

*Ist der Fisch frisch? Gut.
Ist er nachhaltig? Besser.*

DA ERNÄHRUNGSWISSENSCHAFTLER SEIT JAHREN PROPAGIEREN, FISCH ZU ESSEN, WEIL ER GESUND SEI, STIEG DER FISCHKONSUM. UND DAMIT DIE ÜBERFISCHUNG DER WELTMEERE. AN DER FISH INTERNATIONAL, DER GROSSEN FISCHMESSE IN BREMEN, WAR DAS THEMA NACHHALTIGKEIT OMNIPRÄSENT. ABER ZUM GLÜCK NICHT NUR DAS. Text | Fotos: Christian Nill



Die Anbieter kommen aus der ganzen Welt, zum Beispiel aus der Türkei.



Am Stand von TransGourmet Seafood gibts Fisch so weit das Auge reicht.

Himmelsgucker, Hoki oder Wittling. Das sind gerade einmal drei von mindestens 53 Fischarten, die an der «fish international 2012» in Bremen präsentiert wurden – ohne Mollusken und Krustentiere. 260 Aussteller aus 23 Nationen zeigten, wie komplex und umfangreich das Grossthemata Fisch heute ist. Nebst Frischfisch wurden Warengruppen ausgestellt wie TK-Produkte, Delikatessen (die ausgiebig verköstigt wurden!), Fischverarbeitungstechnologien, Grundstoffe, Kälte- und Räuchertechnik, Verpackungsmaschinen oder Aquakulturanlagen.

Zuchtfisch? Igitt. Oder doch nicht?

Der Themenbereich Aquakulturen war denn auch unübersehbar ein Schwerpunkt der 13. Fish International, die alle zwei Jahre in der Messe Bremen veranstaltet wird. Jens Schrader von der Fischgrosshandelsfirma Möller & Reichenbach GmbH brachte die Problematik des Fischhandels auf den Punkt: «Die Meere sind überfischt, Nachhaltigkeit ist gefragt. Um den Menschen überhaupt noch preiswerte, gute Ware anbieten zu können, muss man an Fisch denken, der reproduzierbar ist. Süßwasserfische gewinnen daher zusehends an Bedeutung.»

Die Fish International 2012 in Bremen zog 260 Aussteller aus 23 Nationen an.

Naheliegender, dass Anbieter von Aquakulturtechnologien mit Neuheiten auftrumpften. Zum Beispiel das Maschinenbauunternehmen Baader aus Lübeck. «Wir haben die Verarbeitungslinie für einen Betrieb geliefert, der als Erster in Deutschland Abwärme aus Biogas für die Zucht von afrikanischem Wels einsetzt», sagt Geschäftsführer Robert Focke.

Zuchtfisch – manch ein Gourmet oder Sternekoch mag beim Gedanken daran leicht pikiert die Nase rümpfen. Allerdings kommt man um Fische aus Aquakulturen nicht mehr herum. Bereits heute stammt nahezu die Hälfte des weltweiten Fischkonsums aus Fischfarmen. Und zu gross ist ausserdem das Problem der überfischten Bestände und exzessiv ausgebeuteten Meere geworden: Gemäss WWF sind 80 Prozent der Meerfischbestände überfischt. Und 40 Prozent eines Fanges einer Fischflotte besteht aus Beifang: Haie, Seevögel, Meeresschildkröten, Delfine und Wale verenden unbeabsichtigt in den Netzen.

Die Politik ist gefordert

Hier kommt unweigerlich die Politik ins Spiel. «Die deutsche Forderung, endlich die Beifangproblematik anzugehen, ist zum Schwerpunkt der EU-Verhandlungen zur Reform der Fischereipolitik geworden», freut sich Ilse Aigner, deutsche Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft. Ziel müsse sein, so die Ministerin anlässlich ihres Besuchs an der Fish International, die nachhaltige Fischerei nicht nur für europäische Gewässer zu verankern, sondern auch stärker in den Fokus der internationalen Fischerei zu stellen.

