



TikTok – relevant und super für Reichweite. Aber zu welchem Preis?

K O N T O R 4 G m b H

Tik Tok – relevant und super für Reichweite. Aber zu welchem Preis?

Wenn es derzeit eine Social Media Plattform gibt, die in aller Munde ist - dann ist es TikTok. Hervorgegangen aus Musical.ly, besonders beliebt bei Kindern und Jugendlichen. Und Unternehmen können sich dort genau an diese Zielgruppe "ranschmeißen" und viel Reichweite erzeugen – ohne eine große Followerschaft zu haben.

Aber in all den Hype mischen sich verstärkt negative Meldungen. Im folgenden Beitrag stellen wir Ihnen TikTok und die Funktionen und Möglichkeiten der Plattform näher vor. Aber wir wollen auch die Nachteile eben dieser Plattform erwähnen. Denn bei uns ist da mittlerweile eine sehr kritische Sicht entstanden. Ob die richtig oder falsch ist, soll nicht das Thema des Beitrags sein.

Nicht nur Reichweite, sondern ...

1. TikTok überwacht alle Tastatureingaben und Fingertipps in der App

In einem vielbeachteten Beitrag hat Felix Krause vorgestellt dass und wie die TkTok App alle Tastatureingaben (Texteingaben) auf Websites von Drittanbietern aufzeichnet, die innerhalb der TikTok-App dargestellt werden. Dies kann Passwörter, Kreditkarteninformationen und andere sensible Nutzerdaten beinhalten.

Wenn Sie einen Link in der TikTok-iOS-App öffnen, wird er in ihrem In-App-Browser geöffnet. Während Sie mit der Website interagieren, zeichnet TikTok alle Tastatureingaben (einschließlich Passwörter, Kreditkarteninformationen usw.) und jedes Tippen auf dem Bildschirm auf, z. B. welche Schaltflächen und Links Sie anklicken. Wir können nicht wissen, wofür TikTok das alles verwendet. Aber aus technischer Sicht ist dies das Äquivalent zur Installation eines Keyloggers auf Websites Dritter.

TikTok zeichnet jeden Klick auf eine Schaltfläche, einen Link, ein Bild oder eine andere Komponente auf Websites auf, die in der TikTok-App dargestellt werden.

[Mehr dazu hier.](#)

2. Kinder und Jugendliche können auf TikTok schnell und einfach mit Drogen in Berührung zu kommen!

Die Journalistin Isabell Beer hat für das Rechercheportal STRG_F einen Beitrag auf YouTube veröffentlicht: [Drauf sein auf TikTok: Likes für den Rausch | STRG_F](#)

In [Ihren Tweets](#) hat sie den Beitrag zusammengefasst. Wir haben für unseren Beitrag die Wiedergabe der Zusammenfassung aus dem [LinkedIn Post von Christoph Burseg](#) übernommen.

- Die Verfügbarkeit von Bezugsquellen für Drogen für Kinder ist über TikTok so einfach wie noch nie
- Die Drogen-Szene auf TikTok ist sehr jung, teilweise haben Kinder schon mit 10 bis 12 Jahren die ersten Drogen probiert
- TikToks mit drogenverherrlichenden Themen werden auch Nutzenden ausgespielt, die nicht danach suchen. So werden auch Kinder auf Drogen-Themen aufmerksam, die bisher kein Interesse an diesem Thema hatten
- Viele TikToks sind mit typischen Drogen-Sounds/-Songs unterlegt, die TikTok in der Sound-Bibliothek anbietet
- Konsumierende "geben an" mit großen Pupillen, ihrem Konsum und ernten dafür teilweise 10.000e TikTok likes, werden zu Vorbildern
- Viele Videos bleiben dauerhaft, das Posten zum Drogen-Thema wird nicht stark verfolgt, nur wenige Szene-Hashtags/-Keywords sind gesperrt.
Beispiele: Unter den Hashtags #Drogen und #druff wird nichts angezeigt. Aber unter #drff oder #tanteemma werden Videos angezeigt, zu #tanteemma Videos mit 6,1M Aufrufen.
Zur Erklärung: #tanteemma steht für mdma=ecstasy ...

Die Problematik mit Hinweisen auf Drogen gibt es auch schon bei anderen sozialen Netzwerken, das ist nichts Neues. Auf Facebook beispielsweise lief das alles "nur" in geschlossenen Gruppen. Bei TikTok ist das alles öffentlich. Es gibt auf der Plattform einen offenen Austausch zwischen Dealern und Konsumenten.

Okay, danke für die Hinweise - ich will aber trotzdem mehr über die Plattform erfahren!

Um Ihnen die Social Media Plattform vorzustellen, beantworten wir in diesem Beitrag die wichtigsten Fragen.

