

SICHTBARKEIT & REICHWEITE

TikTok Ads

0

TikTok Ads
Einführung

TikTok Ads

Einführung

- Der Daumen auf Reise!
- Durchschnittliche verweildauer auf TikTok: 95 Minuten
- Nehmen wir an, Nutzer scrollen alle 5 Sekunden
- Durchschnittliche Scroll-Distanz: ca. 1 inch $\approx$ 2.5cm
- Scrolls auf TikTok: $95 * 60 / 5 = 1.140$ Scrolls / Tag
- $1.140 \text{ Scrolls} * 2.5\text{cm} = 2.850 \text{ cm}$ oder 28,5 m
- Im Jahr sind das 10.402m oder 10,4 km
- Und das allein durch TikTok

1

TikTok Ads

Das Unternehmen hinter TikTok

TikTok Ads

Das Unternehmen hinter TikTok



Quelle: <https://img.welt.de/img/wirtschaft/webwelt/mobile180501402/8691350117-ci16x9-w1200/Video-App-Musical-ly.jpg>

- TikTok hieß früher Musical.ly
- 2016 wurde Musical.ly von der chinesischen Firma ByteDance übernommen
- 2018 dann in TikTok umbenannt
- 2023 \$120 Mrd. Umsatz, vor Steuern, etc. etwa \$40 Mrd. Gewinn
- Damit übertrifft ByteDance Alibaba und Tencent

TikTok Ads

Das Unternehmen hinter TikTok



Quelle: <https://vcdn-sohoa.vnecdn.net/2020/09/11/https-cdn-cnn-com-cnnnext-dam-8973-6024-1599814034.jpg>

- ByteDance besitzt noch weitere Content-Plattformen & Apps wie BuzzVideo, Vigo Video und CapCut
- Datenschutzrechtliche Probleme
- Gegebenenfalls Verkauf in USA
- EU aktuell noch eher ruhig
- Risiko für die Zukunft

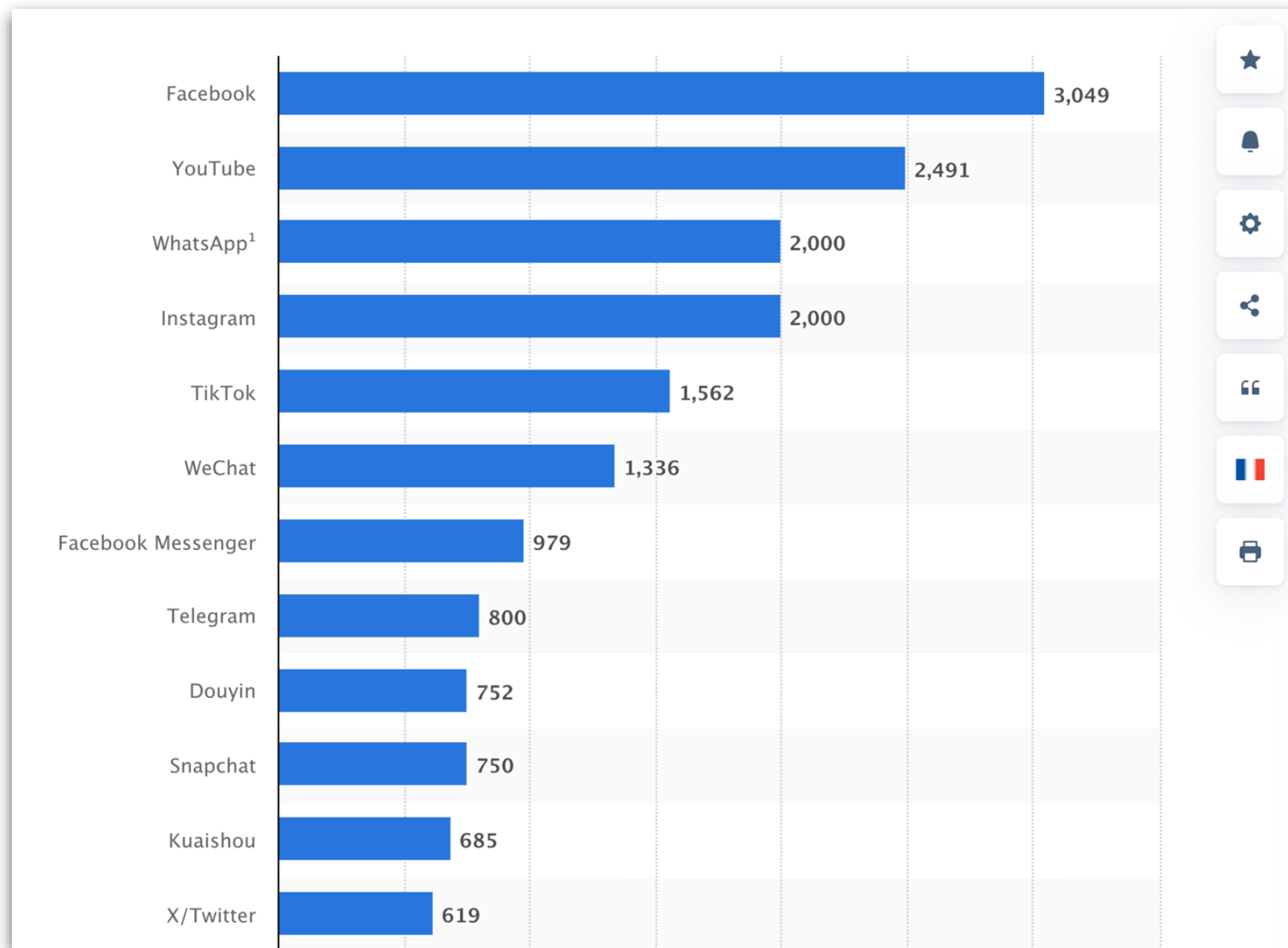
2

TikTok Ads

Reichweite & Zielgruppe

TikTok Ads

Reichweite & Zielgruppe

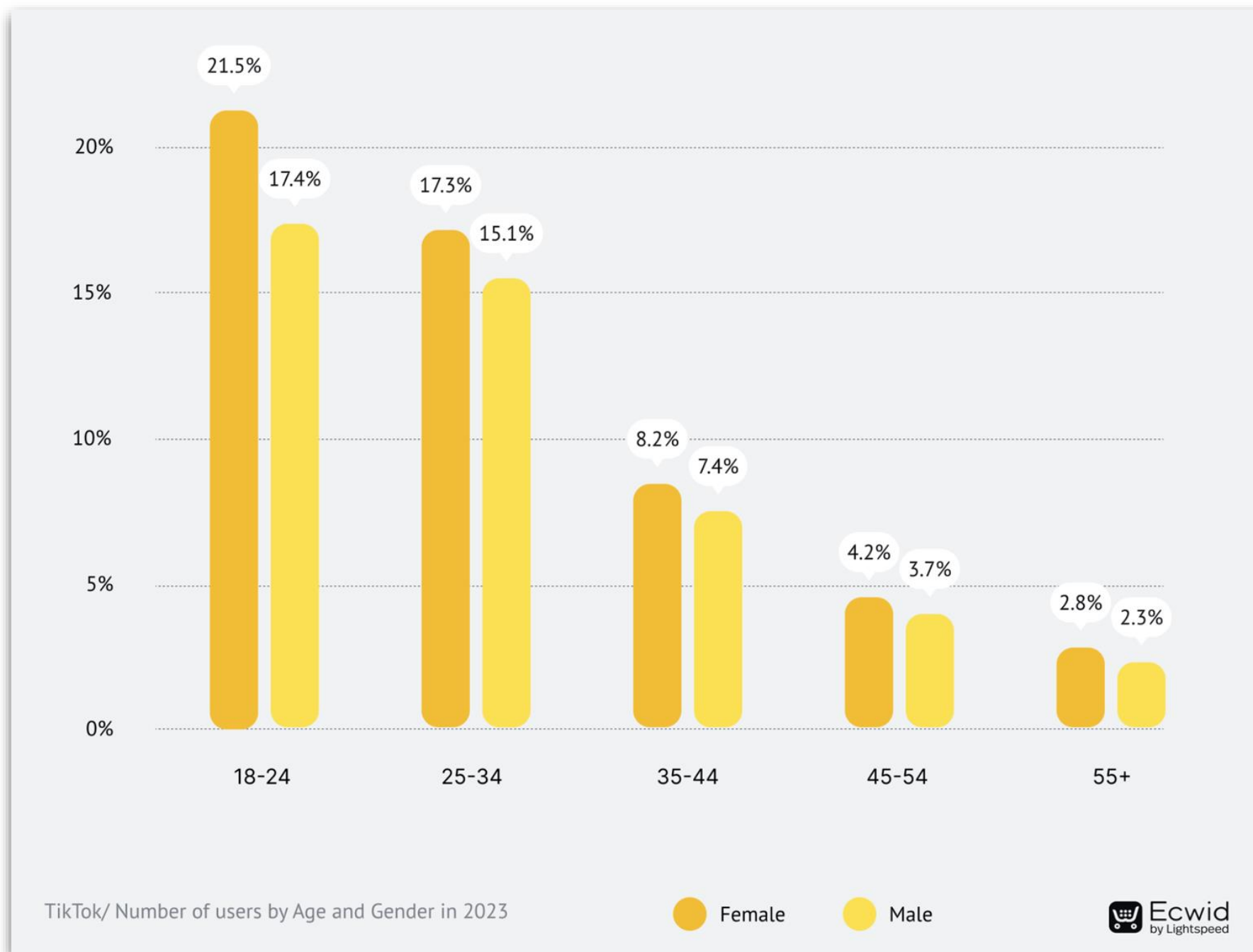


Quelle: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

- Statistik: Monatlich aktive Nutzer, Stand Januar 2024
- 1,5 Mrd. Monatlich aktive Nutzer
- Nicht weit hinter Instagram
- Zudem wächst TikTok extrem schnell

TikTok Ads

Reichweite & Zielgruppe



- 38,9% der weltweiten Nutzer sind zwischen 18 und 24 Jahre alt
- 71% zwischen 18 und 34 Jahre alt
- Tendenziell etwas mehr Frauen als Männer
- TikTok richtet sich auch eher an die jüngeren Generationen

TikTok Ads

Reichweite & Zielgruppe



- Etwa 30% der Deutschen nutzen TikTok (entspricht 25 Mio.)
- ~63% der deutschen Nutzer sind zwischen 18 und 24 Jahre alt
- Etwa 80% aller Nutzer sind zwischen 16 und 34 Jahre alt
- Männlich / Weiblich in Deutschland ca. 40% / 60%

TikTok Ads

Reichweite & Zielgruppe - Targeting

- Standard Targeting auf Standort, Sprachen, Alter, Geschlecht
- Weiteres Targeting auf Interessen, Kaufabsicht, Kaufkraft, Video-Interaktionen, Creator-Interaktionen, Hashtag-Interaktionen
- Einschränkung auf Geräte und Modelle, Betriebssysteme, WLAN oder mobile Daten, Carrier (o2, Telekom & Vodafone), Internetanbieter, Gerätepreis

