



## 4. HAMBURGER FISCH-FORUM

Welche Fische handeln wir morgen?

# Bio, MSC und Exoten aus der Farm

Die Liste jener Fische, vor deren Kauf Umweltorganisationen wie Greenpeace aus Gründen der Nachhaltigkeit warnen, wird jedes Jahr länger. Im Mittelpunkt des 4. Hamburger Fisch-Forums, zu dem FischMagazin und die Kundenzeitschrift Fisch & Tipps eingeladen hatten, stand deshalb die Frage: Wie sieht das Sortiment 2010 aus? Referate und Diskussion drehten sich um neue Exoten, Bio-Fischprodukte und die aktuelle Verfügbarkeit von MSC-Ware.

Zwei Dutzend geladene Gäste waren zum 4. Hamburger Fisch-Forum erschienen, zu dem FischMagazin und die Kundenzeitschrift Fisch & Tipps in den Harvestehuder Anglo-German Club geladen

hatten. Das Thema der Veranstaltung war motiviert durch den zunehmenden Wandel, dem das Sortiment des Fischhandels unterliegt. Nicht zuletzt durch den Druck internationaler Umweltorganisationen listen immer mehr

europäische Handelsfilialisten und Großhändler jene Fische aus, deren Bestandssituation als bedenklich gilt. Die Frage liegt auf der Hand: Welche Fische handeln wir morgen? Wie sieht das Sortiment 2010 aus? Drei Referenten



**Andreas Lippmann hat in den vergangenen sieben Jahren das Bio-Fischsegment von Deutsche See aufgebaut: „Nachhaltigkeit und Ökobilanz werden das Wahlkampfthema der Zukunft sein.“**



**Philip Pristovsek (Sultan Trade) stellte fünf Fischarten mit Zukunftsperspektive vor: Tilapia, Meerbrasse, Red Drum, Barramundi und den Offiziersbarsch/Cobia.**



**Michael Schmid (MSC Deutschland): „Inzwischen tragen weltweit 950 Produkte in 28 Ländern das MSC-Logo. In Deutschland waren es im September 102. Damit belegen wir international den 4. Platz.“**

**Im Mittelpunkt des 4. Hamburger Fisch-Forums stand die Frage: Wie sieht das Sortiment 2010 aus?**

gaben einen Überblick über Produktgruppen, deren Sortimentsbedeutung in den kommenden Jahren wachsen wird: exotische Fischarten, Fisch und Seafood aus biologisch-organischer Erzeugung sowie Wildfang aus nachhaltig befischten Beständen, insbesondere MSC-Ware.

**Voraussetzung: weißfleischig, grätenarm, geschmacksneutral**

Sultan Trade (Berlin) importiert mehr als 80 Fischarten aus allen Erdteilen. Inhaber und Geschäftsführer Philip Pristovsek präsentierte Vorschläge auf die Frage, welche Exoten in den kommenden Jahren auf dem deutschen Markt Erfolg versprechen: Was kommt nach Pangasius? Der Fisch 2010 müsse farmbar sein, um eine ausreichende Versorgung aus organischer und nachhaltiger Produktion sicherstellen zu können. Auf seinen regelmäßigen Reisen nach Indien und Südostasien habe er beobachtet, dass der Trend zur Zucht in Seegehegen (sea cages) gehe, die die Käfige in Flüssen und die Farmgehege ablösen, sagte Pristovsek. Die Zukunftskandidaten selbst müssten folgende Eigenschaften besitzen: weiß-

fleischiges Filet, wenige große Gräten und geschmackliche Neutralität. Größere Fische und damit größere Filets führen zu weniger Abfall. „Mit Sicherheit werden sie aus dem asiatisch-pazifischen Raum kommen“, prognostizierte Pristovsek., und zwar in großem Maßstab. Denn das wärmere Wasser ermögliche schnelleres Wachstum und damit schnellere Produktion. Aber: „Viele Exoten scheiden als Korallenbewohner für die Zucht aus.“

Sultan Trade-Sortiment schon heute zum drittstärksten Artikel aufgeschwungen. Die Zucht seiner Farmvariante ist in Griechenland und der Türkei gut ausgebaut, die Produktionskosten im Mittelmeerraum seien allerdings relativ hoch. Da die Filets klein sind, wird in erster Linie der ganze Fisch gehandelt.