Und aus neutraler Sicht ist man versucht zu sagen, Ziel müsste auch sein, dass Politik, Wissenschaft und Fischindustrie endlich verbindliche und allgemein akzeptierte Standards zur nachhaltigen Fischerei einführen – und einhalten. Denn es reicht nicht, wenn die Politik zwar eine Fangquote festlegt, Wissenschaftler jedoch darauf hinweisen, dass diese Fangquoten durchschnittlich 38 Prozent *über* ihren Empfehlungen liegen.

Das Wort der Stunde

Spricht man von Nachhaltigkeit (man muss aufpassen, dass das Wort nicht zum Unwort wird!), spricht man auch von der zertifizierten Fischerei. Auch hier bot die Fish International einen guten Überblick über die verschiedenen Zertifizierungs- und Qualitätssicherungs-Labels. Vor Ort waren u.a. Marine Stewardship Council (MSC), Friend of the Sea, Global G.A.P., Aquaculture Stewardship Council (ASC), Iceland Responsible Fisheries usw.



Roher Fisch,...

Der Bekanntheitsgrad von MSC liege inzwischen bei beachtlichen 52 Prozent, sagt die MSC-Länderverantwortliche Marnie Bammert: «Diese Zahl ist gestützt und gilt für Deutschland; in der Schweiz dürfte es allerdings sehr ähnlich sein.» (Siehe Interview rechts.)

Das Gegenstück zum MSC, der ausschliesslich wild gefangenen Fisch zertifiziert, ist der ASC, ebenfalls eine Non-Profit-Organisation. Gegründet wurde der ASC 2009 vom WWF und der IDH, einer niederländischen Initiative für umweltverträglichen Handel, sein Hauptsitz ist in Utrecht NL. Die grösste Herausforderung für dieses neue Aquakultur-Label liege darin, dass die Zuchtischbranche sehr fragmentiert sei, heisst es bei ASC. Passende Lösungen für die enorme Bandbreite von Playern zu finden – hier der internationale Multi, dort individuelle, kleine Fischfarmen –, das sei jetzt die schwierige Aufgabe.

Süsswasserfisch wird unterschätzt

An der Bremer Fischmesse wurde jedoch längst nicht nur über Nachhaltigkeit debattiert, sondern es wurde auch gekocht. Thomas Ruhl, Herausgeber der Kulinariker-Zeitschrift Port Culinaire und Organisator des Gourmet-Symposiums Chefsache (siehe GFBM-Ausgabe 2/2010), zeichnete verantwortlich für die Seafood-Masterclass. An zwei Nachmittagen zeigten Spitzenköche wie Thomas Bühner oder Heiko Antoniewicz, was sich mit Fisch alles anstellen lässt. Derweil Drei-Sterne-Koch Bühner seine Geschmacksschule zelebrierte, bewies Antoniewicz, dass man mit Süsswasserfisch und Sous-Vide fantastische Gerichte zubereiten kann. Die Masterclass war nahezu ausverkauft und der Chefkoch wurde danach bestürmt wie ein Rockstar.

Weshalb Heiko Antoniewicz ganz auf die Trendtechnik Sous-Vide fokussierte, verrät er im Interview auf Seite 68 gleich selber. Dass er für die Masterclass nur mit Süsswasserfisch operierte, liege daran, dass «Süsswasserfisch komplett unterschätzt wird», so der Chefkoch. Die Fish International hat ihren knapp 8200 Besuchern viel Spannendes und Schmackhaftes präsentiert. Und etwas gezeigt: Die Fischbranche boomt. Wenn sie es versteht, drängende Probleme wie Überfischung und Umweltverträglichkeit bald in den Griff zu bekommen, können die Konsumenten auch wieder getrost ohne schlechtes Gewissen zubeissen. Sei es nun in einen Himmelsucker, Hoki oder Wittling. (chn) ■



8200 Besucher haben v.a. etwas gesehen: Die Fischbranche boomt.



...Krebs auf Fisch und...

Drei Fragen zum MSC-Label

Wie gross ist das Interesse seitens der Gastronomen am MSC-Label?

