

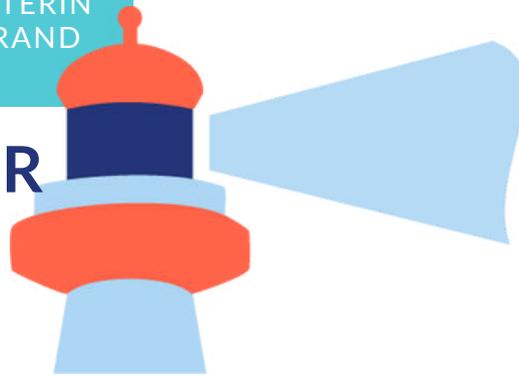
DARIA RAZUMOVYCH | DIGITALBERATERIN
& LEKTORIN | ANTIQUARIAT WILLBRAND

WARUM LESEN JETZT IM TREND LIEGT.

Wie vermarktet man ein analoges Business auf Social Media und welche Faktoren führen dazu, dass es erfolgreich funktioniert? Der Case "Klaus Willbrand" – vom ersten Video über zahlreiche Medien-Interviews, eine Website mit kreativen Produktideen bis hin zum eigenen Buch und zur Maximierung der Verkäufe vor Ort.

klauswillbrand-antiquariat.de

VOM ANTIQUAR ZUM SOCIAL- MEDIA-STAR



Die Idee war schon lange da, das Potenzial immer vorhanden. Und doch ließen wir das Projekt drei Jahre lang liegen – denn Klaus Willbrand glaubte nicht daran, dass Bücher ein breites Publikum begeistern könnten. Er irrte sich. Das Projekt lief wie von selbst und machte eine Menge Spaß. Das Schwierigste war der erste Schritt: die Entscheidung für das Projekt und das Loslegen.

EINFACH LOSLEGEN

Strategie vs. Umsetzung

Der Startschuss: Wir filmten das Antiquariat, und ich stellte Klaus die Fragen, die ich ihm ohnehin im Gespräch gestellt hätte. Er antwortete genau so, wie er es auch sonst getan hätte – spontan, ehrlich, ungefiltert. Diese Authentizität war von Anfang an ein zentraler Bestandteil unseres Projekts. Wir hörten auf unser Bauchgefühl.

Wenn ein Video oder ein Thema nicht gut ankam, probierten wir etwas Neues. Wir änderten den Ton, richteten die Kamera anders aus, verzichteten auf Musik, weil sie die Follower*innen störte. Kurz gesagt: Wir passten unsere Inhalte an die Wünsche der Zielgruppe an – noch bevor wir überhaupt eine feste Strategie ausgearbeitet hatten.

Starter-Kit

- Authentizität: Filme, was du zu bieten hast, und denke dir keine komplizierten Geschichten aus.
- Flexibilität & Anpassung: Achte darauf, wie deine Follower*innen reagieren. Deine Strategie sollte sich mit der Zeit entwickeln.
- Konsistenz und Regelmäßigkeit: Poste regelmäßig, um die Bindung zu stärken, die Sichtbarkeit zu erhöhen und aktiv mit deiner Community zu interagieren, anstatt auf perfekte Aufnahmen zu warten.

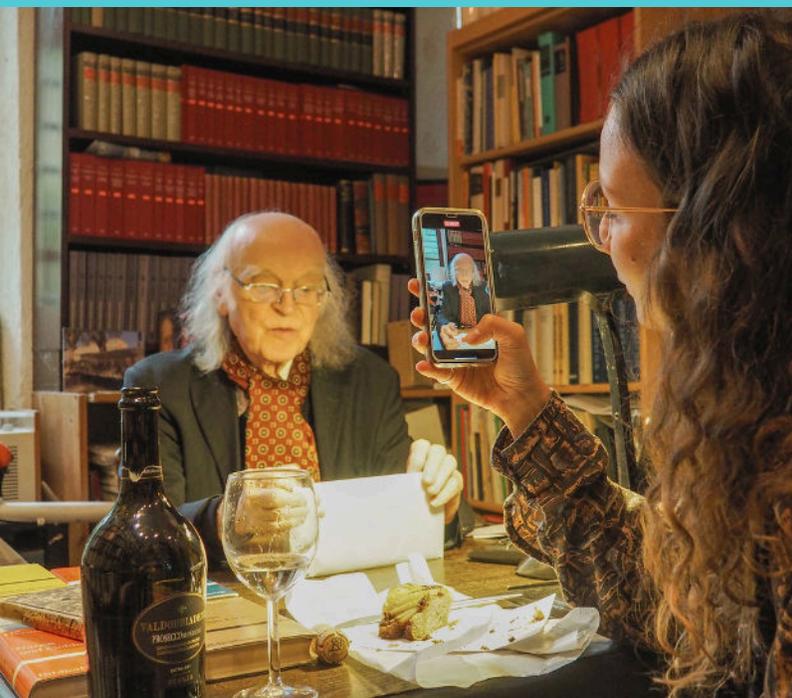
STRATEGIE ENTWICKELN



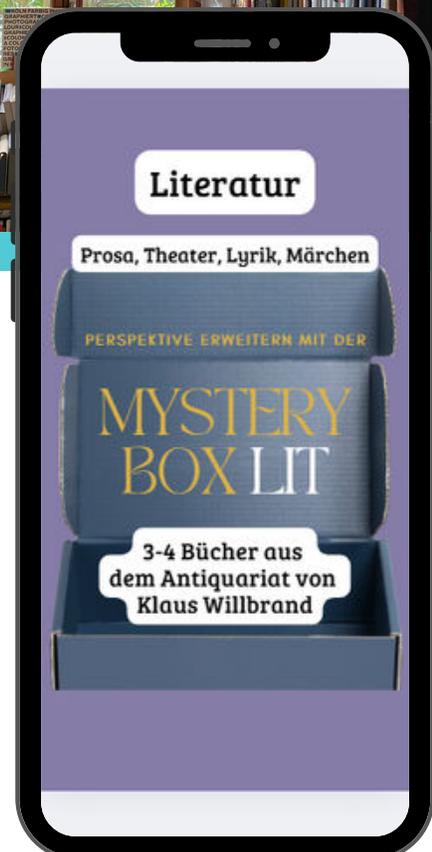
Was passt zu mir?

