



# Mut zur Spezialisierung

## Ein Kölner Buchhändler konzentriert sich ausschließlich auf Kochbücher

*BuchGourmet ist die einzige Buchhandlung Deutschlands, die sich ausschließlich auf Kochbücher spezialisiert hat. Kochbegeisterte Feinschmecker, Hobbyköche und Gourmets schätzen das riesige Angebot genauso wie alle Fachleute aus dem kulinarischen Metier. Ein Besuch – auch von weit her – lohnt immer.*

„Alles über's Essen & Trinken“ ist Programm beim Kölner Buchhändler Dieter Eckel. Mit seinem Unternehmen „BuchGourmet“ ist er in Köln und im Internet präsent. Spitz konzentriert auf ein Thema: Kochbücher im weitesten Sinne. Mindestens 60% seiner Kunden sind Profiköche. Jedes Jahr bei der Anuga, der Weltmesse für Ernährung in Köln, trifft man regelmäßig prominente Starköche am Stand von „BuchGourmet“. Gerade die Spitzenköche interessieren sich für neue Impulse aus aller Welt. (Wahrscheinlich sind sie deshalb auch zu Spitzenköchen geworden.)

Was dem Buchhandelslaien als imposante Spezialisierung erscheint, tut Eckel mit einer Handbewegung ab: „Wir könnten uns innerhalb unseres Bereiches noch viel weiter konzentrieren.“ Und so stellt man auf den zweiten Blick fest, dass zu den 10.000 „BuchGourmet“-Büchern nicht nur Kochbücher im klassischen Sinne gehören, sondern auch Fachbücher zu den Themen Organisation, Betriebsablauf, Management, Marketing, Kücheneinrichtung, Restaurantdesign, Gestaltung von Speisekarten, Fachbücher für Barkeeper, Bäcker, Konditoren und

Patissiers sowie für „Zigarren-Aficionados“. Darüber hinaus findet man Kataloge zum Thema Sterneköche der Welt, Kochrezepte der Stars, Spezialitäten aus Köln und allen Teilen der Welt, erotische Kochbücher sowie eine Fundgrube reduzierter Bücher und ein Kochbuchantiquariat mit echten Raritäten.

Die skurrilsten Bücher, die ich im Katalog „Tabus & Kuriositäten“ finden konnte sind: „Spaghetti Shebanese“ mit dem Untertitel: „Probieren Sie selbst, was Ihrer Katze so gut schmeckt: delikate Gerichte aus Katzenfutter.“ Die zweite Skurrilität – für so manchen USA- oder Australien-Urlauber sicherlich gut nachvollziehbar: „International Roadkill Cookbook“ nach dem Motto „Genießen Sie: Rentiere, Kamele, Pferde, Kühe, Katzen, Hühner, Ratten, Igel, Kojoten etc.“ Eine Sammlung der besten Rezepte für die Zubereitung von überfahrenen Tieren, die man auf den Straßen der Welt findet.

Hört man den Begriff „Kochbuch“, so denkt man an die klassisch gebildete Kochanleitung. Schaut man sich dann aber das Sortiment des BuchGourmet an, so merkt man, dass sich dahinter ein riesiger Raum auftut, der dem durchschnittlichen Hobbykoch verschlossen bleibt. Es entsteht ein Eindruck davon, welche Dimension Spezialisierung annehmen kann mit all dem damit verbundenen Fachwissen. Spätestens jetzt wird auch Eckel's Hinweis auf eine weitere mögliche Spezialisierung verständlich. Zum Beispiel könnte er sich ausschließlich auf die Zielgruppe

Profiköche spezialisieren und alles andere weglassen. Denkt man in diesem Zusammenhang unmittelbar an den konventionellen Buchhandel, erscheint dieser unendlich verzettelt zu sein.

Dieses Beispiel zeigt, wie Spezialisierung zu einer stärkeren Sensibilisierung und einem deutlichen Informationsvorsprung führt. Sicherlich kann uns Dieter Eckel Fragen zum Thema „Essen und Trinken“ beantworten oder in kürzester Zeit recherchieren, nach deren Antworten wir sonst wochenlang suchen müssten. Vergleicht man sein Know-how mit der Beratung in einer herkömmlichen Buchhandlung, MUSS BuchGourmet um Klassen besser abschneiden. Somit bietet es zumindest Profis einen zwingenden Nutzen, sich in der Kölner Buchhandlung umzusehen.

