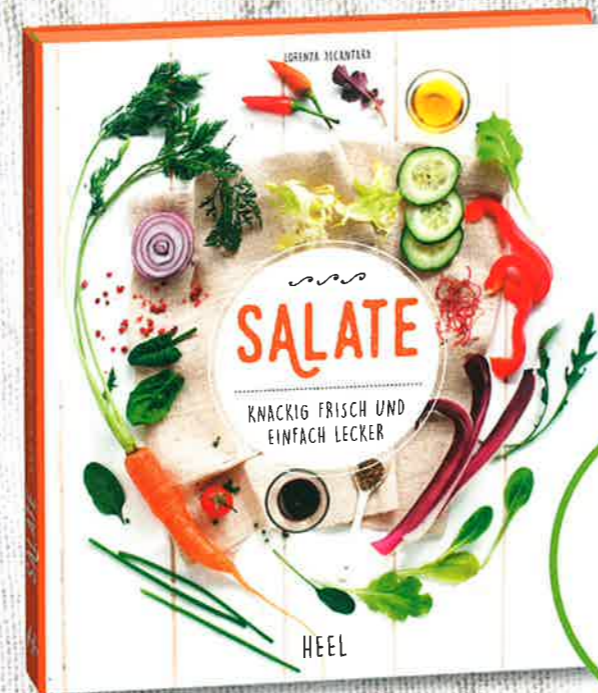


SPEZIAL ESSEN, TRINKEN & GENIESSEN

FOODAUTOREN → Rezeptentwickler über ihre Arbeit zwischen Kochtopf und Buch
SCHNELLE KÜCHE → Fünf Ratgeber mit Blitzrezepten – im Praxistest am heimischen Herd
THEMA DER WOCHE → Selfpublishing: Ein Markt auf Professionalisierungskurs

Heft **14**
185. Jahrgang
5. April 2018
boersenblatt.net



DAS
SCHÖNSTE
SALAT
BUCH
DES JAHRES

160 Seiten, gebunden,
205 x 234 mm,
ISBN 978-3-95843-713-5
EUR 18,00
lieferbar



240 Seiten, gebunden,
223 x 260 mm,
ISBN 978-3-95843-690-9
EUR 24,99
erscheint Ende Mai





Herdheldentum

Gute Kochbücher leben von guten Autor(inn)en: Wer erfolgreiche Foodratgeber schreiben will, muss mehr Talente haben denn je. Und manchmal auch Nein sagen können. Fünf Beispiele – von Blogger Stevan Paul bis zur Glyx-Spezialistin Marion Grillparzer.

CONSTANCE KLEIS

© Berta Mattern - Daniela Haug - Carolin Friese (v.l.)

➔ Schreiben sei einfach, soll Hemingway einmal gesagt haben – und dass man sich dafür bloß an einen Schreibtisch zu setzen und eine Ader zu öffnen brauche. Was den Kochbuchmarkt angeht, wäre es vermutlich außerdem ziemlich nützlich, über ein paar Superhelden-Qualifikationen zu verfügen – etwa gleichzeitig hyperaktiv und schwindelfrei zu sein.

Denn immer schneller dreht sich das Trendkarussell, und immer mehr Veröffentlichungen tummeln sich in immer kleineren Nischen auf einem sich rasant wandelnden Markt. Dazu kommen noch die Foodblogger, die kulinarische Themen längst auch in Printform besetzen. Wie behält man da bloß den Kopf oben und den Überblick, bewahrt und

erobert sich Leser und Einnahmequellen? Das fragt man am besten jene, die diese Kunststücke nachweislich beherrschen. Solche wie Stevan Paul, Koch, Foodstylist, Autor und einer der erfolgreichsten Foodblogger Deutschlands (nutriculinary.com).

