



# TikTok Shop im Handel: Mit kreativem Content direkt zum Verkaufserfolg

Webinar | 21. Mai 2025 | Kampagne „Erfolgreich handeln“

## Agenda

- 1 Kampagne „Erfolgreich handeln“
- 2 Warum überhaupt TikTok?
- 3 Plattformmechanik und Zielgruppen auf TikTok
- 4 Funktionsweise und Voraussetzungen im TikTok Shop
- 5 Content, der verkauft: Formate, Strategien & Storytelling
- 6 Operative Umsetzung & Tools
- 7 Fazit



# ① Kampagne „Erfolgreich handeln“

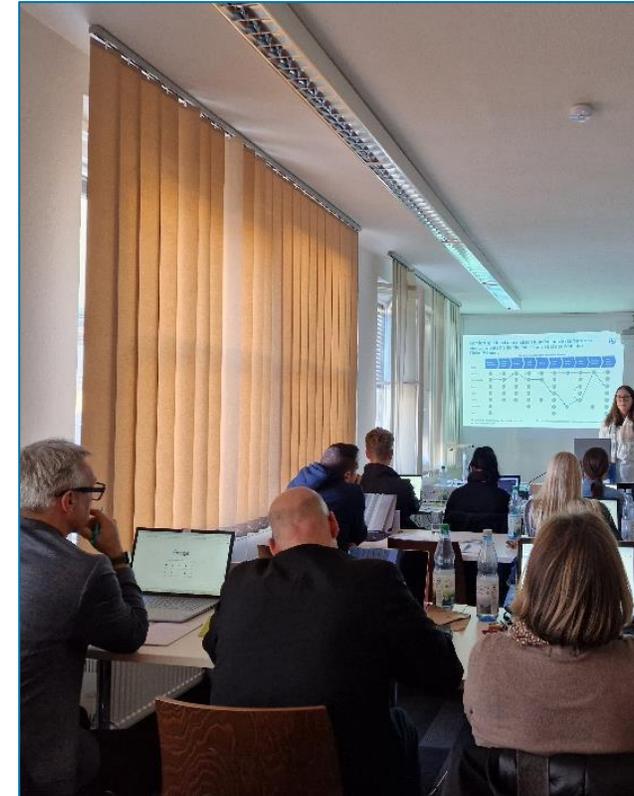
# Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

## Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel. Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen. Die Kampagne „Erfolgreich handeln“ **des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie** hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: bis Dezember 2028

[www.erfolgreich-handeln.bayern](http://www.erfolgreich-handeln.bayern)



# Unser Bildungsangebot für Sie!

## Unsere Formate



Workshops



Webinare



Infoblätter

## Unser Auftritt



Website



Newsletter



Mediathek

## Unsere Themen

- E-Commerce
- Digitale Prozesse
- Nachhaltigkeit
- Digitale Sichtbarkeit
- Neue Geschäftsmodelle
- Soziale Medien
- IT-Sicherheit
- Bezahlverfahren
- ... und viele weitere



## 2 Warum überhaupt TikTok?

## Warum TikTok für den Einzelhandel relevant ist



- Enorme organische Reichweite – auch mit geringem Budget
- Nutzer konsumieren Inhalte im Entdeckungsmodus (hohe Kaufbereitschaft)
- TikTok wird zunehmend zur Suchmaschine der Generation Z – insbesondere für Produktinspiration

Quelle: <https://newsroom.tiktok.com/de-de/mau-announcement>

## Relevanz des TikTok Shops

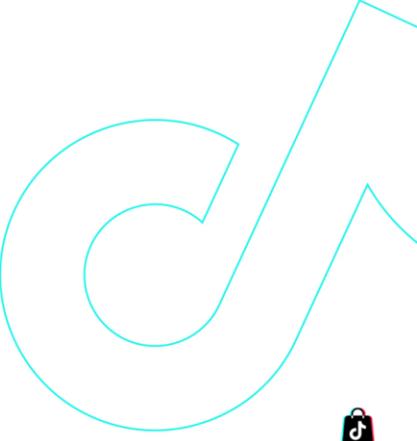


 TikTok Shop

### TikTok Shop Partner zum **Start in Deutschland**

Entdecke deine Lieblingsprodukte unter anderem von:



- Seit 31.03.2025 in Deutschland ausgerollt
- Im UK bereits von 200.000 Händlern genutzt (nach eigenen Angaben überwiegend von KMUs)
- Integrierte E-Commerce-Funktion direkt auf der Plattform
- Reduziert Conversion-Brüche durch Verbleib in der App

