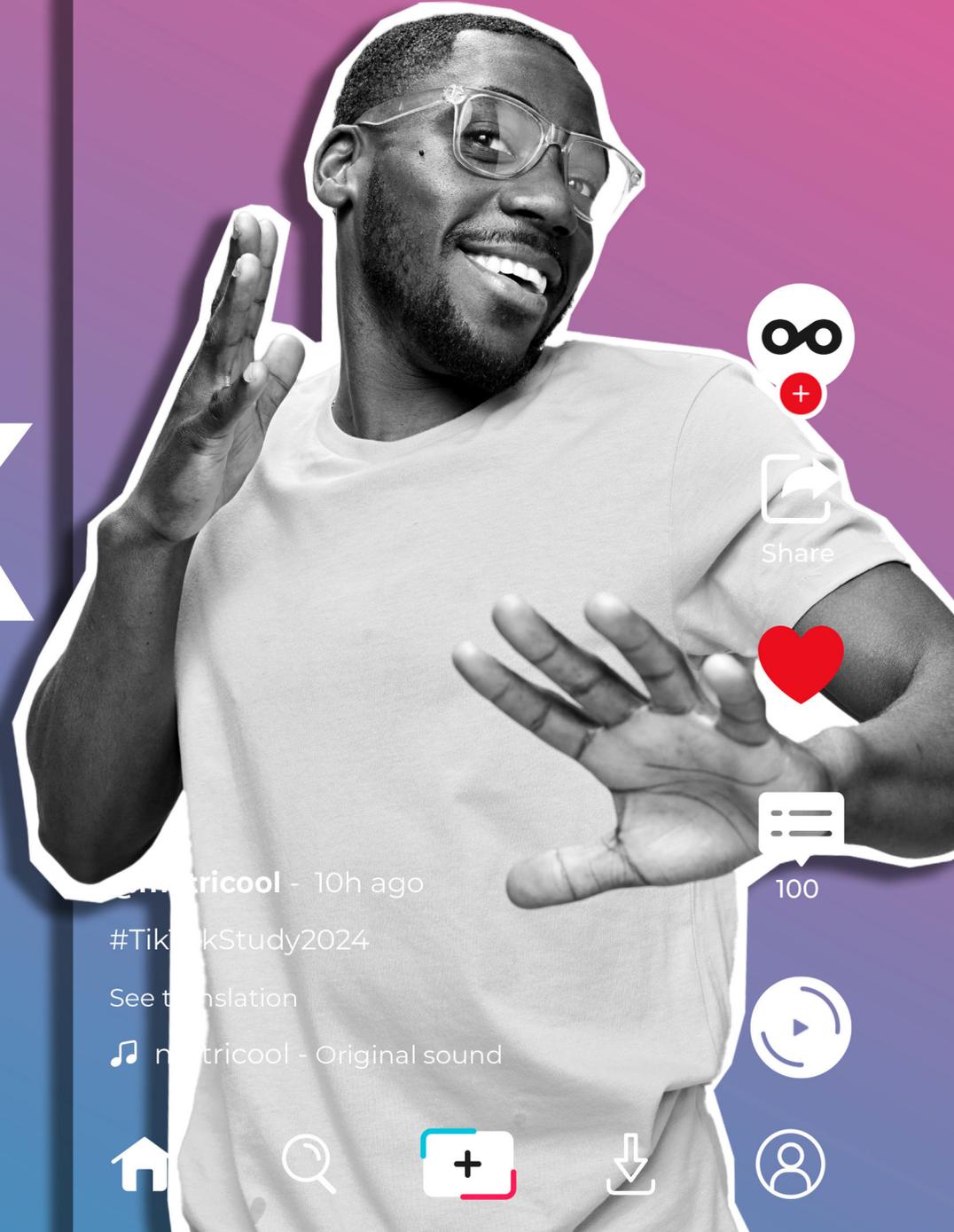


# 2024 TIKTOK Studie



Follow | For You



Share



100

metricool - 10h ago

#TikTokStudy2024

See translation

metricool - Original sound

metricool



## Mit der TikTok-Studie 2024 von Metricool hast du eine echte Geheimwaffe in den Händen.

Nachdem wir 6 Monate lang Daten analysiert haben, haben wir diesen Bericht über die Kurzvideo-Plattform erstellt, damit du die Entwicklung von TikTok im Jahr 2024 bis ins Detail nachvollziehen und datenbasierte Entscheidungen treffen kannst.

Diese Studie ist das Ergebnis einer großartigen Teamarbeit der Abteilungen Growth, Design und Marketing. Wir würden ja gerne sagen, dass wir weniger Kaffee konsumiert haben als Seiten in diesem Bericht stecken, aber das Zählen haben wir vor Tagen aufgegeben. Alles für die Metriken – Stunde um Stunde, Augenpaar um Augenpaar, haben wir Daten analysiert und ausgewertet. Danke, dass du dir die Zeit nimmst, diesen Bericht zu lesen – und viel Spaß mit den spannenden Erkenntnissen!

### Was erwartet dich in dieser TikTok-Studie für 2024?

Jede Menge Daten! Informationen, die dir helfen, die Entwicklung von TikTok im Jahr 2024 besser zu verstehen. Wie wichtig sind Karussell-Posts und Bilder? Was ist die ideale Videolänge? Welches Format generiert das meiste Engagement?

Und weil ich schon mal einen kleinen Vorgeschmack geben wollte, habe ich eine kleine Liste mit den aufschlussreichsten Insights vorbereitet – für alle, die es kaum

erwarten können, tiefer in die Zahlen einzutauchen!

Videos regieren TikTok: Auch wenn Bilder und Karussell-Posts an Bedeutung gewinnen, bleibt das klassische Videoformat die unangefochtene Nummer eins auf der Plattform. Tatsächlich wird die empfohlene Videolänge immer länger – optimal sind inzwischen Videos zwischen zwei und fünf Minuten. Von wegen „Kurzvideos“!

Andere interessante Daten haben wir bei der Veröffentlichungsfrequenz gefunden: Auch wenn es naheliegend scheint, anfangs so oft wie möglich zu posten, liegt die durchschnittliche Frequenz bei 2,62 Videos pro Woche. Accounts mit vielen Followern posten jedoch häufiger. Deshalb...

### Deine Aufgabe: Vergleichen

Das Ziel dieses Berichts ist es, dir einen Vergleich mit ähnlichen Accounts zu ermöglichen – basierend auf der Followerzahl. Also, ran an die Arbeit: Beobachte, wie andere Accounts agieren, finde neue Inspiration, und dann heißt es: durchstarten auf TikTok!

Analysiere, ziehe deine Schlüsse, und vor allem – genieße die TikTok-Studie 2024 von Metricool. Tripod, SEO, Action!

**Isabel Romero**  
CMO at Metricool



# INDEX

## **DIE STICHPROBE DER STUDIE**

S. 4

## **ANALYSE DER VIDEOS**

### **WICHTIGSTE ERKENNTNISSE**

S. 6

### **EINGEHENDE ANALYSE DER DATEN UND TRENDS**

S. 9

### **WANN VIDEOS AUF TIKTOK POSTEN**

S. 19

## **ANALYSE DER BILDER**

### **WICHTIGSTE ERKENNTNISSE**

S. 24

### **EINGEHENDE ANALYSE DER DATEN UND TRENDS**

S. 27

### **WANN BILDER UND KARUSSELLE AUF TIKTOK POSTEN**

S. 33

## **VERGLEICH BILDER VS. VIDEOS**

S. 37

## **BEST PRACTICES**

S. 40

# DIE STICHPROBE DER STUDIE

Die Stichprobe der Studie

Die in 2024 analysierten Daten



**87.600**

Persönliche und professionelle TikTok-Konten

**35.480** persönliche Konten

**52.120** professionelle Konten

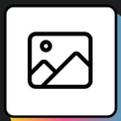


**1.001.817**

analysierte TikTok-Videos

**409.601** persönliche Konten

**592.216** professionelle Konten



**73.388**

analysierte Bilder und Karussell-Posts

**38.913** persönliche Konten

**34.475** professionelle Konten



# ANALYSE DER VIDEOS

VON PERSÖNLICHEN UND PROFESSIONELLEN KONTEN



## Die ideale Länge beträgt 2 bis 5 Minuten

Mit dieser Länge werden mit durchschnittlich 50.000 Aufrufen am meisten Views erzielt



|                                    | Persönliche Konten        | Professionelle Konten     |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>Zwischen 1 und 10 Sekunden</b>  | <b>11.110,77</b><br>Views | <b>14.256,34</b><br>Views |
| <b>Zwischen 11 und 30 Sekunden</b> | <b>14.455,40</b><br>Views | <b>26.816,65</b><br>Views |
| <b>Zwischen 31 und 60 Sekunden</b> | <b>21.898,96</b><br>Views | <b>28.506,59</b><br>Views |
| <b>Zwischen 1 und 2 Minuten</b>    | <b>40.923,18</b><br>Views | <b>50.486,37</b><br>Views |
| <b>Zwischen 2 und 5 Minuten</b>    | <b>52.381,72</b><br>Views | <b>53.449,72</b><br>Views |
| <b>Zwischen 5 und 10 Minuten</b>   | <b>37.058,51</b><br>Views | <b>49.480,88</b><br>Views |

Durchschnittliche Anzahl der Aufrufe je nach Dauer

**Tiny-Konten** 0-500 Follower

Persönliche **2,12**

Professionelle **1,90**

**Small-Konten** 501-2.000 Follower

Persönliche **2,74**

Professionelle **2,40**

**Medium-Konten** 2.001-10.000 Follower

Persönliche **3,46**

Professionelle **2,95**

**Big-Konten** 10.001-50.000 Follower

Persönliche **4,12**

Professionelle **3,73**

**Huge-Konten** +50.000 Follower

Persönliche **5,96**

Professionelle **6,67**

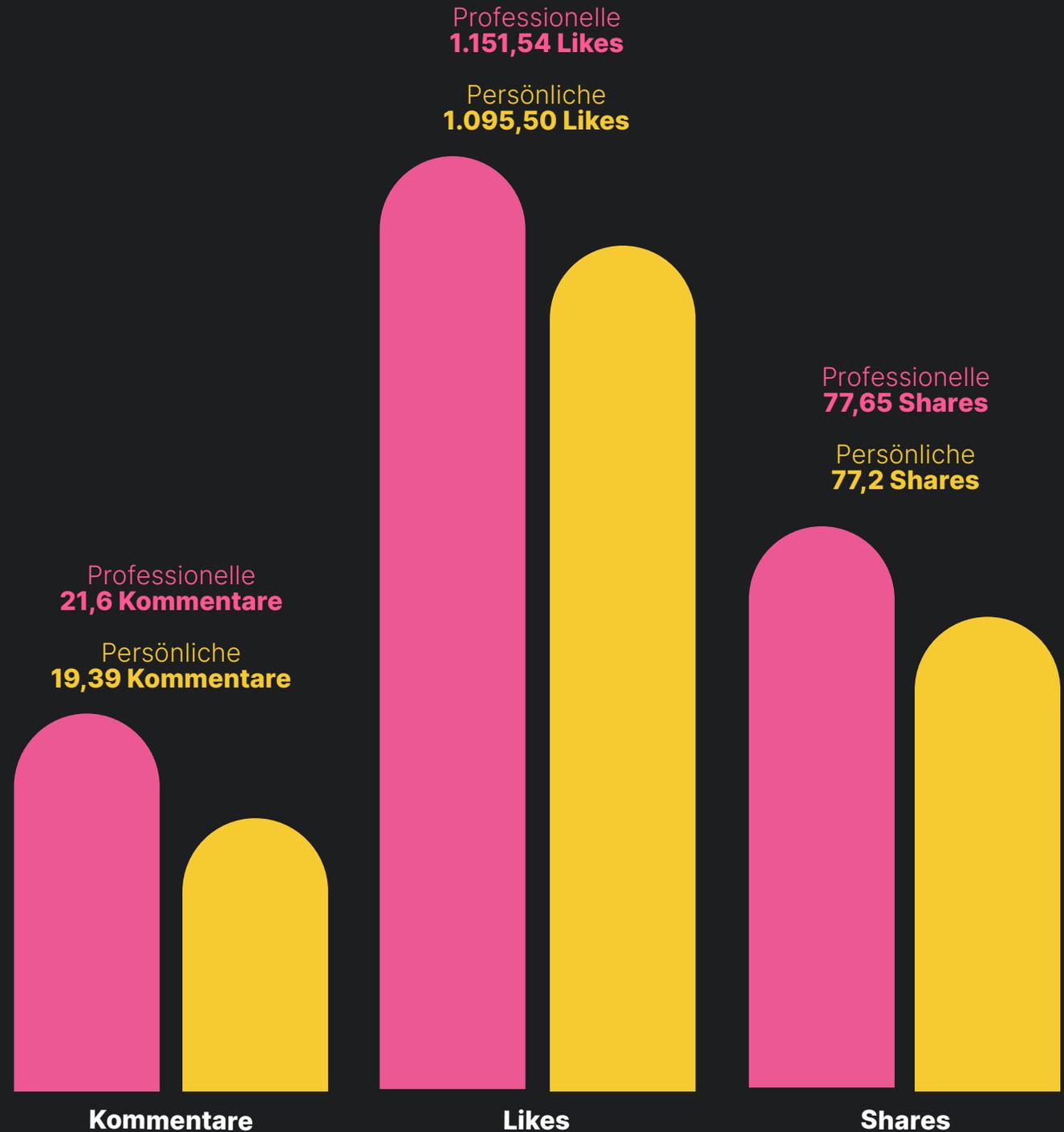
Veröffentlichungsfrequenz je nach Kontogröße

## Die Veröffentlichungshäufigkeit liegt bei über 2 Videos pro Woche

Die Konten mit den meisten Followern posten am meisten: fast ein Video pro Tag

## Likes sind die liebste Interaktion von Nutzern

Mit durchschnittlich über 1.000 Likes pro Video ist es die am meisten genutzte Interaktion von TikTok-Nutzern



Was ist 2024 bei TikTok passiert?

