

# Keutlinger General-Anzeiger

Dienstag, 19. Januar 2010

## Die Kunst des schönen Scheins

Warum sieht die kulinarische Eigenkreation nie so appetitlich aus, wie in der Werbung? Weil dort kräftig nachgeholfen wird, damit die angepriesenen Speisen sich von ihrer besten Seite zeigen - und natürlich gut verkaufen. Foodstylisten wie Eberhard Braun arrangieren Speisen und Getränke für das perfekte Foto. Carina Stefak hat ihm über die Schulter geschaut und einige Tricks und Kniffe gelernt, mit denen Leckerer auch fotogen wird.



Wahrlich ein Augenschmaus. Trotzdem sollte man lieber die Finger davon lassen, denn nicht alles an diesem Gericht ist auch genießbar. FOTO: Gerlinde Trinkhaus

Ein herzhafter Wurstsalat mit goldgelber Pasta, tiefroten Kirschtomaten und taufrischen Kräutern, umspielt von feinem, hellem Dressing; gefolgt von saftigem Schweinefilet an glänzendem Kartoffelpüree mit sattroten

Paprikastreifchen, das Ganze umrahmt von einer leuchtenden Pestospur. Die Krönung: zartrosa Himbeereis mit Vanillesauce, Knusperröllchen und einem Hauch von Minze..

So oder ähnlich strahlt es uns auf den Hochglanzfotos der Speisekarten, Kochbücher und in der Werbung entgegen. Schon beim Anblick der abgebildeten Gerichte läuft uns das Wasser im Munde zusammen. Die Sache hat nur einen Haken: Was wir sehen ist mitnichten das, was wir bekommen. Und das ist auch besser so, denn vieles davon würde uns gar nicht gut bekommen. So mancher »Koch«, der hier am Werk war, hat nicht nur im Supermarkt eingekauft, sondern auch im Baumarkt.

Fangen wir vorne an: Das Herzstück des Salats besteht nicht aus Wurststückchen, Nudeln und Co. sondern aus einem Häufchen Milchreis, sozusagen als Basis. Nichts wird dem Zufall überlassen, jede Nudel hat ihren Platz, jede Tomate ihren Wirkungsort. Damit auch alles dort bleibt, wo es hingehört, kommen viele kleine Zahnstocher zum Zug. So weit, so essbar. Das Dressing jedoch ist keine Mayonnaise, sondern – Holzleim.

Das Schweinefilet wird zwar im Ofen zubereitet, seine schöne braune Farbe verleiht ihm allerdings der Bunsenbrenner, mit dem später einzelne Partien nachgegrillt und kross gebräunt werden. Das saftige, rosafarbene Innere ist nicht nur schonender Zubereitung zu verdanken, sondern auch Lebensmittelfarbe. Das Kartoffelpüree hat seinen Glanz vom künstlichen Feuchthaltemittel aus dem Chemiebaukasten, der Frisch-weil-glänzend-Effekt auf den Lauchstreifen kommt per Glycerin-Pinsel dazu. Das grüne Pesto erhält sein leuchtendes Finish mit künstlichen Farbstoffen.

## 95 Prozent der Speisen werden kalt angerichtet

Dann war da noch das Quark-Farb-Speisestärke-Gemisch, Verzeihung, das zartschmelzende Himbeereis in Vanillesauce. Damit der Soßenspiegel das »Eis« nicht völlig verschlingt, sitzt die Kugel auf einem später unsichtbaren Sockel. Für appetitanregende Schmelzeffekte werden Wassertröpfchen aufgepinselt.

In der Foodwerbung ist also (fast) nichts wie es scheint und schnell wird klar: Hier waren keine reinen Köche am Werk, sondern professionelle Foodstylisten. Der stuttgarter Koch Eberhard Braun (38) ist einer für alles: Er arbeitet als Mietkoch, Showkoch, Caterer, Kochkursleiter und eben auch als Foodstylist. Letzterer setzt Speisen und Getränke, die für Werbezwecke fotografiert werden, professionell in Szene. Denn um sich gut zu verkaufen, müssen sich die Gerichte von ihrer besten Seite zeigen. Und weil sie das fast nie von allein tun, wird kräftig nachgeholfen.

Kein Wunder also, dass auch die kulinarische Eigenkreation zu Hause wenig mit ihrem Vorbild aus dem Kochbuch gemein hat, denn die Möglichkeiten in dieser Welt des schönen Scheins sind nahezu grenzenlos - und machen die Arbeit mitunter leichter. Kamera, Licht, Dekoration: bis alles stimmt, kann's dauern. Echtes Speiseeis würde gnadenlos davonlaufen. Eberhard Braun kreiert eine Mischung aus Quark und Speisestärke, die mit Lebensmittelfarbe ihre geschmackstypische Farbe bekommt. Diese Kombi hält über Stunden.

Noch mehr Tricks gefällig? Man lese und staune ... Damit ein Bier so richtig kalt scheint, werden mit flüssigem Silikon, destilliertem Wasser und Glycerin Wassertröpfchen kreiert, die sich dann am Glas festhalten. Limonade, Wasser, Cocktails: Künstliche Eiswürfel aus Gießharz geben coolen Drinks den letzten Schliff. Echte würden dazu führen, dass durch Kondensation ganze Rinnsale am Glas herunterliefen. Und die Fake-Würfel sind wirklich nur mit Mühe zu entlarven.

Joghurt, Mayonnaise oder Buttermilch würden andere Lebensmittel aufweichen, etwa Cornflakes in einem Müslibecher. Deshalb haben sie ein starkes Double: Holzleim. Er lässt seine Nachbarn in Ruhe und bleibt über Stunden dort, wo er sein soll.