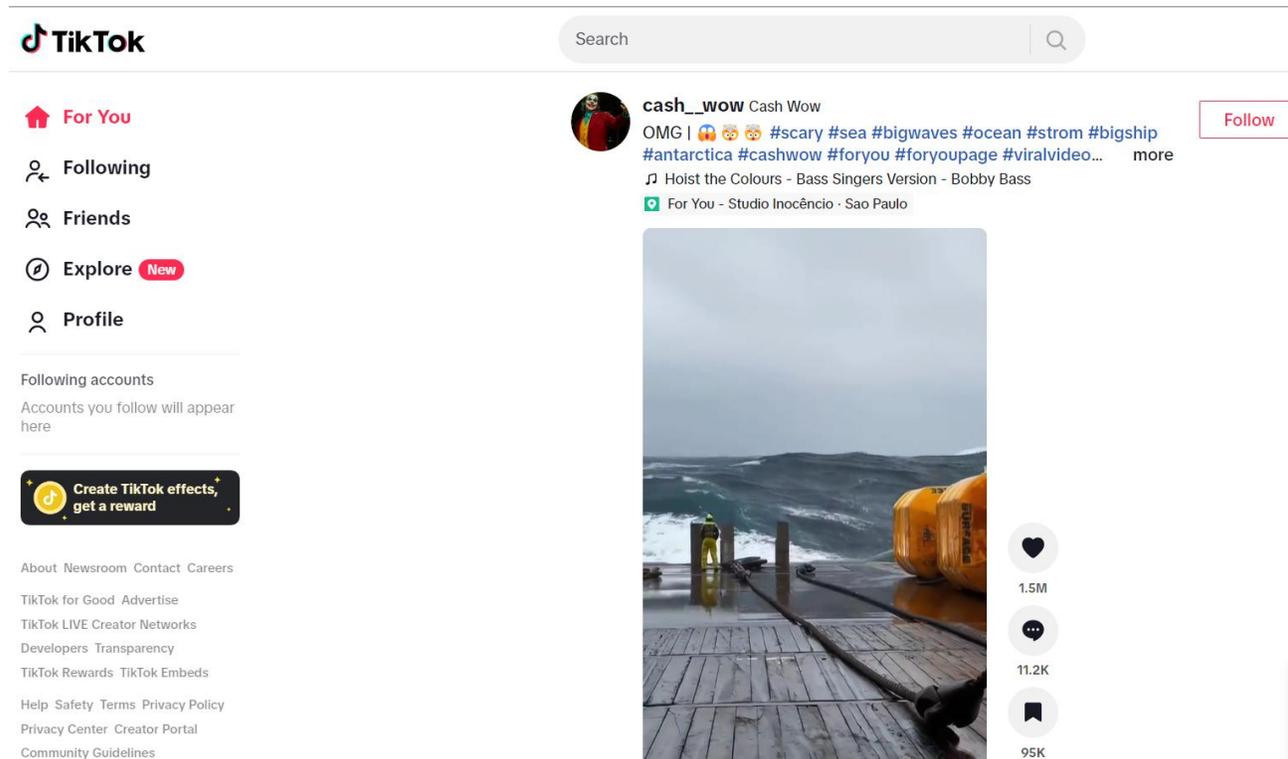
Quelle: <https://newsroom.tiktok.com/de-de/tiktok-shop-start>



# 3 Plattformmechanik und Zielgruppen auf TikTok



# Funktionsweise der "For You Page" (FYP)



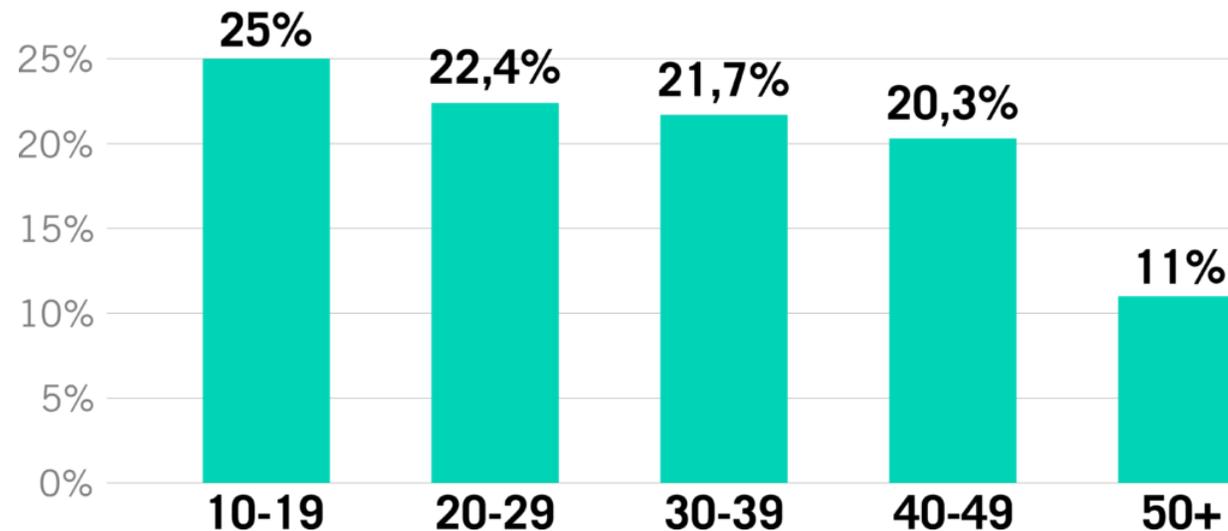
- Algorithmus-getriebene Reichweite:  
Content zählt mehr als Followerzahl
- Engagement-Signale: Watchtime,  
Kommentare, Shares, Klicks