TikTok Ads

Reichweite & Zielgruppe - Targeting



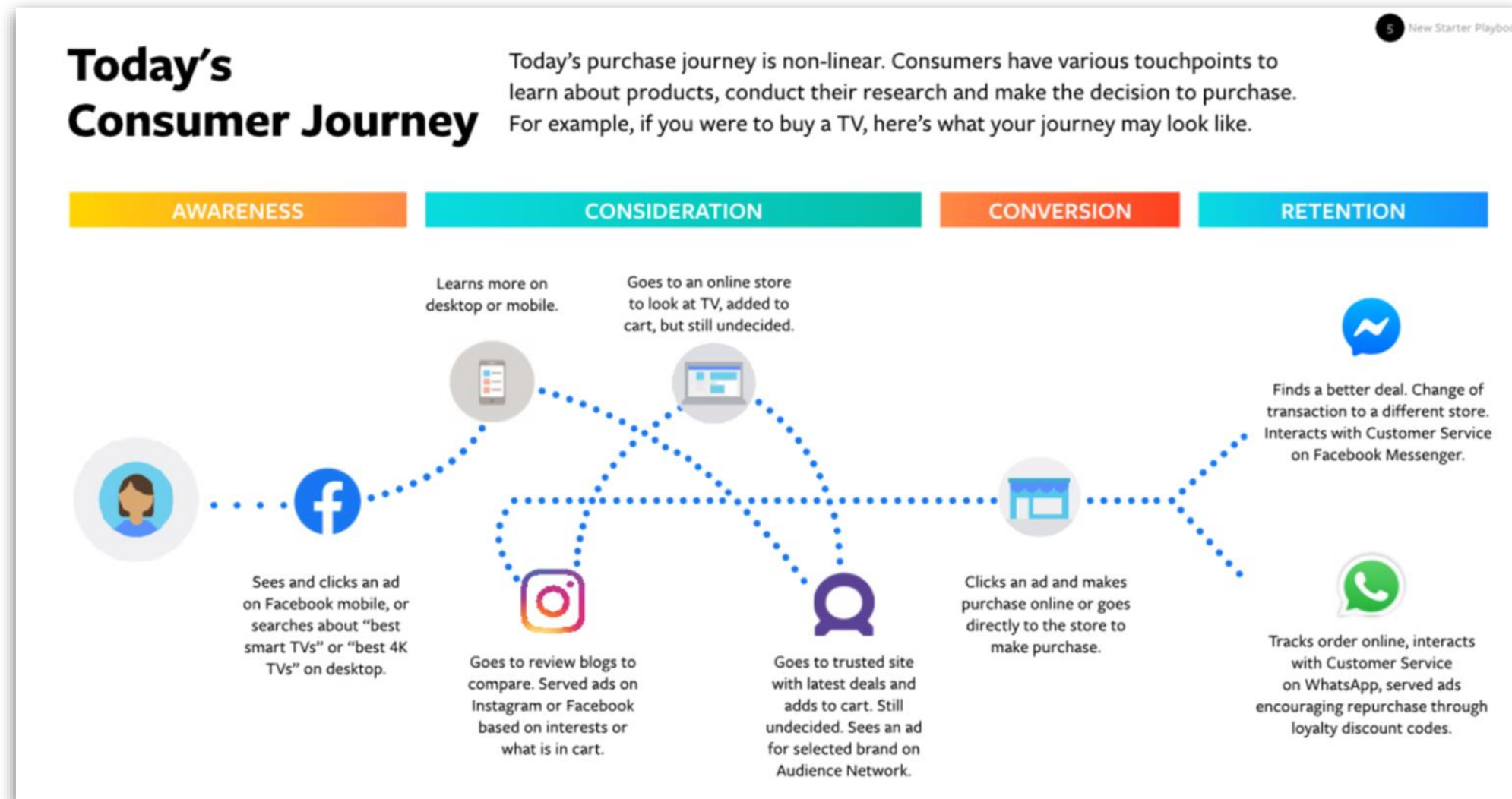
Es gibt sehr viele Möglichkeiten zu Targetieren. Viele dieser Optionen sind wahrscheinlich kaum Relevant, Interessengruppen, Standort, Sprache, Alter und Geschlecht sind allerdings sehr nützlich und sollten verwendet werden.

3

TikTok
Customer Journey

TikTok

Customer Journey

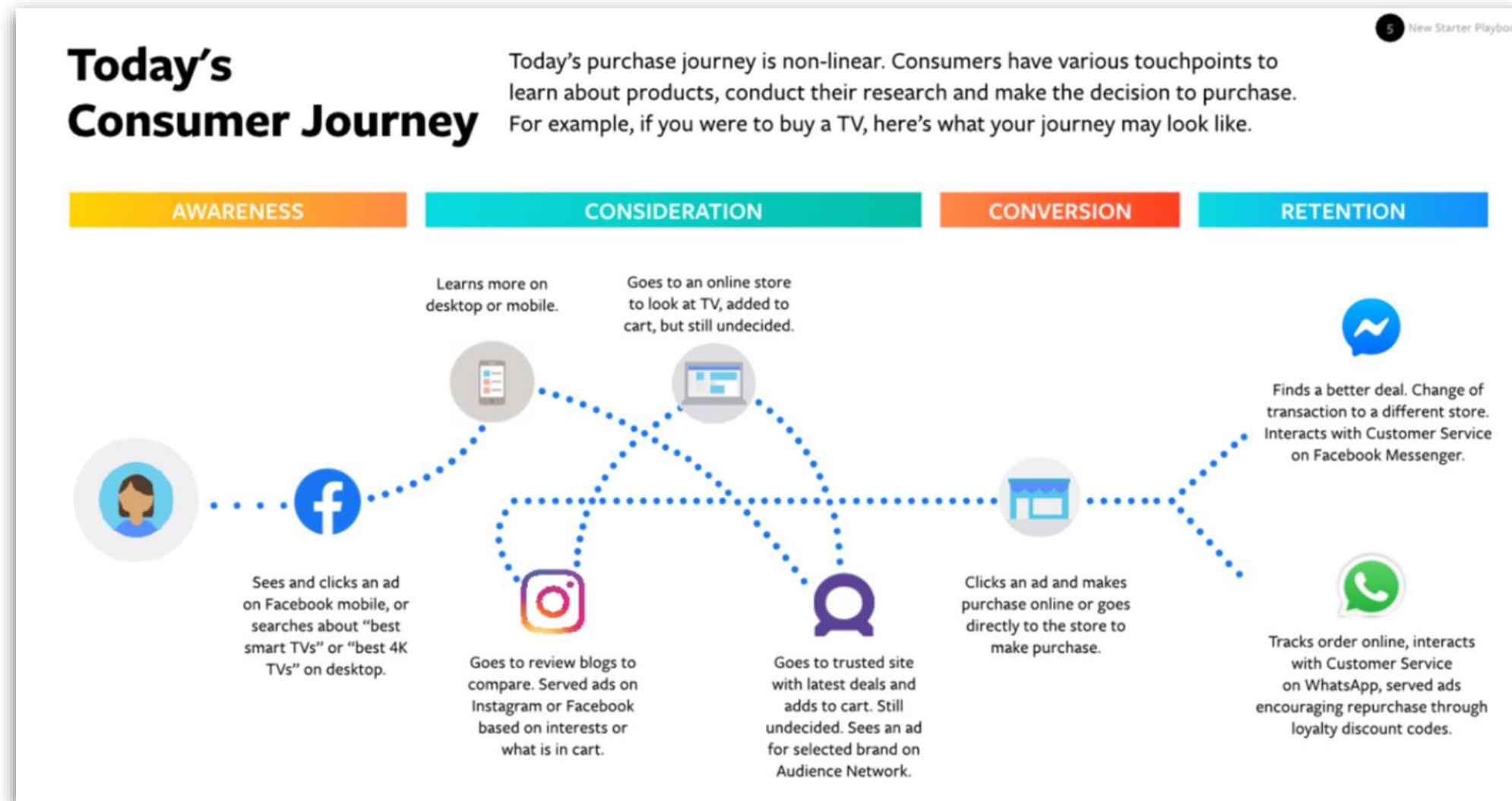


Quelle: <https://www.facebook.com/thirdteam/photos/a.310627662284145/3965412880138920/?type=3>

- Oftmals sind Social Media Ads der erste Step in der Customer Journey
- Der Nutzer wird dadurch auf das Produkt aufmerksam
- Entweder er kauft impulsiv oder informiert sich über das Produkt und den Anbieter

TikTok

Customer Journey

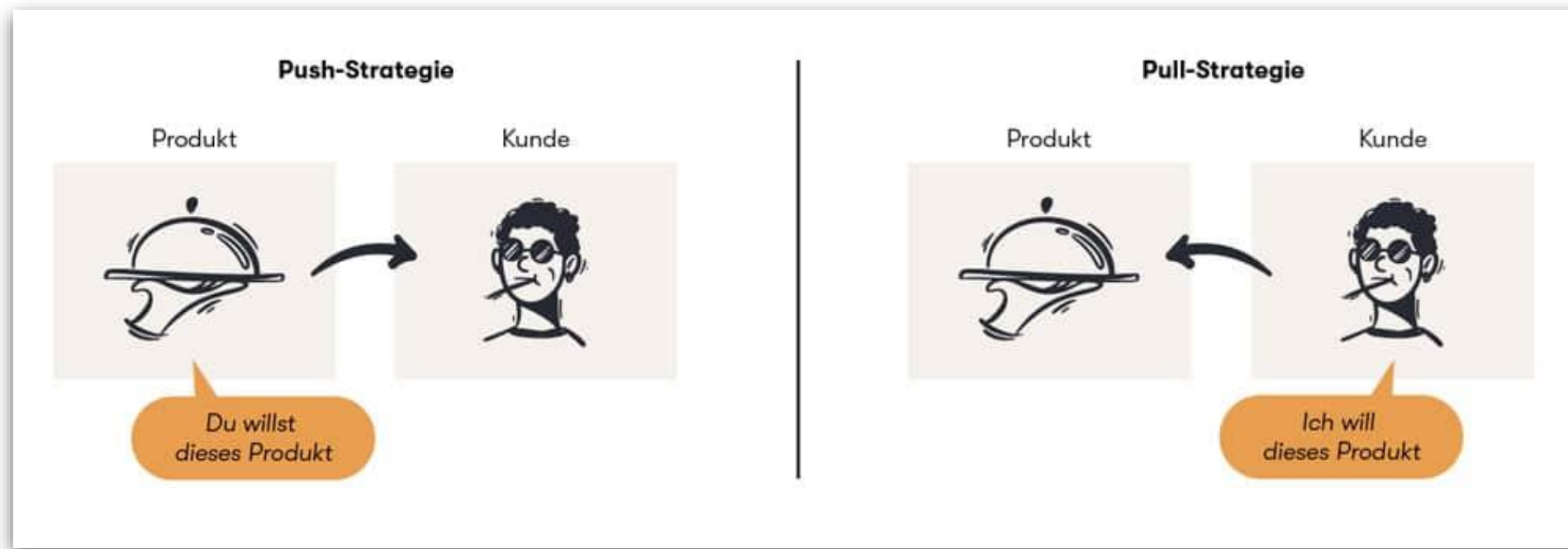


Quelle: <https://www.facebook.com/thirdteam/photos/a.310627662284145/3965412880138920/?type=3>

