

Call for Presentations & Papers

Wissenschaftskommunikation auf TikTok: Forschung und Praxis

Datum: 27. und 28. November 2025

Ort: TH Köln, Co-Site Kreativräume Schanzenstraße 30, 51063 Köln

Einreichungsfristen: 31. Mai 2025 (Abstract Presentation), 27. November 2025 (Abstract Paper) & 31. Januar 2026 (Full Paper)

Aktuelle Studien unterstreichen die wachsende Bedeutung von TikTok für die Wissenschaftskommunikation und die politische Meinungsbildung (Bösch & Köver 2021). Die Popularität der Plattform nahm im Zuge der COVID-19-Pandemie erheblich zu und gewann sowohl Nutzer:innen als auch Content Creator:innen hinzu (Müller, 2024; Hoić, 2022; Ruth, 2022). Wissenschaftler:innen haben das Potenzial von TikTok erkannt, um wissenschaftliche Erkenntnisse und Erfahrungen zu vermitteln und über Desinformationen aufzuklären, wobei die Inhalte von unterhaltsam bis hin zu lehrreich variieren (Allgaier et al., 2025; Christ & Huhn, 2024; Ruth, 2022). Darüber hinaus wird TikTok auch in Bildungskontexten genutzt, um Fähigkeiten in der Wissenschaftskommunikation zu lehren und vorzuleben (Radin & Light, 2022). Doch TikTok wird von Seiten der Wissenschaftskommunikation bisher nur wenig beforscht.

Die zweitägige Tagung hat das Ziel, Forschung und Praxis der Wissenschaftskommunikation auf TikTok aus der Perspektive der Wissenschaft heraus zu betrachten und nach Chancen und Herausforderungen zu fragen, die mit einer Präsenz von Wissenschaftler:innen auf TikTok verbunden sind.

Forschende mit disziplinären und interdisziplinären Perspektiven sind herzlich eingeladen, ihre Erkenntnisse und Fragestellungen vorzustellen und zu diskutieren. Auch Creator:innen sind herzlich eingeladen, ihre Erfahrungen zu teilen. Ziel ist es, ein umfassendes Bild der aktuellen Chancen, Herausforderungen, Strategien und Erfolge zu zeichnen und interdisziplinäre Diskussionen sowie Netzwerkbildung zu fördern.

Themenschwerpunkte

- Theoretische Ansätze: Modelle und Theorien der Wissenschaftskommunikation und ihre Anwendung auf TikTok
- Case Studies: Präsentation erfolgreicher und nicht erfolgreicher Strategien der Wissenschaftskommunikation auf TikTok
- Methodik: Forschungsmethoden und Zugänge zur Analyse von TikTok und dortigen Inhalten

- Herausforderungen und Risiken: Umgang mit Desinformation und verbalen Angriffen auf TikTok
- Hindernisse: TikTok als kontroverses Medium, Umgang mit bestehenden Strukturen und Rollen in der Wissenschaftskommunikation und mögliche Alternativen

Bitte senden Sie Ihre Vorschläge für Vorträge (max. 20 Minuten) mit einer kurzen Beschreibung des Beitrags (250 Wörter) sowie Informationen über die Autor:innen (Name, Affiliation, Kontaktinformationen) an folgende E-Mail-Adresse:

Eva-Maria.Grommes@th-koeln.de

Das Catering tagsüber auf der Konferenz ist für Vortragende inklusive. Es ist zudem ein Vortragshonorar in Form eines Zuschusses zu den Reise- und Übernachtungskosten vorgesehen.

Anmeldung zur Tagung

Die Anmeldung zur Teilnahme an der Tagung, auch ohne Vortrag, ist ab dem 30. Juni 2025 möglich. Eine Teilnahmegebühr fällt nicht an.

Wir freuen uns auf Ihre spannenden Beiträge und einen regen Austausch während der Tagung!

Tagungsband

Einreichung des Abstracts (max. 250 Wörter): bis 27. November 2025

Einreichung des Beitrages: (max. 70.000 Zeichen) bis 31. Januar 2026

Wir laden alle Vortragenden herzlich dazu ein, ihre Beiträge im Open-Access-Tagungsband zu publizieren, der im NOMOS-Verlag erscheint. Das Thema Ihres Vortrags muss nicht mit dem Thema Ihres Beitrags übereinstimmen. Der Nomos-Verlag versieht die E-Books und die Kapitel mit einzelnen DOIs und ist in den Medien- und Kommunikationswissenschaften sehr bekannt und gelesen. Das sichert die digitale Dissemination.

Für den Band ist ein einstufiges Peer-Review-Verfahren der Herausgebenden und externen Gutachtenden vorgesehen. Die Publikationssprache ist deutsch, es sind aber auch englischsprachige Beiträge möglich.

Das Buch ist interdisziplinär angelegt und erlaubt es allen Verfassenden, sich in ihrem Beitrag sowohl disziplinär als auch interdisziplinär mit ihrer Fragestellung zu beschäftigen.

Ihre Beiträge sollen 70.000 Zeichen (inklusive Leerzeichen, Abstract (max. 250 Wörter) und Literaturverzeichnis) nicht überschreiten. Abbildungen sind möglich und erwünscht.

Literatur

Bösch, M. & Klöver, C. (2021). Schluss mit lustig? TikTok als Plattform für die politische Kommunikation. *STUDIEN 7/2021*, Rosa-Luxemburg-Stiftung.

Müller, T. (2024). Zahl der Social-Media-Nutzenden steigt auf 60 Prozent. Ergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie 2024. *Media Perspektiven*, 28(2024), 1-8.

Hoić, M. (2022). Using TikTok as a platform for science communication: The latest challenges and opportunities. *PUBMET*, 62. <https://doi.org/10.15291/pubmet.3946>

Ruth, N. (2022). Wissenschaftskommunikation auf TikTok: Ein Erfahrungsbericht aus musikwissenschaftlicher Perspektive. *Jahrbuch Musikpsychologie*, 31, 1–5.
<https://doi.org/10.5964/jbdgm.149>

Allgaier, J., Kaudel, K., Krakofsky, M., Reibert, A., Sonnberger, E., & Vajda, L. (in print, 2025). A hard nut to crack? Explorative Forschung zum Thema Essen und Ernährung auf TikTok. *TikTok – Memefication und Performance*.
<https://doi.org/10.5771/1615-634X-2024-1-49>

Christ, K., & Huhn, M. (2024). „Den Elfenbeinturm aufbrechen.“ Multimodale Wissenschaftskommunikation auf TikTok. *Communicatio Socialis*, 57(2), 242–258.
<https://doi.org/10.5771/0010-3497-2024-2-242>

Radin, A. G. B., & Light, C. J. (2022). TikTok: An Emergent Opportunity for Teaching and Learning Science Communication Online. *Journal of Microbiology & Biology Education*, 23(1), e00236-21. <https://doi.org/10.1128/jmbe.00236-21>