Eckel hat ein Know-how-Zentrum für seinen Bereich aufgebaut und ist im Besitz der damit verbundenen Kommunikationsstrukturen. Diese sorgt nicht zuletzt dafür, dass er seinen Informationsvorsprung behalten und weiter ausbauen kann. Eine seiner wichtigsten Quellen sind seine Kunden, die ihm von neuen Büchern erzählen. Selbst ich, als völlig Unbeteiligter, muss zukünftig sicherlich an BuchGourmet denken, wenn ich einmal irgendwo zufällig ein ausgefallenes Kochbuch entdecke. Und bei Kochprofis ist dies erst recht so. Es liegt nun bei Eckel, im Dialog mit seinen Kunden, die Kommunikation anzukurbeln und entsprechende Tipps zu honorieren.

Durch regelmäßige Kommunikation wird auch sichergestellt, dass Dieter Eckel sehr nahe an seiner Zielgruppe bleibt. Die Trends in seinem Bereich

kennt er vor allen anderen. So weiss er was „geht“ und was nicht: Bei ambitionierten Hobbyköchen gibt es einen klaren Trend in Richtung Do-it-yourself von Käse, Wurst, Obstbränden oder Bier. Weiterhin konnte er feststellen, dass saisonorientierte Bücher z.B. über Pilze, Spargel, Kürbisse oder Muscheln mehr gefragt sind als die klassischen Kochbücher. (Ungeachtet dessen ist Eckel's Lieblingskochbuch: „Die große Schule es Kochens“ von Anne Willan mit umfassenden Informationen über Zutaten und Techniken.)

Mitte 1999, erst zwölf Jahre nach der Gründung, beschäftigte sich Eckel mit dem Thema Werbung und PR. Dies zeigt, dass sich die Präsenz des Spezia-

listen bei den Profis quasi als Geheimtipp von Mund zu Mund verbreitet hat. Jedes andere Unternehmen wäre ohne Werbung längst pleite gegangen. Im Umkehrschluss heißt das: mit etwas mehr gezielter Werbung und PR können hier noch jede Menge Potentiale aktiviert werden. Mit etwas breiter gestreuten Anzeigen im lokalen Umfeld aber auch in Fachzeitschriften sowie mit PR-Maßnahmen soll der Umsatz nun weiter angekurbelt werden.

An ungenutzten Chancen mangelt es nicht, denn das Thema gibt sehr viel her, womit man z.B. eine Redaktion „glücklich“ machen könnte. Auch die Beziehung zur prominenten Klientel könnte man in Aktionen vor Ort umsetzen. Überlegen Sie doch mal: Für wen ist es schwieriger, die Presse für einen Artikel zu begeistern: für Eckel oder eine klassische Buchhandlung?

Gerade durch die hohe Spezialisierung liegt der potentielle Kundenkreis nicht nur in Köln, sondern im gesamten deutschsprachigen Raum. Rund 3.000

Bücher sind dazu in englischer oder französischer Sprache verfasst. Um den Kunden den langen Anfahrtsweg zu ersparen, vertreibt BuchGourmet auch im Versandhandel. Dieser krankte früher an der mangelnden Präsenz des umfangreichen Sortiments im „Wohnzimmer der Kunden“. Einen Katalog zu erstellen, war unmöglich.

In diesem Bereich bietet natürlich das Internet neue Chancen. Unter der Adresse [www.buchgourmet.com](http://www.buchgourmet.com) können aktuelle Angebote „online“ abgefragt und die Bücher bestellt werden. Rund 4.000 Titel stehen z.Zt. in verschiedenen Katalogen bereit. So kann man übers Internet – weltweit – alle deutschsprachigen Spitzenköche erreichen. Denn gerade in der Gastronomie gehören Auslandsaufenthalte zum guten Ton. Ein spezieller Katalog für englischsprachige Kunden wäre auf der Homepage ebenso denkbar.

Darüber hinaus gibt es Mailing-Listen, in denen regelmäßig „special interest“-Bedürfnisse z.B. von Barkeepern oder

Bäckern mit Information versorgt werden können. Eckels Ziel ist es, alle Bücher samt Inhaltsangabe, Kurzbeschreibung und Cover-Foto ins Netz zu stellen und per e-commerce direkt zu vertreiben. Ein weiterer Ausbau dieses Bereiches scheiterte bisher noch an den hohen Kosten. Letztlich kann man aber festhalten, dass das Medium Internet eine weitere Spezialisierung zulässt, da man eine weltweit verstreute Zielgruppe gut erreichen kann.

Von EKS hat Dieter Eckel noch nichts gehört. Aber es geht auch so, wie man sieht. Eine Beschäftigung mit der Strategie könnte jedoch den Erfolg systematisieren und beschleunigen. (TR)



#### Kontaktadresse:

BuchGourmet – Dieter Eckel  
 Hohenzollernring 16–18 · 50672 Köln  
 Tel. (0221) 2574072 · Fax 255305  
[www.buchgourmet.com](http://www.buchgourmet.com)  
[buchgourmet@netcologne.de](mailto:buchgourmet@netcologne.de)