

VPA Analyse

QV Grafiker*innen EFZ 2023
SFGB-B

4_2418 Fiona Fröhlin

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	
1.1 Prüfungsthema	3
1.2 Motivation	3
2. Kunde und Zielgruppe	
2.1 Der Echtzeit Verlag	4
2.2 Zielgruppe	4
2.3 Zielformulierung	5
3. Inhaltliche Recherche	
3.1 Editorial Design	6
3.2 «Less is More» in Kochbüchern	6
3.3 Die Geschichte von Kochbüchern	7
3.4 Medien	9
3.5 Feige	10
4. Marktumfeld	
4.1 Kochbuch Verlage	11
4.2 Aktuelle Trends	11
4.3 Kochbuchreihen	11
4.4 Gen Z Kochbücher	13
5. Visuelle Welten	
5.1 Buchreihen	14
5.2 Kochbuch-Layouts	15
5.3 Food-Fotografie	16
5.4 Food-Illustrationen	17
5.5 Typografie in Kochbüchern	18
5.6 Farbwelten in Kochbüchern	19
6. Schlussfolgerung	
6.1 Auswertung der Visuellen Analysen	20
6.2 Mögliche Medien	20
6.3 Schlussfolgerung	21
6.4 Kernbegriffe & Positionierung	21
6.5 Moodboard	22
7. Quellenverzeichnis	
7.1 Textquellenverzeichnis	23
7.2 Bildquellenverzeichnis	23

1. Einführung

1.1 Prüfungsthema

Das diesjährige Thema der VPA lautet: «Editorial Design für eine produktorientierte Kochbuchreihe».

Der Echtzeit Verlag möchte eine Generation Z orientierte Kochbuchreihe herausgeben, in der Kreativität und Einfachheit verbunden werden. Jede Ausgabe enthält ein Vorwort, das auf die Herkunft, Geschichte, Tradition und Vielfalt des Produkts eingeht. Weiter findet man 18 Rezepte zu dem jeweiligen Produkt, hierbei soll auf Saisonalität, Nachhaltigkeit und Kreativität gesetzt werden. Die Kochbuchreihe soll Personen ansprechen die einen Anspruch an eine bewusste Lebensweise haben und zwischen 20 und 30 Jahre alt sind.

Zur Auswahl für die Kochbuchreihe stehen 60 Produkte, aus denen gewählt werden kann. In der Recherche habe ich mich für die Feige entschieden.

1.2 Motivation

Das Thema Kochbuchreihe finde ich unglaublich toll. Bücher und Kochbücher im Besonderen sind eine grosse Leidenschaft von mir. Wann immer ich in einem Buchladen bin, lege ich einen Stop in der Kochbuch-Abteilung ein. In meinem sechsmonatigen Praktikum in Berlin, durfte ich an verschiedenen Buchprojekten mitarbeiten und habe so meine Begeisterung für Editorial Design entdeckt. Zudem liebe ich es zu kochen und finde, es gibt nichts Schöneres, als wenn man ein Rezept in einem ansprechenden Kochbuch nachschlagen kann.

Ich freue mich sehr darauf, eine Kochbuchreihe zu gestalten und finde es toll, dass das Kochbuch die Generation Z als Zielgruppe haben soll. Ich liebe Feigen und freue mich darauf Rezepte zu suchen und mehr über die Frucht zu recherchieren.

Apfel
Appenzeller Käse
Aprikose
Birne
Cassis
Dinkel
Egli
Ei
Emmentaler
Erdbeere

Feige

Felche
Fenchel
Forelle
Gans
Greyerzer
Grünkohl
Hecht
Heidelbeere
Himbeere
Huhn
Johannisbeere
Jostabeere
Kalb
Kamut
Kaninchen
Karotte
Kartoffel
Knollenkerbel

Kohl
Kürbis
Malz
Mangold
Pastinake
Pfirsich
Pflaume
Portulak
Quitten
Schwarzer Rettich
Rind
Roggen
Rübe
Saibling
Schafkäse
Schleie
Schwarzwurzel
Schwein
Spargel
Steckrübe
Tilsiter
Tomate
Tomme vaudoise
Topinambur
Traube
Vacherin fribourgeois
Vollkorn
Wachtel
Weizen
Ziegenkäse
Glarner Ziger
Zwiebel



2. Kunde und Zielgruppe

2.1 Der Echtzeit Verlag

Der Basler Echtzeit Verlag mit Dependance in Zürich wurde 2006 von den beiden Art Direktoren Beat Müller und Wendelin Hess und dem Journalisten Markus Schneider gegründet. Die über hundert Titel umfassen Reportagen, Essays, Biografien und Analysen über Themen der Gesellschaft, Wissenschaft, Politik, Geschichte und Kulinarik. In der Rubrik Kulinarik findet man Kochbücher wie «Die klassische italienische Küche», «Thailändisch kochen» oder «Aus Schweizer Küchen». Der Verlag schreibt über die Publikationen «... Die Bücher, die wir bei Echtzeit machen, legen Wert auf Stil und Form, sind verspielt, engagiert und einzigartig, wie echte Charakterköpfe nun mal sind....».¹



1

2.2 Zielgruppe

Als Generation Z werden Leute die zwischen den Jahren 1997 und 2012 geboren sind bezeichnet. Sie sind aktuell also zwischen 11 und 26 Jahre alt. Die Generation Z sind die ersten Digital Natives. Die Gen Z bewegt sich daher mehr als alle anderen Generationen im Internet, vernetzt sich über soziale Medien und holt Informationen online. Die Verbundenheit mit Familie und Freunden ist wichtig, da die digitale Welt sehr unverbindlich ist. Zentrale Begriffe sind Gesundheit, Individualität, Diversität und Multikulturalität, diese finden sich auch im Essverhalten der Gen Z.^{2 3 4}



2

Das Essverhalten der Gen Z

Bei der Gen Z wird Vielfalt und Individualität gross geschrieben. Beliebt sind Gerichte, die beliebig nach Mengen oder Zutaten angepasst werden können. Es werden anstelle von drei grossen Mahlzeiten am Tag, lieber verteilt kleinere Snacks und Beilagen gegessen. Beim Einkauf sind Faktoren wie Regionalität, Nachhaltigkeit und Saisonalität wichtig. Grundsätzlich isst die Gen Z worauf sie gerade Lust hat. Dabei spielt bewusstes Essen allerdings ebenfalls eine grosse Rolle. Die vegane und vegetarische Ernährung wird immer wichtiger und die Nachfrage nach «Plant based»-Produkten steigt. Ein weiterer ausschlaggebender Punkt bei der Wahl der Produkte ist neben den Umweltfaktoren auch der Preis. Zwar ist Nachhaltigkeit wichtig, allerdings soll das Essen auch preiswert sein.

Für die Gen Z ist Ernährung nicht gleich Ernährung. Sie ist der Ausdruck eines Lebensstils und hat zudem einen hohen sozialen Wert.



Datenbasis: Analyse der Mitgliederdaten - Generationsvergleich der deutschen VW Teilnehmer 2018 versus 2021 anhand der von ihnen getrunkenen vegetarischen Getränke in der VW App. Quelle: WighatWatches International, Inc., 2022

3

- ¹ <https://echtzeit.ch/buch/suppenkochbuch>
- ² https://www.markenartikel-magazin.de/_rubric/detail.php?rubric=marke-marketing&nr=55796&PHPSESSID=7bmd645ruh-85k5valieu3d3q87
- ³ <https://www.circularonline.co.uk/features/gen-z-driving-increase-in-fast-fashion-returns/>

2. Kunde und Zielgruppe

Die gemeinsame Zeit, die man während dem Essen zusammen verbringt, ist wichtig für den Zusammenhalt und den Austausch untereinander. Die Ernährung ist ausserdem Teil der Selbstoptimierung. Eine wichtige Rolle dabei spielt das Internet. Als die ersten Digital Natives bewegen sich die meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf sozialen Medien wie Instagram, TikTok, Pinterest, Twitter etc. Auf diesen Plattformen wird ein «healthy lifestyle» promoted, durch den das Essverhalten beeinflusst wird. Weiter ist die Ästhetik der Gerichte zentral. Die Rezepte der Gen Z sollen lecker und fancy aussehen und «instagramable» sein.

Durch die digitale Vernetzung vermischen sich Esskulturen: es wird abwechslungsreich und international gegessen. Der Gen Z ist Vielfalt in ihren Gerichten daher sehr wichtig.⁵

6 7 8 9 10

2.3 Zielformulierung

Die Kochbuchreihe soll Personen ansprechen die gerne kochen und essen und das als lustvolle Tätigkeit sehen. Die Zielgruppe legt Wert auf eine bewusste Lebensweise und nachhaltige, saisonale Rezepte.

Ich möchte eine Kochbuchreihe gestalten die Spass macht und die die Generation Z animiert, ihre Rezepte wieder mehr in Kochbüchern zu suchen. Das Kochen von leckeren, ästhetischen Gerichten soll zelebriert werden und einen Moment im hier und jetzt ermöglichen.

Ich recherchiere in Buchläden und im Internet, wie ich diesen Ansprüchen gerecht werden kann und was die Konkurrenz bereits anbietet. Zudem setze ich mich mit der Feige auseinander und vertiefe mich in der Geschichte des Kochbuchs.

