



# HEY!

VIELEN DANK, DASS DU UNSEREN GUIDE VON INSTAGRAM VS. TIKTOK HERUNTERGELADEN HAST!

WIR HELFEN DIR AUCH GERNE IN ANDEREN BEREICHEN WEITER! HIER KENNEN WIR UNS BESTENS AUS:

- SEO & Content-Marketing
- Ads in Google, Bing, Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn und TikTok
- Websites & Online-Anwendungen
- Grafik- & Corporate-Design

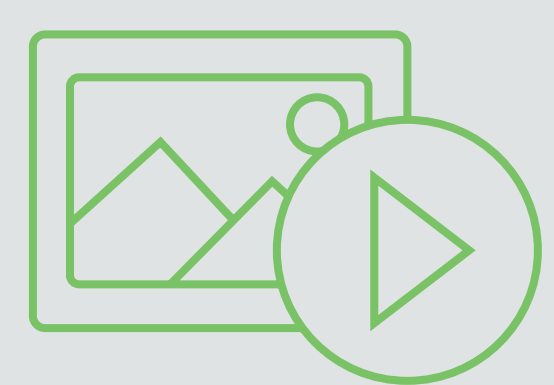
DU HAST INTERESSE? DANN SCHAU AUF UNSERER WEBSITE VORBEI UND INFORMIERE DICH:

[ZUR WEBSITE!](#)

