



# Der Hype um TikTok - was wirklich hinter dem Erfolg steckt

Ein Social Media Gigant auf der Überholspur

**IROIN**

# Inhaltsverzeichnis

Editorial	<b>Und plötzlich stand die Social Media Welt Kopf</b>	3
Kapitel 1	<b>Die 10 meist gestellten Fragen rund um TikTok</b>	4-7
Kapitel 2	<b>Wissenswertes und kuriose Fakten über TikTok</b>	8-10
Kapitel 3	<b>Die Superstars von TikTok</b>	10-15
Kapitel 4	<b>Brands auf TikTok</b>	16-18
Kapitel 5	<b>Das Erfolgsrezept von TikTok</b>	19-20
Kapitel 6	<b>Ausblick &amp; Prognose</b>	21-22
Fazit		23
Über IROIN®		24

# Und plötzlich stand die Social Media Welt Kopf.

Seit 2018 ist TikTok das am schnellsten wachsende Social Network. Der Aufstieg war rasant. Seither entstand ein regelrechter Hype um die App, der nicht mehr abnehmen will. Kurze Videos, charmante Tänze und lustige Challenges. Millionen Nutzer:innen scrollen jeden Tag durch den Feed dieser bemerkenswerten und erfolgreichen Social Media Plattform.

Im Jahr 2014 kam der heutige TikTok Gründer Alex Zhu, der zu damaligen Zeiten für das Unternehmen SAP tätig war, auf die Idee, eine App für kurze Schulungsvideos zu entwickeln. Mit seinem langjährigen Freund Luyu Yang gelang es ihnen im Duo 250.000 Dollar für die Entwicklung der App zu generieren. Es dauerte nur knappe 6 Monate, da brachten sie den ersten Piloten namens „Cicada“ auf den Markt. Der Erfolg blieb jedoch erstmal aus, da die App nicht beliebt genug war.

Als Alex Zhu auf seinen Reisen einige Teenager dabei beobachtete, wie sie Musik hörten, gleichzeitig dabei Selfies machten und diese anschließend mit Emojis untermalten, kam ihm diese eine zündende Idee:

Das Duo setzte die noch zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel ein und entwickelte in nur vier Wochen die App Musical.ly, eine Anwendung, mit der Benutzer:innen kurze Lippensynchronisations- und Comedy-Videos erstellen konnten.

2017 wurde der chinesische Konzern ByteDance auf die App aufmerksam und kaufte diese für 1 Milliarde Dollar, sodass sie 2018 zum heutigen TikTok umfirmiert wurde. Sie schrieben damit Geschichte. Denn eines ist heute auch den letzten Skeptiker:innen klar geworden – auch wenn die App einen sehr humoristischen Charakter hat, sollte man sie in erster Linie äußerst ernst nehmen.

Doch wie funktioniert TikTok eigentlich und was lässt die Communities so stark wachsen? Lohnt es sich, TikTok in seine Marketingstrategie aufzunehmen? Was ist das Geheimrezept? Welche großen Influencer:innen hat TikTok hervorgebracht?

Diese und weitere Fragen klären wir in diesem Guide und erlauben uns einen Ausblick, inwieweit TikTok die sozialen Medien auch in Zukunft aufrütteln wird. Alles, was du über TikTok wissen musst.

# Die 10 meist gestellten Fragen rund um TikTok

Seit dem rasanten Wachstum und dem Hype rund um TikTok kursieren eine Vielzahl an Gerüchten und falschen Fakten im Netz. Wir räumen mit den Vermutungen auf. Hier kommen Antworten, auf die 10 meist gestellten Fragen rund um die Social Media Plattform TikTok.

## Wer hat TikTok erfunden?

Das kreative Duo **Alex Zhu** und **Luyu Yang** aus China hat TikTok im zweiten Anlauf bei der Entwicklung einer App für Jugendliche erfunden. Ihre erste Idee war nur wenig erfolgreich und befand sich im Bereich Edutainment (Education + Entertainment).

Mit TikTok haben schließlich sie den Durchbruch ihrer Karriere geschafft. Heute zählen die beiden dank der App zu den erfolgreichsten Entwicklern der Tech-Branche.

## Wie kann ich TikTok nutzen? Muss ich mich registrieren?

Für das **Ansehen** der Kurzvideos auf TikTok wird **kein Account** benötigt. Die Beiträge können über den Browser ohne Registrierung angesehen werden. Für mehr auf die eigenen Interessen ausgelegten Content empfiehlt sich eine Anmeldung und auch die Nutzung der App, da diese intuitiver zu bedienen ist. Der Algorithmus lernt schnell von der Nutzung der User:innen und spielt ähnliche Videos aus, wie die, mit denen interagiert wurde.

Erst, wenn mit dem Content und den User:innen interagieren werden möchte, seien es Likes oder Kommentare, muss eine Registrierung und ein eigenes Konto anlegen worden sein. Nach der **kostenlosen Registrierung** hat man Zugriff auf **alle zentralen Features** der Social Media Plattform.



## Was wird auf TikTok gemacht?

Auf TikTok können Nutzer und Nutzerinnen kurze **Videos erstellen** oder **hochladen** und diese mit Musik und Filtern kreativ untermalen. Die Videos können anschließend noch mit weiteren Effekten bearbeitet und individuell angepasst werden, sodass sie mit anderen User:innen geteilt werden können.

Anfänglich wurden vor allem Playback-Clips zu aktuell beliebten Chart-Songs aufgenommen. Challenges und Trends sind essenziell bei TikTok und zu einem Hauptbestandteil der App geworden. Meist handelt es sich bei Challenges um ganz bestimmte Handlungen, Effekte, Tänze, Filter oder Sounds. Unverzichtbar sind hierbei die passenden Hashtags, unter denen die Clips gefunden werden können.

Der Kreativität sind auf TikTok keine Grenzen gesetzt, sodass sich verschiedene Content-Bereiche für sämtliche Interessen entwickelt haben. Egal ob Comedy, Bildung, Beauty, Games oder Autos – für jedes Hobby gibt es passende TikTok-Channels.

## Ist TikTok kostenlos?

TikTok ist **kostenlos**. Wie die gängigsten Social-Media-Plattformen ist auch der Newcomer TikTok grundsätzlich ohne jegliche Kosten nutzbar.

Einige zusätzliche Features, wie beispielsweise virtuelle Geschenke, können jedoch nur kostenpflichtig erworben werden, um sie an andere Nutzer:innen zu verschenken.

