# So funktioniert der TikTok-Algorithmus: Alles, was Sie wissen müssen

## Wir lesen die Richtlinien für Ersteller und die Newsroom-Dokumentation von TikTok, damit Sie es nicht tun müssen. Erfahren Sie alles über TikTok und wie Marken es nutzen können.

Seit seiner Erstveröffentlichung im Jahr 2016 hat sich TikTok zur am schnellsten wachsenden Social-Media-Plattform entwickelt .

Wenn Sie mehr über die beliebte Kurzform-Video-App erfahren möchten und wie Ihre Marke sie nutzen kann, sind Sie hier genau richtig.

-Dokumentation von TikTok Wir lesen die Richtlinien für Ersteller und die Newsroom , damit Sie es nicht tun müssen.

In diesem Artikel teilen **wir alles** , was wir gelernt haben – zusammen mit Erkenntnissen von TikTokern, die sich mit der Steigerung der Aufrufe, der Einbindung von Benutzern und dem Aufbau einer Fangemeinde auskennen.

Finden Sie heraus, wie der TikTok-Algorithmus funktioniert, was Sie tun müssen, um ein erfolgreiches Video zu erstellen, und entscheiden Sie, ob TikTok Ihrer Marke zugute kommen kann.

**In diesem Artikel:**

- Was ist der TikTok-Algorithmus?
- Was ist der For You-Feed?
- Wie funktioniert der TikTok-Algorithmus?
- Keywords und der TikTok-Algorithmus
- TikTok-SEO und Google
- TikTok-Algorithmus-Mythen entlarvt
- Was der Algorithmus nicht zeigt
- 7 Tipps, um mit dem TikTok-Algorithmus zu arbeiten und viral zu werden
- Warum sich Marken für TikTok interessieren sollten


# Was ist der TikTok-Algorithmus?

Der TikTok-Algorithmus ist ein Empfehlungssystem, das die Videos bestimmt, die Sie in Ihrer App sehen. Wie jeder gute Algorithmus funktioniert es, um relevante Inhalte zu bringen, die Ihnen gefallen, basierend auf Ihren Interessen.

Empfehlungssysteme werden überall in der digitalen Welt verwendet und sind nicht neu. Viele Plattformen, einschließlich Netflix, verwenden sie, um Ihnen die Inhalte bereitzustellen, die Ihnen am besten gefallen.

Der Zweck eines Empfehlungssystems besteht darin, Inhalte zu teilen, die Benutzer basierend auf ihren Vorlieben und denen von Personen mit ähnlichen demografischen Merkmalen mögen.

The TikTok recommendation system and algorithm centers around the “For You” page.

# What is the For You feed?

The For You feed (a.k.a., For You page or FYP) is a curated stream of videos, a unique and tailored feed to the user’sinterests.

Although TikTok users will see the same videos, your FYP is

totally unique and curated only for you.

Wenn Sie die App öffnen, landen Sie zuerst auf diesem Feed. Die gute Nachricht ist, dass Sie Ihren eigenen FYP kuratieren können, indem Sie mit der App interagieren.

Wenn Sie TikTok zum ersten Mal beitreten, wird Ihr FYP wahrscheinlich anhand der Interessen innerhalb Ihrer demografischen Gruppe basierend auf den von Ihnen angegebenen Informationen (dh Alter, Geschlecht und Interessen) kuratiert.

Es wird ein breiter Ansatz sein, bis Sie TikTok zeigen, wovon Sie mehr sehen möchten.

Werfen wir einen Blick auf die Aktionen, die den Algorithmus beeinflussen.

# Wie funktioniert der TikTok-Algorithmus?

Die TikTok-Dokumentation nennt drei Kernfaktoren, die den Algorithmus beeinflussen :

- Benutzerinteraktionen.
- Videoinformationen.
- Geräte- und Kontoeinstellungen.

## 1. Faktor: Benutzerinteraktionen

Die Benutzerinteraktion umfasst Aktionen, die Benutzer für ein bestimmtes Video ausführen. Diese Wechselwirkungen können negativ oder positiv sein.

Eine positive Interaktion führt dazu, dass die App Ihnen mehr davon zeigt, und eine negative Interaktion bewirkt das Gegenteil. Mehr zu negativen Aktionen und ihren Auswirkungen auf „Was der Algorithmus nicht zeigt“.

