

Douyin

Stand: 29.03.2023

Dasselbe Logo, dieselben Entwickler, dieselben Grundfunktionen und doch nicht dieselbe Plattform: Douyin ist die chinesische Variante von TikTok. Wie viele soziale Netzwerke ist auch der Kurzvideo-Hit in der Volksrepublik nur eingeschränkt nutzbar. Inhalte werden zensiert: Eine strenge Kontrolle durch Angestellte und automatische Mechanismen stellen sicher, dass die App im Sinne der Regierung funktioniert. Andernfalls würde es nicht lange dauern, bis sie vom Markt genommen wird, wie es vielen anderen Unterhaltungsmedien bereits erging.

Douyin als soziales Netzwerk

2020 verzeichnete Douyin über 600 Mio. Nutzer täglich – das ist fast die Hälfte der chinesischen Bevölkerung. Ständige, schnell zugängliche und vor allem leichte Unterhaltung ist im Alltag vieler Leute wichtig – gerade in der Volksrepublik. Studierende und Büroangestellte **suchen im oftmals hektischen und stressigen Alltag Zerstreung**. Genau das bietet ihnen Douyin. Doch es sind mehr Personengruppen, die die App täglich nutzen. Die meisten Anwender sind zwischen 20 und 40 Jahre alt und gerade Pendler suchen darin Unterhaltung auf dem Weg zur Arbeit. Hinzu kommen immer mehr Jugendliche, die damit ihre Freizeit gestalten. Aber auch immer mehr Rentner versüßen sich mit den Videos den Alltag. Douyin erlebt aktuell eine Erfolgsgeschichte und ein Ende ist noch lange nicht abzusehen.

Geschichte, Entwicklung und Geschäftsmodell

Die Geschichte von Douyin ist eng mit der von TikTok verbunden. Die dahinterstehende Firma ByteDance wurde im September 2012 gegründet. Zunächst legte sie ihren Fokus auf die Newsplattform Toutiao. Doch bald schon brachte sie mit Douyin das zweite Produkt auf den Markt. Es stand in direkter Konkurrenz zum beliebten musical.ly, das auf dasselbe Prinzip setzte, allerdings Amerika als Markt im Fokus hatte. Bereits im Mai des darauffolgenden Jahres erschuf ByteDance mit TikTok die internationale Variante der App. Im November 2017 kaufte die Firma schließlich auch musical.ly auf, welches sie dann in TikTok integrierte – inklusive mehrerer Millionen Nutzer. Das startete die Erfolgsgeschichte der Video-App. **Douyin hingegen blieb völlig autonom von TikTok** und ist ausschließlich für den chinesischen Markt gedacht.

Funktionen und Besonderheiten von Douyin

Das Grundprinzip von Douyin gleicht dem der globalen Version: Ungefähr **15 bis 30 Sekunden lange Kurzvideos jeglicher Art** werden aufgenommen, bearbeitet und geteilt. Dafür stehen viele Filter, musikalische Untermalung und weitere Bearbeitungsversionen zur Verfügung. Hinzu kommen typische

Eigenschaften von sozialen Netzwerken, wie das Versenden von privaten Nachrichten. Doch das ist nicht alles, was die App kann.

Individueller Newsfeed

Angepasst an die eigenen **Vorlieben und Gewohnheiten**, die ein Algorithmus herausarbeitet, taucht täglich neue Unterhaltung im eigenen Feed auf. Jeder Nutzer bekommt also nur angezeigt, was thematisch zu seinen Interessen und sonst geschauten Videos passt. Die genauen Inhalte könnten dabei unterschiedlicher nicht sein: von Tänzen, über Beauty und Sport, bis hin zu Vlogs ist alles dabei.

Douyin als Teil des Alltags

Douyin ist für die chinesische Bevölkerung weit mehr als TikTok für den Rest der Welt: Es ist aktiver Teil des Alltags. Das äußert sich beispielsweise darin, dass darüber eingekauft und Empfehlungen an Restaurants gegeben werden können. Selbst eine Weiterleitung ist möglich, um zu reservieren. Das Buchen von Urlaub oder das Finden von Kleidung ist ebenfalls möglich. Einfach, indem Nutzer **auf das entsprechende Element in einem Video klicken**. Ist es ein Hotelzimmer, wird zum Hotel weitergeleitet – bei Kleidung zum entsprechenden Händler. Eine weitere Funktion ist, per Gesichtserkennung weitere Videos desselben Creators zu finden, was bei TikTok verboten ist.

Sicherheit und Datenschutz

Hierbei handelt es sich bei beiden chinesischen Apps um ein heikles Thema. Insbesondere, was den Datenschutz angeht, **setzt China andere Standards an als beispielsweise die EU**. Auf einen Punkt legen die Chinesen jedoch besonders viel Wert: Jugendschutz. Seit September 2021 können Kinder unter 14 die App nicht mehr länger als 40 min am Tag nutzen. Nachts ist sie komplett gesperrt. Voraussetzung hierfür ist es, dass der Klarname verwendet wird, um die Nutzer identifizieren zu können. Allerdings schafft die Social-Media-Plattform dafür weitere Risiken in Sachen Datenschutz.

Während die internationale Variante TikTok mehrfach negativ aufgefallen ist, spielt Douyin in einer anderen Klasse. **Sicherheit wird hier anders ausgelegt**: Welche Inhalte sind für die Regierung vertretbar und womit handelt sich ein Nutzer oder der Betreiber Ärger ein? Aus diesem Grund wird jeder Post und jeder Stream in Echtzeit von einer KI auf problematische Begriffe durchforstet. Wird etwas gefunden, entscheidet einer der Kontrolleure, ob das betreffende Posting umgehend gelöscht oder unterbrochen wird.

Möglichkeiten im Online-Marketing

Wer **Interesse am chinesischen Markt** hat, für den ist die Kurzvideo-App eine gute Basis, um ins Marketing einzusteigen. Insbesondere Millennials und die GenZ stellen eine nicht zu unterschätzende Kaufkraft. Doch das [Social-Media-Marketing](#) will auf Douyin sehr gut durchdacht sein. Daher ist es ratsam,

auf die Hilfe einer [professionellen Agentur](#) zu setzen.

Weblinks

- [Online-Marketing](#) – die Grundlagen
- [Vlog](#) – alle Informationen
- [Zielgruppe](#) – Chancenerhöhung beim Marketing