Name Svenja	Motto “Wenn man es selber nicht macht, macht es keiner”
Alter, Wohnort, Familie, Hintergrund 17, wohnt in Thüringen, hat 1 Schwester, Mutter ist alleinerziehend, sind viel bei der Großmutter	Wie konsumiert die Person den Content auf der Plattform? Welche Inhalte teilt sie? Findet TikTok eigentlich nicht so cool, ist da aber trotzdem einfach drauf und guckt abends viel, teilt “linken” content mit ihrer besten Freundin
konservativ progressiv introvertiert extrovertiert online offline passiv aktiv	Was sind ihre Bedürfnisse und Probleme? Will gerne studieren und weg aus Thüringen, hat ein nettes Umfeld mit ihren Freundinnen, aber auch leider manchmal Probleme mit ihrem Selbstbewusstsein, weil sie nicht so “cool” ist wie andere.
Hobbies, Interessen, Lifestyle Schreibt und liest gerne, sucht sich gerne neue Backrezepte online und kümmert sich um den Schüler*innenblog an der Schule	Wie spricht man sie an (humorvoll, ernst, etc.) Was ist authentisch für sie? Findet selbstbewussten und provozierenden Content gut. Mag reactions und starke Agumentationen oder Diskussionen
Wie kommt die Person auf unsere Inhalte? Sucht explizit nach Inhalten und Argumenten, möchte mehr über Anti-Antifeminismus lernen und ist von Tradwifes schockiert und will gerne lernen gegen ihren Onkel zu argumentieren und 2 Jungs in ihrer Schule.	Was sind die Gains um auf der Plattform zu sein? Lernt total viel und bekommt viel Wissen, dass sie spannend findet und mit dem sie sich mit ihrer Freundin austauschen kann.
Was sind die Pain Points auf der Plattform? Sucht explizit nach Inhalten und Argumenten, möchte mehr über Anti-Antifeminismus lernen und ist von Tradwifes schockiert und will gerne lernen gegen ihren Onkel zu argumentieren und 2 Jungs in ihrer Schule.	

6. Personas I



Unlearning Anti-Feminism on TikTok

Name	
Alter, Wohnort, Familie, Hintergrund	
konservativ progressiv introvertiert extrovertiert online offline passiv aktiv	
Hobbies, Interessen, Lifestyle	
Wie kommt die Person auf unsere Inhalte?	
Was sind die Pain Points auf der Plattform?	

Motto	
Wie konsumiert die Person den Content auf der Plattform? Welche Inhalte teilt sie?	
Was sind ihre Bedürfnisse und Probleme?	
Wie spricht man sie an (humorvoll, ernst, etc.) Was ist authentisch für sie?	
Was sind die Gains um auf der Plattform zu sein?	

6. Personas I



Unlearning Anti-Feminism on TikTok

Name	
Alter, Wohnort, Familie, Hintergrund	
konservativ progressiv introvertiert extrovertiert online offline passiv aktiv	
Hobbies, Interessen, Lifestyle	
Wie kommt die Person auf unsere Inhalte?	
Was sind die Pain Points auf der Plattform?	

Motto	
Wie konsumiert die Person den Content auf der Plattform? Welche Inhalte teilt sie?	
Was sind ihre Bedürfnisse und Probleme?	
Wie spricht man sie an (humorvoll, ernst, etc.) Was ist authentisch für sie?	
Was sind die Gains um auf der Plattform zu sein?	

6. Personas I



Unlearning Anti-Feminism on TikTok

Name	
Alter, Wohnort, Familie, Hintergrund	
konservativ progressiv introvertiert extrovertiert online offline passiv aktiv	
Hobbies, Interessen, Lifestyle	
Wie kommt die Person auf unsere Inhalte?	
Was sind die Pain Points auf der Plattform?	

Motto	
Wie konsumiert die Person den Content auf der Plattform? Welche Inhalte teilt sie?	
Was sind ihre Bedürfnisse und Probleme?	
Wie spricht man sie an (humorvoll, ernst, etc.) Was ist authentisch für sie?	
Was sind die Gains um auf der Plattform zu sein?	

6. Personas II

6.1. AUFGABEN

1. Stellt euch gegenseitig eure Personas vor und hört euch gut zu.
2. Diskutiert, ob jemand fehlt oder nicht nicht abgebildet wurde. Hat euch etwas überrascht? Was findet ihr wichtig?
3. Entscheidung: Wollen wir alle/mehrere Personas ansprechen oder 1 spezifische (bspw. pro Kanal)?
4. Welche Personas sind deine Favorit*innen, weil sie bspw. wichtig für das Projekt/das Ziel sind? Verteile 2-4 Klebepunkte.

7. Medium

7. AUFGABEN

1. Notiere dir auf deinen Post-its, während wir uns gemeinsam den Content anschauen, was du daran (nicht) gut findest und was für unseren Content genutzt werden könnte.
2. Wir stellen uns unsere Notizen vor, kleben sie auf das Poster und diskutieren kurz
3. Alle verteilen 2-3 Klebepunkte, je nach Priorität.

8. Stilfragen

8. AUFGABE

Mit dem Wissen darüber, wen ihr ansprechen wollt, geht es jetzt darum, ein wenig den Stil zu finden. Also die Art und Weise. Die Moderation führt durch die Fragen.

→ Es wird gemeinsam diskutiert und auf dem Poster gesammelt.

1. Kontext & Zielgruppe

- In welcher Situation werden die Videos geschaut? (pendeln, Pause, gezielt recherchieren...)
- Wie viel Zeit/Aufmerksamkeit hat unsere Zielgruppe?

2. Ton & Sprache

- Welche 3 Adjektive beschreiben unseren Ton?
- Du oder Sie? Warum?
- Fachbegriffe: nutzen, erklären oder vermeiden?
- Gibt es Wörter, die wir bewusst nutzen/vermeiden wollen?

3. Haltung & Transparenz

- Aus welcher Position sprechen wir? (Expert*innen, Lernende, Verbündete?)
- Wie zeigen wir unsere eigene Perspektive/mögliche Interessenkonflikte?
- Welche Rolle spielt Wissenschaft in unserem Format? (Zentral? Als Autorität? Als Diskussionsgrundlage?)
- Wie gehen wir mit wissenschaftlicher Unsicherheit um?
- Wo müssen wir Vertrauen in Wissenschaft stärken?

4. Gestaltung

- Sehen wir Menschen im Content? Wenn ja, wie?
- Tempo: schnell oder ruhig?
- Gibt es Bild/Video/Sound/Textelemente? Wenn ja, warum?

5. Wirkung & Aktivierung

- Welches Gefühl/welche Haltung wollen wir auslösen?
- Was soll die Person nach der Interaktion mit dem Content tun/denken?
- Welchen konkreten Mehrwert bieten wir?

6. No Go's

- Was tun wir auf keinen Fall?

7. Weitere offene Fragen

- ...

9. Abschluss

9. AUFGABE

Was hat dich heute überrascht ? Welche neuen Aufgaben entstehen aus dem Sprint und was sind die nächsten Schritte?

→ Es wird gemeinsam diskutiert und zusammengefasst.