Quelle: <https://www.socialchamp.com/blog/tiktok-for-you-page/>



## Zielgruppencharakteristik

**Verteilung der TikTok-User nach Alter**



- Primär Gen Z & Millennials, zunehmend aber auch 40+
- Hohe Affinität zu impulsivem Kaufverhalten, besonders bei Trend- und Lifestyle-Produkten

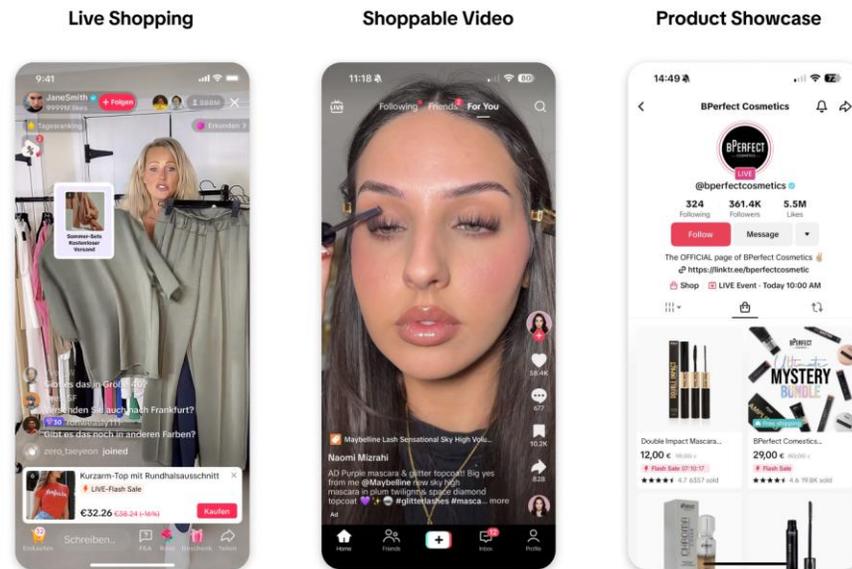
Quelle: <https://www.mediabynature.de/blog/tiktok-zielgruppe/>



## 4 Funktionsweise und Voraussetzungen im TikTok Shop

# Was ist der TikTok Shop?

In-App-Shopping mit Produktseiten, Checkout und integriertem Versandprozess



Quelle: <https://newsroom.tiktok.com/de-de/tiktok-shop-start>

## Zwei Nutzungsmodelle

- Als Händler mit eigenem TikTok-Shop
- Zusammenarbeit mit Creators (Affiliate-Modell)

### Advertising objective

Awareness	Consideration	Conversion
<b>Reach</b> Show your ad to the maximum number of people.	<b>Traffic</b> Send more people to a destination on your website or app.	<b>App promotion</b> Get more users to install and engage with your app.
	<b>Video views</b> Get more views and engagement for your video ads.	<b>Lead generation</b> Collect leads for your business.
	<b>Community interaction</b> Get more followers or profile visits.	<b>Website conversions</b> Drive valuable actions on your website.
		<b>Product sales</b> <small>Beta</small> Sell products from your TikTok Shop, website, and app.

