



Was wären Kochbücher und -magazine ohne appetitliche Fotos? Damit alles so lecker aussieht, ist ein ganzes Team am Werk und präsentiert uns das Essen immer wieder neu und nach den aktuellen Stylingtrends.



Wird die Bratenkruste im eigenen Ofen wirklich so perfekt? Und der Drink beim Selbermixen auch so frisch grün? Wahrscheinlich nicht. Denn wenn Foodfotografen am Werk sind, wird mit vielen Tricks gearbeitet. Fotos: Eising Studio Food Photo & Video, StockFood/ Eckhardt/Diop

# Was fürs Auge

Wenn Abbildungen uns das Wasser im Munde zusammenlaufen lassen, haben Foodfotografen ganze Arbeit geleistet

Von Martina Hildebrand

Es ist zum Verzweifeln. Da hat man alles richtig gemacht, hat Zwiebeln und Currypaste exakt eine Minute lang unter ständigem Rühren angebraten, Limettensaft, Bohnen und Kräuter erst später, wie im Rezept beschrieben, dazugegeben – und dann? Ähnelt das grüne Thai-Gemüsecurry farblich doch eher einem deutschen Linseneintopf.

Nicht anders etwa beim Saltimbocca mit Salbeiblättchen und Parmaschinken aus dem italienischen Kochbuch: Auch da sollte man es nach Fertigstellung besser unterlassen, Farben und Konsistenz des Gerichts in der eigenen Pfanne mit jenen auf dem Foto im Kochbuch zu vergleichen – Frust ist programmiert. Denn in Kochbüchern, Zeitschriften und ebenso auf den bunten Bildern in der Werbung und auf Plakaten sehen alle Zutaten und Speisen so fein aus, dass man sofort davon probieren möchte oder den dringenden Wunsch verspürt, sie nachzukochen.

Martina Görlach und Michael Koch freut das. Denn das heißt für sie: Alles richtig gemacht! Die Foodfotografin und der Koch und Foodstylist setzen für das Eising-Studio in München alles rund ums Thema Essen ins rechte Licht und in Szene. Die Inszenierung des guten Geschmacks, eines Arrangements, damit dem Betrachter das Wasser im Munde zusammenläuft, das ist eine Aufgabe, die vor allem ein gutes Auge verlangt.

Während Koch im großen Küchenstudio gerade mit konzentriertem Blick und ruhiger Hand eine Nougatorte mit hauchfeinen Karamellblättchen dekoriert, stehen Görlach und zwei Mitarbeiterinnen nachdenklich vor einem Fläschchen mit Teelikör. Es soll fürs Foto noch mit Accessoires drapiert werden und muss ins Gesamtkonzept des Weihnachtsbuchs eines großen Kochbuchverlags passen. Immer wieder probieren sie eine neue Szenerie aus, in deren Mittelpunkt der Likör steht. Mal wird Kunstschnee gestreut, mal holt Görlach ein paar alte Holzkästchen und Döschen. Und dazwischen wirft sie immer wieder einen prüfenden Blick durch die Kamera. „Bei manchen Sachen müssen wir lange tüfteln, bis alles stimmig ist“, erklärt sie.

Gleiches gilt auch für Torten, Tiramisu oder Tortellini. Gutes Aussehen ist alles. Forscher haben jüngst herausgefunden, was da im Körper passiert: Sobald wir etwas Leckerer sehen, verspüren wir Lust darauf, auch wenn wir zuvor erst gegessen haben. Verantwortlich dafür ist das appetitanregende Hormon Ghrelin, das verstärkt im Körper freigesetzt wird, wenn es optisch stimuliert wird.

Das heißt: Je appetitlicher etwas aussieht, desto besser verkauft es sich auch. Hinzu kommt: Kochbücher, Kochsendungen, Kochblogs im Internet und Videos, die beispielsweise zeigen, wie ein Rollbraten ohne Pannen zubereitet werden kann, sind im Trend wie nie. Pete Eising, Gründer des Münchener Fotostudios und der



Agentur StockFood, in der mehr als 350 000 Foodfotos und Videos angeboten werden, freut das. Und er erklärt sich das mit dem Wunsch der Menschen nach „Cocooning, nach Rückzug in die eigenen vier Wände, wenn es uns da draußen zu hektisch wird. Die Idee vom Kochen vermittelt etwas Heimeliges.“ Doch als Eising vor mehr als 30 Jahren den ersten Auftrag erhielt – für eine Frauenzeitschrift sollte er eine gefüllte Einkaufstasche fotografieren –, da dachte noch niemand daran, welches Marktpotenzial Foodfotografie einmal haben würde. Inzwischen ist das Studio in Deutschland führend im Bereich der Food-Fotografie und arbeitet schon lange mit renommierten Kochbuchverlagen und Magazinen zusammen.

Doch kein Foto ohne Foodstyling, das man übrigens gut mit „Herausputzen von Lebensmitteln“ übersetzen könnte. Das ist die Hauptaufgabe von Martina Görlach und Michael Koch. Dabei geht es darum, mit allen möglichen und unmöglichen Mitteln Lebensmittel so zu präparieren, dass sie sich für perfekte Fotos eignen.

