



Fischhändler Paolo Bianchi: «Wir würden wirklich gerne mehr Schweizer Fisch kaufen.»

Alex Spichale/Aargauer Zeitung

FISCH ESSEN MIT GEWISSEN

«Warum sollte der Fisch nicht mitfliegen?»

Fisch ist gesund und wird immer beliebter – Fischhändler Paolo Bianchi über Fangmethoden, Zuchtfarmen und den WWF.

Herr Bianchi, welchen Fisch essen Sie am Karfreitag?
Paolo Bianchi: Am Karfreitag? Das weiss ich noch nicht. Ich lasse mich inspirieren.

Vielleicht einen, den Sie besonders gut mögen?
Ich habe die ganze Palette gerne, jeder Fisch hat seinen eigenen Charakter. So mag ich zum Beispiel auch Rouget barbet, der vielen zu speziell ist. Wenn ich Favoriten nennen muss, dann sind das Loup de mer und Turbot. Beide haben eine schöne Struktur und sind fest im Biss.

Im Moment ist Ökologie in aller Munde. Sind für Sie auch Umweltaspekte ein Kriterium, welcher Fisch bei Ihnen auf dem Teller landet?
Für mich sicher ein Highlight ist, wenn ein Fisch von einem kleinen Boot kommt, das innerhalb von 24 Stunden wieder zurück im Hafen ist. Diese Fische merkt man dem Endprodukt auf dem Teller an.

Auf Ihrer Homepage ist zwar das Sortiment aufgeführt, es gibt aber keine Information darüber, wie und wo die Fische gefangen werden.

Das wird jetzt gerade überarbeitet. In zwei oder drei Wochen werden wir eine neue Version aufschalten, die Herkunftsbezeichnungen enthält.

Daraus schliesse ich, dass sich auch Ihre Kunden – Kantinen, Restaurants und Metzger – mehr Transparenz wünschen.
Ja, ganz klar. Auf unseren Liefererscheinungen haben wir sogar die Fangzonen vermerkt.

Der WWF gibt Empfehlungen ab, welche Fische man nicht mehr essen sollte. Kaufen Ihre Kunden heute bewusster ein?
Mensabetriebe und Personalrestaurant nehmen diese Empfehlungen in der Regel sehr ernst.

So führen wir zum Beispiel diverse Sorten mit dem MSC-Label (siehe Kasten, Anm. der Redaktion). In der Gastronomie liegt der Fall anders: Dort ist das Bewusstsein noch nicht so gross.

Wie viel Prozent Ihres Umsatzes machen Sie mit Labelfisch?
Rund 5 Prozent.

Auch Sie könnten Verantwortung übernehmen und gewisse Arten, die der WWF auf die Rote Liste gesetzt hat, aus dem Sortiment streichen – wie zum Beispiel Rochen oder Schwertfisch.
Es gibt regionale Gebiete, in denen auch der WWF den Fang von Rochen und Schwertfischen erlaubt. Ansonsten halten wir uns an den Artenschutz.

Der WWF kritisiert, dass die gesetzlichen Regelungen die Fischbestände ungenügend schützen. Was die Hochseefischerei betrifft, gebe ich dem WWF zu 100 Prozent Recht. Da wird mit modernster Technik, riesigen Schiffen und in enormen Mengen gefischt. Dabei wird unnötiger Beifang aus dem Meer geholt und damit das Ökosystem gestört. Und das führt tatsächlich zu gefährdeten Beständen. Unsere Produkte stammen jedoch ausschliesslich von der Küstentischerei. Das ist eine Fischerei, wie man sie eigentlich schon immer betrieben hat.

Eine akut gefährdete Sorte ist der Rote Thun, dessen Bestände im Mittelmeer zwar geschützt

sind, der aber oft illegal gefischt wird.
Wir haben bloss Gelbflossen-Thun von den Philippinen im Sortiment. Und solange der Fang dort geregelt ist und es sich um Angelfang handelt, sehe ich keine Probleme.

Illegal gefischter Fisch wird ja nicht als solcher verkauft. Wie können Sie sich sicher sein, dass die Herkunftsbezeichnungen auf den Papieren auch echt sind?
Wir kennen alle unsere Lieferanten persönlich und betrachten sie als Partner. An manchen Orten haben wir auch geholfen, Fischzuchten aufzubauen. Bis ins Jahr 2015 werden bis zu 70 Prozent des Fisches aus Aquakulturen stammen. Wir achten zudem darauf, dass unser Zucht-

fisch aus geschlossenen Kulturen kommt – und so das Meer weniger belastet.

Viele Zuchtfische sind Raubfische, die wiederum mit Fisch gefüttert werden müssen.
Man macht grosse Fortschritte. In Zukunft werden mehr Arten gezüchtet werden können – und auch beim Futter werden Alternativen gesucht.