Pauls Punktlandung Mit »Meine japanische Küche. Rezepte für jeden Tag« (Hölker, 224 S., 32 Euro) hat er gerade einmal wieder den Nachweis erbracht, etwas früher gewusst zu haben, was später in aller Munde ist. Immerhin erlebt das im Herbst 2017 erschienene Buch gerade die vierte Auflage.

Das Geheimnis einer solchen Punktlandung, sagt er, liege ganz klassisch in umfangreichen Recherchen: »Ich lese unheimlich viel englische und amerikanische Magazine, beobachte Trends weltweit.« Und natürlich gehe nichts ohne ein gutes Lektorat. »Ich singe das Hohelied auf die Lektorinnen – es sind ja meistens Frauen. Sie machen Bücher besser und bewahren mich vor Fehlern.« Doch auch eine weitere Zutat sorgt für den Erfolg. Die sei relativ neu und habe auch die Arbeit von Foodautoren kräftig beeinflusst, so Stevan Paul: »der Kontakt zu den Leserinnen und Lesern, der durch die sozialen Medien ganz unmittelbar geworden ist.«

Lob landet auf diesem Weg ebenso direkt beim Kochbuchautor wie Kritik – und mit jedem neuen Buch, mit jedem Rezept werden auf diese Weise Qualitätstest und Marktanalyse gleich mitgeliefert. Stevan Paul weiß zum Beispiel sehr genau, welche seiner Japan-Rezepte besonders beliebt sind (Miso-Spaghetti und ein Gurkensalat aus jeweils drei Zutaten).

Es läge nun nahe, das offenbar so leistungsstarke Trend-Ross – spannende Küche, wenige Handgriffe – auch ins nächste Rennen um die Publikumsgunst zu schicken. Doch Stevan Paul will erst mal aussteigen aus dem, was die Amerikaner »Rat Race« nennen, gerade weil der Kochbuchmarkt mit seinem »Höher, Schneller,



» Ich singe das Hohelied auf die Lektorinnen. Sie machen Bücher besser.

Stevan Paul hat in Sterneküchen und in der Redaktion von »Essen & Trinken« gearbeitet. Seit 2000 ist er freier Autor. Der Hamburger bloggt unter nutriculinary.com und publiziert Kochbücher, etwa bei Mairisch und Brandstätter. Sein Japan-Kochbuch für Hölker (August 2017) geht gerade in die vierte Auflage.



» Ein glaubwürdiger Autor wird von den Lesern weiterempfohlen.

Marion Grillparzer ist studierte Ökotrophologin und besuchte die Henri-Nannen-Schule. Die Münchnerin schreibt seit 1999 Ratgeber, oft mit einem Versprechen im Titel. 2005 standen gleich drei Bücher auf der »Focus«-Bestsellerliste, darunter die »Glyx-Diät«. Zwei aktuelle Werke: »Smart Aging. 99 Geheimtipps für ein langes Leben« (Christian, 2017) und »Prinzip Pure« (ZS, 2018).



Weiter« so ein absurdes Tempo vorlegt. Im März ist bei Mairisch die von Paul herausgegebene »Philosophie des Kochens« erschienen (siehe Seite 49) – »und auch meine nächsten Bücher werden mit Trends nichts zu tun haben. Ich bin froh, mal durchschnaufen zu können, mit einer Reise zu einem kulinarischen Thema, das ich mir rund um den Erdball angesehen habe.«

Die Marke Grillparzer Gut möglich, dass gerade aus der Trend-Verweigerung der nächste Hype entsteht. Zumal nicht nur das Thema, sondern längst auch die Persönlichkeit des Foodautors ein starker Absatzmotor ist. So wie bei Marion Grillparzer, die seit 1999 Ratgeber und Kochbücher schreibt. Höchst erfolgreich vermeldet die Foodautorin Gesundheitsbewusstsein mit Genuss. Vor vielen Jahren hat sie eine kleine ➔

