



TikTok

Hanne Betting
WS 23 / 24
Prof. Jo Wickert

Das erwartet euch

User Interface

Hersteller

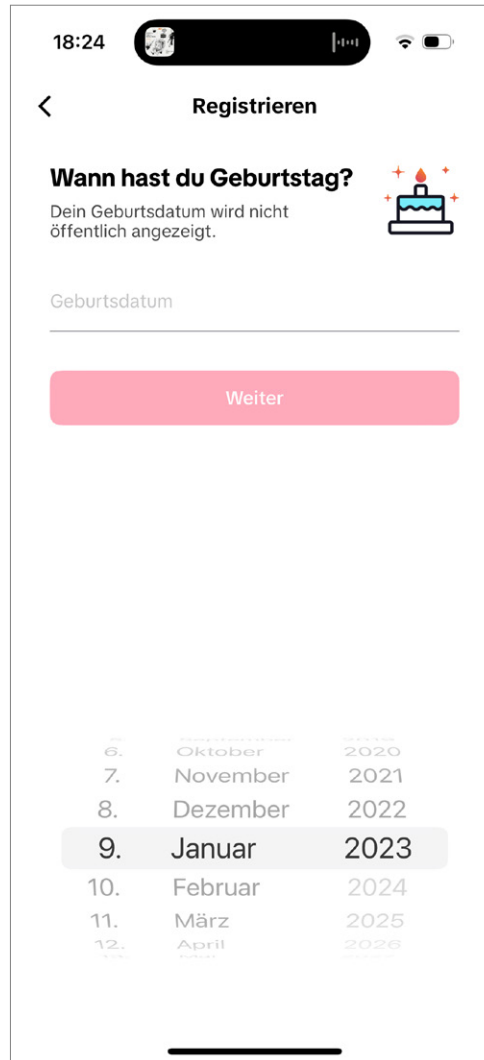
Geschäftsmodell

Workflow

Vorteile / Nachteile



User Interface



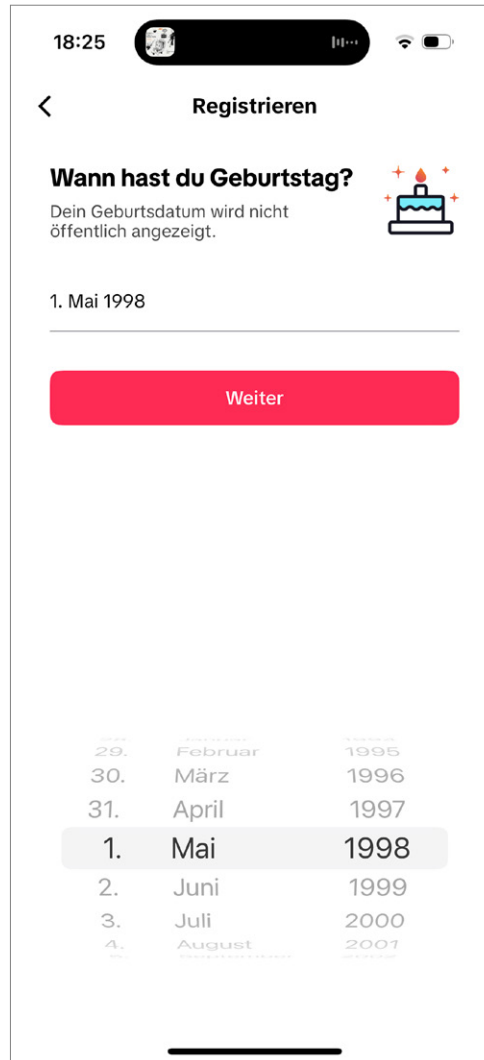
User Interface

Hersteller

Geschäftsmodell

Workflow

Vorteile / Nachteile



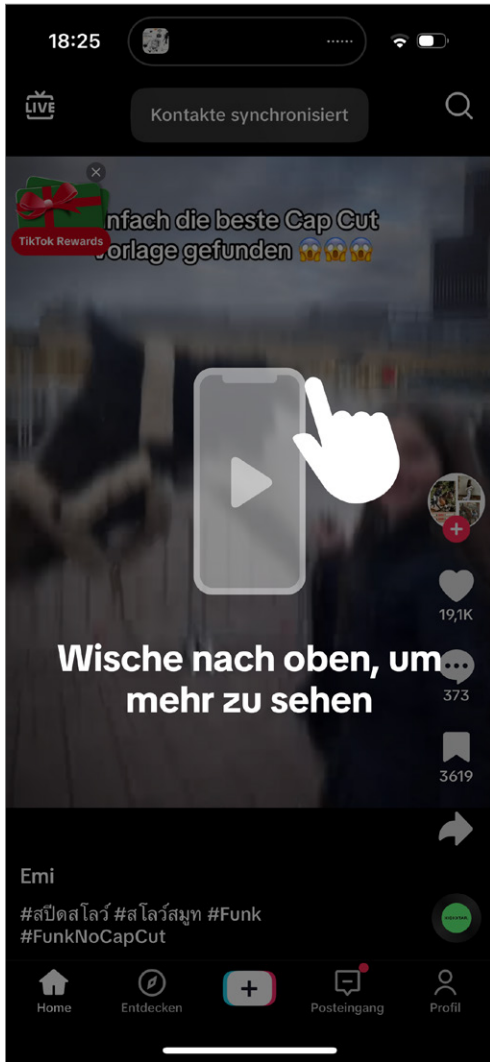
