

teilensWert+



Unsere Mission

Teilenswert macht es Personen des öffentlichen Lebens möglichst einfach, sich in den sozialen Netzwerken für Demokratie, Klimaschutz und soziale Gerechtigkeit einzusetzen. Wir finden, checken und kuratieren teilenswerte Beiträge, die mit ein paar Klicks geteilt werden können. Hass und Propaganda nehmen im Internet zu viel Raum ein. Es wird Zeit, progressive und konstruktive Inhalte zu verstärken, die den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern. Nutze Deine Reichweite – teile mit.

Unique Selling Point (USP)

Teilenswert bietet prominenten Teiler:innen direkt teilbare, geprüfte Inhalte (Artikel, Grafik, Bild, Video) zu Themen, denen sie mit ihrer Reichweite zu (relevanter) Sichtbarkeit verhelfen können und die gleichzeitig in ihr Branding (Haltung/Positionierung) einzahlen.

Demokratiefeindliche und rassistische Einstellungen im Netz nehmen zu, während die sichtbare Unterstützung für Klimaschutz, Demokratie und soziale Gerechtigkeit abnimmt. Diese Entwicklung wird von u.a. rechten Influencern und gezielten Desinformationskampagnen in sozialen Medien maßgeblich beeinflusst.

Algorithmisch werden Beiträge gepusht, die hohe Interaktionen aufweisen - und zumeist durch Negativ-Framing zustande kommen. Um diesen Kreislauf zu durchbrechen, braucht es mehr Reichweite für Inhalte aus der demokratischen Zivilgesellschaft.

Personen des öffentlichen Lebens, die ihre Reichweite progressiv einsetzen möchten, können an dieser Stelle zu Teiler:innen werden, um Propaganda im Netz zurückdrängen und mehr Sichtbarkeit für demokratische, nachhaltige und soziale Inhalte zu schaffen.



Marc-Uwe Kling, Autor und Musiker (Gründungsmitglied)

„Das Internet ist die größte Meinungsbörse der Menschheitsgeschichte. Wenn wir es weiter dem Populismus und der Desinformation überlassen, wird unsere Demokratie nicht mehr funktionieren können. *Teilenswert* steuert aktiv gegen diesen Trend. Der Verein ermöglicht es in den sozialen Medien einfach, sicher, regelmäßig und ohne viel Aufwand gute Beiträge zu teilen.“