Ein attraktiver Newcomer ist auch der in Afrika und Asien gefarmte Red Drum (*Sciaenops ocellatus*, Filets von 100-200g, 200-300g)

Großes Potential sieht Philip Pristovsek auch beim Offiziersbarsch/Cobia (*Rachycentron canadum*). Der sehr schnellwüchsige Fisch lege in der Zucht jährlich zwei bis vier Kilogramm zu und sei deshalb in der Produktion preiswert. Angeboten werden Loins von 1.000 bis 2.000g, er ist aber mit seinem festen weißen Fleisch auch für Steaks gut geeignet. Filets lassen sich von der Mittelgröße weg wie beim Thunfisch entfernen. Voraussetzung für den Erfolg eines neuen Zuchtfischs, so das Fazit

der 25 kg-Box noch vor einigen Jahren auf heute 10 kg-Kisten, zum Teil 5 kg-Kisten reduziert sei. Der spontane Vorschlag zu einem konkreten Import-Projekt wurde verhalten aufgenommen. Das Problem: ein Produkt „stirbt“ schnell wieder, wenn es nicht in kontinuierlicher Menge geliefert werden kann. Alexander Wever rechnete vor, dass die Metro für ihre 57 Outlets bei einer Lieferung von nur 10 kg zweimal wöchentlich schon 1.140 kg benötige – „zuviel für manches Experiment“.



Das Thema der Veranstaltung war motiviert durch den zunehmenden Wandel, dem das Sortiment des Fischhandels unterliegt. Nicht zuletzt durch den Druck internationaler Umweltorganisationen listen immer mehr europäische Handelsfilialisten und Großhändler jene Fische aus, deren Bestandssituation als bedenklich gilt.

### Fünf Fischarten mit Perspektive

Fünf Fischarten mit Zukunftsperspektive wählte der Berliner Importeur: Tilapia, Meerbrassen, Red Drum, Barramundi und den Offiziersbarsch. Der Tilapia (*Oreochromis* spp., *Tilapia* spp.) aus Aquakultur (Filets von 100-140g und 140-200g) wird schon heute im Handel gerne als Alternative zum Viktoriaseebarsch angeboten, weil der Filetpreis attraktiv niedrig ist. Sein Image leide allerdings unter gelegentlich vorkommender Behandlung mit Kohlenmonoxid zur Farbstabilisierung.

Meerbrassen (Filets 80-100g, 100-120g) aus Wildfang haben sich im

mit seinem sehr festen, weißen Fleisch, großen Filets und streichholzdünnen und deshalb leicht zu entfernenden Gräten. Der bis zu vier Kilogramm schwere Fisch werde allerdings vor allem ganz importiert, was die Filets verteuere.

Stark zugenommen hat das Interesse am Barramundi (*Lates calcarifer*), der weltweit gefarmt wird (etwa in Australien, Thailand und Vietnam) und in der Filetqualität (120-180, 180-220g, 220g+) dem Tilapia ähnele. Das wohlschmeckende Fleisch ist zart, fest und weiß. Als Brackwasserfisch könne er sowohl in Teichen als auch in Seegehegen produziert werden.

des Importeurs, war bisher, dass die drei global führenden Seafood-Märkte USA/Nordamerika, Japan und Europa allesamt Interesse an einem Produkt hatten – nur dann war lukrative Massenproduktion möglich. Inzwischen sei jedoch durch den Einsatz von Seekäfigen auch Produktion in kleinerem Maßstab denkbar, seien große Monokulturen nicht mehr erforderlich. Damit eröffnen sich auch für kleinere Märkte interessante Perspektiven.

Der Referent bedauerte abschließend, dass in der alltäglichen Praxis die Bereitschaft unter den Handelskunden, Experimente zu wagen, gering sei. Und das, obwohl die Gebindegröße von

### Bio – „das Wahlkampfthema der Zukunft“

Andreas Lippmann hat in den vergangenen sieben Jahren das Bio-Fischsegment von Deutsche See aufgebaut. „Nachhaltigkeit und Ökobilanz werden das Wahlkampfthema der Zukunft sein“, prophezeit er zu Beginn seines durchaus polarisierenden Vortrags. Erst Mitte der 90er Jahre wurden die ersten Zuchtfische von der britischen Soil-Association und von Naturland nach Bio-Richtlinien zertifiziert. Inzwischen ist Deutsche See, hierzulande führender Anbieter im Segment Bio-Fisch, schon so weit, dass der Bio-Anteil bei dem Fischgroßhandel Ende kom- ▶



menden Jahres zehn Prozent beitragen soll. Ein EU-offizielles Bio-Siegel für Fischprodukte existiert bis heute nicht, sondern kann erst nach geplantem Inkrafttreten der ‚Richtlinien für eine ökologische Aquakultur‘ im Jahre 2009 eingeführt werden. Deutsche See hat deshalb beispielsweise eigenständig entschieden, den Lufttransport von Bio-Ware grundsätzlich nicht zuzulassen. „Unsere tiefgekühlte Bio-Ware ist spätestens vier Stunden nach der Ernte gefrostet – der Verbrau-

Käufer, in der Schweiz werden sogar 6,99 € verlangt. Jüngster Neuzugang in der Biofisch-Rangliste ist seit Anfang Oktober Bio-Kabeljau, der fünfmal wöchentlich frisch abgefischt werde. Der Großhändler arbeitet derzeit mit 14 Bio-Fischproduzenten zusammen. Lippmann: „Erst wenn wir bei einem Produzenten das Produktionslimit erreichen, suchen wir neue Erzeuger.“ Köche der Spitzengastronomie kauften die Bio-Ware, weil „die Produkte überzeugend besser“ seien. Der