### Targeting

#### Select targeting mode

<b>Custom targeting</b> Manually set criteria for what kind of user you want to show your ads to.	<b>Automatic targeting</b> Optimize targeting based on your objective, creative, and performance. Ads will not be delivered to audiences under 18. <a href="#">Learn more</a>
--	--

#### Demographics

**Location**  
Germany x

**Languages**  
All

**Gender**  
All Male Female

**Age**  
All 13-17 18-24 25-34 35-44 45-54 55+  
In some regions, ad delivery may be subject to additional age targeting restrictions. [Learn more](#)

**Spending power**  
All High spending power

Quelle: <https://www.amalytix.com/blog/tiktok-shop/>

## Voraussetzungen für Einzelhändler



**Erik Reintjes**  
CMO | Co-Gründer | 2.000.000+ Liter verkaufte Farbe | Wir verkaufen ein angeblich Onli...  
1 Monat

Es ist immer hart der First Mover zu sein... 🤔

Seit Monaten warten wir auf TikTok Shop. Ich sehe eine große Chance für uns da wir schon seit 5 Jahren sehr erfolgreich über Instagram Live verkaufen und beraten.

Jetzt steht bei und alles auf GO! und dann erfahren wir letzte Woche das unsere Produktgruppe gar nicht existiert und auch nicht vorgesehen ist... 🤖 🤖

Jetzt heißt es wieder Türklinken putzen, Anträge ausfüllen, 100x bitte sagen und hoffen das sich jemand erbarmt.

Hay TikTok: „Für das Jahr 2025 wird der Umsatz im Marktsegment "Farbe, Tapeten & Zubehör" in Deutschland auf etwa 2,05 Milliarden Euro geschätzt." 😊

- Gewerblicher Account (kostenlos);  
Registrierung über das Seller Center:  
<https://seller.tiktokglobalshop.com>
- Anbindung an Warenwirtschaft / Shopify /  
WooCommerce (über TikTok Shop Partner  
Tools)
- Produkte müssen TikToks Richtlinien  
entsprechen (keine verbotenen Artikel, z. B.  
Waffen, Alkohol etc.)

Quelle: [https://www.linkedin.com/posts/erik-reintjes-bb43091b2\\_es-ist-immer-hart-der-first-mover-zu-sein-activity-7312352959764291585-MF60?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop&rcm=ACoAAAj53nwBcFSBECXHBqP-2lec7MiOH8N-jn4](https://www.linkedin.com/posts/erik-reintjes-bb43091b2_es-ist-immer-hart-der-first-mover-zu-sein-activity-7312352959764291585-MF60?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAAAj53nwBcFSBECXHBqP-2lec7MiOH8N-jn4)