# Instagram vs. TikTok

## Überblick

### Instagram



**Bild- & Videoplattform**



**Erscheinungsjahr: 2010**



**Nutzer: Über 2 Milliarde aktive Nutzer weltweit**



**Entwickler: Kevin Systrom und Mike Krieger**



**Betriebssystem: Windows, Android, iOS**



**Website: www.instagram.de**

### TikTok



**Videoplattform**



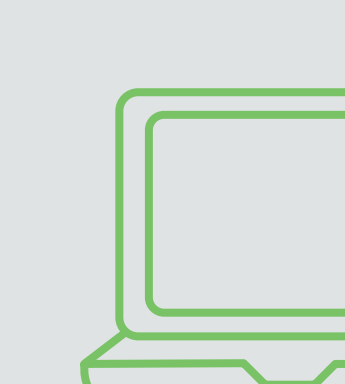
**Erscheinungsjahr: 2016**



**Nutzer: Etwa 1,6 Milliarde aktive Nutzer weltweit**



**Entwickler: TikTok Pte. Ltd**



**Betriebssystem: Android, iOS**

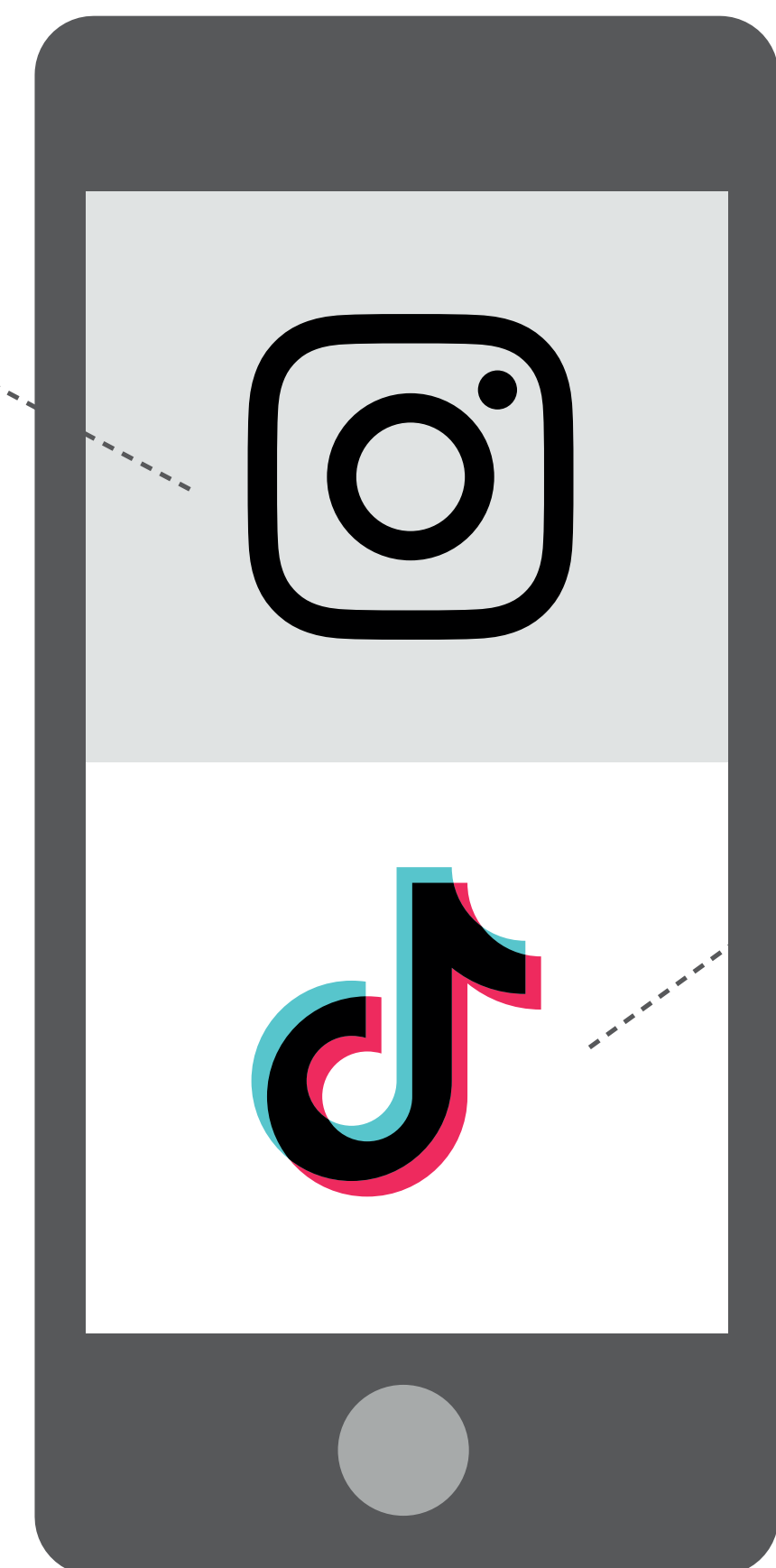


**Website: www.tiktok.com**

## Welche App eignet sich für was?

### Instagram

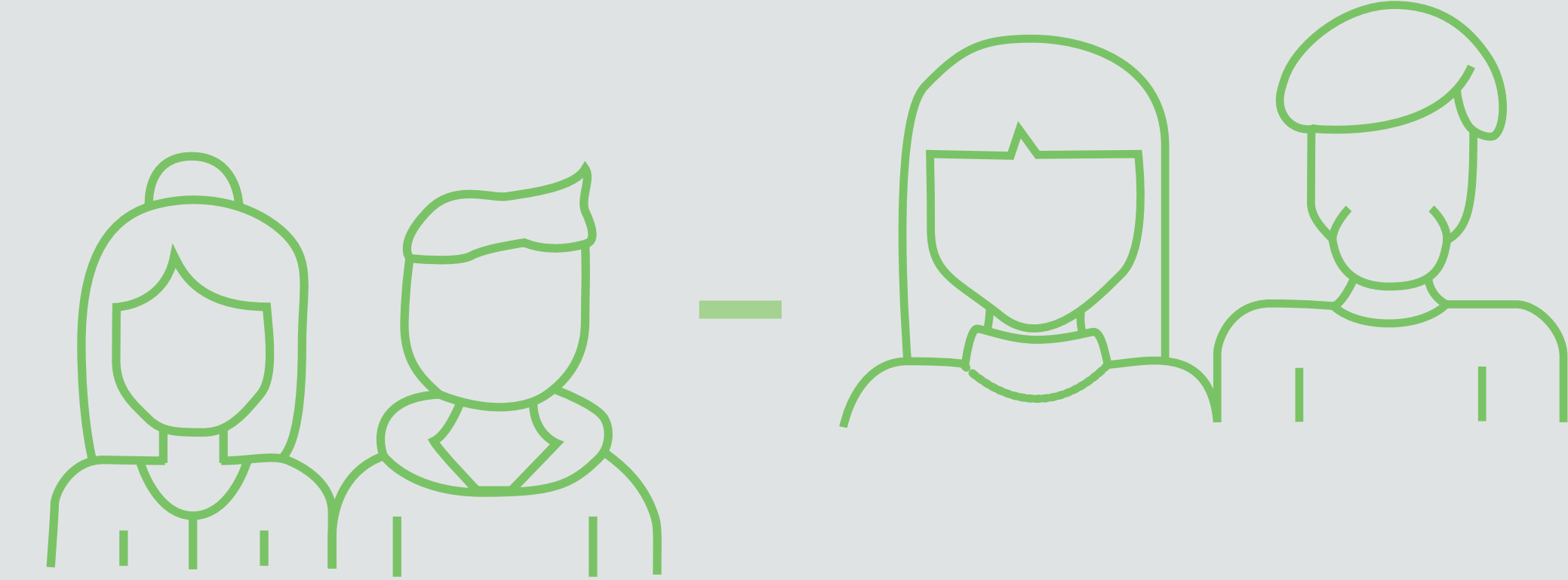
- Erstellen und Teilen von Bildern und kurzen selbstgedrehten Videos (Reels)
- Bild- und Videobearbeitung durch Filter und Effekte
- Anzeigenschaltung für Unternehmen



### TikTok

- Erstellen und Teilen kurzer selbstgedrehter Videos, die mit Musik unterlegt werden können (TikToks)
- Videobearbeitung durch Filter und Effekte
- Challenges, Musik- und Tanzvideos
- Anzeigenschaltung für Unternehmen

## Zielgruppe



Die Altersgruppe der Nutzer reicht von Teenagern ab 15 bis zu Erwachsenen bis etwa 40 Jahren

Mindestalter für die Nutzung: 13 Jahre



Generation Z: Der Großteil der Nutzer ist unter 23 Jahre alt, vorrangig Teenager und junge Erwachsene in den Zwanzigern