Positive Interaktionen umfassen Engagements wie:

- Posten eines Kommentars.
- Einem Konto folgen.
- Liken eines Videos.
- Wiedergabezeit des Videos.

Wenn Sie als Ersteller wissen, wie der TikTok-Algorithmus funktioniert, wissen Sie, was Sie von Ihren Zuschauern verlangen müssen, um die richtige Art von Engagement zu steigern.

**User interactions in practice**

Benutzerinteraktionen sind sicherlich ein Faktor im Algorithmus, und TikToker wissen das.

Der TikTok-Algorithmus hat es richtig gemacht, als er vor ein paar Wochen das folgende virale Video auf meinem FYP platzierte. Ich beschäftige mich nicht sehr oft mit TikTok-Videos, aber das folgende Video hat mir gefallen und ich habe einen Kommentar darüber hinterlassen, wie gesund der Inhalt war. Ich wollte dem Schöpfer nicht folgen, aber ich genoss die kurze Interaktion.

*https://www.tiktok.com/embed/v2/7140327363916696874?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

Das Video sammelte 785.200 Links, 9060 Kommentare, 76.900 Speicherungen und 5.579 Shares. Am beeindruckendsten ist, dass das Video 6.000.000 Aufrufe hat.

Dank meines Likes und Kommentars landete ein zweites, ähnliches/Folgevideo des Erstellers auf meinem FYP.

Das zweite Video hatte nicht ganz die gleiche Magie, aber die Viralität von Video eins hat sicherlich dazu beigetragen, dass das zweite Video des Erstellers auf der Grundlage früherer Benutzerinteraktionen an den richtigen Stellen gelandet ist.

Zu Ehren von TikTok scheint ein gewisses Maß an Vertrauen in den TikTok-Algorithmus vorhanden zu sein.

Bei einigen der ansprechendsten Videos – oder Videos, die in einer Serie erstellt wurden – sehen Sie oft Kommentare wie „Vertraue dem Algorithmus, um mich zurückzubringen."

TikToker könnten so etwas kommentieren, wenn sie dem Algorithmus zeigen möchten, dass sie an den Inhalten interessiert sind, aber (vielleicht) dem Ersteller nicht folgen möchten.

Im folgenden Video erinnert ein Ersteller die Zuschauer daran, dass sie auf „Folgen" klicken können, anstatt dem Algorithmus zu vertrauen. Ein Folgen ist eine wünschenswerte Aktion für Ersteller, da es fast garantiert, dass der Benutzer mehr von ihren Inhalten sieht.

> *https://www.tiktok.com/embed/v2/7147085461222165803?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

**Wie man Benutzerinteraktionen fördert**

Als Ersteller möchten Sie Benutzerinteraktionen fördern. Sie können dies erreichen, indem Sie großartige Inhalte erstellen, aber Sie können passive Zuschauer mit einem Aufruf zum Handeln

zu sinnvollen Aktionen anregen.

TikToker Tyla Brimblecombe von Styla Socials erklärt die Wichtigkeit eines Aufrufs zum Handeln in ihrem TikTok.

*https://www.tiktok.com/embed/v2/7086951809331383553?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

Sie sagt:

- „Wir alle wissen, dass die wichtigste Metrik auf TikTok die Wiedergabezeit ist … jemand scrollt durch den For You-Feed, er sieht Ihr Video, es gefällt ihm, er schafft es bis zum Ende. Wenn sie Ihren Aufruf zum Handeln sehen, „Schauen Sie sich meine anderen Videos an“, klicken sie auf Ihr Profil, sie sehen sich Ihre anderen Videos an, wodurch TikTok weiß, dass Ihre Inhalte wertvoll sind und Ihre Inhalte einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden Publikum.“

## 2. Faktor: Videoinformationen

Laut TikTok-Dokumentation umfassen Videoinformationen:

- Geräusche
- Bildunterschriften
- Hashtags
- Videobeschreibungen
- Textüberlagerungen

**Videoinformationen in der Praxis**

TikTok ist bekannt für seine Assoziation mit trendigen Sounds. Mit einem Trendton kann der TikTok-Algorithmus eine Gruppe von Personen identifizieren, die sich wahrscheinlich mit einem Video beschäftigen, basierend auf früheren Benutzerinteraktionen. Wenn ein Benutzer jedes Mal, wenn ein bestimmter Ton verwendet wird, ein Video bis zum Ende ansieht, gefällt ihm der Inhalt wahrscheinlich und er möchte mehr davon sehen.