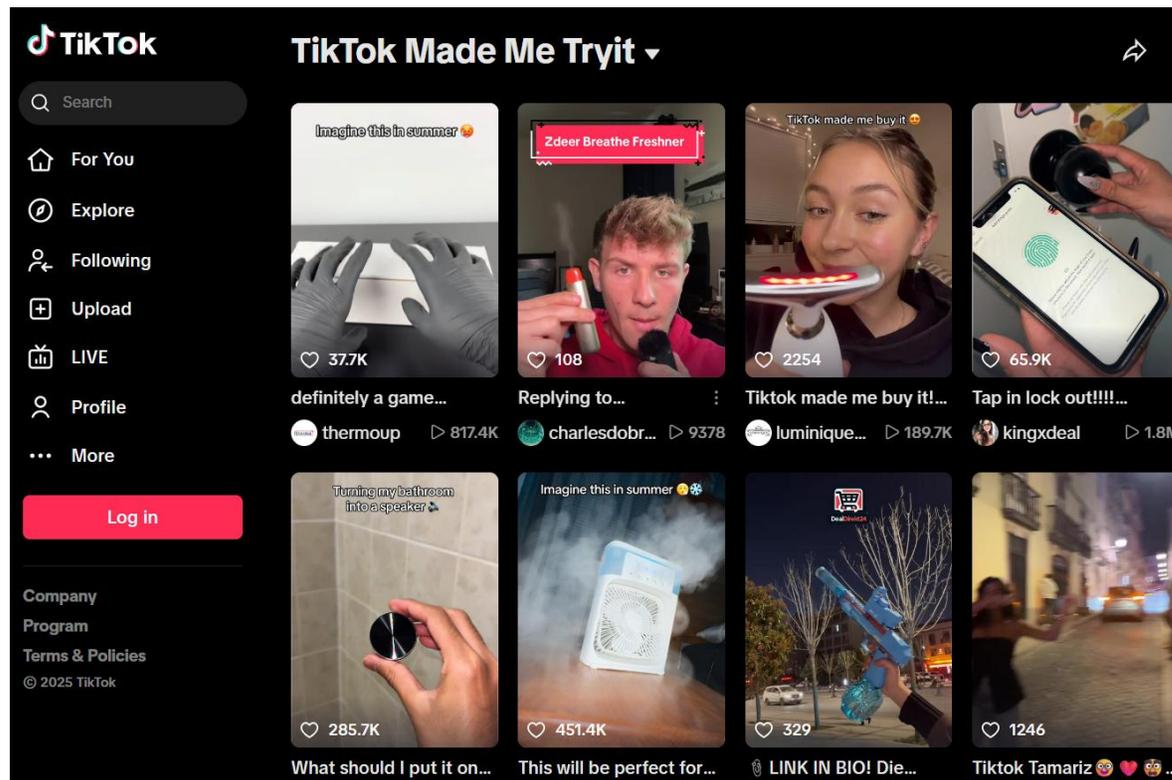
## Abwicklung & Logistik

- TikTok bietet Fulfillment (TikTok Fulfilled) oder eigene Logistik
- Zahlungsmethoden: u.a. Klarna, PayPal, Kreditkarte
- Auszahlung an Händler:innen: Automatisiert nach Bestellabwicklung auf dein Bankkonto
- Kostenstruktur:
  - Keine monatliche Grundgebühr
  - Verkaufsprovision: aktuell ca. 5 % pro Bestellung (Stand: Mai 2025)
  - Optional: Creator-Provisionen beim Affiliate-Verkauf



# 5 Content, der verkauft: Formate, Strategien & Storytelling

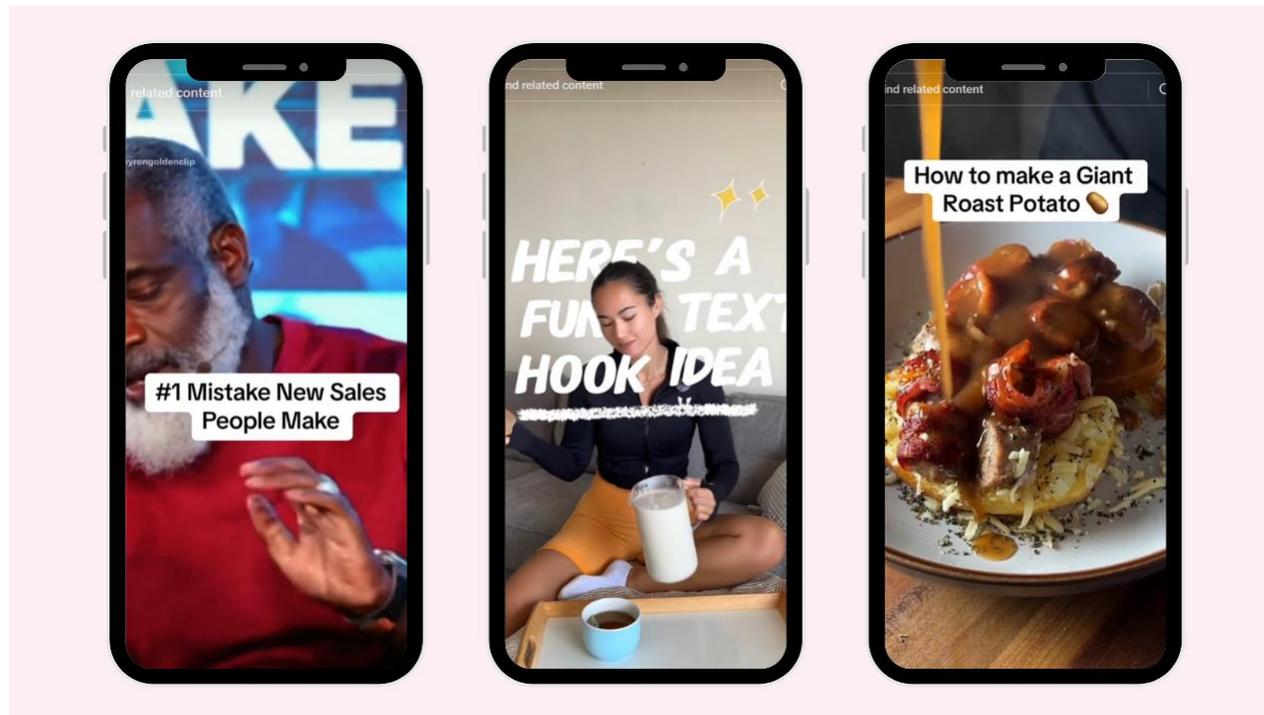
## Erfolgsformate auf TikTok



- Unboxing / Try-On Hauls
- Behind-the-Scenes / Herstellungsprozess
- „TikTok made me buy it“-Trend
- Vergleichs-Videos (z. B. „Billig vs. Hochwertig“)
- Creator-Collabs (Ads oder organisch)

