

# Unterwegs in Sachen Esskultur und Backkunst

Peter Kapp sieht sich im Dienste des Genusses und hat sich mit seinem kompromisslosen Qualitätskonzept einen Namen gemacht

Von Reinald Wolf

Wenn Peter Kapp über kulinarischen Genuss redet, gerät er ins Schwärmen – kommt buchstäblich in Fahrt. Ob in der Backstube oder unterwegs: Der Bäckermeister und Konditor ist immer auf kulinarischer Entdeckungsreise. „Meine große Liebe ist Frankreich“, verdeutlicht Kapp, dass er im Land der Gourmets in mehrfacher Hinsicht auf den Geschmack gekommen ist.

## Von der französischen Esskultur inspiriert

Die gehobene Kultur des Essens und des Genusses hat es ihm angetan. Kleine Weingüter, Olivenhersteller, Bäcker, Gastronomen – Kapp ist kulinarisch praktisch immer auf der Pirsch und hat schon viele exquisite und kleine Hersteller kennengelernt. Und von jeder Reise bringt er wieder genussvolle Anregungen oder Produkte mit, die er in sein Angebot einfließen lässt.

## „Artisan Boulanger“ oder die Kunst des Backens

„Die Französische Backkultur hat mich immer begeistert“, erklärt er, warum er sich als „Artisan Boulanger“ bezeichnet. Denn nicht nur die Kunst des Kochens, sondern auch die Kunst des Backens sollte laut Kapp kultiviert werden.

Genau das hat er 2005 mit der Umstellung seines Unternehmens in Edingen-Neckarhausen bei Heidelberg konsequent verfolgt. „Das Unternehmen lief nicht so toll. Deshalb habe ich das Konzept komplett auf Qualität und Genuss umgestellt.“ Absolut hochwertige Rohstoffe,



Das Backstubenteam steht hinter Peter Kapp und seinen ausgefallenen Ideen.

Zeit und Kreativität sind die Eckpunkte einer Qualitätsphilosophie „ohne Kompromisse“, wie sein Slogan lautet. So hat er ein Olivenöl im Einsatz, bei dem ein dreiviertel Liter 29 Euro kostet. Außerdem bekommen die Produkte aus dem Hause Kapp alle Zeit der Welt, die sie brauchen, um sich optimal zu entwickeln.

## Das Motto lautet: „Zeit gleich Geschmack“

Nach dem Motto „Zeit gleich Geschmack“ setzt Kapp auf lange Teigführungen und ausreichend Backzeit. Brote mit Weizensauerteig stellt der Artisan Boulanger über einen Zeitraum von bis zu drei Tagen her. Und für seine Kreativität steht das Sepia-Baguette, das er schon seit Jahren im Programm hat.

Insgesamt hat sich die kompromisslose Umstellung für Kapp ausgezahlt. Er hat seinen Umsatz von ursprünglich 550.000 Euro auf heute 1,4 Mio. Euro gesteigert. „Auf bestehender Fläche“, wie er betont.

Ein weiterer Punkt: die mediale Aufmerksamkeit. Im Jahr 2013 ist er vom Gourmet-Magazin Feinschmecker als „Bester Bäcker Deutschlands“ ausgezeichnet worden. Im selben Jahr hat ProSieben einen größeren Beitrag im TV-Magazin Galileo über Kapp veröffentlicht. Seit der Zeit ist er ein gefragter Mann, der in Seminaren – zum Beispiel an der Akademie Weinheim – sein Fachwissen an Kollegen weitergibt. Im vergangenen Jahr war er außerdem Juror der Staffel „Deutschlands bester Bäcker“.

## Als Botschafter des Brotgenusses engagiert

Und als Botschafter des Brotgenusses hat Peter Kapp auch die Bekanntschaft mit Carlo Petrini gemacht. Ergebnis: Der Gründer und Macher der Slow-Food-Bewegung hat ihn als Lehrbeauftragten für die Universität der Gastronomischen Wissenschaften in Pollenzo (Piemont, Italien) engagiert. Aus dieser Zeit kommt auch die zweite kulinarische Liebe Peter Kapps, nämlich die zu den

Köstlichkeiten aus dem Piemont. Selbstverständlich nicht ohne Folgen für sein Unternehmen. Aus dem Piemont bezieht er Mehl, und von dort hat er auch „Terra Madre“, eine über 40 Jahre alte Sauerteigmutter „mit mehr Proteinen“, die als Grundlage für drei Variationen des gleichnamigen Brotes dient.

Ansonsten ist das rund 40 Artikel umfassende Brotsortiment geprägt von Baguette-Kreationen, deutschen Traditions- und Vollkornbroten.

## Die Brotrevolution der Marke Kapp

Italienisch geprägt ist auch Kapps „revolutionäres“ Logo mit dem fünfzackigen roten Stern und dem Titel „Rivoluzione del pane“. Womit Kapp etwas provozierend auf sein kompromissloses und etwas unkonventionelles Qualitäts- und Genussstreben aufmerksam macht. Dass das kein Marketinggag ist, zeigt sich auch darin, dass Kapp bei rund 30 Gastronomen – teilweise mit Sternen ausgestattet – gelistet ist. Da dürfte auch seine neueste Kreation, eine Craft-Bread-Edition aus einem Holzfass-Bier sowie 100 Prozent Roggen und Waldstaudenroggen, in den Fokus geraten.

Noch etwas ausgefallener ist seine Idee, sich via Pop-up-Bäckerei in Paris als bester Baguette-Bäcker zu profilieren – und im Falle eines Sieges für ein Jahr den französischen Staatspräsidenten zu beliefern.

@ r.wolf@matthaes.de

Kreativität und Natürlichkeit stehen bei der Präsentation im Vordergrund. Fotos: Wolf/Knobloch

