

# TIKTOK-INDEX

## Corporate Accounts der 160 DAX, MDAX- und SDAX-Unternehmen

TikTok generiert auch in Deutschland immer stärkere User-Zuwachsraten liegt mittlerweile auf Platz 3 der häufigsten Downloads im iOS App-Store. Immer mehr Unternehmen integrieren TikTok als Owned Media Channel in ihre Kommunikationsstrategie, um mit ihren Zielgruppen zu kommunizieren.

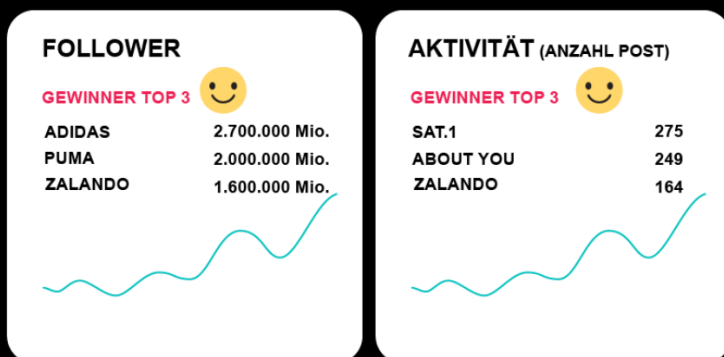
### Aktive Corp. Accounts

Insgesamt sind nur 19 der 160 genannten Börsenindizes genannten Consumer Marken und Unternehmen auf der Kurzvideo-Plattform vertreten bzw. aktiv. Die aktiven und verifizierten Corporate Accounts verfügen über insgesamt 9.808.815 Millionen Follower (Stand 30.06.2022).



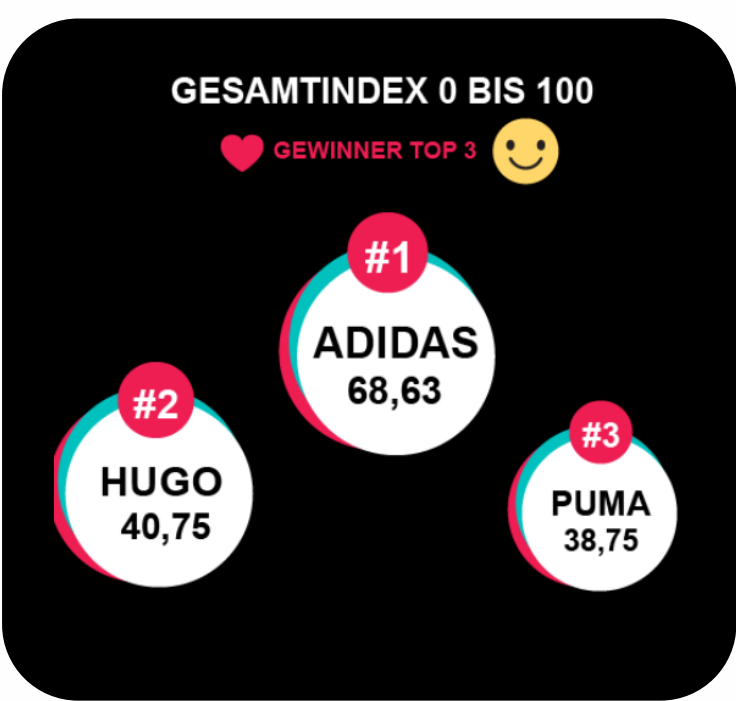
### Followerwachstum

Gemeinsam konnten die aktiven Account im Untersuchungszeitraum (01.01.2022 bis 30.06.2022) beeindruckende 3 Millionen neue Follower dazu gewinnen und veröffentlichten insgesamt 1.377 Videos, auf denen sie 22,6 Millionen Reaktionen und Kommentare und noch mal 22,2 Millionen Likes generieren konnten.



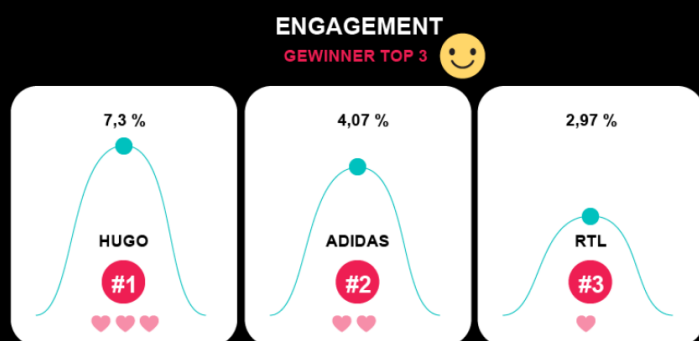
### Die Gewinner

Auf Platz 1 mit einem Gesamtindex von 68,63 Punkten landet Adidas. Deutlich dahinter auf Platz 2 mit lediglich 40,75 Punkten liegt der TikTok Kanal von Hugo Boss, gefolgt von Puma mit 39,16 Punkten auf Platz 3. Ebenfalls im vorderen Segment landen Sat1, Zalando sowie AboutYou. Abgeschlagen dagegen sind die Corporate Account von o2 Deutschland, HelloFresh Deutschland sowie AutoScout24, ein Unternehmen der Scout24 SE.



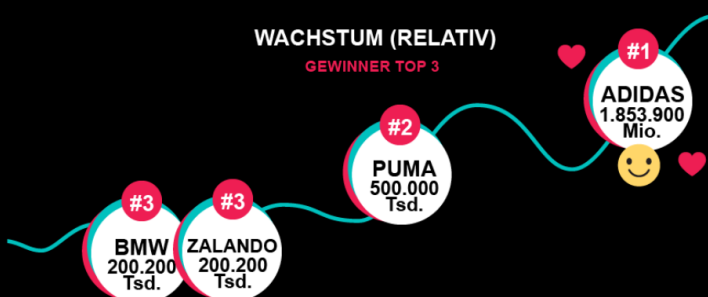
### Engagement

Die Champions unter den TikTok-Corporate Accounts treffen mit ihren Inhalten den richtigen Ton ihrer Zielgruppe und zeichnen sich durch ein besonders hohes Engagement aus. Bis zu 7,31% (Hugo Boss). Grundsätzlich lässt sich beobachten, dass die TikTok-Corporate Accounts, die regelmäßig Content posten und eine hohe Engagement-Rate aufweisen.



### Wachstumschancen

Da TikTok ein Content-Graph ist und kein Social-Graph, schaffen es auch TikTok-Corporate Account's mit verhältnismäßig geringen Followerzahlen eine hohe Reichweite zu erzielen. Es zeigt sich, dass die Accounts, die ein hohes Engagement aufweisen, auch das größte relative Wachstum von bis zu 219% (Adidas) erreichten.



### Referenzen

Untersucht und ausgewertet wurden die verifizierten und aktiven TikTok Accounts der 160 im DAX, MDAX und SDAX notierten Unternehmen. Für den Untersuchungszeitraum Januar bis Juni 2022 wurden die Reichweiten, Engagementwerte und Interaktionsdaten erhoben und im Index erfasst. Landau Media ist Anbieter für Medienbeobachtung, Media Intelligence Services und Social Media Monitoring und bietet seit Juli 2022 ein professionelles TikTok-Monitoring im Rahmen seiner Services an.