

Das Branchenmagazin für Handel und Industrie

77237

Genuss

PROFESSIONAL



Nr. 1 | Februar 2010

Ambiente 2010:

Neue Strukturen & Bündelungen

Neuheiten:

Tafelspaß & Kochvergnügen

Nachgefragt:

Konzepte & Erfolgsfaktoren





Trends & Themenwelten

Eigentlich könnte die DT-Collection in jeder Halle der Ambiente einen Messestand präsentieren – die Themenvielfalt im Buchprogramm von Dori Tschewinka würde das absolut hergeben. Aber durch das „Splitting“ würde die ganzheitliche Denke der Branchenfachfrau rund ums Buch ab absurdum geführt. Also: Alles auf einem Stand. GENUSS PROFESSIONAL sprach mit Dori Tschewinka – über ihre Trendprognosen, ihr Sortiment, ihre Vertriebsstrategie.

GENUSS PROFESSIONAL: Die Ambiente wird eine spannende Messe. Nicht nur wegen der Neuheiten und Trends, die hier präsentiert werden, sondern auch wegen der neuen Hallen-Strukturen. Die DT-Collection hat wirklich eine Sonderposition: Einem Fels in der Brandung gleich haben Sie in der Galleria Ihren angestammten Messestand. Nach wie vor der richtige Platz für Sie?

Dori Tschewinka: Wir freuen uns auf die neue Hallenstruktur der Messe. Sie zeigt deutlich, wie breit gefächert unsere Bücherwelten sind: Eigentlich könnten wir uns mit einem Teil unseres Programms in jeder Halle gut positionieren, da wir zu den jeweiligen Themen wunderbare Bücher in jeder Geschmacks- und Preisrichtung anbieten können. Unsere Bücherwelten passen eben zu allen Branchen und Einzelthemen. Auf unserem angestammten Messeplatz können wir diese Themenfächer und die Verzahnung der verschiedenen Branchen und Themen viel besser präsentieren als in den jeweiligen Themenbereichen. Das würde eher zu einer Verzettelung und Zerstückelung unseres Pro-

gramms führen – und es ist und bleibt ein Bücherprogramm. Wir freuen uns daher, dass wir mit Zustimmung der Messeleitung am bewährten Platz ein fester Anlaufpunkt für unsere Kunden bleiben können. Und mit ein bisschen Stolz darf ich sicher hinzufügen: Mit unserem Messestandbauunternehmen Assoziation Bergmann aus Stuttgart können wir sicherlich auch gestalterisch und optisch unserem Messestandort wieder mehr als gerecht werden.

GENUSS PROFESSIONAL: Wie immer wird es auf der Ambiente bei der DT-Collection ein Stelldichein von Lifestyle- und Koch-Größen geben. Welche illustren Gäste erwarten Sie dieses Mal? Und wird es wieder die Möglichkeit geben, sich ein Buch von einem der angesagten Starköche signieren zu lassen?

Dori Tschewinka: Auch auf dieser Ambiente werden wir spannende Persönlichkeiten und bekannte Autoren präsentieren. Wie jedes Jahr offenbaren wir das immer erst bei unseren Einladungen. Natürlich werden die Starköche wieder ihre Bücher signieren, wie immer. Toll war in den letzten Jahren vor allem der Besuch von Peter Gayman mit seinen fantastischen Wellness-Hühnern und der Besuch von Horst Lichter. Für uns und für unsere Kunden ist es immer wieder erstaunlich, dass



Lebensnah, pragmatisch und absolut im Trend: Jamie Olivers Amerika-Kochbuch.

sich die berühmten Autoren und Starköche unprätentiös und auskunftsfreudig geben und zu allen Gesprächen und Auskünften gerne zur Verfügung stehen. Auf unserem Stand haben sich schon die spannendsten Diskussionen entwickelt. Wenn man nur mehr Zeit hätte!

GENUSS PROFESSIONAL: Stichwort „angesagt“: Wenn jemand über Trends informiert ist, dann Sie, Frau Tschewinka. Wenn Sie Ihre Reisen durch die Welt und Ihre Besuche auf nationalen und internationalen Messen in den vergangenen Monaten Revue passieren lassen: Wohin geht allgemein der Trend für unsere Branche im Jahr 2010? Und wohin in Ihrem Spezialsegment, bei den Büchern?

