



Deine Booktok Checkliste



Von Lara Riedel
und Hanna Buchmarketing



Werde sichtbar mit Booktok



Willst du wissen, wie du auf TikTok mit deinen Büchern viral gehen kannst?

Willkommen zu unserer BookTok-Checkliste! Mein Name ist Johanna Hegermann, besser bekannt als Hanna Buchmarketing, und zusammen mit Lara Riedel möchten wir dir zeigen, wie du Booktok am besten für dich nutzen kannst. Denn TikTok ist zu einer der wichtigsten Plattformen geworden, um Bücher zu bewerben und eine engagierte Leserschaft aufzubauen.

Wer wir sind:

Hanna Buchmarketing: Ich bin Lektorin, Podcasterin und Journalistin. Ich unterstütze Autor:innen dabei, ihre Bücher sichtbarer zu machen und ihre Botschaft erfolgreich zu verbreiten.

Lara Riedel: Ich bin Lara, Online Marketing Managerin mit dem Schwerpunkt Social Media. Früher war ich skeptisch gegenüber TikTok, aber nachdem ich mich intensiv damit beschäftigt habe, bin ich jetzt total begeistert und liebe es, Autor:innen zu helfen, auf TikTok erfolgreich zu sein.

Wie du das meiste aus der Checkliste herausholst

Um das meiste aus dieser Checkliste herauszuholen, gehe sie vor jedem Post sorgfältig durch. Plane besonders am Anfang genügend Zeit für jeden Schritt ein, damit du dich auf die Qualität deiner Videos konzentrieren kannst. Analysiere nach jeder Veröffentlichung die Performance und passe deine Strategie entsprechend an.

Nutze diese Checkliste als lebendiges Dokument, das dir hilft, kontinuierlich besser zu werden und deine Zielgruppe effektiv anzusprechen.

Los geht's!



Von Lara Riedel
und Hanna Buchmarketing



Werde sichtbar mit Booktok



Diese Checkliste hilft dir dabei, deine BookTok-Beiträge zu optimieren und mehr Aufmerksamkeit zu erzielen. Gehe sie vor jedem Post durch, um sicherzustellen, dass du alle wichtigen Punkte beachtet hast.

Inhalte planen

- Spricht das Thema des Videos die bisherige Zielgruppe an? ☐
- Was ist der Zweck deines Videos? (z.B. Unterhaltung, Information, Leser:innenbindung) ☐
- Was ist das Ziel deines Videos? (z.B. dass es geteilt, gespeichert, geliked wird, ein Link geklickt wird etc.) ☐

Vorbereitung

Bei der Vorbereitung kommt es ganz darauf an, für welche Form von Video du dich entscheidest. Direkt etwas in die Kamera zu erzählen, ist natürlich weniger aufwändig, als eine nachgestellte Szene zu filmen, in der du vielleicht in mehrere Rollen schlüpft. Dieser Punkt ist damit ganz individuell und du musst vielleicht nicht alle Boxen checken. Bitte behalte das im Hinterkopf.

Wie lautet die Hauptbotschaft / der Fokus deines Videos?

Wie weckst du gleich zu Beginn des Videos die Aufmerksamkeit deiner Leser:innen?

Hook 1: Titel deines Videos

Hook 2: Erster Satz, den du sagst





Werde sichtbar mit Booktok



Wie weckst du gleich zu Beginn des Videos die Aufmerksamkeit deiner Leser:innen? Fortsetzung

Hook 3: Optische Visuelle Hook (Bewegung, Gimmick, Zoom, Effekt ...)

Hook 4: Titel fürs Thumbnail

Hook 5: Erster Satz der Caption

Wie lautet dein Call-to-action? Welche Handlungsaufforderung nutzt du?

Wichtige Keywords für dein Video

Was möchtest du sagen? (Skript oder Stichpunkte)

Was brauchst du dafür? (Accessoires, Setting, nichts außer Handykamera etc.)