## Was sind die beliebtesten Themen auf TikTok?

TikTok ist eine Plattform zur kreativen Entfaltung. Der Kreativität sind sozusagen keine Grenzen gesetzt. Grundsätzlich ist jede Art von Content auf dem sozialen Netzwerk zu finden. Die Top 5 sind:

- Sport
- Mode
- Beauty
- Unterhaltung
- Musik



## Was macht guten Content für TikTok aus?

Es gibt per se keine Definition für guten oder schlechten Content auf TikTok. Für nahezu jede Interessengruppe gibt es eine Nische mit dutzenden Videos zu dem Themengebiet.

Dabei darf der Grund für die Nutzung der App nie vergessen werden: Hauptziel der User:innen ist es, neue Trends zu sehen oder sich weiterzubilden. Besonders im Fokus steht allerdings der **Entertainment-Faktor**: User:innen wollen unterhalten werden.

**Aha-, Wow- oder Haha-Momente** sorgen dafür, dass Nutzer:innen den Content als gut bewerten.

## Welche Länge haben TikTok-Videos?

TikTok ist eine Kurzvideo-Plattform. Die klassisch auf TikTok erstellten Videos haben eine maximale Länge von **60 Sekunden**.

Videos, die hochgeladen werden, dürfen bis zu 3 Minuten lang sein.

## Ab welchem Alter darf TikTok genutzt werden?

In den Nutzungsbedingungen von TikTok ist ein Mindestalter von mindestens **13 Jahren** festgelegt. Erst dann darf ein Account auf der Kurzvideo-Plattform angelegt werden.

Unter 18-Jährige benötigen zusätzlich die Einwilligung eines Erziehungsberechtigten. Diese wird von den Betreibern der Plattform allerdings nicht geprüft.

## Wer kann auf TikTok meine Videos sehen?

Wer bei TikTok Einsicht zu den Videos und Beiträgen hat, entscheiden User:innen ganz individuell. Es besteht die Möglichkeit in den Einstellungen den „Privat“-Modus zu wählen oder seinen Account und somit alle geteilten Inhalte auf „öffentlich“ zu setzen.

Mit der Wahl eines **öffentlichen** Accounts sind Videoclips für **alle User:innen** der App und **Nicht-User:innen** sichtbar.

Wird der **Privat-Modus** gewählt, werden **nur** den **bestätigten Follower:innen** die Kurzvideos angezeigt. Personen, die dem Account nicht folgen, sehen die Beiträge nicht.

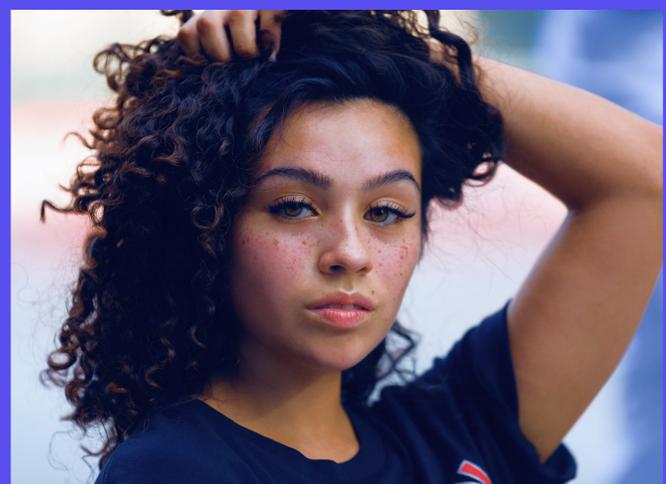
## Ist TikTok gefährlich?

Grundsätzlich ist die Nutzung von TikTok, ähnlich wie alle anderen Social Media Plattformen **ungefährlich**.

Die beliebte App gerät jedoch immer wieder in **Kritik**. Gründe hierfür sind unter anderem Eingriffe in die **Privatsphäre** der Nutzer:innen, **Zensur** und mangelnder **Jugendschutz**.

Aufgrund der chinesischen Herkunft der App kommen kritische Fragen bezüglich des Datenschutzes auf. Es kursieren Vermutungen, dass Informationen wie Bewegungsprofile sogar an die chinesische Regierung weitergegeben werden. Eindeutige Transparenz zum Thema Verwertung und Schutz der User-Daten gibt es leider nicht.

Ein weiterer Kritikpunkt, der besonders Eltern Sorge bereitet, ist der mangelnde Jugendschutz. Es gibt einen „eingeschränkten“ Modus, sodass nicht kinderfreundliche Inhalte strikt ausgeblendet werden. Zudem besteht die Option, einen „begleiteten Modus“ einzurichten. Bildschirmzeit, Suchanfragen, Auffindbarkeit und wer Nachrichten an den Account senden kann, sind hier festlegbar.



# Wissenswertes und kuriose Fakten über TikTok

TikTok bricht Rekorde am laufenden Band. Der Einfluss der App ist in vielen Bereichen und Branchen zu spüren. TikTok schreibt Nutzer-Rekorde, beeinflusst maßgeblich die Single-Charts und sorgt dafür, dass andere sozialen Netzwerke ihre Features kopieren und übernehmen. Hier sind erstaunliche Fakten über die App, die man kennen sollte.

(Stand: Mai 2024)

# 10 Fakten & Zahlen zu TikTok

**#1** TikTok ist in circa **155 Ländern** verfügbar.

**#2** TikTok hat **über 1,6 Milliarden aktive monatliche Nutzer:innen**.

Aktive Nutzer:innen im Vergleich:



3 Mrd.



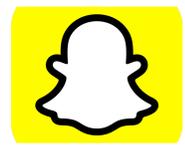
2,4 Mrd.



2 Mrd.



1,6 Mrd.



750 Mio.

**#3** TikTok wurde insgesamt mehr als **3,5 Mrd.** Mal heruntergeladen.

**#4** In den **USA** gibt es die meisten aktiven Nutzer:innen (ca. 150 Mio.)

**#5** In Deutschland gibt es **circa 4 Mio. aktive monatliche** Nutzer:innen.

**#6** Die meisten Nutzer:innen von TikTok sind **zwischen 9 und 24 Jahre alt**.

**#7** TikTok-Nutzer:innen verbringen **durchschnittlich 95 Minuten pro Tag** mit der App, d.h. 6 Stunden pro Woche und etwa **26 Stunden pro Monat**.