Quelle: <https://www.tiktok.com/discover/tiktok-made-me-tryit?lang=en>

## Content-Prinzipien



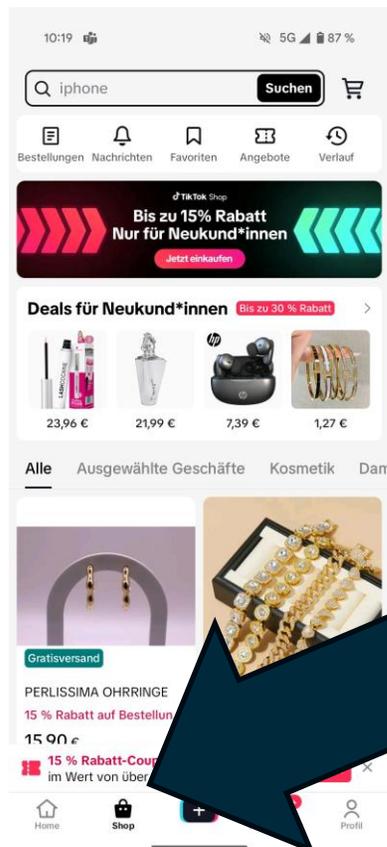
- Hook in den ersten 2 Sekunden: z. B. überraschende Aussage, Frage oder Problem
- Call-to-Action nicht zu werblich – eher inspirierend oder auffordernd
- Authentizität statt Werbeästhetik: Nutzer schätzen „reale“ Situationen

Quelle: <https://www.minta.ai/blog-post/tiktok-hooks>

## Storytelling-Techniken

- Problem-Lösung-Prinzip: Zeigen Sie ein Problem – und Ihr Produkt als Lösung
- Mini-Serien: Bauen Sie Spannung auf über mehrere Clips hinweg
- Humor & Memes – angepasst an die Zielgruppe

## TikTok Shop Integration im Content



- Produktverlinkung direkt im Video
- Livestream-Shopping mit Live-Kommentaren & Produktkauf in Echtzeit
- „Anchor Videos“ mit langfristiger Sichtbarkeit für Bestseller
- „Shop“-Tab im Profil: Aufbau eines dauerhaften Storefronts auf dem TikTok-Kanal

## Hilfe beim Storytelling: Content-Ideenliste mit ChatGPT

Tag	Content-Idee	Video-Typ
1	„Das ist unser beliebtester Stift – und warum ihn alle lieben“	Produkt-Demo
2	„5 Geschenkideen unter 10 € – ideal für den Schulanfang“	Top-Liste
3	Unboxing: Neue Lieferung mit besonderen Notizbüchern	Unboxing
4	„So sieht ein Montag bei uns im Laden aus“	Behind the Scenes
5	„Wusstest du, dass es dafür wirklich einen Stempel gibt?“	Fun Fact
6	Kundenfrage beantworten: „Was ist der Unterschied zwischen A5 und A6?“	Erklärvideo
7	„Ich teste TikToks beliebtesten Gelschreiber“	Trend-Test
8	„3 Dinge, die Lehrer bei uns immer kaufen“	Zielgruppen-Fokus
9	„Wenn du im Laden arbeitest und dieser Kunde reinkommt...“	Humor-Video
10	DIY: Karte basteln mit unseren neuen Brush Pens	Tutorial

## Hilfe beim Storytelling: Hook-Vorlagen mit ChatGPT

- „Du wirst nicht glauben, was dieser Stift kann...“
- „Unsere Kunden kaufen DAS jedes Jahr wieder – aus gutem Grund.“
- „Wenn du gerne schreibst, brauchst du das in deinem Leben.“
- „Das ist nicht einfach nur ein Notizbuch – das ist ein Lebensgefühl.“
- „Ich arbeite in einem Schreibwarengeschäft – das sind meine 3 Geheimtipps.“
- „Kennst du diese eine Sorte Tinte, die jeder Schüler liebt?“
- „Unser meistverkauftes Produkt im August war... und das ist der Grund.“
- „Mit diesem Stempel wird dein Geschenkpapier zum Highlight.“
- „Wenn du Bullet Journaling liebst, dann bleib unbedingt dran.“
- „Das sind unsere beliebtesten Neuheiten – und meine ehrliche Meinung dazu.“

# Hilfe beim Storytelling: Template mit ChatGPT

Beispielprodukt: Hochwertiger Füller (ideal für Geschenkideen oder Schule)

