



**TIKTOK - COMMUNITY
MANAGEMENT
GUIDELINE**

DIE VOLLVERSION



Was ist das überhaupt?

Community-Management ist der Aufbau einer authentischen Gemeinschaft durch verschiedene Arten der Interaktion. Es geht darum, wie eine Marke Gelegenheiten nutzt, um mit ihrem Publikum zu interagieren und ein Netzwerk zu schaffen, in dem es sich verbinden, austauschen und wachsen kann.



Wie setze ich das auf TikTok um?

Dafür gibt es zwei Wege. Das ist Weg Nr. 1:

1. Präsent auf der Plattform sein

Wo?	Auf der FYP deines Markenprofils (!)
Wie?	Scrolle mit deinem Markenprofil durch die FYP
Was?	Halte Ausschau nach viralen Videos
Wann?	Mind. 1x täglich



Wie erkenne ich virale Videos?

Virale Videos sind nichts weiter als Videos mit hohen View-Zahlen und gleichzeitig hohem Engagement.

Aber: Du musst virale Videos erkennen, bevor sie viral gehen.

So erkennst du virale Hits frühzeitig:

- Videos mit wenigen Views aber bereits vielen Kommentaren/Engagement (Algorithmus stuft Video als relevant ein und zeigt es mehr Menschen)
- Es gibt bereits einige Kommentare mit vielen Likes

Wieso nutze ich virale Videos für mich?

Weil du die erwartende oder bereits bestehend hohe Reichweite des Videos für deine Brand nutzen kannst! Auf deiner FYP warten große Bühnen, auf denen du mitfeiern kannst! Sei ein Teil der Social Media Plattform.



Dazu musst du folgendes tun...

- Schreibe einen kreativen Kommentar (Emojis sind passende Reaktionen, aber kein sonderlich kreativer Kommentar)



- Biete einen Mehrwert (Unterhaltung steht hier meist an erster Stelle -> Bringe die Leute zum Lachen!).
- Gehe auf den Inhalt des Videos ein (keine Witze oder Sprüche aus dem Internet kopieren, die nichts mit dem Video zu tun haben).
- Formuliere deinen Kommentar knapp, einfach und verständlich für die Gen Z.
- Sei relatable (gehe z.B auf Alltagssituation ein und spreche dabei auf Augenhöhe mit den User:innen).
- Passe dich an den Humor der Top-Kommentare an! Oft wird ein ähnlicher Kommentar genauso gefeiert.

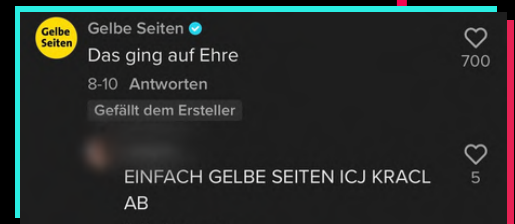


Diese Vorteile werden folgen...