Marnie Bammert*, MSC: Das Interesse ist durchaus da, aber wir können nicht beziffern. Wir müssen noch viel Aufklärungsarbeit leisten, bislang haben wir uns fast nur um den Detailhandel gekümmert. In der Schweiz arbeiten wir seit zehn Jahren mit Migros und Coop. In den letzten beiden Jahren interessierten sich v.a. Spitalküchen für die MSC-Zertifizierung. Neu ist McDonald's Schweiz dabei. Sie kommunizieren das MSC-Logo seit November 2011 auf allen Fischburger-Verpackungen.

Was müssen Gastronomen tun, um sich zertifizieren lassen zu können?

Oft denken Gastronomen, wenn sie MSC-Fisch einkaufen, seien sie ebenfalls MSC-zertifiziert. Dem ist nicht so. Denn unser Rückverfolgbarkeits-Standard muss sichergestellt sein. Der Gast soll sich darauf verlassen können, dass der MSC-Fisch auf der Menükarte tatsächlich aus zertifizierter Fischerei stammt. Ein Gastronom muss daher die ganze Warenkette vom Wareneingang über die Kühlung bis zur Verarbeitung und zum Service dokumentieren. Es braucht gesonderte Bereiche für die MSC-Fischverarbeitung. Das ist mit Aufwand und Kosten verbunden.

Wie hoch sind die Kosten?

Unterschiedlich, je nach Zertifizierer. Das machen wir von MSC nicht selber. Für ein Schweizer Restaurant dürften sich die Kosten für die Erstzertifizierung auf rund 1200 bis 1500 Franken belaufen. In den Folgejahren ist der Preis dann tiefer. (chn) ■

** Marnie Bammert ist beim MSC die Länderverantwortliche für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Sie lebt und arbeitet in Berlin.*

Mehr zum Thema Fisch?

Auf der nächsten Seite gehts weiter.