User Interface

Hersteller

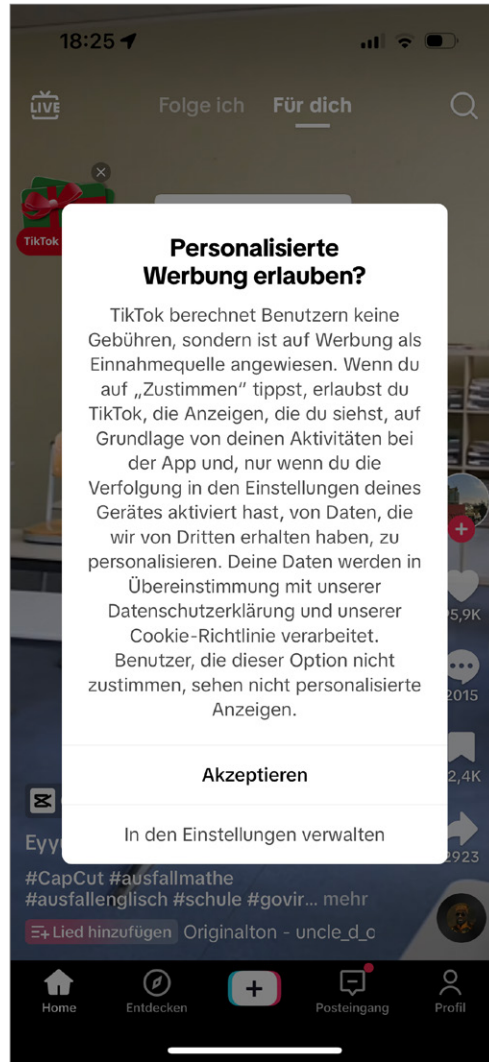
Geschäftsmodell

Workflow

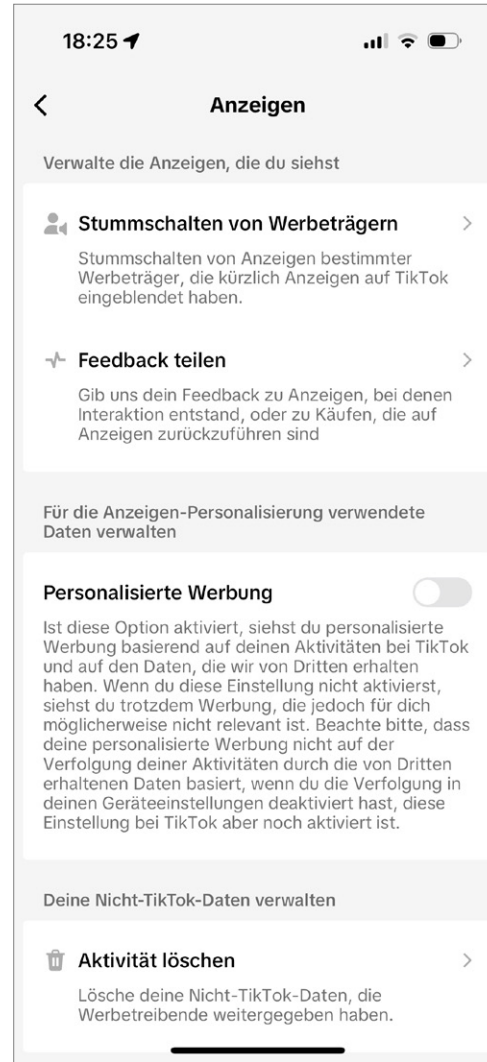
Vorteile / Nachteile



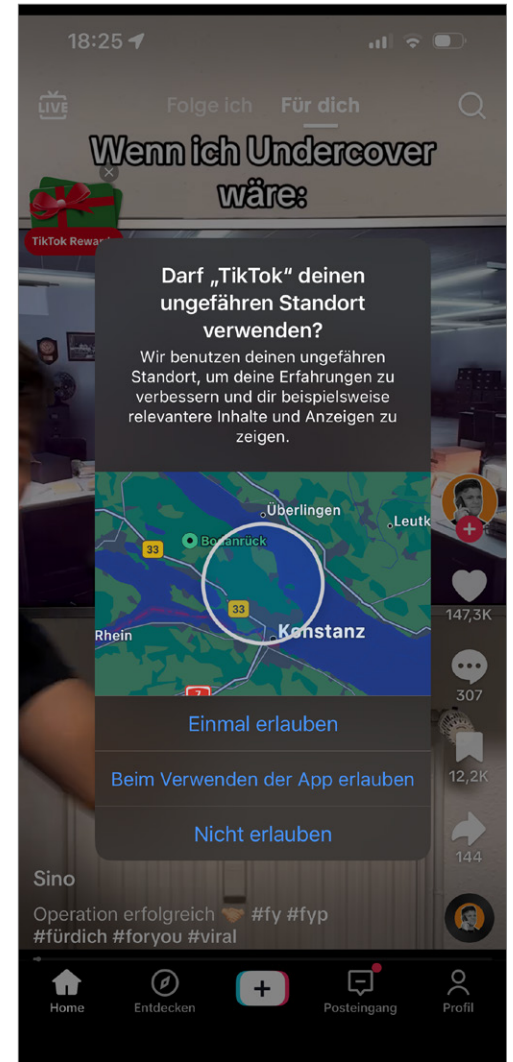
User Interface



Hersteller



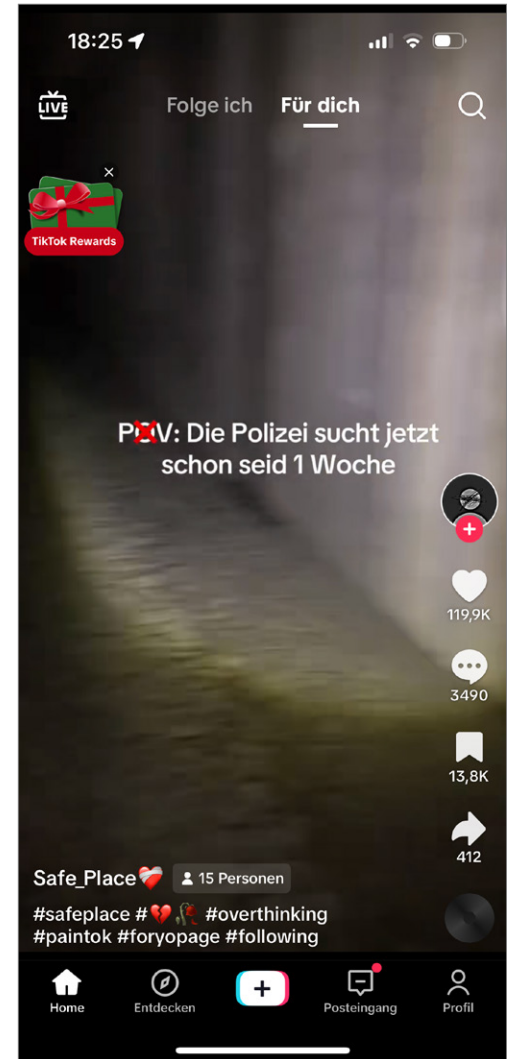
Geschäftsmodell



Workflow

Vorteile / Nachteile

1 – 2 Sek.