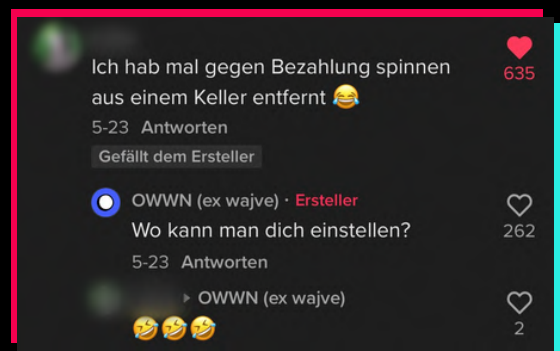
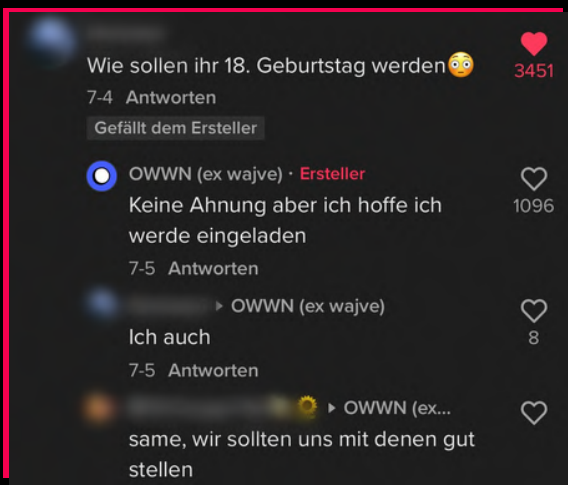
- Du erreichst dadurch viel mehr **Reichweite**.
Info: Leider ist diese nicht unbedingt messbar, aber wenn du täglich unter viralen Videos kommentierst, wird dein Brandname häufiger von User:innen gesehen als über deine wenig erfolgreichen Videos auf deinem Kanal. Wir beobachten dabei oft einen Anstieg an Profilaufrufen.
- Du sammelst **Sympathiepunkte**. Die Community sieht dich als einer von ihnen, da du keine "klassische" Werbung für dein Produkt machst, sondern dich mit den User:innen austauschst (Bsp.: Netflix Praktikant)
- Du lernst mehr über TikTok. Durch das tägliche scrollen auf der FYP entdeckst du leichter a) Trends für deinen Kanal b) Themen, die bei der Gen Z relevant sind c) wie und warum virale Videos funktionieren.
- Du kommst mit Creator:innen in den Austausch. Große Influencer:innen erreichen i.d.R. häufig virale Hits, weshalb du ohnehin ihre Videos sehen und hoffentlich auch kommentieren wirst. Oft hat man so eine gute Basis für zukünftige Kooperationen.

📄 Profilaufrufe
10.8K (+338.17%)



Der 2. Weg

2. In Kommunikation mit deiner Community sein



Wo?

1. In den Kommentaren der Videos deines Markenprofils
2. In deinen TikTok-Benachrichtigungen unter "Markierungen"

Wie?

Kontrolliere in deinen Benachrichtigungen und deinen neu veröffentlichten Videos nach Kommentaren deiner Community

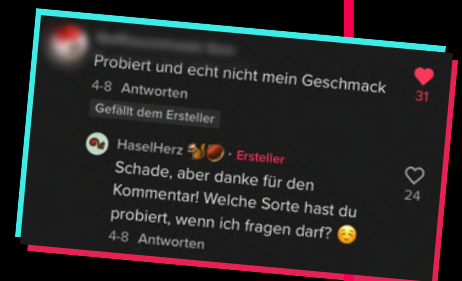
Wann?

1x täglich (je nach Postfrequenz auch weniger)



Wie gehe ich mit Kommentaren unter meinen Videos um?

- Zunächst mal: Nicht ignorieren!
- Kommentare sind die einzige Engagement-Metrik, die du qualitativ bewerten kannst
- Mit diesen Kommentaren solltest du unbedingt interagieren: Kommentare, a) deren Aussagen deine Brand zustimmt b) die einen Mehrwert bieten c) die sich positiv zu deiner Brand äußern
- Antworte auf Kommentare, die a) eine Frage enthalten b) viele Likes haben (=viel Zustimmung)
 - **TIPP:** Wenn eine Frage häufiger auftaucht, mache ein ganzes Video aus der Antwort (z.B. wie benutzt man dein Produkt richtig?). Nutze dafür die Funktion "Mit einem Video antworten".
- Destruktive, negative Kommentare kann man unkommentiert lassen. Bei konstruktiver Kritik, kannst und solltest du sachgemäß antworten.
- Respektlose Kommentare können gelöscht werden.



Wie antworte ich?