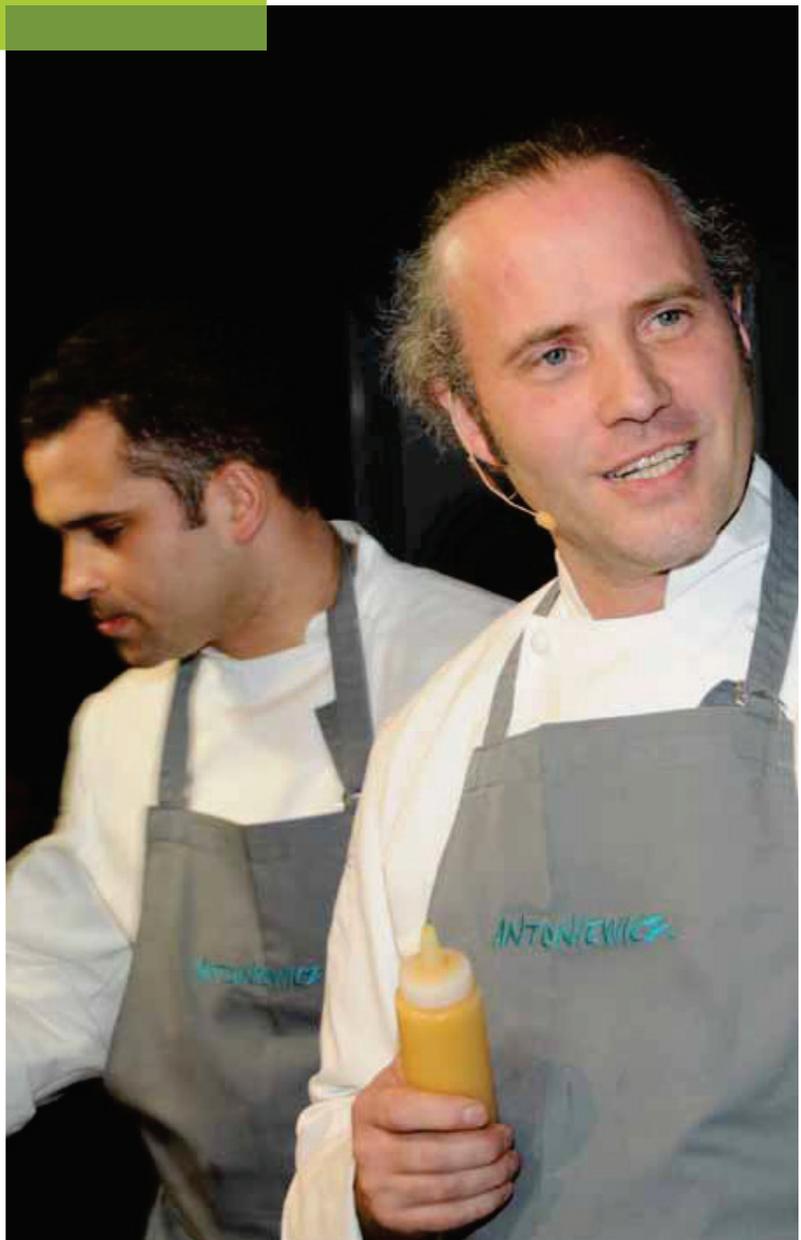


...grillierter Fisch: Hauptsache nachhaltig.

*«Hecht ist mein
Lieblingfisch.»*

AN DER FISH INTERNATIONAL
2012 IN BREMEN HÄLT HEIKO
ANTONIEWICZ EINE VIEL
BEACHTETE MASTERCLASS AUF
DER PORT-CULINAIRE-BÜHNE.
IM FOKUS – SÜSSWASSERFISCHE
UND DAS SOUS-VIDE-GAREN.

Mit Heiko Antoniewicz sprach Christian Nill.



Sterne Koch Heiko Antoniewicz anlässlich der Seafood-Masterclass in Bremen. (Bilder: Christian Nill)

Neue Garmethoden wie Sous Vide erweitern das kulinarische Spektrum.



Antoniewicz' Saibling mit grünem Apfel, Rettich und Speck-Crumble.

Herr Antoniewicz, warum konzentrieren Sie sich auf Süsswasserfische?

Süsswasserfisch wird schlicht unterschätzt. Auch aus einem Produkt wie Aal, das nicht unumstritten ist, lässt sich viel machen. Ich finde es wichtig, dass man auch aus weniger geschätzten Fischarten wohlschmeckende Rezepte kreiert. Gerade die neuen Garmethoden und Zubereitungstechniken erweitern das Spektrum enorm.

Die Themen Überfischung der Meere und Nachhaltigkeit sind ein Dauerbrenner.

Ja, aber man muss ja auch in die Flüsse gucken. Die können genauso überfischt werden. Wichtig finde ich die Regionalität – wobei auch diese zurzeit überstrapaziert wird. Heute sagt jeder, er kaufe regional ein. Ein guter Koch mit einem gesunden Bewusstsein hat das schon immer gemacht. Und auf der andern Seite wird es immer Köche geben, die mit Luxusprodukten arbeiten, und Gäste, die diese essen wollen.

Welches ist Ihr Lieblingssüsswasserfisch?

Hecht. Deshalb habe ich heute auch einen Hecht filetiert und zubereitet. Normalerweise wird Hecht ja nur zu Klösschen verarbeitet. Aber ein Hechtfilet, saftig auf den Punkt gegart, schmeckt sehr gut.

Ihr Messe-Thema war das Sous-Vide-Garen von Süsswasserfischen. Weshalb?

Sous-Vide erleichtert den Küchenalltag immens. Ausserdem wird ein Geschmack nach dem Sous-Vide-Garen noch einmal anders wahrgenommen, als bei der Zubereitung mit Hitze. Viele denken, dass die Produkte zuerst lange gegart, dann runtergekühlt und wieder regeneriert werden müssten. Man kann sie aber genauso gut frisch vakuumiert im Kühlschrank lagern und dann zubereiten, wenn der Bon in die Küche kommt.

Ist das nur etwas für Sterneköche?

Nein, das kann jeder machen und es ist für jede Betriebsgrösse und -art möglich. Wichtig ist, dass die Arbeitsabläufe in der Küche darauf ausgerichtet sind. Ein Freund von mir macht täglich 450 Mittagessen. 85 Prozent seiner Produktion sind auf Sous-Vide eingestellt. (chn) ■

Heiko Antoniewicz

Sternkoch Heiko Antoniewicz ist Trainer und Gastronomieberater, er entwickelt Food-Konzepte und schreibt Kochbücher. 1990 wurde er deutscher Koch des Jahres und gewann diverse Preise. Für die Koffler & Company entwickelte er zahlreiche Produkte und erhielt zweimal die Auszeichnung «Caterer des Jahres». Im Oktober führt Antoniewicz zwei Workshops in der Schweiz durch, organisiert von René Widmer/Prorest.

www.prorest.ch



Sieht man nur noch selten: Ein Hecht wird filetiert.

