



14.09.2020 – 10:06 Uhr

TikTok erreicht 100 Millionen Nutzer*innen in Europa

Berlin (ots) -

TikTok, die führende Plattform für mobile Kurzvideos, hat heute erstmals Nutzer*innendaten für Europa bekanntgegeben. So suchen in Europa monatlich mittlerweile über 100 Millionen aktive Nutzer*innen auf TikTok nach kreativen, authentischen und unterhaltsamen Inhalten. Das Unternehmen verfolgt in Europa einen lokalen Ansatz mit vor Ort ansässigen Teams, welche die jeweiligen Märkte kennen und aufbauen. Dies spiegelt sich in den internationalen und lokalen Inhalten und Trends wider, die auf TikTok zu finden sind:

TikTok Videos, die von und für Pflegekräfte zu deren Würdigung gedreht und 300 Millionen mal angeschaut wurden.

Die talentierte Sängerin [Zoe Wees](#) aus Hamburg, zu deren Debütsong "Control" 48.000 TikTok-Videos kreiert wurden. Auch in den deutschen Charts findet sich die Kraft der Community: [Apache 207](#) war im Mai diesen Jahres der dritte Künstler, der durch eine TikTok Hashtag-Challenge an die erste Stelle vorrückte. Zuvor hatten bereits [Capital Bra](#) mit "Nicht verdient" und [Loredana und Zuna](#) mit ihrem Song "Du bist mein", zu dem sie das Musikvideo gemeinsam mit der TikTok-Community aufgenommen hatten, die deutschen Single Charts erobert.

Hashtags wie [#RespectMySize](#), unter dem die Creator*innen Verena und Julia über Bodyshaming aufklären und mehr als 21 Millionen Views generiert wurden.

Schauspielerin [Dame Judi Dench](#), deren Tanzvideo mit ihrer Familie millionenfach angesehen wurde.

"Das stetige Wachstum mit nun 100 Millionen Nutzer*innen erfüllt uns mit Stolz. Wir bedanken uns bei unserer Community für das Erreichen dieses Meilensteins," sagt Rich Waterworth, General Manager Europa, TikTok. "In den zwei Jahren seit Gründung der Plattform hat die TikTok-Community immer wieder neue Trends ins Leben gerufen und die Mainstream-Kultur maßgeblich beeinflusst. TikTok ist ein Zuhause für kreative Authentizität: Von Komödie und Bildung bis hin zu Magie, Musik und Sport bieten wir authentische und vielfältige Unterhaltung."

Um die große und facettenreiche Community an Creator*innen in Europa weiter zu fördern, hat TikTok Anfang September den mit über 240 Millionen Euro ausgestattete [Kreativitäts-Fonds](#) ins Leben gerufen. Innerhalb von zwei Wochen haben sich bereits mehr als 40 Prozent der Creator*innen auf TikTok für das Programm angemeldet.

Zu Beginn der Pandemie spendete TikTok zudem 65 Millionen Euro an wohltätige Organisationen, die Pflegekräfte unterstützen. Die Spenden wurden in Frankreich, Deutschland, Italien und Großbritannien auf dem Höhepunkt der Notlage vergeben. In Deutschland gingen [fünf Millionen an die Schwesternschaften des Deutschen Roten Kreuz](#). Der Hashtag zur Spendenaktion [#AllesGeben](#) wurde mittlerweile über 3,4 Milliarden aufgerufen - unter ihm finden sich auch Videos prominenter Unterstützer*innen wie [Mario Götze](#) oder [Sylvie Meis](#). Weitere Spenden werden in den Wiederaufbau des kreativen und kulturellen Sektors fließen, der durch die Pandemie bedingten Einschränkungen der vergangenen sechs Monate gelitten hat.

Zudem treibt TikTok - Hand in Hand mit dem Zuwachs an Nutzer*innen - den Aufbau von lokalen Teams voran. Das Unternehmen hat über 1.600 Mitarbeiter in Europa - 200 davon in Deutschland - die in einer Vielzahl von Bereichen tätig sind wie Musik, Produktentwicklung, Vertrieb, Datenschutz, Entwicklung von Moderations-Richtlinien und Sicherheit. In Irland wurde Anfang des Jahres der [EMEA Trust & Safety Hub](#) eingerichtet und eine Reihe leitender Führungskräfte an Bord geholt, die lokale Ansätze im Umgang mit Inhalten und der Sicherheit von Nutzer*innen entwickeln. Ein neues europäisches Datenschutzteam ist außerdem in Irland aktiv und fokussiert sich unter Aufsicht der Datenschutzbeauftragten darauf, höchste Datenschutzstandards einzuhalten. Bis 2022 wird TikTok außerdem ein [Datenzentrum in Irland](#) errichten - eine weitere Investition in Höhe von 500 Millionen Dollar. Dort speichert TikTok zukünftig die europäischen Daten von Nutzer*innen.

"TikTok ist so viel mehr als nur eine App. Es ist eine Plattform, die Nutzer*innen unterhält und informiert. Eine Plattform, welche die Karrieren von Künstler*innen fördert und einzigartige Möglichkeiten für Marken bietet, ihr Publikum auf spannende und unerwartete Weise zu erreichen, zu begeistern und sich auszutauschen. In Europa stehen wir wirklich erst am Anfang unserer Reise", sagt Rich Waterworth.

TikTok ist die führende Plattform für mobile Kurzvideos. Unsere Mission ist es, Menschen zu inspirieren und zu bereichern, indem wir ihnen eine kreative Heimat geben und ihnen ein authentisches, unterhaltsames und positives Erlebnis bieten. TikTok hat weltweit Büros in Los Angeles, New York, London, Paris, Berlin, Dubai, Mumbai, Singapur, Jakarta, Seoul, und Tokio. www.tiktok.com

Pressekontakt:

TikTok
Gudrun Herrmann
TikTok, Leitung Unternehmenskommunikation DACH
gudrun.h@tiktok.com

Grayling Germany GmbH
Pressestelle
tiktok-presse@grayling.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100068137/100855444> abgerufen werden.