- **Intro (Hook):** „Ich hab noch nie so gerne mit der Hand geschrieben – und das liegt an genau diesem Füller.“
- **Problem zeigen:** „Früher hab ich mir beim Schreiben ständig die Finger verschmiert oder hatte Druckstellen – Stift kaputt, Hand verkrampft, Sauklaue.“
- **Lösung vorstellen (Produkt im Fokus):** „Dann hab ich diesen Füller aus unserem Sortiment ausprobiert – liegt super in der Hand, schreibt weich wie Butter und sieht auch noch edel aus.“
- **Ergebnis zeigen:** „Seitdem schreiben sogar meine Kinder freiwillig mit Füller – und ich hab endlich wieder Lust auf handgeschriebene Notizen.“
- **Call-to-Action:** „Wenn du das mal ausprobieren willst – findest du bei uns im TikTok Shop oder direkt bei uns im Laden!“



## ⑥ Operative Umsetzung und Tools

## TikTok Shop Setup & Integration

- Anmeldung unter: TikTok Shop Seller Center
- Content-Erstellung und Videobearbeitung

Tool	Funktion
<b>CapCut</b>	Schnitt, Filter, Text, Musik – ideal für TikTok-optimierte Videos
<b>InShot</b>	Schneller Videoschnitt, Formatwechsel, Split-Screen
<b>Canva (Pro)</b>	Gestaltung von Thumbnails, Texteinblendungen, Video-Overlays
<b>VN Video Editor</b>	Fortgeschrittener, aber intuitiver Editor mit Ton- und Effektsteuerung
<b>Mojo</b>	Animierte Produktvorstellungen & Stories, gut für Reels & TikTok
<b>Lightroom Mobile</b>	Für die Nachbearbeitung von Produktbildern (z. B. für Coverfotos im TikTok Shop)

- Produkthochladung & Verknüpfung mit Content

## Analyse und Tracking

- **TikTok Ads Manager – auch ohne Werbung nutzbar zur Auswertung von:**
  - View-Through Conversions
  - Klickpfaden
  - Zielgruppen-Insights
  - Zugriff: <https://ads.tiktok.com>
- **TikTok Pixel – ähnlich wie bei Meta (Facebook/Instagram):**
  - ermöglicht Conversion-Tracking auf Ihrer externen Website
  - Wichtig, wenn Sie Verkäufe oder Leads außerhalb des TikTok Shops tracken möchten
- **Analytics im Seller Center:**
  - Verkaufszahlen pro Produkt
  - Conversion-Raten aus Videos
  - Retourenquote & Versandzeiten

## Creator-Kollaborationen

- **TikTok Creator Marketplace (TCM):**
  - Offizielle Plattform zur Suche nach passenden Creators
  - Filterbar nach Branche, Sprache, Followerzahl, Engagement
  - Möglichkeit, Kampagnen direkt zu erstellen und zu messen
- **Affiliate-Programm via Seller Center:**
  - Produkte für Creator freigeben
  - Händler bestimmen Provisionen (z. B. 10 % pro Verkauf)
  - Creators wählen Produkte aus deinem Shop aus und bewerben sie eigenständig

## Planung und Automatisierung mit Redaktionsplanungstools

- **Notion oder Trello:** Content-Kalender, Ideenmanagement, Workflows
- **Metricool oder Loomly:** Postplanung, Performance-Analyse, Wettbewerbsmonitoring
- **Google Sheets:** Kostenlos, kollaborativ, für einfache Redaktionspläne geeignet



7 Fazit

## Fazit und Handlungsempfehlungen

- TikTok Shop ist eine langfristige Chance, nicht nur ein kurzfristiger Trend.
- Content ist der neue Vertriebskanal – er funktioniert, wenn er authentisch und kreativ ist.
- Einzelhändler können auch mit kleinem Budget skalieren, wenn sie gezielt testen, was funktioniert.
- Starten statt zögern: Plattformlogik verstehen, erste Testkampagnen starten, Learnings ziehen.

### **Nächste Schritte:**

- ✓ TikTok Business Account & TikTok Shop einrichten
- ✓ Erste Content-Ideen skizzieren (Start: 3 Formate)
- ✓ Lokale oder Nischen-Influencer identifizieren
- ✓ KPI-Tracking von Anfang an integrieren (z. B. CTR, Watchtime, Conversion)



Fragen?