- Der Nutzer hat verschiedene Möglichkeiten sich über das Produkt zu informieren
- Z.B. auf Trust-Seiten, durch Reviews auf Social Media, Preissuchmaschinen, etc.
- Evtl. sieht er auch noch eine Anzeige von einem Mitbewerber

TikTok

Customer Journey



Quelle: <https://www.epoq.de//content/uploads/2022/03/push-und-pull-marketing-unterschied-epoq.jpg>

- Bei der Push Strategie muss dem Kunden klar gemacht werden, dass er das Produkt braucht
- Beim Pull-Marketing sucht der Kunde nach einem Produkt, man muss also "nur" auffindbar sein und den Kunden überzeugen können

TikTok

Customer Journey

- Nutzer auf TikTok suchen sehr selten nach Produkten, sie sind primär aus Unterhaltungszwecken dort
- In der Regel scrollen Nutzer auf TikTok herum und stoßen dann auf deine Werbung
- Die Schwierigkeit besteht jetzt darin, den Kunden beim Scrollen zu stoppen
- Du musst dem Kunden klar machen, dass er dein Produkt unbedingt braucht
- Das bezeichnet man als Push-Marketing, was im Vergleich zum Pull-Marketing deutlich herausfordernder ist

4

TikTok Ads

Was sind TikTok Ads

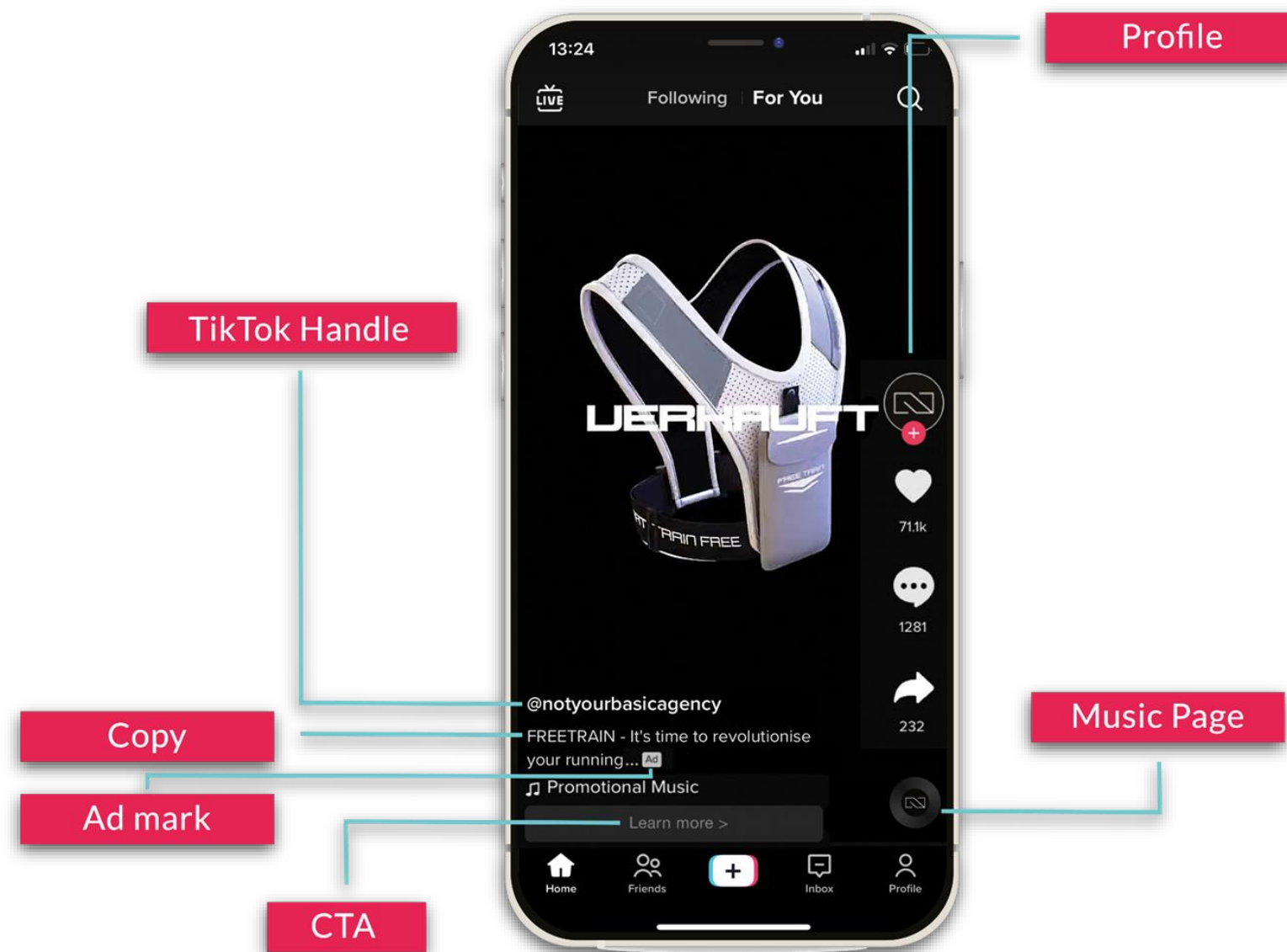
TikTok

Was sind TikTok Ads

- TikTok Ads sind kostenpflichtige Werbeanzeigen
- Werbeanzeigen ermöglichen zielgerichtete Werbung
- Essentiell und stark genutzt im Online-Marketing
- Kostet Geld und in der Regel wird per Klick (CPC) bezahlt
- Bei TikTok liegt der Schwerpunkt auf B2C-Zielgruppen
- Nur Video Ads möglich, keine Image Ads

TikTok

Was sind TikTok Ads - Aufbau



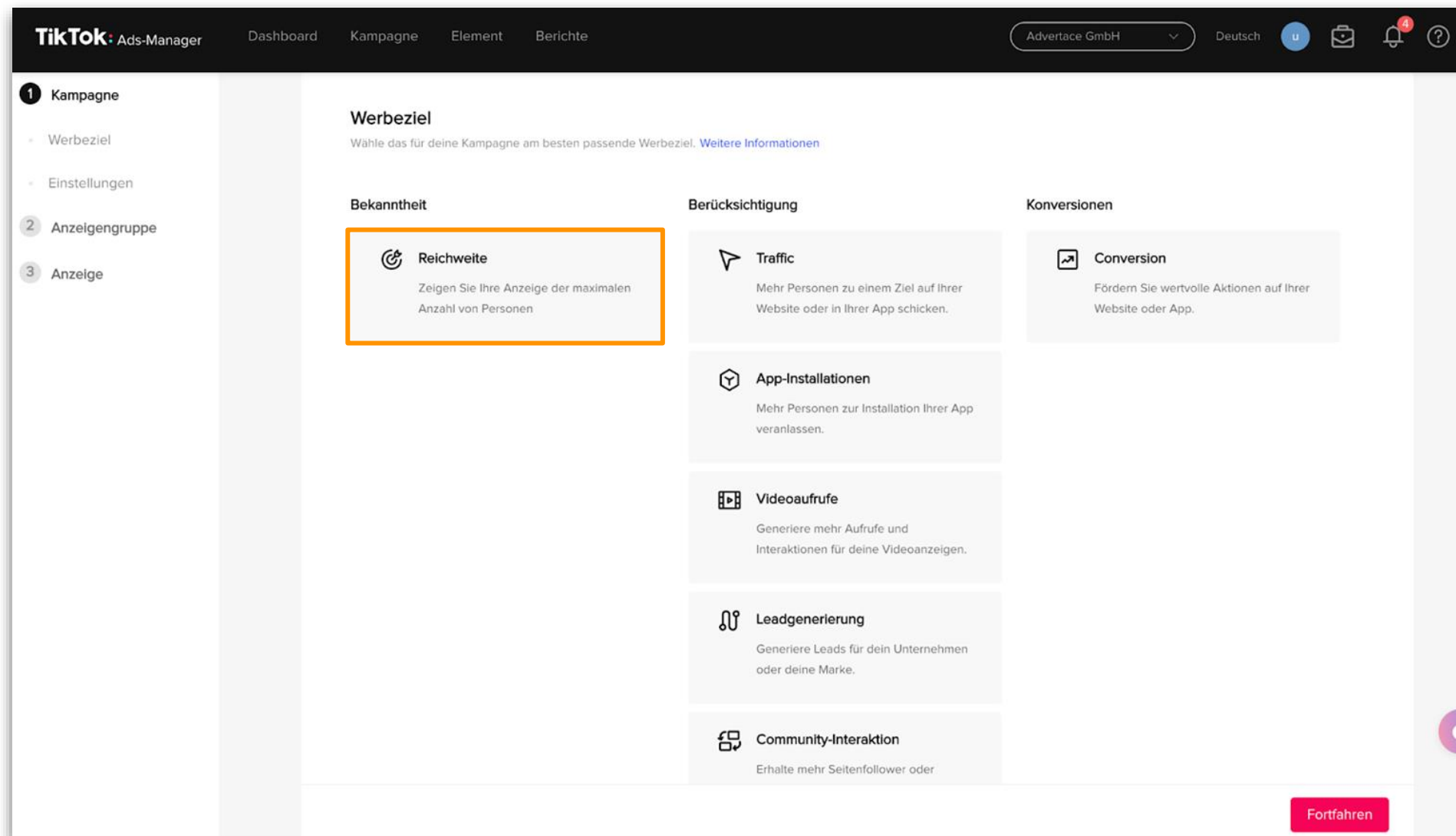
- Sehen den normalen Videos prinzipiell sehr ähnlich
- Rechts: Profil, Likes, Kommentare, Shares und die verwendete Musik
- Links: Kontoname, Videobeschreibung
- Anzeigenspezifisch: "Ad" Kennzeichnung & ein CTA-Button