Aber eines müssen wir jetzt schon verraten: TikTok ist eben nicht nur die Plattform, auf der junge Menschen zu angesagten Liedern tanzen! TikTok bietet weitaus mehr Funktionen für Unternehmen als man im ersten Blick sehen kann.

Was ist Tik Tok?

TikTok ist eine Social-Media-Plattform, auf der Nutzer kurze Videos von sich, lippensynchron, tanzend zu beliebten Songs oder einfach nur redend teilen können.

Mittlerweile wird es auch immer mehr zu einer Unterhaltungsplattform, wo Nutzer und auch Unternehmen witzige Geschichten nachstellen.

Mit über 800 Millionen aktiven monatlichen Nutzern weltweit ist TikTok bei der jüngeren Generation unglaublich beliebt. Und für Unternehmen ist das eine große Chance.

Warum ist Tik Tok für Unternehmen interessant?

TikTok bietet Unternehmen die Möglichkeit, ein riesiges Publikum potenzieller Kunden auf unterhaltsame und ansprechende Weise zu erreichen. Und weil TikTok-Videos in der Regel nur 15-60 Sekunden lang sind, eignen sie sich perfekt für die Präsentation von schnellen, große Aufmerksamkeit erzielenden Inhalten.

Wenn Sie also ein jüngeres Publikum erreichen und auf unterhaltsame und kreative Weise mit potenziellen Kunden in Kontakt treten möchten, ist TikTok die perfekte Plattform für Ihr Unternehmen.

Die Vorteile von Tik Tok für Unternehmen sind:

- Das Potenzial, ein großes, engagiertes Publikum zu erreichen
- Kreative Möglichkeiten für Unternehmen, ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren
- Niedrige Einstiegskosten im Vergleich zu anderen Marketingkanälen
- Auch ohne große Followerschaft ist eine riesige Reichweite möglich

Wenn Sie noch nicht auf TikTok sind, ist es jetzt an der Zeit, die Möglichkeiten für Ihr Unternehmen zu erkunden.

Warum ist Tik Tok derzeit so beliebt und wird vielleicht immer beliebter?

TikTok ist eine App, deren Beliebtheit in letzter Zeit sprunghaft angestiegen ist. Der Hauptgrund für ihren Erfolg liegt in drei Hauptmerkmalen:

1. **TikTok ist neu** - es gibt nichts Vergleichbares auf dem Markt. Manche Plattformen wie Instagram und Facebook weiten sogar ihre Funktionen aus, um immer ähnlicher wie TikTok zu werden.
2. Sie haben hier jede Menge Möglichkeiten, ohne Regeln oder Etikette **Videos zu testen**. Dadurch können Sie Ihrer kreativen Seite freien Lauf lassen.
3. Die Nutzer werden von der Plattform ermutigt Dinge auszuprobieren. Denn: TikTok stellt **viele Werkzeuge und Ressourcen** zur Verfügung um Ideen schnell auszuprobieren. So kann man zum Beispiel eine Vielzahl von Liedern in die TikToks einbauen, jede Menge Filter benutzen oder aber auch die Videos schnell und einfach über TikTok zuzuschneiden/bearbeiten.

Arten zum Generieren von Reichweite bei Tik Tok:

1. OWNED MEDIA

TikTok bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Follower direkt zu erreichen. Zu Beginn können Sie zwischen einem "For you"-Feed und einem Feed "Folge ich"-Feed wählen. Mit anderen Worten: Es geht nur um die Interessen der Nutzer und nicht darum, wie viel Follower ein Kanal hat.

Im Gegensatz zu Instagram & Co., die in erster Linie auf Communities und nicht auf Individuen basieren (mit einigen Ausnahmen), konzentriert sich die Plattform TikTok viel mehr auf spannende Inhalte. Dabei ist es egal, ob der Account 0 Follower oder 1 Millionen Follower hat.

2. EARNED MEDIA

Das Schöne an TikTok ist, dass jeder Account mit 0 Followern beginnt, man aber dennoch die selbe Möglichkeit hat Reichweite zu bekommen, wie ein Account mit 1 Millionen Follower.

Ja, Sie haben richtig gelesen. Mit 0 Followern und noch keinen Videoinhalten, die für TikTok erstellt wurden, hat ein Unternehmen als "Newcomer" die Chance, mit nur einem Video Millionen zu erreichen! Das gilt vor allem dann, wenn es kreativ/unterhaltsam etc. ist.

3. PAID MEDIA

Wenn ein Unternehmen noch direkter und kontrollierbarer Personen erreichen will, kann man auf TikTok an verschiedenen Stellen Anzeigen schalten, die im Folgenden dargestellt werden:

- Brand Takeover
- In-Feed Ads
- Branded Hashtag-Challenge
- Branded Effects
- Custom Influencer
- TopView

Das sind einige Ansätze um Reichweite auf TikTok zu erzielen.