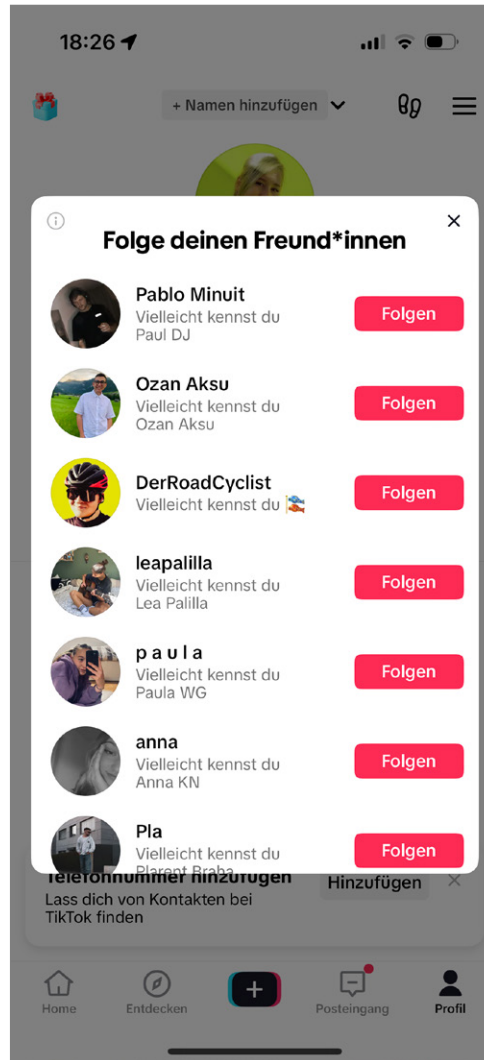
User Interface

Hersteller

Geschäftsmodell

Workflow

Vorteile / Nachteile



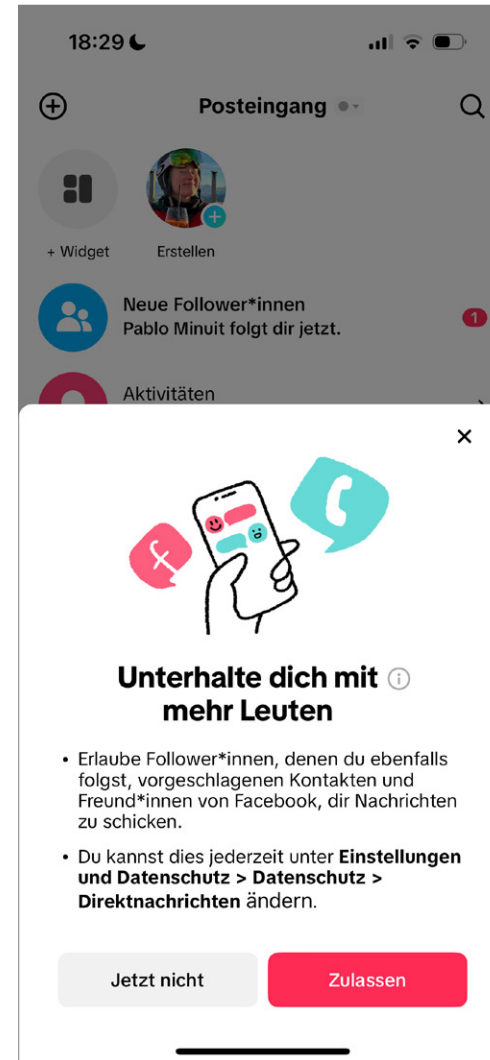
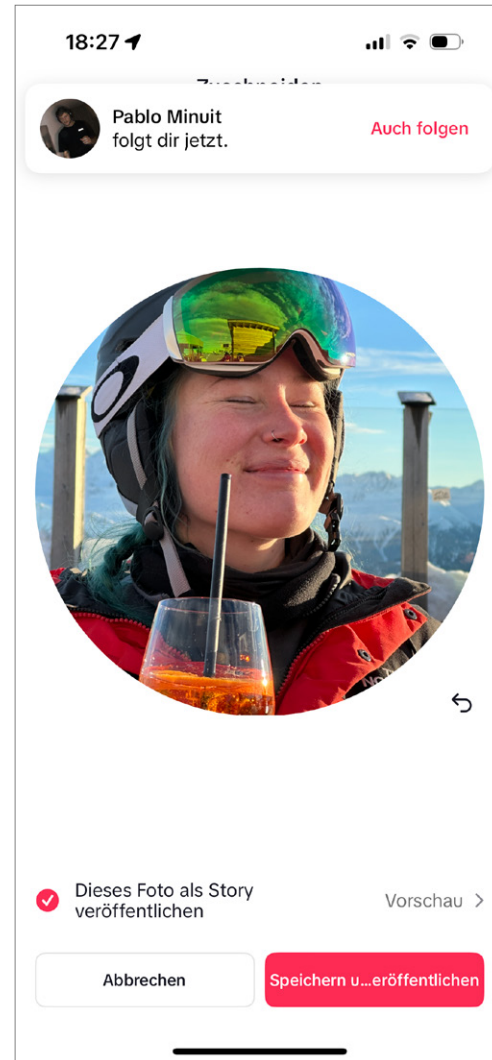
User Interface

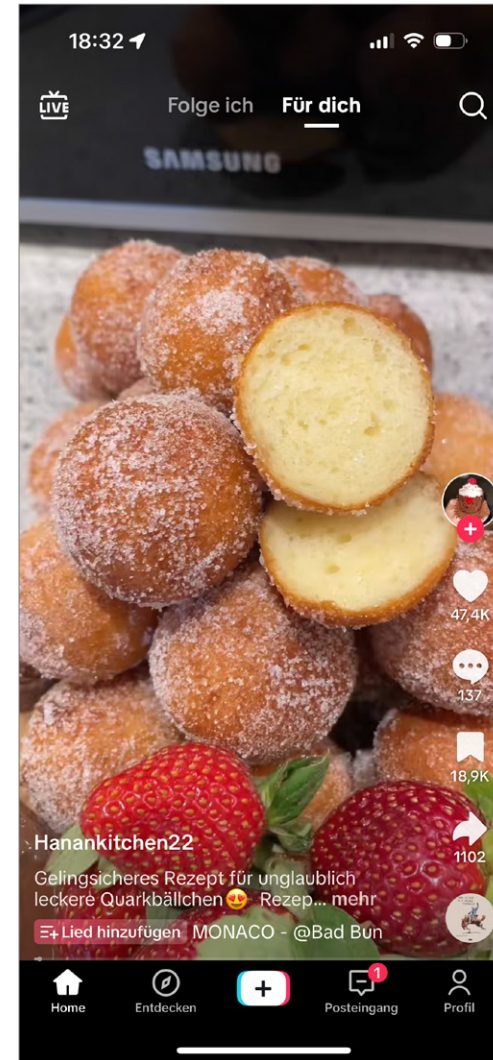
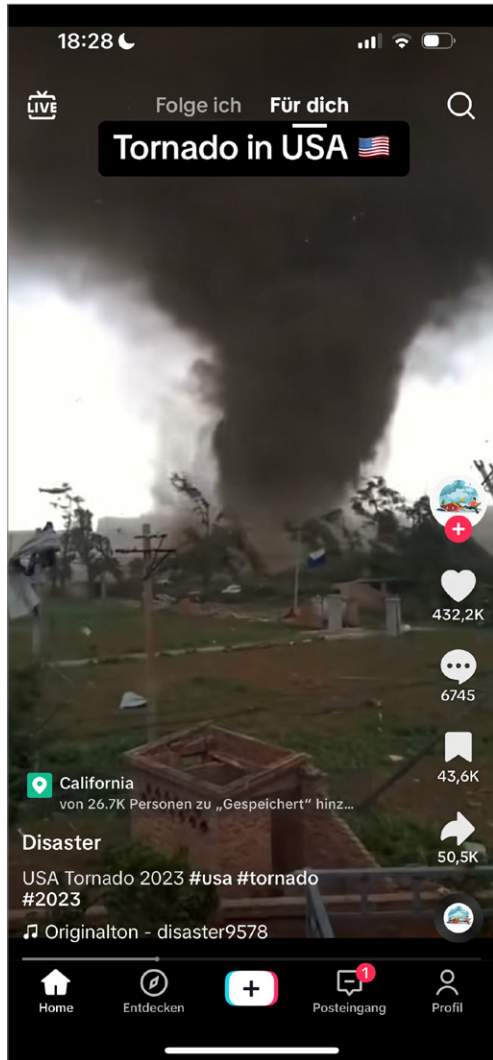
Hersteller