Mindestalter für die Nutzung: 13 Jahre

## Themen & Inhalte



Inhalte für ein positives Lebensgefühl



Auf Idealen basierender Content



Kunst und Design



Lifestyle, Food und Party



Fitness und Gesundheit



Reise und Natur



Mode und Beauty



Inspiration und Wissen



Werbeeinhalte durch Bild- und Video-Anzeigen und Influencer-Marketing



Schwächen, lustige Fails und Comedy



Challenges



Lifestyle, Food und Party



Kunst und Design



Fitness und Gesundheit



Reise und Natur



Mode und Beauty



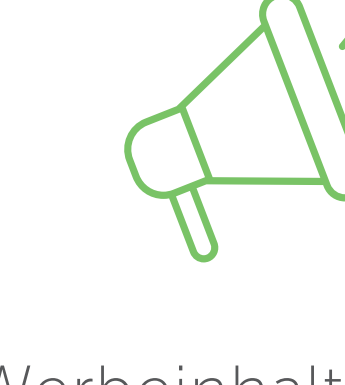
Inspiration und Wissen



Musikbasierter Content wie Tänze und Lipsync-Videos

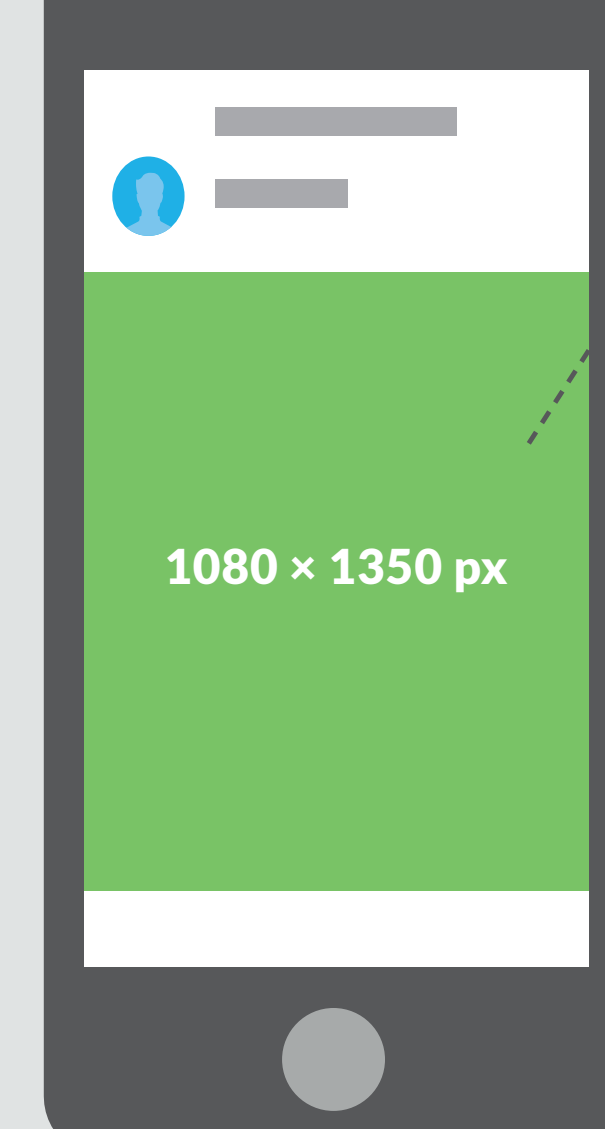


Authentische und humorvolle Inhalte aus der Lebensrealität