Branchenübersicht Fischhandel Schweiz



Eine königliche Goldbrasse, auch Dorade Royale genannt. (Bild: Bianchi)

Cash + Carry Angehrn AG



Sortiment: 75 Sorten Frischfisch/Krustentiere; 83 Sorten TK

Verhältnis Süss-/Salzwasser: 70 % Salzwasserfisch, 30 % Süsswasserfisch

Trends: TK-Fisch: gute Nachfrage im Bereich Crevetten; saisonal Fisch-Knusperli.

Best Product: Egli, Felchen, MSC, Bio

Herkunft: Bekannte Wildfanggebiete, Zuchten und heimische Gewässer

Spezielles: CCA bietet seit März 2012 die Frischfisch-Box an. Insgesamt über 150 Sorten Fisch im Angebot.

Kundenbedürfnis: Preis-Leistungsverhältnis, Frischequalität; Verpackungsoptik, klare Produktkennzeichnung

Labels: MSC, Bio, FOS, Label Rouge

Verkaufsmenge: 25 Tonnen TK-Fisch inkl. Krustentiere

Jahresumsatz: CCA gesamt: CHF 340 Millionen

Howeg Transgourmet Schweiz AG

HOWEG

Sortiment: Ca. 100 Artikel (Frischfisch & TK), exkl. Schalen-/Krustentiere

Verhältnis Süss-/Salzwasser: 50/50; laufend Anpassungen

Herkunft: FAO-Gebiete, Seen, Binnenfischerei, Zucht; Anteil Schweizer Fisch ca. 10 %

Fangmethoden: Schlepp-/Treibnetz, Ringwaden, Langleinen, Spann-/Korbreusen, Zuchtfang

Kundenbedürfnis: Preis, Qualität, Label, Lieferbereitschaft

Labels: MSC, Bio, Global G.A.P.

Keine Angaben zu Trends, Best Product, Verkaufsmenge und Jahresumsatz

Dyhrberg AG



Sortiment: Ca. 40 Sorten; nur TK-Fisch

Best Product: Räucherfisch (v.a. Forelle, Lachs)

Herkunft: Weltweit

Fangmethoden: Unterschiedlich, je nach Sorte

Kundenbedürfnis: Qualität, Preis, Kalibrierung; praktisch keine Nachfrage nach Nachhaltigkeits-Labels seitens der Gastronomie

Labels: MSC, FOS, Bio-Suisse, Naturland (wichtig für Detailhandel)

Keine Angaben zu Trends, Verkaufsmengen und Umsatz.

Dörig & Brandl AG



Sortiment: Rund 70 Sorten, exkl. Krustentiere/Mollusken; 20 Süsswasser und 50 Meerwasser

Verhältnis Süss-/Salzwasser: 40/60 %

Trends: Zuchtfisch wird verstärkt nachgefragt; Angelfisch ebenfalls

Best Product: Zuchtlachs; aber auch Angelfischspezialitäten wie *Bar de Ligne*, *Loup de Mer* aus der Bretagne

Herkunft: Europäische Exportländer; aber auch Neuseeland und Thunfisch von den Philippinen

Fangmethoden: Wildfang; keine Hochseefischerei mit Riesenschleppnetzen, gemäss EU-Normen

Kundenbedürfnis: Herkunft, Qualität, Visualität, Fachkompetenz

Verkaufsmenge: 1000 Tonnen/Jahr: 35 % Fischfilet, 25 % ganzer Fisch, 25 % TK, Rest übriges

Labels: MSC, Friend of the Sea; Mitglied der WWF Seafood Group

Jahresumsatz: k.A.

Spezielles: Wir machen nur Fisch! Wir importieren selber und direkt, kennen unsere Lieferanten persönlich.