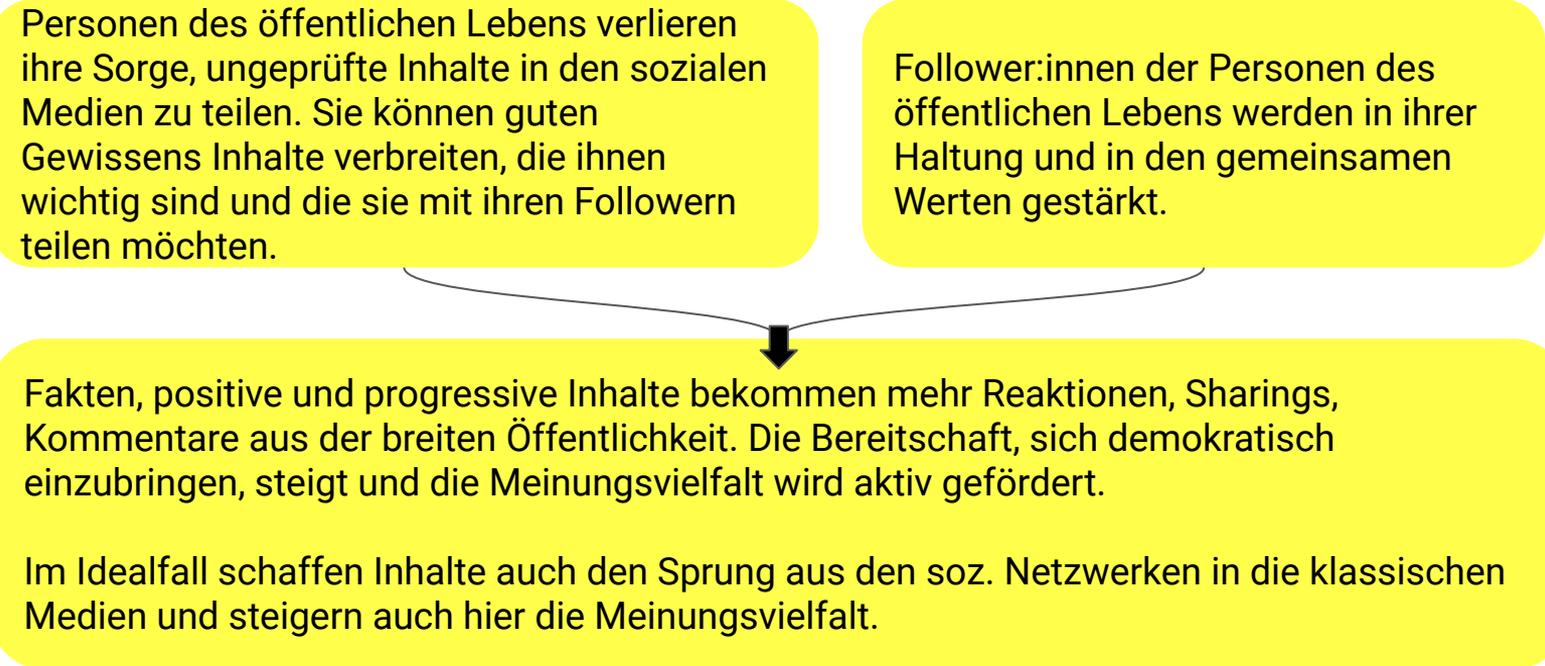
Ralph Ruthe, Witzbildmaler (Gründungs-/Vorstandsmitglied)

„*Teilenswert* ermöglicht es, sich gemeinsam mit Personen des öffentlichen Lebens der Verbreitung von Populismus und Lügen in den sozialen Netzwerken durch gut recherchierte Beiträge entgegenzusetzen. So erreichen wir über unsere Followerschaft Menschen, die sich sonst nicht klar positioniert hätten oder über ‘Empörungs-Reposts’ antidemokratischen Aussagen zusätzlich Reichweite geben. Unser Ziel: eine Fakten-Brandmauer gegen Hass und Hetze im Internet, die wir gemeinsam aufbauen und dadurch Zusammenhalt erzeugen.“

Impact

Personen des öffentlichen Lebens verlieren ihre Sorge, ungeprüfte Inhalte in den sozialen Medien zu teilen. Sie können guten Gewissens Inhalte verbreiten, die ihnen wichtig sind und die sie mit ihren Followern teilen möchten.

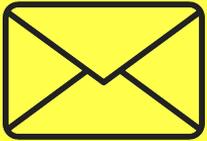
Follower:innen der Personen des öffentlichen Lebens werden in ihrer Haltung und in den gemeinsamen Werten gestärkt.



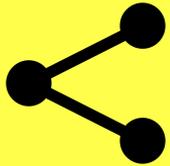
Fakten, positive und progressive Inhalte bekommen mehr Reaktionen, Sharings, Kommentare aus der breiten Öffentlichkeit. Die Bereitschaft, sich demokratisch einzubringen, steigt und die Meinungsvielfalt wird aktiv gefördert.

Im Idealfall schaffen Inhalte auch den Sprung aus den soz. Netzwerken in die klassischen Medien und steigern auch hier die Meinungsvielfalt.