Werbeeinhalte durch Video-Anzeigen und Influencer-Marketing

## Contentformate

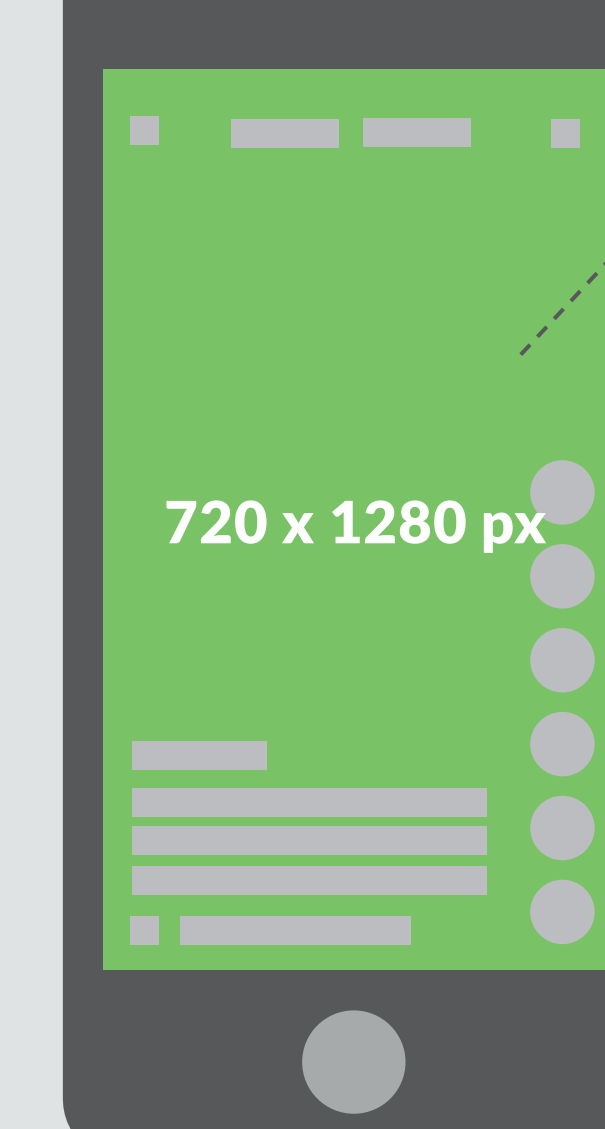


### Beitrag

- Dateigröße bis 4 MB bei Bildern
- Seitenverhältnis 1:1, 1,91:1, 4:5
- Format: JPEG, MP4, MOV, H.264
- Auflösung abhängig vom Format, max. jedoch 1080 x 1350 px
- Beschreibung von bis zu 150 Zeichen
- Posten einzelner Dateien oder Post als Carousel möglich

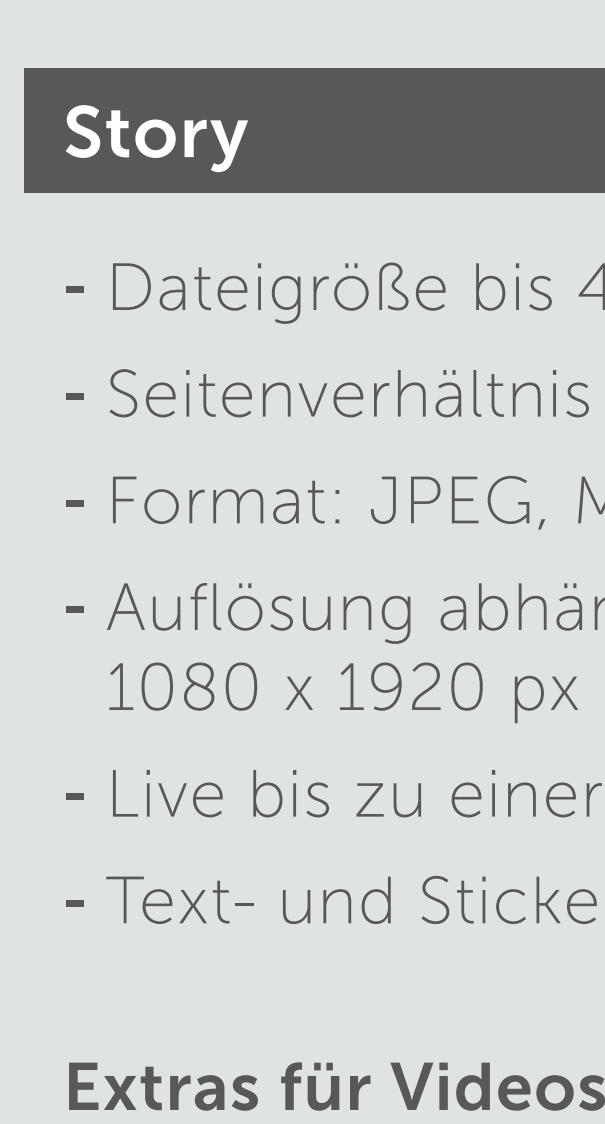
### Extras für Videos:

- Bitrate für Videos bis zu 768 Kbit/s
- Dauer max. 60 Sekunden
- Dateigröße bis zu 15 MB



### TikTok

- Dateigröße bis 500 MB
- Seitenverhältnis: 16:9, 9:16, 1:1
- Format: MP4, MOV, MPEG, AVI
- Auflösung von 720 x 1280 Pixel
- Bitrate: 516 Kbit/s
- Dauer max. 60 Sekunden
- Beschreibung von bis zu 100 Zeichen