Werde sichtbar mit Booktok



Visuelle Inhalte

- Ist die Beleuchtung gut (dein Gesicht ist beleuchtet, aber das Licht blendet dich nicht) ☐
- Ist es die möglichst beste die Videoqualität ☐
- Nutzt du visuelle Unterschiede, wenn du unterschiedliche Charaktere darstellst? ☐
- Nutzt du einen Text als Titel direkt in der Tiktok-App? ☐
- Nutzt du automatische Untertitel direkt in der Tiktok-App? ☐
- Hast du alle Schreibfehler im Untertitel verbessert? ☐
- Brauchst du Sticker, Effekte oder Filter direkt in der Tiktok-App, die zu deinem Inhalt passen? ☐
- Nutzt du KI-Inhalte? (dann markiere dein Video dementsprechend) ☐

Auditive Inhalte

- Ist der Ton klar, verständlich und in der bestmöglichen Qualität? ☐
- Verwendest du passende Musik? (Im besten Falle Musik, die trendet. Achte hier aber darauf, dass du sie rechtlich benutzen darfst) ☐
- Ist die Lautstärke der Hintergrundmusik leise genug, dass man dich noch immer gut versteht? ☐
- Hast du Soundeffekte genutzt? (Auch hier auf das Copyright achten) ☐





Werde sichtbar mit Booktok



Schnitt und Produktion

- Hast du die Millennial Gap weggeschnitten? (Die Stille vor dem ersten Wort) ☐
- Setzt du Effekte und Filter sparsam und bewusst ein? ☐
- Sind die Schnitte sauber und flüssig? ☐
- Hast du die Momente rausgeschnitten, in denen du die Filmaufnahmen beginnst und endest? ☐

Deine Caption

- Hast du mit einer guten Hook begonnen? ☐
- Nutzt du relevante Hashtags für dein Genre und deine Zielgruppe? ☐
- Ist deine Caption kurz und prägnant? ☐
- Du erwähnst jemanden über jemanden oder sprichst über dessen Buch, vergiss nicht, die Person zu taggen ☐

Veröffentlichen

- Hast du das Video gespeichert, bevor du es veröffentlichst? (Um Wasserzeichen zu vermeiden) ☐
- Postest du zu einer Zeit, in der deine Zielgruppe aktiv ist? ☐
- Kannst du das Video ohne Wasserzeichen auch auf anderen Plattformen posten? ☐





Werde sichtbar mit Booktok



Nach der Veröffentlichung (1 bis 2 Tage)

- Hast du auf alle Kommentare geantwortet? ☐
- Hast du alle Nachrichten beantwortet? ☐
- Hast du bewusst Tiktok genutzt, um dir in einem festen Zeitrahmen (um die 15 Minuten) Videos mit ähnlichen Inhalten anzusehen und damit zu interagieren? ☐

Die Analyse

- Analysiere dein Video (Watch time, Absprungrate etc.) ☐
- Wer hat dein Video angeguckt? (Hast du die richtige Zielgruppe erreicht?) ☐
- Entscheide, ob du ein ähnliches Video erneut drehst. ☐
- Probiere neue Formate aus, aber wiederhole gut laufende Formate. ☐

Mit dieser Checkliste kannst du sicherstellen, dass deine **BookTok-Videos** gut geplant, professionell umgesetzt und optimiert sind, um maximale Aufmerksamkeit und Engagement zu erzielen.

Du hast die Tools und Strategien jetzt in der Hand, um auf BookTok zu glänzen. Wir sind gespannt darauf, wie du diese anwendest, um deine Bücher einem breiteren Publikum vorzustellen. Bald erhältst du weitere Ressourcen und fortgeschrittene Techniken, die dir helfen werden, deine Inhalte weiter zu optimieren und mit deiner Zielgruppe in Verbindung zu treten.



Von Lara Riedel
und Hanna Buchmarketing

