Pressemitteilung 5.9.2024

Thalia und TikTok Round Table

BookTok revolutioniert die Buchwelt und begeistert Millionen

Wien, 5. September 2024 – Thalia lud am Mittwochabend zu einem exklusiven Round Table ein, um über das Phänomen BookTok und seinen Einfluss auf die Buchbranche zu diskutieren. Politikerin Mag. Eva Blimlinger, Friedrich Enders von TikTok, Bestseller-Autorin Sarah Sprinz und Thalia Geschäftsführerin Andrea Heumann tauschten sich über die wachsende Bedeutung von TikTok für den Buchhandel aus. Das Event zeigte, wie BookTok vor allem viele junge Menschen erreicht, deren Lesegewohnheiten verändert und den stationären Buchhandel stärkt.

Am 4. September versammelten sich prominente Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Buchbranche, um gemeinsam über die wachsende Relevanz von BookTok zu sprechen. Mag. Eva Blimlinger, Obfrau des Kulturausschusses im österreichischen Parlament, Friedrich Enders, Government Relations & Public Policy Manager bei TikTok DACH, die bekannte New Adult Autorin Sarah Sprinz und Andrea Heumann, Geschäftsführerin von Thalia, diskutierten die Erfolgsgeschichten der Plattform und ihre Auswirkungen auf die Buchwelt. Die von Autorin Theodora Bauer moderierte Veranstaltung beleuchtete, wie BookTok Lesende weltweit inspiriert, zum Kauf animiert und das Sortiment der Buchhandlungen neu ausrichtet.

„Wir haben den BookTok-Trend als eigene Kategorie sowohl in unserem Onlineshop als auch in den Buchhandlungen bereits seit einiger Zeit prominent platziert. TikTok hat etwas erreicht, wonach der Buchhandel schon lange strebt – durch den Hashtag BookTok das Lesefieber einer jungen Zielgruppe neu zu entfachen“, erläuterte **Thalia Geschäftsführerin Andrea Heumann**.

Bestseller-Autorin Sarah Sprinz, selbst auf TikTok aktiv, lobte die Plattform als kreativen Austauschort: „BookTok bringt das Lesen wieder in den Fokus. Die Community feiert Bücher und schafft ein Gefühl der Zugehörigkeit.“ Die Autorin hob hervor, dass vor allem New Adult und Fantasy bei den jungen Lesenden besonders gut ankommen, da vor allem das Genre New Adult oft eng mit den eigenen Lebensrealitäten der Community verbunden ist.

„BookTok schlägt eine Brücke zwischen dem analogen Buch und einer digital versierten Jugend. Was die Plattform auszeichnet, ist der authentische Austausch, der organisch wächst und Trends erzeugt. Die Community entscheidet, was populär wird und nicht die Verlage oder der Buchhandel“, so auch **Friedrich Enders, Government Relations & Public Policy Manager bei TikTok DACH.**

Auch **Politikerin Mag. Eva Blimlinger** zeigte sich erfreut von den Möglichkeiten, die BookTok bietet: „Wir erleben eine Renaissance der Buchproduktion, getragen von einer jungen vor allem weiblichen Leserinnenschaft. BookTok sollte auch in den Schulen genützt werden, um die Begeisterung für Lesen zu wecken.“ Sie hob hervor, dass BookTok gerade für den lokalen Buchhandel eine Chance sei, um eine neue Lesegeneration in die Geschäfte zu holen.

Organisch entstehende Trends
BookTok unterscheidet sich von klassischen Marketingmaßnahmen durch seine organische Funktionsweise. Friedrich Enders von TikTok betonte, dass viele der erfolgreichsten Bücher von den Nutzenden selbst in den Fokus gerückt werden. Thalia Geschäftsführerin Andrea Heumann ergänzt: „Bücher wie *The Secret History* von Donna Tartt und *The Song of Achilles* von Madeline Miller haben durch Booktok ein Comeback erlebt und große Verkaufszahlen generiert. Auch ältere Werke, wie die von Franz Kafka, erleben durch Booktok neue Popularität."

Ein weiteres Highlight der Diskussion war die Rolle der Community. „Hypes entstehen nicht nur durch Verlage, sondern auch verstärkt durch die Empfehlungen der TikTok-Nutzern", sagte Autorin Sarah Sprinz. Sie unterstrich, dass die authentische Interaktion zwischen den Literaturschaffenden und der Community entscheidend für den Erfolg von BookTok sei. Andrea Heumann sieht in der Flexibilität den Schlüssel zum Erfolg: „Es geht darum, die richtigen Bücher zur richtigen Zeit anzubieten und sich kontinuierlich anzupassen."

Die Zukunft von BookTok
Sarah Sprinz sieht in der Plattform auch eine große Chance für neue Talente: „Schreibende können auf BookTok ihre Werke selbst promoten und so ihre Chancen auf einen Verlagsvertrag erhöhen." TikTok plant, mit den TikTok Book Awards, die heuer das zweite Mal auf der Frankfurter Buchmesse verliehen werden, einen weiteren Schritt in diese Richtung zu machen. Diese Initiative wird dem Buchhandel, den Verlagen und den Content Creators im gesamten DACH-Raum eine noch größere Sichtbarkeit bieten. Thalia lädt alle Bücherfans ein, sich von der Welt von #BookTok inspirieren zu lassen. „BookTok zeigt uns, wie wichtig es ist, die Community mit einzubeziehen, um eine neue Leserschaft zu gewinnen", betont Heumann abschließend.