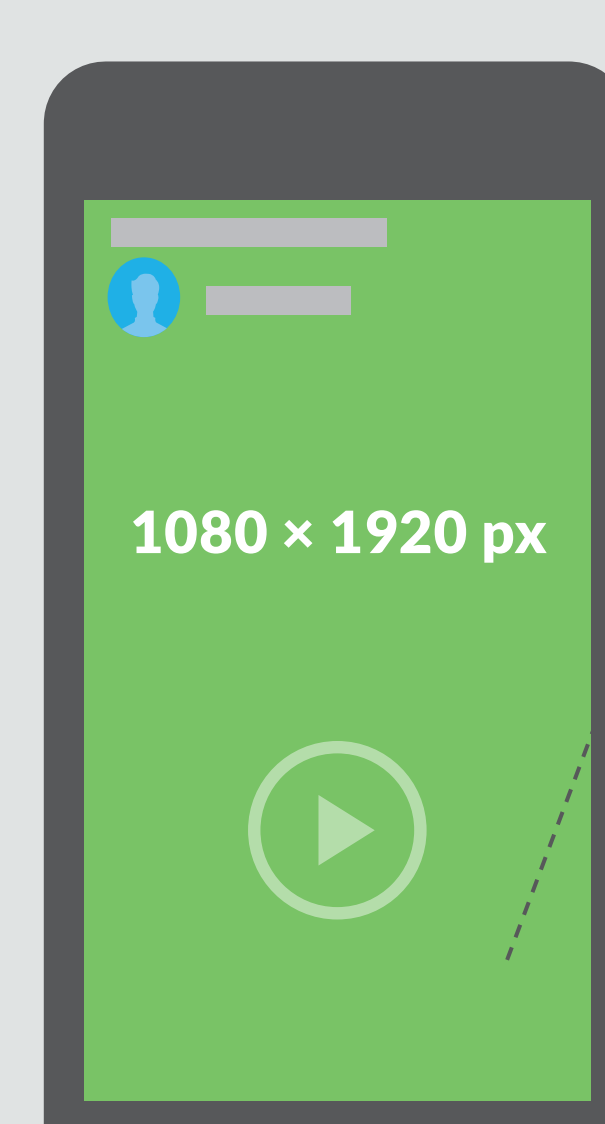


### Story

- Dateigröße bis 4 MB
- Seitenverhältnis 9:16
- Format: JPEG, MP4, MOV, H.264
- Auflösung abhängig vom Format, max. jedoch 1080 x 1920 px
- Live bis zu einer Stunde
- Text- und Stickerfunktion möglich