Es ist wichtig zu beachten, dass trendige Sounds nicht nur virale Tänze sind. Marken können Sounds verwenden, um schnell für ein breiteres Publikum sichtbar zu werden.

Kristyn Higginson, TikTok-Schöpferin von Skinician, sagt:

- „Die Erstellung ‚viraler' Inhalte schien in den Anfangstagen eine Herausforderung zu sein, da ein Großteil der Trendmusik nicht für Geschäftskonten verfügbar war. Der Ausweg bestand darin, sich für trendige Sounds zu entscheiden, wenn wir zuordenbare, relevante Inhalte für die Plattform erstellen wollten. Das bedeutete, dass wir uns als Marke ohne Urheberrechtsverletzung an Trends anlehnten. Dies könnte eine nützliche Taktik für andere kleine Marken in den frühen Phasen der Inhaltserstellung auf der Plattform sein."

Mit der frühzeitigen Einführung eines angesagten Sounds erhielt Skincians viralstes Video 50.900 Aufrufe, 2.142 Likes und 40 engagierte Kommentare. Das Video stellte die Marke ihrem TikTok-Publikum vor.

*https://www.tiktok.com/embed/v2/7090277499564772614?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-*

*m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

TikTok-Ersteller stellen fest, dass Videoinformationen erheblich zum Videoerfolg beitragen.

Kate Smoothy von Web Hive Digital ist eine TikTok-Erstellerin.

Smoothy teilt mit, dass Bildunterschriften, Hashtags und Videobeschreibungen ein zentraler Bestandteil ihrer Strategie sind. Sie sagt:

- „Ich kann gar nicht genug ausdrücken, wie sehr Sie Ihre Videos mit Untertiteln versehen müssen. Dies ist wichtig für diejenigen, die nichts hören, aber für diejenigen, die es vorziehen, ohne Ton durch TikTok zu scrollen. Sie werden Ihre Zielgruppengröße und -reichweite ohne Untertitel erheblich reduzieren. Es gab noch nie einen besseren Zeitpunkt, Schlüsselwörter in Ihre TikTok-Beschreibungen aufzunehmen. Wir sehen eine große Veränderung bei der Plattform, wo Videos, die für ihre Suchfunktion optimiert sind, eine bessere Leistung zu erbringen scheinen.“

Smoothy schreibt den Erfolg ihres „Super-Low-Effort-Marketing-Hack-Videos“ der Aufnahme von Video-Informationstaktiken zu.

*https://www.tiktok.com/embed/v2/7134650653049130245?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

Das Video hat 92.400 Aufrufe und 5.913 Likes, 91 Kommentare

und 740 Shares.

Die in der Videobeschreibung, innerhalb des Text-Overlays und innerhalb der Videobeschreibung verwendeten Keywords haben TikTok mitgeteilt, worum es in dem Video geht. Dies führte zu einem „Ranking“ des Videos für den Suchbegriff „Marketing-Hack“ und „Marketing-Tipps“ innerhalb der Suchfunktion von TikTok.

**So verwenden Sie Videoinformationen**

Der Top-Tipp von TikTok-Experten ist, eine Schlüsselwortrecherche mit der TikTok-App durchzuführen und dann Schlüsselwörter in Ihrem Video, Ihren Bildunterschriften und Hashtags zu verwenden.

> *https://www.tiktok.com/embed/v2/7139996958801825070?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

## 3. Faktor: Geräte- und Kontoeinstellungen

TikTok ist klar, dass Geräte- und Kontoeinstellungen ein geringeres Gewicht im Algorithmus erhalten.

Zu den offensichtlicheren Faktoren gehören Sprachpräferenzen und Ländereinstellungen. Es ist sinnvoll, dass Benutzer Videos in der Sprache sehen möchten, die sie sprechen.

TikTok bezieht auch den Gerätetyp in seinen Algorithmus ein. Sie ziehen es möglicherweise vor, Ihnen Videos zu zeigen, die Ihr Gerät nahtlos abspielen kann, da dies zu einer positiven Benutzererfahrung für Personen führen würde, die ältere Telefone oder kleinere Bildschirme verwenden.

# Keywords und der TikTok-Algorithmus

In den letzten Monaten wurde viel von TikTokers über eine Änderung des TikTok-Algorithmus und darüber gesprochen, wie TikTok jetzt Schlüsselwörter priorisiert.