Die Zielgruppe von Tik Tok

TikTok ist derzeit vor allem bei jungen Menschen beliebt, aber es gibt Anzeichen dafür, dass es in Zukunft stärker genutzt werden wird. Diese Trends zeigen sich auch bei Facebook und Instagram, wo ältere Nutzer/innen diese Apps derzeit eher nutzen als jüngere.

Es wurde schon viel darüber geschrieben, wie soziale Medien unsere Jugendkultur beeinflussen - und das zu Recht! Mit Namen wie "Yung Davinchon" oder auch nur Shawtyb/#yotubeoriginal movies, die in letzter Zeit im Trend liegen, kann man sagen, dass diese Generation ihre Identität wirklich durch digitale Plattformen formt.

Da sich die Demografie von Facebook und Instagram im Laufe der Zeit verändert, werden sie wahrscheinlich auch diese Veränderungen bei den Nutzern von TikTok widerspiegeln, so dass TikTok in Zukunft auch immer mehr die ältere Generation ansprechen wird!

Auf den Punkt gebracht:

Mit TikTok erreicht man nicht nur junge Leute! Es ist zwar perfekt für junge Leute, die ihre eigenen Videos machen und sie mit Freunden teilen wollen – aber eine Tendenz, dass das Publikum immer älter werden könnte, ist klar vorhanden.

Tik Tok für B2C Unternehmen

Je mehr Zeit die Menschen auf ihren Smartphones verbringen, desto unwahrscheinlicher wird es, dass sie sich mit traditionellen Medien beschäftigen. In diesem Zusammenhang können B2C-Unternehmen mit einer jüngeren Zielgruppe TikTok als Chance nutzen, neue Kunden zu erreichen. Und hierbei müssen Sie nicht mal Tanzvideos erstellen! Es reicht aus, wenn Sie wichtige Storys aus Ihrem Unternehmen oder bereits gesehene TikTok-Videos nachstellen.

Tik Tok für B2B Unternehmen

Die beste Möglichkeit, TikTok-Marketing in einem B2B-Unternehmen einzusetzen, ist derzeit im Bereich Employer Branding. Fall Sie Mitarbeiter suchen, können Sie mit TikTok extrem viel Reichweite aufbauen, sodass junge Menschen auf Ihr Unternehmen aufmerksam werden.

Wenn Sie darüber mehr wissen möchten, können wir Ihnen den Podcast "B2B Marketing mit TikTok und eSports" von OMR Education empfehlen. Hier ein kleiner Auszug aus der Beschreibung des Podcasts:

"Wie baut man einen richtig erfolgreichen TikTok-Account für ein Industrieunternehmen im B2B-Bereich? Als wäre der erste Part dieser Frage für alle Marketingverantwortlichen nicht schon kompliziert genug, scheinen die Schlagworte >B2B< und >Industrieunternehmen< das Todesurteil für >Erfolg auf TikTok< zu sein. Seht ihr auch so? Dann lasst euch von Rainer Grill, Leiter der PR-Abteilung des Industrieunternehmens Ziehl-Abegg, vom Gegenteil überzeugen."

[Hier geht es zum Podcast](#)

Haben Sie schonmal etwas von Musical.ly gehört?

Dann können Sie TikTok vielleicht eher einstufen, denn der größte Konkurrent von TikTok war Musical.ly, das in den westlichen Ländern viel bekannter war als TikTok und zwei Jahre früher gegründet wurde und ähnliche Funktionen wie TikTok hatte, aber nicht so beliebt und bekannt war.

TikTok hat diese App aufgekauft und die Nutzer in die eigene Plattform zu übernehmen. Ende 2017 kaufte TikTok Musical.ly für über eine Milliarde US-Dollar und übernahm dabei auch die 200 Millionen Nutzer der App.

Die App zusammengefasst ...

... auf TikTok müssen nicht nur zwingend Tanzvideos veröffentlicht werden - es ist viel einfacher!

... Sie können eine enorme Reichweite mit Ihren Videos generieren und dabei 0 Follower auf TikTok haben.

... die App ist kostenlos, aber wie bei allen anderen sozialen Netzwerken können die User auch Anzeigen schalten.

... bis Ende 2017 war hierzulande die App Musical.ly bekannter. TikTok kaufte den Konkurrenten für mehr als eine Milliarde US Dollar, später wurde Musical.ly in TikTok integriert.

Sie brauchen Unterstützung?

Sie brauchen Unterstützung, wenn es um das Thema "TikTok" oder "Social Media" geht?

Kein Problem! Kontaktieren Sie uns einfach.