

TikTok erobert Japan: Start der E-Commerce-Revolution!

TikTok expandiert 2025 in den japanischen E-Commerce-Markt, wächst in Europa und stellt sich Herausforderungen in den USA.

Vienna, Österreich - TikTok plant, in den nächsten Monaten in Japan in die Online-Shopping-Branche einzusteigen. Dies berichtet die Finanzzeitung Nikkei unter Berufung auf Informationen eines Insiders. Das Unternehmen bereitet sich gezielt auf die Rekrutierung von Verkäufern vor, um den neuen Markteintritt zu unterstützen. Dieser Schritt ist Teil der expansiven Strategie von TikTok, die in den letzten Jahren eine signifikante Entwicklung im E-Commerce erlebt hat.

Der TikTok-Shop, der es Nutzern ermöglicht, Käufe innerhalb der App zu tätigen, ist bereits seit März 2025 in Frankreich und Deutschland verfügbar. Letzte Woche wurde die Plattform auch in Italien eingeführt, um die Reichweite in Europa weiter auszubauen. Mit diesem neuen Schritt in Japan wird erwartet, dass TikTok seine Position im globalen sozialen Handel stärkt.

Wachstum und Herausforderungen

In den letzten Jahren hat TikTok erhebliche E-Commerce-Funktionen hinzugefügt, die den Bruttowarenwert (GMV) von TikTok Shops von etwa 1 Milliarde US-Dollar im Jahr 2021 auf beeindruckende 33 Milliarden US-Dollar im Jahr 2024 erhöht haben. Der E-Commerce-Markt für TikTok wird besonders in Südostasien, einschließlich Indonesien, Thailand, Vietnam und Malaysia, als erfolgreich angesehen. Indonesien allein macht

etwa ein Fünftel der weltweit aktiven TikTok Shops aus.

Die USA stellen den größten E-Commerce-Markt für TikTok dar, mit einem GMV von rund 9 Milliarden US-Dollar im Jahr 2024, gefolgt von Indonesien mit 6,2 Milliarden US-Dollar. Auffällig ist, dass die Kategorie Schönheit und Körperpflege die erfolgreichste auf TikTok Shops weltweit ist, mit fast 2,5 Milliarden US-Dollar GMV und etwa 370 Millionen verkauften Produkten im Jahr 2024.

Ungewisse Zukunft in den USA

Trotz des globalen Wachstums bleibt die Zukunft von TikTok in den USA ungewiss. US-Präsident Donald Trump hat angekündigt, das geplante Abkommen über den Verkauf von TikTok in den USA aufzuschieben, bis die Handelsfrage mit China geklärt ist. Darüber hinaus sieht sich TikTok einem möglichen landesweiten Verbot gegenüber, es sei denn, das Mutterunternehmen ByteDance kann einen amerikanischen Käufer finden.

TikTok erfährt eine beschleunigte Expansion in Europa und hat seine Shops im Vereinigten Königreich bereits 2021 eröffnet und plante weiter, Ende 2024 einen TikTok Shop in Spanien einzuführen. Das Engagement im E-Commerce bekräftigt die Position von TikTok als einen der wichtigen Akteure im sozialen Handel, selbst angesichts der Herausforderungen in den USA. Trotz der Risiken und Unsicherheiten bleibt TikTok ein innovativer und dynamischer Player im globalen Online-Handel.

Für weitere Informationen über E-Commerce-Trends auf TikTok und ihre Auswirkungen auf den Markt, siehe auch **Statista**.

Details	
Ort	Vienna, Österreich
Quellen	• www.vienna.at • www.statista.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at