Wenn Sie nach „ TikTok Algorithm Change “ suchen, werden Sie Leute finden, die viel das Gleiche sagen – TikTok SEO wird immer häufiger.

> *https://www.tiktok.com/embed/v2/7137660935174458666?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

Interessanterweise scheint TikTok nirgendwo in seiner Dokumentation „Schlüsselwörter“ in Bezug auf seinen Algorithmus zu erwähnen.

**Aber das bedeutet nicht, dass Schlüsselwörter nicht wichtig sind.**

Es ist kein Zufall, dass TikTok die Videobeschreibungen auf 2.200 Zeichen erhöht hat . In ihrer Ankündigung über die App sagte TikTok:

> *„Mehr Charaktere geben den Erstellern die Möglichkeit, Engagement zu generieren, während sie besser durchsuchbar und von TikTok den Zuschauern besser empfohlen werden.“*

TikTok erwähnt auch Bildunterschriften und Hashtags , die beide zu FYP beitragen.

Bildunterschriften und Hashtags sind **Wörter** , die dabei helfen, **Videos in einen Kontext** zu setzen . Wenn Untertitel

ein Faktor sind, deutet dies darauf hin, dass Wörter – oder Schlüsselwörter – zum TikTok-Algorithmus beitragen.

Wir wissen auch, dass TikTok-Benutzer Inhalte basierend auf Schlüsselwörtern einschränken können (dazu später mehr).

## TikTok-SEO und Google

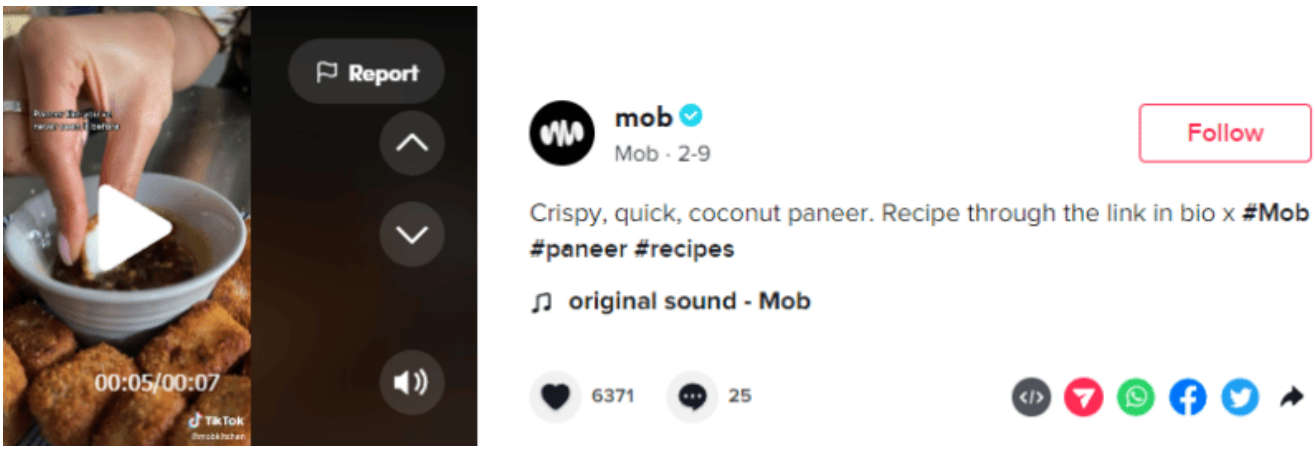
Um TikTok SEO weiter zu erkunden und wie sich dies auf der weltweit beliebtesten Suchplattform Google abspielt. Wir haben einige Tests durchgeführt, um die Indexierung von TikTok-Videos durch Google zu untersuchen.

Wenn Sie bei Google nach „ TikTok-Rezepten “ suchen, erwarten Sie TikTok-Videos. Aber was wir fanden, war das Gegenteil.

Google priorisierte Websites, die die viralen Rezepttrends von TikTok teilen. TikTok rangiert mit einer Tag-Seite auf der achten Suchposition. In Anbetracht der Relevanz zum Suchbegriff ist dies kein allzu starker Rang.

In den Video-Ergebnissen belegte TikTok den sechsten Platz unter fünf YouTube-Videos. Es macht Sinn, dass Google seinen eigenen Kanal YouTube über TikTok priorisiert.