5

TikTok Ads Kampagnenziele

TikTok Ads

Kampagnenziele



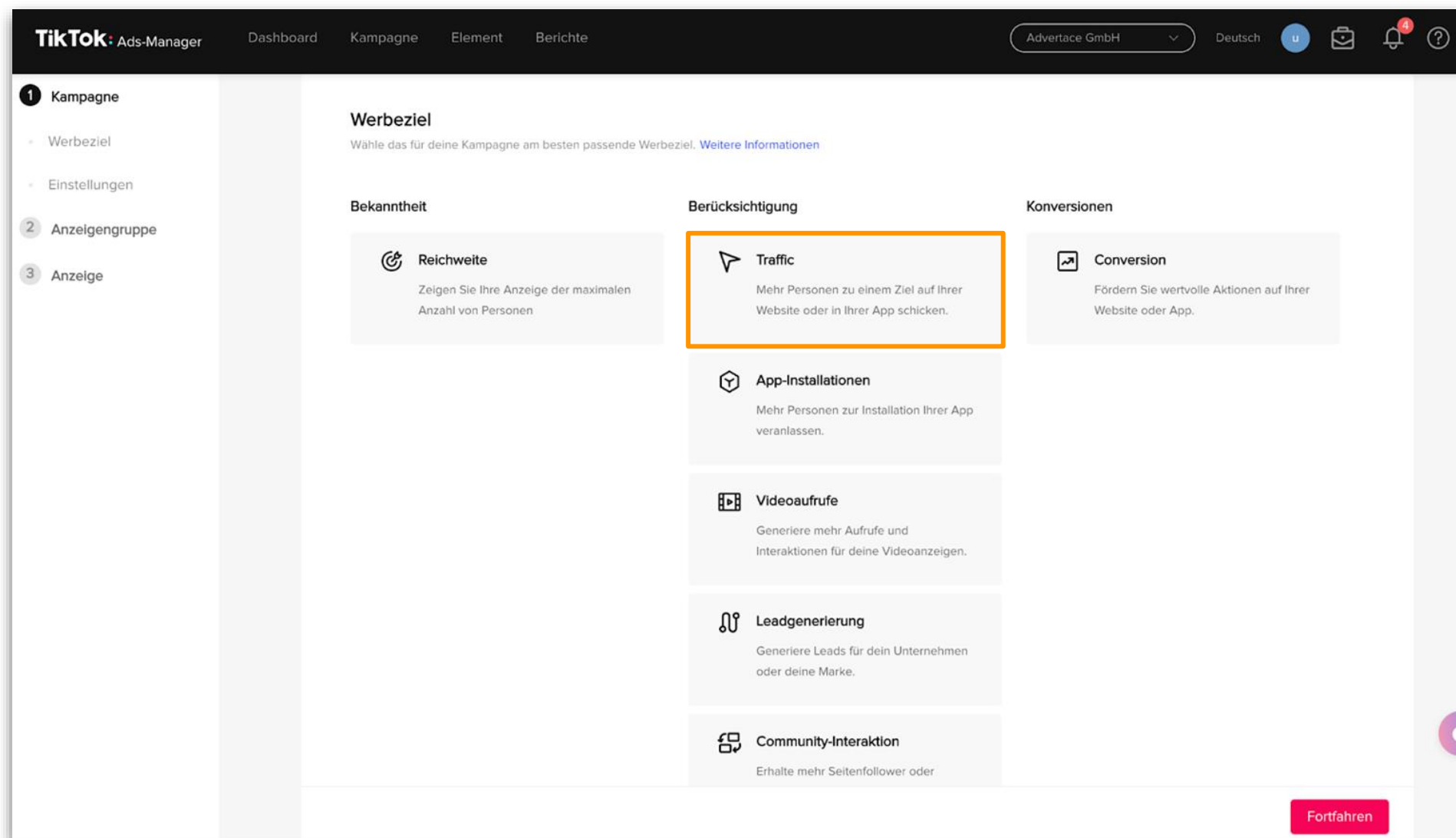
Quelle: <https://www.advertace.de/blog/tiktok-werbung-schalten#:~:text=Die%20Kampagnenziele%20f%C3%BCr%20TikTok%20Werbung,Reichweite%20und%20Sichtbarkeit%20verschaffen%20m%C3%B6glichst>

Reichweite

- Die Anzeige wird der maximalen Anzahl von Personen gezeigt
- Geeignet um Brand Awareness aufzubauen

TikTok Ads

Kampagnenziele



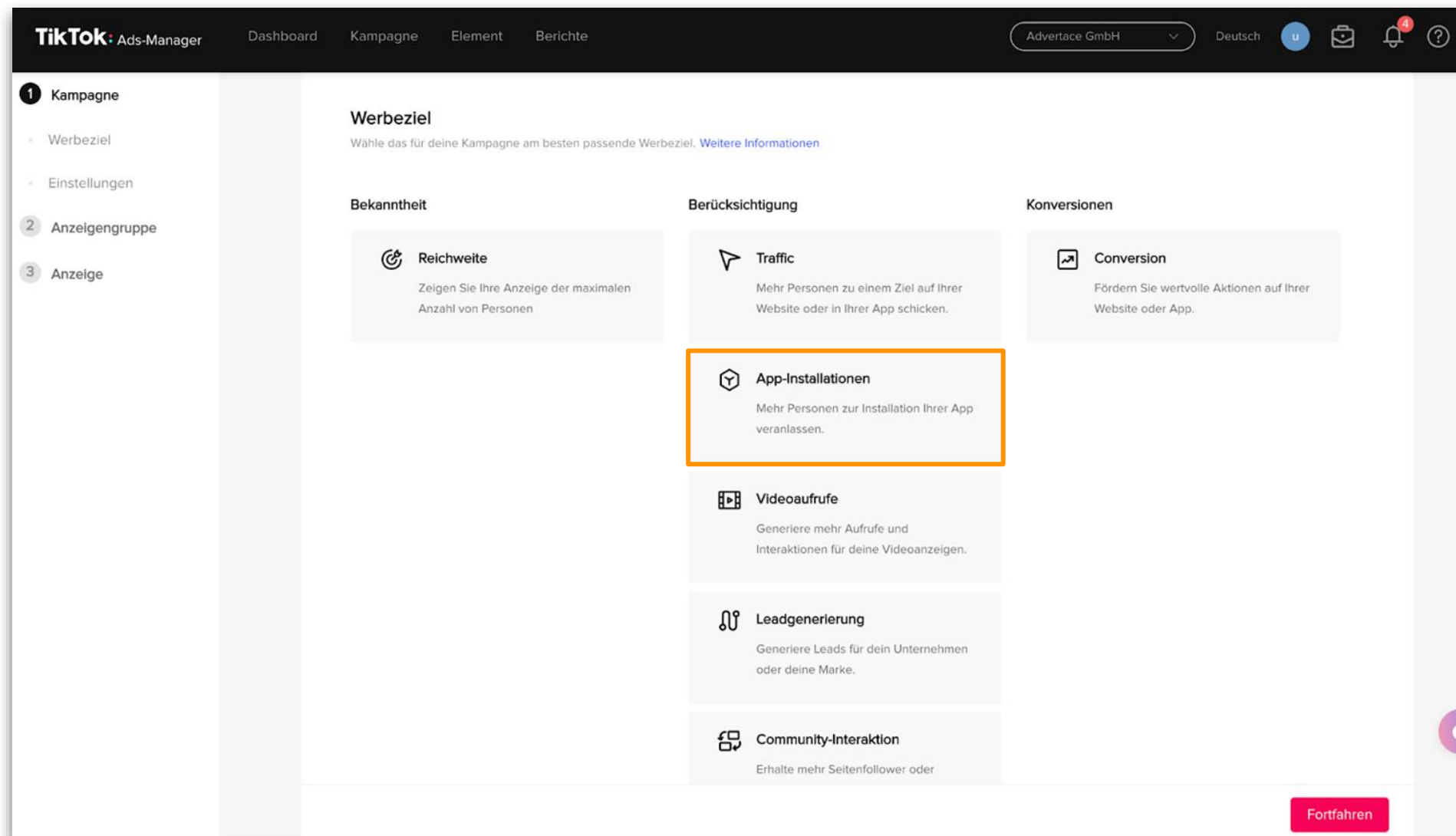
Quelle: <https://www.advertace.de/blog/tiktok-werbung-schalten#:~:text=Die%20Kampagnenziele%20f%C3%BCr%20TikTok%20Werbung,Reichweite%20und%20Sichtbarkeit%20verschaffen%20m%C3%B6glichst>

Traffic

- Findet Personen, die wahrscheinlich auf deine Website gehen oder in deine App weitergeleitet werden
- Eignet sich für Link-Klicks oder Landingpage-Aufrufe

TikTok Ads

Kampagnenziele



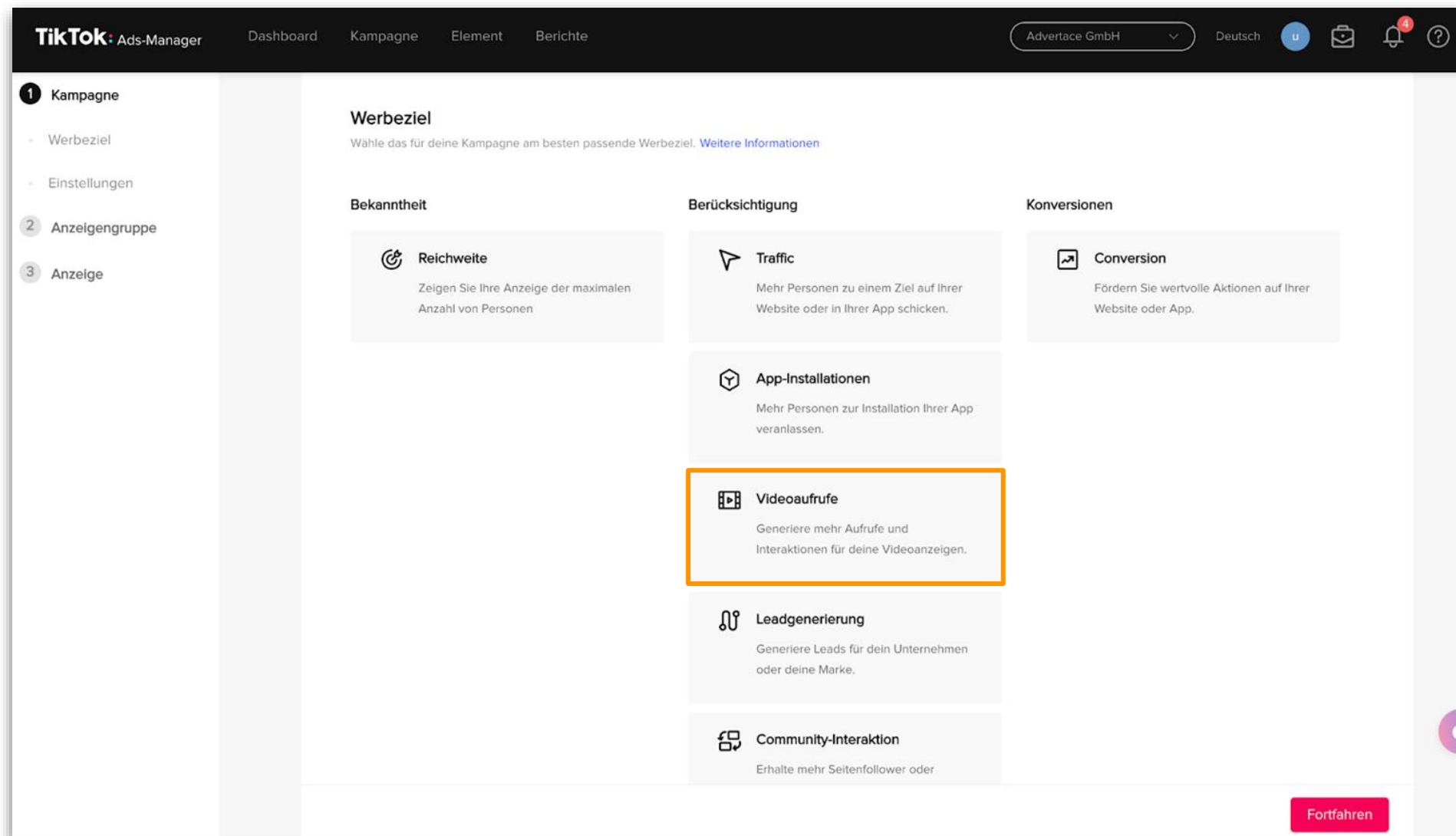
Quelle: <https://www.advertace.de/blog/tiktok-werbung-schalten#:~:text=Die%20Kampagnenziele%20f%C3%BCr%20TikTok%20Werbung,Reichweite%20und%20Sichtbarkeit%20verschaffen%20m%C3%B6glichst>