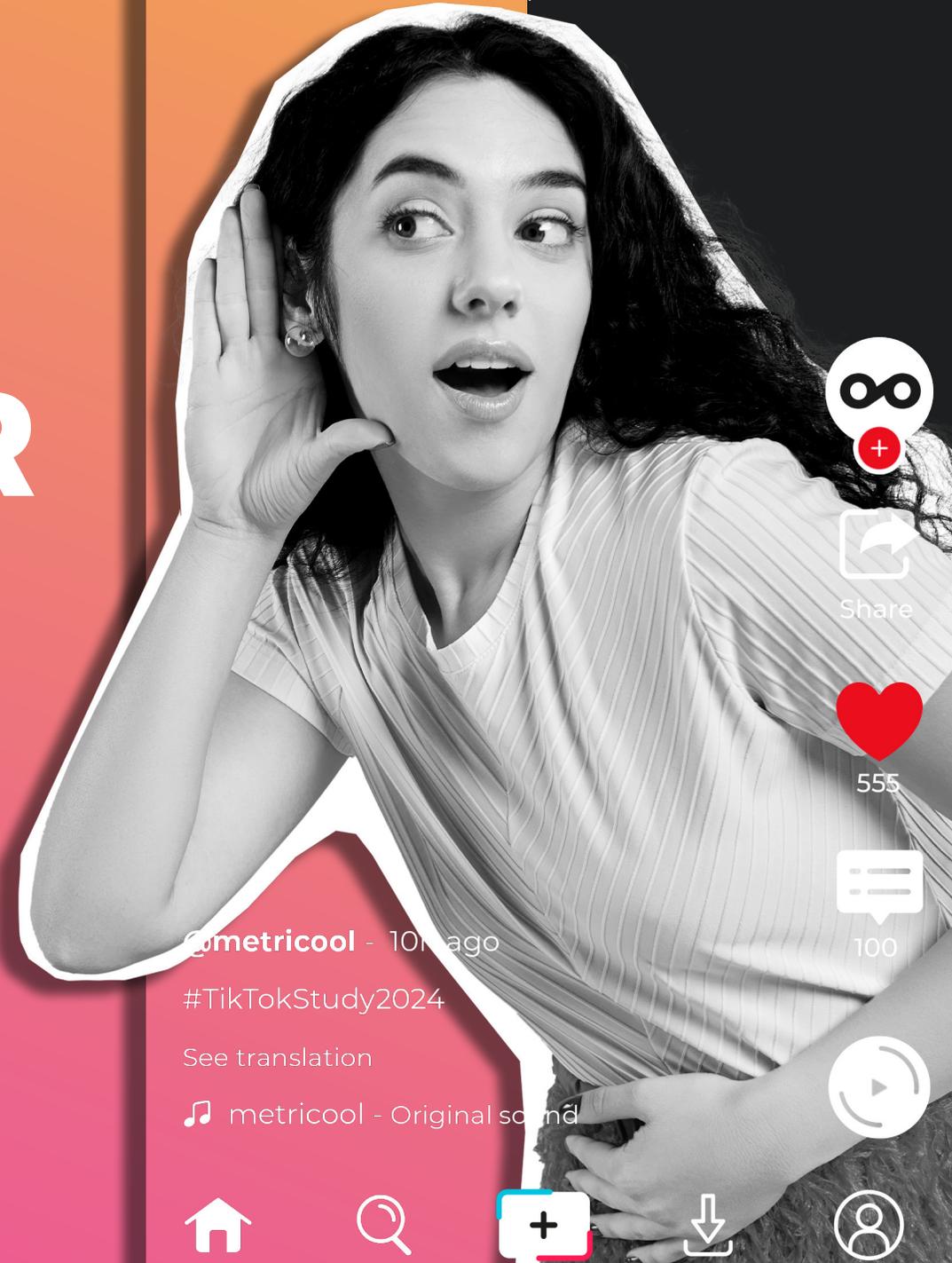
# EINGEHENDE ANALYSE DER DATEN UND TRENDS

FÜR TIKTOK-VIDEOS

metricool

Follow

For You



Share



555



100

@metricool - 10m ago

#TikTokStudy2024

See translation

🎵 metricool - Original sound



# WIE VIELE VIDEOS PRO WOCHE POSTEN?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

**Die kleinsten Konten veröffentlichen durchschnittlich 2 bis 3 Videos pro Woche. Mit zunehmender Zahl der Follower erhöhen die Konten ihre Frequenz.**

**Die größten Konten veröffentlichen im Durchschnitt sogar fast 7 Videos pro Woche.**

Wie wir sehen können, besteht ein direkter Zusammenhang zwischen der Veröffentlichungsfrequenz und der Anzahl der Follower eines Kontos. Je mehr Follower, desto höher die Posting-Frequenz. Zufall? Das glauben wir nicht.

## Tiny-Konten 0-500 Follower

Persönliche **2,12**

Professionelle **1,90**

## Small-Konten 501-2.000 Follower

Persönliche **2,74**

Professionelle **2,40**

## Medium-Konten 2.001-10.000 Follower

Persönliche **3,46**

Professionelle **2,95**

## Big-Konten 10.001-50.000 Follower

Persönliche **4,12**

Professionelle **3,73**

## Huge-Konten +50.000 Follower

Persönliche **5,96**

Professionelle **6,67**

Veröffentlichungsfrequenz je nach Kontogröße

# WAS IST DIE PERFEKTE LÄNGE FÜR TIKTOK?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

Um das herauszufinden, haben wir die Dauer der Videos in verschiedene Gruppen unterteilt und sie mit der durchschnittlichen Anzahl der Aufrufe verglichen.

Auf diese Weise konnten wir feststellen, dass **Videos mit einer Dauer zwischen 2 und 5 Minuten mit durchschnittlich über 50.000 Aufrufen die höchste Anzahl an Views erreichen.**

Es folgen Videos von 1 bis 2 Minuten und 5 bis 10 Minuten, wobei letztere die auf TikTok maximal zulässige Länge sind.

**Videos mit einer Länge von 1 bis 10 Sekunden werden dagegen am seltensten aufgerufen**, im Durchschnitt nicht mehr als 15.000 Mal.

**2- BIS 5-MINÜTIGE VIDEOS** erhalten die meisten Aufrufe

|                                    | Persönliche Konten        | Professionelle Konten     |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>Zwischen 1 und 10 Sekunden</b>  | <b>11.110,77</b><br>Views | <b>14.256,34</b><br>Views |
| <b>Zwischen 11 und 30 Sekunden</b> | <b>14.455,40</b><br>Views | <b>26.816,65</b><br>Views |
| <b>Zwischen 31 und 60 Sekunden</b> | <b>21.898,96</b><br>Views | <b>28.506,59</b><br>Views |
| <b>Zwischen 1 und 2 Minuten</b>    | <b>40.923,18</b><br>Views | <b>50.486,37</b><br>Views |
| <b>Zwischen 2 und 5 Minuten</b>    | <b>52.381,72</b><br>Views | <b>53.449,72</b><br>Views |
| <b>Zwischen 5 und 10 Minuten</b>   | <b>37.058,51</b><br>Views | <b>49.480,88</b><br>Views |

Durchschnittliche Anzahl der Aufrufe je nach Dauer

# WIE SIEHT ES MIT DER DAUER DER VIDEOS JE NACH KONTOGRÖSSE AUS? ENTSPRICHT SIE DER IDEALEN DAUER?

| <b>Persönliche Konten</b>          | <b>Tiny-Konten</b><br>0-500 Follower | <b>Small-Konten</b><br>501-2K Follower | <b>Medium-Konten</b><br>2K-10K Follower | <b>Big-Konten</b><br>10K-50K Follower | <b>Huge-Konten</b><br>+50K Follower |
|------------------------------------|--------------------------------------|--|---|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Zwischen 1 und 10 Sekunden</b>  | <b>1.256</b><br>Views                | <b>3.479</b><br>Views                  | <b>11.310</b><br>Views                  | <b>23.845</b><br>Views                | <b>53.313</b><br>Views              |
| <b>Zwischen 11 und 30 Sekunden</b> | <b>1.200</b><br>Views                | <b>4.753</b><br>Views                  | <b>10.990</b><br>Views                  | <b>23.164</b><br>Views                | <b>92.026</b><br>Views              |
| <b>Zwischen 31 und 60 Sekunden</b> | <b>1.119</b><br>Views                | <b>4.717</b><br>Views                  | <b>12.813</b><br>Views                  | <b>26.136</b><br>Views                | <b>113.826</b><br>Views             |
| <b>Zwischen 1 und 2 Minuten</b>    | <b>1.735</b><br>Views                | <b>4.122</b><br>Views                  | <b>11.796</b><br>Views                  | <b>26.520</b><br>Views                | <b>156.620</b><br>Views             |
| <b>Zwischen 2 und 5 Minuten</b>    | <b>1.045</b><br>Views                | <b>3.753</b><br>Views                  | <b>9.524</b><br>Views                   | <b>22.358</b><br>Views                | <b>173.437</b><br>Views             |
| <b>Zwischen 5 und 10 Minuten</b>   | <b>1.405</b><br>Views                | <b>1.061</b><br>Views                  | <b>10.107</b><br>Views                  | <b>29.129</b><br>Views                | <b>144.660</b><br>Views             |

Durchschnittliche Anzahl der Aufrufe je nach Dauer und Kontogröße für persönliche Konten

# WIE SIEHT ES MIT DER DAUER DER VIDEOS JE NACH KONTOGRÖSSE AUS? ENTSPRICHT SIE DER IDEALEN DAUER?

| Professionelle Konten       | Tiny-Konten<br>0-500 Follower | Small-Konten<br>501-2K Follower | Medium-Konten<br>2K-10K Follower | Big-Konten<br>10K-50K Follower | Huge-Konten<br>+50K Follower |
|-----------------------------|-------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| Zwischen 1 und 10 Sekunden  | <b>1.187</b><br>Views         | <b>3.082</b><br>Views           | <b>9.407</b><br>Views            | <b>24.806</b><br>Views         | <b>115.801</b><br>Views      |
| Zwischen 11 und 30 Sekunden | <b>1.584</b><br>Views         | <b>5.045</b><br>Views           | <b>12.623</b><br>Views           | <b>34.253</b><br>Views         | <b>160.521</b><br>Views      |
| Zwischen 31 und 60 Sekunden | <b>1.881</b><br>Views         | <b>4.008</b><br>Views           | <b>11.228</b><br>Views           | <b>28.518</b><br>Views         | <b>127.552</b><br>Views      |
| Zwischen 1 und 2 Minuten    | <b>1.518</b><br>Views         | <b>5.313</b><br>Views           | <b>10.605</b><br>Views           | <b>29.195</b><br>Views         | <b>162.341</b><br>Views      |
| Zwischen 2 und 5 Minuten    | <b>931</b><br>Views           | <b>3.109</b><br>Views           | <b>9.541</b><br>Views            | <b>24.557</b><br>Views         | <b>153.910</b><br>Views      |
| Zwischen 5 und 10 Minuten   | <b>828</b><br>Views           | <b>1.686</b><br>Views           | <b>4.061</b><br>Views            | <b>24.172</b><br>Views         | <b>215.280</b><br>Views      |

Durchschnittliche Anzahl der Aufrufe je nach Dauer und Kontogröße für professionelle Konten

# WIE SIEHT ES MIT DER DAUER DER VIDEOS JE NACH KONTOGRÖSSE AUS? ENTSPRICHT SIE DER IDEALEN DAUER?

**Nur den größten Konten gelingt es, bei den längsten Videos die höchste Zahl von Aufrufen zu erreichen.**

Überraschenderweise erreicht im kürzeren Bereich, zwischen 1 und 10 Sekunden, kein Kontotyp eine hohe durchschnittliche Anzahl von Aufrufen.

Im längeren Bereich, zwischen 5 und 10 Minuten, stechen jedoch die (persönlichen) Big-Kontent mit durchschnittlich fast 30.000 Aufrufen hervor.



# WIE VERÖFFENTLICHEN KONTEN AUF TIKTOK?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

Veröffentlichen Konten mit mehr Followern längere Videos? Die Antwort lautet: Ja.

Konten mit weniger Followern haben eine durchschnittliche Länge von kaum mehr als 40 Sekunden, während größere Konten eine Länge von einer Minute erreichen oder sogar überschreiten.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Konten mit einer größeren Followerzahl tendenziell mehr und längere Videos pro Woche hochladen, was zu einem Anstieg der durchschnittlichen Aufrufe beiträgt.

| <b>Persönliche</b>                      | <b>Frequenz</b> | <b>Dauer</b> | <b>Views</b> |
|---|-----------------|--------------|--------------|
| <b>Tiny-Konten</b><br>0-500 Follower    | 2,12            | 34,5 Sek.    | 1.189        |
| <b>Small-Konten</b><br>500-2K Follower  | 2,74            | 39,51 Sek.   | 4.225        |
| <b>Medium-Konten</b><br>2K-10K Follower | 3,46            | 43,68 Sek.   | 10.889       |
| <b>Big-Konten</b><br>10K-50K Follower   | 4,12            | 47,66 Sek.   | 24.181       |
| <b>Huge-Konten</b><br>+50K Follower     | 5,96            | 61,82 Sek.   | 115.151      |
| <b>Professionelle</b>                   | <b>Frequenz</b> | <b>Dauer</b> | <b>Views</b> |
| <b>Tiny-Konten</b><br>0-500 Follower    | 1,9             | 34,96 Sek.   | 1.565        |
| <b>Small-Konten</b><br>500-2K Follower  | 2,4             | 39,57 Sek.   | 4.237        |
| <b>Medium-Konten</b><br>2K-10K Follower | 2,95            | 46,79 Sek.   | 11.208       |
| <b>Big-Konten</b><br>10K-50K Follower   | 3,73            | 48,59 Sek.   | 29.829       |
| <b>Huge-Konten</b><br>+50K Follower     | 6,67            | 57,81 Sek.   | 145.995      |