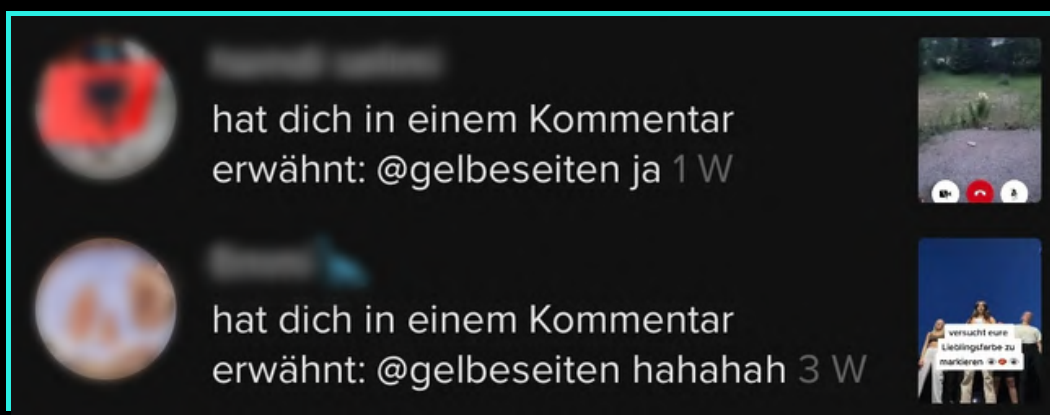
- Hier ist es nicht zwingend notwendig witzige oder kreative Kommentare zu verfassen! Du kannst dir durch witzige und kreative Antworten aber ein paar Bonuspunkte und Likes einholen, aber das ist hier nicht dein Fokus!
- Dein Fokus ist es für deine Community da zu sein.
- Antworte dabei immer ehrlich und zeitnah und kommuniziere empathisch auf Augenhöhe.
- Spare dir die höflichen Floskeln, wie Hallo Username, Liebe Grüße.
- Benutze die Gen-Z Sprache! Tipp: Das Gen-Z-Lexikon
- Beantworte Fragen klar, deutlich und knapp, es gibt eine klare Zeichenbegrenzung, die du nicht überschreiten solltest.
 - Ausnahme: Ein heiß diskutiertes Thema in den Kommentaren, wozu du Stellung nehmen möchtest. Hier darf es dann auch länger und ausführlicher werden.
- Bei witzigen/viralen Kommentaren, kannst du ebenfalls eine witzige Antwort verfassen oder du lachst (z.B. mit Hilfe von Emojis) mit und sammelst dadurch Sympathiepunkte bei der Community.



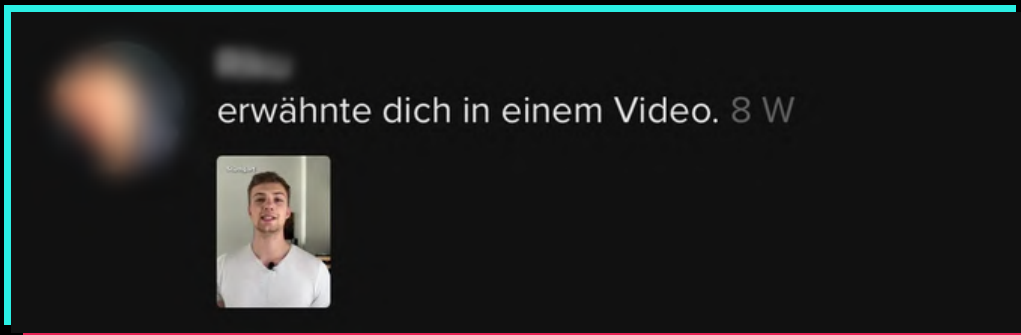
Wie gehe ich mit Markierungen um?

Es kann vorkommen, dass dich User:innen unter anderen Videos markieren oder dich sogar in einem Video in der Caption erwähnen. Oft sind es Markierungen, die keinen großen Mehrwert haben und Spam sind. Wenn das jedoch nicht der Fall ist, dann solltest du so reagieren...