Geschäftsmodell

Workflow

Vorteile / Nachteile





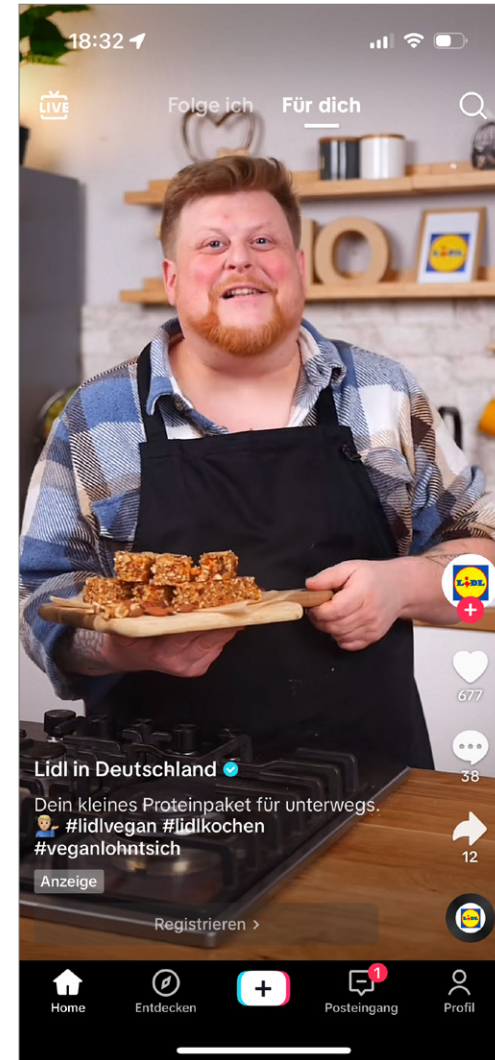
User Interface

Hersteller

Geschäftsmodell

Workflow

Vorteile / Nachteile



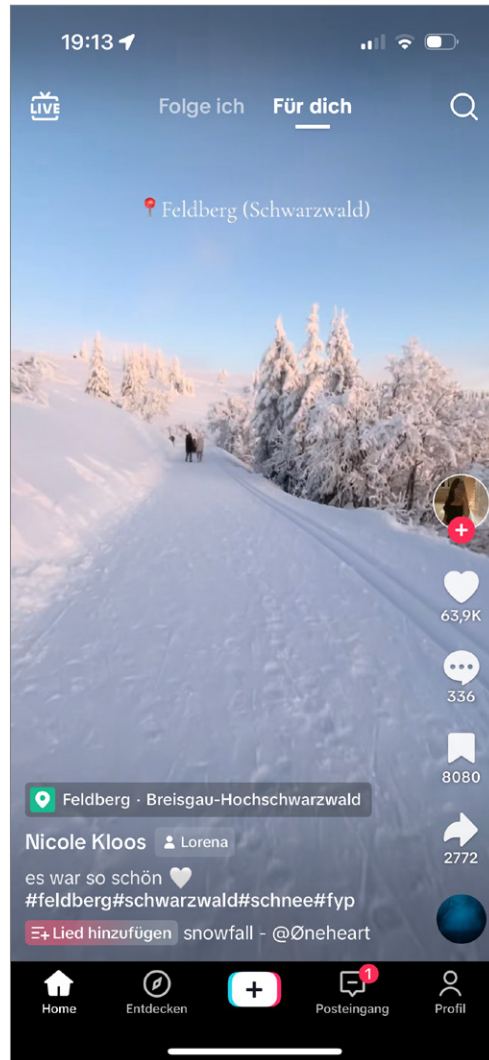
User Interface

Hersteller

Geschäftsmodell

Workflow

Vorteile / Nachteile



User Interface

Hersteller

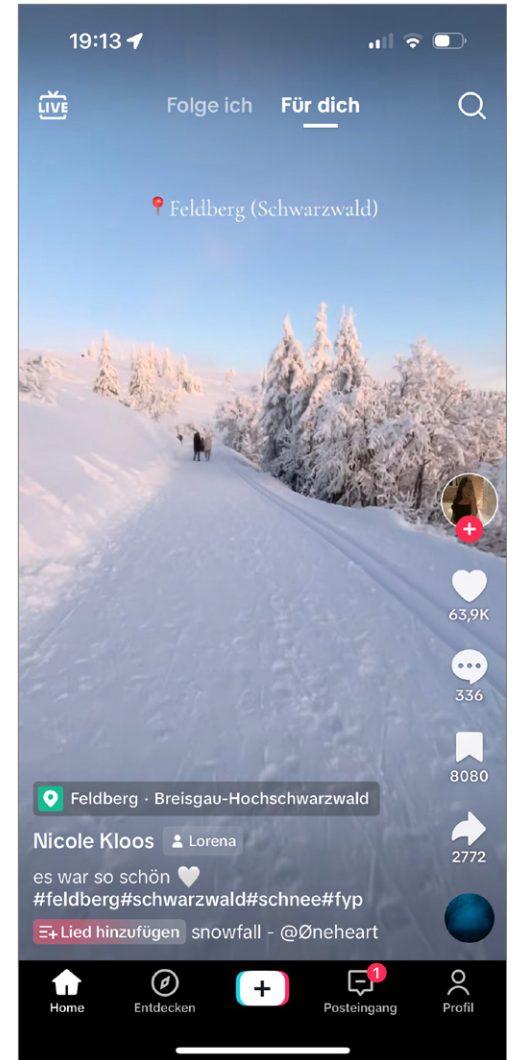
Geschäftsmodell

Workflow

Vorteile / Nach-

Beim Öffnen der App gelangt der Benutzer auf seine Feedseite.
Hier werden automatisch kurze Videos von anderen Nutzer:innen abgespielt,
basierend auf seinen Interessen und früheren Aktivitäten.

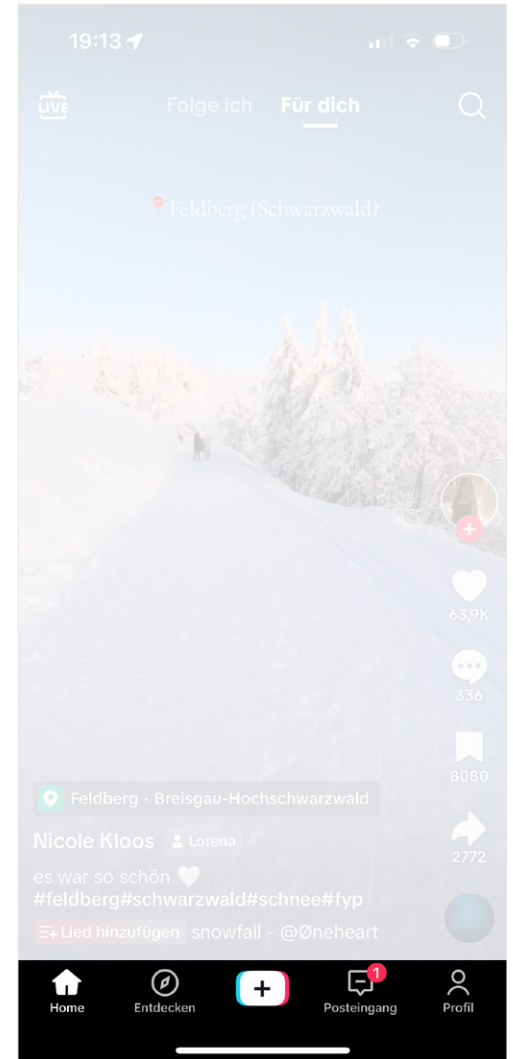
Feed



Am unteren Bildschirmrand befindet sich eine Navigationsleiste mit mehreren Registerkarten:

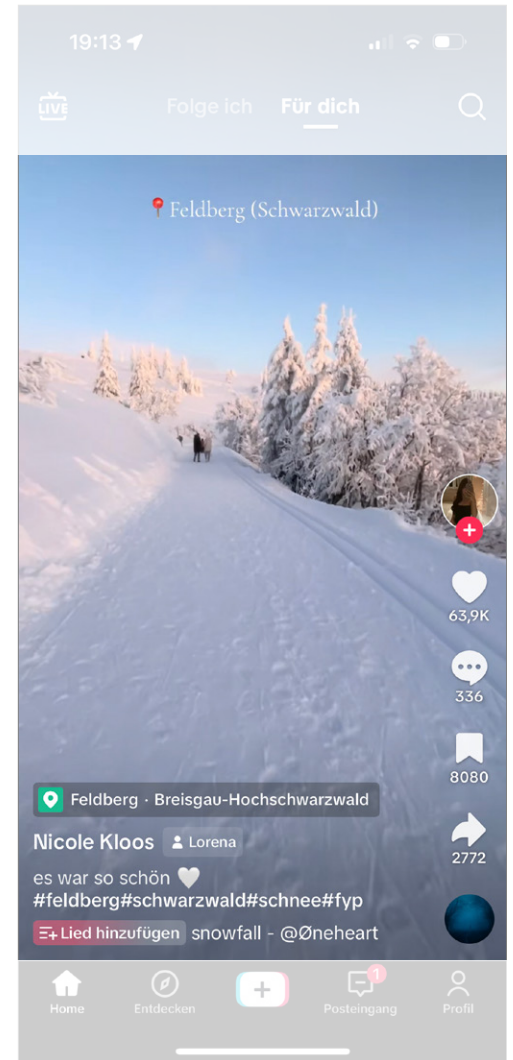
- Home:** Zurück zur Feedseite.
- Entdecken:** Hier kann man neue Inhalte durchsuchen, basierend auf verschiedenen Kategorien und Trends.
- Pluszeichen (+):** Um eigene Videos hochzuladen.
- Benachrichtigungen:** Für Interaktionen wie Likes, Kommentare und Follower:innen.
- Profil:** Zugriff auf das eigene Profil und gespeicherte Videos.