Es ist erwähnenswert, dass Videos, die im TikTok-Rezept-Tag enthalten sind, alle das Hashtag #recipes in der Bildunterschrift enthielten. Bildunterschriften helfen dem TikTok-Algorithmus, Videos nach Themen zu sortieren, und könnten sogar die Sichtbarkeit über die Google-Suche verbessern.




Wie im Screenshot gezeigt, enthält die Bildunterschrift das Hashtag #recipes, was darauf hindeutet, dass Schlüsselwörter für den TikTok-Algorithmus relevant sind.

### Also, was bedeutet das?

- Ersteller sollten relevante Schlüsselwörter in ihren Bildunterschriften und Hashtags verwenden.
- Laut TikTok-Dokumentation tragen Bildunterschriften und Hashtags zum TikTok-Algorithmus bei.
- Erwägen Sie für eine bessere Sichtbarkeit in Google, Ihr Video auf anderen Plattformen wie YouTube Shorts zu teilen.

---

Holen Sie sich den täglichen Newsletter, auf den sich Suchmaschinenvermarkter verlassen.

Siehe Bedingungen.

---

## TikTok-Algorithmus-Mythen entlarvt

Lassen Sie uns mit einigen weit verbreiteten Missverständnissen über TikTok aufräumen.

## Mythos: Du musst täglich posten

Das Posten von 1-3 TikTok-Videos täglich ist eine häufige Empfehlung für neue TikToker. Die Richtlinien von TikTok stellen jedoch klar, dass **nicht** erforderlich dies für das Wachstum ist .

Allerdings kann es sinnvoll sein, verschiedene Videos zu testen . Die Dokumentation von TikTok weist darauf hin, dass das Experimentieren mit Videos, die Sie teilen, und das Posten hochwertiger Inhalte nützlicher ist, um ein Publikum zu beschäftigen.

## Mythos: Creators im TikTok Creator Fund erhalten mehr Auffindbarkeit

Die gute Nachricht ist: Du musst nicht im Creator Fund sein, um deine Chancen auf Auffindbarkeit zu erhöhen.

Diejenigen im TikTok Creator Fund werden mit größerer Wahrscheinlichkeit mehr Engagement erzielen, aber das liegt daran, dass diese TikToker wissen, wie man großartige Inhalte erstellt, die die Community ansprechen.

## Mythos: TikTok ist nur für Kurzformvideos

Obwohl TikTok als App mit sieben Sekunden langen Videos gestartet ist, hat sich die maximale Videolänge seitdem erhöht.

Innerhalb der App können Sie Videos mit einer Länge von 15 Sekunden, 60 Sekunden oder drei Minuten erstellen.

Alternativ können Sie erweiterte Videos erstellen und in die TikTok-App hochladen.

TikTok erwähnt nicht, dass längere Videos im Algorithmus beliebt sind, aber sie scheinen Gründe zu teilen, warum längere Videos mit Erstellern interagieren.

*https://www.tiktok.com/embed/v2/7068672269693848838?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

# Was der Algorithmus nicht zeigt

Um TikTok Ehre zu machen, ergreift es Maßnahmen, um die Empfehlungen im FYP zu schützen und zu diversifizieren.

Mit einem Empfehlungssystem wäre es für TikTok leicht, sich zu wiederholen und nur ähnliche Videos zu zeigen. Ebenso könnte es für TikTok einfach sein, seinen Zuschauern unerwünschte Inhalte zu zeigen.

TikTok ergreift Maßnahmen, um TikTok zu einem besseren Ort für alle zu machen. Folgendes zeigt TikTok im FYP nicht an.

## Doppelte Inhalte

TikTok sagt, dass zu viel von allem ermüdend werden kann.

Aus diesem Grund zeigt TikTok im FYP keine doppelten Inhalte an . Außerdem sorgt die Diversifizierung des FYP dafür, dass die Benutzer einer Reihe von Ideen und Perspektiven ausgesetzt sind.

## Potenziell problematische Cluster

Der TikTok-Algorithmus erfüllt die Mission der Plattform , Kreativität zu inspirieren und Freude zu bereiten.

Um dies zu erreichen, vermeidet TikTok, ähnliche Inhalte zu potenziell problematischen Themen wie extreme Diäten oder Fitness, Traurigkeit oder Trennungen zu empfehlen.

TikTok möchte seine Nutzer davor schützen, Inhalte anzusehen, die bei gemeinsamer Betrachtung Stress verursachen können, aber als einzelnes Video in Ordnung sein könnten.