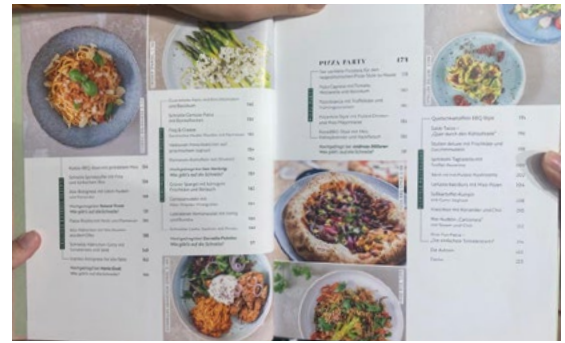


3. Inhaltliche Recherche

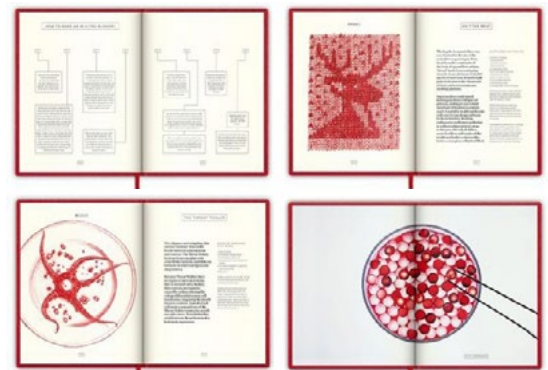
3.1 Editorial Design

Editorial Design umfasst das Gestalten von Büchern, Magazinen, Zeitungen, Broschüren oder Zeitschriften. Das Ziel ist es, Bild und Text zu verbinden. Die Publikation soll visuell ansprechend sein und Aufmerksamkeit erregen und so das Interesse der Leser*innen wecken. Neben einer schönen Gestaltung sind aber vor allem der lesefreundliche Aufbau und die klare Gliederung der Texte wichtig. Das Layout soll die Informationen verständlich transportieren und den Lesefluss unterstützen. Elemente wie unterschiedliche Schriftschnitte, Schriftgrade oder Farbcodes können bei der Orientierung helfen. Die Zielgruppe sollte dabei allerdings immer an erster Stelle stehen. Junge Leute haben einen ganz anderen Anspruch an den Aufbau und die Gliederung von Texten als ältere Leute. Auch das Cover der Publikation muss auffallend gestaltet sein und das Interesse der Zielgruppe durch Bilder, Illustrationen oder ansprechende Typografie wecken.

Bei der Gestaltung von Kochbüchern ist ein gut durchdachter Ablauf der Inhalte wichtig. Auf den ersten Seiten findet man meistens eine kurze Einleitung in das Buch, hier wird das Produkt oder der/die Autor*in vorgestellt. Danach werden in einigen Kochbüchern die verwendeten Zutaten vorgestellt. Anschliessend kommen die Rezepte, die oft in süss und herzhaft oder in Vorspeise, Hauptgang und Dessert unterteilt sind. Das Buch sollte authentisch gestaltet sein und visuell zum Inhalt passen.^{11 12}



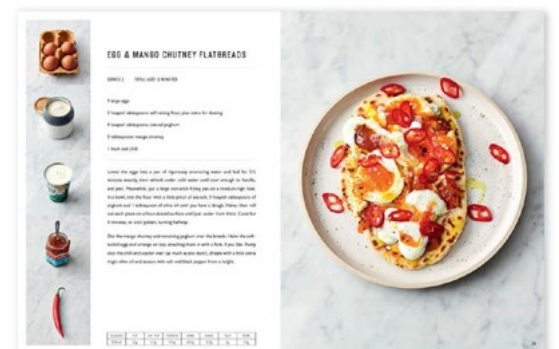
4



5



6



7

3.2 «Less is More» in Kochbüchern

Der minimalistische Trend «Less is More» lässt sich mit einem Zitat gut umschreiben. Der oft verwendete Satz «[...] Design equals addition through subtraction.[...]»¹³ (Design ist gleich Addition durch Subtraktion.) will den minimalistischen Ansatz, alles Dekorative nicht Essenzielle wegzulassen und sich auf die notwendigen Elemente zu konzentrieren, die für eine gute visuelle Kommunikation der Botschaft nötig sind, beschreiben.

«Less is More» kann nicht nur in der Gestaltung, sondern auch im Aufbau eines Buches oder eines Rezeptes angewendet werden. In den Kochbüchern «Simple» von Yotam Ottolenghi und «5 Ingredients: Quick & Easy Food» von Jamie Oliver versuchen die Köche, die Rezepte so minimalistisch wie möglich zu gestalten, ohne dabei die Qualität und Finesse der Gerichte zu verlieren. Sie beschränken sich auf eine Anzahl Zutaten. Das ist eine mögliche Art, das Rezeptbuch im «Less is More»-Trend zu gestalten.

- 4 <https://www.amazon.de/Karma-Food-Currys-Vegetarisch-Vegan/dp/3710605369>
- 5 <https://www.pinterest.es/pin/330310953931750625/>
- 6 <https://www.amazon.de/Karma-Food-Currys-Vegetarisch-Vegan/dp/3710605369>
- 7 <https://www.giftsaustralia.com.au/occasions/christmas/jamie-oliver-5-ingredients>

3. Inhaltliche Recherche

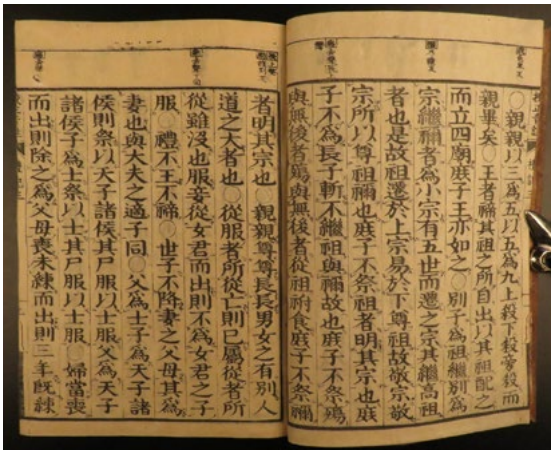
3.3 Die Geschichte von Kochbüchern

Eines der ersten Kochbücher ist das «Vasavarajeyam». Ein indisches Rezeptbuch, das in Sanskrit verfasst wurde und ausschliesslich vegetarische Gerichte enthielt. Weiter gab es das chinesische «Liji», das vermutlich zwischen 500 und 100 v. Chr. entstanden ist.^{14 15 16 17 18}

Das älteste erhaltene westliche Kochbuch ist das «De Re Coquinaria», was übersetzt soviel heisst wie «Über die Kochkunst». Es stammt aus der römischen Antike und wurde zwischen dem 1. Jahrhundert v. Chr. und 4. Jahrhundert n. Chr. verfasst. Als Autor auf dem Buch angegeben, ist der Name «Apicius». Bei der Frage, wer der Autor genau war, gehen die Meinungen auseinander. Fest steht, dass «Apicius» ein Beiname war, der als «Schlemmer» übersetzt werden kann. Es gab verschiedene Männer, die in dieser Zeit so genannt wurden. Einer davon war Marcus Gavius Apicius, der im 1. Jahrhundert v. Chr. lebte und von dem vermutet wird, dass er mit der Rezeptsammlung begann, die heute das «De Re Coquinaria» umfasst. Diese Sammlung wurde durch die Jahrhunderte immer wieder erweitert und beinhaltet nun etwa 500 griechische und römische Rezepte. Das Werk wurde nach Produkten unterteilt und enthält Rezepte zu Gemüsen, Hülsenfrüchten, Fleisch, Meeresfrüchten und Fisch. Die ältesten Kopien dieses Kochbuchs stammen aus dem 10. Jahrhundert. Eine der handschriftlichen Kopien wurde von Mönchen im Kloster Fulda verfasst.^{19 20 21 22 23 24}

Das erste gedruckte Kochbuch erschien 1485 in Nürnberg unter dem Namen «Küchenmeisterey». Es enthielt Rezepte für Süsswasserfische, Hirsch, Reh, Rüben, Erbsen, Sauerkraut, Spinat und Mangold. «Küchenmeisterey» war daher ein gehobenes Kochbuch, das Gerichte für fürstliche Gänge beinhaltete. Bis 1647 wurden 13. Auflagen der «Nürnberger Küchenmeisterey» gedruckt. 1598 wurde das erste deutschsprachige Kochbuch einer Frau veröffentlicht. Autorin des «Ein new Kochbuch» war die Baslerin Anna Wecker. Sie schrieb im Gegensatz zu ihren Vorgängern Rezepte, die für die breite Bevölkerung gedacht waren.^{25 26 27}

Im 17. und 18. Jahrhundert waren die Kochbücher weiterhin an Männer gerichtet und für die «feine Gesellschaft» gedacht. Diese hatten das Privileg, lesen und schreiben zu können und besaßen das Gut und somit auch den Haushalt und die Küche. Immer mehr waren die Autoren der Bücher allerdings Frauen. Die Auswahl an Kochbüchern war noch immer klein. Mit der Zeit aber wuchs das Angebot und die Nachfrage von Kochbüchern. Die Auflagen wurden grösser und die Bücher immer ausgestalteter. Zudem wurden Masseinheiten



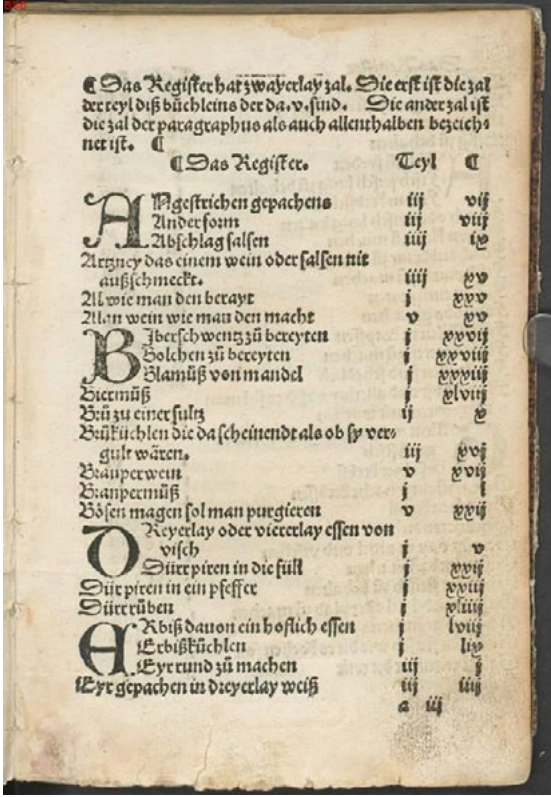
Das Buch der Riten «Liji»

8



Doppelseite aus dem «De Re Coquinaria»

9



«Ein new Kochbuch» von Anna Wecker

10

8 <https://www.abebooks.fr/Book-Rites-Liji-Raiki-Unknown-aut-hor/30754447307/bd>
9 <https://www.facsimilefinder.com/facsimiles/apicius-de-re-coquinaria-facsimile>
10 https://www.deutschestextarchiv.de/book/view/wecker_kochbuch_1598/?p=13&hl=Mandelmilch

3. Inhaltliche Recherche

vereinheitlicht, wodurch ein breiteres Publikum nach den Anleitungen kochen konnte.

