

Black Food bringt Farbe ins Brotsortiment

Fachleute wie Peter Kapp raten ihren Bäckerkollegen, die Chancen dieses Trends nicht ungenutzt an sich vorbeiziehen zu lassen

Von Silke Liebig-Braunholz

Der Trend zu Black Food ist nicht neu. Spätestens seit die Italiener angefangen haben, ihre Nudeln mit Tintenfischfarbe (auch Sepia-Farbe genannt) einzufärben, wissen die kreativsten Bäckermeister um diese Möglichkeit und haben mit dem Teig-Farbenspiel begonnen. „Ich habe schon 2004 in Italien ein Brot mit Tintenfischfarbe eingefärbt gesehen, das mir allerdings nicht geschmeckt hat“, sagt Bäckermeister Peter Kapp aus Edingen-Neckarhausen.

Er war jedoch begeistert, beschäftigte sich intensiver damit und hat im Laufe der Jahre seine eigenen Produkte entwickelt. Heute hat er drei schwarze Produkte im Sortiment – das Baguette mit Sepia und Cranberry, das Fougasse Amore Sepia und einen Black Hamburger. „Diese Produkte haben Potenzial – Minimum fünf bis acht Prozent, wenn sie entsprechend vermarktet werden“, sagt er.

Experten raten, den Trend zu nutzen

Der Leiter der Akademie Deutsches Bäckerhandwerk sieht sogar Potenzial zur Marke: „Vor allem mit Black Burger Buns oder Black Baguettes lassen sich Kunden begeistern“, sagt Bernd Kütscher.

Als belegtes Stück mit Salat oder roten Tomaten etwa ist es mehr als nur ein optischer Lockvogel, weiß auch Peter Kapp aus eigener Erfahrung. Beide empfehlen, auf diesen Trend aufzuspringen und ihn für das Geschäft zu nutzen. „Wer Kunden begeistern will, muss mehr bieten, als die Kunden erwarten. Mit schwarzen Lebensmitteln gelingt dies bereits durch den auffälligen Farbeffekt“, sagt Kütscher.

Wenig Konkretes von Zulieferern

Große Unternehmen wie die Bako mochten auf Anfrage der ABZ eher keine Antworten zu diesem Trend geben oder sprachen wie CSM Bakery Solutions lediglich in dünnen Schlagworten von einem kreativen Thema: „Bedient eine Nische. Standortabhängig. Für Crazy Fancy Business People“, so Channel Activation Manager

Manfred Laukamp. Gleichwohl bleibt das von einigen Handwerksbäckern ausgemachte Potenzial bestehen. Denn Bernd Kütscher kann bestätigen, dass in seiner Akademie Black Food schon länger Thema der Seminare ist und die Teilnehmer die Ideen aufgegriffen und umgesetzt haben. „Ich gehe davon aus, dass etwa 250 Bäckereien in Deutschland Black Food in ihrem Sortiment haben“, sagt er.

Das Sepiabrotchen mit Mandeln kommt an

Einer davon ist Hubertus Diepenbrock, Inhaber der gleichnamigen Bäckerei in Everswinkel bei Münster. „Unser schwarzes Bröckchen läuft gut. Wir verkaufen etwa 130 davon am Tag.“ Dabei handelt es sich um ein 100 g schweres Brötchen mit Sepia und Mandeln, das der 59-Jährige für 1,10 Euro verkauft. Ein anständiger Preis für das Spezialbrötchen, das viereckig geformt und in sich verdreht auch optisch was hermacht. Durch 75 g Sepia auf 10 kg Mehl.

Angeboten wird das „Bröckchen“ nur an den frequenzstarken Tagen von Freitag bis einschließlich Sonntag. Zusätzlich wird noch ein Restaurant beliefert. „Wir würden das Segment auch ausbauen. Leider fehlt uns im Moment noch die Kapazität.“

Gastronomie bezieht Black Food von Bäckern

Peter Kapp empfiehlt den Kollegen, es ebenfalls auszuprobieren und damit neue Kunden zu gewinnen.



Ob schwarzes Baguette (oben) oder Fougasse (links): die Kombination mit Cranberry und Tomaten macht den optischen Reiz aus.

Fotos: Liebig-Braunholz/privat

vestiert er aber auch immer noch in Aktionstage, wie dem Black Monday und stellt dort fünf schwarze Backwaren vor, die seine Kunden probieren dürfen.

Er ist überzeugt davon, dass eine lange Tradition die Innovation nicht ausschließen muss und ein Hand-

farbe her bekomme und wie ich das Brot herstellen kann. Mit Black Food hatte ich einen deutschen Lieferanten gefunden. Mit Tomaten, Kräutern und Cranberries die passenden Zutaten für den Geschmack“, sagt er.

Nach dem Backen ist der Fischgeruch verfliegen

Mittlerweile hat sind seine Black Food-Kreationen aus dem eingefärbten Teig auch in seinem Backbuch enthalten. Dass die Hauptzutat Tintenfischfarbe vor dem Backen streng nach Fisch riecht, stört ihn heute nicht mehr. Für 10 Kilo Mehl benötigt er 180 Gramm Sepia Paste und stellt daraus den Teig für rund 60 schwarze Brote her. Der Geruch der Paste ist nach dem Backvorgang längst verfliegen, so dass auch schwarze Brote mit süßen Zutaten kombiniert werden können und dann erst recht einen Aha-Effekt auslösen.



„Ich musste anfangs sehr viel Überzeugungsarbeit leisten. Heute beliefern wir die Gastronomie mit Black Food und haben neue Kunden dazugewonnen“, erzählt er. Ganz bewusst in-

werksbäcker das größte Potenzial hat, sich kreativ einzubringen. Wichtig sei lediglich die Auseinandersetzung mit dem Thema.

„Dabei habe ich mir die Frage gestellt, wo ich die Tintenfisch-

@ abz@matthaes.de