Eine große Rolle spielt beim Essen natürlich auch die Couleur: Lebensmittelfarbe oder Acrylfarben - Auswahl gibt's en masse. Auch beliebt: Airbrush. »Toast wird nicht getoastet, sondern mit feiner Farbe besprüht«, erklärt Braun. Nicht nur beim Weißbier unverzichtbar: Der Schaum. Natürlich geht's mit geschlagenem Eiweiß. Aber auch chemisch lässt sich viel erreichen: mit Natriumcitrat oder Cellulose. Eberhard Braun hat einen ganzen Koffer voller Pulverfläschchen.

Der Inhalt reagiert mit Flüssigkeit und verdickt, geliert oder befeuchtet Mousses, Suppen und Co. Apropos Suppen. »95 Prozent der Speisen werden fürs Foto kalt angerichtet«, erklärt Eberhard Braun. Der Teller könne sonst beschlagen, die Speisen austrocknen. Manches muss dennoch heiß angerichtet werden, Pommes Frites etwa - sie schrumpeln mit der Zeit. Jetzt geht's ans Eingemachte: Damit eine Ente aussieht, wie ein wahrer Festtagsbraten, wird der Körper ausgestopft, bis er so richtig prall aussieht. Flügel, Beine und unschöne Hautfalten werden am Körper angenäht, und schon sitzt alles fest und straff.

Foodstyling - die Möglichkeiten sind wirklich grenzenlos. Doch Eberhard Braun bedient sich lieber der natürlichen Mittel eines Kochs und schiebt das Huhn in den Ofen, statt es »Schicht für Schicht mit Farbe zu besprühen, solange, bis der Bräunungston passt.« Für den letzten Schliff, das perfekte Rosa, greift dann aber auch er in die Trickkiste - und

»schminkt« das Fleisch ein bisschen, wie er sagt. Man lernt mit jeder Tüftelei dazu, denn »für das Künstliche braucht man viel Erfahrung«, weiß er.

Er habe viel Geld im Baumarkt liegen gelassen, gesteht Braun in seinem freundlichen Bayerisch. Und es geht nicht nur darum, die Speisen ins rechte Licht zu rücken. Man kann sich auch die Arbeit erleichtern, wenn man in die Trickkiste greift. Denn Zeit ist Geld.

Ob die Speisen auf den Fotos möglichst wirklichkeitsnah aussehen sollen oder auch mal übertrieben aufgehübscht - das entscheidet der Auftraggeber mit Blick auf die Zielgruppe. »Wenn zu reinen Werbezwecken präpariert wird, darf man schon mal dicker auftragen, während Kochbücher natürlich aussehen sollten, weil die Leute die Gerichte nachkochen.«

### **Dann muss ich mein Ego auch mal zurücknehmen**

Seine Arbeit ist aufwendig und manchmal nervenaufreibend. »Oft wird ewig herumprobiert, bis alles passt«, sagt der Foodstylist, und tatsächlich: Nicht nur einmal zieht er skeptisch die Braue hoch. »Soll da noch was Grünes rein?« Aber Eberhard Braun macht diesen Job gern. Im Gegensatz zu seinen anderen Tätigkeiten bringt das Foodstyling eine rares Gut mit sich: Ruhe.

Alles läuft langsamer, konzentrierter ab. »Ein guter Ausgleich«, findet der 38-Jährige. »Sonst bin ich immer viel unterwegs, stehe ständig unter Strom.« Koch werden, das wollte Braun schon als Kind. Trotzdem studierte er erstmal Ernährungswissenschaften. »Lebensmittel haben mich immer interessiert.« Die dreijährige Kochausbildung schob er dann hinterher. In 15 Restaurants hat der ehrgeizige Koch schon gearbeitet. Als fertig sieht er sich aber noch lange nicht. »Das mit dem Kochen, das hört nie auf«, sagt er und lacht.

Dass er Ernährungswissenschaftler ist, nützt Braun auch als Foodstylist. Er weiß um die physikalische Veränderung von Lebensmitteln, wenn sie verarbeitet werden. Der Koch Eberhard Braun begegnet den Produkten, mit denen er arbeitet, mit Respekt und Sorgfalt - bei jedem Handgriff.

Wenn Braun fürs Foodstyling beauftragt wird, beginnt seine Arbeit oft schon viel früher: bei der Rezeptentwicklung. Er setzt die Gerichte nicht nur in Szene, sondern stellt sie auch zusammen - von typisch regional bis modern und kreativ. Braun hat künstlerische Freiheit, aber natürlich macht der Kunde Vorgaben. »Dann muss ich mein Ego auch mal zurücknehmen.«

So künstlerisch dieser Beruf klingt, es steckt viel Handwerk dahinter. »Die meisten professionellen Foodstylisten sind gelernte Köche«, weiß Braun. »Man muss ja wissen, wie das Essen aussehen muss, ehe es zum Gast geht und auch das Anrichten will gelernt sein.« Für ihn beginnt Foodstyling schon beim einzelnen Restaurantgast und nicht erst bei der Werbung für die breite Masse. »Man möchte die Gerichte, die man mit Liebe für den Gast zubereitet, perfekt inszenieren.« Und was isst er selbst am Liebsten? »Nudeln mit Soße und Bergkäs' - einfach, aber gut.« Der Sohn eines Schwarzwälders und einer Österreicherin gesteht: »Wenn's schmeckt, vergesse ich alles um mich herum.« Das Auge isst vielleicht mit, aber Regie führt immer noch der Gaumen. (GEA)