Menü



Der Hauptbereich des Bildschirms ist für die Wiedergabe der Videos reserviert. Benutzer:innen können durch Wischen nach oben oder unten zwischen den Videos navigieren. Tippen auf den Bildschirm pausiert oder spielt das Video ab.

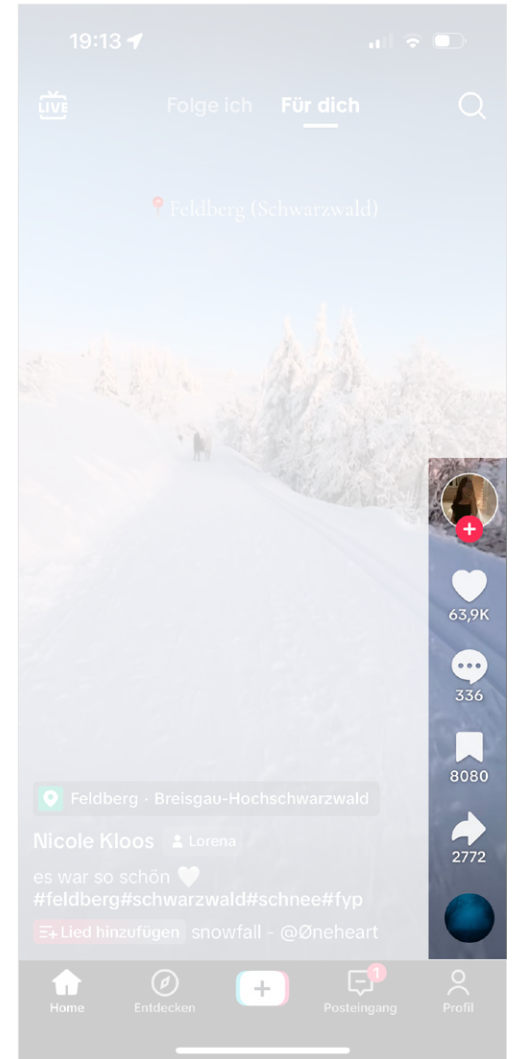
Videoplayer

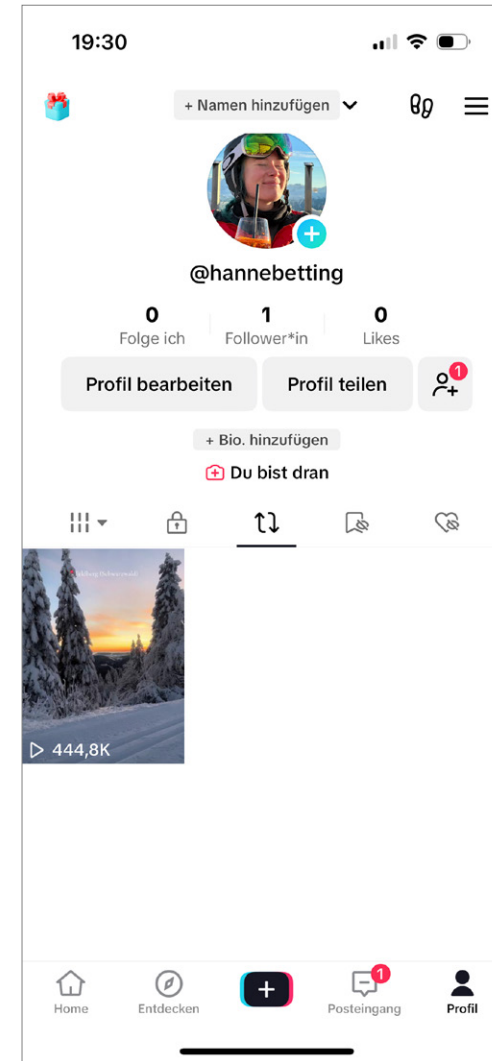
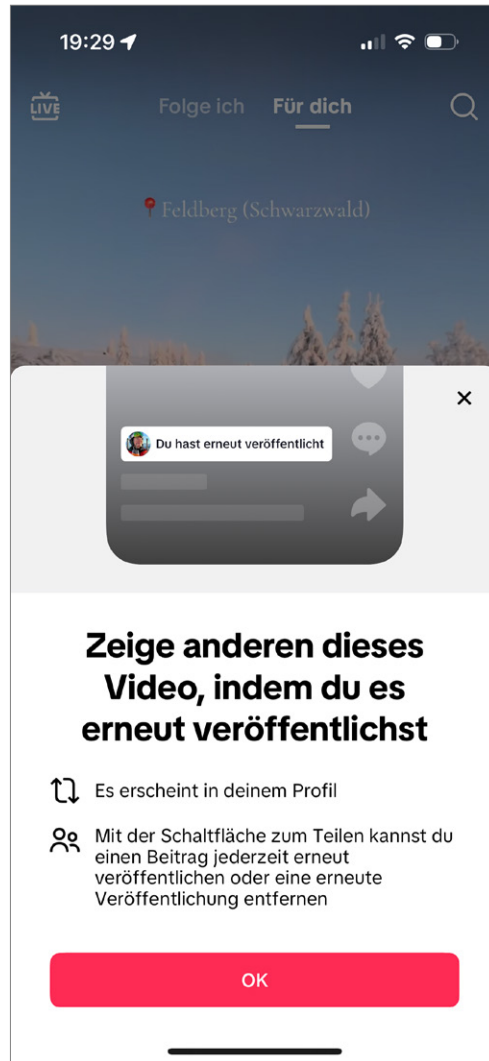
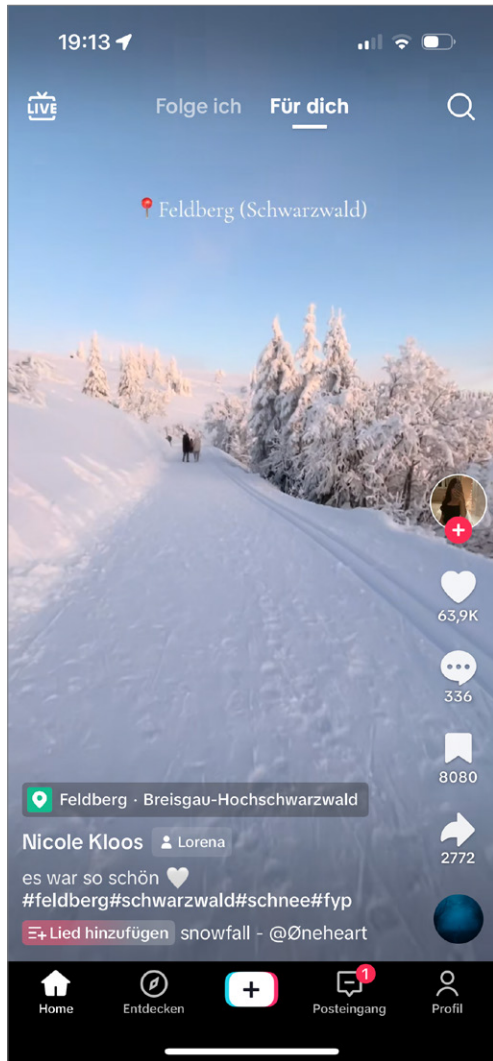


Neben jedem Video befinden sich Schaltflächen zum „Gefällt mir“ geben, Kommentieren, Teilen und zum Senden von Privatnachrichten.

Benutzer:innen können auf Videos reagieren, indem sie Duette erstellen, bei denen sie ihr Video neben dem Original abspielen, oder durch die Verwendung der Reaktionsfunktion, um ihre Reaktion auf das Video zu zeigen.