Im 19. Jahrhundert wurden Kochbücher für Hausfrauen wichtig. Die Mädchen sollten auf ihre Aufgabe, einen eigenen Haushalt zu führen, vorbereitet werden. Oft hatten sie nur ein einziges Kochbuch. Deshalb wurden nun immer mehr Universalkochbücher herausgegeben, die von einfachen bis zu feineren Gerichten alles enthalten sollten.

Exakte Mengenangaben und Schritt-für-Schritt-Anleitungen wurden im 20. Jahrhundert Trend. Man setzte Illustrationen ein und ab den 1940 Jahren fanden die heute nicht mehr wegzudenkenden Fotografien ihren Einzug in die Kochbücher. Während der Kriegszeit wurden Kochbücher wie «Unser täglich Brot in Zeiten der Not» oder «Gute Kost in magerer Zeit» veröffentlicht.

Viele Marken wie Dr. Oetker, Maggi oder die Schweizer Milchwirtschaft fingen an, mit Rezeptbüchlein und ganzen Kochbüchern Werbung für ihre Produkte zu machen. Dr. Oetker veröffentlichte Schulkochbücher. Die Marke Sais brachte 1956 die erste «Betty Bossi Post» heraus und legte so den Grundstein für die heute immer noch sehr populären Betty Bossi Publikationen. Ab da entwickelte sich der Kochbuchmarkt rasant in alle Richtungen weiter.^{28 29 30 31 32 33}

Heute sind den Publikationen keine Grenzen mehr gesetzt. Der Markt ist gesättigt, wenn nicht schon fast übersättigt. Von antiken Rezeptbüchern über experimentelle Fusion Kitchen hin zu einfachen 5 Minuten Rezepten entdeckt man in Kochbüchern alles. Und doch finden Kochbücher immer noch grossen Anklang und die Fülle an Möglichkeiten und Modernisierungen scheint noch nicht ausgeschöpft zu sein. Jede Generation kreiert neue Rezepte und Gerichte und hat die kulinarische Entwicklung mit geprägt. Nun trägt auch die Generation Z zu dieser Entwicklung bei.



Kochbücher um 1900

11, 12



Kochbücher aus der Kriegszeit

13, 14



Die erste «Betty Bossi Post» von 1956

15



Kochbücher von der Marke «Maggi»

16, 17

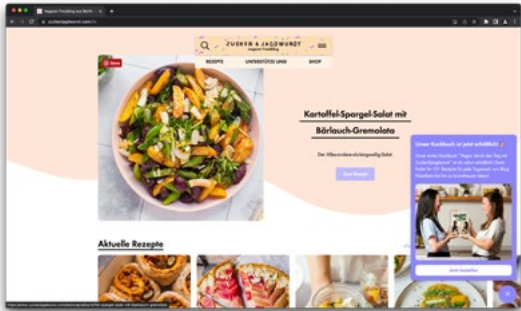
- 11 https://de.wikipedia.org/wiki/Kochbuch#/media/Datei:Anna_Halm_Neues_praktisches_Kochbuch_1900.jpg
- 12 <https://de.wikipedia.org/wiki/Kochbuch>
- 13, 14 <https://www.wirtschaftswundermuseum.de/kochbuecher-50er-1.html>
- 15 <https://www.bettybossi.ch/de/Magazin/Display/1068075/Die-Betty-Bossi-Story>
- 16 <https://www.kleinanzeigen.de/s-anzeige/kochbuch-original-von-1975-maggi-kochstudio-shabby-70er/2359935373-76-13734>
- 17 <https://www.booklooker.de/Bücher/Angebote/autor=maggi&info-text=erprobte+rezepte>

3. Inhaltliche Recherche

3.4 Medien

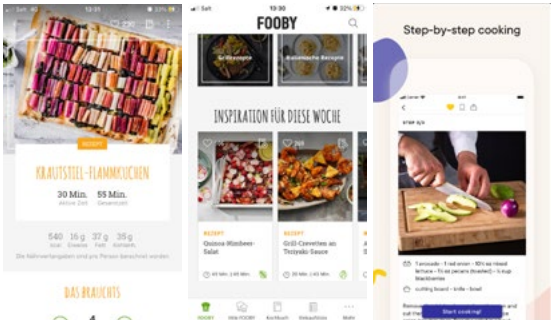
Rezepte findet man heutzutage nicht mehr nur in Kochbüchern, sondern auf Foodblogs, Social Media oder in Koch-Apps. Die Auswahl auf diesen Plattformen ist riesig und in den meisten Fällen gratis. Jede und Jeder hat die Möglichkeit, Rezepte zu teilen. Die Gerichte sind vielfältig und enthalten Produkte aus der ganzen Welt. Gerade auf Social Media entstehen kontinuierlich neue Trends auf die viele Instagrammer*innen aufspringen und ihre Interpretation des Gerichts teilen. Natürlich bedeutet dieser unendliche Pool an kostenlosen Rezepten eine starke Konkurrenz für herkömmliche Kochbücher, die verhältnismässig weniger Gerichte enthalten und deutlich teurer sind. In Apps oder auf Webseiten können Rezeptsammlungen mit Filtern durchsucht werden. Ausserdem kann man sich in Kommentarspalten über die Gerichte austauschen und Tipps und Tricks teilen. Influencer*innen und Foodblogs können auf Wünsche der Follower*innen eingehen und seasonspezifische Gerichte zum richtigen Zeitpunkt posten. Zudem bieten Apps die Möglichkeit, integrierte Einkaufslisten zu verwenden und diese immer griffbereit zu haben.

Trotz den vielen Vorteilen die online Rezepte bieten, bringen viele Blogs oder Influencer*innen dennoch ihre eigenen analogen Kochbücher auf den Markt. Die digitalen Plattformen bieten nämlich eine gute Werbefläche auf denen die Produkte vermarktet werden können. Durch die bestehenden Follower*innen kann ganz gezielt Werbung gemacht und so die richtige Zielgruppe erreicht werden.



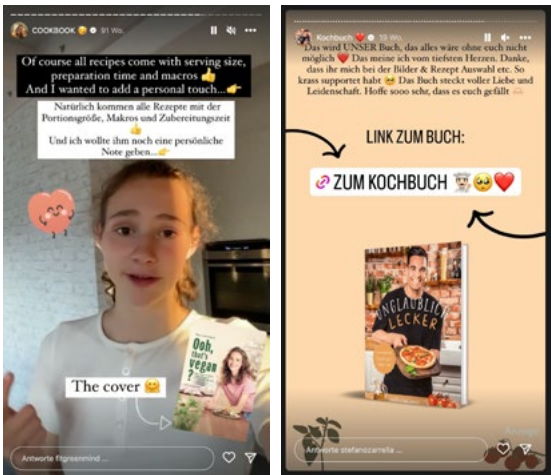
Food Blog Zucker & Jagdwurst

18



Die Kochrezepte-Apps Fooby und Kitchen Stories

19



Food Influencer die ihre Kochbücher vermarkten

20



Unendliche Auswahl an Rezepten auf Social Media

21

i Die verwendeten Bilder sind durchnummeriert und die Quellen sind am Ende der Analyse im Bildverzeichnis angegeben.

3. Inhaltliche Recherche

3.5 Feige

Die Feige ist seit jeher eine der ältesten und bedeutendsten Kulturpflanzen. Man nimmt an, dass sie ursprünglich vor allem in Vorderasien beheimatet war und sie viele Jahrhunderte vor Christus ihren Weg in den Mittelmeerraum gefunden hat. Die Feige besteht aus ganz vielen Steinfrüchten, die von einem fleischigen Mantel zusammengehalten werden. Die Blüten sind nach innen gestülpt und bilden die Steinfrüchte. Die Feige ist reich an Kalium, Kalzium, Magnesium und Eisen, enthält viele Vitamine und hat wenig Kalorien. Sie ist also eine regelrechte Superfrucht.

Feigenbäume können bis zu 100 Jahre alt werden. Man unterteilt sie in männliche und weibliche Pflanzen, wobei nur die weiblichen Früchte tragen können. Die Bäume tragen zwei bis drei mal im Jahr Feigen. Ursprünglich wurden sie durch eine spezielle Wespenart fremdbefruchtet. Mittlerweile sind die meisten Sorten allerdings so gezüchtet, dass sie sich von selbst befruchten können. Beliebte Sorten der sogenannten echten Feige sind beispielsweise «Brown Turkey», «Dalmatie», «Desert King» oder «Ronde de Bordeaux». Die meisten Feigen werden im Mittelmeerraum angebaut. Der grösste Feigenproduzent im Jahr 2020 mit 320'000 Tonnen war die Türkei. Darauf folgten Ägypten und Marokko. Die Pflanzen können aber auch in der Schweiz angebaut werden. Viele Sorten sind winterhart und es können auch in unserem Klima Früchte wachsen.

Die Feige hat ganz viele symbolische Bedeutungen. Sie steht für Wohlstand und Fruchtbarkeit, aber auch für Laszivität und Sinnlichkeit. Die Frucht ist ausserdem dem griechischen Gott Dionysos und dem römischen Gott Bacchus als Symbol für Rausch und Lebensfreude gewidmet. Auch in der Bibel hat der Feigenbaum eine wichtige Rolle. Adam und Evas Geschlechtsteile wurden, nachdem sie von der verbotenen Frucht genascht hatten, durch ein Feigenblatt bedeckt.