**#8** Täglich werden **über 1 Mrd. der Kurzvideos** angesehen.

**#9** **90 %** der Nutzer:innen öffnen die App täglich und das durchschnittlich **mehr als 10 Mal pro Tag**.

**#10** Bis zum Jahr 2027 wird erwartet, dass **etwa 2,25 Milliarden Nutzer:innen** es verwenden werden.

# Die Superstars von TikTok

Wie jede Social Media Plattform hat TikTok auch seine absoluten Superstars hervorgebracht. Millionen von Follower:innen, tausendfache Likes und Shares gehören zum Alltag der großen Content Creator:innen. Auch Prominente, Stars, Schauspieler:innen und Musiker:innen haben TikTok für sich entdeckt.

(Stand: Mai 2024)

# Die Top 3 Influencer:innen weltweit

## **Platz 1: Khabane Lame** (161,9 Mio.)

Als Khaby im März 2020 während der Corona-Pandemie seinen Job verliert, beginnt er aus Zeitvertreib Videos auf TikTok zu posten. Seine ersten Videos zeigten ihn beim Tanzen sowie Ansehen von Videospielen. Seine Popularität stieg mit seinen Videos in Form von TikToks „Duett“. Hierbei zeigte er, wie komplizierte „Life Hacks“ auf einfachste Weise ausgeführt werden konnten, ohne dabei zu sprechen. Sein Humor fand schnell Anklang und führte Khabane zum Erfolg. Der Hashtag #learnfromkhaby wurde nebenbei zu seinem Markenzeichen.



## **Platz 2: Charli D'Amelio** (153,9 Mio.)

Seit 2019 ist Charli aktiv auf TikTok und begeistert mit ihrem Tanz-Talent. Sie war die allererste, die die magische Zahl von 100 Millionen Follower:innen knackte. Charlie wollte professionelle Tänzerin werden und nahm seit ihrem fünften Lebensjahr an Tanzwettbewerben teil. Im Moment konzentriert sie sich jedoch auf TikTok und ihren neu gewonnenen Ruhm. Seit Oktober 2021 kann man Charlie und ihre Familie in ihrer Reality TV-Show „The D'Amelio Show“ auf Disney+ bewundern. Die Serie folgt Charlie, ihrer Schwester Dixie und ihren Eltern Marc und Heidi, wie die Familie den Übergang von einem normalen Leben in den Promi-Status meistert.



## **Platz 3: Mr. Beast** (94,3 Mio.)

James Stephen Donaldson hat mit YouTube gestartet und dort 2023 die 200 Mio. Abonnentenmarke geknackt. Auch sein TikTok-Kanal gehört zu den ganz Großen und bringt ihm Platz 3 ein. Sein Content besteht aus Entertainment, Challenges und verrückten Aktionen sowie etlichen Videos, in denen er Personen beschenkt. Dabei startete seine Creator-Karriere mit 12 Jahren im Kinderzimmer und einem Video, in dem er bis 100.000 zählt. Inzwischen ist er auch als Unternehmer tätig und führt mehrere Businesses.



# Die Top 3 deutschen Influencer:innen

## **Platz 1: Younes Zarou** (54,9 Mio.)

Younes gehört mit rund 54,9 Millionen Follower:innen ebenfalls zu den reichweitenstärksten Creatoren Deutschlands. Erst 2019 begann seine Influencer-Karriere mit den ersten Videos. Charakteristisch hierfür war, dass Younes während der Corona-Pandemie im März 2020 einen ganzen Monat lang live aus seinem Alltag berichtete, was ihm zahlreiche Fans brachte. Heute beschäftigt sich Younes mit kreativen Illusion-Videos und lässt seine Fans auch bei den Making-ofs zu diesem Content dabei sein und lernen. Einfallsreich, einzigartig und unterhaltsam – das beschreibt Younes TikTok Content.



## **Platz 2: Noel Robinson** (40,1 Mio.)

Der Münchner Noel Robinson, alias noelgoescrazy gehört zu den reichweitenstärksten Accounts in diesem Ranking. Sein Markenzeichen: sein Tanzstil und seine Haare. Was mit Werbung für seine Tanzstunden begann, hat sich mittlerweile zu einem Phänomen entwickelt. Seinen Follower:innen gefallen die spontanen Taneinlagen, in denen er fremde Menschen animiert, mit ihm zu tanzen. Inzwischen ist der Ambassador von Adidas und dutzende Promis folgen ihm. In dem ein oder anderen Video tanzt er sogar mit Prominenten. Noel ist ein Vorbild für viele junge Menschen.

## **Platz 3: Christian King** (19,6 Mio.)

Am 20. November 2019 beginnt Christian King, alias King Chris, seine TikTok Karriere. Mit lustigen Parodien von bekannten Persönlichkeiten, wie beispielsweise Denzel Washington begeistert Christian seine Fans. Auffällige Kostüme und Outfits, vor allem aber bunte Perücken sind dabei Markenzeichen geworden. Christian nimmt sich selbst auf jeden Fall nicht zu ernst dabei. Er hat Spaß, bei dem, was er tut und dies überträgt sich auf seine Follower:innen. Christian versteht es, seine Community zu unterhalten.



# Top 3 der Musiker:innen und Bands

## **Platz 1: Kimberly Loaiza** (81 Mio.)

Die mexikanische Content Creatorin und Sängerin ist auf Platz 1. Mit mehr als 81 Mio. Follower:innen und 5,1 Mrd. Likes auf ihren Videos ist sie ein Star. In spanischsprachigen Ländern sind ihre Singles in den Charts und ihre Musikvideos werden millionenfach angeklickt. Kimberly startete ihre Internetkarriere mit Make-up und Hair-Tutorials bis 2019 ihre Musikkarriere begann. 2023 verkündete sie, sich für einige Zeit aus dem Internet zurückzuziehen, um sich um ihre Kinder zu kümmern. Zudem gab Kritik an ihrem Album und Plagiatsvorwürfe.