Interaktion





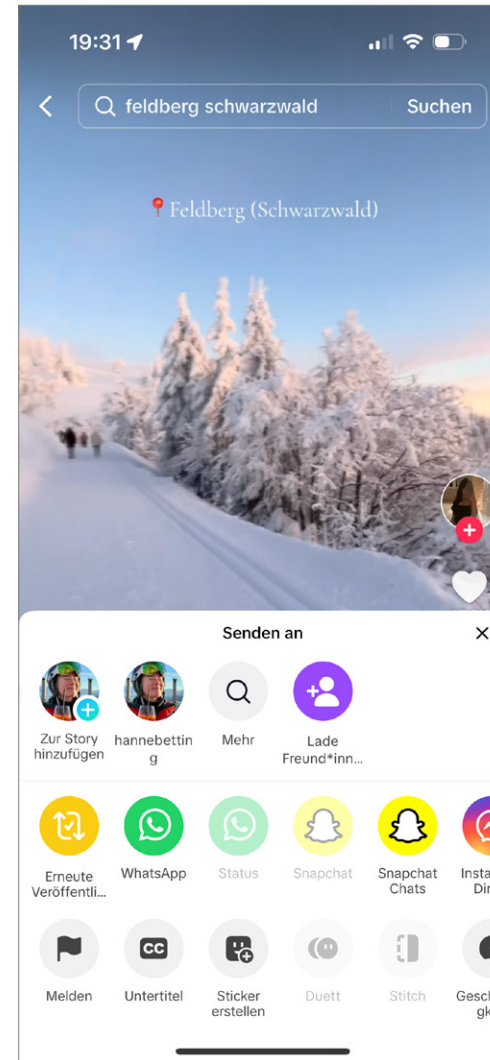
User Interface

Hersteller

Geschäftsmodell

Workflow

Vorteile / Nachteile



User Interface

Hersteller

Geschäftsmodell

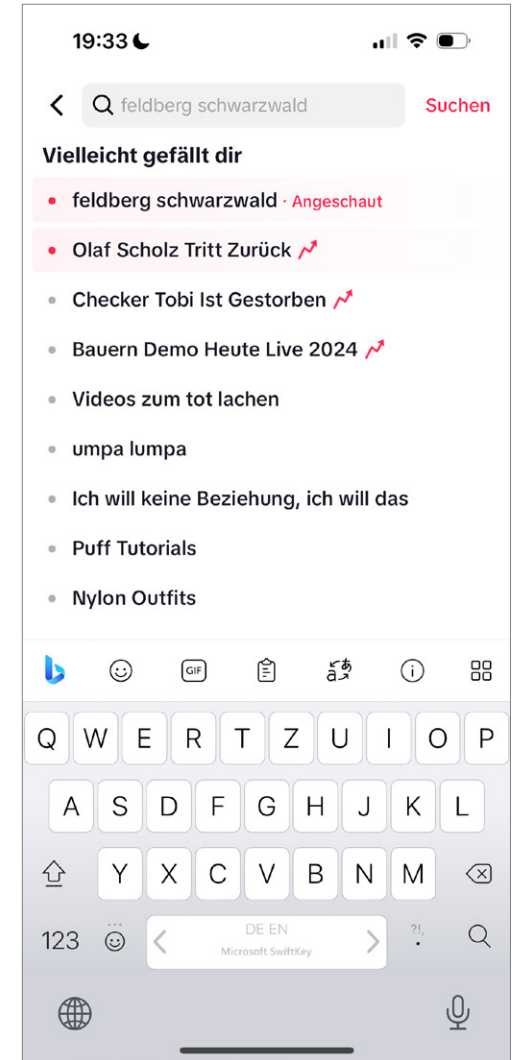
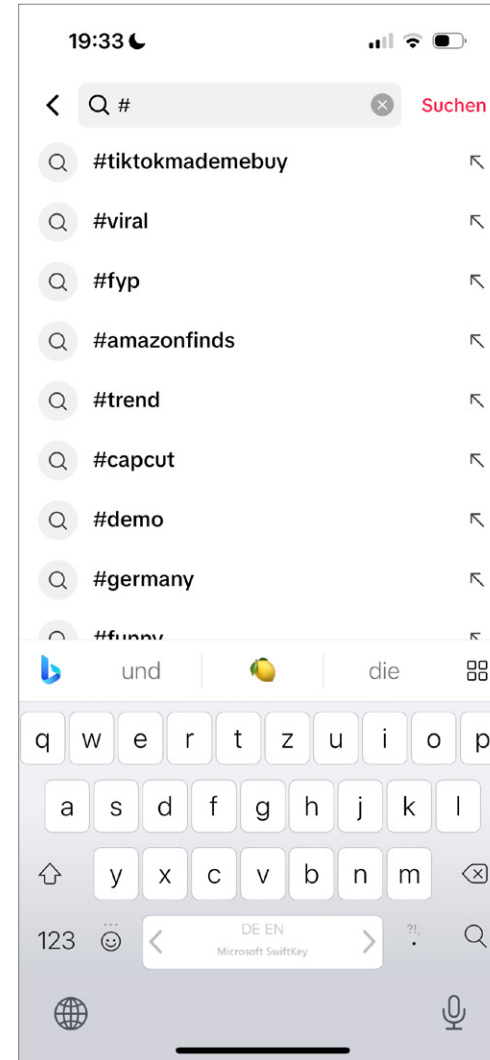
Workflow

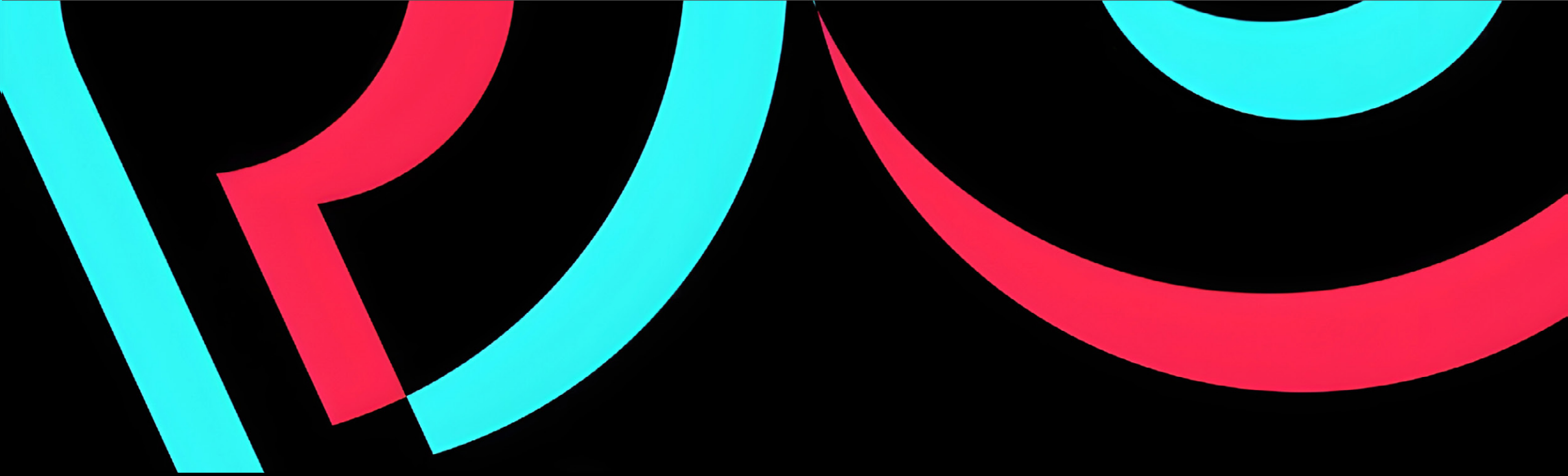
Vorteile / Nachteile

Die Suchleiste oben auf dem Bildschirm ermöglicht es Benutzer:innen, nach anderen Benutzer:innen, Hashtags oder bestimmten Inhalten zu suchen.