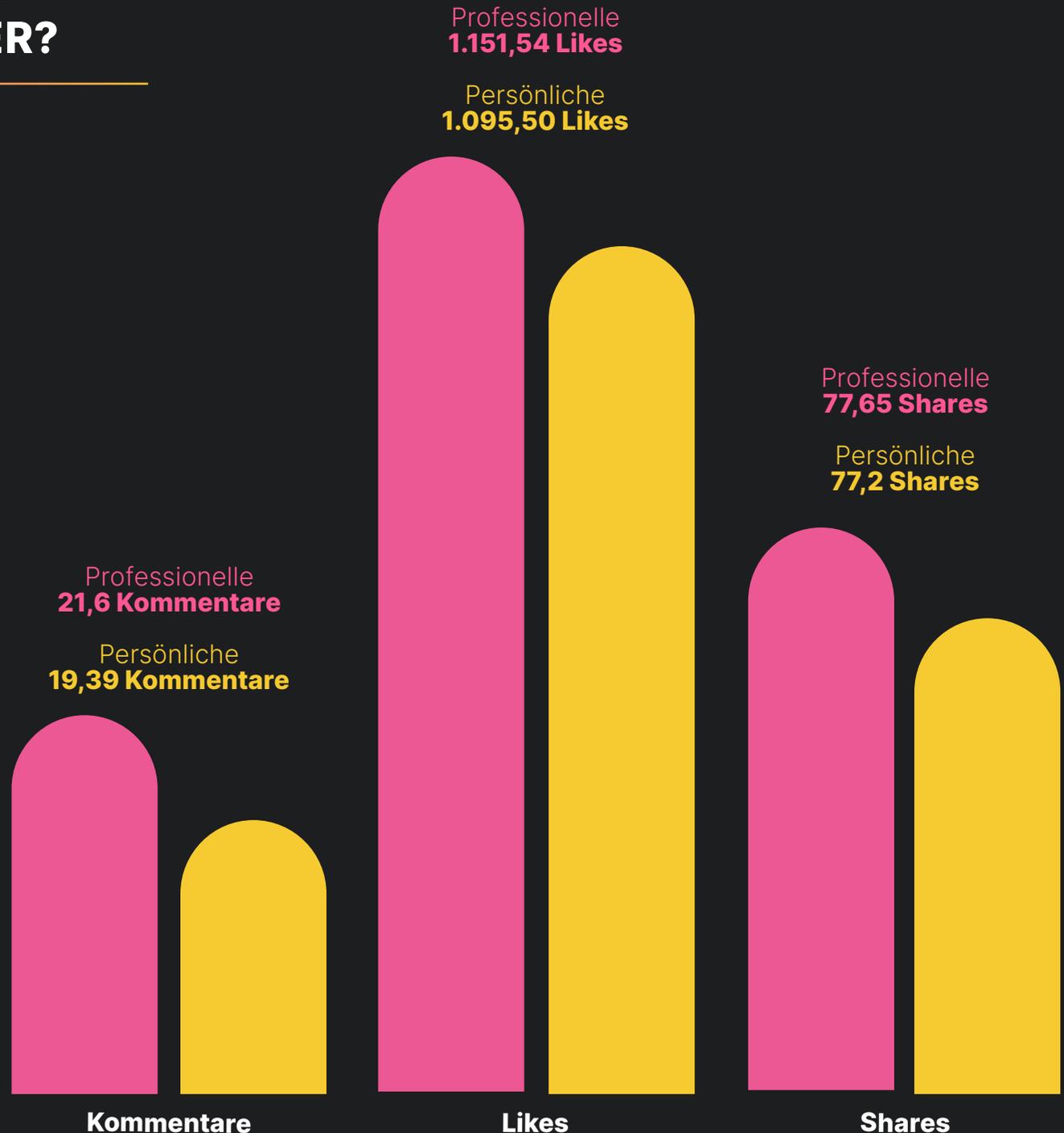
# WAS IST DIE BELIEBTESTE INTERAKTION DER NUTZER?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

Die Liste der liebsten Interaktionen der Nutzer wird von den Likes angeführt, gefolgt von Shares und Kommentaren.

**Shares sind besonders wichtig**, weil sie nicht nur die Verbreitung von Inhalten innerhalb der Plattform erhöht, sondern auch deren Reichweite auf andere Anwendungen wie WhatsApp und soziale Netzwerke ausdehnt. Dadurch **erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass die Inhalte neue Zielgruppen erreichen**, erheblich.

Darüber hinaus können Nutzer mit **Likes schnell und einfach Zustimmung auszudrücken**. Das erklärt, warum sie oft die am häufigsten genutzte Interaktion sind. Kommentare werden zwar weniger abgegeben, erzeugen aber ein höheres Maß an Engagement und können wertvolle Informationen liefern, um zukünftigen Content anzupassen und zu verbessern.



# WAS IST EINE GUTE ENGAGEMENT-RATE?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

Die Engagement-Rate misst das Engagement der Nutzer mit den von dir geteilten Inhalten.

**Was ist die ideale Rate?** Als Anhaltspunkt kannst du deine Daten mit Konten ähnlicher Größe wie deinem vergleichen. Am besten ist es jedoch, die eigene Entwicklung zu vergleichen (auf monatlicher, vierteljährlicher oder sogar jährlicher Basis).

**4,26%** durchschnittliche Engagement-Rate für professionelle Konten

**4,69%** durchschnittliche Engagement-Rate

**5,47%** durchschnittliche Engagement-Rate für persönliche Konten

|   | Persönliche Konten               | Professionelle Konten            |
|---|----------------------------------|----------------------------------|
| <b>Tiny-Konten</b><br>0-500 Follower    | <b>3,83%</b><br>Engagement-Rate* | <b>2,69%</b><br>Engagement-Rate* |
| <b>Small-Konten</b><br>500-2K Follower  | <b>4,41%</b><br>Engagement-Rate* | <b>2,84%</b><br>Engagement-Rate* |
| <b>Medium-Konten</b><br>2K-10K Follower | <b>4,14%</b><br>Engagement-Rate* | <b>2,80%</b><br>Engagement-Rate* |
| <b>Big-Konten</b><br>10K-50K Follower   | <b>5,14%</b><br>Engagement-Rate* | <b>2,92%</b><br>Engagement-Rate* |
| <b>Huge-Konten</b><br>+50K Follower     | <b>5,84%</b><br>Engagement-Rate* | <b>4,72%</b><br>Engagement-Rate* |

\*Die Engagement-Rate wird berechnet, indem alle Interaktionen (Likes, Kommentare und Shares) addiert, durch die Anzahl der Aufrufe geteilt und mit 100 multipliziert werden.

So erhält man die Engagement-Rate

# WELCHE TRAFFIC-QUELLE GENERIERT DIE MEISTEN VIDEO-IMPRESSIONEN?

|                  | Tiny   | Small  | Medium | Big    | Huge   |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>Following</b> | 1,31%  | 2,86%  | 3,97%  | 7,45%  | 10,79% |
| <b>For You</b>   | 78,11% | 73,07% | 68,73% | 64,35% | 63,76% |
| <b>Hashtag</b>   | 0,03%  | 0,01%  | 0,01%  | 0%     | 0,01%  |
| <b>Profil</b>    | 2,17%  | 1,45%  | 1,2%   | 0,84%  | 0,54%  |
| <b>Suche</b>     | 5,95%  | 4,76%  | 5,29%  | 5,52%  | 5,2%   |
| <b>Sound</b>     | 0,02%  | 0,03%  | 0,04%  | 0,04%  | 0,02%  |

Nur professionelle Konten haben Zugang zu diesen Daten

Prozentualer Anteil der Impressionen je Traffic-Quelle für professionelle Konten

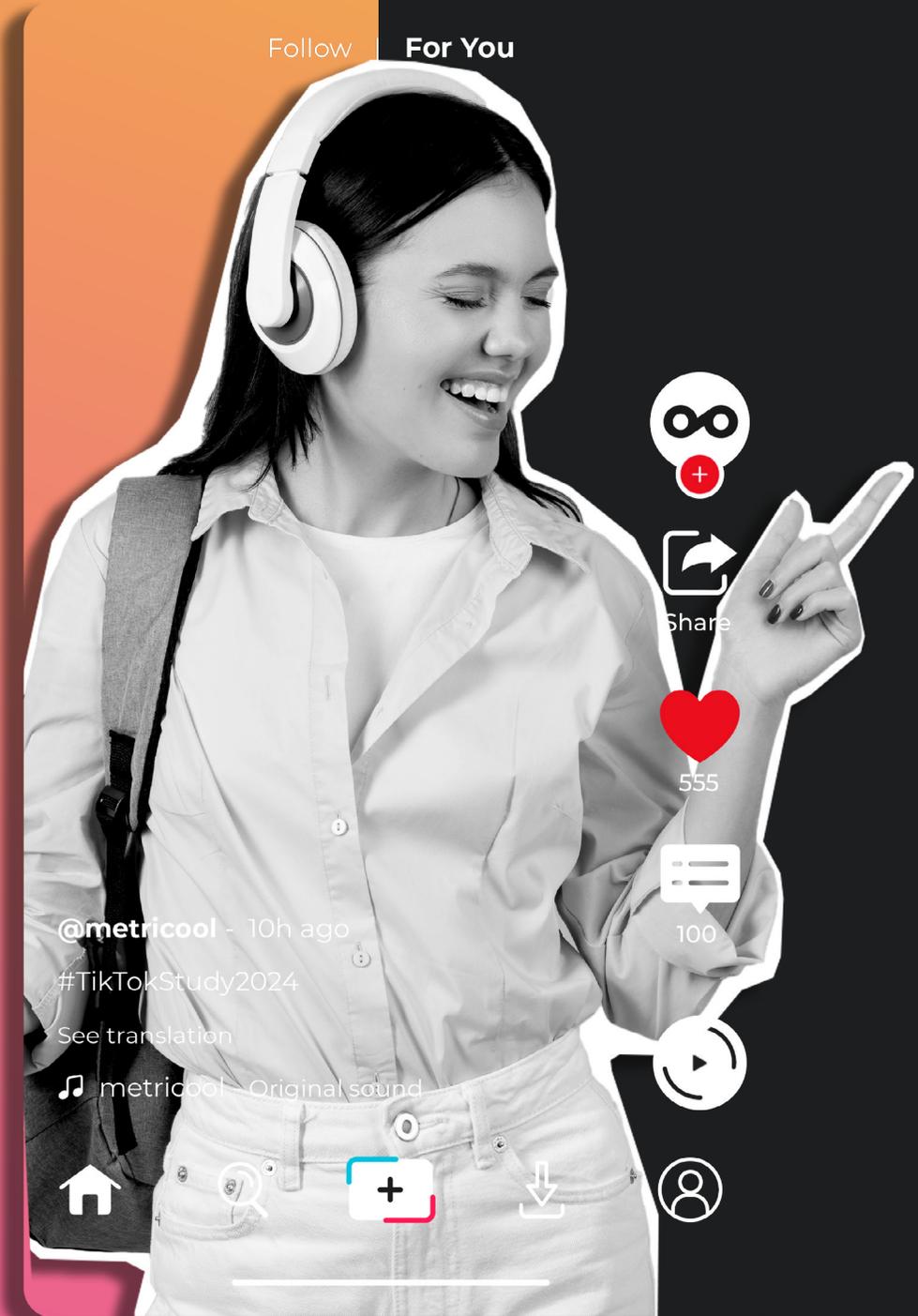
**Eine der Daten, die die Funktionsweise von TikToks Algorithmus am besten widerspiegeln, sind die Traffic-Quellen. Wie die Tabelle zeigt, generiert die „For You“-Seite, die Empfehlungen auf der Grundlage der Interessen der einzelnen Nutzer bietet, die höchste Anzahl von Impressionen für Konten aller Größen.**

Besonders auffällig ist, dass die kleinsten Konten den höchsten Prozentsatz an Impressionen aus dem „For You“-Feed erhalten. Das zeigt, dass der Algorithmus von TikTok jedem Content die Möglichkeit gibt, viral zu werden, unabhängig von der Anzahl der Follower.