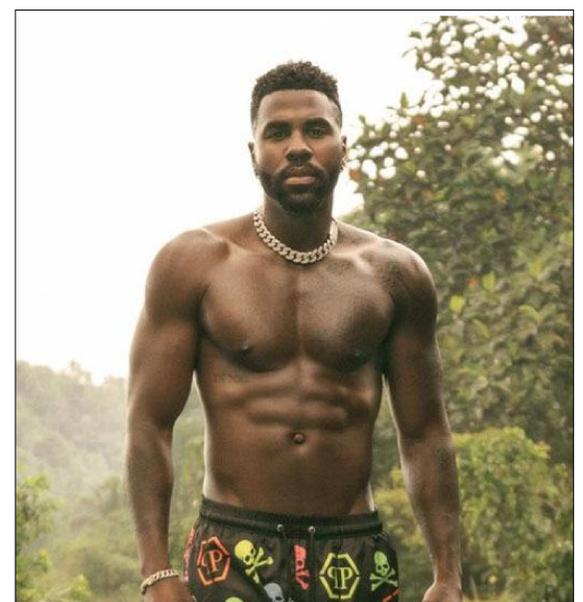


## **Platz 2: BTS** (64,6 Mio.)

Wohl kaum eine Band hat in den letzten Jahren so einen Hype ausgelöst, wie BTS. Die südkoreanische Boygroup besteht aus 7 Mitgliedern und wurde 2010 gegründet. Ihr Musikgenre ist schwer zu beschreiben, da sie viele unterschiedliche Elemente nutzen. BTS setzt neue Maßstäbe in der Musikbranche. Sie stellten z.B. einen Rekord der Beatles ein, da sie 4 Nummer-eins-Alben in weniger als 2 Jahren hatten. Selbst einen Rekord des King of Pops Michael Jackson übernahmen sie – innerhalb von 10 Monaten erreichten die Boyband mit 5 Songs den Platz 1 der US-Single-Charts. Absolut einmalig. Ihre Fans, die sich selbst „A.R.M.Y“ nennen, sind verrückt nach BTS.

## **Platz 3: Jason Derulo** (59,2 Mio.)

Der König der viralen TikTok-Sounds ist Jason Derulo. Der US-amerikanische Sänger liefert seit Jahren Charthits. Seine Musikkarriere startete als Songwriter für andere große Künstler:innen. 2009 stürmte er erstmalig die Charts mit seiner eigenen Single „Whatcha Say“. Danach ging es steil bergauf. 2020 sorgte Derulo für einen viralen TikTok-Hit, indem er den „Siren Beat“ von Laxed für seinen Song „Savage Love“ nutzte. Doch er ist nicht nur ein Gesangstalent – auch seine Tanzkünste sind einmalig. Diese zeigt er gern auf TikTok und seinen Follower:innen gefällt es.



# Die Top 10 männliche Influencer

## **Platz 1: Khabane Lame**

Account: [@khaby.lame](#)  
Herkunft: Senegal  
Geburtstag: 9. März 2000  
Followerzahl: 161,9 Mio.  
Likes: 2,4 Mrd.

## **Platz 2: Jimmy Donaldson**

Account: [@mrbeast](#)  
Herkunft: USA  
Geburtstag: 07. Mai 1998  
Followerzahl: 94,3 Mio.  
Likes: 916,2 Mio.

## **Platz 3: Zachary King**

Account: [@zachking](#)  
Herkunft: USA  
Geburtstag: 4. Februar 1990  
Followerzahl: 81,9 Mio.  
Likes: 1,2 Mrd.

## **Platz 4: Burak Özdemir**

Account: [@cznburak](#)  
Herkunft: Türkei  
Geburtstag: 24. März 1994  
Followerzahl: 75 Mio.  
Likes: 1,5 Mrd.

## **Platz 5: Dwayne Johnson**

Account: [@therock](#)  
Herkunft: USA  
Geburtstag: 2. Mai 1972  
Followerzahl: 74,5 Mio.  
Likes: 542,7 Mio.

## **Platz 6: Will Carroll Smith**

Account: [@willsmith](#)  
Herkunft: USA  
Geburtstag: 25. September 1968  
Followerzahl: 74 Mio.  
Likes: 535 Mio.

## **Platz 7: Jason Derulo**

Account: [@jasonderulo](#)  
Herkunft: USA  
Geburtstag: 21. September 1989  
Followerzahl: 59,2 Mio.  
Likes: 1,3 Mrd.

## **Platz 8: Spencer Polanco Knight**

Account: [@spencerx](#)  
Herkunft: USA  
Geburtstag: 20. April 1992  
Followerzahl: 54,9 Mio.  
Likes: 1,3 Mrd.

## **Platz 9: Younes Zarou**

Account: [@youneszarou](#)  
Herkunft: Deutschland  
Geburtstag: 26. Januar 1998  
Followerzahl: 54,9 Mio.  
Likes: 1,2 Mrd.

## **Platz 10: Hiroaki Nakabayashi**

Account: [@bayashi.tiktok](#)  
Herkunft: Japan  
Geburtstag: 5. September 1988  
Followerzahl: 54,4 Mio.  
Likes: 1,7 Mrd.

# Die Top 10 weibliche Influencerinnen

## **Platz 1: Charli D'Amelio**

Account: [@charlidamelio](#)

Herkunft: USA

Geburtstag: 1. Mai 2004

Followerzahl: 153,9 Mio.

Likes: 11,6 Mrd.

## **Platz 2: Bella Poarch**

Account: [@bellapoarch](#)

Herkunft: Philippinen

Geburtstag: 9. Februar 1997

Followerzahl: 94 Mio.

Likes: 2,3 Mrd.

## **Platz 3: Addison Rae**

Account: [@addisonre](#)

Herkunft: USA

Geburtstag: 6. Oktober 2000

Followerzahl: 88,8 Mio.

Likes: 5,8 Mrd.

## **Platz 4: Kimberly Loaiza Martinez**

Account: [@kimberly.loaiza](#)

Herkunft: Mexiko

Geburtstag: 12. Dezember 1997

Followerzahl: 81 Mio.

Likes: 5,1 Mrd.

## **Platz 5: Dome Lipa**

Account: [@domelipa](#)

Herkunft: Mexiko

Geburtstag: 27. August 2001

Followerzahl: 74,1 Mio.

Likes: 4,6 Mrd.

## **Platz 6: Selena Gomez**

Account: [@selenagomez](#)

Herkunft: USA

Geburtstag: 22. Juli 1992

Followerzahl: 58,7 Mio.

Likes: 625,9 Mio.

## **Platz 7: Dixie D'Amelio**

Account: [@dixiedamelio](#)

Herkunft: USA

Geburtstag: 12. August 2001

Followerzahl: 56,2 Mio.

Likes: 3,3 Mrd.

## **Platz 8: Kylie Kristen Jenner**

Account: [@kyliejenner](#)

Herkunft: USA

Geburtstag: 10. August 1997

Followerzahl: 56,1 Mio.