TikTok ermöglicht es den Benutzer:innen, Hashtags zu verwenden, um ihre Videos zu kategorisieren und Trends zu fördern. Es gibt auch eine Vielzahl von Effekten und Filtern, die in den Videos angewendet werden können.

Suche





Hersteller



TikTok wurde von der chinesischen Technologiefirma **ByteDance** entwickelt und veröffentlicht. ByteDance wurde im Jahr **2012** von **Zhang Yiming** gegründet. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Peking, China.

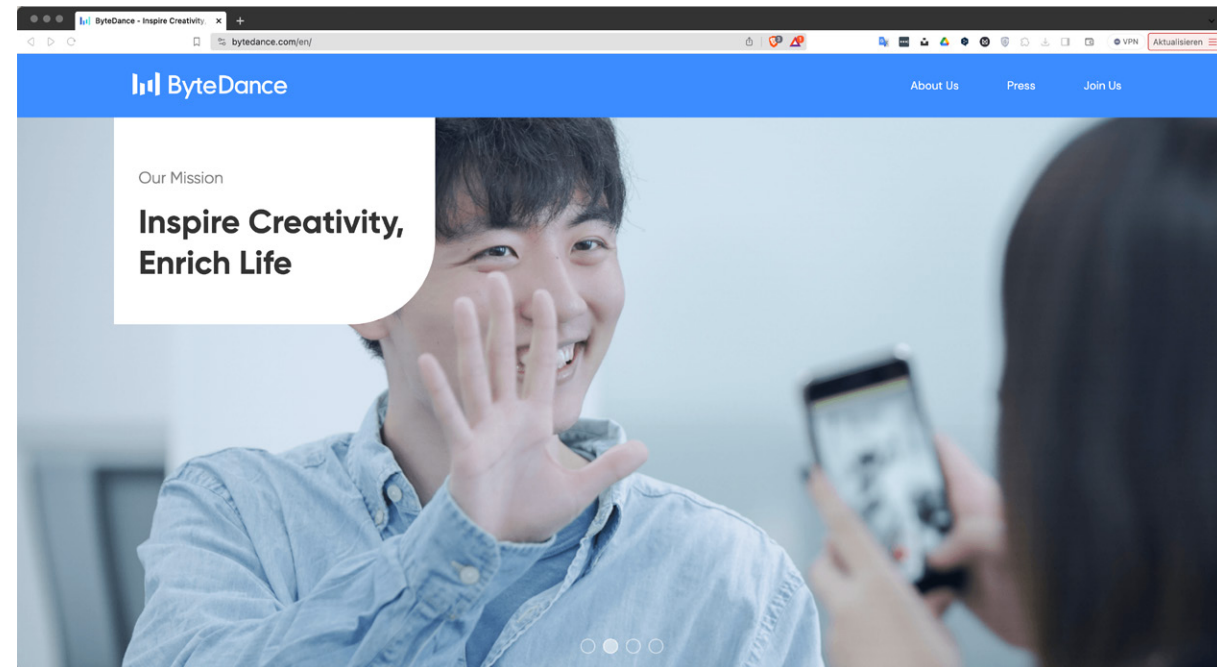
ByteDance hat sich zu einem der führenden Technologieunternehmen weltweit entwickelt, mit einem Schwerpunkt auf **Künstlicher Intelligenz (KI)** und **maschinellern Lernen**.

TikTok selbst wurde erstmals im **September 2016** unter dem Namen **Douyin** in China eingeführt. Die internationale Version der App wurde im **September 2017** unter dem Namen **TikTok** veröffentlicht.

ByteDance



At ByteDance, we call our values „**ByteStyles**.“ They help guide how we work together, and how we aim to bring our Mission and Vision to life.





< **Champion Diversity and Inclusion**

- Value individual differences, and focus on people's unique strengths.
- Think global. Understand and celebrate different cultures, views, and experiences.
- Facilitate effective collaboration by assuming good intent and trusting by default.



< **Be Candid and Clear**

- Speak your mind. Expose problems candidly. Avoid "managing up".
- Be accurate, concise, and straightforward. Avoid overusing jargon or elaborate terms.
- Drive communication and form conclusions with facts, instead of assumptions or emotions.



< **Seek Truth and Be Pragmatic** >

- Be an independent thinker. Get to the bottom of things. Distill ideas down to their fundamental truths.
- Dive deep into facts. Seek direct experience and first-hand data and information.
- Be grounded and focus on real impact.

Kritik

Datenschutz

TikTok hat weltweit Datenschutzbedenken auf sich gezogen. Es wurde kritisiert, dass die App eine große Menge an persönlichen Daten sammelt, darunter Standortinformationen, Geräteinformationen und Browserverlauf. Einige Regierungen haben Bedenken geäußert, dass diese Daten möglicherweise von der chinesischen Regierung zugänglich gemacht werden könnten, obwohl ByteDance behauptet, dass die Daten außerhalb von China gespeichert werden.

Zensur

ByteDance steht auch in der Kritik für die Zensur von Inhalten auf TikTok. Es gibt Berichte darüber, dass bestimmte politische und kontroverse Themen in einigen Ländern zensuriert wurden. Diese Praktiken haben zu Bedenken hinsichtlich der Meinungsfreiheit und der Transparenz geführt.

Jugendschutz

TikTok hat eine überwiegend junge Benutzer:innenbasis, und es gab Bedenken hinsichtlich des Jugendschutzes. Es gab Fälle, in denen unangemessene Inhalte auf der Plattform zirkulierten. TikTok hat Schritte unternommen, um Kindersicherheitsmaßnahmen zu verbessern, aber diese Bemühungen sind nicht immer ausreichend wahrgenommen worden.

Wettbewerb

ByteDance steht in einigen Ländern auch im Zusammenhang mit Wettbewerbsfragen unter Druck. In einigen Fällen wurde argumentiert, dass das aggressive Wachstum von ByteDance und die Dominanz von TikTok auf dem sozialen Medienmarkt zu unfairem Wettbewerb führen könnten.



Geschäftsmodell

Werbung

TikTok bietet Werbemöglichkeiten für Unternehmen, um ihre Produkte und Dienstleistungen zu bewerben. Dies umfasst verschiedene Arten von Anzeigen, darunter In-Feed-Anzeigen, Branded Hashtag Challenges, Branded Effects und mehr. Unternehmen können auf TikTok werben, um ihre Reichweite zu vergrößern und mit der jüngeren Zielgruppe der Plattform in Kontakt zu treten.

In-App-Käufe

TikTok ermöglicht es Benutzern, virtuelle Geschenke oder Münzen zu kaufen, die sie dann an andere Benutzer senden können. Diese Geschenke werden während Live-Streams oder in der Kommentarsektion verwendet. Die Benutzer können auch virtuelle Währung kaufen, um bestimmte digitale Produkte innerhalb der App zu erwerben.

Partnerschaften und Kooperationen

TikTok kann auch Einnahmen aus Partnerschaften und Kooperationen mit anderen Unternehmen generieren. Dies könnte beispielsweise die Zusammenarbeit mit Marken für spezielle Herausforderungen, Events oder Ko-Kampagnen umfassen.

TikTok for Business

Eine Plattform von TikTok, die speziell für Unternehmen entwickelt wurde. Hier können Unternehmen ihre Werbekampagnen planen, verfolgen und analysieren. TikTok for Business bietet Tools und Ressourcen, um Unternehmen bei der Erstellung ansprechender Inhalte und der Interaktion mit der TikTok-Community zu unterstützen.