Beste Zeit und bester Tag für die Veröffentlichung

# WANN POSTEN AUF TIKTOK?

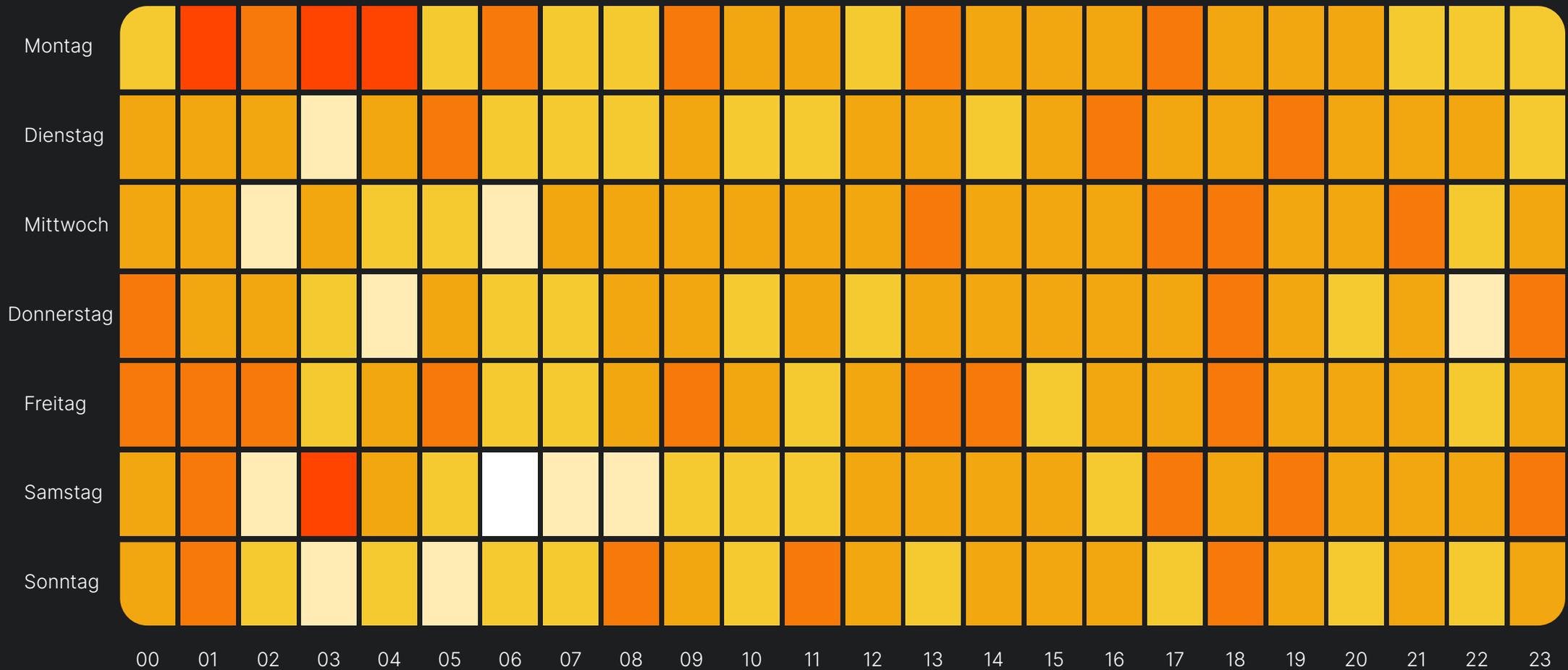
## FÜR TIKTOK-VIDEOS



# AUFGEPASST: DAS IST DIE UHRZEIT UND DER TAG, AN DEM TIKTOK-VIDEOS DIE MEISTEN AUFRUFE ERHALTEN.

Beste Zeit und bester Tag für die Veröffentlichung

## Persönliche Konten



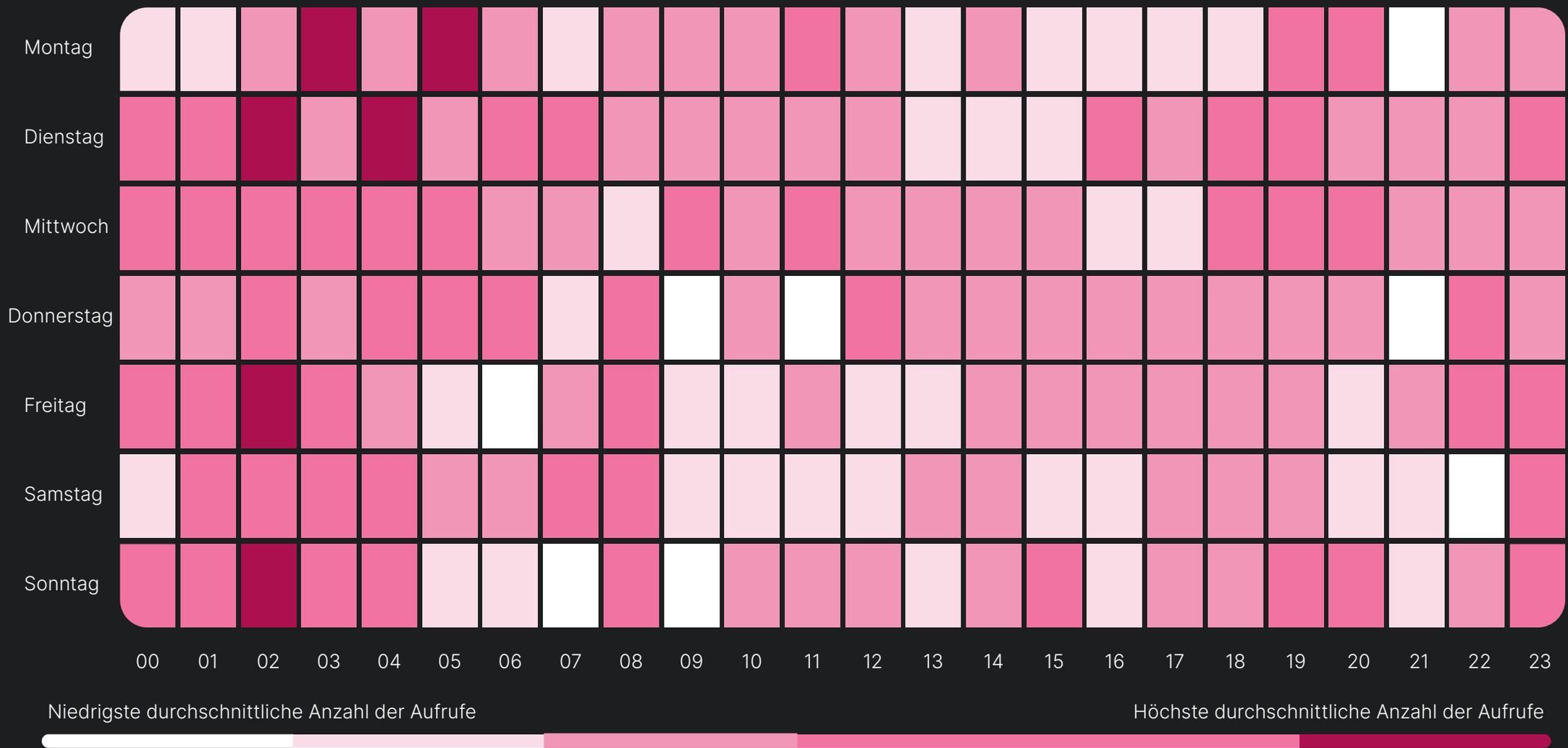
Niedrigste durchschnittliche Anzahl der Aufrufe

Höchste durchschnittliche Anzahl der Aufrufe

# AUFGEPASST: DAS IST DIE UHRZEIT UND DER TAG, AN DEM TIKTOK-VIDEOS DIE MEISTEN AUFRUFE ERHALTEN.

Beste Zeit und bester Tag für die Veröffentlichung

Professionelle Konten



**Persönliche Konten**



**Professionelle Konten**



Wochentage, sortiert von der höchsten bis zur niedrigsten durchschnittlichen Anzahl der Aufrufe

# ANALYSE DER BILDER UND KARUSSELLE

VON PERSÖNLICHEN UND PROFESSIONELLEN KONTEN



## Die Veröffentlichungsfrequenz wächst nicht an

Persönliche und professionelle Konten veröffentlichen knapp einen Beitrag pro Woche in diesem Format

|   | Persönliche Konten                             | Professionelle Konten                          |
|---|--|--|
| <b>Tiny-Konten</b><br>0-500 Follower    | <b>1,03</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen | <b>0,75</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen |
| <b>Small-Konten</b><br>500-2K Follower  | <b>0,9</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen  | <b>0,91</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen |
| <b>Medium-Konten</b><br>2K-10K Follower | <b>1,14</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen | <b>0,96</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen |
| <b>Big-Konten</b><br>10K-50K Follower   | <b>1,24</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen | <b>0,95</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen |
| <b>Huge-Konten</b><br>+50K Follower     | <b>0,96</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen | <b>1,15</b><br>Wöchentliche Veröffentlichungen |

Wöchentliche Veröffentlichungsfrequenz von Bildern und Karussells je nach Kontogröße

**5,85%** durchschnittliche Engagement-Rate für professionelle Konten

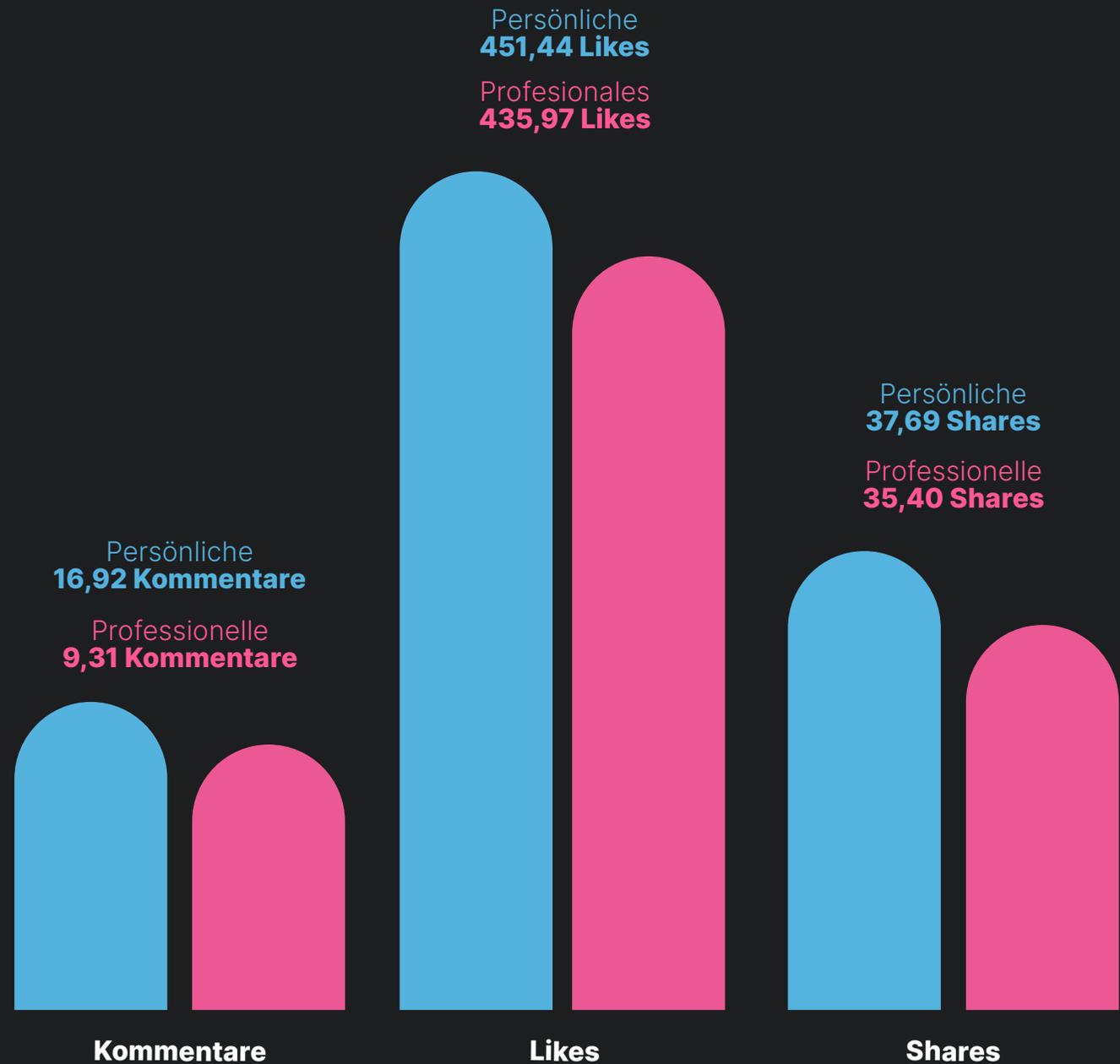
**7,06%** durchschnittliche Engagement-Rate für persönliche Konten

## Das Format für mehr Engagement

Das Engagement der Nutzer zeigt sich bei Bildern und Karussell-Posts. Denn sie erreichen diejenigen Nutzer, die eher mit den Inhalten interagieren

## Likes sind wieder die beliebteste Interaktion

Mit durchschnittlich mehr als 400 Likes pro Beitrag ist das „Herz“ die am häufigsten genutzte Interaktion der Nutzer.



Was ist 2024 bei TikTok passiert?

# EINGEHENDE ANALYSE DER DATEN UND TRENDS

FÜR BILDER UND KARUSSELLE AUF TIKTOK



# WIE HOCH IST DIE VERÖFFENTLICHUNGSFREQUENZ JE NACH KONTOGRÖSSE?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

**Bilder und Karussell-Posts sind keine beliebten Formate bei persönlichen und professionellen Konten, unabhängig von ihrer Größe.**

Die Veröffentlichungsfrequenz dieser Art von Inhalten übersteigt selten den Wert von einmal pro Woche, und bei Small- und Huge-Konten wird nicht einmal dieser Durchschnitt erreicht.

Es sind die Konten mit mehr Followern, die diese Formate in begrenztem Umfang häufiger nutzen.



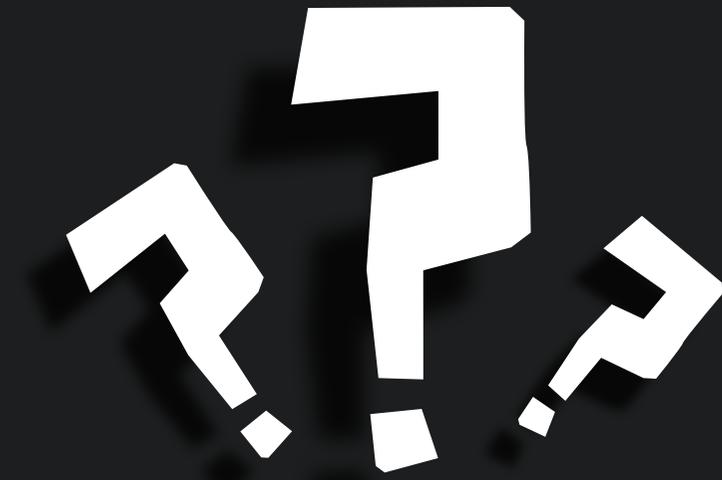
Veröffentlichungsfrequenz je nach Kontogröße

# ERHALTE ICH MEHR AUFRUFE, WENN ICH MEHR POSTE?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

Den erhobenen Daten zufolge scheint die Häufigkeit der wöchentlichen Veröffentlichung keinen signifikanten Einfluss auf die durchschnittliche Anzahl der Aufrufe zu haben.

Die Konten mit den meisten Followern haben die meisten Aufrufe, was darauf hindeutet, dass die Anzahl der Follower einen größeren Einfluss hat als die Veröffentlichungsfrequenz.



| Persönliche                             | Frequenz | Views     |
|---|----------|-----------|
| <b>Tiny-Konten</b><br>0-500 Follower    | 1,03     | 770,33    |
| <b>Small-Konten</b><br>500-2K Follower  | 0,90     | 3.029,93  |
| <b>Medium-Konten</b><br>2K-10K Follower | 1,14     | 4.430,75  |
| <b>Big-Konten</b><br>10K-50K Follower   | 1,24     | 16.917,90 |
| <b>Huge-Konten</b><br>+50K Follower     | 0,96     | 59.331,68 |

| Professionelle                          | Frequenz | Views     |
|---|----------|-----------|
| <b>Tiny-Konten</b><br>0-500 Follower    | 0,75     | 1.289,86  |
| <b>Small-Konten</b><br>500-2K Follower  | 0,91     | 2.353,99  |
| <b>Medium-Konten</b><br>2K-10K Follower | 0,96     | 5.664,16  |
| <b>Big-Konten</b><br>10K-50K Follower   | 0,95     | 10.138,69 |
| <b>Huge-Konten</b><br>+50K Follower     | 1,15     | 48.098,08 |

Wöchentliche Veröffentlichungshäufigkeit und durchschnittliche Anzahl der Aufrufe je nach Kontogröße

