



TIKTOK

Diese Spezifikationen sind bei Werbung auf TikTok zu beachten.

IN-FEED ADS

Für Video-Anzeigen ohne TikTok-Kanal benötigen wir nur den oder die Spots sowie ein Profilbild und eine Beschreibung mit folgenden Spezifikationen:

PROFILBILD

- **Seitenverhältnis:** 1:1
- **Dateityp:** JPEG, PNG
- **Größe:** < 50 KB

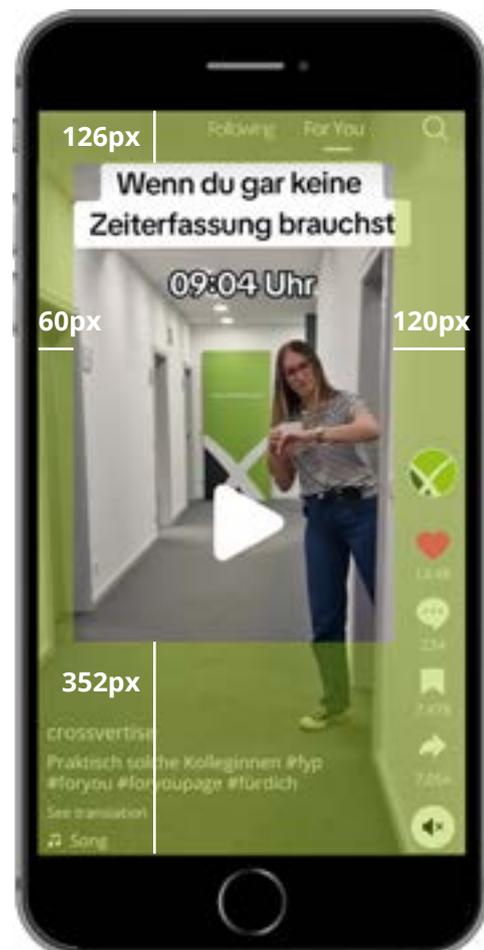
ANZEIGENBESCHREIBUNG

- **Länge:** 80 Zeichen
- Keine Emojis oder Sonderzeichen (z.B. kein @ oder #)
- Die Texterstellung können wir für Sie übernehmen

VIDEO

- **Seitenverhältnis:** 9:16 (empfohlen)
16:9 (möglich)
1:1 (möglich)
- **Auflösung:** 1080x1920px
- **Formate:** MP4 oder MOV
- **Länge:** zwischen 5 und 60 Sekunden;
empfohlen: max. 15 Sekunden
- **Größe:** weniger als 500 MB
- **Bitrate:** ≥ 516 KB/s

SAFE ZONE





TIKTOK

Dies sind die verschiedenen Anzeigenformate auf TikTok und ihre jeweiligen Spezifikationen.

SPARK ADS

Spark Ads haben eine nahtlose Nutzererfahrung, da sie von organischen Posts kaum zu unterscheiden sind. Abgesehen von den hier genannten Ausnahmen, gelten die Spezifikationen von In-Feed Ads (Seite 1).

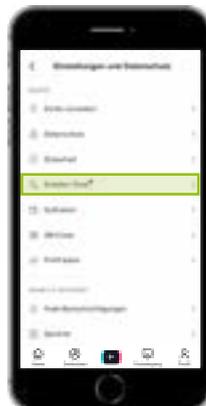
- **Anzeigentitel:** Werden direkt aus den organischen Videotiteln extrahiert. Es werden maximal 4 Zeilen angezeigt, einschließlich Emojis
- **Videolänge:** keine Beschränkung

Bei Spark Ads werden bestehende Videos aus dem eigenen Account beworben. In vier einfachen Schritten können Sie das Creative zur Bewerbung freigeben.

1. Laden Sie das Video in Ihrem Account hoch. Am besten eignen sich Videos, die organisch schon große Reichweiten generieren konnten.
2. Aktivieren Sie die Anzeigeneinstellungen in Ihrem TikTok-Account. So funktioniert die Anzeigenautorisierung in der TikTok-App (ab Version 22.6):



Öffnen Sie in Ihrem Profil die Einstellungen



Wählen Sie die Ersteller-Tools



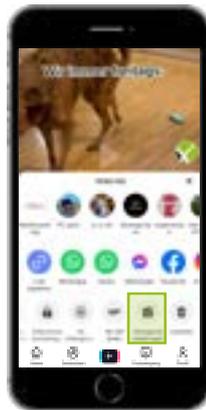
Aktivieren Sie den Schalter „Anzeigeneinstellungen“