Finanzierung

**Belohnungssystem
und Dopamin**

Das Ansehen von unterhaltsamen, kurzen Videos auf TikTok aktiviert das Belohnungssystem im Gehirn, was zur Freisetzung von Dopamin führt. Dopamin ist ein Neurotransmitter, der mit Freude, Belohnung und Motivation in Verbindung gebracht wird. Wenn Nutzer:innen regelmäßig unterhaltsame Inhalte konsumieren und positive Rückmeldungen wie Likes und Kommentare erhalten, wird das Belohnungssystem stimuliert.

Kurze Aufmerksamkeitsspanne

TikTok hat den Trend zu kürzeren Videos und einer schnelllebigen Benutzeroberfläche verstärkt. Die Videos sind in der Regel sehr kurz, oft nur 15 oder 60 Sekunden lang. Damit geht einher, dass viele Nutzer:innen heutzutage eine kürzere Aufmerksamkeitsspanne haben und sich schnell von einer Aktivität zur nächsten bewegen.

Entertainment im Snackformat

TikTok bietet eine Fülle von Inhalten im „Snackformat“, die schnell konsumiert werden können. Diese kurzen, unterhaltsamen Videos passen gut zu den Lebensgewohnheiten vieler Menschen, die in kurzen Pausen oder freien Momenten ihr Smartphone nutzen.

**Algorithmus und
personalisierte Inhalte**

TikToks Algorithmus analysiert das Nutzer:innenverhalten, um personalisierte Inhalte bereitzustellen, die den individuellen Vorlieben entsprechen. Dies trägt dazu bei, dass die Nutzer:innen ständig mit neuen und ansprechenden Inhalten konfrontiert werden, was die Motivation zur weiteren Nutzung fördert.

Dopamine first



Workflow

Social Media Manager:innen

Social Media Manager:innen sind verantwortlich für die Planung, Umsetzung und Überwachung von Social-Media-Strategien. Sie erstellen Inhalte, überwachen Trends, analysieren Daten und fördern die Markenpräsenz auf verschiedenen Plattformen.

**Content Creator /
Influencer:innen**

Content Creators erstellen ansprechende Inhalte für Social-Media-Plattformen und haben oft eine Fangemeinde. Influencer:innen nutzen ihre Präsenz, um Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben und mit ihrer Zielgruppe zu interagieren.

Community Manager

Community Manager pflegen und betreuen die Online-Community einer Marke oder Organisation. Sie interagieren mit Follower:innen, beantworten Fragen, moderieren Kommentare und fördern die positive Online-Gemeinschaft.

**Social Media Analyst /
Data Analyst**

Diese Fachleute analysieren Daten und Metriken, um den Erfolg von Social-Media-Kampagnen zu bewerten. Sie nutzen Analysen, um Einblicke in die Leistung und das Nutzerverhalten zu gewinnen.

Social Media Strategist

Social Media Strateg:innen entwickeln langfristige Strategien für die Nutzung von Social Media, um Geschäftsziele zu erreichen. Sie berücksichtigen Plattformalgorithmen, Zielgruppen und Trends.

Workflow



**Vorteile /
Nachteile**

Vorteile

Kreative Ausdrucksmöglichkeiten

Designer:innen können kurze Videos nutzen, um ihre Projekte, Prozesse oder Ideen in einer visuell ansprechenden Weise zu präsentieren. Die Plattform bietet eine breite Palette von Tools und Effekten, um eine visuelle Sprache zu entwickeln.

Schnelle Verbreitung von Inhalten

TikTok ermöglicht es Designer:innen, ihre Werke einem breiten Publikum schnell und effektiv zu präsentieren. Virale Trends und Hashtags können dazu beitragen, dass ihre Inhalte entdeckt und geteilt werden.

Interaktion mit der Community

Designer:innen können auf TikTok eine engagierte Community aufbauen, indem sie direkt mit ihren Follower:innen interagieren, Fragen beantworten und Feedback zu ihren Arbeiten erhalten. Diese direkte Kommunikation kann wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse und Vorlieben der Zielgruppe geben.

Präsentation von Designprozessen

TikTok ermöglicht es Designer:innen, Einblicke in ihre kreativen Prozesse zu geben. Durch die Darstellung von Arbeitsabläufen, Skizzen und Entwürfen können sie ihre Fähigkeiten und ihre Arbeitsweise einem breiten Publikum zeigen.

Trendbewusstsein

TikTok ist eine Plattform, auf der Trends schnell entstehen und verbreitet werden. Designer:innen können diese Trends nutzen, um Inspiration für ihre eigenen Werke zu sammeln.

**Kurze
Aufmerksamkeitsspanne**

TikTok-Videos sind in der Regel sehr kurz, oft nur 15 bis 60 Sekunden lang. Dies kann eine Herausforderung für Designer:innen darstellen, die komplexe Designprozesse oder detaillierte kreative Arbeiten präsentieren möchten. Die kurze Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer:innen kann dazu führen, dass wichtige Details übersehen werden.

**Mangelnde Kontrolle über
die Darstellung**

Auf TikTok kann es schwierig sein, die Präsentation der eigenen Arbeiten genau zu kontrollieren. Die Plattform bevorzugt oft kurzlebige, unterhaltsame Inhalte, was dazu führen kann, dass anspruchsvollere Designarbeiten möglicherweise nicht die gleiche Aufmerksamkeit erhalten.

Urheberrechtsfragen

Designer:innen müssen besonders vorsichtig sein, wenn es um Urheberrechtsfragen geht. Das Teilen von Designs auf TikTok birgt das Risiko, dass Inhalte ohne Zustimmung weiterverbreitet oder sogar kopiert werden. Die Plattform hat Funktionen, um Originalinhalte zu schützen, aber das Risiko besteht dennoch.

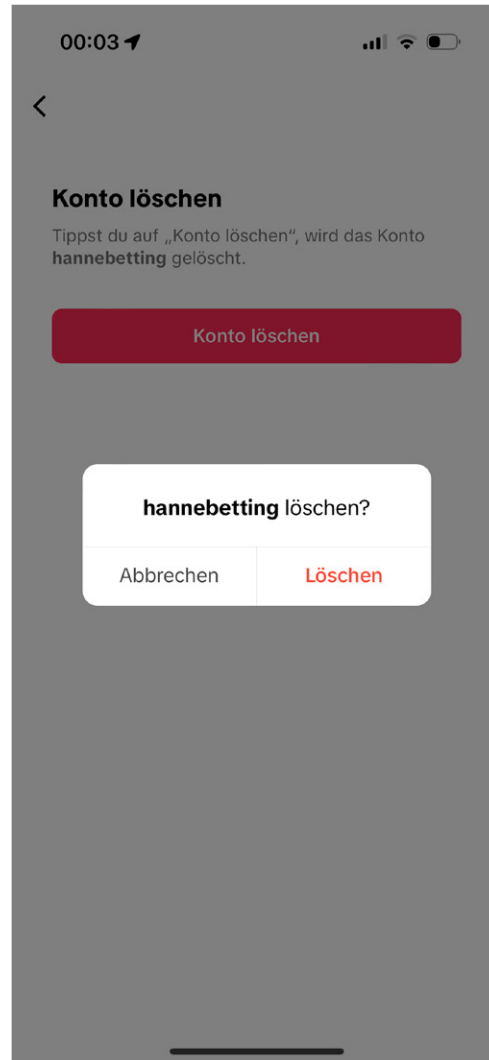
**Ablenkung durch Trends und
Herausforderungen**

TikTok ist bekannt für seine Trends und Herausforderungen. Während die Teilnahme an diesen Trends die Sichtbarkeit erhöhen kann, besteht die Gefahr, dass Designer dazu verleitet werden, Inhalte zu erstellen, die eher trendig sind als ihre eigene kreative Identität zu zeigen.

Nachteile



Fazit



Danke :-)