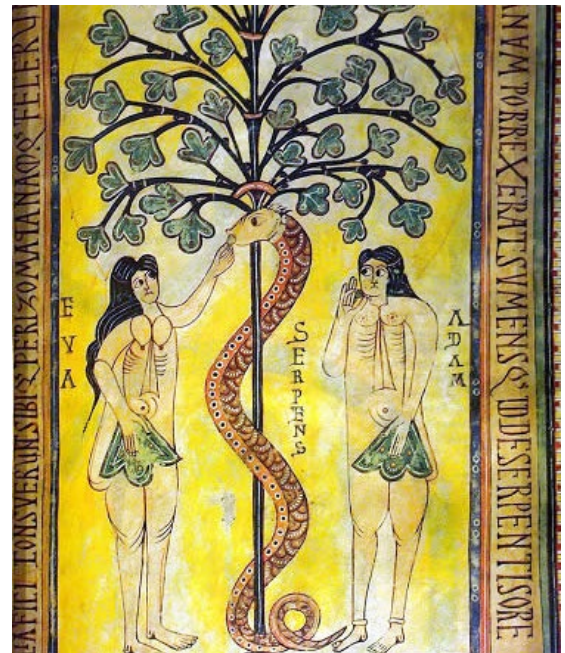
Die schon in der Antike beliebte Frucht ist in der Kulinarik sehr vielfältig einsetzbar. Grundsätzlich wird sie frisch oder getrocknet verwendet. Man findet sie sowohl in süssen Kuchen- und Tarte-Rezepten, als auch in pikanten Salaten oder Pasta Gerichten.

Einige leckere Rezepte die ich gefunden habe sind beispielsweise: Süsskartoffeln mit Feigen, Feigen-Walnuss-Ziegenkäse Spaghetti, Saftiger Feigen-Mandelkuchen, Couscous-Spinat-Auflauf mit Feigen, Feigen-Crème oder Feigen-Minze-Sirup.



Bacchus Darstellung von Caravaggio, 1595

22



Mittelalterliche Adam und Eva Darstellung

23



24

22 <https://www.nationalgeographic.com/history/history-magazine/article/dionysus-greek-god-of-wine-was-more-than-just-a-party-god>

23 <https://www.geschichtsforum.de/thema/die-frucht-vom-baum-der-erkenntnis-und-mittelalterliche-interpretationen.52911/>

24 <https://unsplash.com/de/fotos/luQDeUilNbM>

4. Marktumfeld

4.1 Kochbuch Verlage

In der Schweiz ist der at-Verlag Herausgeber vieler Kochbücher. Seine Bücher werden immer wieder ausgezeichnet, so beispielsweise der Titel «Taste of Love» von Zineb Hattab, der im deutschen und schweizer Kochbuchpreis Gold holte und den internationalen Gourmand-Preis gewann. Weiter gibt es Betty Bossi, den Fona-Verlag, den Diogenes-Verlag und natürlich den Echtzeit-Verlag. Der Echtzeit-Verlag ist eher klein und hat eine individuelle und ausgewählte Auswahl an Büchern. Internationale Verlage sind unter anderem Callwey, der Mandelbaum-Verlag, der GU-Verlag, der Brandstätter-Verlag oder der Südwest-Verlag und Hardie Grant.^{34 35 36 37 38 39 40 41 42 43}



Das mehrfach ausgezeichnete Kochbuch «ZIZI-Taste of Love» von Zineb Hattab 25

4.2 Aktuelle Trends

Der Markt von Kochbüchern ist gesättigt. Es gibt wahrscheinlich kaum einen Bereich der Kulinarik, über den noch kein Buch geschrieben wurde und doch bringen Kochbuchautor*innen jedes Jahr Kochbücher mit modernen und innovativen oder traditionellen und bewährten Gerichten heraus. Themen, die in Kochbüchern wichtiger werden, sind beispielsweise Nachhaltigkeit, gesunde Ernährung, Superfood und einfach zubereitete Rezepte. Im Trend liegen Rezeptbücher mit veganen, asiatischen und anatolischen Gerichten. Oft und gerne werden auch Kochbücher, die mit Wildpflanzen, Gemüsen und Produkten aus dem Wald kochen, gekauft. Ausserdem, beliebt sind Grillrezepte und Bücher wie Scheinfasten, der Verjüngungs-Plan oder Rezepte zu Superfood und leichter Kost.^{44 45 46}



Zurzeit im Trend liegende Kochbücher 26, 27

4.3 Kochbuchreihen

Kochbuchreihen setzen sich ganz verschieden zusammen. Die Kochbuchreihen von Andreas Caminada, Tanja Grandits, Ottolenghi oder Claudio Del Principe beispielsweise, sind Reihen die über die Autor*innen funktionieren. Dabei fokussiert sich jede Publikation auf einen anderen kulinarischen Bereich. Als Reihe werden sie über die Gestaltung und den Namen des Kochs oder der Köchin gelesen. Weiter gibt es Kochbuchreihen, die unter einem Namen oder Thema konzipiert werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Bücher von einer oder mehreren Personen verfasst wurden. Beispiele dafür sind die «Beef - Meisterstücke für Männer»-Reihe, die «Zu Gast...»-Reihe oder die «Leon»-Reihe.^{47 48 49 50}



Ausgaben der Kochbuchreihe «Beef - Meisterstücke für Männer» 28, 29, 30

25 <https://www.persoenlich.com/marketing/kochbuch-taste-of-love-no-mini-iert>
26 <https://at-verlag.ch/buch/978-3-03800-886-6/steffen-guido-fleisch-hauer-essbare-wildpflanzen.html>
27 <https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1062809499>
28-30 <https://www.tretorri.de/search?search=beef>

4. Marktumfeld

Produkt Kochbuchreihen

Neben den zwei oben genannten Reihen gibt es die produktorientierten Kochbücher. Eine solche Buchreihe des Mandelbaum Verlags ist Beispielsweise die «kleine gourmandisen». Es gibt unter anderem Ausgaben zu Fenchel, Orangen, Zimt, Mohn oder Artischocken.⁵¹ Der Thorbeck-Verlag hat Bücher zu Zitrone, Rote Beete und Mangold herausgebracht. Das Buch zum Mangold ist in die Kapitel Eintöpfe, Salate, Snacks, Pizza & Pasta, Vegetarische & Vegane Gerichte, Gerichte mit Fisch, Gerichte mit Fleisch und Drinks gegliedert.⁵²

Bei meiner weiteren Recherche habe ich ein Buch von 1933 gefunden, das 150 Rezepte zur Zwiebel enthält. Das «The Book of the Onion» von Ambrose Heath ist in folgende Kapitel unterteilt: Zwiebelsuppen, Zwiebeln mit Eiern, Zwiebeln mit Fisch, Zwiebeln mit Fleisch, Zwiebelpürees und -saucen, Zwiebelgerichte, Zwiebeln mit anderem Gemüse, Zwiebelkuchen, Zwiebeln mit Käse, Zwiebelsalate, Eingelegte Zwiebeln.⁵³

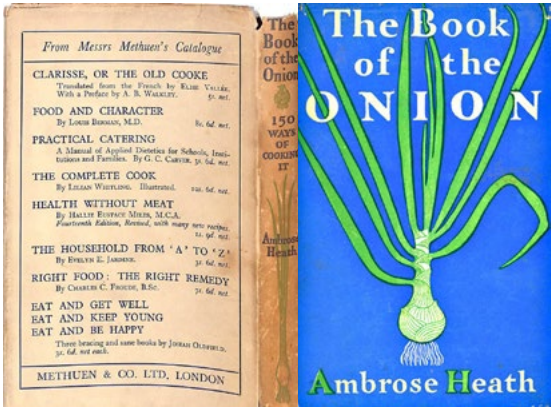
Alle drei Arten der Kochbuchreihen verbindet, dass sie durch ein einheitliches Erscheinungsbild als solche zu erkennen sind.



Bücher der Kochbuchreihe «kleine gourmandisen» 31-34



Kochbuchreihe aus dem Thorbeck Verlag 35, 36, 37



«The Book of the Onion» von Ambrose Heath 38

i Die verwendeten Bilder sind durchnummeriert und die Quellen sind am Ende der Analyse im Bilderverzeichnis angegeben.

4. Marktumfeld

4.4 Gen Z Kochbücher

Zwar finden sich in vielen Kochbüchern Themen, die die Generation Z ansprechen und doch denke ich, ist der Markt eher an ältere Generationen gerichtet. Ein grösseres Angebot an Kochbüchern für die Gen Z hat daher grosses Potential.

Beliebte Kochbücher der Gen Z sind Publikationen von Food Blogger*innen oder Instagrammer*innen. Durch ihre Social Media Kanäle erreichen sie Personen, die ihnen folgen und Interesse an ihrem Produkt haben könnten. Sie können die Bücher unmittelbar bewerben und setzen dabei auf ihren Namen und ihre Reichweite. Zwei deutsche Beispiele dafür sind Stefano Zarrella mit «Unglaublich lecker» oder Pamela Reif mit «Simple & Natural Recipes for a Healthy Lifestyle, Bowl Cookbook». Vielfach sind die Influencer*innen Fitness Coaches und setzen daher auf gesundes, oft veganes Essen, das, um die Zielgruppe abzuholen, aber einfach und schnell zuzubereiten sein soll. Beliebt sind daher gesunde Rezepte wie «Buddha Bowls» oder Gerichte, die man gut vorkochen kann.^{54 55}

Natürlich gibt es auch viele Kochbücher, die nichts mit Influencern zu tun haben. Um die Generation Z anzusprechen, legen allerdings auch diese einen Fokus auf gesunde, aber einfache und schnell zubereitete Rezepte. Das Thema Nachhaltigkeit spielt immer mehr eine zentrale Rolle in unserer Gesellschaft. Gerade die Generation Z legt grossen Wert darauf. Vegane und vegetarische Rezepte und das Verwenden von regionalen und saisonalen Produkten stehen deshalb bei vielen Kochbüchern im Vordergrund. Trotzdem dürfen der Preis und die Möglichkeit, die Gerichte günstig nachzukochen, nicht vergessen werden.