Likes: 1,4 Mrd.

## **Platz 9: Loren Beach Gray**

Account: [@lorengray](#)

Herkunft: USA

Geburtstag: 19. April 2002

Followerzahl: 53,9 Mio.

Likes: 3 Mrd.

## **Platz 10: Alina Kim**

Account: [@homm9k](#)

Herkunft: Kasachstan

Geburtstag: 30. Januar 2003

Followerzahl: 53 Mio.

Likes: 1,3 Mrd.

Stand: Mai 2024

# Brands auf TikTok

TikTok ist der neue Marketing-Kanal für Unternehmen. Kurze Videos, viele Views und Interaktionen - das gehypte Netzwerk wird von kleinen Start-ups bis zu Großunternehmen für die Promotion genutzt. Nirgends sonst lässt sich besonders die junge Zielgruppe so gezielt erreichen, wie auf TikTok. Darum entwickeln viele Brands ihre eigenen Strategien für die Plattform und passen sie den Wünschen und Erwartungen ihrer Audience an. Dies lässt sich auf die verschiedensten Branchen übertragen, weswegen die Social Media Plattform für jede Sparte genutzt werden kann.

# Brands nutzen TikTok als neuen Marketing-Kanal

Auch Marken haben den Hype um TikTok selbstverständlich wahrgenommen. Einige davon haben bereits einschlägige Strategien entwickelt und umgesetzt, um die Follower:innen und Kund:innen in den eigenen Content einzubinden und so die Wahrnehmung und das Engagement für die eigene Brand entsprechend zu steuern. Besonders die junge Zielgruppe wird über die Kurzvideo-Plattform erreicht.

Laut TikTok selbst ist die Plattform „ein Ort, an dem Kultur, Community und Commerce zusammenkommen, um eine kreative Community zu inspirieren. 75% der Nutzer:innen kommen zu TikTok, um sich unterhalten zu lassen, und 78% sagen, dass sie sich besser fühlen, nachdem sie Inhalte auf TikTok gesehen haben. Untersuchungen haben zudem ergeben, dass 56% der Nutzer:innen einer Marke positiver gegenüberstehen, nachdem sie deren Werbung auf TikTok gesehen haben – insbesondere, wenn sie menschliche, „unpolierte“ Inhalte veröffentlichen.

## Brands verschiedener Branchen auf TikTok

### **Beauty:** e.l.f. cosmetics

Aufgrund visueller Aspekte sind Beauty und Fashion die zum Teil größten Kategorien auf TikTok. Die damals noch eher unbekanntere Marke e.l.f. (Eyes.Lips.Face.) hatte eine besondere Idee. Sie gaben einen Song mit ihrem Bandnamen in Auftrag und starteten eine TikTok Tanz-Kampagne hierzu. Teilnehmer:innen sollten ihre Augen, Lippen und Gesichter kreativ in Szene setzen - ganz ohne die Verwendung von Kosmetika. Dies führte dazu, dass die Marke auf TikTok viral ging. Das Ergebnis: über 9 Milliarden Aufrufe, Tendenz steigend. Wofür das Kürzel e.l.f steht, wird aufgrund des Songs so schnell niemand mehr vergessen.



### **Fashion:** Guess

#InMyDenim war eine der ersten und erfolgreichsten Kampagnen von Guess auf TikTok. Sie machten es von Anfang richtig und bezogen die Community direkt in ihre Inhalte mit ein und forderten die User:innen auf, Content zur Hashtag-Challenge zu kreieren. Aus labbriger alter Kleidung wurde in Sekunden ein tolles Outfit in einer Guess Denim Jeans.

## Kapitel 4: Brands auf TikTok

### Food: **Just Spices**

Bei Just Spices sieht man ein Gesicht ganz besonders oft – Verena Scholz ist nicht nur Brand Managerin, sondern auch Aushängeschild und Stimme des Unternehmens auf dem gleichnamigen TikTok Kanal. Durch zahlreiche Voiceover wird die Managerin bereits nur aufgrund ihrer Stimme erkannt. Auch managt sie die gesamte Community und reagiert auf alle Kommentare.

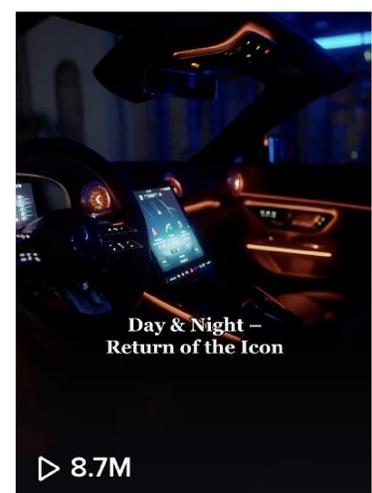


### Transport: **Deutsche Bahn**

Pünktlichkeit und die Deutsche Bahn? Einige würden behaupten, dass das nicht wirklich zusammen passt. Bereits bekannt für ihren Humor auf anderen Social Media Plattformen, nutzt das Unternehmen genau diese Stärke auch auf TikTok und nimmt sich gerne mal selbst auf den Arm. Das kommt nicht nur bei den User:innen gut an.

### Automobil: **Mercedes Benz**

Als eine der ersten Marken startete Mercedes-Benz bereits 2019 mit einem eigenem Marken-Account auf TikTok. Als Vorreiter wollten sie früh an die Gen-Z herankommen und diese emotional und zielgruppengerecht an die Marke binden. Mit amüsamem Tone of Voice und lockerer Darstellung scheint dies auch zu gelingen.



### Sport: **NBA**

Mit über 16 Millionen Follower:innen gehört der NBA-Kanal zu den beliebtesten Unternehmens Kanälen auf TikTok. Mit reiner Berichterstattung hat der Inhalt jedoch wenig zu tun. Ob albern tanzende Spieler oder die ein oder andere Macke der Sportler, auf TikTok wird hinter die Kulissen geschaut und meist humoristischer Content produziert.

# Das Erfolgsrezept von TikTok

Was ist das Besondere an TikTok? Und was macht es so beliebt? Was ist der Grund für den enormen Erfolg der App? Hier kommen die Geheimzutaten der süchtig machenden App.

# 3 Gründe, warum TikTok so erfolgreich ist

## Geheimrezept Nummer 1: Short-Video Content

TikTok besteht ausschließlich aus Kurzvideos. Es gibt keine Fotos oder lange Text-Paragraphen. Die Regulierung der Länge der Videos stellt die schnelle Unterhaltung sicher.