Dori Tschewinka: Beim Kochen geht der Trend verstärkt zur Verwendung naturnaher, biologischer und erstklassiger Pro-



Fotos: DT-Collection

Ausgewählte Reise-Literatur ist aus dem Programm der DT-Collection nicht mehr wegzudenken!

dukte. Michelle Obama ist ein tolles Beispiel für die Popularität, aber auch die Sorgen vieler Menschen um einen naturnahen, biologischen, selbst kontrollierten Anbau von Nahrungsmitteln. Die Sorgfalt der produktspezifischen Zubereitung wird zunehmen, die aromatische Räumlichkeit und das Bewusstsein der Kombination unterschiedlichster Geschmacksrichtungen wird die klassische Küche ablösen. Bei Büchern muss das Ganze natürlich lebensnah und pragmatisch angelegt sein, wie z.B. bei Jamie Olivers Amerika oder Witzigmann / Plachutta's Kochschule.

Wir bieten neue fantastische Bücher zu Einrichtung in Haus und Garten, immer wieder fantastische Reiseführer und wunderbare Bildbände bekannter Künstler zum Schmökern und zum Verschenken. Stolz sind wir auf die Erweiterung unseres Kinderbuchprogramms. Endlich im Sortiment, was ich persönlich als Kind schon liebte: Die Häschenschule.

Büchertrends und gesellschaftliche Trends sind gekoppelt. Der Klimawandel wird unser Leben beeinflussen und sicherlich verändern. Wir werden und wir müssen uns beim Kochen, Essen und Reisen wieder mehr danach richten, was biologisch emp-

fehlenswert ist. Dieser wichtige Trend wird an den Büchern nicht vorbeigehen, er wird vielmehr von ihnen verstärkt. Mein Mann und ich werden auch dieses Jahr wieder in New York die angesagten Buch- und Feinkostgeschäfte besichtigen. Im November waren wir in Shanghai, haben uns davor im trubeligen Spanien umgesehen und stellen immer wieder fest: Das Thema Buch ist in allen Sortimenten interessant und auf allen Erdteilen präsent, kein Wunder, dass wir auch in Deutschland gute Verkaufserfolge haben.

Ein wichtiger Trend in Zeiten des Internets ist nach unserer Meinung die qualifizierte Wissensoptimierung statt quantitativer Wissensmaximierung. Es wird immer wichtiger zu sortieren, was ist wichtig, was ist unwichtig. Unsere Bücherwelten helfen hier als Wegmarkierungen, als Medium und als Beratung. Die Maximierungsleistungen des Internet und der Optimierungsleistungen der Bücher verknüpft DT genauso wie seit jeher die Angebote der Verlage mit den Bedürfnissen unserer Branche. DT wird daher zum doppelten Katalysator.

GENUSS PROFESSIONAL: In Sachen Vertriebswege ist die DT-Collection ja immer

sehr konsequent gewesen. Immer noch schließen Händler, auch große, renommierte. Da muss man sich doch auch andere Vertriebswege anschauen, oder?

Dori Tschewinka: Unsere Hauptkunden sind nach wie vor die Einzelhändler unserer Branche. Wir planen keine aufregenden Änderungen unserer Vertriebswege. Warum auch? Mit unseren wunderbaren Kunden und unseren kompetenten Verlagspartnern haben wir ein hervorragend funktionierendes, professionelles Netz aufgebaut. Wir haben zusammengeführt, was zusammengehört und haben nicht die Absicht, dies zu ändern.

GENUSS PROFESSIONAL: Obligatorisch ist die Frage nach dem Geschäftsverlauf, also wird sie auch gestellt! Wie war das Jahr 2009 für Sie? Haben Sie etwas von der Krise gespürt? Welche Erwartungen haben Sie für 2010?

Dori Tschewinka: Der Geschäftsverlauf war schon deshalb optimal, weil wir wieder wunderbare Begegnungen mit unseren fantastischen Kunden, spannenden Autoren und professionellen Verlegern haben durften. Wir haben uns intern verstärkt und uns in jeder Hinsicht (Verwaltung, IT, Internetauftritt, Vertrieb etc.) gut und teilweise neu aufgestellt. Die Erwartungen an uns selbst sind wieder hoch: Wir erwarten von uns selbst trendnahe, erfolgreiche Beratung für unsere Verlage auf der einen Seite, unsere Kunden auf der anderen Seite, um auch in Zukunft gut verkäufliche (individuell zugeschnittene) Sortimente für jeden Kunden zusammenzustellen. Wir wollen unseren Erfolg nicht alleine an den Umsatzzahlen messen, aber wenn wir das tun, stellen wir fest, dass das Jahr 2009 überaus erfolgreich war und das Interesse an unseren Bücherwelten stetig steigt. Warum sollten wir da für das Jahr 2010 andere Erwartungen haben?