→ Revolution auf dem Markt in Gang gesetzt – »indem ich Ratgeber mit journalistischen Elementen gewürzt habe: mit einem Versprechen auf dem Titel, mit Interviews, kurzweiligen Info-Kästen und Listen, fröhlicher Wissenschaft, Geschichten von und über Menschen.«

Dabei ist Marion Grillparzer etwas ganz Seltenes und ziemlich Kostbares geglückt: als Autorin mit ihren Themen identifiziert zu werden und selbst längst eine Marke zu sein, die für die Glyx-Diät ebenso steht wie für Smart-Aging – oder aktuell für das »Prinzip Pure. Die Formel für ein gesundes, schlankes und langes Leben«, wie ihr neues Buch heißt (ZS, 240 S., 22,99 Euro). Grillparzers Erfahrung: »Authentizität füllt die Seiten mit Ehrlichkeit, und das spürt der Leser.« Diesem Rezept ist sie treu geblieben, ganz gleich, ob ihre Bücher nun bei GU, beim Christian Verlag oder bei ZS er-

scheinen: »Ein glaubwürdiger Autor wird von seinen Lesern weiterempfohlen. Eine bessere Werbung gibt es nicht. Auch heute.« Dennoch, sagt sie, ist im Laufe der Jahre auch für sie viel Neues dazugekommen, etwa die Präsenz in den digitalen Netzwerken.

Herzenthemen à la Stich Von Anfang an in den sozialen Medien zu Hause ist dagegen Nicole Stich. Sie startete ihre Karriere 2005 mit ihrem Blog www.deliciousdays.com, der auch durch seine besondere Gestaltung auffiel. Lange war sie dort Herrin im eigenen Reich: selbstbestimmt, frei, ihre Seite so zu füllen, wie es ihr und ihren Fans gefiel – bis sie 2008 ihr erstes Kochbuch, »Delicious Days«, herausbrachte (GU, 216 S., 14,95 Euro). Damals war es eine Umstellung für sie, sich an die Verlagsmatrix zu halten, an Layout-, Typo-, Papier- und Textvorgaben. Und nicht immer sei ihr dabei plausibel gewesen, warum die Dinge so gemacht werden und nicht anders, sagt Stich.

Ihre Beobachtung: So schnell der Kochbuchmarkt Trendthemen aufgreife, so zögerlich seien die Verlage damit, Bewährtes über Bord zu werfen. Nicole Stich erinnert sich beispielsweise daran, dass sie lange vergeblich um »ungestrichenes Papier« für ihre Kochbücher gekämpft habe. »Immer hieß es, auf einem solchen Papier fehle Essensbildern die Brillanz.« Irgendwann wurde ihr Rat schließlich doch umgesetzt »und nun wollen alle dieses Papier«.

Trotz solcher Reibungspunkte findet Nicole Stich es spannend, ihre Fähigkeiten auch unter den Bedingungen des Buchmarkts unter Beweis zu stellen, ihre Herzenthemen in gedruckter Form zu platzieren. Mit der schnellen Lieferung von Trendrezepten allerdings tut sie sich schwer: »Wenn das Herzblut fehlt, kann ich einen solchen Auftrag nicht übernehmen. Ich muss mich lange und ausgiebig mit etwas beschäftigen wollen, das mich anspricht.«

Kein schlechtes Auswahlkriterium, wie sich bei Stichts hinreißendem Prachtband »Shiok Singapur« unschwer erkennen lässt. Der »kulinarische Streif-

zug durch Asiens Melting Pot« erscheint im Mai bei ZS (208 S., 29,80 Euro). Dass sie dieses Buch nicht wie die Vorgänger bei GU, sondern bei Edels Kochbuchtochter herausbringt, sei mehr oder weniger Zufall, meint Stich: ein wenig der Neugier geschuldet – und nicht zu vergessen, den größeren Freiheiten. »Ich habe sogar das Cover gestaltet!« Das heißt für Nicole Stich allerdings keinesfalls, dass sie künftig ausschließlich für ZS arbeiten wird. Denn gerade auf dem Kochbuchmarkt gilt: Sag niemals nie. »Alle meinen Kollegen veröffentlichen bei verschiedenen Verlagen.«