Snackable Content lautet das Geheimrezept von TikTok. Man könnte auch sagen „in der Kürze liegt die Würze“. Nur wenige Sekunden reichen aus, um sich unterhalten zu fühlen.

Wer bereits ein wenig Zeit auf TikTok verbracht hat, dem wird nicht entgangen sein, wie viel Humor, Kreativität, Ästhetik oder auch Wissen in nur 15 Sekunden passen. Dabei ist die Kreativität hier besonders hervorzuheben, denn hier gibt es wirklich keine Grenzen. Ob Illusionen, Choreografien oder einfach nur schöne Inhalte – User:innen sind schnell in den Bann der Videos gezogen.

## Geheimrezept Nummer 2: Benutzerfreundlichkeit

Die Benutzerfreundlichkeit ist ein großes Plus für TikTok. Leicht zu bedienen, ein schnell lernender Algorithmus und jede Menge spannender Input sorgen für eine hohe Nutzerzufriedenheit.

TikTok ist simpel und leicht zu bedienen: App öffnen und los scrollen. Genau mit dieser Einfachheit besticht die App. So kann jede Person TikTok ohne große Vorkenntnisse und technisches Wissen nutzen.

Der durchdachte und schnell lernende Algorithmus sorgt zusätzlich dafür, dass das Benutzererlebnis gesteigert wird. TikTok weiß genau anhand der Videos, mit denen interagiert wird, was der jeweilige User/ die jeweilige User:in gerne sieht und wo seine/ ihre Interessen liegen. Mit jeder Interaktion innerhalb der App wird der Algorithmus mit mehr Daten gefüttert und zeigt mehr Kurzvideos an, die wirklich gesehen werden wollen.

## Geheimrezept Nummer 3: Endless Scrolling

Die Konzeption der App ist ein weiterer Faktor für den enormen Erfolg. Schier endlos Videos schauen – wo und wann man möchte.

Das unendliche Scrollen hilft dabei, zügig weitere Videos zu konsumieren und somit viel Zeit auf der Plattform zu verbringen. „Keep on scrolling“ lautet hier die Devise.

Durch die Option, stets weiterzuscrollen, verlieren die User:innen das Gefühl, wie lang sie schon auf der Plattform unterwegs sind. So werden aus 5 Minuten schnell 2 Stunden. Es gibt keine Begrenzung der Beiträge, sodass stets neue Videos zur Unterhaltung bereitstehen – es gibt kein Ende.

Zusätzlich dazu fördert es die Neugierde der Nutzer:innen, da man wissen möchte, was das nächste Video ist und nicht den nächsten viralen Hit verpassen möchte.

# Ausblick & Prognose

TikTok ist das Netzwerk einer ganzen Generation. Keine Social Media Plattform ist in so kurzer Zeit so sehr gewachsen, wie TikTok.

Die Plattform hat einen enormen Einfluss entwickelt. Sie bestimmt maßgeblich, was die neusten Mode - Trends oder Musik-Charts sind.

Zudem bringt sie eine neue Art von Influencer:innen und Content Creator:innen hervor, die ganz andere Inhalte veröffentlichen, als ihre Vorgänger:innen auf anderen sozialen Netzwerken.

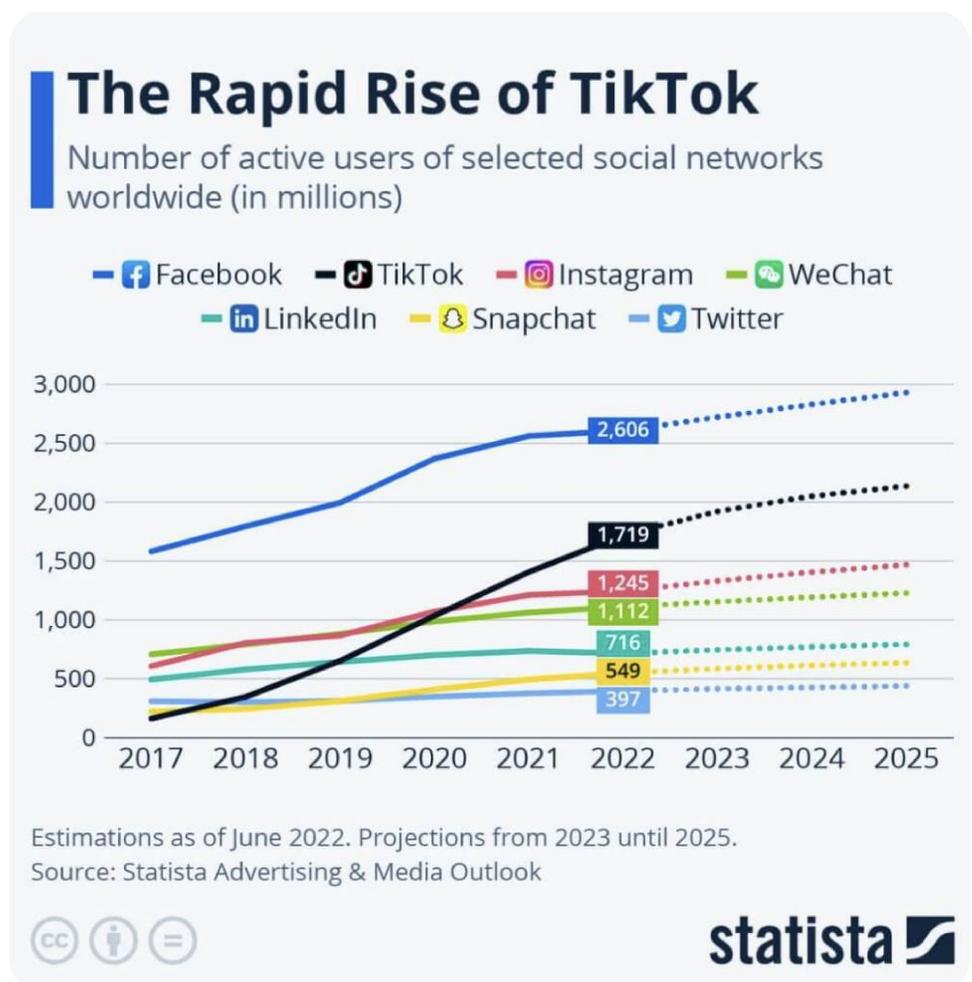
Doch wie lang wird der Hype noch anhalten? Expert:innen sind sich einig:

TikTok ist noch lange nicht auf seinem Höhepunkt angekommen.