Im Anschluss an den Round Table hatten Fans die Möglichkeit, Sarah Sprinz persönlich zu treffen. Bei der Signierstunde versammelten sich viele Fans, um ihre Bücher signieren zu lassen und sich mit der Autorin auszutauschen.

Fotos:
1. Friedrich Enders (Government Relations & Public Policy Manager bei TikTok DACH), Moderatorin Theodora Bauer, Mag. Eva Blimlinger (Obfrau des Kulturausschusses im österreichischen Parlament), Andrea Heumann (Thalia Geschäftsführerin), New Adult Autorin Sarah Sprinz (v.l.n.r.)
2. Der Thalia und TikTok Round Table in der Thalia Buchhandlung Mariahilfer Straße in Wien
3. Mag. Eva Blimlinger im Gespräch
4. Andrea Heumann im Gespräch
5. Sarah Sprinz im Gespräch
6. Friedrich Enders im Gespräch
7. Besuchende verfolgen aufmerksam den Thalia Round Table zur Bedeutung von BookTok.
8. Signierstunde mit Sarah Sprinz

© Thalia I Agnes Mutschler. Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung kostenlos zur Verfügung: https://we.tl/t-zSbJBujeI6

Zahlen, Daten und Fakten zu #BookTok
Der Hashtag #BookTok hat sich weltweit zu einer festen Größe entwickelt und zählt mittlerweile über 36 Millionen Beiträge. Allein in Deutschland gibt es unter dem Hashtag #BookTokGermany mehr als 392.4K Beiträge. Die Auswirkungen auf den Buchmarkt sind beeindruckend: Laut Media Control wurden 2023 in Deutschland über 12 Millionen Bücher verkauft, die durch #BookTok empfohlen wurden – ein Anstieg von 56 Prozent im Vergleich zum Vorjahr 2022. Ein weiterer bemerkenswerter Trend ist die Altersstruktur der Käuferinnen: 45 Prozent der Kundschaft, die Bücher aufgrund von #BookTok kauft, sind 40 Jahre und älter.

Besonders hervorzuheben ist auch die Entwicklung bestimmter Genres von 2022 zu 2023: Das Sachbuch/Non-fiction-Segment wuchs um 99,8 Prozent, während der Bereich Young Adult eine Zunahme von 67,4 Prozent verzeichnete. Die GfK-Studie, die im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels durchgeführt wurde, zeigt zudem, dass die Buchkäuferinnen im Alter von 16 bis 29 Jahren im Vergleich zu den letzten fünf Jahren deutlich mehr Bücher kaufen – ein Plus von 23,9 Prozent. Bei den 16- bis 19-Jährigen stieg die Kaufintensität sogar um 58,9 Prozent – von durchschnittlich 7,5 Büchern im Jahr 2017 auf nun 12,0 Bücher im Jahr 2022. Zudem zeigt sich, dass mehr als jeder vierte Euro, den 16- bis 19-Jährigen für Bücher ausgeben, auf Empfehlungen in sozialen Netzwerken und von Influencern zurückzuführen ist. (Quelle: mediacontrol).

Über TikTok
TikTok ist die führende Plattform für mobile Kurzvideos. Unsere Mission ist es, Menschen zu inspirieren und zu bereichern, indem wir ihnen ein kreatives Zuhause geben und ihnen ein authentisches, unterhaltsames und positives Erlebnis bieten. TikTok hat seine globalen Hauptsitze in Los Angeles sowie Singapur und weltweit Büros unter anderem in New York, London, Dublin, Paris, Berlin, Dubai, Jakarta, Seoul und Tokio. www.tiktok.com.

Über Thalia
Eine Welt, in der Inhalt zählt: Thalia bietet als Geschichtenentdecker und Botschafter geistiger Nahrung anregende Geschichten und die richtige Atmosphäre zum Eintauchen. In 48 Buchhandlungen österreichweit, auf thalia.at und in der Thalia-App können Kundinnen und Kunden lesen und einkaufen, wie sie wollen. Ob beim Lesen mit klassischem Buch, digitalem E-Book oder Hörbuch oder beim Einkaufen mit zeitgemäßen Services wie Click & Collect, Heimversand, Scan & Go, Abholstationen und Selbstbedienungskassen: Bei Thalia glaubt man daran, dass geistige Nahrung Menschen und Gesellschaft ein bisschen besser macht, und deshalb arbeiten rund 840 Mitarbeitende täglich an einer einzigartigen Erlebniswelt. Neben Büchern führt der größte Sortimentsbuchhändler Österreichs auch ein vielfältiges Non-Book-Sortiment (u. a. Spiele und Spielwaren, Kalender, Geschenke, Office- und Schulartikel).

Pressekontakt Thalia:
I.AM_ Andrea Mikhaeel
PR-Beratung und Markenstrategie
+43 660 60 200 86
hello@iam-pr.at
www.iam-pr.at

Pressekontakt TikTok DACH:
dachcomms@tiktok.com