Distribution



Newsletter mit kuratierten Inhalten für Sharing in den meist genutzten Netzwerken



Postings über eigene *Teilenswert* Accounts in den meist genutzten Netzwerken



Impact Push: Community Building für High Engager via WhatsApp



Newsletter

In unserem wöchentlichen Newsletter teilen wir auf Fakten geprüfte Content-Empfehlungen zu den Themen Demokratie, Klimaschutz und soziale Gerechtigkeit. Je mehr Menschen Fakten und konstruktive Inhalte teilen, desto mehr Vielfalt und Zusammenhalt können wir gemeinsam im Netz entfalten.

Präsenz in den sozialen Netzwerken

Zusätzlich teilen wir kuratierte Inhalte über eigene *Teilenswert*-Profile via one-to-many Kommunikation in den jeweiligen soz. Netzwerken. Die Aktivitäten von prominenten Teiler:innen werden dort bspw. über CoLab-Postings (vgl. Insta/FB) sichtbar.

Community Building für High Engager

Der Kreis der Personen des öffentlichen Lebens wird peer-to-peer und per gezielter Ansprache erweitert. Eine geschlossene WhatsApp-Gruppe für reichweitenstarke Teiler:innen stärkt das Vertrauen, sich mit der eigenen Community und den sensiblen personenbezogenen Daten bei *Teilenswert* einzubringen. Die Möglichkeit der Vernetzung mit weiteren Personen des öffentlichen Lebens erhöht das Mitmachpotential.

Gruppenmitglieder werden darauf hingewiesen, wenn sie mit ihrer spezifischen Reichweite in einem Netzwerk zum Enabler/Katalysator werden können (push activation). Über geplante und zeitgleich startende Postings kann die Relevanz in den jeweiligen Diskursen exponentiell erhöht werden.



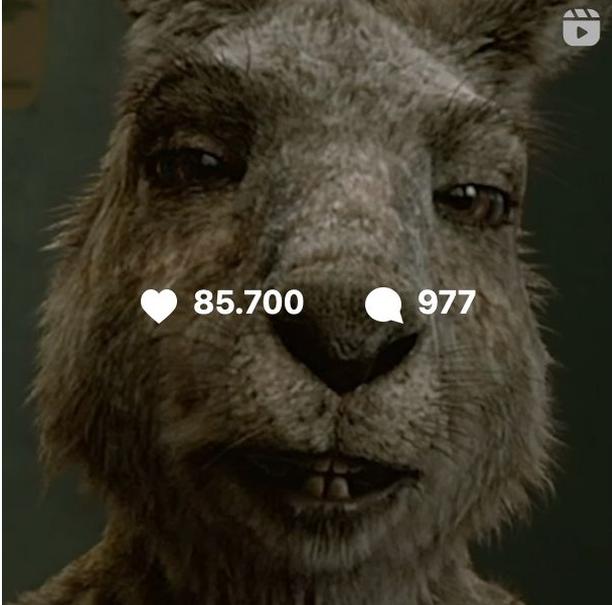
Case EU Wahl 2024

Video: [Wahl-Aufruf](#) via Instagram
von Marc-Uwe-Kling

Initiiert über die *Teilenswert-*
Gründungsgruppe

Collab-Partner ✕

-  **marcuwekling**
Marc-Uwe Kling
-  **luisaneubauer**
-  **campact.de**
-  **sebastiano_lehmano**
-  **ruthe_offiziell**
-  **sanktionsfrei**





Impact

Das gemeinsam geteilte Video ging viral:

- Reichweite: 1.648.095
- Wiedergaben: 2.915.567
- Likes: 85.7k

Zum Vergleich das bisher am besten laufende Video 2024 von Marc-Uwe Kling:

- Reichweite: 265.197
- Wiedergaben: 436.000
- Likes: 27,3k

6 Kern-Kriterien für kuratierten Content

Faktentreue

Mehrere voneinander unabhängige Quellen bestätigen die zentralen Aussagen.

Transparenz

Die wesentlichen Quellen sind identifiziert. Namentliche Kennung der/des Content-Urheber:innen trägt dazu bei, dass Fakten von dritter Stelle aus überprüfbar werden.

Aktualität

Neuigkeiten/Botschaften sollten einen gewissen Aktualitätswert haben.