Tokio, Den Haag) 30 feste Mitarbeiter und sechs permanente Berater – und stellt weiter ein. Der MSC finanziere seinen jährlichen Etat von vier Millionen Euro nur zu fünf Prozent über Logo-Nutzungsgebühren. Die Kosten für die von spezialisierten Dienstleistern durchgeführten Zertifizierungen bewegten sich zwischen 50.000 € und 250.000 € und dauerten maximal bis zu vier Jahre. In Deutschland befindet sich derzeit die Seelachs-Fischerei der Cuxhavener Kutterfisch-

und der Schweiz belegen wir damit den 4. Platz. Fast alle Handelsketten führen zumindest einige MSC-Produkte, sagte Schmid. Der Fischgroßhandel Deutsche See sei übrigens mit derzeit 35 MSC-Produkten führend. Metro Cash & Carry hatte als erster deutscher C&C-Markt das Zertifikat erhalten. Während der Fischfachhandel in Deutschland nur zögerlich das Thema MSC aufgreift, sind im Nachbarland Holland schon die ersten Fischfachhandelstheken zertifiziert.



Zwei Dutzend geladene Gäste waren zum 4. Hamburger Fisch-Forum erschienen, zu dem FischMagazin und die Kundenzeitschrift Fisch & Tipps in den Harvestehuder Anglo-German Club geladen hatten.

### „Handel muss Zertifizierungen vorantreiben“

Alexander Wever (Metro) betonte, dass der Handel die Zertifizierungen vorantreiben müsse: „Wir als Großabnehmer können uns gut bemerkbar machen, der Verbraucher nicht.“ Rolf Schekerka (Handelsagentur Schekerka) befürchtete eine Abwertung des MSC-Logos durch dessen Präsenz auch im diskontierenden LEH: „Als Fachhändler mache ich mich mit einem Logo unglaublich unwürdig, das schon bei Lidl liegt“. Warum solle der Verbraucher MSC-Produkte im Fachhandel kaufen, wenn es sie im Diskont preiswerter gebe?

Analog zu der seit Jahren geführten Diskussion um den Bio-Fisch stelle sich auch im Hinblick auf MSC-Ware die Frage: „Welchen Stellenwert hat jener Fisch, der das Label nicht trägt?“ Jürgen Pauly (Globus), der 2006 ein Jahr lang als deutscher MSC-Consultant tätig war, wies allerdings darauf hin, dass das blaue Logo nur bei vier Prozent der Konsumenten überhaupt bekannt sei und von diesen wiederum nur eine Minderheit das Siegel erklären könne. Ergo: „Wir brauchen neue Wege, um den Verbraucher aufzuklären.“ *bm*

cher akzeptiert die Frostung“, sagt Lippmann.

### Bio-Fischstäbchen für 5,99 €/300g

Vor vier Jahren kam der erste Bio-Lachs – nach den Soil-Richtlinien produziert – auf den deutschen Markt, in 2005 wurde erstmals Bio-Pangasius in Deutschland vermarktet. Inzwischen führt Deutsche See nicht nur ein gutes Dutzend Bio-Fische, sondern darf auch 16 Feinkostsalate als Bio-Ware ausweisen. Die Bio-Fischstäbchen von Deutsche See – auf der Basis von Pangasius – finden im deutschen Handel trotz eines stattlichen Preises von 5,99 € für die 300g-Packung ihre

Ausbau des Bio-Sortiments im LEH sei stark vom Kunden getrieben. Insbesondere jene Verbraucher, die bisher schon biologisch erzeugte Fleischprodukte gekauft hätten, griffen jetzt auch zum organischen Fisch. Dennoch, meint Andreas Lippmann, sei „sehr viel Kommunikation“ erforderlich.

### Vier Millionen Tonnen Fisch mit MSC-Logo

Einen Überblick über den aktuellen Stand des MSC-Programms lieferte Michael Schmid, deutscher Consultant der Organisation. Der Marine Stewardship Council beschäftigt inzwischen weltweit in seinen vier Niederlassungen (London, Seattle,

Zentrale mit fünf Fangschiffen in der Zertifizierung. Voraussichtlich um die Jahreswende werde das Verfahren abgeschlossen sein. Die 23 Fischereien weltweit, die bereits das MSC-Logo führen dürfen, stehen für vier Millionen Tonnen oder 7% des global für den menschlichen Verzehr gefangenen Fishs.

### In Deutschland 102 MSC-Produkte

Inzwischen tragen weltweit 950 Produkte in 28 Ländern das blaue Siegel für nachhaltige Fischerei (Stand: September 2007). In Deutschland waren es im August 82 Produkte, im September 102. Nach den USA, Großbritannien