

# Die Macht von BookTok

## Wie soziale Medien das Leseverhalten der Generation Z beeinflussen

geschrieben von Yvonne de Andrés

Philipp Westermeyer eröffnete die diesjährige Online-Marketing-Rockstars-Konferenz (OMR) mit einem eindrucksvollen Statement: »Ein wahrer Gewinner sind Buchclubs im Jahr 2024.« In seinem Vortrag »State of the Internet« betonte er die wachsende Bedeutung von Buchclubs auf TikTok, die von bekannten Persönlichkeiten wie Reese Witherspoon (reese's book club) ins Leben gerufen werden. Dieser Trend macht das Lesen von Büchern zu einem Lifestyle.

Die Social-Media-Plattform TikTok, bekannt für kurze Videoschnipsel und schnelle Unterhaltung, erfährt mit der BookTok-Community eine unerwartete Bereicherung. Der #BookTok-Trend hat sich zu einem bedeutenden Phänomen entwickelt, das maßgeblich das Leseverhalten vieler junger Menschen, insbesondere der Generation Z, beeinflusst. In den USA bereits zu beträchtlichem Einfluss gelangt, wird BookTok auch in Deutschland als relevanter Wirtschaftsfaktor im Buchmarkt wahrgenommen. Im Vergleich zur englischsprachigen Community ist die deutschsprachige noch klein, aber sie wächst stetig.

### **Höhenflug der Autoren und Comeback der Backlist**

Felicia Hofmann, Teamleitung Social Media bei der dtv Verlagsgesellschaft, erläutert, dass Colleen Hoover's Titel aus der Spiegel-Bestsellerliste und der etablierten BookTok-Liste nicht mehr wegzudenken sind. Hoover gilt als Queen der #BookTok-Trends. Mit ihren Liebesromanen, die auch psychologische Thriller-Elemente enthalten, hat sie internationale Aufmerksamkeit erregt. Dank gezielter Platzierung auf TikTok, die vom #BookTok-Algorithmus unterstützt wird, sind ihre Bücher, obwohl sie auf der Backlist stehen, regelmäßig auf Bestsellerlisten vertreten. Die Plattform empfiehlt eine breite Palette von Büchern, von populär bis hoch gelobt.

Die BookTok-Community wird überwiegend von jungen Frauen geprägt und spricht im Vergleich zu anderen Social-Media-Kanälen eine deutlich jüngere Zielgruppe an. Der Begriff »BookTok« erinnert an informelle Gespräche unter Freundinnen über Bücher. Die BookTok-Clips funktionieren ähnlich: Meist junge Frauen filmen sich mit dem Handy vor einem Stapel Bücher, halten ein Exemplar in die Kamera, beschreiben und bewerten den Inhalt. Dabei stehen vor allem Gefühle und Stimmungen im Vordergrund.

BookToker haben eine eigene Sprache entwickelt: »Spice« bezieht sich etwa auf den sexuellen Inhalt eines Buches, während »Tropes« sich auf die Art der Handlung bezieht, wie zum Beispiel »Enemies to Lovers«. Die Empfehlungen auf BookTok steigern nicht nur die Verkaufszahlen der besprochenen Bücher, sondern fördern auch einen regen Austausch innerhalb der Community über verschiedene Genres hinweg. Die Plattform reflektiert dabei kulturelle sowie gesellschaftliche Themen, was zur Wiederbelebung des Interesses an Literatur beiträgt und die moderne Lesekultur nachhaltig prägt.

### **Wie begann der BookTok-Hype?**

Seit Corona hat TikTok seine ursprüngliche Rolle als reine Tanz-App überwunden. Das Hashtag #BookTok wurde Anfang 2020 eingeführt und entwickelte sich während der Pandemie zur neuen Freizeitbeschäftigung für Teenager und Young Adults. Bücher ermöglichten es, andere Welten zu erfahren und so den Konflikten und der Langeweile zu entfliehen.

Im April 2024 erreichte #BookTok über 246 Milliarden Aufrufe und mehr als 31 Millionen Beiträge auf TikTok. Auf der Frankfurter Buchmesse 2023 wurden erstmals die BookTok-Awards verliehen. Ausgezeichnet wurden sowohl die Autorin Jana Crämer als »#BookTok-Autorin des Jahres« als auch Content Creator Stefanie Stahl in der Kategorie »#BookTok Community Buch des Jahres«.

### **Wichtige Plattform für die Buchbranche**

BookTok ist für Verlage und Buchhändler entscheidend, um neue Zielgruppen zu erreichen und den

Verkauf von Büchern zu fördern. Janni Deitenbach, Teamleiterin Social Media bei Bastei Lübbe, hält fest: »Das Schöne an TikTok ist, dass dort viele Bücher Platz finden, die in anderen Formaten der Buchbesprechung bisher weniger Raum bekamen.« Die Plattform hat die Verlagslandschaft grundlegend verändert und zwingt Blogger, Autoren und Verlage, sich neu zu positionieren. BookToker können Bücher bereits vor deren Veröffentlichung zu Bestsellern machen oder durch Besprechungen, Blogtours und umfangreiches Buchmarketing auf internationale Bestsellerlisten bringen.