App-Installationen

- Findet Personen, die deine App installieren und langfristig nutzen möchten
- Geeignetes Ziel für App-Installationen oder App-Events

TikTok Ads

Kampagnenziele



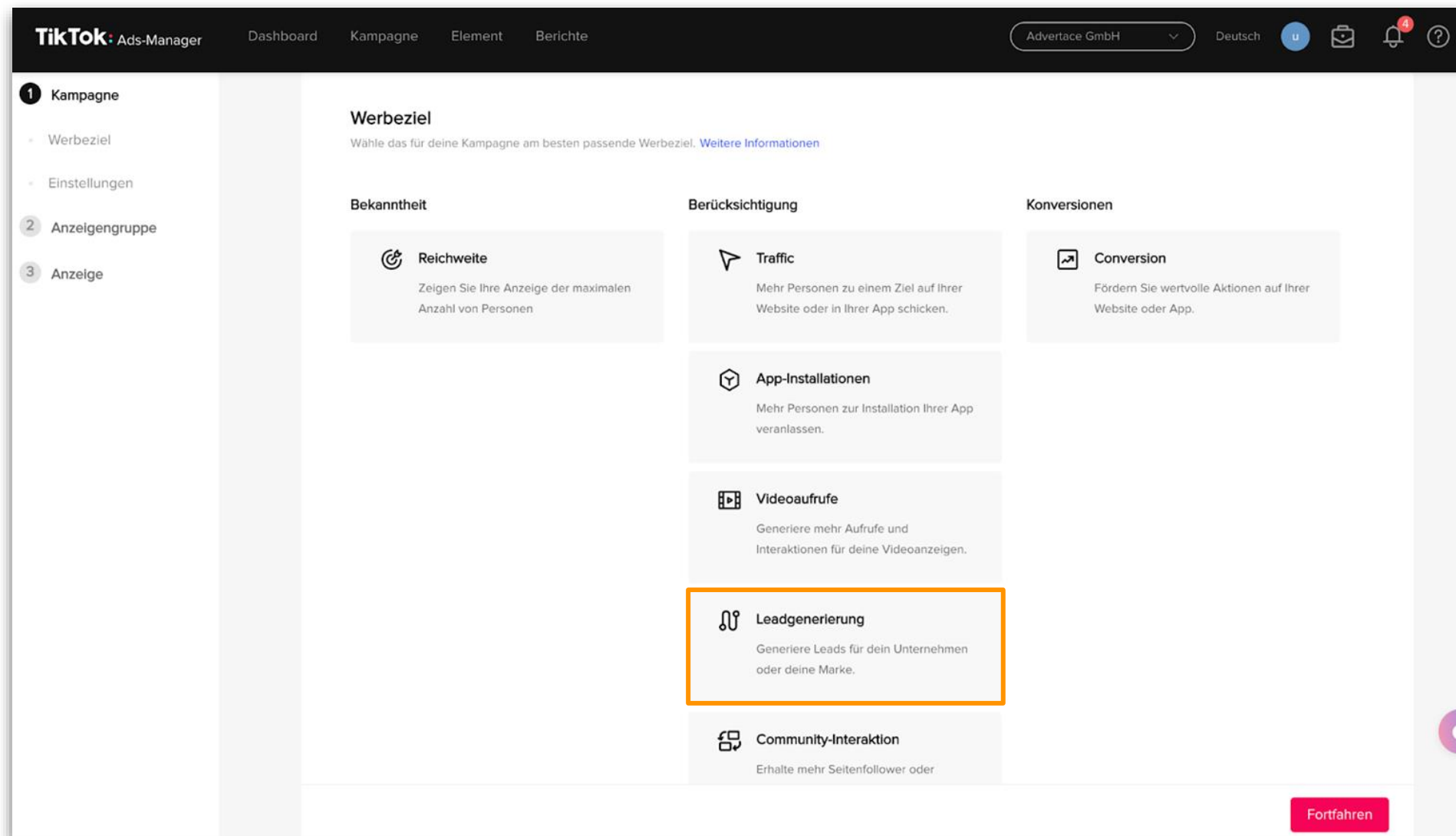
Quelle: <https://www.advertace.de/blog/tiktok-werbung-schalten#:~:text=Die%20Kampagnenziele%20f%C3%BCr%20TikTok%20Werbung,Reichweite%20und%20Sichtbarkeit%20verschaffen%20m%C3%B6glichst>

Videoaufrufe

- Ziel ist es, mehr aufrufe und mehr Interaktionen zu generieren
- Eignet sich auch dafür, die Brand-Awareness zu steigern

TikTok Ads

Kampagnenziele



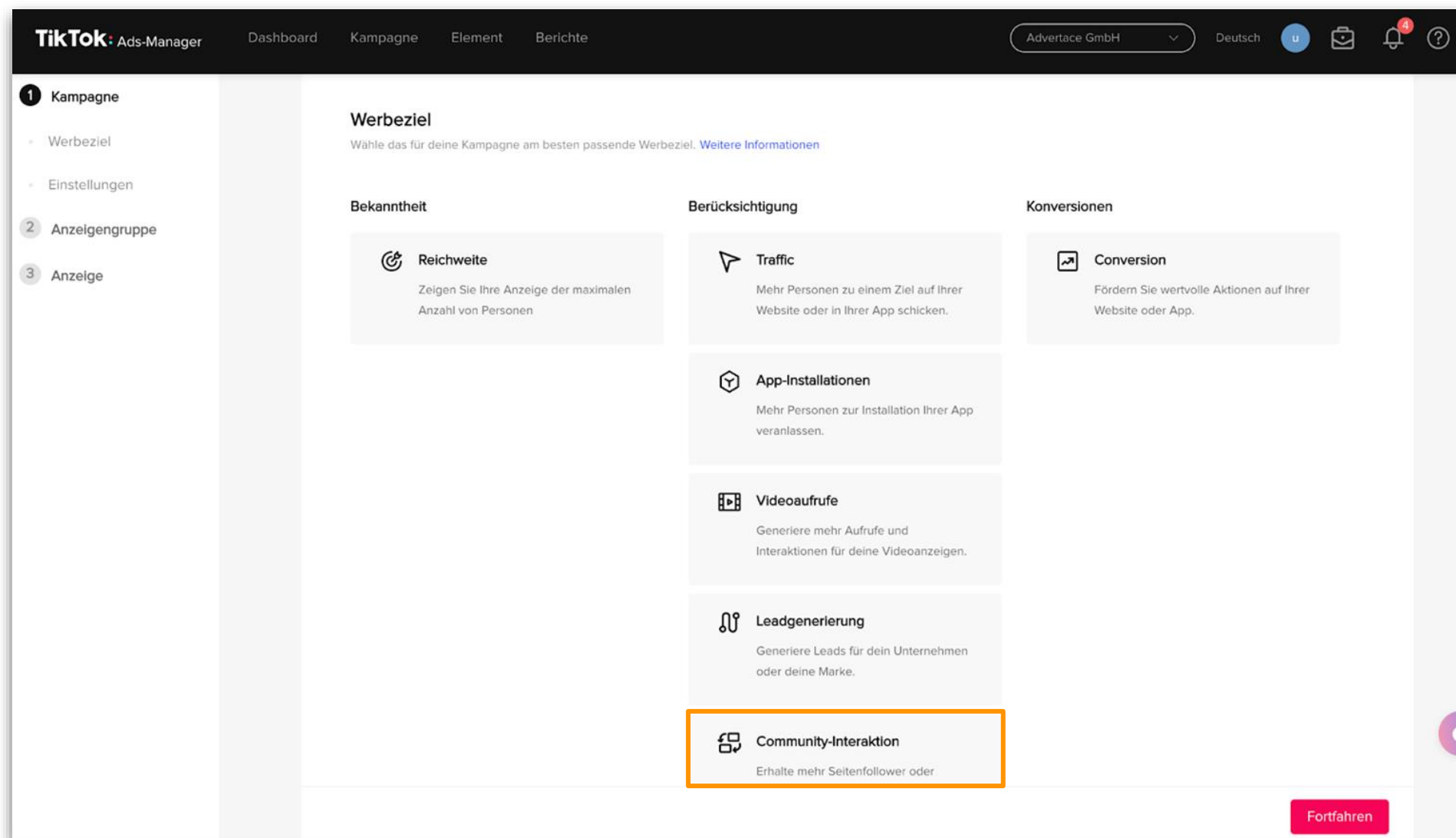
Quelle: <https://www.advertace.de/blog/tiktok-werbung-schalten#:~:text=Die%20Kampagnenziele%20f%C3%BCr%20TikTok%20Werbung,Reichweite%20und%20Sichtbarkeit%20verschaffen%20m%C3%B6glichst.>

Leadgenerierung

- Generiert Leads für dein Unternehmen
- Eignet sich für Instant-Formulare, Nachrichten, Anrufe, Registrierungen