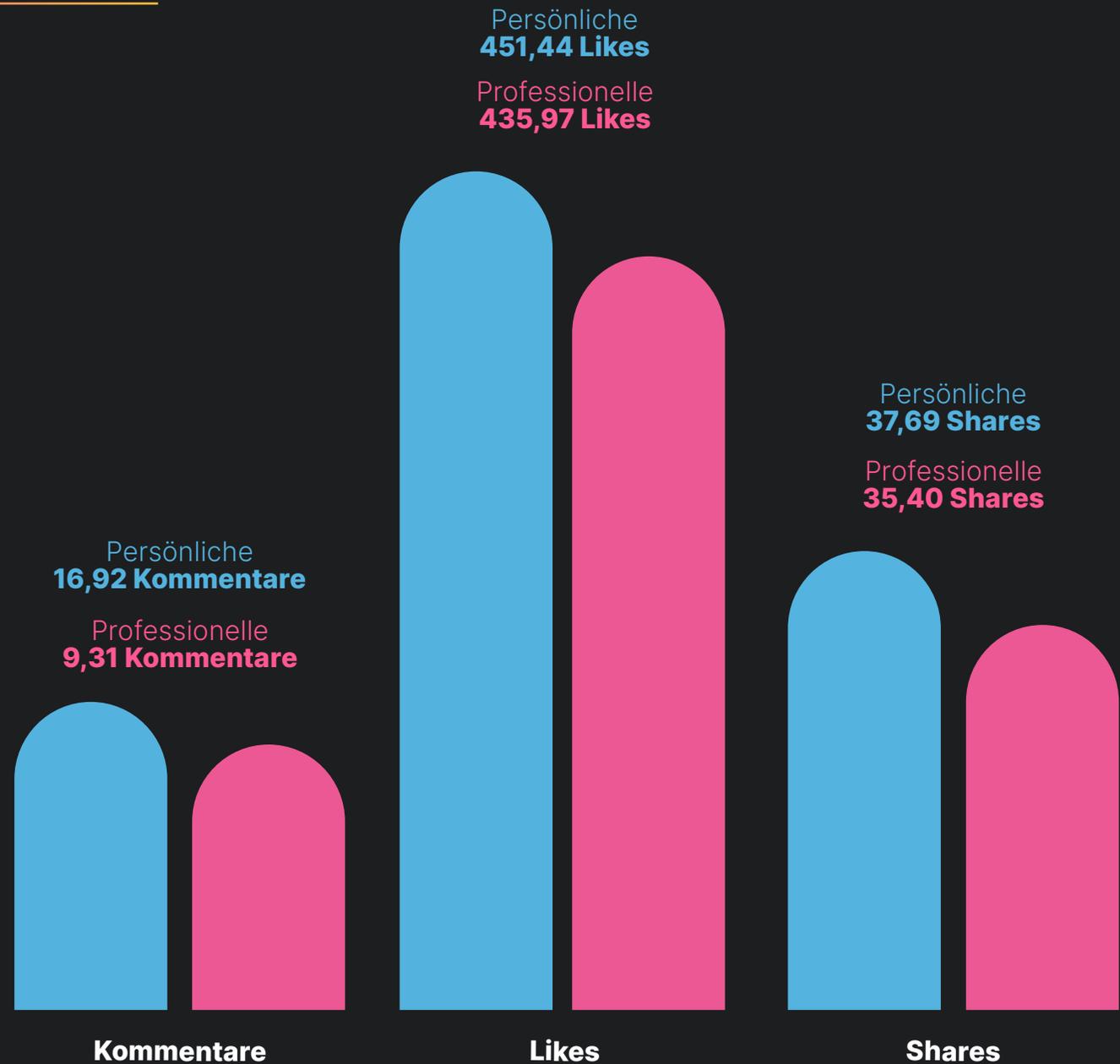
# WIE INTERAGIEREN NUTZER MIT BILD- UND KARUSSELL-BEITRÄGEN?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

Likes sind nach wie vor die beliebteste Interaktion der Nutzer, mit durchschnittlich über 400 pro Beitrag.

An zweiter Stelle stehen Shares, die den Kommentaren um mehr als das Doppelte voraus sind.

Bei professionellen Konten ist dieser Unterschied noch ausgeprägter. Dies macht deutlich, dass Nutzer lieber Inhalte teilen als einen Kommentar zu hinterlassen.



# WIE IST DAS ENGAGEMENT BEI BILDERN UND KARUSSELL-POSTS?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

Anhand der Engagement-Rate kannst du feststellen, wie sehr sich dein Publikum für die von dir geteilten Bilder und Karussell-Posts interessiert.

Weißt du, was die ideale Engagement-Rate für dein Konto ist? Sieh dir die nach Kontogröße sortierte Tabelle an und vergleiche dich mit den Konten, die eine ähnliche Anzahl an Followern haben wie deines.

**5,85%**

durchschnittliche Engagement-Rate für professionelle Konten

**6,46%**

durchschnittliche Engagement-Rate

**7,06%**

durchschnittliche Engagement-Rate für persönliche Konten

|   | Persönliche Konten               | Professionelle Konten            |
|---|----------------------------------|----------------------------------|
| <b>Tiny-Konten</b><br>0-500 Follower    | <b>3,22%</b><br>Engagement-Rate* | <b>5,34%</b><br>Engagement-Rate* |
| <b>Small-Konten</b><br>500-2K Follower  | <b>5,90%</b><br>Engagement-Rate* | <b>7,36%</b><br>Engagement-Rate* |
| <b>Medium-Konten</b><br>2K-10K Follower | <b>5,67%</b><br>Engagement-Rate* | <b>4,29%</b><br>Engagement-Rate* |
| <b>Big-Konten</b><br>10K-50K Follower   | <b>6,86%</b><br>Engagement-Rate* | <b>4,91%</b><br>Engagement-Rate* |
| <b>Huge-Konten</b><br>+50K Follower     | <b>8,11%</b><br>Engagement-Rate* | <b>6,37%</b><br>Engagement-Rate* |

\*Die Berechnung der Engagement-Rate auf TikTok ist die Summe der Interaktionen (Likes, Kommentare und Shares) geteilt durch die Anzahl der Aufrufe.

Dieses Ergebnis wird mit 100 multipliziert und ergibt die Engagement-Rate.

# WELCHE TRAFFIC-QUELLE GENERIERT DIE MEISTEN IMPRESSIONEN BEI BILDERN UND KARUSSELL-POSTS?

Was ist 2024 bei TikTok passiert?

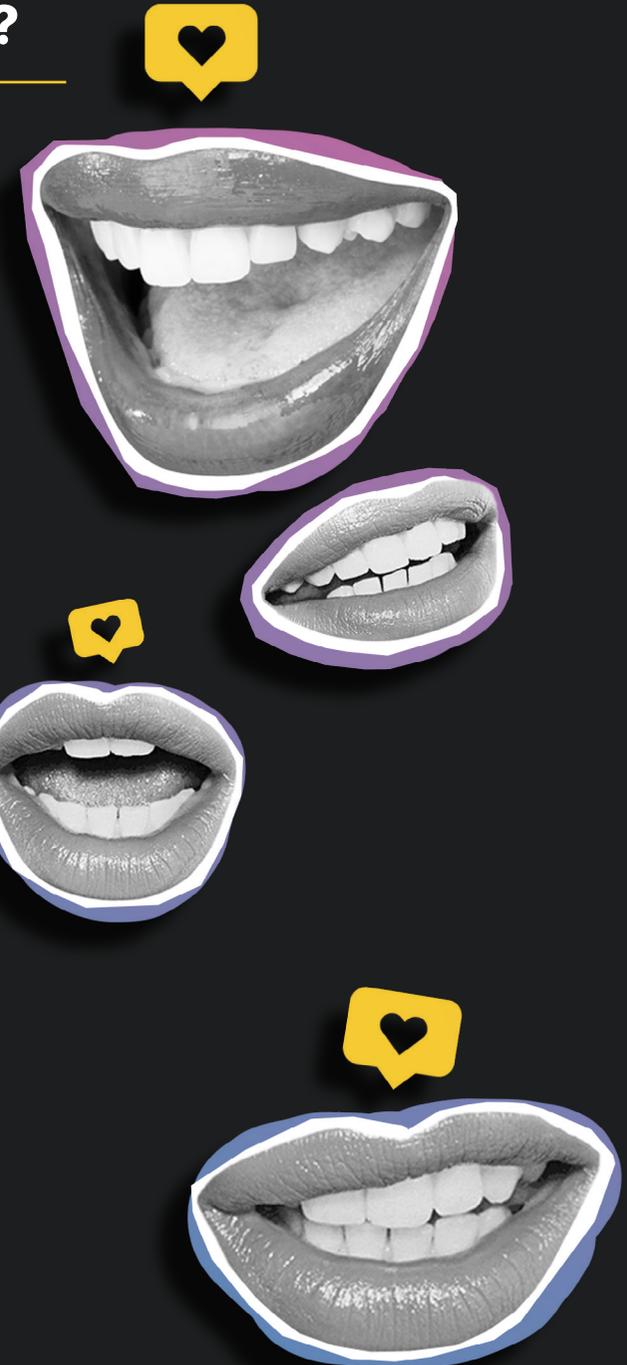
Der „For You“-Feed ist zweifellos der Protagonist unter den Traffic-Quellen, der 74 % der Impressionen auf sich vereint, deutlich vor dem „Following“-Feed.

Bei der Analyse der Daten nach Kontogröße erzielen die kleinsten Konten die meisten Impressionen über den „For You“-Feed. Das unterstreicht einmal mehr die Macht des TikTok-Algorithmus: Gute Inhalte haben das Potenzial, sich zu verbreiten, wenn sie die Aufmerksamkeit interessierter Nutzer auf sich ziehen.

|                  | Tiny   | Small  | Medium | Big    | Huge   |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>Following</b> | 0,84%  | 2,28%  | 5,02%  | 9,57%  | 16,19% |
| <b>For You</b>   | 84,16% | 77,55% | 68,41% | 64,06% | 55,73% |
| <b>Hashtag</b>   | 0,01%  | 0%     | 0%     | 0%     | 0%     |
| <b>Profil</b>    | 2,15%  | 1,53%  | 1,48%  | 1,26%  | 0,71%  |
| <b>Suche</b>     | 2,83%  | 2,46%  | 3,29%  | 3,95%  | 4,29%  |
| <b>Sound</b>     | 0,04%  | 0,08%  | 0,09%  | 0,11%  | 0,06%  |

Nur professionelle Konten haben Zugang zu diesen Daten

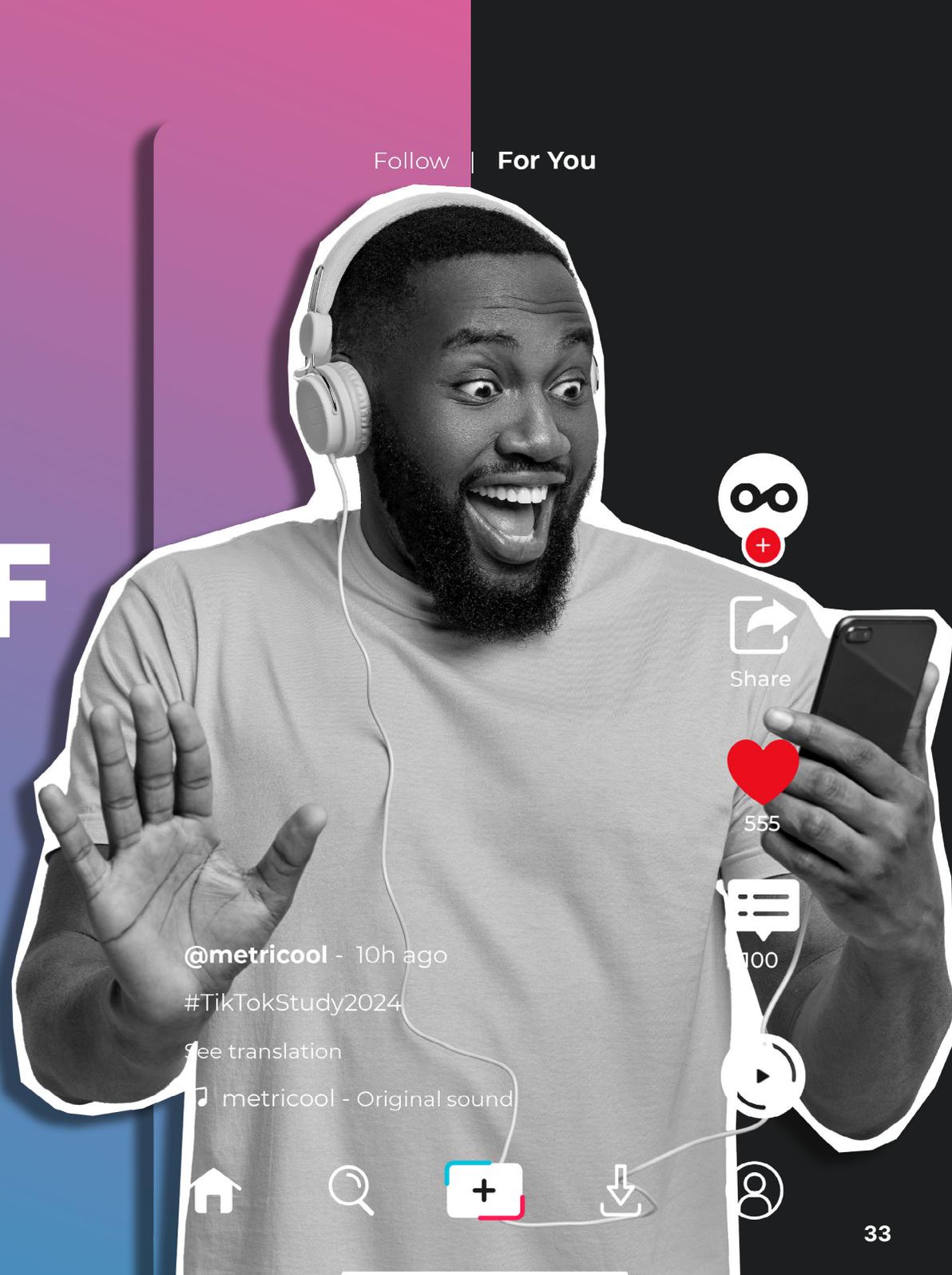
Prozentualer Anteil der Impressionen je Traffic-Quelle für professionelle Konten