### Extras für Videos:

- Bitrate für Videos bis zu 768 Kbit/s
- Dauer max. 60 Sekunden

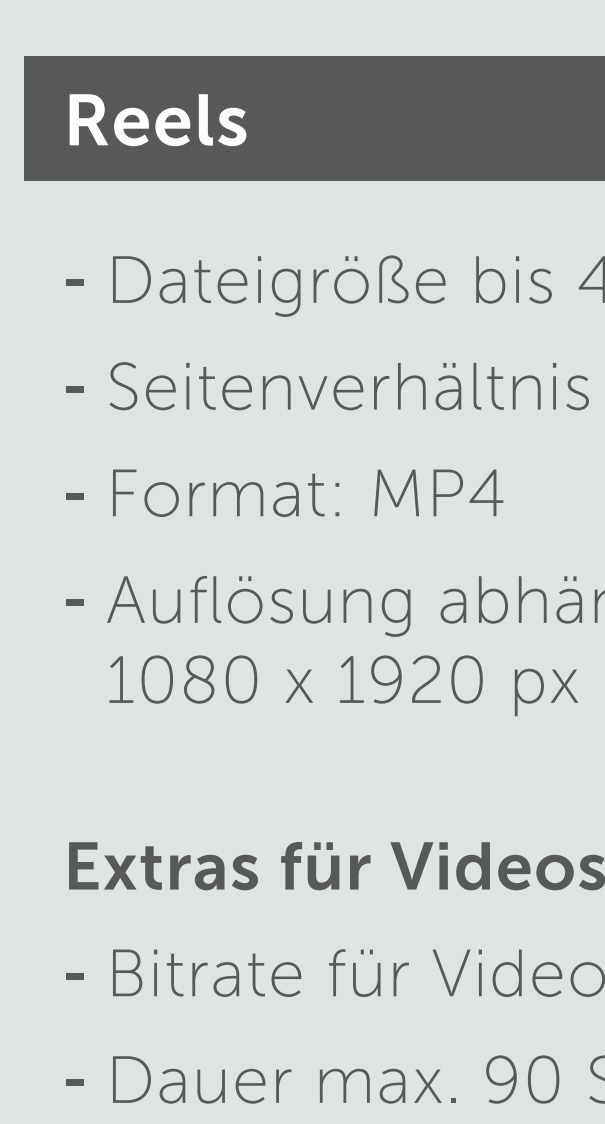


### IG TV

- Dateigröße bis 3,5 MB
- Seitenverhältnis 9:16
- Format: MP4
- Auflösung abhängig vom Format, max. jedoch 1080 x 1920 px

### Extras für Videos:

- Bitrate für Videos bis zu 768 Kbit/s
- Dauer min. 15 Sekunden, max. eine Stunde