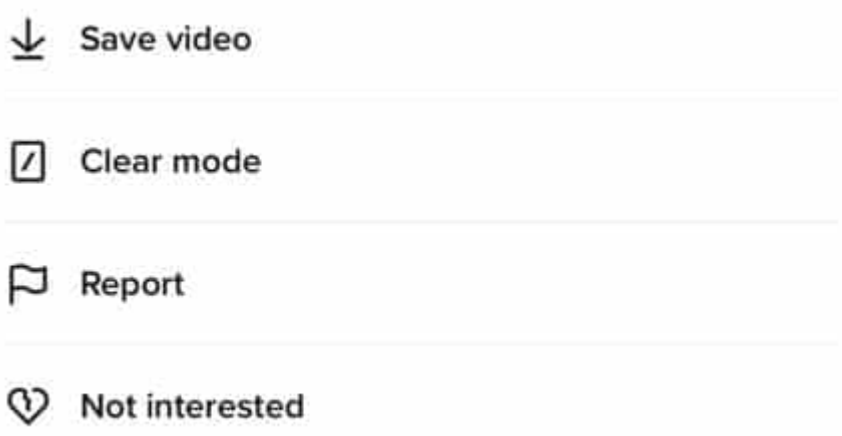
Diese Art der Einschränkung wird durch die Funktionen „Kein Interesse“ und „Keyword-Filterung“ positiv verstärkt.

## Als „Kein Interesse“ gekennzeichneter Inhalt

Mit TikTok können Benutzer steuern, was sie auf der Plattform sehen möchten oder nicht sehen möchten.

Zuschauer können bei jedem TikTok-Video den Bildschirm gedrückt halten und eine der folgenden Optionen auswählen:

- **Video speichern:** Ein positiver Video-Engagement-Indikator für den Algorithmus.
- **Löschmodus** : Videos ohne Benutzernamen und Untertitel usw. anzeigen.
- **Melden** : Diese Aktion weist darauf hin, dass ein Video gegen die Community-Richtlinien von TikTok verstößt und behandelt werden muss.
- **Kein Interesse** : Dies teilt dem TikTok-Algorithmus mit, dass Ihnen als Zuschauer ein bestimmter Inhalt nicht gefällt. Im Gegenzug sieht man weniger davon.