Auf vielen Covers findet man die Schlagwörter «simple», «modern» und «für jeden Tag». Gleichzeitig sind internationale und vielfältige Gerichte im Trend. Besonders gefragt ist die anatolische und asiatische Küche. Einige Titel sind: «Japan easy, Klassische & Moderne Vegane Japanische Rezepte», «Vietnamese made easy, Simple, Modern Recipes For Every Day», «Cuisine Türkische Küche» oder «Coming Home, Meine Familienrezepte».^{56 57 58 59}



«Mit Mealprep zur Traumfigur» von Sophia Thiel

39, 40



«Knife Drop» von Knife Drop

41, 42



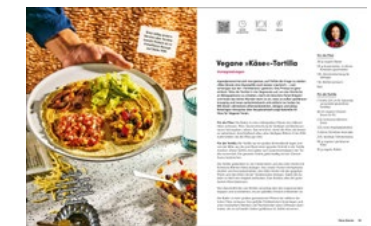
«eat, love, happiness» von Sofia Tsakiridou

43, 44



«Kochen wie auf Tik Tok»

45, 46



«Bowl Cookbook» von Pamela Reif

47, 48



«Unglaublich lecker» von Stefano Zarrella

49, 50



i Die verwendeten Bilder sind durchnummeriert und die Quellen sind am Ende der Analyse im Bildverzeichnis angegeben.

5. Visuelle Welten

5.1 Visuelle Analyse von Buchreihen



51

Das Cover ist mit den gleichen Elementen aufgebaut. Die einzelnen Ausgaben werden nur durch die Farbwelt unterschieden.



62, 63, 64



52, 53, 54



65, 66, 67



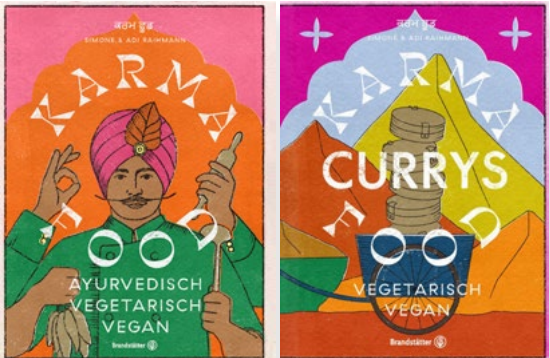
55, 56, 57

Gleicher visueller Aufbau, einzig die Titel und die Illustrationen/Fotografien ändern sich. Die Farbwelt passt sich dem Thema der Ausgabe an.

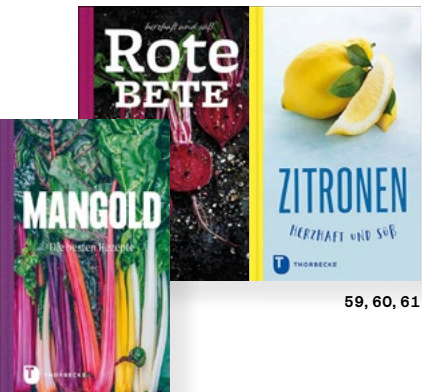


58

Die Illustration wird immer zentriert und der Name der Buchreihe darüber platziert. Der Titel der Ausgabe wird darunter gesetzt, der Font ändert sich je nach Buch.

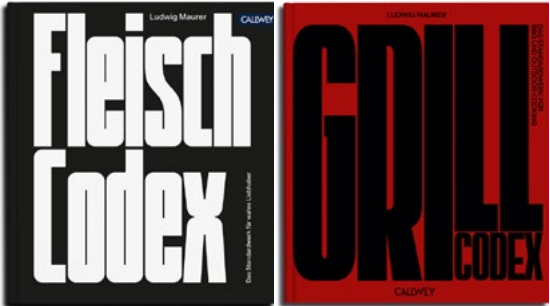


68, 69



59, 60, 61

Die Typografie ändert sich von Ausgabe zu Ausgabe. Was gleich bleibt ist das Format und die Platzierung des Logos. Das Produkt um das es im Buch geht wird im Hintergrund als Fotografie abgebildet.



70, 71

Die Typografie wird plakativ und vollflächig eingesetzt.

i Die verwendeten Bilder sind durchnummeriert und die Quellen sind am Ende der Analyse im Bildverzeichnis angegeben.

5. Visuelle Welten

5.2 Visuelle Analyse von Kochbuch-Layouts



72



73



74



75



76



77

Im Vordergrund stehen die Schritt-für-Schritt Anweisung in Form von Illustrationen oder Fotografien. Daneben werden Info-Texte platziert.

Am Anfang wird das Produkt, das im Gericht verwendet wird in einem kurzen Text vorgestellt. Darunter wird das Rezept beschrieben.

Alle Zutaten werden auf einen Blick dargestellt. So ist direkt zu erkennen was für das Rezept gebraucht wird. Das Gericht wird Schritt-für-Schritt oder bereits angerichtet abgebildet.

Zwischen den Rezepten gibt es in vielen Kochbüchern Erklärseiten und Zusatzinformationen. Oft werden auf diesen Seiten Illustrationen eingesetzt.

In den meisten Kochbüchern wird auf den Doppelseiten links das Rezept beschrieben und rechts das Gericht abgebildet. Die Zutaten werden in einer Spalte neben der Rezeptanleitung aufgelistet.

Hier werden «Good to know»-Tipps zum Rezept gegeben.



78



79



80



81

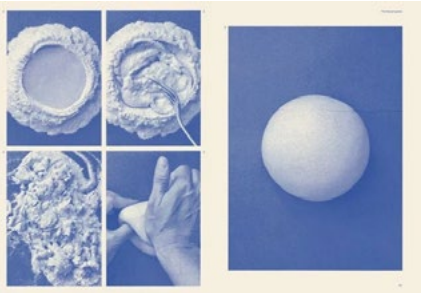
Die verwendeten Bilder sind durchnummeriert und die Quellen sind am Ende der Analyse im Bildverzeichnis angegeben.

5. Visuelle Welten

5.3 Visuelle Analyse von Food-Fotografie



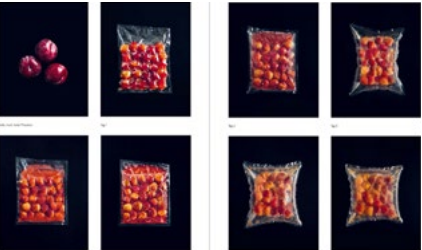
82



83



84



85



86



87

Die Zutaten werden als geometrische, fast schon grafische Komposition angeordnet. Es entsteht also ein kunstvolle Fotografie für die Gestaltung des Kochbuchs und die verwendeten Produkte sind auf einen Blick zu sehen.

Als tolles Gestaltungselement werden Fotografien verwendet, die die Autor*innen während dem Kochen zeigen. Ähnlich wie in den Anleitungen links können auch hier Arbeitsschritte gezeigt werden.

Die einzelnen Arbeitsschritte des Rezepts werden fotografisch dargestellt und dienen den Leser*innen als Orientierung. Dabei wird die Anleitung mit ästhetischen Fotografien abgebildet und macht sich gut als Gestaltungselement im Buch.

Auf der linken Seite werden die ungekochten Zutaten im Topf abgebildet. Auf der rechten Seite sieht man das fertig gekochte Rezept. Die Leser*innen sehen so die Produkte die verwendet werden und das finale Gericht auf einen Blick.

Bei allen Fotografien wird auf die Tonalität und den Mood geachtet um ein harmonisches Ergebnis zu erzielen. Für stimmungsvolle Bilder wird oft direktes Sonnenlicht, ein Blitz oder ein farbig auf die Gerichte abgestimmter Hintergrund eingesetzt.

Passend zu dem gelb-orange der Mango und des Gerichts wird die Anordnung auf einem hellblauen Grund abfotografiert. Die Farbwelt spielt also mit einem Komplementärkontrast.

Aus den fertig zubereiteten Gerichten wird auf dem Tisch ein Arrangement gemacht und von oben fotografiert. Als Dekoelement werden links Zitronen und rechts eine Dose, Chutney, Naan und Kochbananen dazugestellt. Auf dem rechten Bild wird die Komposition mit hineingreifenden Hände etwas lebendiger gestaltet.

Das gekochte Gericht wird wie in einem Restaurant edel auf dem Teller angerichtet



88



89



90



91

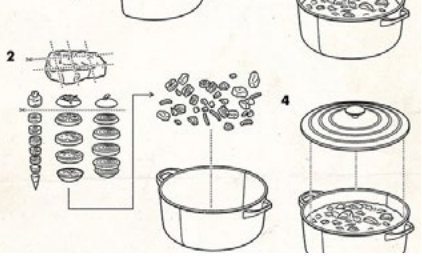
i Die verwendeten Bilder sind durchnummeriert und die Quellen sind am Ende der Analyse im Bildverzeichnis angegeben.

5. Visuelle Welten

5.4 Visuelle Analyse von Food-Illustrationen



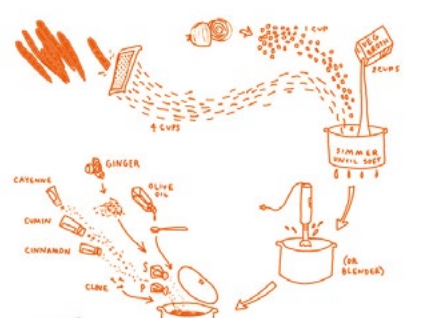
92



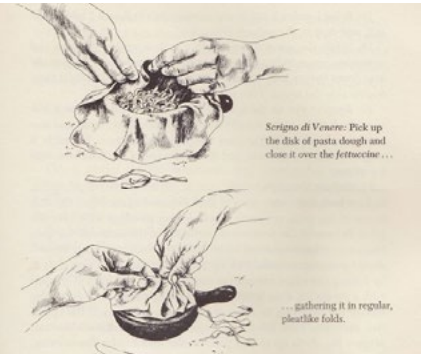
93



94



95



96



97

Die Gerichte und Zutaten werden als Illustration dargestellt. Die Stile sind dabei sehr unterschiedlich und gehen von nahezu fototetreuen Darstellungen bis zu sehr abstrakten, grafischen Vektorformen.



98

Um die Darstellung des fertigen Gerichts, werden die Zutaten angeordnet. So ist auf einen Blick zu erkennen was für das Rezept alles benötigt wird. Hier werden Zutaten über Markenprodukte gezeigt, die die meisten kennen. Es wird also anstelle eines Soja-saucecentrups, eine Flasche Kikkoman abgebildet.



99

Die einzelnen Arbeitsschritte des Rezepts werden mit Pfeilen und Nummerierungen als dynamische Illustration dargestellt und dienen den Leser*innen als Orientierung. Die Strichillustrationen wirken wie ein Baukastensystem und nehmen einen so mit durch die Anleitungsschritte.