Relevanz

Je mehr Menschen von einem Thema betroffen sind, desto höher die Reichweite. Doch auch Geschehen, die wertebasierende Auswirkungen andeuten, können ins Gewicht fallen.

Tonality

Der Content ist frei von Hass-Rede in jeglicher Form und verletzt keine Persönlichkeitsrechte.

Theory of Share

Der Content bietet einen konstruktiven und plausiblen Mehrwert für Nutzer:innen und aktiviert, den Content mit der eigenen Followerschaft zu teilen.

Key Performance Indicators (KPIs)

1. **Critical Mass:** Bis zur Bundestagswahl 2025 vereinen wir 50 High Engager (prominente Teiler:innen) unter *Teilenswert*
 - Die so zu erreichende gemeinsame Reichweite streut sich über die von den Teiler:innen meist-genutzten Kanäle (aktuell): Youtube, Instagram, facebook, tiktok.

Follower Range der bisher einbezogenen Teiler:innen, pro Person (11 Personen):

Netzwerke	Instagram	Facebook	TikTok	Youtube	LinkedIn	X
Follower Range	80k-900k	100k-1.2 Mio	100k-2.5 Mio	50k-2.3 Mio	2.5k- 35k	50k-700k

Key Performance Indicators (KPIs)

2. Reichweite in den sozialen Medien: Für die Steigerung der Sichtbarkeit des kuratierten Contents sind kanalspezifische Indikatoren entscheidend. Je nach Plattform unterscheiden sich die priorisierten Kennzahlen, diese hängen auch von Content-Formaten ab. Die zwei grundlegendsten KPIs sind jeweils:



Views
Interaction



Reach
Interaction



Engagement Rate
Hashtag Views



Watch Time
Click-Through-Rate



Impressions
Interaction

Key Performance Indicators (KPIs)

3. Touchpoint Data Analysis: Tracking der Tages- und Wochenreichweite eines Themas in Relation zu verschiedenen Quellen und Framings.

- Welche Reichweite konnte der über *Teilenswert* verbreitete Content gegenüber anderen Framings/Content-Einheiten zum selben Thema erreichen?
- Annäherung an mögliche persuasive Streuungseffekte via Daten
Visualisierung: wie oft, mit welcher Ausrichtung und über welche Touchpoints wird über ein Thema gesprochen? Verändert sich über den Verlauf der Zeit (Long Tail) die Zustimmung/Ablehnung zu einem Thema?

Finanzierungsbedarf 2024

September-Dezember 2024

Personal & Honorare: 48.000,00 €

Betriebskosten: 6.000,00 €

PR-/Öffentlichkeitsarbeit: 10.000,00 €

Gesamthaushalt: 64.000,00 €

Finanzierungsbedarf 2025

Januar-Dezember 2025

Personal & Honorare: 160.000,00 €

Betriebskosten: 8.000,00 €

Projekte/fachliche Gelder: 20.000,00 €

PR-/Öffentlichkeitsarbeit: 12.000,00 €

Gesamthaushalt: 200.000,00 €

Verein

Support, Wissen und Reichweite zivilgesellschaftlicher Organisationen und inspirierender Persönlichkeiten geben *Teilenswert* Rückenwind.

Gründungsmitglieder des *Teilenswert e.V.* sind Stephan Anpalagan (Journalist), Heidi Bank (Geschäftsführung, Lobbycontrol e.V.), Janine Behrens (Geschäftsführung, Künstler:innenhaus Bremen e.V.), Felix Kolb (Vorstand, Campact e.V.), Anna-Lena von Hodenberg (Geschäftsführung, Hate Aid e.V.), Helena Steinhaus (Geschäftsführung, Sanktionsfrei e.V.) Marc-Uwe Kling (Autor und Musiker), Ralph Ruthe (Witzbildmaler), Arne Semsrott (Autor und Projektleiter FragDenStaat) und Dota Kehr (Musikerin).