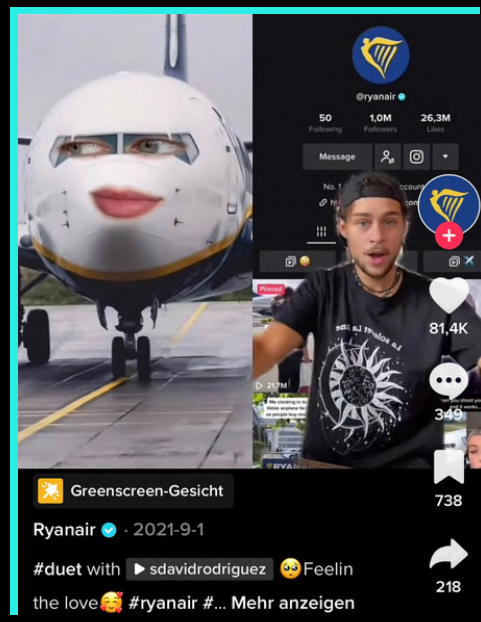
- a) Du wirst in den Kommentaren unter einem Video eines anderen Creators/einer anderen Brand markiert -
> Schau was der Inhalt des Kommentars ist und befolge die Regeln wie bei Kommentaren unter deinen eigenen Videos



- b) Du wirst in einer Videocaption markiert -> Wenn die Person dich in ihrem Video erwähnt und dich und/oder dein Produkt thematisiert kannst du es bei einem Kommentar mit den oben stehenden Regeln belassen



- c) Wenn das Video viral geht und/oder einen hohen Mehrwert hat, überlege dir, wie du das Video duetten oder stichen kannst, um UGC bestmöglich für deinen Kanal zu nutzen.



Wieso beantworte ich Kommentare?



- Weil User:innen deinen Beitrag als so relevant empfunden haben, dass sie diesen kommentieren
 - Einen Kommentar zu verfassen, nimmt für die User:innen viel Zeit in Anspruch, du solltest sie dafür belohnen. Gerade auf TikTok, wo wir in kurzer Zeit von einem Contentpiece zum anderen springen, ist diese Zeit sehr wertvoll.
- Du kannst Sachen richtig stellen. Oft tauchen Fragen oder sogar falsche Feststellungen auf, die du beantworten oder widerlegen kannst.
- User:innen, die einen Kommentar verfassen, fühlen sich gehört und gesehen und können dadurch eine stärkere Markenbindung aufbauen.
 - Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass User:innen öfter kommentieren und du so deine Engagement-Rate insgesamt erhöhst und du baust eine starke Verbindung zu deiner Community auf.



TIPP: Gerade auf TikTok ist dies schwierig, da deine Reichweite größtenteils von der FYP stammt. Deshalb ist es nicht wichtig, wie viele Follower du hast, sondern wie stark deine Community ist.