Auf dieser Illustration werden Pasta als geometrische, grafische Vektorformen abgebildet. Die Darstellung ist also mehr Design orientiert, als das sie den Leser*innen das wirkliche Produkt zeigen.



100

Diese Illustration besteht aus handgezeichnet wirkenden Strichlinien. Nur die Konturen und einige Details sind farbig ausgefüllt. Das Ganze erinnert an Skizzen die gerade eben in das Kochbuch gekritzelt wurden.



101, 102

Die Darstellung dieser Arbeitsschritte ist sehr detailliert und hat einen retro Charakter. Anders als bei den Abbildungen darüber, ist die ganze Szenen zu sehen und wirkt so weniger dynamisch.

Die Illustration lebt von Farben und ist auf abstrakte, geometrische Formen reduziert. Der Stil wirkt daher sehr schlicht und einheitlich.



103, 104

Die Illustrationen wirken fototetreu und sind so detailliert wie möglich gemalt. So entsteht ein spannender Charakter für die Bildwelt des Buches. Da diese Art von Illustrationen oft in Kochbüchern aus den 70er Jahren verwendet wurde wirkt diese Bildwelt heute retro.

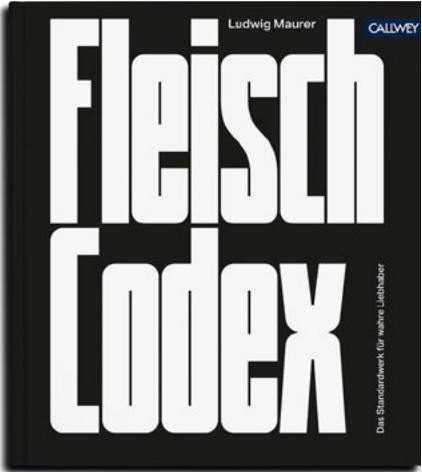
Die verwendeten Bilder sind durchnummeriert und die Quellen sind am Ende der Analyse im Bildverzeichnis angegeben.

5. Visuelle Welten

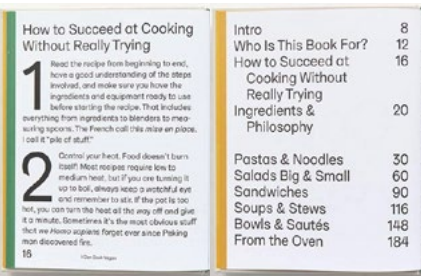
5.5 Visuelle Analyse von Typografie in Kochbüchern



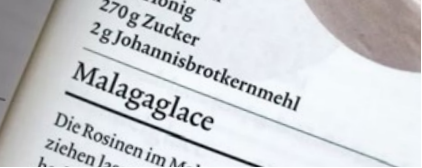
105



106



107, 108



109



110



111, 112

Hier wird eine Groteskschrift für das Wort «quick» und eine Serifenschrift für das Wort «slow» eingesetzt. Die Schriften unterstreichen die Bedeutung der Wörter und kommunizieren so den Inhalt des Buches.

Hier wird eine breitlaufende Groteskschrift mit einer Displayschrift kombiniert. Diese Wahl verleiht dem Cover einen eigenen Charakter.

Die Cover leben von den plakativ angeordneten Typoelementen. Bei beiden ist der Umgang mit dem «Weissraum» wichtig. Links wird eine Condensed Display-schrift über das ganze Format platziert. Aus dem Titel entsteht so ein Bild. Rechts rahmt der, mit einer Serifenschrift gesetzte, Titel das Cover ein. Der Rahmen bietet Platz für eine kleine Strichillustration und die im Inneren zu findenden Rezepte.

Im ganzen Buch wird die gleich Schriftfamilie verwendet und mit Schriftgrößen und -schnitten gespielt. Das Design wirkt dadurch einheitlich, schlicht und durchdacht

Die Fonts werden passend zu den Regionen aus denen die Gerichte kommen gewählt. Durch die Wahl der Schrift lässt sich also bereits erraten, welche Rezepte im Buch enthalten sind.

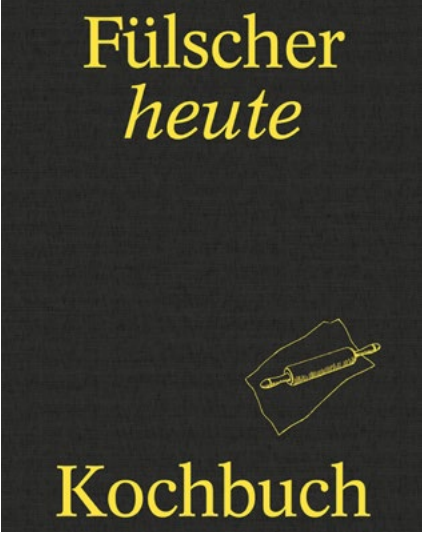
Der Echtzeit-Verlag verwendet oft die gleiche Serifenschrift (Wahrscheinlich: Arbesco). Die Bücher können so dem Verlag zugeordnet werden.

Für die Zutaten wird eine Groteskschrift verwendet. Der Fliesstext wird in einer Serifenschrift gesetzt und für die Titel wird eine Displayschrift verwendet.

Auf den Rezeptseiten werden verschiedenen Fonts kombiniert. Hier werden Displayschriften für die Titel verwendet und mit einer Monospaced- und einer Serifenschrift kombiniert.



113



114



115, 116

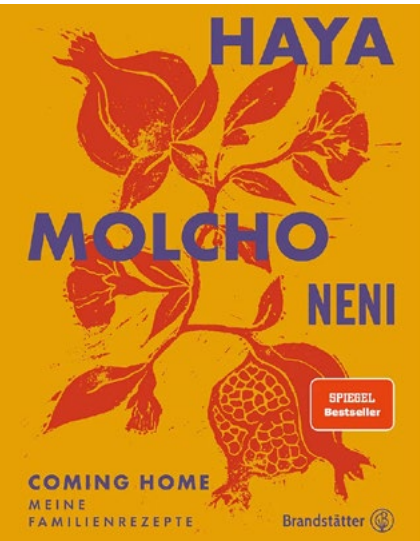


117

Die verwendeten Bilder sind durchnummeriert und die Quellen sind am Ende der Analyse im Bildverzeichnis angegeben.

5. Visuelle Welten

5.6 Visuelle Analyse der Farbwelten in Kochbüchern

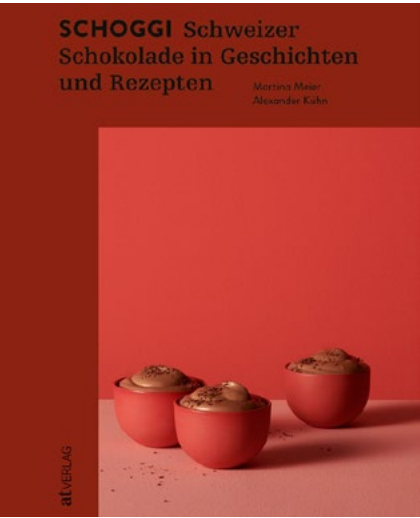


118

Es wird mit Komplementärfarben gespielt und eine dritte Farbe, die in Kombination harmonisch wirkt, dazugenommen. Auf der linken Seite sind die Farben erdig und abgetönt, auf der rechten Seite dagegen sehr knallig und leuchtend.



126

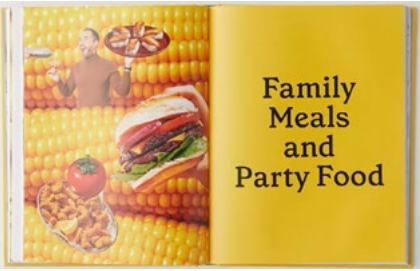


119

Für das Layout werden zwei Farben eingesetzt, die einen möglichst hohen Kontrast haben. Die zusätzlichen Farben werden über die Fotografien eingesetzt.



122



120

Hier wird die Farbwelt über ein Qualitätskontrast aufgebaut. Das ganze wirkt unglaublich harmonisch und verfließt ineinander.



123



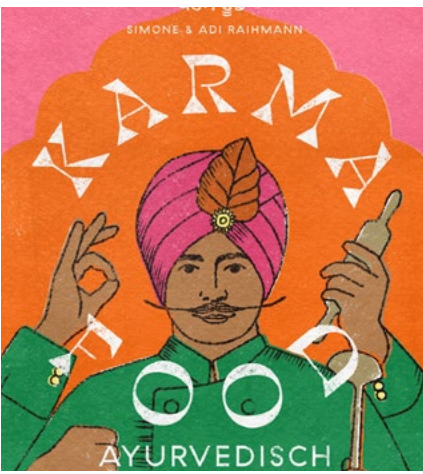
121

Es werden Farben verwendet die eine ähnliche Qualität haben. Dadurch wirkt die Kombination einheitlich und harmonisch. Dazugenommen wird oft ein Beige- oder Weissston.



124

Die Farbigeit des verwendeten Produkts, in diesem Falle der Mais, wird aufgegriffen und die Gestaltung darauf aufgebaut.



125

i Die verwendeten Bilder sind durchnummeriert und die Quellen sind am Ende der Analyse im Bildverzeichnis angegeben.

6. Schlussfolgerung

6.1 Auswertung der Visuellen Analysen

Aus meiner Analyse konnte ich entnehmen, dass es wichtig ist, verbindende visuelle Elemente für die Kochbuchreihe zu definieren. Gleichzeitig dürfen sich Farben, Fonts oder Formate auch den einzelnen Ausgaben anpassen. Am POS sollen die Reihen als solche gelesen werden können, daher wird auf Buchcovern und -rücken oft der gleiche Aufbau verwendet. In der Layout Gestaltung ist es wichtig, eine klare Struktur zu definieren und gleichzeitig abwechslungsreiche Elemente einzubauen. Illustrationen und Fotografien sind wichtig, um die Gerichte zu präsentieren und die Leser*innen anzusprechen. In den meisten Kochbüchern wird eine Kombination aus beiden Bildsprachen verwendet. Fotografien und Illustrationen sind immer stilvoll gestaltet und passen in der Bildsprache und der Farbwelt zueinander. Schritt-für-Schritt-Anleitungen können sowohl mit Fotos als auch mit Illustrationen gut erklärt werden.