# Der Höhepunkt von TikTok ist noch nicht erreicht

Im September 2020 wurde von der Social Media Plattform TikTok offiziell kommuniziert, dass weltweit die Marke der 1 Mrd. Nutzer:innen geknackt und verzeichnet werden konnten – davon alleine 10,7 Millionen User:innen in Deutschland. Im Jahr 2023 nutzen 1,6 Milliarden Menschen TikTok aktiv. Die Nutzerzahlen steigen weiter kontinuierlich an.

Prognosen gehen von mehr als 2 Mrd. aktiven Nutzer:innen im Jahr 2025 aus. Expert:innen sind sich einig, dass TikTok weiter wachsen wird und mehr und mehr an Bedeutung gewinnen wird. Schon jetzt hat TikTok die Konkurrenten wie Instagram und Snapchat überholt - und bei Weitem noch nicht seinen Höhepunkt erreicht.



Bildquelle: statista

Dies ist ein so schnelles Wachstum, welches kein anderes Netzwerk aktuell aufweisen kann. Bemerkenswert ist es auch, dass auf keiner anderen Social-Media-Plattform, die User:innen monatlich so viel Zeit verbringen, wie auf TikTok. Knapp 24 Stunden sind die User:innen laut Digital 2022 Report jeden Monat mit dem Betrachten, Kommentieren und Interagieren mit der Plattform beschäftigt – das sind monatlich über 10 Stunden mehr als auf Instagram oder Facebook.

Im gesamten Jahr 2022 erwirtschaftete TikTok Umsätze in Höhe von 9,4 Milliarden US-Dollar. Da chinesische Tech-Konzerne in der Volksrepublik einer harten Regulierung unterliegen, ist davon auszugehen, dass der eigentliche Umsatz sogar noch höher wäre. In Europa werden die Werbeausgaben auf TikTok bis 2026 auf 46 Milliarden Euro geschätzt, was bedeutet, dass immer mehr Unternehmen TikTok als Werbekanal entdecken, nutzen und bereit sind, dafür Werbebudget einzusetzen.

# Fazit

Es ist eindeutig davon auszugehen, dass das Social Media Netzwerk TikTok auch in den kommenden Jahren als Vorreiter für weitere Plattformen dienen wird. Der Superstar ist mittlerweile nicht mehr nur ein Newcomer, sondern in der Mitte der Gesellschaft und Unternehmenslandschaft angekommen. Brands und Branchen haben alle gleichermaßen eine hohe Chance auf Aufmerksamkeitssteigerung, sowie emotionale Bindung zwischen dem Konsument:innen und Marken.

**Die oberste Regel sollte jedoch immer sein:  
Der Content muss zur Plattform passen.**

Es ist äußerst ratsam, sich an TikTok Trends zu orientieren und sicherzustellen, dass diese auf die eigene Marke angepasst werden. Das TikTok Publikum ist bereits an diese Trends gewöhnt und wird es schätzen, wenn Marken und Unternehmen auf diese aufspringen, mitmachen und sich somit zu Love-Brands etablieren. Wer mit seiner Marke gezielt Heranwachsende und junge Erwachsene erreichen möchte, sollte schnellstmöglich auf der Videoplattform aktiv werden – denn die Jugendlichen von heute sind die erwachsene Zielgruppe mit enormer Kaufkraft von morgen.

# Über uns

**IROIN® Influencer Marketing Suite ist Europas führende All-in-One Software für Influencer Marketing „Made in Germany“.**

Die Influencer Marketing Suite von IROIN® ist eine von Expert:innen für Influencer Marketing Professionals entwickelte datenbasierte Technologie-Lösung für den perfekten (Work-)Flow entlang des gesamten Influencer-Marketing-Prozesses – von der Influencer-Suche über die Pflege des Portfolios bis hin zur Kampagnen-Auswertung auf Instagram, TikTok, YouTube und Twitch.

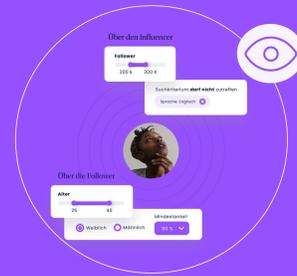
Unter der Führung des Management-Teams Moritz Wasserek (CEO), André Kilz (CTO) und Mathis Betz (CCO) entwickelt und verbessert das 20-köpfige internationale Team mit Standorten in Erfurt, Hamburg und Berlin innovative, softwarebasierte und DSGVO-konforme Lösungen für komplexe Prozesse. Zusätzlich sind unerreichte, individuelle Anpassungsmöglichkeiten in Kundenprojekten einfach möglich dank agiler Entwicklungsprozesse und Whitelabeling. Ein dezidiertes Expertenteam unterstützt internationale Brands und Agenturen während der Durchführung ihrer Influencer-Marketing-Kampagnen.



## **Mandy Rippel**

Marketing Managerin  
IROIN® Influencer Marketing Suite

Du hast noch Fragen, Feedback oder Anregungen?  
Dann freue ich mich über deine Nachricht.  
mri@iroin.io



**Discovery:** Durchsuche plattformübergreifend über 262+ Mio. Influencer:innen. Smarte Filter sowie Ein- und Ausschlusskriterien machen es Dir leicht.



**Portfolio:** Baue Dein Influencer Portfolio professionell aus. Füge Dokumente und Bewertungen hinzu und kommuniziere direkt mit Deinen Kooperationspartnern. Sedcards kannst du automatisch und passend zu Deinem Corporate Design generieren.



**Campaigning:** Von der Planung bis zur Analyse: Unsere Kampagnen-Tools unterstützen Dich in jeder Phase. Während der Kampagne überwacht unsere Software die Kampagne für Dich und generiert Reports in Echtzeit.



**Overlaps:** Reduziere effektiv doppelte Follower in Deinen Influencer Marketing Kampagnen und finde die Influencer-Konstellationen mit der höchsten Reichweite.



**Influencer Ads:** Mit unserer europaweit einzigartigen Schnittstelle schaltest Du Social Ads im Namen Deiner Influencer:innen. Diese erreichen die Zielgruppe auch über die Community hinaus. Die Aussteuerung der Werbemittel wird in Echtzeit auf Deine individuellen Ziele optimiert.