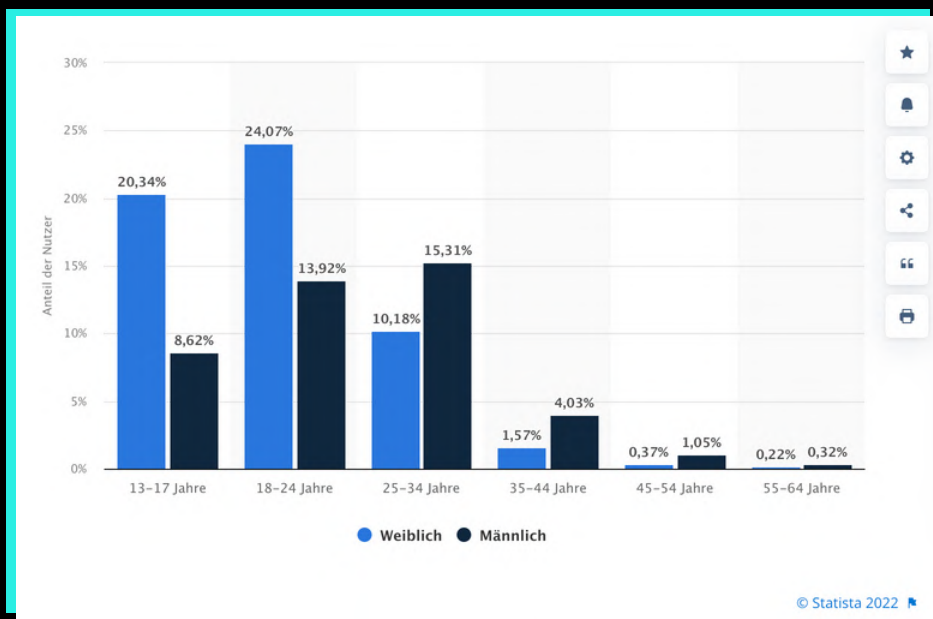


Besonderheiten auf TikTok

Wie unterscheidet sich Community Management auf TikTok von anderen Plattformen?

Die grundlegenden Regeln des Community Management bleiben bestehen. Trotzdem gibt es einige Besonderheiten:

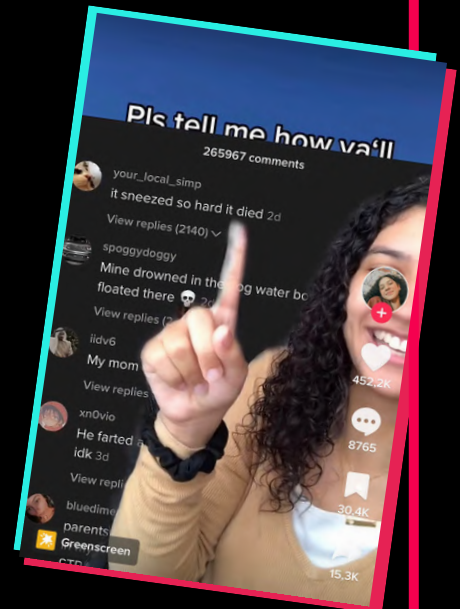
- Du sprichst mit Gen Z! Größter Anteil der Nutzer:innen nach Altersgruppe auf TikTok ist 18-24 Jahre (Quelle).



- Die Plattform ist authentischer und näher als andere Social Media Plattformen. Hier kannst du herrlich ehrlich sein und deine Marke auch mal richtig auf die Schippe nehmen (Beispiel).



- Virale Kommentare zu schreiben ist hier deutlich einfacher, da die Plattform ebenfalls von ihren unterhaltsamen Kommentaren lebt (User:innen schauen sich die Kommentare eines Videos viel eher an) Beispiel.
 - Teilweise können Kommentare sechsstellige Likes bekommen!



- Brandkommentare unter TikTok-Videos werden häufig und gerne gesehen. Du hast also oft Konkurrenz.
- Vor allem wenn dein Kanal verifiziert ist und du damit den blauen Haken hast, werden deine Kommentare auffallen und von User:innen genau unter die Lupe genommen. Möge der beste Kommentar gewinnen!



Und zum Schluss: Die DO's and DON'Ts

- ✓ Auf Augenhöhe kommunizieren
 - ✓ Gen-Z-Sprache verwenden (Gen-Z-Wörterbuch)
 - ✓ Mehrwert bieten (bei Kommentaren ist das meist Unterhaltung)
 - ✓ Empathisch handeln
 - ✓ Versuche deinen Account zu verifizieren (erfahrungsweise hast du so höhere Erfolgchancen)
 - ✓ Zeitnah agieren (Mit jeder Stunde verlieren Kommentare ihre Relevanz)
 - ✓ Relatable sein
- CM nutzen, um Produkt zu bewerben bzw. direkte Werbung machen! X
- Unkreative Kommentare, die für die Gen Z nicht relevant sind! X
- Community Management vernachlässigen! Man kann es nicht oft genug sagen: Einfach nur Inhalte posten, verfehlt den Zweck von Social Media. X



Du hast es geschafft!

Danke für's Durchlesen!
Jetzt solltest du Community
Management auf TikTok richtig
rocken können!

ARBEITE MIT UNS!

UNSERE PROJEKTE

MEHR INPUT ZU TIKTOK



@proandme



@proandme