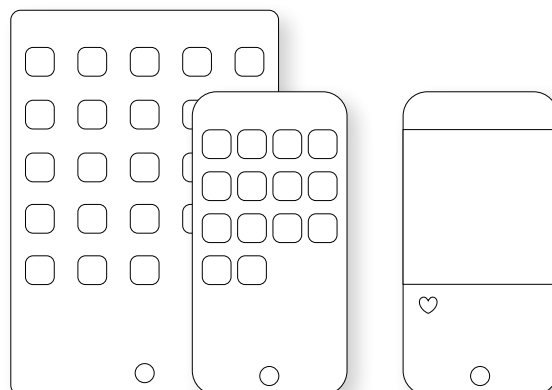
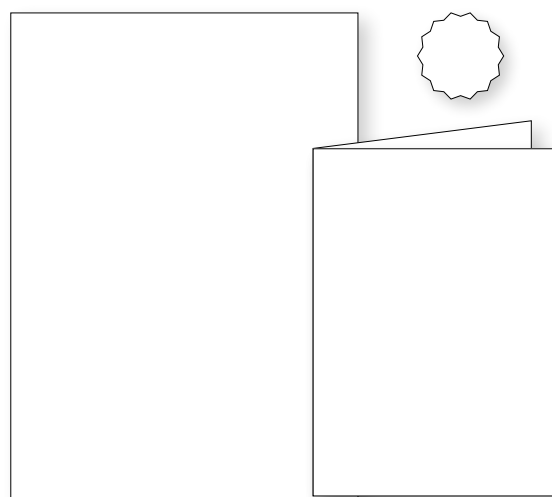
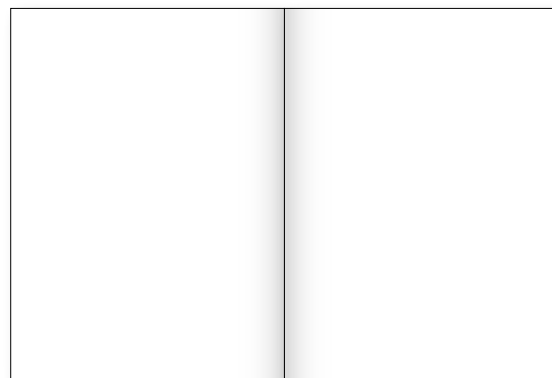
In Kochbüchern werden oft verschiedene Fonts kombiniert. Meistens wird eine Displayschrift mit einem eigenen Charakter in Kombination mit einer schlichten, neutralen Grotesk Schrift verwendet.

Es wird eine Farbwelt gewählt, die zu Esswaren passt. Die Farben sind oft warm, freundlich und erdig. Seltener findet man knallige, grelle Farben. Je nach Stil der Food-Fotografie wird mit Hintergründen oder durch Gerichte und Zutaten mit der Farbgebung gespielt.

6.2 Mögliche Medien

Neben den Kochbüchern als Hauptmedium, gibt es viele weitere Medien die für die Vermarktung der Kochbuchreihe eine Rolle spielen. Analog kann die Reihe beispielsweise durch Plakate, Flyer und Sticker beworben werden. Digital gibt es die Möglichkeit eine eigenständige Webseite für die Kochbuchreihe zu gestalten oder die Reihe auf der Verlagswebsite einzubauen. Auf Social Media kann ein eigener Account angelegt werden oder durch Influencer-Marketing Werbung für die neuen Ausgaben gemacht werden.

In Apps und auf Webseiten können zusätzliche Inhalte angeboten und Werbung für die neuen Ausgaben gemacht werden.



6. Schlussfolgerung

6.3 Schlussfolgerung

Die Kochbuchreihe soll möglichst viele der Bedürfnisse der Generation Z abdecken. Ich könnte mir verschiedene gestalterische Richtungen vorstellen. Einerseits fände ich es spannend eine möglichst schlichte Layoutgestaltung im «Less is More»-Trend aufzubauen und die verspielte, farbige Welt nur über Bilder und Illustrationen einfließen zu lassen. Andererseits fände ich es allerdings auch spannend, mit farbiger, auffälliger Typo zu spielen und eine schlichte, dezente Bildwelt dazu zu kombinieren. Im Zentrum sollen dabei natürlich immer noch die Gen Z stehen. Durch eine spontan wirkende Bildwelt könnte auf die überall präsente Handyfotografie angespielt werden. Mit einer Einteilung in schnell gekochte und zeitintensive Rezepte könnte ein möglichst breites Publikum angesprochen werden. Die Gerichte sollten modern sein und schön aussehen.

Die Reihe soll durch verbindende Elemente als solche wahrgenommen werden. Gleichzeitig möchte ich allerdings, dass die Ausgaben auch eigenständig gestaltet sind und für sich alleine stehen können. Das Produkt soll im Vordergrund stehen und die Gestaltung daran angepasst sein. Mein Ziel ist es also eine gute Balance zwischen der einheitlichen Gestaltung der Reihe und den individuellen Ästhetiken der Ausgaben zu finden.

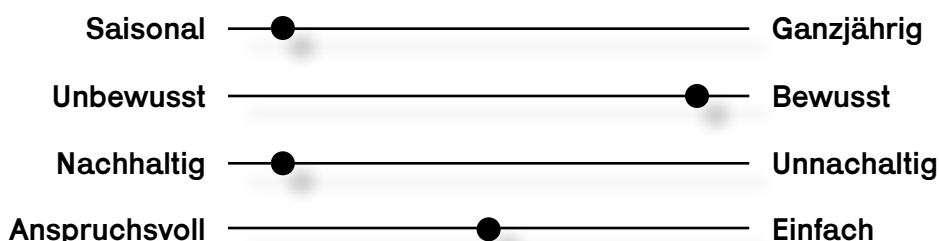
6.4 Kernbegriffe & Positionierung

Nachhaltig, Aktuell, Auffallend, Eigen

Design



Rezepte



6. Schlussfolgerung

6.5 Moodboard



7. Quellenverzeichnis

7.1 Textquellenverzeichnis

1 https://echtzeit.ch
2 https://www.clevis.de/ratgeber/generation-z/
3 https://unicum-media.com/marketing-wiki/generation-z/#werte
4 https://de.wikipedia.org/wiki/Generation_Z
5 https://www.clevis.de/ratgeber/generation-z/
6 https://www.nestle.de/unternehmen/publikationen/nestle-studie/ernaehrungsstudie/
7 generation-z
8 https://www.initiative-milch.de/articles/umfrage-genz/
9 https://www.unileverfoodsolutions.de/themenwelten/plantmade/pflanzlich-von-a-z/ge-
10 neration-z.html
11 https://orior.ch/de/so-essen-millennials
12 https://www.markenartikel-magazin.de/_rubric/detail.php?rubric=marke-marke-
13 ting&nr=55796&PHPSESSID=7bmd645ruh85k5valieu3d3q87
14 https://www.viaproto.de/blog/begriffsklaerung-editorial-design/
15 https://morbitzer-media.de/wiki/editorial-design/
16 https://www.bartlettinteractive.com/resources/glossary/less-more#:~:text=This%20
17 is%20a%20phrase%20often,design%20equals%20addition%20through%20sub-
18 traction'.
19 https://www.ovb-online.de/weltspiegel/politik/geschichte-kochbuchs-6824934.html
20 http://www.koch-welten.de/lexVasavarajeyam.htm
21 https://www.esskultur.net/gesch/kochbuch.html
22 https://www.epikur-journal.at/de/ausgabe/detail.asp?id=360&art=Artikel&tit=Ge-
23 schichte%2520der%2520Europaeischen%2520Kochbuecher.%2520Ein%2520Ue-
24 berblick
25 https://de.wikipedia.org/wiki/Kochbuch
26 https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=1737
27 https://nyamcenterforhistory.org/tag/de-re-coquinaria/
28 https://www.finestresultarte.info/en/works-and-artists/what-people-ate-in-ancient-ro-
29 me-recipes-from-apicius-de-re-coquinaria
30 https://penelope.uchicago.edu/~grout/encyclopaedia_romana/wine/apicius.html
31 https://authentisch-italienisch-kochen.de/apicius-de-re-coquinaria/
32 https://espresso-gastroguide.de/eine-kurze-geschichte-des-kochbuchs/
33 http://www.koch-welten.de/lexnuernbergerkuechenmaistrey.htm
34 https://www.ovb-online.de/weltspiegel/politik/geschichte-kochbuchs-6824934.html
35 https://blog.nationalmuseum.ch/2022/04/anna-wecker-kochbuchautorin/
36 https://libraries.usc.edu/adopt-a-book/complete-housewife
37 http://www.kochbuchsammler.de/geschichte.htm
38 https://www.esskultur.net/gesch/kochbuch2.html
39 https://www.leo-bw.de/themenmodul/sudwestdeutsche-archivalienkunde/archivalien-
40 gattungen/drucksachen/kochbucher
41 https://www.wirtschaftswundermuseum.de/kochbuecher-50er-1.html
42 https://www.bettybossi.ch/de/Magazin/Display/1068075/Die-Betty-Bossi-Story
43 https://www.fona.ch/
44 https://at-verlag.ch/
45 https://www.diogenes.ch/leser.html
46 https://www.bettybossi.ch/de/Shop/Category/100000271
47 https://www.penguinrandomhouse.de/Kategorien/Lifestyle-Hobbys-und-Freizeit/Essen-
48 und-Trinken/THEMAWB.rhd
49 https://www.callwey.de/buecher/my-way-2/
50 https://www.mandelbaum.at/
51 https://www.gu.de/
52 https://www.brandstaetterverlag.com/
53 https://www.hardiegrant.com/au
54 https://kaisergranat.com/rezensionen/die-kochbuch-bestseller
55 https://bellevue.nzz.ch/kochen-geniessen/kochbuecher-2021-fuer-mehr-oder-weniger-
56 passionierte-koeche-1.641915
57 https://at-verlag.ch/rubrik/kochen_geniessen/
58 https://at-verlag.ch/autoren/7238125/7238125-del-principe-claudio.html
59 https://at-verlag.ch/autoren/1143102/1143102-grandits-tanja.html
60 https://at-verlag.ch/autoren/7252169/7252169-caminada-andreas.html
61 https://www.tretorri.de/BEEF-GRILLEN/978-3-944628-61-5
62 https://www.mandelbaum.at/
63 https://shop.verlagsgruppe-patmos.de/thorbecke.html
64 https://thecarycollection.com/products/the-book-of-the-onion-150-ways-of-cooking-it-
65 1933-1st-by-ambrose-heath
66 https://www.instagram.com/stefanozarrella/
67 https://www.instagram.com/pamela_r/t/
68 https://www.exlibris.ch/de/buecher-buch/english-books/thuy-diem-pham/
69 vietnamese-made-easy/id/9781787139688/?utm_source=google&utm_medi-
70 um=cpc&utm_campaign=Performance+Max+CSS+B_2+(pm-CH-de)&utm_
71 content=&utm_term=&gclid=CjOKCQjwmtGjBhDhARisAeqfDlellzoq3dZYtbRmPgu-
72 7AUQvIW06mSEFRgdpiXnKwWZg2tbiXPY7caAqZ5EALw_wcB&gclid=aw.ds
73 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1058753410
74 https://at-verlag.ch/buch/978-3-03902-182-6/elif-oskan-cuisine.html
75 https://www.brandstaetterverlag.com/buch/coming-home/