3. Autorisieren Sie die Videonutzung zu Werbezwecken für das von Ihnen gewünschte Video:



Klicken Sie beim gewünschten Video auf die drei Punkte



Öffnen Sie die Anzeigeneinstellungen

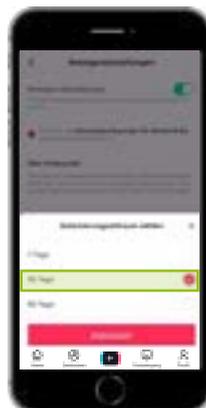


Stimmen Sie den Geschäftsbedingungen für Werbung zu und aktivieren Sie den Schalter „Anzeigen-Autorisierung“

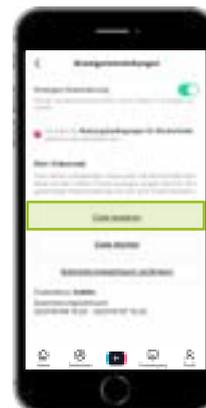
4. Erstellen Sie als letztes einen Videocode, den Sie uns mitteilen. Dabei bestimmen Sie auch die Dauer der Autorisierung.



Klicken Sie in den Anzeigeneinstellungen auf „Code generieren“



Bestimmen Sie die Dauer der Autorisierung



Kopieren Sie den Code und schicken Sie uns diesen

HINWEIS

Wenn Sie möchten, dass der ausgewählte autorisierte Post nur als TikTok-Werbeanzeige erscheint und nicht in Ihrem Profil zu sehen ist/gelistet sein soll, können Sie in den Anzeigeneinstellungen den Schalter „Nur in Anzeigen ausliefern“ aktivieren. (Ab Version 21.3 verfügbar.)



TIKTOK SHOP ADS

Um die Funktion nutzen zu können, müssen Sie über einen TikTok-Shop verfügen und diesen mit dem Ads Manager verbinden. Falls Sie noch keinen TikTok-Shop haben, unterstützen wir Sie bei der Erstellung des Shops.

Für TikTok Shop Ads können bestehende Videos (auch Spark Ads) auf dem Account genutzt werden, Affiliate Posts oder auch Videos, die direkt in den Ads Manager geladen werden und nicht in Ihrem Feed auftauchen.

Abgesehen von den hier genannten Ausnahmen, gelten die Spezifikationen von In-Feed Ads (S. 1).

- **Bildformat:** JPEG oder PNG
- **Textlänge:**
 - **Titel/Überschrift:** Maximal 40 Zeichen
 - **Beschreibung:** Maximal 100 Zeichen

CAROUSEL ADS

TikTok Carousel Ads sind ein interaktives Werbeformat im TikTok Feed, bei dem Nutzer durch mehrere Bilder oder Videos in einer Anzeige Wischen können – ideal, um Produkte oder Dienstleistungen aufmerksamkeitsstark zu präsentieren.

Anzahl: 2 bis 10 Videos oder
2 bis 35 Bilder

Anzeigentitel: 12 bis 40 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
Keine Emojis erlaubt

Format: MP4, MOV, AVI oder GIF (bei Video)
JPG oder PNG (bei Bild)

Beschreibung: max. 20 Zeichen (eine Zeile)
Keine Emojis erlaubt

Bildgröße: empfohlen: 1080x1920 (9:16)
möglich: 1920x1080 (16:9)
möglich: 1080x1080 (1:1)

Dateigröße: bis zu 500 MB pro Video
bis zu 500 KB pro Bild

Videolänge: bis zu 60 Sekunden pro Video

HINWEIS

Achten Sie bei der Gestaltung auf die **Safe Zone** (siehe S. 1). In diesem Bereich sollten sich die wichtigsten Elemente Ihrer Anzeige befinden, damit sie auf allen Geräten sichtbar sind.



TOPVIEW ADS

TopView Ads sind eine sehr exklusive Anzeigenform mit ganz besonderer Aufmerksamkeit, die den Brand in den Fokus rückt. Diese Anzeige wird direkt nach dem Öffnen der App angezeigt. Die Ausspielung erfolgt im Vollbild-Modus und konkurriert nicht mit anderen Inhalten.

Da TopView Ads vollformatig sind, gilt für sie eine andere Safe Zone. Bitte beachten Sie die hier angegebenen Maße. Abgesehen von den hier genannten Ausnahmen, gelten die Spezifikationen von In-Feed Ads (S. 1).

SAFE ZONE BEI TOPVIEW ADS