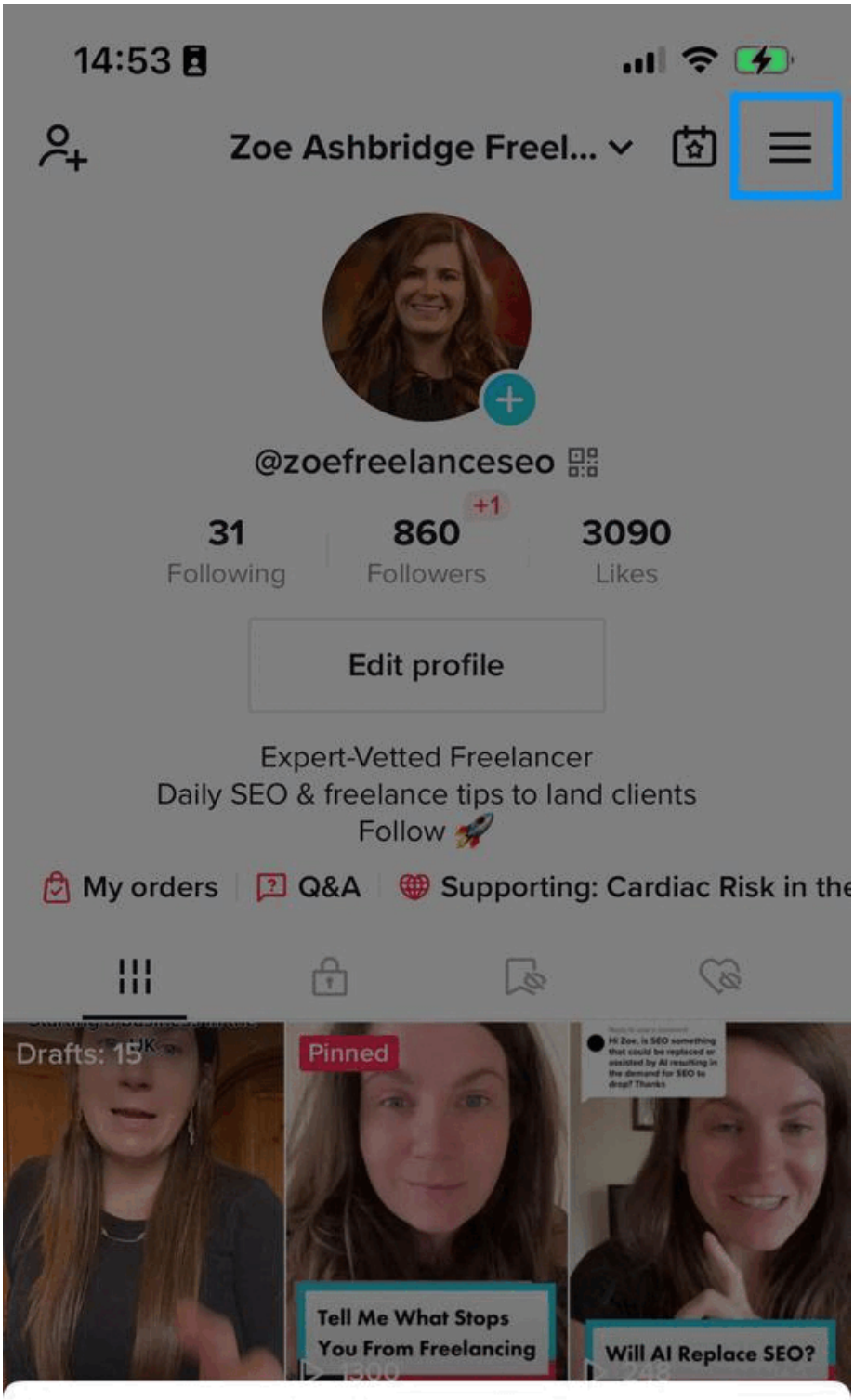

Wenn ein Zuschauer auf „Kein Interesse“ klickt, können Sie

damit rechnen, dass dies den Algorithmus und seinen FYP beeinflusst.

## Inhalt einschließlich gefilterter Schlüsselwörter

Benutzer können TikTok mitteilen, was sie nicht sehen möchten, indem sie zum Menü oben rechts gehen und zu *Einstellungen und Datenschutz > Inhaltseinstellungen > Videoschlüsselwörter* filtern navigieren .

Hier können Sie Schlüsselwörter hinzufügen und Videos von Benutzern, denen Sie folgen, und/oder dem FYP filtern.


14:53
Zoe Ashbridge Freel...
@zoefreelanceseo
31
Following
860
+1
Followers
3090
Likes
Edit profile
Expert-Vetted Freelancer
Daily SEO & freelance tips to land clients
Follow
My orders
Q&A
Supporting: Cardiac Risk in the
Drafts: 15
Pinned
Tell Me What Stops You From Freelancing
Will AI Replace SEO?
Creator tools
My QR code
Settings and privacy

## Inhalte, die von Personen unter 18 Jahren erstellt wurden

In seinem Bestreben, die App zu einem sicheren Ort für alle zu machen, hat TikTok Maßnahmen zum Schutz seiner jüngeren Nutzer eingeführt.

Kinder oder Jugendliche unter 18 Jahren können keine Inhalte im Explore-Feed präsentieren – was bedeutet, dass ihre Inhalte und Profile für andere TikTok-Benutzer nicht so leicht zu finden sind.

# 7 Tipps, um mit dem TikTok-Algorithmus zu arbeiten und viral zu werden

Einige Top-TikTok-Ersteller bieten einige Best Practices für die Erstellung von Videoinhalten, die die Gunst des Algorithmus gewinnen könnten.

## Tipp 1: Wechseln Sie zu einem TikTok Pro-Konto

TikTok Pro-Konten bieten Erstellern detailliertere Analysen.

Wenn Sie eines erstellen, können Sie Erkenntnisse zu Folgendem sehen:

- Wöchentliche und monatliche Ansichten.
- Follower-Wachstum.
- Trendvideos.

Wenn Sie ein Liebhaber eingehender Analysen sind, ist dies möglicherweise das Richtige für Sie.

TikTok davon abrät Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass die

Anleitung von , Inhalte hauptsächlich rund um Analysen zu erstellen. Denken Sie stattdessen beim Erstellen von Inhalten an das Gesamtbild.