Beste Zeit und bester Tag für die Veröffentlichung

# WANN POSTEN AUF TIKTOK?

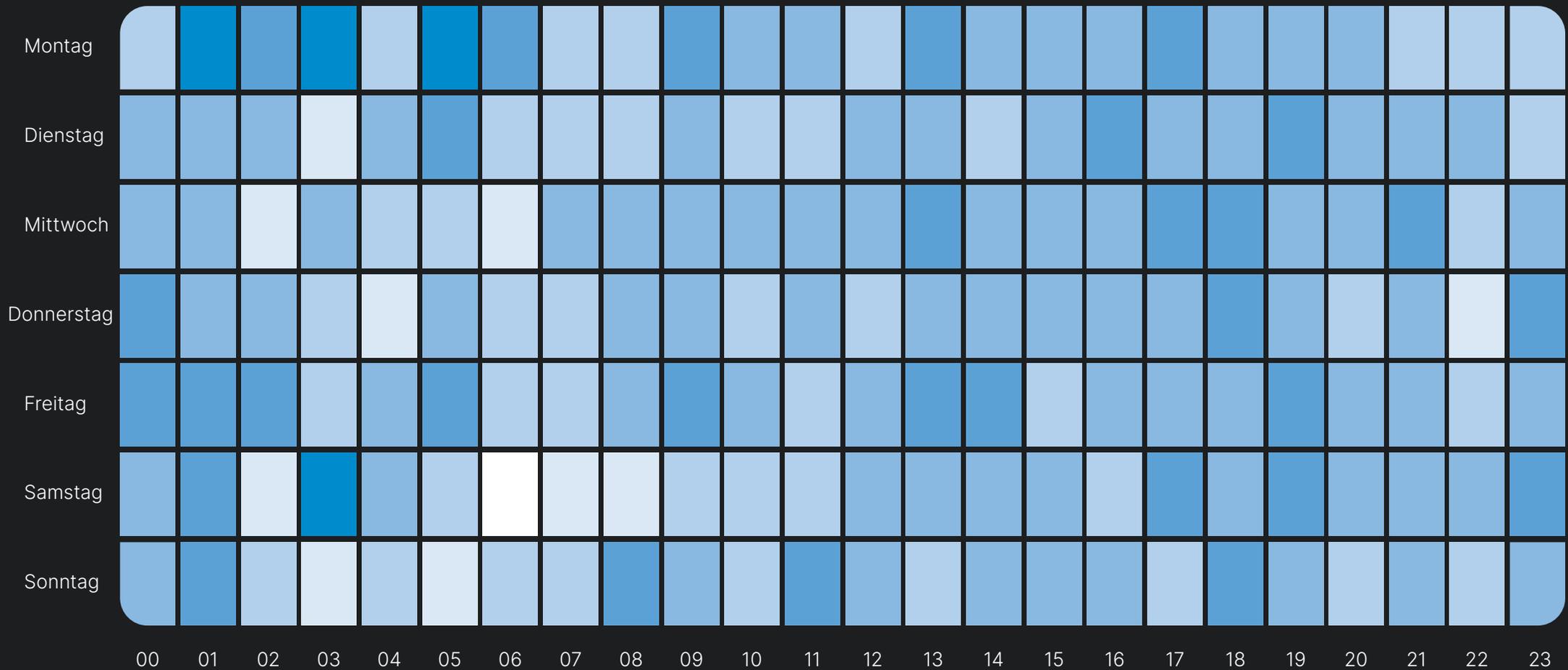
FÜR BILDER UND KARUSSELLE  
AUF TIKTOK



# DIE UHRZEIT UND DER TAG, AN DEM BILDER DURCHSCHNITTlich AM MEISTEN AUFRUFE ERHALTEN

Beste Zeit und bester Tag für die Veröffentlichung

Persönliche Konten



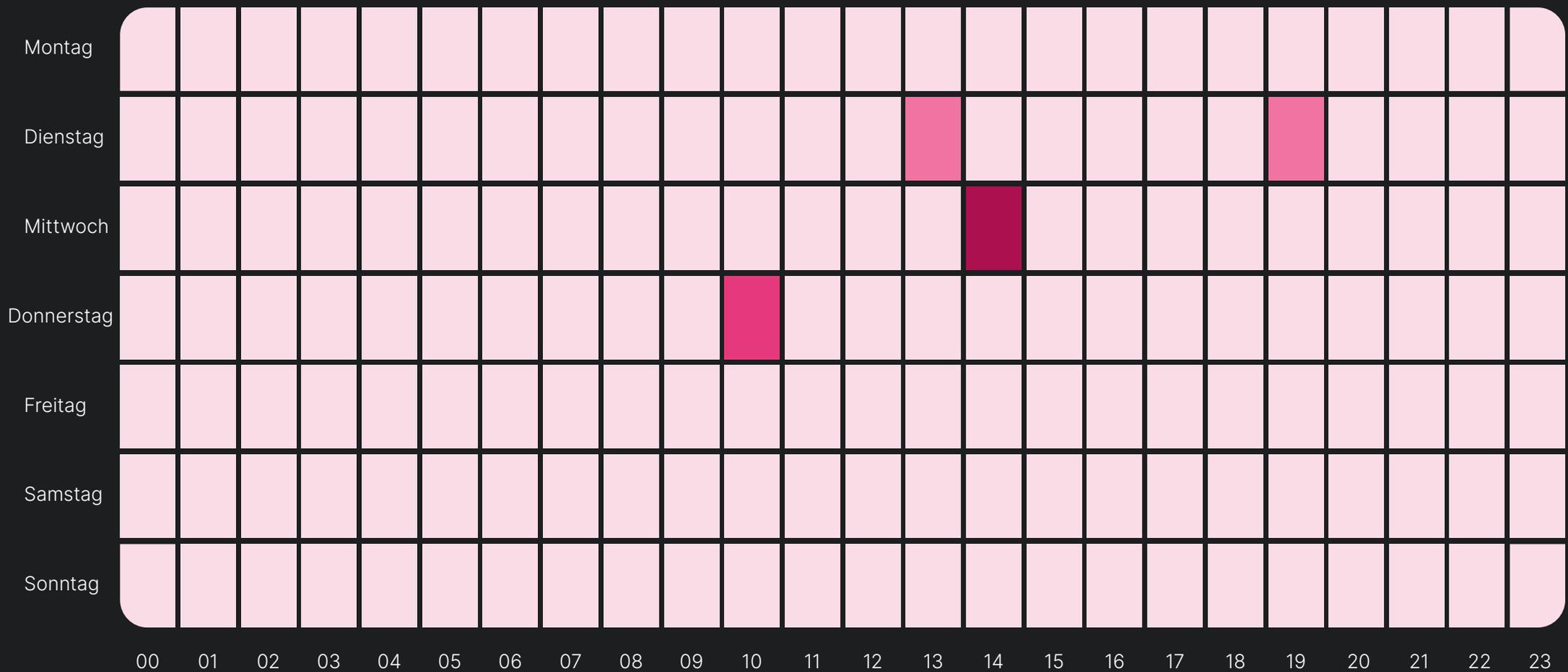
Niedrigste durchschnittliche Anzahl der Aufrufe

Höchste durchschnittliche Anzahl der Aufrufe

# DIE UHRZEIT UND DER TAG, AN DEM BILDER DURCHSCHNITTlich AM MEISTEN AUFRUFE ERHALTEN

Beste Zeit und bester Tag für die Veröffentlichung

Professionelle Konten



Niedrigste durchschnittliche Anzahl der Aufrufe

Höchste durchschnittliche Anzahl der Aufrufe

**Persönliche Konten**



**Professionelle Konten**



Wochentage, sortiert von der höchsten bis zur niedrigsten durchschnittlichen Anzahl der Aufrufe

# ANALYSE UND VERGLEICH DER TIKTOK- FORMATE

**BILDER VS. VIDEOS**



## Videos erhalten mehr Interaktionen

Das Videoformat sorgt für mehr Engagement bei den Nutzern, die fast 60 % mehr interagieren als mit Bildern oder Karussell-Posts.



## Bilder gewinnen den Kampf ums Engagement

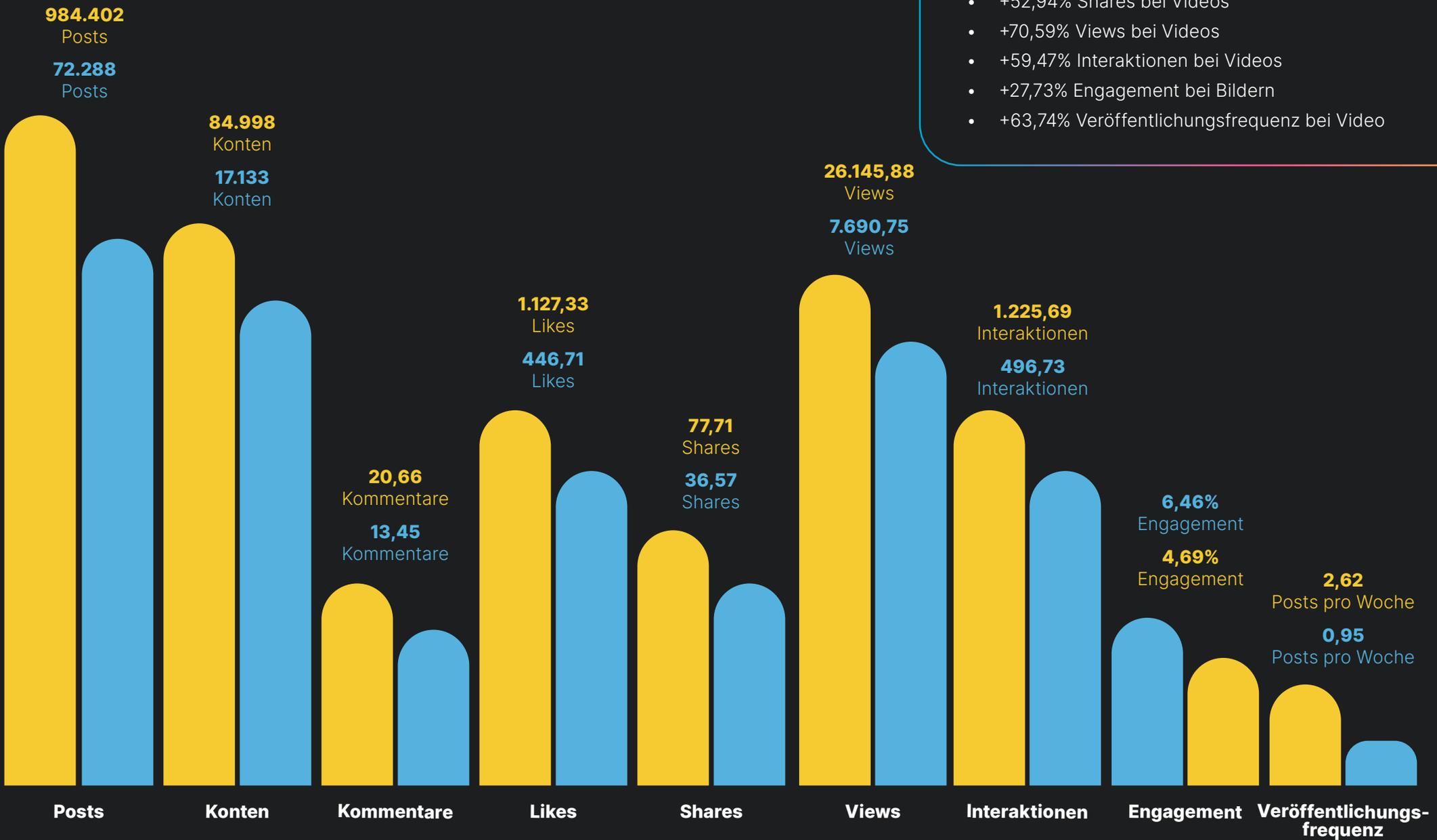
Obwohl sich die Interaktionen vor allem auf Videos konzentrieren, mit fast 60 % mehr als auf das Bildformat, stechen letztere durch ihre Engagement-Rate hervor. Sie übertreffen das Videoformat um mehr als 25 %.



## Video ist das beliebteste Format

Mit durchschnittlich 2,62 Videos pro Woche bevorzugen persönliche Konten dieses Format gegenüber Bildern und Karussell-Posts, die kaum 1 Veröffentlichung pro Woche erreichen.

● Bilder ● Videos



### Unterschiede Video vs. Bilder

- +34,90% Kommentare bei Videos
- +60,37% Likes bei Videos
- +52,94% Shares bei Videos
- +70,59% Views bei Videos
- +59,47% Interaktionen bei Videos
- +27,73% Engagement bei Bildern
- +63,74% Veröffentlichungsfrequenz bei Video



# ***BEST PRACTICES***

Entdecke echte Beispiele und effektive Strategien, die dir helfen, deine Reichweite zu maximieren, neue Zielgruppen zu erreichen und deinen Content von der Konkurrenz abzuheben.

# ÜBERPRÜFE DIE LÄNGE DER VIDEOS

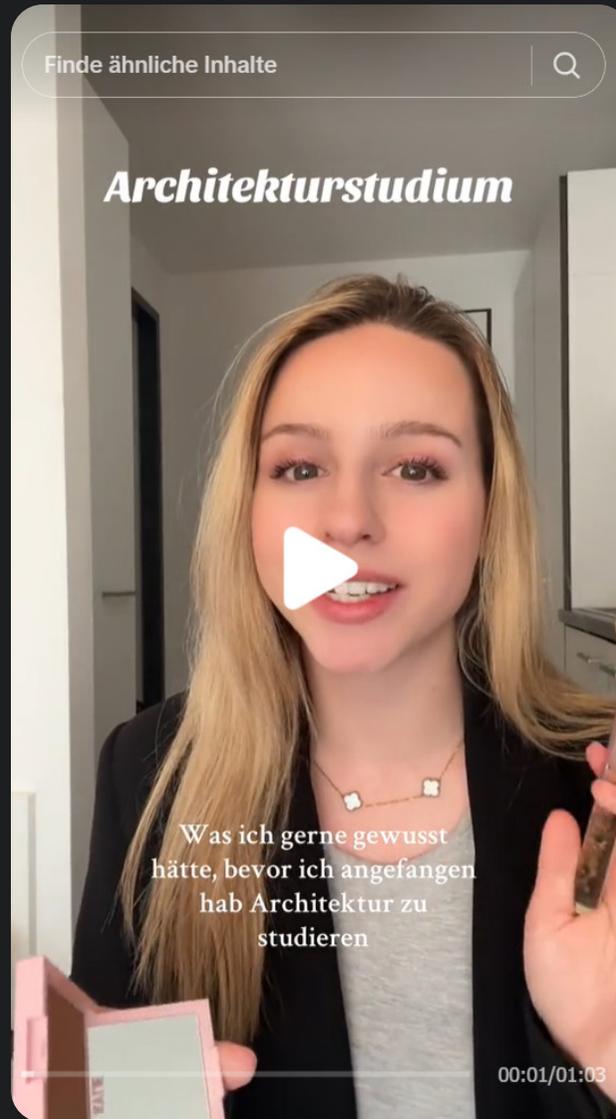
**TikTok-Videos werden immer länger, die ideale Länge liegt zwischen 2 und 5 Minuten. Aber ist es wirklich notwendig, Videos in dieser Länge hochzuladen?**

Unsere Empfehlung ist, sich so viel Zeit zu nehmen, wie du brauchst, um deine Geschichte effektiv zu erzählen. Wenn du deine Botschaft in 10 Sekunden vermitteln kannst, solltest du sie nicht auf 3 Minuten ausdehnen, da du sonst die Aufmerksamkeit der Nutzer verlierst.

Orientiere dich an den Daten zur idealen Länge je nach Kontogröße und starte mit dem Filmen.

**Das Profil von StudyCheck veröffentlicht Videos mit unterschiedlicher Länge, je nachdem was effektiv vermittelt werden soll.**

Die durchschnittliche Videolänge beträgt 44,6 Sekunden. Im Vergleich mit ähnlichen Accounts zeigt sich, dass dies eine ideale Länge ist, da Medium-Accounts für Videos mit einer Länge von 31-60 Sekunden die meisten Aufrufe erzielen.



Es gibt Videos wie dieses, in dem nützliche Infos zum Architekturstudium vermittelt werden soll. Um mehrere Aspekte zu beleuchten, ist das Video länger als der Durchschnitt.

Unterhaltsame Content-Formate sind in der Regel kürzer, da sie schnelle Interaktionen suchen und dem Entertainment dienen.