TikTok Ads

Kampagnenziele



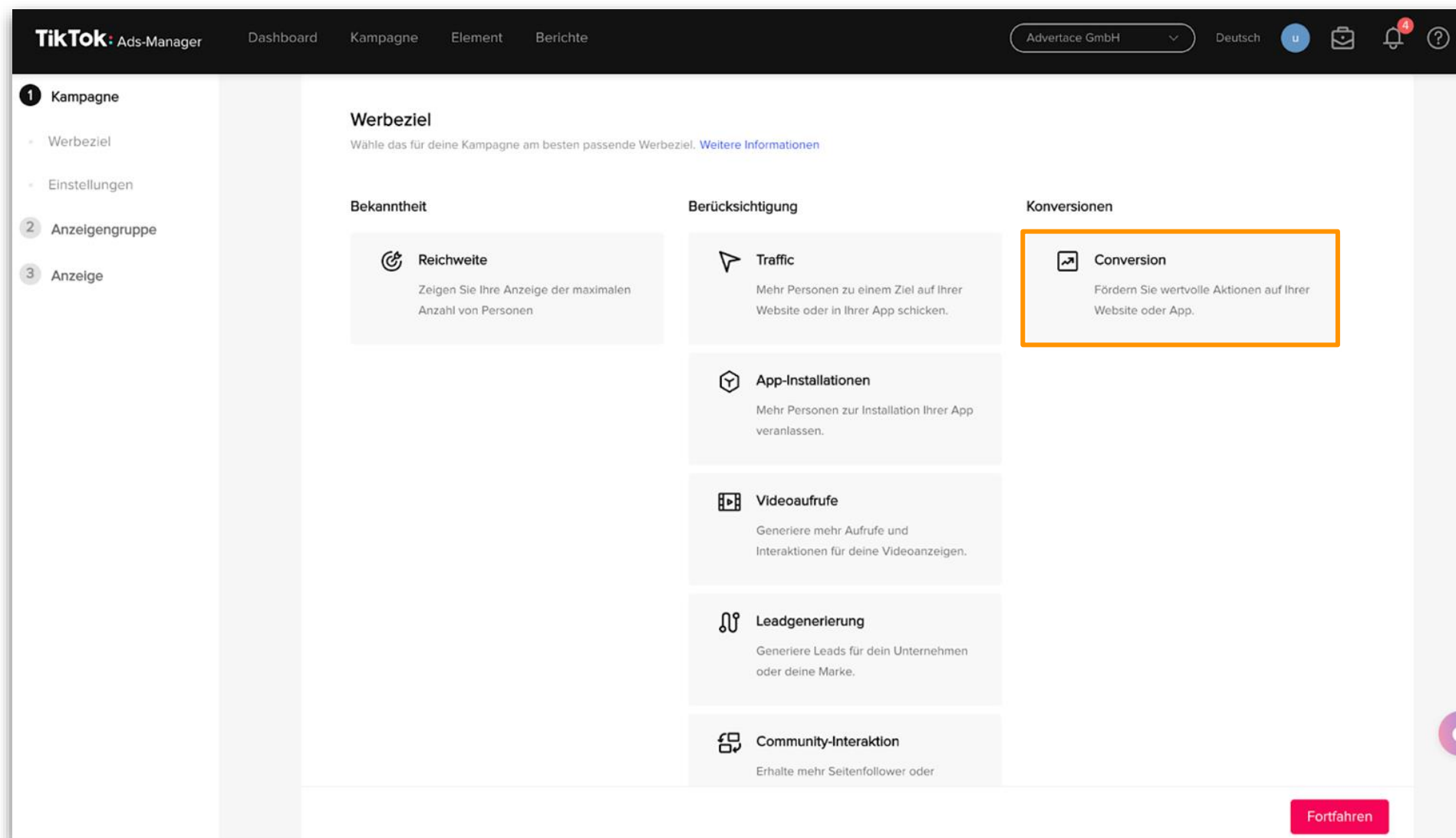
Quelle: <https://www.advertace.de/blog/tiktok-werbung-schalten#:~:text=Die%20Kampagnenziele%20f%C3%BCr%20TikTok%20Werbung,Reichweite%20und%20Sichtbarkeit%20verschaffen%20m%C3%B6glichst>

Community Interaktion

- Sucht Personen, die deinem Profil folgen werden
- Oder deine Inhalte langfristig spannend finden könnten

TikTok Ads

Kampagnenziele



Quelle: <https://www.advertace.de/blog/tiktok-werbung-schalten#:~:text=Die%20Kampagnenziele%20f%C3%BCr%20TikTok%20Werbung,Reichweite%20und%20Sichtbarkeit%20verschaffen%20m%C3%B6glichst>

Conversion

- Findet Nutzer, die dein Produkt wahrscheinlich kaufen werden
- Im E-Commerce am relevantesten

6

TikTok Ads Anzeigenformate

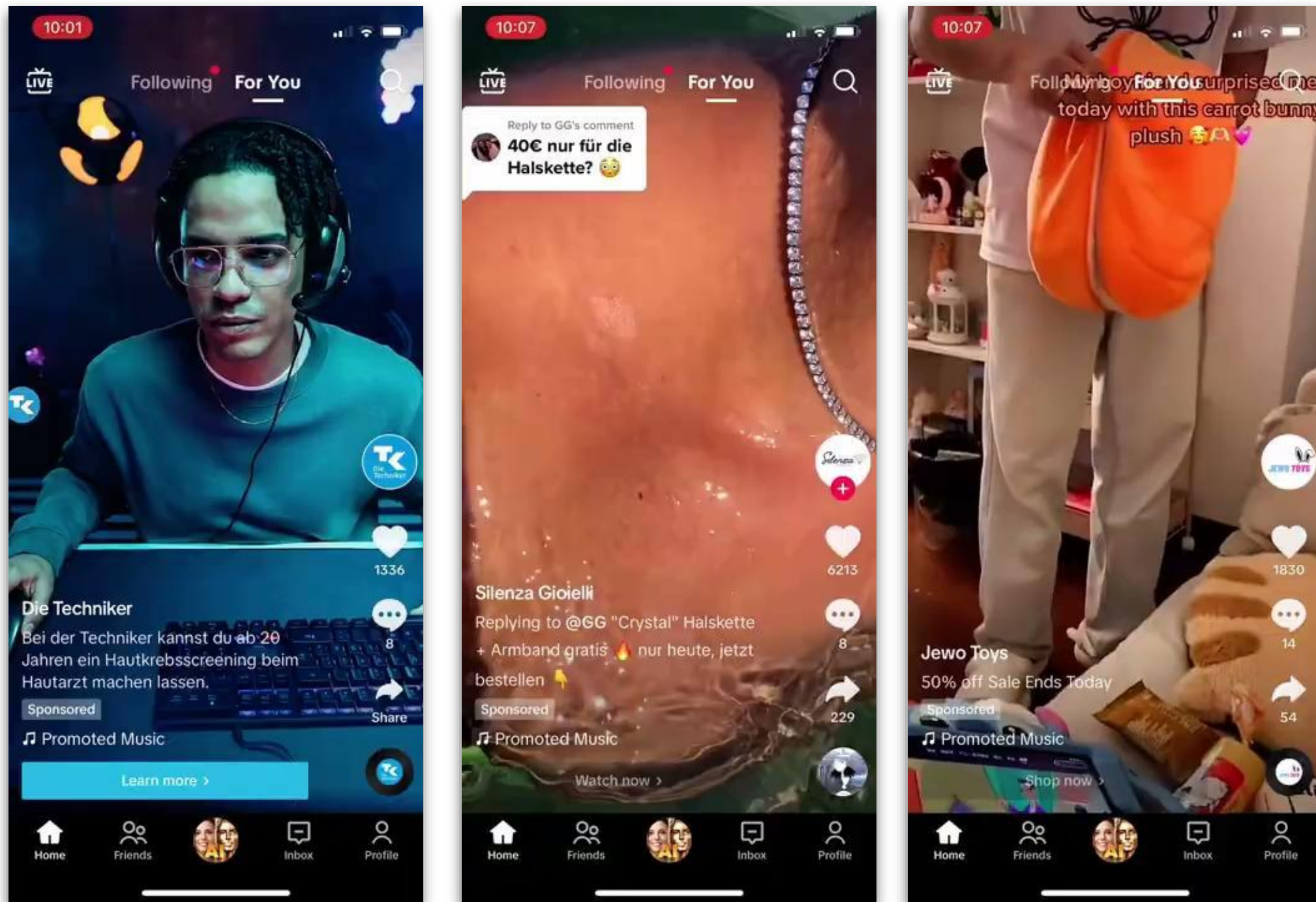
6.1

TikTok Ads

In-Feed TikTok Ads

TikTok Ads

In-Feed TikTok Ads



- Werden im For You Feed angezeigt
- Vollformat (9:16) mit Sound
- Bis maximal 60 Sekunden
- CTA Button z.B. Learn more, Shop now, etc.
- Spezieller End-Screen zum Schluss

TikTok Ads

In-Feed TikTok Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

6.2

TikTok Ads
TopView Ads

TikTok Ads

TopView Ads

- Wird nach dem Öffnen der TikTok App als erstes oben angezeigt
- Damit hast du eine sehr hohe Aufmerksamkeit
- Die Anzeige konkurriert außerdem nicht mit anderen Inhalten



Quelle: TikTok

TikTok Ads

TopView Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

6.3

TikTok Ads
Carousel Ads

TikTok Ads

Carousel Ads



- Möglichkeit mit Bildern zu werben
- Insgesamt 10 Verschiedene Bilder sind möglich
- Durch diese können Nutzer hin und her swipen
- Geeignet für z.B. Storytelling oder einen virtuellen Produktkatalog

TikTok Ads

Carousel Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

6.4

TikTok Ads
Spark Ads

TikTok Ads

Spark Ads

- Format, bei dem organische TikTok Videos beworben werden können
- Können Videos vom eigenen Kanal, als auch Videos von Dritten sein
- Spark Ads lassen sich nur schwer von organischen Posts unterscheiden
- Daher Spark Ads eignen sich sehr gut zur Generierung von Engagement

TikTok Ads

Spark Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

7

TikTok Ads

Technische Anforderungen

TikTok Ads

Technische Anforderungen

01

Zuallererst benötigt man einen TikTok-Business-Account, um Werbeanzeigen schalten zu können.

Business Account

02

TikTok wird einige Unternehmensdaten nachfragen. Für die Anmeldung werden Unternehmensinformation und Zahlungsinformation vorausgesetzt.

Unternehmensdaten

03

Du kannst einen Pixel selbst im Code deines Webshops hinterlegen, es gibt aber auch einige Integrationen, die das für dich erledigen.