## Tipp 2: Finden Sie Ihre Nische

Das Finden einer Nische auf TikTok gibt Ihnen ein besseres Verständnis für das Gesamtbild.

Wenn Sie wissen, in welche Nische Sie fallen, können Sie Themen mithilfe der Suchleiste erkunden und genau sehen, welche Videos gut abschneiden, damit Sie so etwas wie diese nachbauen können.

*https://www.tiktok.com/embed/v2/7043578829515803950?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

## Tipp 3: Verwenden Sie die richtigen Hashtags, fügen Sie Bildunterschriften hinzu und schreiben Sie Videobeschreibungen

Keywords haben eindeutig Vorteile, wie oben erwähnt.

Denken Sie daran, sich für Hashtags zu entscheiden, die für Ihr Video oder Ihre Nische sehr relevant sind, um eine Chance zu haben, in den Top-Listen für Keywords zu erscheinen.

*https://www.tiktok.com/embed/v2/7136234072271047942?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-*

*NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

## Tipp 4: Verwenden Sie trendige Sounds und Musik

Egal wie sehr sich der Algorithmus ändert, Musik und trendige Sounds werden wahrscheinlich einen Platz auf der TikTok-Plattform haben.

Denken Sie daran, dass es bei trendigen Sounds und Musik nicht immer um Voiceovers und virale Tanzbewegungen geht.

Sie können sie verwenden, um Ihre Marke vorzustellen, sie in Ihrer Nische identifizierbar zu machen und sich abzuheben.

## Tipp 5: Erstellen Sie qualitativ hochwertige Videos

Mit den Bearbeitungstools von TikTok können Benutzer auffällige, qualitativ hochwertige Videos innerhalb der App erstellen und bearbeiten.

TikTok-Ersteller betonen, wie wichtig es ist, frühzeitig Engagement zu schaffen. Versuchen Sie also, Ihre Videos so zu bearbeiten, dass die Aufmerksamkeit des Benutzers in den ersten drei Sekunden auf sich gezogen wird.

*https://www.tiktok.com/embed/v2/7003425150288792838?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSBZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

## Tipp 6: Tauschen Sie sich mit anderen TikTok-Benutzern aus

Dein Kommentarbereich ist eine Fundgrube für Videoideen! Und Sie können auf Kommentare mit einem Video antworten.

Diese Funktion stellt Ihre Antwort im Videoformat in den Kommentarbereich.

Sie können darauf wetten, dass andere Kommentatoren die gleichen Fragen haben, sodass sie sich wahrscheinlich durchklicken und bei Ihrem nächsten Video mitmachen.

## Tipp 7: Veröffentlichen Sie eine Serie

Etwas im Gegensatz zum Langform-Videoformat können kürzere Videos in Serie immer noch effektiv sein.

Henry Purchase von A Couple Things To Do hat eine TikTok-Fangemeinde auf 193.000 Follower anwachsen lassen. Kaufen Sie Aktien, Ziel und Aktivitäten für Paare. Er sagt:

- „Wir posten mehrere Videos derselben Aktivität und decken jedes Mal mehr Informationen auf – das hält die Leute für mehr zurück. Zum Beispiel haben wir zunächst nicht den Standort unseres beliebtesten Videos gepostet. Nachdem es an Popularität gewonnen hatte, nutzten wir Kommentare, um weitere Inhalte zu erstellen. Daher die Wiederverwendung von Inhalten und die Interaktion mit unserem Publikum.“

*https://www.tiktok.com/embed/v2/7162637530427346182?lang=de&referrer=https%3A%2F%2Fsearchengineland.com%2Fhow-tiktok-algorithm-works-390229%3Fmkt_tok%3DNzI3LVpRRS0wNDQAAAGI2EEqlvCBB3e-NDc_-m5Hu_2r8qYWG05wFxKcphvCbR9onJuW2wHHRf525KCoCttrxMMRt4SP_FskSB*

*ZAkoiG7r_uv4mhUd6fC2nH4cjIqlZo3w*

# Warum sich Marken für TikTok interessieren sollten

Lieben Sie es oder hassen Sie es, TikTok hat sich bewährt, da sein großzügiger Algorithmus sich gut für schnelles Wachstum eignet.

Mit ein wenig Engagement können Marken in kürzester Zeit Tausende von Menschen erreichen.

Obwohl qualitativ hochwertige Videos bevorzugt werden, können einfache Videos vor der Kamera genauso viel Aufmerksamkeit erregen.