

1. Einleitung

1.1 Das Phänomen BookTok

Die App TikTok gehört mit über 1,59 Milliarden Nutzer*innen¹ neben Facebook, Instagram, YouTube und WhatsApp zu den beliebtesten Social-Media-Plattformen der Welt. Junge Erwachsene und Teenager*innen stellen dabei den größten Nutzer*innenanteil dar – im Jahr 2024 machte die Generation Z in Deutschland mit rund 55 Prozent den Hauptanteil an Nutzer*innen aus und weltweit sind Frauen im Alter von 18 bis 24 am meisten auf der Plattform vertreten.² Viele der Nutzer*innen verwenden die App zum Spaß und für den Zeitvertreib, aber beispielsweise auch, um Neues zu lernen.³ TikTok übt jedoch nicht nur Einfluss auf die Leben der vielen Nutzer*innen aus, sondern auch auf den Literaturmarkt.

Die Reichweite von BookTok,⁴ wie die Community der Leser*innen und Autor*innen auf TikTok genannt wird, ist so bedeutend,

1 Vgl. Statista: Statistiken zu TikTok. URL: <https://de.statista.com/themen/5975/tiktok/#topicOverview> (zuletzt abgerufen am: 02.06.2026).

2 Vgl. ebd.

3 Vgl. Vaterlaus, J. Mitchell/Madison Winter: TikTok. An Exploratory Study of Young Adults' Uses and Gratifications. In: Kate Herke (Hg.): *The Social Science Journal*. Vol. 61, Nr. 4. Taylor & Francis, Montana 2021. S. 12 (im Folgenden abgekürzt mit: Vaterlaus/Winter (2021)).

4 Dabei handelt es sich nicht um eine eigenständige App oder Plattform, sondern um die Eigenbezeichnung der TikToker*innen, die

dass das *Börsenblatt* monatlich eine offizielle »#BookTok Bestsellerliste«⁵ veröffentlicht und die beliebtesten BookTok-Bücher im Buchhandel mit dem Aufdruck »BookTok Made Me Read It«⁶ beworben werden. Unter #BookTok wurden über 80,6 Millionen Beiträge veröffentlicht [Stand: 19.06.2026], in denen Autor*innen ihre Bücher bewerben, Leser*innen über ihre Lieblingsbücher und -figuren reden, Büchersammlungen zeigen, sich austauschen und Bücher rezensieren.

Auch Verlage versuchen, auf TikTok eine Leserschaft zu generieren, und kontaktieren BookTok-Influencer*innen⁷, um einen bestimmten Titel gegen Geld oder ein kostenloses Exemplar auf ihrem Account zu besprechen.⁸ Obwohl die Anzahl an Buchkäufer*innen in den Jahren zwischen 2017 und 2022 gesunken ist, sind die Bücherkäufe der 16- bis 29-Jährigen im selben Zeitraum gestiegen und gleichzeitig wird mehr Geld für Bücher ausgegeben.⁹ Die Hauptursache für diese Entwicklung

Beiträge über Bücher veröffentlichen. Auf die gleiche Weise werden auch andere Communitys auf TikTok bezeichnet wie zum Beispiel FashionTok, WriterTok, ArtTok usw.

5 Börsenblatt. Das Fachmagazin der Buchbranche: Bestseller BookTok. URL: <https://www.boersenblatt.net/bestseller/booktok328195> (zuletzt abgerufen am: 19.09.2024) (im Folgenden abgekürzt mit: Börsenblatt: Bestseller BookTok).

6 Vgl. Mashiyane, Dina: From the Horse's Mouth. BookTok as a Collection Development Strategy in Academic Libraries. In: David Free (Hg.): College & Research Libraries News. Vol. 83, Nr. 10. Association of College & Research Libraries, 2022. S. 460 (im Folgenden abgekürzt mit: Mashiyane (2022)).

7 Der Begriff der Influencer*innen wird im Folgenden für User*innen verwendet, die eigene Beiträge veröffentlichen und eine Follower*innenanzahl von mindestens 1.000 erreicht haben.

8 Vgl. Mashiyane (2022), S. 459.

9 Vgl. Huber, Till: Booktok. In: Moritz Baßler/Robin Curtis et al. (Hg.): Pop. Kultur und Kritik. Bd. 13, H. 1. Transcript, 2024. S. 72 (im Folgenden abgekürzt mit: Huber (2024)).