Donhausers Erfahrungsschatz Die Edition Michael Fischer ist der aktuelle Heimathafen von Rose Marie Donhauser. »Mir gefällt an EMF, dass der Verlag die Themen so jung, so unkompliziert angeht und so großartige Layouts hat«, so Donhauser, die aber auch jahrelang für andere Häuser, etwa für Südwest, gearbeitet hat. Dass Donhauser immer mal wieder woanders andockt, liegt nicht an mangelnder Treue – sondern daran, dass es in den Verlagen interne Wechselbewegungen gibt, Programme neu aufgestellt und kulinarische Pausen eingelegt werden – Zeit, die Autoren dann eben woanders verbringen.

Die Kunst bestehe einfach darin, nicht gleich die Nerven zu verlieren, wenn sich ein Verlag mal länger nicht melde, meint Donhauser. Denn die Erfahrung zeige, dass doch immer wieder neue Aufträge ins Haus kommen.

Seit 1988 arbeitet die ausgebildete Köchin als freiberufliche Food- und Reisejournalistin, als Restauranttesterin und Kochbuchautorin: »Mein erstes Kochbuch habe ich noch auf der Schreibmaschine getippt.« Mehr als 200 Titel hat sie schon publiziert. Allein in diesem Jahr werden wieder acht Bücher von ihr erscheinen, darunter »Einfach – Low Carb. Genial kochen mit maximal 5 Zutaten« (320 S., 26 Euro) und »Reis, der. Das große Grundlagenbuch« (220 S., 30 Euro, beide Edition Michael Fischer).

Die Fülle sei nicht etwa den immer kürzer werdenden Aufmerksamkeitsintervallen geschuldet, sondern einfach dem Um-



» Mein erstes Kochbuch habe ich noch auf der Schreibmaschine getippt.

Rose Marie Donhauser ist ausgebildete Köchin und arbeitet seit 1988 als Foodjournalistin und Kochbuchautorin. Mehr als 200 Titel von ihr sind in den vergangenen 30 Jahren erschienen, in wechselnden Verlagen. Allein 2018 kommen acht Werke von ihr auf den Markt, alle bei Edition Michael Fischer, darunter ein Reiskochbuch.



stand, dass sie eben hauptsächlich schreibe, sagt Donhauser: »Ich kann mich ja komplett auf meine Autorentätigkeit sowie auf das Kochen konzentrieren. Aber es sind auch nicht alle Bücher gleich umfangreich. Manche Bücher haben nur 30 Rezepte. Andere wiederum 100.«

Da sie als Kochbuchautorin und Foodjournalistin mehrgleisig fährt, lehnt sie durchaus auch schon mal Aufträge ab, wenn ihr ein Thema nicht liegt. Und sie kann sich ab und an ein Nischenthema leisten: »Weil ich dazwischen Bücher habe, die sich einfach sehr gut verkaufen.« Dass der Markt, von dem sie lebt, durch die wachsende Zahl der Foodblogger enger werden könnte, fürchtet sie nicht. »Nach meiner Erfahrung verdienen die wenigsten an ihrer Arbeit als Kochbuchautor, den meisten geht es vor allem um den Spaß an der Sache.«

Die Unmittelbarkeit des Digitalen, die manche Kollegen so sehr loben, findet sie eher abschreckend. »Das Netz ist nichts für Zartbesaitete. Ich kann jedenfalls nicht so gut damit umgehen, wie

harsch und wie schnell man da manchmal zerpfückt wird.« Auch deshalb hält sie sich lieber fern von sozialen Netzwerken, macht nur manchmal eine Ausnahme, wenn es beispielsweise darum geht, ein neues Buch auf Facebook zu präsentieren.