Pixel integrieren

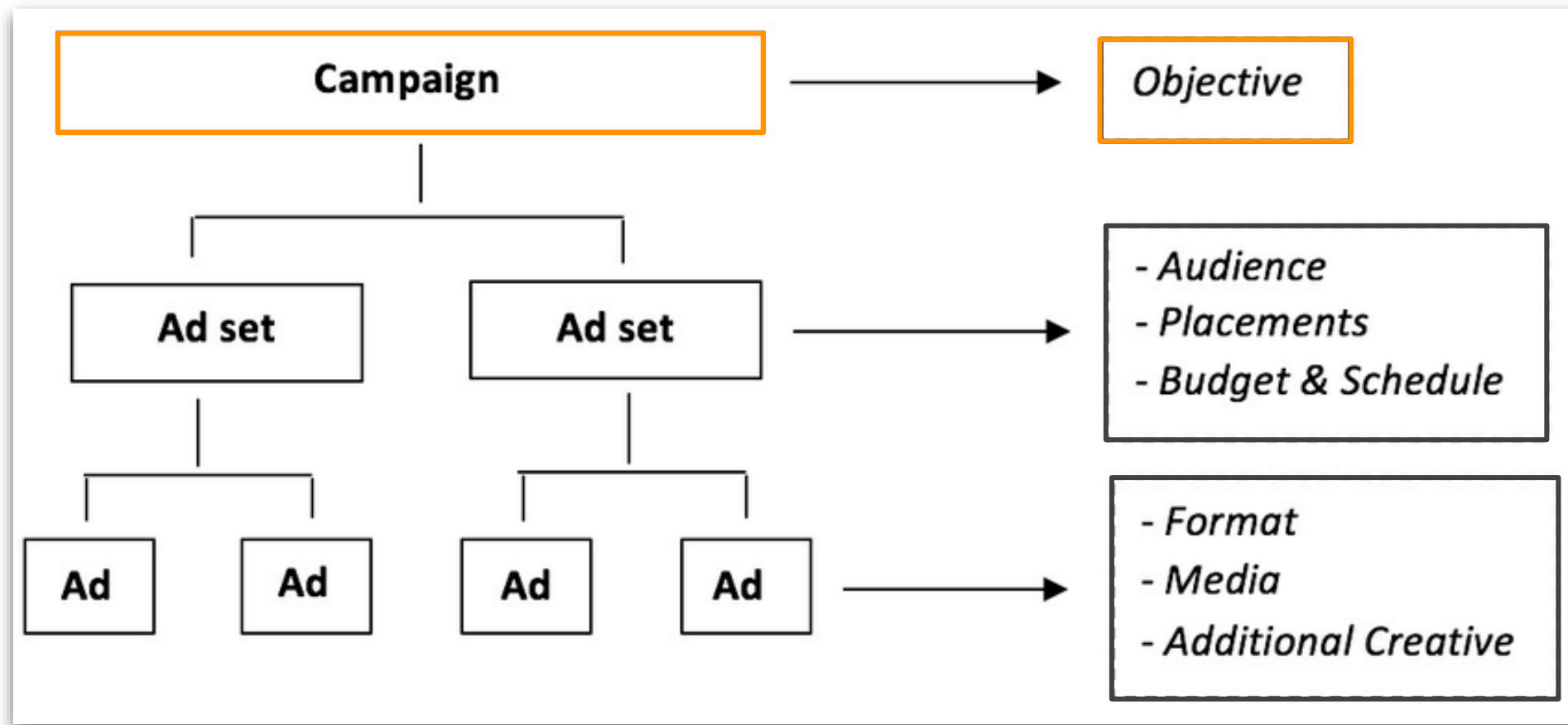
8

TikTok Ads

Anzeigenstruktur und Targeting

TikTok Ads

Anzeigenstruktur und Targeting

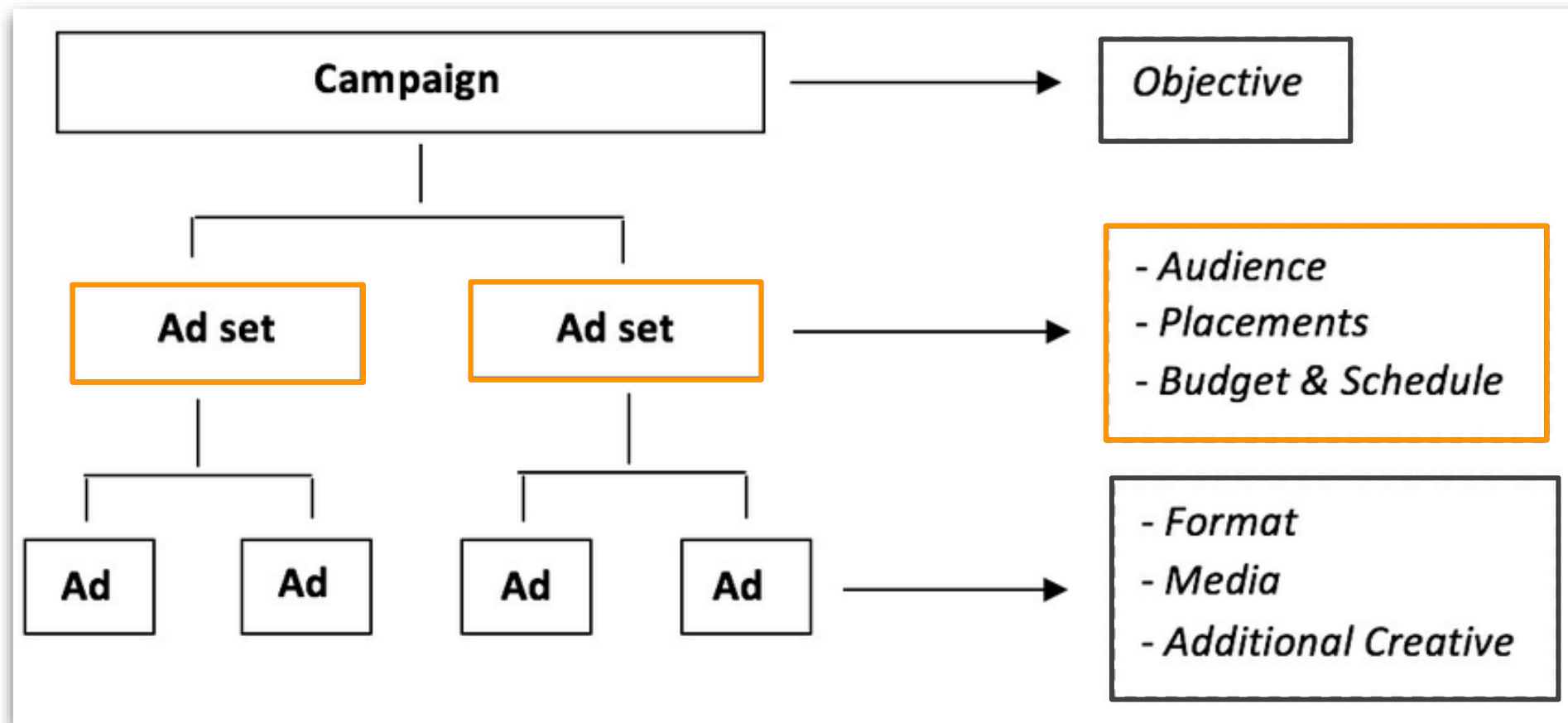


Quelle: <https://www.researchgate.net/publication/325424614/figure/fig1/AS:631622621749302@1527601976917/Facebook-ad-campaign-structure.png>

- In den Kampagnen-Einstellungen legst du das übergreifende Ziel der Kampagne fest
- D.H. du gehst entweder auf Conversions, Traffic, etc.
- Das Objective kannst du später nicht mehr ändern

TikTok Ads

Anzeigenstruktur und Targeting

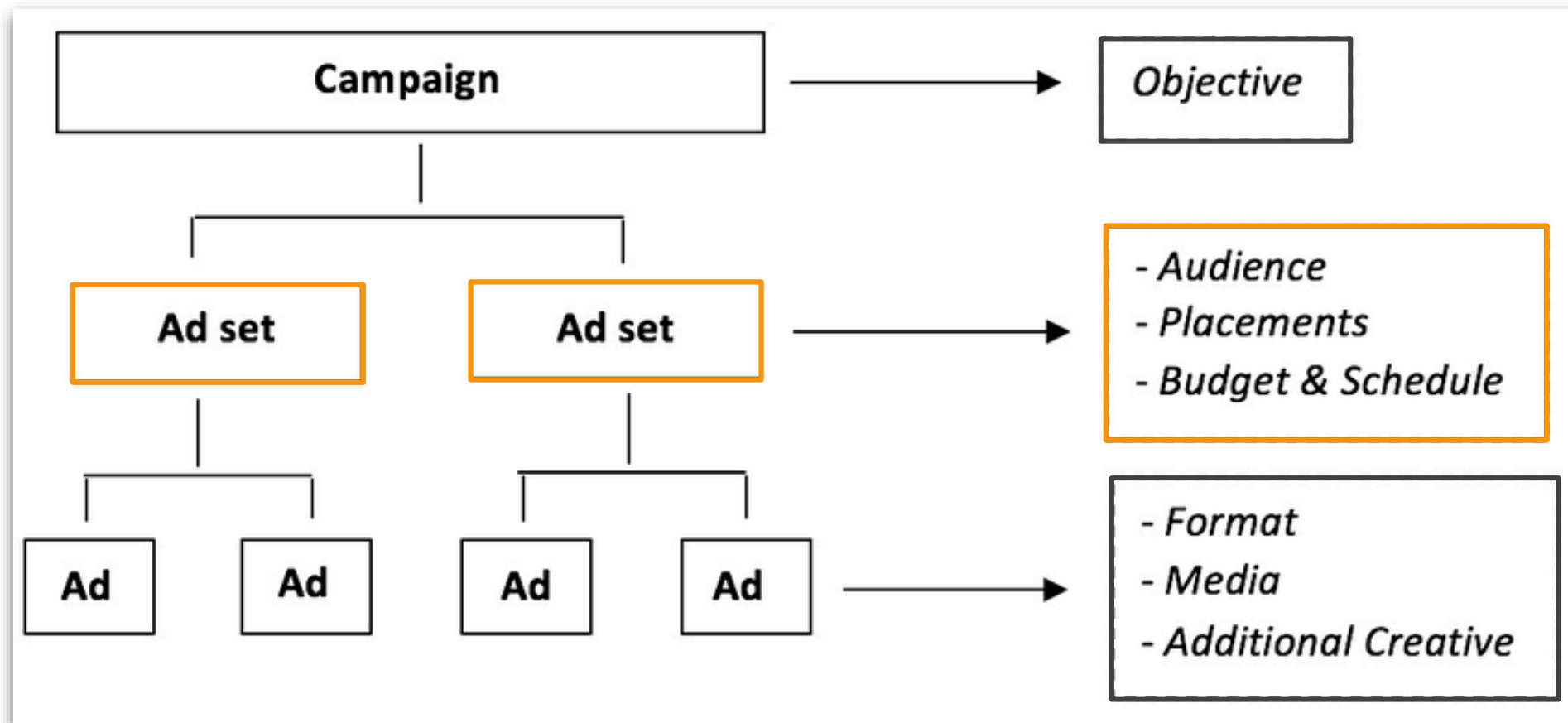


Quelle: <https://www.researchgate.net/publication/325424614/figure/fig1/AS:631622621749302@1527601976917/Facebook-ad-campaign-structure.png>

- Hier legst du die Zielgruppe und Platzierung fest
- Du kannst deine Zielgruppe aus Alter, Interessen, Standort, etc. zusammenstellen
- Platzierung, also TopView Ads oder In-Feed Ads