Geschäftsführung: René Dörig, Eduard Brandl, Andreas Altdorfer (designierter Nachfolger von Dörig)

G. Bianchi AG



Nur nichts nach frisch

Sortiment: 150 Sorten Frischfisch

Süss-/Salzwasser: 25 % Süsswasserfisch, 75 % Salzwasserfisch

Trends: Saisonal; Fisch für japanische Küche zurzeit verstärkt nachgefragt

Best Product: Frischfisch aus bretonischem Angelfang

Herkunft: Weltweit; Frischfisch v.a. Bretagne; TK-Fisch v.a. Vietnam

Schweiz: kaufen alle Angebote aus Schweizer Seen auf.

Fangmethoden: «Petit Bateaux» = Fischkutter, max. Länge: 12 Meter; vorwiegend Angelfang; wenig Netzfang

Spezielles: Tochterfirma «Golden Fish» in Vietnam, zuständig für Organisation und Qualitätskontrolle vor Ort

Kundenbedürfnis: Qualität, Grösse, Verarbeitung

Labels: Bianchi Wealth Standard, Friend of Sea, MSC, Label Rouge, Global G.A.P., Bio, Freedom Food, Dolphin Safe; Mitglied der WWF-Seafood-Gruppe

Verkaufsmenge: 350 Tonnen/Monat

Jahresumsatz: k.A.

Bemerkung: Bianchi finanziert junge Verarbeitungsbetriebe im Voraus und kauft Kontingente aus Seen im Ausland, um Nachfrage nach Frischfisch zu sichern.

Bell Schweiz AG – Bell Seafood



Sortiment: Vollständiges Sortiment an Süss-/Meerwasserfisch, Schalen- und Krustentieren

Verhältnis Süss-/Salzwasser: Ausgeglichen

Trends: Saisonale Schwerpunkte setzen, z.B. edle Produkte wie Seezunge und Steinbutte bei Festtagen oder marinierte Artikel für die Grillsaison

Best Product: Lachs, Dorsch (MSC), Bio-Crevetten

Herkunft: Weltweit; grosser Teil aus Europa

Fangmethoden: Je nach Art und Herkunft unterschiedlich

Kundenbedürfnis: Nachhaltigkeit verstärkt nachgefragt; gleichmässig Qualität und Kalibrierung; klare Herkunftsdeklaration und gutes Preis-Leistungsverhältnis

Verkaufsmenge: Rund 5000 Tonnen pro Jahr in den Absatzkanälen Detailhandel, Gastronomie und Industrie

Labels: MSC, Bio, Global G.A.P.; in Zukunft auch ASC

Spezielles: Bell Seafood ist seit 2008 Mitglied der WWF Seafood Group

Jahresumsatz: CHF 115 Millionen (2011)

TopCC AG



Sortiment: Rund 30 Sorten Frischfisch; exkl. Krusten-/Schalentiere

Spezielles: Erst seit Kurzem Frischfisch im Angebot; Kunden können auch Artikel bestellen, die nicht im Sortiment sind

Verhältnis Süss-/Salzwasser: tendenziell 60 % Süsswasserfisch (mit Lachs, Forelle, Pangasius, Egli, Felchen, Zander), 40 % Salzwasserfisch (Dorsch/Kabeljau, Goldbutt, Gelbflossen-Thunfisch, Echte Rotzunge, Seezunge, Seeteufel)

Trends: Noch keine Angaben möglich

Best Product: Unternehmensweit: Warengruppe Fleisch

Herkunft: Süsswasserfische mehrheitlich aus Aquakulturen; saisonal auch aus Schweizer Gewässern; Salzwasserfisch grösstenteils aus Wildfang, vorwiegend aus dem Nordostatlantik

Fangmethoden: Je nach Fischart

Kundenbedürfnis: Frische, Qualität, Preis-Leistung

Verkaufsmenge: Noch keine Angabe möglich

Labels: MSC; viele kleine Fischereien können sich MSC jedoch nicht leisten, daher Augenmerk auf nachhaltig betriebene Fischereien

Jahresumsatz: TopCC gesamt: CHF 297 Millionen (2011)

Filialen: Im Oktober 2012 eröffnet die 11. TopCC-Filiale in Kriens LU