Und dafür gibt es jede Menge Tricks. Mit einem Vorurteil räumt das Eising-Team gleich einmal auf. Sprühlack, Malerfarbe oder ähnlich Unappetitliches kommen nicht auf den Teller. „Wenn Lebensmittel frisch gekocht sind, haben sie bereits eine eigene Ästhetik, die es zu erhalten gilt“, sagt Martina Görlach. Und: Tricksen ist teuer, darum wird schon während der Zubereitung sorgfältig auf alles geachtet“, ergänzt Koch. Dennoch haben manche Lebensmittel ihre Tücken. Dunkle Speisen wie Soßen oder Rindfleisch sind aus lichttechnischen Gründen knifflig zu fotografieren, Salat fällt rasch zusammen, wenn er mehrere Minuten dem heißen Scheinwerferlicht ausgesetzt ist. Statt Eis, das rasch zerläuft, nehmen die Stylisten



Nudelsalat, fotografiert im aktuellen Trend: sehr hell, und fast schon überstrahlt. Daneben eine Nektarine im typischen scharf-unscharf Stil. Fotos: StockFood/ Salvador Camarasaltas, StockFood/ Julia Hoersch



Stylist Michael Koch und Fotografin Martina Görlach legen noch letzte Hand an die Torte, damit das Backwerk auf dem Foto fürs Kochbuch perfekt rüberkommt. Foto: Martina Hildebrand

schon mal gefärbten Frischkäse, und Gemüse sieht appetitlicher aus und hält länger vor der Kamera durch, wenn es nur kurz blanchiert wird. Obst und Gemüse oder auch Glasbehälter wirken besonders frisch, wenn sie mit Wasserperlen versehen werden, für die eine fettfreie Oberfläche Voraussetzung ist. Dann wird eine Mischung aus Wasser und Glycerin daraufgesprüht.

Foodstylisten haben viele Lösungen für welkende, eintrocknende und zerfließende Speisen auf Lager, freilich nicht alle werden überall angewendet: Getränke etwa können mit Wasser verdünnt werden, dann schimmert Licht besser durch; Schaum auf Bier oder Cappuccino wirkt überzeugender mit Seifenblasen. Und wenn Sahnehäub-

chen ein langes Shooting überstehen müssen, dann ist Rasierschaum eine gute Alternative. „In der Werbung wird aber weitaus mehr getrickst“, sagt Eising und erinnert sich an einen Fotoauftrag, bei dem er Cornflakes für den Packungsaufdruck in Szene setzen sollte. „Da haben wir aus der Tüte die intakten Flocken herausgesucht und aneinandergesappt.“

Das Auge isst schließlich mit. Auch wenn sich unsere Sehgewohnheiten geändert haben. Denn auch die Foodfotografie unterliegt Trends, vergleichbar mit der Mode. Noch bis vor 15 Jahren dominierte die dokumentarische, klare Abbildung als praktische Kochvorlage. Die Zutaten wurden einfach um das fertige Gericht arrangiert. Anfang der 90er Jahre kam der graphi-

scher Stil dazu: Die Dekoration wurde wichtig. Nachteil: Vom Essen wurde zu sehr abgelenkt. Parallel dazu entwickelte sich als Gestaltungselement die Unschärfe, verbunden mit einer hellen, teils überstrahlten Fotografie. Dieser Stil gilt auch heute noch als modern, ebenso der Gegen-trend dazu: Bilder werden zunehmend puristisch gestaltet, die Gerichte rücken in den Blickpunkt, kräftige Farben werden eingesetzt. Und drei Lieblingsthemen lassen sich in führenden Kochzeitschriften beobachten: „Passion Fruits“ (viel Farbe), „Granny Chic“ (antike Accessoires) und „Landlust“ (Holz und Natur).

Görlach und ihre Kollegen können jeden Kundenwunsch erfüllen. Im Keller des Studios befindet sich die Requisite. Regale bis unter die Decke, voll mit allem, was Küche und Wohnen schöner machen soll. „Wir bringen viel von Reisen mit und stöbern auf Flohmärkten – und müssen freilich auch immer wieder etwas kaufen, weil etwas fehlt“, erklärt Görlach.

Kaum vorstellbar, bei dieser Fülle an Dosen und Deckchen, Platten und Tellern, Besteck und Gläsern. Auf einem Rollwagen sortiert Görlach für die Aufträge die Accessoires, oben, im Studio, beginnt dann das Tüfteln.

Wie beim Arrangement mit dem Teelikör. Wie sieht die Flasche mit einer Schleife aus? Vielleicht noch einen Zweig dazu? Görlach überlegt noch. Doch irgendwann im Laufe des Tages wird das perfekte Foto für ein weiteres Kochbuch im Computer sein.

Gut 6000 neue Kochbücher kommen jährlich auf den Markt und Apps fürs Handy geben inzwischen direkt am Herd Hilfestellung. Doch mehr gekocht wird hierzulande trotzdem nicht. Auf den Tisch kommt im Zweifelsfall die Tiefkühlpizza. Freilich die mit dem appetitlichen Foto auf dem Pappkarton.