TikTok Ads

Anzeigenstruktur und Targeting

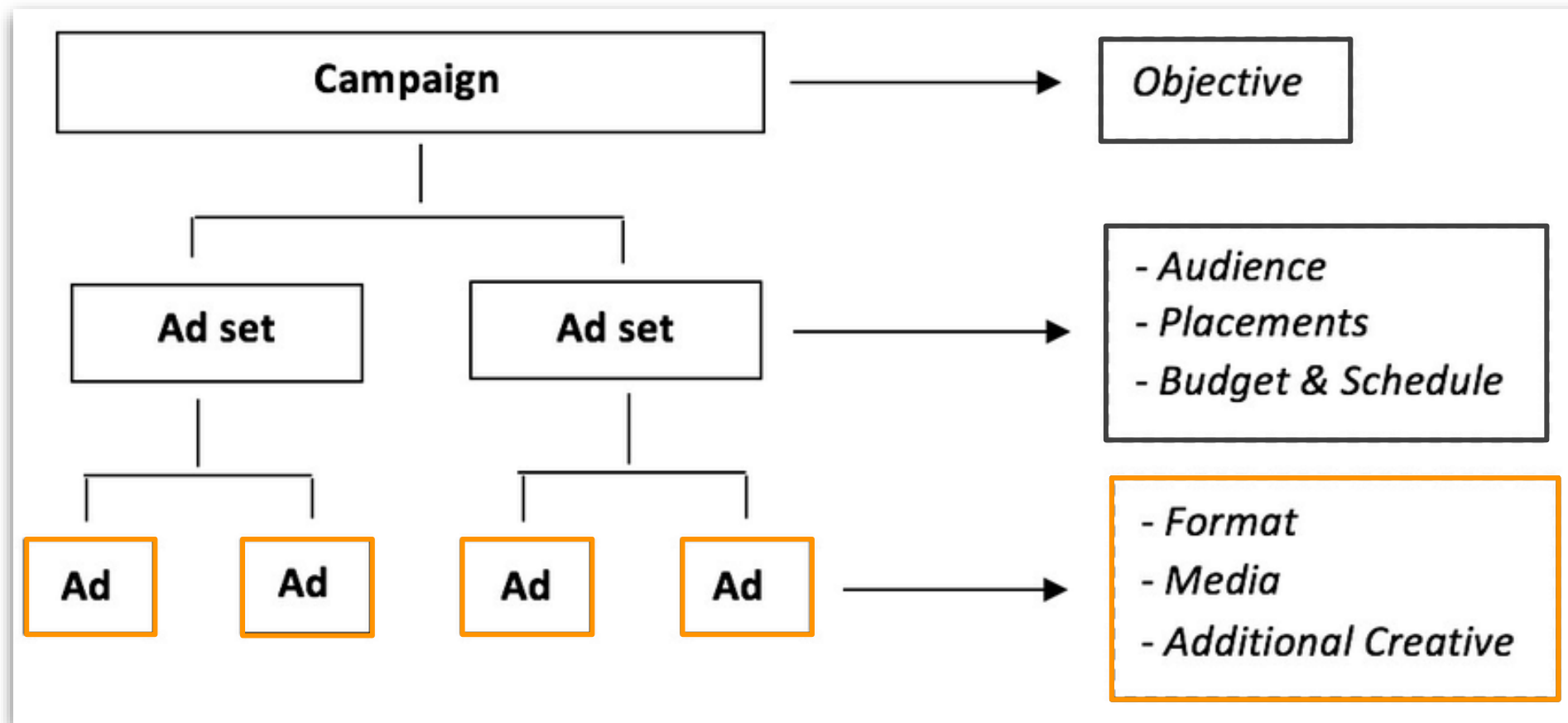


Quelle: <https://www.researchgate.net/publication/325424614/figure/fig1/AS:631622621749302@1527601976917/Facebook-ad-campaign-structure.png>

- Zusätzlich legst du hier das Budget und das Kostenmodell fest
- Tagesbudget, Zeiten & Tage in denen die Anzeige laufen soll, ABO / CBO, etc.

TikTok Ads

Anzeigenstruktur und Targeting



Quelle: <https://www.researchgate.net/publication/325424614/figure/fig1/AS:631622621749302@1527601976917/Facebook-ad-campaign-structure.png>

- In jedem Ad Set befinden sich dann beliebig viele Anzeigen
- Das können verschiedene Videos sein um beispielsweise unterschiedliche Hooks zu testen
- Damit findest du heraus, welche Ad am besten performt

TikTok Ads

Anzeigenstruktur und Targeting

- Demographisch: Geschlecht, Alter, Standort, Sprache, Haushaltseinkommen, Kaufkraft
- Interessen & Verhaltensweisen: z.B. "Gaming", Kaufintention, Verhalten, Hashtags
- Gerät: Verbindungstyp, Betriebssystem, OS Version, Gerätemodell, Gerätepreis, Mobilfunkanbieter, Internetanbieter
- Es lassen sich beim Targeting Nutzer sowohl einschließen, als auch ausschließen
- Lookalike Audiences gibt es ebenfalls

9

TikTok Ads Beispiele

TikTok Ads Beispiele



Quelle: TikTok

K18 Haircare

- Brand Awareness Ad
- Haben durch diese Werbeanzeige 20k+ Follower generiert
- 27 Millionen Views
- Großer Anstieg der Sales

TikTok Ads Beispiele



Quelle: TikTok

Smyth Jewlers

- In-Feed Ads um ihre Bekanntheit zu steigern
- Knapp 800.000 Views mit 40€ Tagesbudget
- Laut [TikTok](#) \$0.35 CPM, \$0.02 pro Like

TikTok Ads

Beispiele



Quelle: TikTok

The Farmer's dog

- Bieten ein Abo für frisches Hundefutter an
- TikTok Spark Ad
- 33 Millionen Views
- 62% verringerung der CPAs

10

TikTok Ads
Kosten

TikTok Ads

Kosten

- Preis für CPC unterliegt kontinuierlichen Schwankungen und ist niemals konstant
- Besonders während intensiver Monate, wie zum Beispiel im vierten Quartal, erfahren die CPC-Preise erhebliche Anstiege
- Zudem gibt es verschiedene CPC-Preise in unterschiedlichen Kategorien
- Im Gegensatz zu anderen Plattformen sind CPC-Preise auf TikTok relativ günstig

TikTok Ads

Kosten - im Vergleich

				
CPM	€ 5,91	€2,06-2,88	€ 4,06	€0,14-€0,29
CTR	0,90%	0,88%	1,55%	0,19%-0,26%
CPC	€ 1,41	€ 0,55	€ 0,27	€0,07-€0,11

Quelle: <https://www.webchanakya.com/tiktok-advertising-made-simple/>

- Kostenvergleich verschiedener Werbeplattformen
- Ebenfalls verglichen wird:
 - CPM
 - CTR
 - CPC
- TikTok vergleichsweise (noch) sehr günstig

TikTok Ads

Kosten - Tipps zur Kostenoptimierung



Breitere Zielgruppen

Sehr spezifische Zielgruppen führen zu höheren Kosten, daher sollten breitere Zielgruppen ausgewählt werden, wenn man geringere Kosten anstrebt.



Regelmäßiges Testen

Regelmäßiges Testen & Optimierung ist sehr wichtig für das Schalten von Ads. Schalte nicht gut laufende Ads nach einigen ab und teste neue Ads, um kosteneffiziente Werbung zu schalten.



Spark Ads

Nutze auf jeden Fall Spark Ads, denn so hast du langfristigen Nutzen von deinem Adspend. Die Nutzer, die deine Videos sehen können so zu deinen Followern werden und dann wiederum zu deinen Kunden.

11

TikTok Ads Vor- und Nachteile

TikTok Ads

Vor- und Nachteile

Pros

Anzeigen zu schalten geht auf TikTok
sehr schnell und einfach



Schnell wachsende Plattform



Perfekt für B2C-orientierte
Unternehmen



Anhaltende Beliebtheit von TikTok



Geringere CPCs im Vergleich zu
anderen Werbeplattformen



Cons



Content-Erstellung nimmt viel Zeit in
Anspruch (Videos)



Hoher Wettbewerb



Sehr junge Zielgruppen (noch nicht
kauffähig)



Bedenken wegen der Plattform
bezüglich Datenschutz

12

TikTok Ads
Entscheidung treffen

TikTok Ads

Entscheidung treffen

01

Kosten

- | Suchst du eine kostengünstige Werbeplattform?
- | TikTok Ads sind oftmals viel günstiger als andere Plattformen.
- | Dadurch kannst du mit deinem Budget potenziell mehr Conversions generieren.



TikTok Ads

Entscheidung treffen

02

Reichweite

- | Erstelle eine Test-Anzeige und prüfe die verfügbare Reichweite.
- | Ist die Reichweite groß genug?
- | Unterschiedliche Nischen haben unterschiedliche Reichweiten.

TikTok Ads

Entscheidung treffen



03

Produkt

- | Erfüllt dein Produkt ein Bedürfnis oder hat einen “WOW“-Effekt?
 - | Solche Produkte kann man einfacher auf Social Media vermarkten.
 - | Das steigert die CTR, was wiederum deinen potenziellen Erfolg steigert.
- 

TikTok Ads

Entscheidung treffen



04

Marke

- | Ist deine Marke/Produkt bereits auf Social-Media bekannt?
 - | Ist es dir wichtig eine Social-Media-Präsenz aufzubauen?
- 

TikTok Ads

Entscheidung treffen

05

Zielgruppe

- | TikTok wird mehr von jüngeren Menschen genutzt.
- | Ist die Zielgruppe deines Produktes auf TikTok stark vertreten?

14

TikTok Ads
TikTok Ads Agentur

TikTok Ads

TikTok Ads Agentur

- TikTok Ads Agenturen sind Unternehmen bzw. Dienstleister
- Sie sind auf die Erstellung, Verwaltung und Optimierung von Werbekampagnen auf der TikTok-Plattform spezialisiert.
- Agenturen erhalten in der Regel einen prozentualen Anteil des genutzten Ad-Budget auf der Plattform.
- Aufgaben von TikTok Ads Agenturen sind unter Anderem: Zielgruppen-Recherche, Kampagnenerstellung, Anzeigenentwicklung, Budgetmanagement, Ausrichtung & Targeting, Analyse & Optimierung, usw.

TikTok Ads

TikTok Ads Agenturen - Vor- und Nachteile

	Pros		Cons
Expertise & Fachkenntnisse	✓	✗	Hohe Kosten
Zeitersparnis	✓	✗	Abhängigkeit
Automatische Optimierung durch Agentur	✓	✗	Verlust der direkten Kontrolle
Regelmäßige Analyse & Berichterstattung	✓	✗	Richtige Agenturauswahl ist herausfordernd

15

TikTok Ads

Entscheidung treffen - Agentur

01

Abhängigkeit

- | Ist es dir wichtig unabhängig von externen Dienstleistern zu sein?
- | Auch deine Flexibilität geht verloren, da du abhängig wirst.



TikTok Ads

Entscheidung treffen - Agentur

Zeit

| Möchtest du Zeit einsparen?

| Agenturen übernehmen zeitaufwändige Bereiche des Marketings.

| Du musst dank Agenturen z.B. nicht mehr mit deinen Ads herum experimentieren oder irgendwelche Creatives erstellen.

TikTok Ads

Entscheidung treffen - Agentur

03

Budget

- | Agenturen nehmen durchschnittl. etwa 20 - 30% des Adspends.
- | Diesen Invest kannst du dir sparen, wenn du selbst Ads schaltest.
- | Daher musst du dir die Frage stellen ob du dir lieber Zeit oder lieber Geld sparen möchtest?

TikTok Ads

Entscheidung treffen - Agentur



04

Expertise

- | Hast du jemanden mit Marketing-Expertise in deinem Unternehmen?
 - | Agenturen setzen oftmals sogar mehrere Mitarbeiter mit starker Expertise ein.
- 

TikTok Ads

Entscheidung treffen - Agentur

05

Kontrolle

- | Agenturen erhalten oftmals die volle Kontrolle über den Ad-Account.
- | Ist es dir wichtig, dass du selbst die volle Kontrolle über deine Werbekampagnen behältst (und flexibel agieren kannst)?

TikTok Ads

Entscheidung treffen - Allgemein



TikTok bietet eine hervorragende Gelegenheit, kostengünstige Anzeigen zu schalten und deinen Marketing-Mix zu diversifizieren. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass auf TikTok der Erfolg nur dann anhält, wenn du kontinuierlich neuen und fesselnden Content bereitstellst, da die Aktualität von Inhalten dort schnell an Bedeutung verlieren kann.