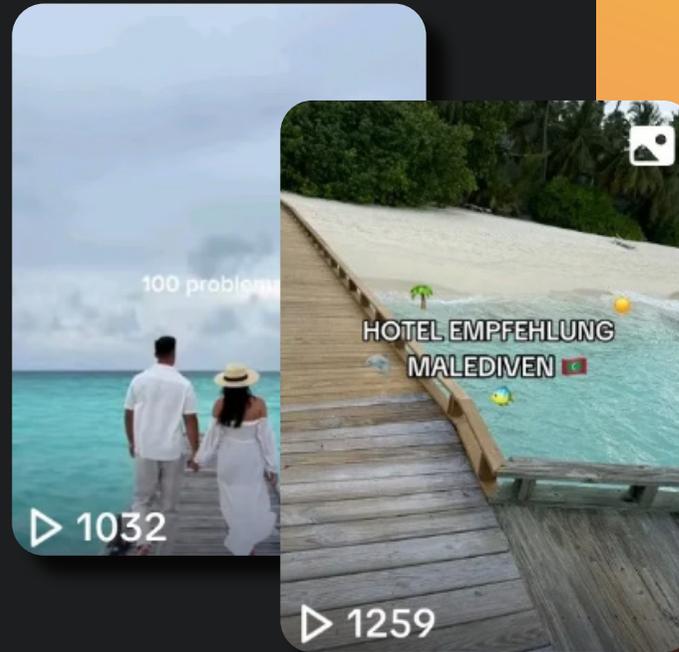
# NUTZE DIE VORTEILE ALLER TIKTOK-FORMATE

Best practices

**Wie diese Studie zeigt, teilen sowohl Brands als auch Creator lieber Videos als Bilder oder Karussells. Und das ist kein Wunder: Videos sind das Starformat der Plattform und generieren die meisten Aufrufe und Interaktionen, was sie zu den Favoriten des Publikums macht.**

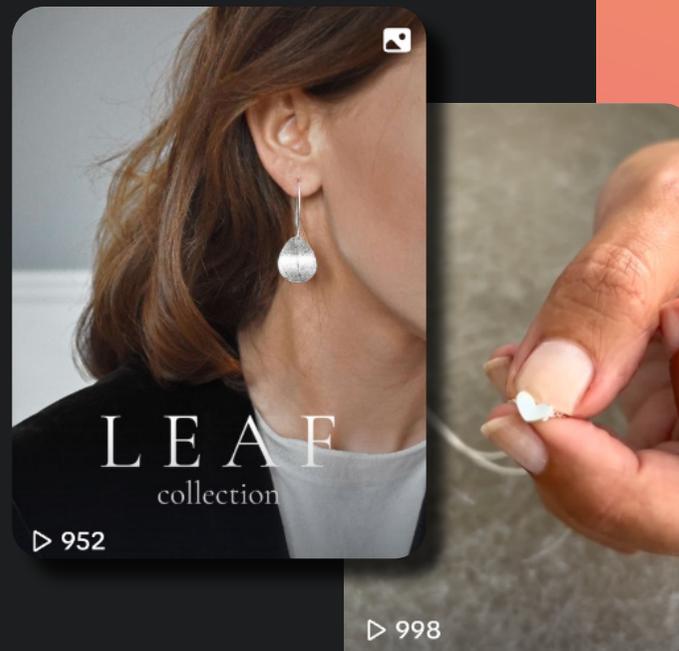
Bilder und Karussell-Posts erhalten zwar weit weniger Aufrufe, zeichnen sich aber durch eine hohe Engagement-Rate aus. Das bedeutet, dass sie zwar ein kleineres Publikum erreichen, dieses sich aber stärker mit den Inhalten beschäftigt.

Kombiniere beide Formate in deiner Strategie, um von der enormen Reichweite von Videos und der gezielten Einbindung von Bildern und Karussell-Posts zu profitieren.



**Das Reise-Konto „benyaniebi“ verwendet sowohl Videos als auch Karussell-Posts auf seinem TikTok-Profil.**

Beide Formate erreichen im Durchschnitt ähnliche Aufrufe, so dass es einfach ist, das am besten geeignete Format zu wählen. Anstatt sich Gedanken darüber zu machen, welches Format man verwenden sollte, entscheidet „benyaniebi“ danach, was am besten zu den Inhalten passt.



**Das Schmuck-Profil „drakenbergsjolin“ verwendet ebenfalls beide Formate für seine Inhalte.**

Auch hier erhalten beide Formate im Durchschnitt ähnliche Aufruf-Zahlen, und die Content-Strategie wird auf dieselbe Weise entwickelt wie beim vorigen Account, indem man sich überlegt, welches Format sich am besten für das eignet, was man erzählen möchte: in diesem Fall, um das Produkt zu zeigen.

# NUTZE SEO UND ERSCHEINE AUF DER „FOR YOU“-SEITE

Best practices

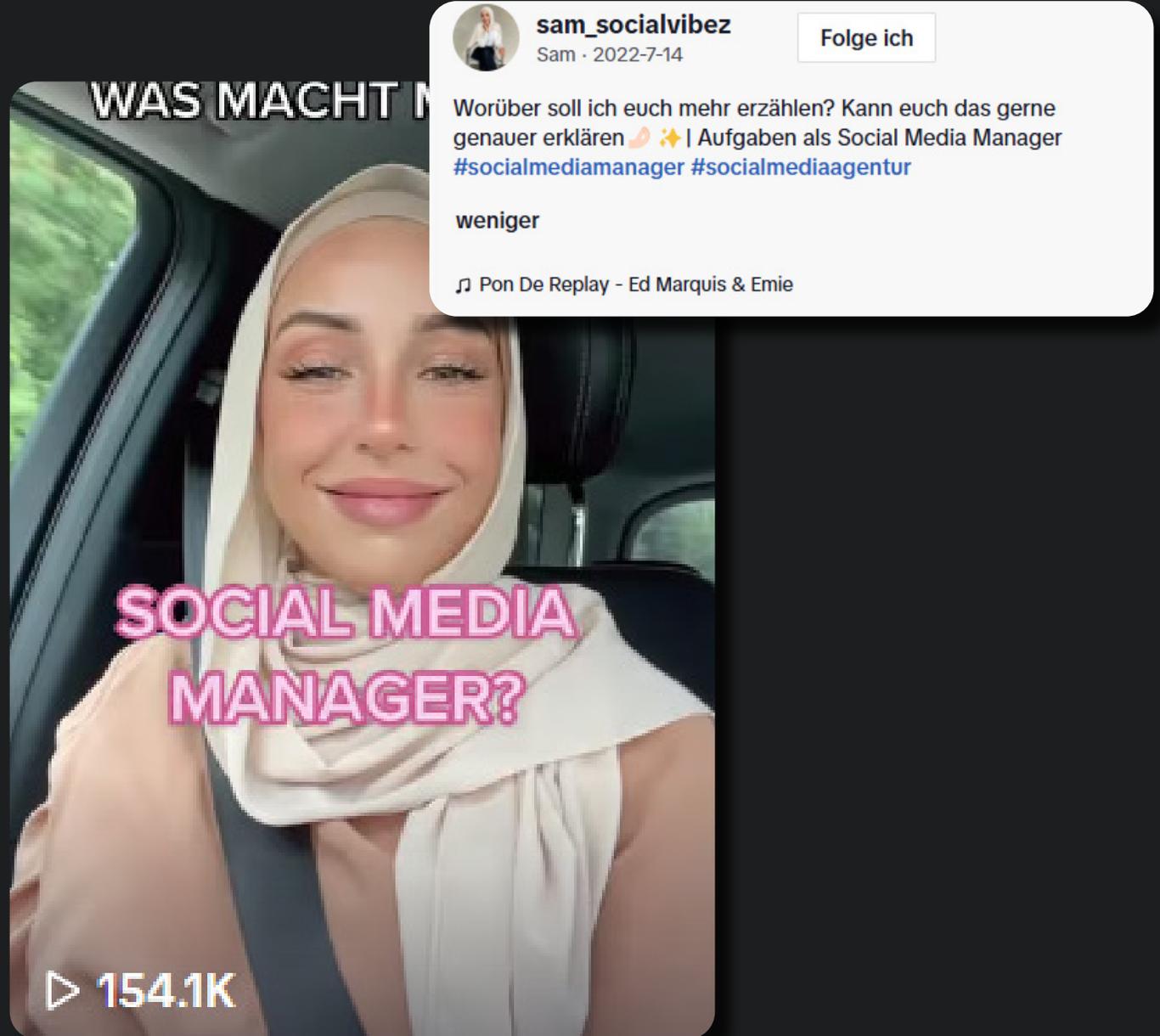
**Die wichtigste Traffic-Quelle für Videos und Bilder auf TikTok ist die „For You“-Seite, auf der die Plattform Content basierend auf den Interessen der einzelnen Nutzer empfiehlt.**

Deine Aufgabe ist es, die SEO deiner Beiträge so zu optimieren, dass TikTok sie deinem Zielpublikum vorschlägt. Dazu gehört die Recherche von geeigneten Keywords und deren strategischer Einsatz zur Verbesserung der Positionierung von Konto und Content.

Schlüsselwörter haben ihren Platz in der Copy des Videos, im eingebetteten Text und im Profil des Kontos. All diese Elemente tragen dazu bei, das Ranking deiner Videos zu verbessern, da der TikTok-Algorithmus diese Signale nutzt, um den Content zu identifizieren.

**Dieses Video zum Beispiel ist sehr gut optimiert: Das Keyword „Social Media Manager“ wurde in die Copy des Videos, dem Text und den Hashtags eingebaut.**

Es wird außerdem auf dem Cover des Videos verwendet.



**sam\_socialvibez** Folge ich  
Sam · 2022-7-14

Worüber soll ich euch mehr erzählen? Kann euch das gerne genauer erklären 🙌 ✨ | Aufgaben als Social Media Manager  
[#socialmediamanager](#) [#socialmediaagentur](#)

weniger

🎵 Pon De Replay - Ed Marquis & Emie

WAS MACHT MICH EIN SOCIAL MEDIA MANAGER?

154.1K

social media manager

Ein weiterer Beweis für die Bedeutung von SEO wird bei der Suche des Keywords ersichtlich.

Wie du im folgenden Beispiel siehst, haben alle Ergebnisse bei der Suche nach „Social Media Manager“ das Keyword (oder ein ähnliches) im Text oder in der Copy.

The screenshot displays six search results for the keyword "social media manager". Each result is a video thumbnail with a title, a date, and engagement metrics (likes and views).

- Result 1:** Title: "Wenn Unternehmen einen Social Media Manager suchen:"; Date: 6-5; Engagement: 88.3K likes, 88.3K views.
- Result 2:** Title: "SOCIAL MEDIA MANAGERIN"; Date: 3-14; Engagement: 36.4K likes, 36.4K views.
- Result 3:** Title: "WAS MACHT MAN ALS SOCIAL MEDIA MANAGER?"; Date: 2022-7-14; Engagement: 154.1K likes, 154.1K views.
- Result 4:** Title: "du als Social Media Manager!"; Date: 2023-4-3; Engagement: 25.1K likes, 25.1K views.
- Result 5:** Title: "day in the life AS A SOCIAL MEDIA MANAGER"; Date: 2023-3-3; Engagement: 287.1K likes, 287.1K views.
- Result 6:** Title: "Unangenehme Dinge, die ich als Social Media Manager mache"; Date: 7-16; Engagement: 56.1K likes, 56.1K views.

**Die wichtigste Traffic-Quelle auf TikTok ist der „For You“-Feed. Und auch wenn du dich darauf konzentrieren musst, neue Nutzer über diese Seite zu gewinnen, solltest du die anderen Traffic-Quellen nicht aus den Augen verlieren.**

Zum Beispiel der „Following“-Feed: Nutzer, die dir bereits folgen, bekommen hier deinen Content angezeigt. Diese Traffic-Quelle macht 4,37 % der Impressionen bei Videos und 4,67 % bei Bildern und Karussell-Posts aus.

Das bedeutet, dass der Erfolg deines Contents teilweise davon abhängig ist, wie gut du deine Community binden kannst. Wie?

- Biete wertvollen und interessanten Content.
- Füge CTAs (Handlungsaufforderungen) hinzu, die zur Teilnahme und Interaktion anregen.
- Nutze Bilder und Karussell-Posts, denn dieses Format hat die höchste Interaktions-Rate.

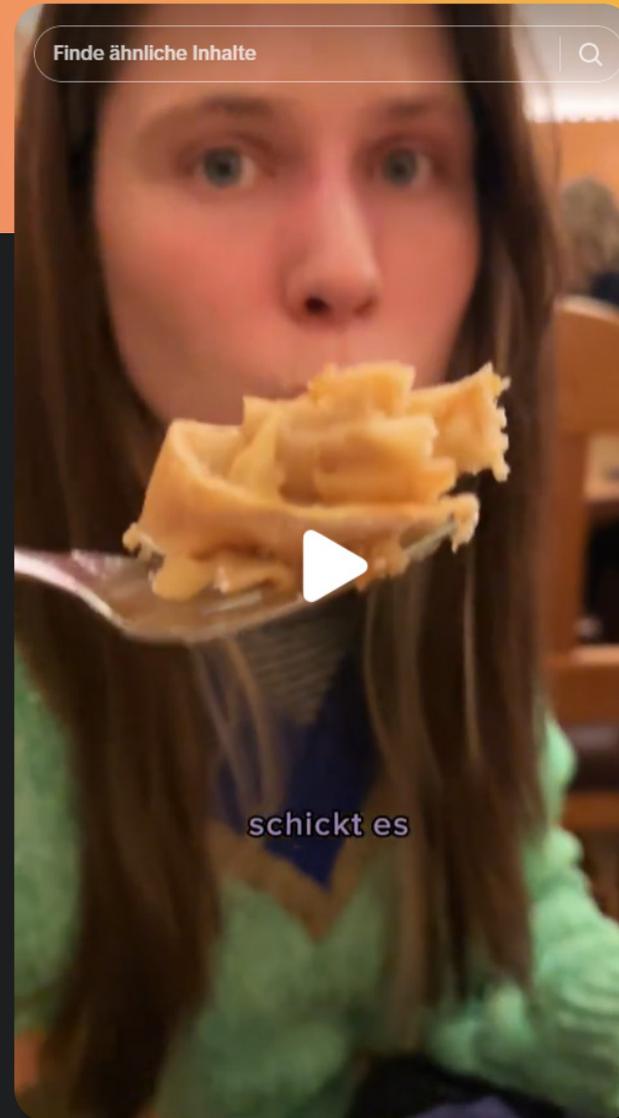
**4,67%** Impressionen durch Following bei Bildern

**4,37%** Impressionen durch Following bei Videos



**Um mit der eigenen Follower-Community in Kontakt zu treten, funktionieren in der Regel Videos gut, die auf einen Kommentar antworten. Hier siehst du ein Beispiel von „aldinord“**

Das Format ist ein Win-win: Einerseits reagierst du auf einen Kommentar eines Followers oder Nutzers und er fühlt sich in deiner Community wichtig, und andererseits erstellst du wertvollen Content für dein Zielpublikum.