7.2 Bildquellenverzeichnis

1-30 Quellen sind auf den Seiten angegeben
31-34 https://www.mandelbaum.at/reihen/kleine-gourmandisen/
35 https://shop.verlagsgruppe-patmos.de/mangold-die-besten-rezepte-401507.html
36 https://shop.verlagsgruppe-patmos.de/rote-bete-401456.html
37 https://shop.verlagsgruppe-patmos.de/zitronen-401480.html
38 https://www.google.de/search?q=the+b+o+k+o+f+the+onion+ambrose&client=safa-
39 ri&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKewicjeb_kaD_AhWxi_OHHb1CBS0Q_
40 AUoAXoEACAw&biw=786&bih=967&dpr=2#imgrc=PDYf4eQhTYqRfM
41 https://www.amazon.co.uk/Mit-Meal-Prep-zur-Traumfigur/dp/3742307096
42 https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTbY7NzgiFRQb-
43 x2WVevmh2HJGRzZl-ITiWkO8tUgZ4J5Vz8MB6
44 https://www.amazon.in/Knife-Drop-Creative-Recipes-Anyone/dp/0744076773
45,46 https://www.amazon.com/-/es/Sofia-Tsakiridou/dp/3898839583
47 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1063536667
48 https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQJp9qQivXZAR3_DW6Sv-
49 ZTD3QWw2tC1vTnW_gSe9zc2ASdfK0
50 https://www.weltbild.ch/artikel/buch/you-deserve-this-bowl-kochbuch_25552639-1
https://www.weltbild.ch/artikel/buch/unglaublich-lecker_39457899-1

51 https://twitter.com/EburyPublishing/status/1372245831840055298
52-54 https://at-verlag.ch/suche/index.html?term=tanja
55-57 https://at-verlag.ch/suche/index.html?term=claudio
58 https://www.dumont-buchverlag.de/buch/leon-familie-freunde-9783832194727/
59 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1060491202
60 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1057894785
61 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1059486772
62-64 https://at-verlag.ch/autoren/7252169/7252169-caminada-andreas.html
65-67 https://www.callwey.de/?s=zu+gast
68 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1056382787
69 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1060096903
70,71 https://www.callwey.de/?s=codex
72 https://fontsinuse.com/uses/41137/vegan-japaneasy-by-tim-anderson
73 https://www.pinterest.de/pin/298363544036302300/
74 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1045007622?Pro-
75 vid=10924038
76 https://www.manufactum.ch/japan-a208449/
77 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1052751167
78 https://shop.hogapage.de/products/cuisine-turkische-kuche
79 https://www.workman.com/products/the-noma-guide-to-fermentation/hardback
80 https://www.amazon.de/Cucina-Vegetariana-Vegetarische-italienische-vegetarische/
81 dp/3831046360?ref_=ast_sto_dp
82 https://www.weltbild.ch/artikel/buch/japan-easy-vegan_28438827-1
83 https://thedesignerandthegrid.tumblr.com/post/156305025607/cook-it-raw-by-phai-
84 don-design-by-spencer-fenton
85 https://twistedstiffer.com/2010/09/visual-recipes-ikea-carl-kleiner/
86 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1052751167
87 https://www.magaliolverino.com/food
88 https://www.workman.com/products/the-noma-guide-to-fermentation/hardback
89 https://www.pinterest.com/pin/color-vintage-photo-c-1960-dinner-with-pink-cake-
90 with-vegetables--438045501225688365/
91 https://www.itsnicethat.com/articles/chloe-scheffe-graphic-design-140720
92 https://irishmum.net/Long-Prawn
93 https://solutionsmedia.cbcc.ca/en/news/radio-canada-is-launching-mordu-a-new-co-
94 oking-and-food-platform/
95 https://madaboutkitchen.in/one-pot-pasta-a-hearty-meal-in-half-an-hour/
96 https://karmafood.at/products/kochkurs-book-now-cook-later
97 https://news.fordham.edu/arts-and-culture/long-lost-immigrants-illustrated-cookbook-
98 exhibited-fordham-gallery/
99 https://www.pinterest.co.uk/pin/455004368587914176/
100 https://www.pinterest.com/pin/533817362095818925/
101 https://socks-studio.com/2011/07/06/picture-cook-by-katie-shelly/
102 https://www.printmag.com/ellen-shapiro/mastering-the-art-of-cookbook-illustration/
103 https://www.kleinanzeigen.de/s-anzeige/backen-macht-freude-dr-oetker-rezep-
104 te/2298810395-76-3365
105 https://www.hardiegrant.com/au/publishing/bookfinder/book/vegan-chinese-food-by-
106 yang-liu/9781743799369
107 https://www.pinterest.com/pin/194217802672398983/
108 https://www.pinterest.ph/pin/551691023098258939/
109 https://www.shophappygylucky.com/products/simply-chinese
110 https://www.amazon.com/Simply-Chinese-Recipes-Home-Kitchen/dp/1784885339
111 https://www.booktopia.com.au/tokyo-stories-tim-anderson/book/9781784882297.
112 html
113 https://sanchosdirtylaundry.com/products/japaneasy-bowls-bento
114 https://www.naschkatze.me/2022/10/28/buchvorstellung-die-gruene-kueche-quick-
115 slow-von-d-frenkiel-l-vindahl/
116 https://www.callwey.de/?s=codex
117 https://www.byflou.com/de/i-can-cook-vegan/isa-chandra-moskowitz?ident=a6c8f43f-
118 a1606edaebc4c86332e3a35dea16aac2
119 https://www.shopmoderncraft.com/products/i-can-cook-vegan-isa-chandra-moskowitz
120 https://kaisergranat.com/rezensionen/eisvogel-das-hervorragende-eis-kochbuch-aus-
121 dem-eisvogel-in-zuerich
122 https://echtzeit.ch/?is_mobile=true
123 https://www.amazon.es/Karma-Food-ayurvedisch-vegetarisch-vegan/dp/3710603994
124 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1056382787
125 https://www.manufactum.ch/japaneasy-vegan-a205579/
126 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1063988358
127 https://shopigo.com/en/products/the-kitchen-studio-culinary-creations-by-artists?v-
128 ariant=40893630218405
129 https://www.manufactum.ch/grosse-nuri-sardinen-kochbuch-a210486/
130 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1064170621
131 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1063457025
132 https://at-verlag.ch/rights-catalogue/buch/978-3-03902-138-3/schoggi.html
133 https://jp.urbanoutfitters.com/en-jp/product/anything-you-can-cook-i-can-cook-vegan-
134 by-richard-makin/UO-83667360-000?color=assorted&size=one-size
135 https://karmafood.at/collections/all?page=2
136 https://www.editionpopulaire.ch/product/kochbuch-cuisine
137 https://www.weltbild.ch/artikel/buch/just-cook-it_34926083-1
138 https://inexpensiveprogress.com/1157/the-other-books-of-ambrose-heath/
139 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1056382787
140 https://www.exlibris.ch/de/buecher-buch/deutschsprachige-buecher/irene-wild/
141 klimafreundlich-kochen/id/9783754303887/?utm_source=google&utm_medi-
142 um=cpc&utm_campaign=Performance+Max+CSS+B_3+(pm-CH-de)&utm_con-
143 tent=&utm_term=&gclid=CjwKCAjwpuaJBhBpEiW_A_zfhTTDOMNhDoko1U6Eyha8D-
144 wdl8yMVBUkdYDwy9FPDP52YslyjcbVlhoCrRUQAvD_BwE&gclid=aw.ds
145 https://www.behance.net/gallery/76100727/YOUE-BEEN-RATED
146 https://www.magaliolverino.com/food
147 https://www.pinterest.es/pin/676102962832739313/
148 https://the-brandidentity.com/store/dieter-rams-complete-works-catalogues-every-
149 single-product-designed-lifetime
150 https://www.pinterest.es/pin/676102962832739262/
151 https://i.interfaces.org
152 https://fontsinuse.com/uses/40305/aesthetics-of-sustainability
153 https://www.pinterest.es/pin/676102962832694056/
154 https://www.pinterest.es/pin/676102962831071181/
155 https://www.pinterest.at/pin/497014508875622770/
156 https://katerina-dimitrova.com/wir-nr-3-mexiko-city
157 https://www.gaultmillau.ch/life-style/bucher/cuisine-elfs-turkische-lieblingsrezepte-
158 581917
159 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1049503722?Pro-
160 vid=10917751&gclid=CjwKCAjwyueJBhA5EiWASDWD_WRmiE8Tzpm9B-
161 Cxr6n2htShmEJ9xQw3fOzrbv9KOiSDcM02mUxm21BoCmO4QAvD_BwE
162 https://www.orellfuessli.ch/shop/home/artikeldetails/A1048482157