Das Fantasy-Buch »Fourth Wing« von Rebecca Yarros war beispielsweise in Deutschland zunächst wenig bekannt, bis es durch die BookTok-Community einen ungeahnten Höhenflug erlebte. Die Verwendung eines Hörbuchsounds, Drachenreiter-Verkleidungen und ästhetische Farbschnitte in den englischen und amerikanischen Ausgaben trugen dazu bei. Als der dtv-Verlag die deutschen Rechte erwarb, sprang der Hype auf die deutschsprachige BookTok-Community über. Die Entscheidung, für die Erstauflage einen limitierten, speziell gestalteten Farbschnitt zu verwenden, löste allerdings einen Shitstorm aus. Dies zeigt die Dynamik von BookTok, wo Begeisterung rasch in Kritik umschlagen kann.

Neue Untersuchungen der Publishers Association unterstreichen die zentrale Bedeutung von BookTok für die Generation Z. In einer Umfrage mit über 2.000 Personen im Alter von 16 bis 25 Jahren gaben fast zwei Drittel (59 Prozent) an, dass ihnen BookTok oder Buch-Influencer geholfen haben, eine Leidenschaft für das Lesen zu entwickeln. Über die Hälfte (55 Prozent) dieser Altersgruppe nutzt BookTok für Buchempfehlungen, während zwei Drittel berichten, dass die Plattform sie dazu inspiriert, Bücher zu lesen, die sie sonst nicht in Betracht gezogen hätten. Diese Zahlen verdeutlichen die wachsende Bedeutung von BookTok als Plattform, die nicht nur die Lesegewohnheiten junger Menschen positiv beeinflusst, sondern auch den Zugang zu Literatur erweitert.

### **Leseverhalten und Verlage**

Die Entwicklung von BookTok erweitert nicht nur die Reichweite von Buchclubs, sondern verändert auch das Image des Lesens. Verlage wie dtv, Bastei Lübbe und Ullstein haben bereits ihre Strategien angepasst, um Ästhetik und Präsentation ihrer Bücher zu verbessern.

Felicia Hofmann hebt hervor, dass die Befürchtungen, junge Menschen würden weniger lesen oder Bücher nur noch digital konsumieren, teilweise widerlegt wurden. Sie fährt fort: »Mit dem Aufkommen von BookTok erhalten Bücher in der jungen Zielgruppe eine höhere Wertschätzung, die über den reinen Lesewert hinausgeht. Sie werden zunehmend auch als dekorative Objekte betrachtet, die im Regal gut aussehen und hochwertig gestaltet sein müssen. Diese Entwicklung hat auch unsere Verlagsarbeit beeinflusst, da wir nun mehr Zeit in Details wie Farbschnitte und Veredelungen investieren, die für die Präsentation der Bücher entscheidend sind.«

Melina Kochan, Digital Marketing-Managerin bei Ullstein Buchverlage, betont ebenfalls die Bedeutung von BookTok für die Sichtbarkeit der Belletristik-Titel und die Rolle der Community bei der Entscheidung über den Bucherfolg.

Janni Deitenbach, erläutert »Wir müssen also mit unseren Titeln und unserer Verlagsmarke in so vielen Videos wie möglich stattfinden, um über die Wahrnehmungsschwelle zu kommen. Wie in anderen Branchen auch, nehmen wir hier eine zunehmende Professionalisierung der Creator-Szene wahr, die an vielen Stellen zu begrüßen ist.« Und sie fährt fort »Wir arbeiten daher sehr gern mit Booktoker:innen zusammen, aber müssen immer darauf achten, dass diese Anlässe haben, glaubwürdigen Content zu erstellen. Tatsächlich kommt es auch immer mal wieder vor, dass jemand ein bestimmtes Buch nicht besprechen möchte. Wir begrüßen das, denn Authentizität ist auf Booktok alles.«

Seit April 2023 veröffentlichen TikTok und Media Control jeden Monat die offizielle #BookTok-Bestsellerliste, die sich aus den 20 erfolgreichsten Buchtiteln auf TikTok zusammensetzt.

### **Bedeutung der Buchmessen**

Der Einfluss von BookTok zeigt sich deutlich auf Buchmessen wie der Frankfurter und Leipziger Buchmesse, wo die TikTok-Community gezielt in die Veranstaltungen integriert wird, um junge

Leser anzusprechen und zu begeistern. Seit drei Jahren arbeitet die Frankfurter Buchmesse erfolgreich mit TikTok zusammen. In diesem Jahr wird die Hallenebene 1.2 der TikTok-Community zur Verfügung gestellt. Dort sollen Themen im Mittelpunkt stehen, welche die junge Zielgruppe interessiert und begeistert. »Die Frankfurter Buchmesse spielt für uns als Verlag eine wichtige Rolle. Das macht Frankfurt und Leipzig für uns noch attraktiver, weil wir dort unsere Community, insbesondere die BookTok-Community, treffen können«, so Felicia Hofmann.

Die Verlagsbranche hat durch den Einsatz von Social Media unerwartete Erfolge im Wettbewerb um Aufmerksamkeit erzielt und sollte diese Trends weiter nutzen, um ihren langfristigen Erfolg zu sichern.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 7-8/2024](#).