Wenn deine Formate gut ankommen, ist es Zeit, eine klare Strategie zu entwickeln. Klaus und ich haben unsere Videos nach Themen sortiert, sie geclustert und so die Navigation auf unserem Kanal für die Nutzer*innen vereinfacht. Dadurch konnten wir genau beobachten, welche Themen interessieren und welche weniger, was uns half, einen ausgewogenen Content-Mix zu erstellen.

Die Bestellungen, die uns erreichten, mussten besser gebündelt werden, weshalb uns schnell klar wurde, dass wir eine Website benötigen. Wie bei vielem gibt es auch hier kein ultimatives Rezept – eine Website bleibt für viele eine wichtige Grundlage, aber definitiv kein Muss. Wir haben stets unsere eigenen Bedürfnisse im Blick behalten und unser Projekt Schritt für Schritt weiterentwickelt.



Wir haben schnell gemerkt, dass der Wunsch nach "mehr" da ist – aber auch eine Unsicherheit und Ohnmacht angesichts der riesigen Auswahl an Literatur vorherrscht. Was soll ich lesen, wenn mich Themen wie Identität interessieren? Mit welchem Buch steige ich in die Literatur ein? Diese Fragen, Sorgen und Bedürfnisse haben wir in Content-Formate und Produkte übersetzt. So entstanden unsere Leselisten und die Mystery-Boxen, die schnell zu echten Verkaufsschlagern wurden.



ERFOLGSFAKTOREN

In Interviews wurden wir oft gefragt, was den Erfolg unseres Projekts ausmacht. Unsere Antwort: Es gibt nicht den einen Schlüssel, sondern eine Kombination aus mehreren Faktoren, die nur im Zusammenspiel funktionieren.



“ES GIBT
HUNDERTTAUSENDE, DIE
SICH NACH WAS ANDEREM
SEHNEN. UNSER ERFOLG
BESTÄTIGT DAS.”

– KLAUS WILLBRAND



- **Booktok als Wegbereiter**
Während der Pandemie brachte Booktok das Lesen zurück ins Rampenlicht und schuf eine neue, buchaffine Community.
- **Social-Media-Trends nutzen**
Längere, tiefgehende Formate gewinnen an Bedeutung und spiegeln das Bedürfnis nach fundierten Inhalten wider.
- **Klaus Willbrand als zentrale Figur**
Sein Look, seine Authentizität und sein Wissen machten ihn zum idealen Gesicht des Kanals.
- **Flexibilität und Experimentierfreude**
Wir haben unsere Strategie ständig angepasst, ausprobiert und optimiert.

EIGENE LEIDENSCHAFT ALS TREIBER

Wenn wir aber die Frage auf einer tieferen Ebene beantworten sollen (Achtung: TikTok-Trend-Alarm ;-)), dann würde ich sagen, dass der Erfolg einzig und allein von unserer Leidenschaft abhing. Denn wir hätten uns auch ohne Kamera und Mikro drei Stunden täglich über Literatur unterhalten und dieses Leben mit Literatur geführt.





TIPPS, DIE KEIN MARKETER BEFOLGEN WÜRDE



Betrachte die folgenden Punkte mit einem Augenzwinkern, denn Social Media bieten nicht nur unzählige Möglichkeiten, Themen auf verschiedene Arten zu behandeln, sondern jeder Creator ist auch für seine ganz eigene Herangehensweise bekannt. Hör auf dein Bauchgefühl, frag dich ehrlich, ob du dich selbst für deine Inhalte interessierst, und verliere dich nicht zu sehr in Trends. Setze stattdessen deine eigenen.

Die folgenden vier Punkte nehme ich als Learning aus unserem gemeinsamen Projekt mit:

- 1 Such dir ein Thema aus, das dich interessiert – denn Leidenschaft steckt an und macht deinen Content authentisch und fesselnd.
- 2 Mache Content für dich statt für die Zielgruppe. Kreiere Inhalte, die du selbst gerne sehen würdest. Die Follower*innen kommen zu dir, wenn du echt bleibst.
- 3 Ändere deine Strategie so oft du willst. Die beste Strategie ist die, die sich ständig anpasst. Trau dich, Neues auszuprobieren und zu experimentieren.
- 4 Du brauchst kein teures Equipment, es geht ausschließlich um den Inhalt. Es geht um Ideen, die wirklich zählen – der Inhalt ist der wahre Star!



„Einfach Literatur“ erscheint im Juni 2025 beim S. Fischer Verlag. Das Buch gibt exklusive Einblicke in unser Projekt und taucht tief in die Literatur des letzten Jahrhunderts ein – ein echtes Statement, dass Literatur nach wie vor die Herzen der Menschen berührt. Ein Muss für jede Buchhandlung – „Einfach Literatur“ wird sowohl Literaturfans als auch Neuleser*innen begeistern!

ZUM BUCH

