

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

TikTok plant Ausrollung einer Shopfunktion in vielen Ländern

Während sich die Nutzung sozialer Medien zu Marketingzwecken und zur kostengünstigen Generierung von Reichweite längst unter Online-Händlern etabliert hat, steckt die Shopping-Funktionalität im Bereich sozialer Medien noch in ihren Kinderschuhen. Das könnte sich jedenfalls bei TikTok in Zukunft ändern.

TikTok könnte zur Verkaufsplattform auch in Deutschland werden

Das soziale Medium TikTok erfreut sich insbesondere bei jüngeren Nutzern einer enormen Beliebtheit. Von mehr als 1,5 Milliarden aktiven Nutzern monatlich ist die Rede.

Damit gehört TikTok zu den am schnellsten und stärksten gewachsenen sozialen Medien überhaupt.

Während die Konkurrenz von Meta ihre Shop-Projekte bei Facebook und Instagram inzwischen eingestellt hat, plant TikTok die Ausrollung einer neuen Shopfunktionalität in vielen Ländern. So hat TikTok die Shopfunktion etwa bereits in den USA etabliert. Verkäufe über TikTok in den USA sind nach dortigen Berichten ein großer Erfolg.

Aus TikTok-Kreisen ist zu hören, dass die Shopfunktion zeitnah in weiteren Märkten ausgerollt werden soll. Damit ist es nicht unwahrscheinlich, dass Shopping via TikTok bald auch in Europa möglich sein wird.

Neuer Herausforderer für etablierte Plattformen?

Aufgrund seiner extremen Reichweite, Nutzertreue und Beliebtheit könnte TikTok als Shoppingplattform den etablierten Verkaufsplattformen ernsthaft Konkurrenz machen.

Die Besonderheit bei TikTok liegt darin, dass die Werbebotschaft über Videos transportiert wird. Die Ware bzw. deren Vorzüge können daher unmittelbar und plastisch zur Geltung gebracht werden, was den „Komfort“ beim Shoppen für Spontankäufer deutlich erhöht und damit einen immensen Kaufanreiz schafft.

Der Kunde kann auf diese Weise bequem vom Produkt überzeugt werden. Er muss sich nicht erst lange Artikelbeschreibungen durchlesen, um sich vom Produkt zu überzeugen.

Insbesondere im Bereich des Influencer-Marketings dürfte sich ein enormes Absatzpotential bieten. Der für ein Produkt Werbende kann diese quasi in Echtzeit direkt vermarkten, indem direkt im Werbevideo die Einkaufsmöglichkeit eröffnet wird.

Anders als etablierte Plattformen dürfte TikTok Shopping aber eher kein „Vollsortimenter“ werden, bei

dem man alles für den regelmäßigen Bedarf kaufen kann. Auch hochkomplexe Produkte, die viel textlicher Erläuterung bedürfen, dürften sich bei TikTok nicht verkaufen.

Großes Potential für Spontankäufe

Auch der Ecommerce hat es seit einiger Zeit schwerer, auf Wachstumskurs zu bleiben. Globale Krisen, Kriege und Inflation haben zu einer massiven Kaufzurückhaltung unter den Verbrauchern geführt.

Der Verbraucher überlegt inzwischen viel intensiver, bevor er eine Kaufentscheidung trifft: Brauche ich die Ware wirklich? Wo bekomme ich sie am billigsten?

Hier könnte TikTok deutlich punkten: Durch die werbliche Präsentation im Produktvideo wird kräftige Überzeugungsarbeit geleistet. Hier besteht trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen derzeit die Chance, dass es zu einem Impulskauf beim Betrachter kommt.

Schon aus diesem Grund dürfe es für Online-Händler ein Experiment wert sein, die Shoppingfunktion von TikTok zu testen, sollte diese in Deutschland kommen.

Fazit

Die Ankündigung TikToks, die Shopfunktion in weiteren Ländern auszurollen, sollten Online-Händler auf dem Schirm haben. Hier könnte sich zumindest für bestimmte Sortimente, die sich für einen Impulskauf eignen, ein neuer, erfolgsversprechender Absatzkanal auf tun.

Da wir in Deutschland sind, bleibt natürlich noch abzuwarten, wie TikTok die rechtlichen Anforderungen an eine Shopfunktionalität beim Rollout in Deutschland umsetzen wird (Stichwort etwa „Button-Lösung“).

Sofern die technische Umsetzung auch mit deutschem Recht vereinbar ist, wird die IT-Recht Kanzlei Ihnen [Update-Service-Mandanten](#) dann auch AGB für den rechtssicheren Warenverkauf via TikTok zur Verfügung stellen.

Wir halten Sie zum Thema Verkauf via TikTok auf dem Laufenden.

Sie nutzen TikTok bereits für Marketingzwecke? Gerne können wir Ihnen dazu ein abmahnsicheres Impressum sowie eine für TikTok entwickelte, DSGVO-konforme Datenschutzerklärung anbieten.

Die Rechtstexte für Marketing via TikTok in deutscher Sprache oder englischer Sprache können Sie gerne im Rahmen unseres [Datenschutz-Pakets](#).

Selbstverständlich kann Ihnen die IT-Recht Kanzlei auch für alle übrigen gängigen sozialen Medien (etwa für Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Threads, Twitch, X, XING oder Youtube) zur Verfügung stellen. Sollten Sie Rechtstexte für mehrere soziale Medien benötigen wäre unser [Premium-Paket](#) mit Rechtstexten für bis zu 5 Präsenzen eine passende Lösung.

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt