

Medieninformation

Dussmann das KulturKaufhaus goes TikTok

- **Deutschlands größtes Medienkaufhaus erweitert Social-Media-Portfolio**
- **Im TikTok-Kanal dreht sich alles um Bücher, Musik, Filme – und Berlin**
- **Social-Media-Team stellt sich neu auf**

Berlin, 20. April 2023 – Kurz vor Beginn der Leipziger Buchmesse startet Dussmann das KulturKaufhaus einen eigenen Kanal bei TikTok. Seit 20. April postet das Social-Media-Team des KulturKaufhauses in der App unterhaltsame Videos, die neben vielen Empfehlungen vor allem Infotainment bieten. Die Präsenz auf dem Portal, das weltweit zu den am schnellsten verbreitenden Apps zählt, ergänzt das bestehende Informationsangebot auf Instagram, Facebook und LinkedIn.

Neben TikTok-Trend wie BookTok, unter dessen Hashtag Nutzer:innen ihre Lieblingslektüre empfehlen, gibt es auch Einblicke hinter die Kulissen von Deutschlands größtem Medienkaufhaus.

„Mit unserem TikTok-Account sprechen wir gezielt jüngere Kundengruppen aus der Gen Z an. In diesem Kanal sind vor allem Bücher ein sehr großer Trend. Neben Empfehlungen von unseren Mitarbeitenden aus zielgruppenrelevanten Genres wie Belletristik, New & Young Adult, Fantasy, Dark Romance, Manga und Comic gibt es regelmäßig Musiktippings aus unserer Vinyl-Abteilung. Auf TikTok werden wir im Vergleich zu unseren anderen Accounts den Schwerpunkt auf Unterhaltung und Spaß setzen“, sagt Andrea Ludorf, Geschäftsführerin Dussmann das KulturKaufhaus. Darüber hinaus werden die TikTok-User:innen regelmäßig über Lesungen, Konzerte sowie Workshops im KulturKaufhaus informiert. Auch am Point-of-Sale finden die Besucher:innen Berührungspunkte zu TikTok: Ganze Bücherregale sowie Aktionstische präsentieren immer die aktuell beliebtesten „BookTok“-Titel.

Der Content für den TikTok-Account des KulturKaufhauses produzieren zum größten Teil Alyssa Badur und ihre Kollegin Katharina Hößle. Zudem sind Kooperationen mit reichweitenstarken Influencer:innen geplant.

Alyssa Badur und Katharina Hößler bilden seit Anfang des Jahres das neue Social-Media-Team des KulturKaufhauses. Die 23-jährige Badur hat zuvor bei einem Berliner Franchise-Unternehmen eine Ausbildung als Marketingkauffrau abgeschlossen und ist selbst als BookTokerin erfolgreich in Social Media aktiv. Hößler ist 30 Jahre alt und absolvierte bereits ein Volontariat sowie eine Ausbildung als Medienkauffrau in einem Berliner Verlag.

Wer Dussmann das KulturKaufhaus von einer anderen Seite kennenlernen möchte, ist auf dem neuen TikTok-Kanal gut aufgehoben.

Über Dussmann das KulturKaufhaus

Dussmann das KulturKaufhaus ist ein Geschäftsbereich des Familienunternehmens Dussmann Group, das mit 65.000 Mitarbeitenden in 21 Ländern Dienstleistungen rund um den Menschen anbietet. Das 1997 eröffnete Medienkaufhaus führt auf fünf Etagen mit 7.500 Quadratmetern Verkaufsfläche über 900.000 Kulturmedien aus den Bereichen Buch, Tonträger, Film, Noten und Design. Besondere Highlights sind der English Bookshop und der International Bookshop. Dussmann das KulturKaufhaus denkt den stationären Medienhandel aber deutlich weiter: Mit der KulturManufaktur wurde 2020 ein Kreativangebot geschaffen, mit dem es im bekanntesten Medienkaufhaus Deutschlands jetzt auch Kulturtechnik zum Anfassen, Ausprobieren und Verschenken gibt. Dazu gehören eine Druckwerkstatt, ein PolaroidLab, ein Vinyl-Recorder für eigene Schallplatten und ein analoges Tonstudio für Profis. Extralange Öffnungszeiten, ausführliche Beratung und persönliche Empfehlungen der Kultivist*innen sowie zahlreiche Hörstationen und Lesecken runden das Einkaufserlebnis vor Ort ab. Auf der KulturBühne finden Lesungen, Konzerte und Signierstunden statt. Zusätzlich zu dem umfangreichen stationären Angebot bietet Dussmann das KulturKaufhaus im gleichnamigen Online-Shop www.kulturkaufhaus.de einen fast fünfzehn Millionen Produkte umfassenden Medienmix von Büchern über Noten, bis hin zu Film und Musik. Virtuelle Formate wie der Podcast „KulturGut“, Lesungen via Live-Stream oder die digitale Geschenkeberatung machen den Einkaufsbummel auch online zu einem Erlebnis. Neben dem Ausbau des E-Commerce hat das Medienkaufhaus im Jahr 2020 sein Angebotsspektrum um einen anspruchsvollen Firmenkundenservice erweitert und geht so auch im B2B-Bereich neue strategische Wege.