**Ein klassischer Call to Action in den sozialen Medien ist die Aufforderung an den Nutzer, das Video an einen Freund zu senden, so wie es hier „betelsfoodfeast“ macht**

Dies trägt dazu bei, die Interaktionen und die Reichweite zu erhöhen, da neue Nutzer erreicht werden, die dir vielleicht noch nicht folgen, und hilft dem Algorithmus zu erkennen, dass deine Inhalte interessant sind.

# ACHTE AUF DIE VERÖFFENTLICHUNGSFREQUENZ

Best practices

**Die Veröffentlichungsfrequenz ist ein wichtiger Punkt und eine der großen Fragen, die man sich zu Beginn auf TikTok stellt: Wie viel sollte ich posten, um auf TikTok weiter zu wachsen?**

Wir empfehlen eine Orientierung an den Daten ähnlicher Accounts, um einen Anhaltspunkt dafür zu bekommen, wie viel du posten solltest.

Die Daten zeigen, dass die Postingfrequenz eine Rolle bei der Anzahl der Aufrufe spielt.

Die Konten mit der höchsten Followerzahl haben eine hohe Veröffentlichungsfrequenz, fast 1 Video pro Tag, was einen Anstieg der Aufrufe bedeutet.



@metricool - 10h ago

#TikTokStudy2024

See translation

metricool - Original sound

# VERSTÄRKE DEINEN CONTENT, INDEM DU ZU DEN BESTEN ZEITEN AUF TIKTOK POSTEST

**Die Daten der Studie zeigen, zu welchen Zeiten TikTok-Videos, -Bilder und -Karusselle die höchste durchschnittliche Anzahl an Aufrufen erhalten.**

Heißt das, dass du deinen Content genau zu diesem Zeitpunkt posten solltest? Kommt darauf an! Du kannst verschiedene Zeiten ausprobieren, um zu sehen, wann du die meisten Aufrufe bekommst.

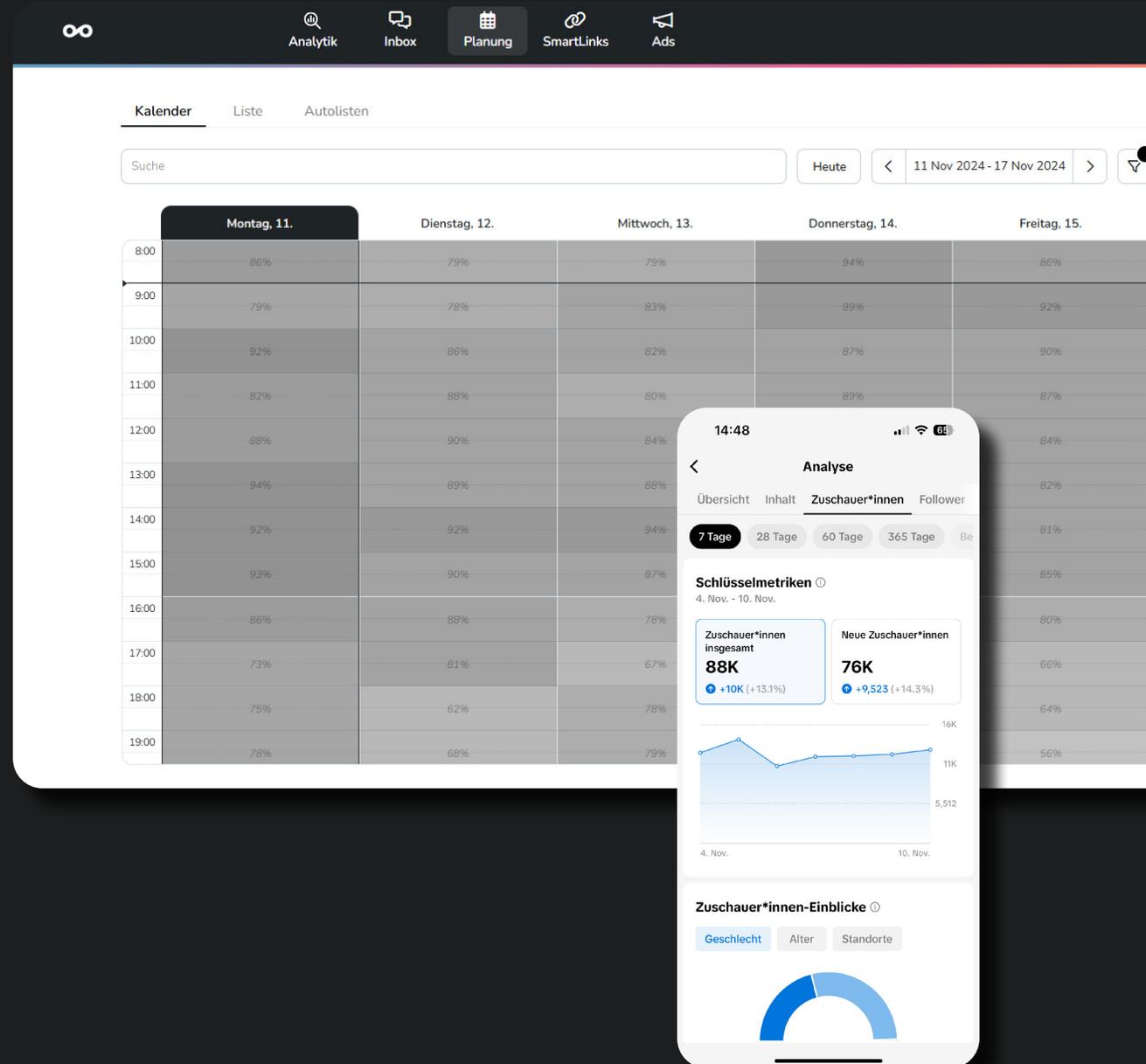
Oder du bestimmst die Zeiten, zu denen die meisten deiner Follower aktiv sind. So weißt du, dass du bei der Veröffentlichung den richtigen Zeitpunkt erwischst.

**Analysiere deine besten Zeiten in Metricool. Im Planer hast du die Möglichkeit, den prozentualen Anteil der aktiven Nutzer für jedes Zeitfenster zu aktivieren, um detailliertere Insights zu erhalten.**

Außerdem kannst du deinen TikTok-Content von einer einzigen Plattform aus einplanen und analysieren.

**In TikTok gibt es auch den Bereich „Zuschauer\*innen“, wo du die Anzahl der aktiven Follower pro Stunde siehst.**

Diese Daten ändern sich jeden Tag und bieten im Gegensatz zu Metricool keine detaillierten Informationen über die Anzahl der aktiven Follower zu diesem Zeitpunkt.



# FUNKTIONIEREN SOUNDS NOCH ALS MITTEL FÜR MEHR REICHWEITE AUF TIKTOK?

**Obwohl die Hauptquelle für Impressionen bei Videos, Bildern und Karussell-Posts die „For You“-Seite ist, spielen Sounds immer noch eine wichtige Rolle bei TikTok.**

Als Traffic-Quelle sind sie vielleicht nicht mehr so wichtig wie früher, aber wenn es sich um einen Trend-Sound handelt, ist es wichtig Content mit diesem Trend zu erstellen, um neue Nutzer zu erreichen.

Tatsächlich machen sie kaum 1 % der generierten Impressionen für Bilder und Videos aus. Dennoch sind sie eine interessante Ressource, wenn man die Möglichkeit hat, sie zu nutzen.

**0,07%** Impressionen durch Sounds bei Bildern

**0,03%** Impressionen durch Sounds bei Videos

## Wie kann man sich über aktuelle Sounds und Trends auf dem Laufenden halten?

Jede Woche aktualisieren wir diesen **Metricool-Blogpost** mit den Top 10 der angesagtesten Sounds der Woche mit Beispielen, wie du sie als Inspiration für deine Kreationen nutzen kannst.

Speichere ihn in deinen Favoriten und fang an zu kreieren!



# ***BONUS TRACK***

**TRENDS BEI CREATOR SEARCH INSIGHT FINDEN**

**TikTok lebt von Trends. Und ein Ziel für Brands und Creator ist es, auf jeden einzelnen von ihnen aufzuspringen, um viral zu gehen und in den Nachrichten als „der neue TikTok-Trend“ zu erscheinen.**

Aber wie reitet man auf der Trendwelle?

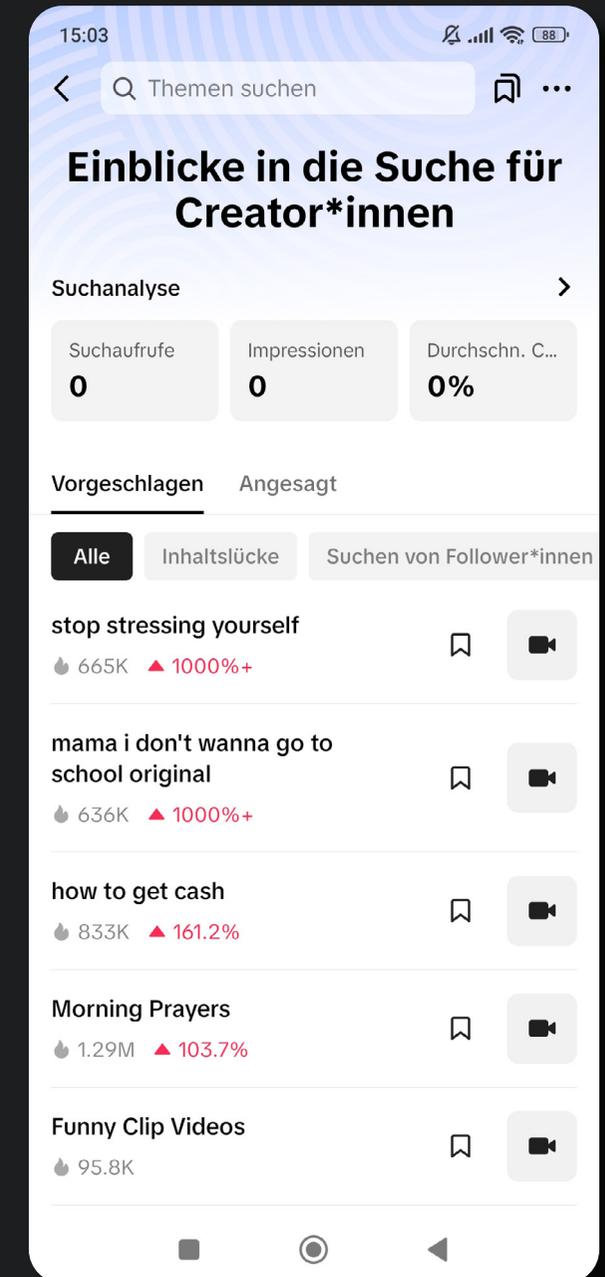
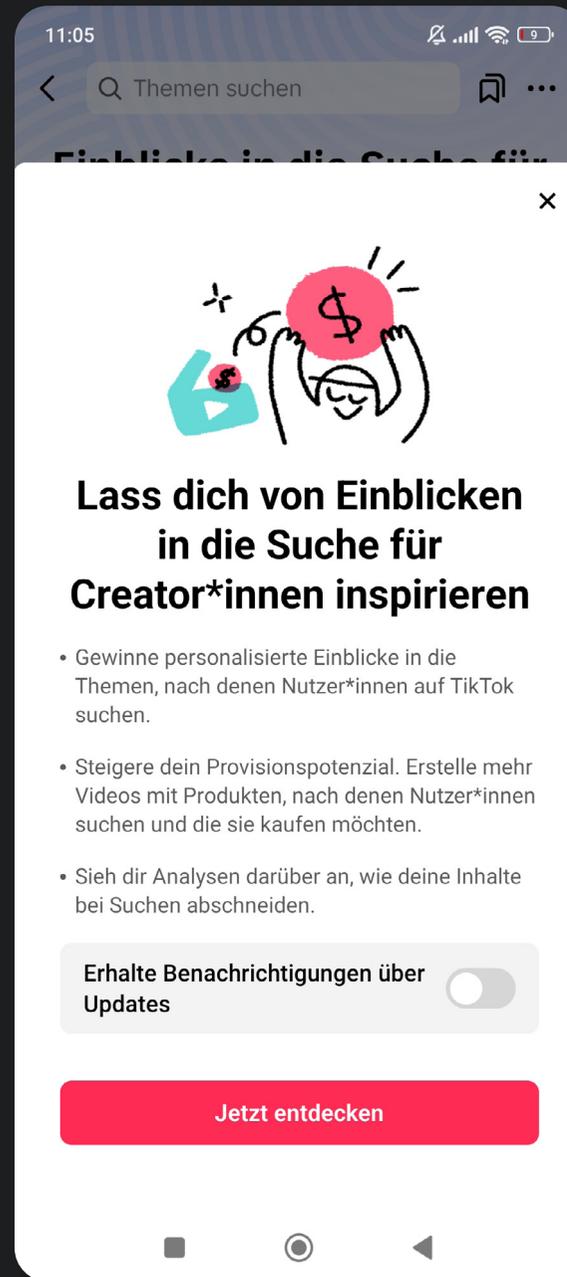
TikTok macht es einem leicht mit „Creator Search Insight“, dem letzten Best Practice in dieser TikTok Studie 2024.

Dabei handelt es sich um ein Tool des sozialen Netzwerks, mit dem Trends und Begriffe gefunden werden können, nach denen die Nutzer der Plattform suchen: Im Grunde genommen geht es darum, herauszufinden, wofür sich die Nutzer interessieren, damit du Content erstellen und die Antwort sein kannst, die sie brauchen.

Um darauf zuzugreifen, gib einfach „Creator Search Insight“ in die TikTok-Suche ein und wähle das erste Ergebnis, nämlich das Tool.

Und jetzt:

- Nutze den Abschnitt „For You“ und finde interessante Suchanfragen, die auf den von dir hochgeladenen Inhalten basieren.
- Suche nach beliebten Trends für die Erstellung von Inhalten im Bereich „Trends“.
- Messe und analysiere bestimmte Schlüsselwörter in der Suche.



Jetzt bist du an der Reihe, die Performance deines Instagram-Accounts mit Metricool zu analysieren und deine Strategie anzupassen.

**Jetzt kostenlos registrieren**

**metricool**