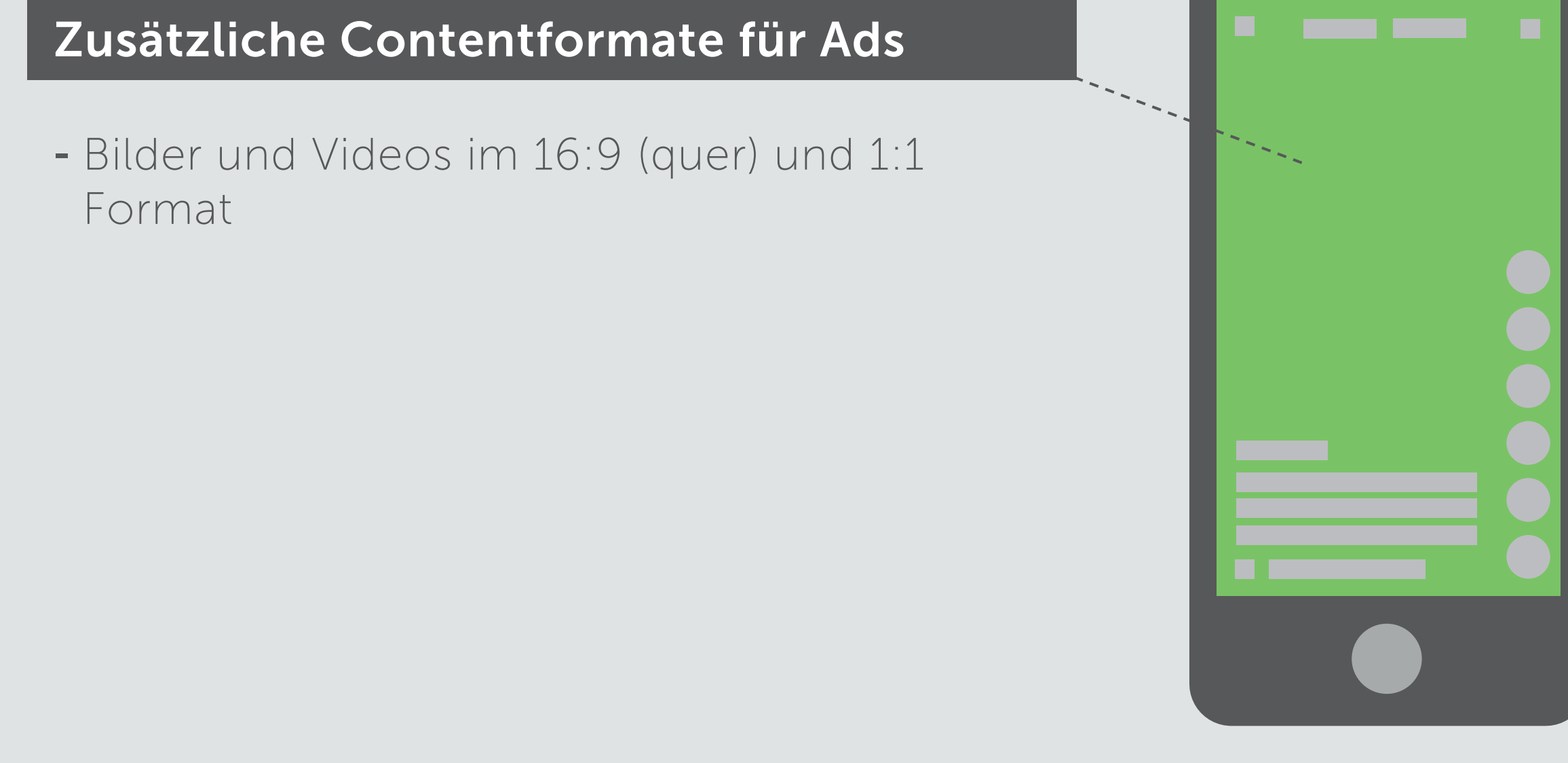


### Reels

- Dateigröße bis 4 MB
- Seitenverhältnis 9:16
- Format: MP4
- Auflösung abhängig vom Format, max. jedoch 1080 x 1920 px

### Extras für Videos:

- Bitrate für Videos bis zu 768 Kbit/s
- Dauer max. 90 Sekunden



### Zusätzliche Contentformate für Ads

- Bilder und Videos im 16:9 (quer) und 1:1 Format

## Bearbeitungsmöglichkeiten

### Reels erstellen und bearbeiten

- Aufnehmen einzelner Sequenzen
- Rudimentärer Videoschnitt
- Hinzufügen von Filtern, Zeiteffekten, Spezialeffekten, Text und Musik

### Bilder erstellen und bearbeiten

- Bildbearbeitung durch Filter, Kontrast und Co.

### TikToks erstellen und bearbeiten

- Aufnehmen einzelner Sequenzen
- Rudimentärer Videoschnitt
- Hinzufügen von Filtern, Zeiteffekten, Spezialeffekten, Text und Musik
- Der Kreativität sind kaum Grenzen gesetzt

## Werbung schalten

### Kampagnen erstellen und planen

Facebook Werbeanzeigenmanager / für einzelne Anzeigen auch direkt über Instagram

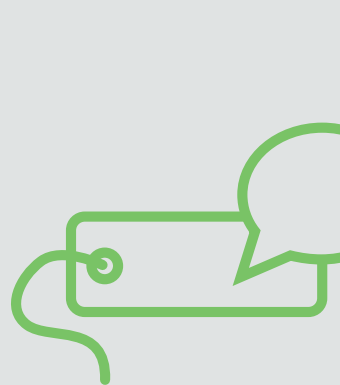
Um den Werbeanzeigenmanager nutzen zu können, müssen Facebook und Instagram verbunden sein. Es stehen die verschiedenen Contentformate (ausgenommen IG TV) zur Auswahl. Anzeigen lassen sich für zeitgleich für Facebook und Instagram planen. Für den Einsatz auf Facebook gelten die Facebook Formate und Vorgaben.

### Kampagnenziele

Auswahl aus sieben Kampagnenzielen:



Beitragsinteraktionen



Markenbekanntheit



Webseitenklicks



App-Installationen



Videoaufrufe



Website Conversion



Produktkataloge

### Kosten

Sie können den Betrag vorgeben. Verteilung ist entweder als Tagesbudget (Schwankungen von bis zu 25% möglich) oder als festes Kampagnenbudget für die Laufzeit möglich.

### Kampagnen erstellen und planen

TikTok Creative Center, Nachbearbeitung ist mit dem TikTok Editor möglich.

Es sind die Contentformate Bild, Video und Text möglich. Für die Anzeigen stehen Self-Service Ads im Feed und Special Ads (erscheinen dem Nutzer beim Öffnen der App) zur Auswahl.

### Kampagnenziele

Auswahl aus sieben Kampagnenzielen:



Reichweite



Traffic



App-Installationen



Videoaufrufe



Lead-Generierung



Community-Interaktion



Conversion

### Kosten

Abhängig von den Einstellungen der Anzeigen, jedoch min. 50 Euro/Tag auf Kampagnenebene.