Für die Kochbuchautorin liegt die größte Veränderung beim Schreiben eher darin, dass sie kulinarische Grundlagenarbeit leisten und »immer wieder bei null anfangen muss« – damit ihre Rezepte auch für eine Generation verständlich sind, die zwar weiß, was Kim Kardashian auf dem Weg zum Fitnesscenter trägt, aber nicht, was eine Okraschote ist (geschweige denn, wie man sie verarbeitet).

Doppelrolle für Bodensteiner Alles soll so bleiben, wie es ist: Nicht nur für die Autoren, sondern auch für die Lektoren von Kochbüchern ist dieser alte Werbespruch längst kalter Kaffee. Das sagt eine, die beide Seiten kennt. Susanne Bodensteiner ist Kochbuchautorin, arbeitet aber auch als Foodlektorin für GU. »Vor allem die Lektoratsarbeit hat sich um 180 Grad gewendet, weil nicht mehr auf Papier, sondern direkt im System gearbeitet wird. Die Technik hat das Lektorat schon sehr im Griff«, meint Bodensteiner. Die größte Veränderung für sie als Autorin sei dagegen, »dass Themen sehr viel schneller angegangen werden als früher«.

Ihre Doppelrolle eröffnet ihr zwei Perspektiven auf ein und dasselbe Produkt: »Als Autorin konzentriert man sich eher auf die Rezepte, darauf, dass sie sich gegenseitig gut ergänzen und schmecken.« Als Lektorin gehe es dagegen eher um Form, Wording, Textlänge, Layoutvorgaben – und natürlich auch um die Kontrolle, ob die Rezepte wirklich funktionieren. »Dafür gebe ich manche auch schon mal zum Testkochen nach draußen.« Besonders schätze sie bei beiden Tätigkeiten, so Susanne Bodensteiner, sich im Team in immer neue Foodthemen einarbeiten zu können. Das sei spannend, bereichernd und nach all den Jahren immer noch schön, so wie bei ih-

rem jüngsten Titel »Feierabendfood. 70 After-Work-Rezepte zum Runterkommen« (GU, 156 S., 19,99 Euro).

Am Ende geht es eben doch vor allem darum, ein gutes Kochbuch herauszubringen, eines, das aus Zutaten wie Leidenschaft, Begeisterung, Professionalität und Genussfreude besteht. Für Autoren wie Lektoren bedeutet das: noch im stärksten Trend-Orkan, in der größten Digitalhysterie Überblick, Ruhe und Nerven zu bewahren. Kurzum: Heldentum zu sein. **sb**



Constanze Kleis, Autorin dieses Beitrags, hat mit Susanne Fröhlich mehrere Bestseller verfasst, etwa »Runzel-Ich« (Fischer TB).



» Themen werden heute viel, viel schneller angegangen als früher.

Susanne Bodensteiner schreibt und lektoriert Kochbücher, von Streetfood bis zur Haute Cuisine. Die ehemalige Redakteurin der Foodzeitschrift »Meine Familie & ich« betreibt ein Redaktionsbüro in München und arbeitet als freie Lektorin für GU. Von ihr selbst erscheint im April der Titel »Feierabendfood«, ebenfalls bei GU.



» Auch alle meine Kollegen veröffentlichen bei verschiedenen Verlagen.

Nicole Stich ist Wahlmünchenerin und Weltenbummlerin. Seit 2005 bloggt sie auf der preisgekrönten Seite deliciousdays.com, 2008 erschien ihr erstes Kochbuch bei GU. Mit ihrem neuen Band »Shiok Singapur« bricht sie auf zu neuen Ufern: Der Titel kommt im Mai bei ZS heraus, auch das Cover hat sie diesmal selbst gestaltet.



© Oliver Seidel - Sabrina/Sue Daniels - 2013 MunchSedcard - privat (v.l.)