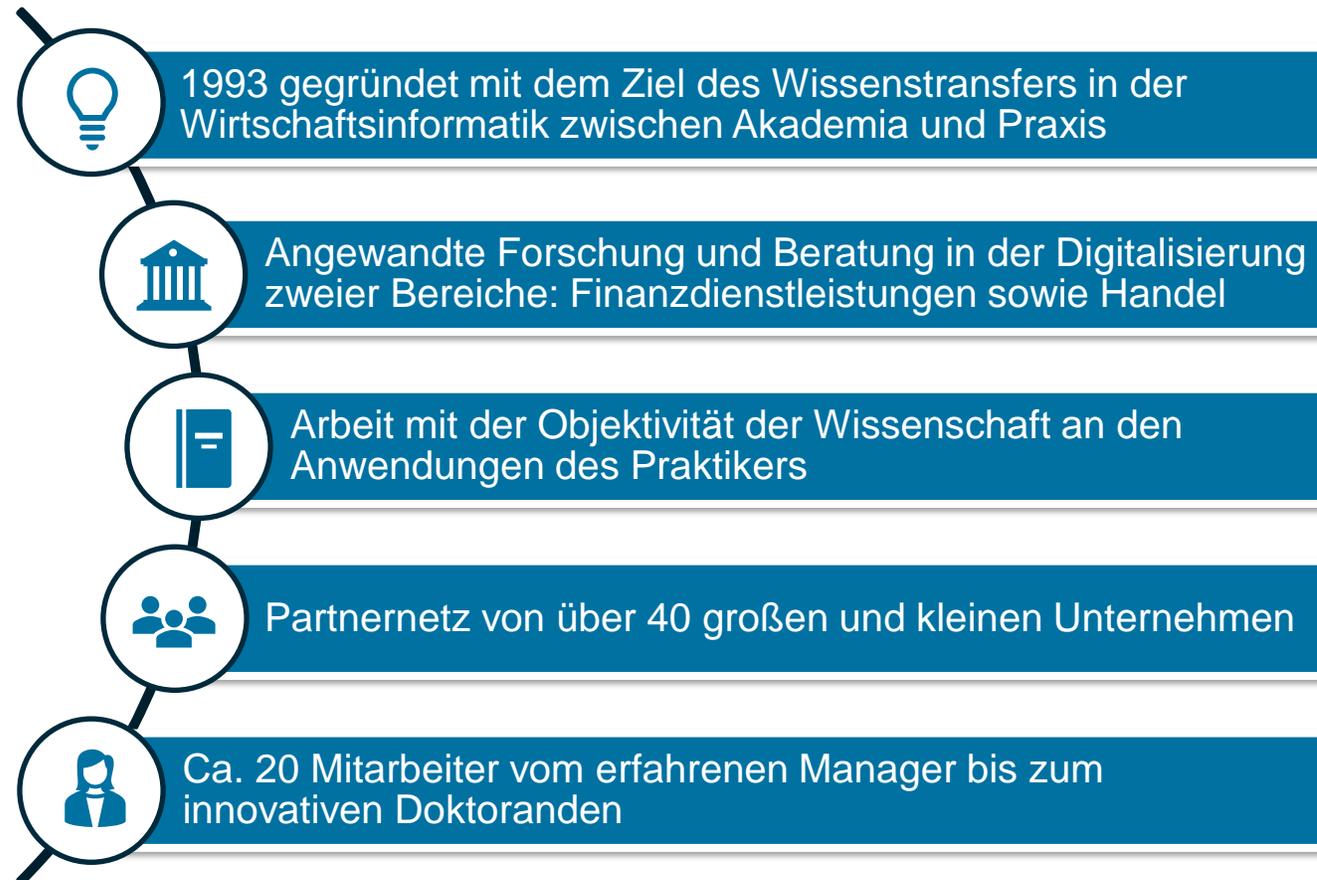
## Kommende Webinare

04.06.2025	09:30 Uhr	<b>Dropshipping: Goldgrube oder Geldfalle?</b>
05.06.2025	08:30 Uhr	<b>Produktsicherheitsverordnung, Verpackungsverordnung &amp; Co.: Welche gesetzliche Mindestanforderungen Händler kennen und praktisch umsetzen müssen</b>
24.06.2025	08:30 Uhr	<b>Web-Analytics mit Google Analytics, Social Insights &amp; Co.: Wertlose Datensammlung oder Erfolgsfaktor?</b>
25.06.2025	08:30 Uhr	<b>Mit WhatsApp-Business erfolgreich Kundenkontakte pflegen</b>
26.06.2025	08:30 Uhr	<b>Google Analytics richtig nutzen: Von Standardberichten bis zur eigenen Analyse</b>

[www.erfolgreich-handeln.bayern](http://www.erfolgreich-handeln.bayern)



## Über ibi research



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



**ibi research an der Universität Regensburg GmbH**

Galgenbergstraße 25

93053 Regensburg



0941 788391-0



erfolgreichhandeln@ibi.de





## Partner & Unterstützer





Bayerisches Staatsministerium für  
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie  
[stmwi.bayern.de](http://stmwi.bayern.de)