**Dieser Guide wurde erstellt von:**

**IROIN® Influencer Marketing Suite  
in Kooperation mit VEYEN AGENCY**



**Mandy Rippel**

Marketing Managerin  
IROIN® Influencer Marketing Suite  
mri@iroin.io



**Nicole Nürnberger**

Marketing- und Sales Ops  
IROIN® Influencer Marketing Suite  
nn@iroin.io



**Elena Funk**

Founder von VEYEN AGENCY  
hello@veyenagency.com

## Quellen

- 1 „TikTok: Eine Erfolgsgeschichte“, tigamedia  
<https://www.tigamedia.de/tiktoks-erfolgsgeschichte.html>
- 2 „50 TikTok-Statistiken, die Sie umhauen werden [+INFOGRAPHIC]“, Influencer Marketing Hub  
<https://influencermarketinghub.com/de/tiktok-statistiken/>
- 3 „TikTok Zahlen 2022“, SH Digital  
<https://www.sh-digital.ch/tiktok-nutzer#:~:text=TikTok%20hat%201.6%20Milliarden%20aktive%20Nutzer%2C%20die%20weltweit%20die%20App%20verwenden.&text=Das%20App%20wurde%20per%20Januar,Zeitpunkt%20rund%2012.33%20Millionen%20Mal>
- 4 „TikTok Statistics – Updated Oct 2022“, Wallaroo  
<https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/>
- 5 „Die Top 111 beliebtesten TikTok Songs (2022)“, Popkultur  
<https://popkultur.de/tiktok-songs/>
- 6 „TikTok: Diese 10 Influencer:innen muss man kennen“, IROIN® News Blog  
<https://www.iroin.io/de/blog/top-influencer-tiktok>
- 7 „Deutsche Influencer: Influencer:innen mit den meisten Followern auf Instagram & TikTok“, IROIN® News Blog  
<https://www.iroin.io/de/blog/top-influencer-deutschland>
- 8 „Das Jahr auf TikTok: Wir feiern Marken, die die Community unterhalten und inspiriert haben“, TikTok Newsroom  
<https://newsroom.tiktok.com/de-de/das-jahr-auf-tiktok-marken-die-die-community-unterhalten-und-inspiriert-haben>
- 9 „TikTok Statistiken 2021: 100 Mio. Nutzer in Europa & 1 Mrd. weltweit“, FutureBiz  
<https://www.futurebiz.de/artikel/tiktok-statistiken-2019/>
- 10 „The Global State of Digital 2022“, Hootsuite  
<https://www.hootsuite.com/de/ressourcen/digital-trends>
- 11 „58 Mrd. Dollar Jahresumsatz: TikTok ist zum digitalen Werberiesen aufgestiegen“, Trending Topics  
<https://www.trendingtopics.eu/58-mrd-dollar-jahresumsatz-tiktok-ist-zum-digitalen-werberiesen-aufgestiegen/>
- 12 „TikTok Statistiken 2022: Nutzerzahlen und relevante Informationen zur Social-Media-App“, Smart Home Fox  
<https://www.smart-home-fox.de/tiktok-nutzer-statistiken>

## erwähnte TikTok Profile

1 Khabane Lame

Account: <https://www.tiktok.com/@khaby.lame>

Bildquelle: [https://www.instagram.com/p/CZM3XS3gwt/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CZM3XS3gwt/?utm_source=ig_web_copy_link)

2 Charli D'Amelio

Account: <https://www.tiktok.com/@charlidamelio>

Bildquelle: [https://www.instagram.com/p/CZxeQMQPif9/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CZxeQMQPif9/?utm_source=ig_web_copy_link)

3 Mr. Beast

Account: <https://www.tiktok.com/@mrbeast>

Bildquelle: [https://www.instagram.com/p/C1fBtYnLqjC/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C1fBtYnLqjC/?img_index=1)

4 Younes Zarou

Account: <https://www.tiktok.com/@youneszarou>

Bildquelle: <https://www.instagram.com/p/CegCISZjLxE/>

5 Noel Robinson

Account: <https://www.tiktok.com/@noelgoescrazy>

Bildquelle: [https://www.instagram.com/p/C0FBRBYMffb/?hl=de&img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C0FBRBYMffb/?hl=de&img_index=1)

6 Christian King

Account: <https://www.tiktok.com/@itskingchris?lang=en>

Bildquelle: <https://www.instagram.com/p/CeRqINJMKsy/>

7 Kimberly Loaiza

Account: <https://www.tiktok.com/@kimberly.loaiza?lang=de-DE>

Bildquelle: [https://www.instagram.com/p/C05EnOgJdko/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C05EnOgJdko/?img_index=1)

8 BTS

Account: [https://www.tiktok.com/@bts\\_official\\_bighit](https://www.tiktok.com/@bts_official_bighit)

Bildquelle: <https://www.instagram.com/p/CPqXr5lBmjY/?hl=de>

9 Jason Derulo

Account: <https://www.tiktok.com/@jasonderulo>

Bildquelle: <https://www.instagram.com/p/Ckwpdy5PuBy/?hl=de>

## erwähnte TikTok Profile

1 e.l.f. Cosmetics

Account: <https://www.tiktok.com/@elfyeah>

Bildquelle: [https://www.tiktok.com/@elfyeah/video/7143269358754663726?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@elfyeah/video/7143269358754663726?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

2 Guess

Account: <https://www.tiktok.com/@guess>

Bildquelle: [https://www.tiktok.com/@guess/video/7096883436895456554?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@guess/video/7096883436895456554?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

3 JustSpices

Account: <https://www.tiktok.com/@justspices>

Bildquelle: [https://www.tiktok.com/@justspices/video/7148873099268623621?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@justspices/video/7148873099268623621?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

4 Deutsche Bahn

Account: <https://www.tiktok.com/@deutschebahn?lang=de-DE>

Bildquelle: [https://www.tiktok.com/@deutschebahn/video/7148080296439680261?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=de-DE](https://www.tiktok.com/@deutschebahn/video/7148080296439680261?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE)

5 Mercedes Benz

Account: <https://www.tiktok.com/@mercedesbenz>

Bildquelle: [https://www.tiktok.com/@mercedesbenz/video/7154383323987561733?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@mercedesbenz/video/7154383323987561733?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

6 NBA

Account: <https://www.tiktok.com/@nba>

Bildquelle: [https://www.tiktok.com/@nba/video/7162315804053114158?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@nba/video/7162315804053114158?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)