Wie steht es mit Antibiotika und Rückständen von anderen Medikamenten?
Hier gibt es sehr strenge EU-Bestimmungen. Und ausserdem führen wir selbst auch immer wieder Stichproben durch.

Am Fisch wird auch kritisiert, dass er oft mit dem Flugzeug transportiert wird.
Da habe ich eine ganz klare Meinung: Wir fliegen, und warum sollte der Fisch da nicht mitfliegen?

Eine bessere CO₂-Bilanz hätte Fisch aus der Schweiz.
Sicher. Das Problem ist nur, dass es davon zu wenig gibt. Hier besteht ganz klar Handlungsbedarf. Unsere Seen sind zu sauber. Und die Fischer und Zuchtbetriebe werden zu wenig gefördert. Wir würden wirklich gerne mehr Schweizer Fisch kaufen.

In den letzten Jahren wurde Fisch immer beliebter. Inzwischen verzehrt jeder Schweizer über 8 Kilogramm pro Jahr. Wie sehen Sie die Zukunft?
Der Konsum wird weiter steigen. Durch das viele Reisen sind wir dem Fisch heute viel näher. Und als gesundes, fettarmes Lebensmittel entspricht er dem Trend.

Gibt es Sorten, die sich in der Zukunft besonders gut verkaufen werden?
Derzeit sind jene aus der japanischen Küche beliebt – wie etwa eben der Thun. Aber bereits gibt es Anzeichen für eine Abkehr von der Exotik. Das Angebot steuert die Nachfrage, denn wird der Fisch seltener, wird er auch teurer – was die Nachfrage wiederum sinken lässt.

Das heisst, der Markt regelt alles, und es bräuchte eigentlich gar keinen Artenschutz?
Der Markt regelt vieles, aber nicht alles. Es braucht Gesetze – und wir befürworten übrigens auch den WWF. Er ist ein Gradmesser für uns.

INTERVIEW:
ANDREA FREIERMUTH

espace.ch / fisch

Der WWF-Fischführer zum Herunterladen

KRITISCHER KONSUM

Listen und Labels

WWF-Einkaufsführer: Die Umweltschutzorganisation WWF führt seit mehreren Jahren eine Liste, welche die Fische in fünf Kategorien unterteilt – von «sehr empfehlenswert» bis «nicht empfehlenswert». Bei Wildfang wird auf schonende Methoden Wert gelegt. Bei der Zucht werden Futter, Tierhaltung und Beeinträchtigung für das Ökosystem beurteilt, **www.wwf.ch.**
MSC-Label: Der Marine Stewardship Council fördert die

umweltverträgliche Fischerei und führt Zertifizierungen durch. Das Label existiert bereits seit 1997, **www.msc.org.**
Bioforellen: Eine gute Adresse für Schweizer Bioforellen ist der Blausee zwischen Frutigen und Kandersteg, **www.blausee.ch.**
Goût-Mieux: Die rund 70 Restaurants mit dem Goût-Mieux-Label achten auch beim Fisch auf einheimische und biologische Produkte, **www.gout-mieux.ch.** **fan**

CINZANO Weltbekannte Werbung für Wermut

Cinzano ist die älteste Wermutmarke der Welt – und eine der bekanntesten. Auch dank Plakaten.



Eines der bekanntesten: Plakat von 1949.

«Cin Cin» ist das italienische Pendant unseres «Prost». 1972 nahm Cinzano diesen «Steilpass» dankend auf und sorgte mit «Cin Cin ... Cinzano» für einen Slogan, der jahrelang in aller Ohren bleiben sollte – und dem Wermuthersteller volle Kassen bescherte.

Werbung kann nicht alles, aber vieles. Dies weiss Cinzano nicht erst seit «Cin Cin ... Cinzano»: Die älteste Wermutmarke der Welt hat die Bedeutung der Kommunikation für den wirtschaftlichen Erfolg eines Produktes schon viel früher als viele andere erkannt. Aufsehen erregte etwa 1911 der Einsatz eines Flugzeugs, das über Mailand Tausende von «Cinzano Ver-



Eines der frühesten: Plakat von 1885.

mouth»-Karten abwarf. Berühmtheit erlangten über Jahrzehnte hinweg auch die Werbetafeln, für die namhafte Künstler und Illustratoren gewonnen werden konnten. Zum 250-Jahr-Jubiläum hat jetzt die Campari Group, zu der die Marke heute gehört, die bekanntesten Plakate im Postkartenformat herausgegeben. Vertrieben werden sie über «Cards For Free», die in diversen Bars und Restaurants erhältlich sind. **wü/MGT**
• **www.campari.com**

ZUR PERSON Grösster Fischhändler

Paolo Bianchi führt gemeinsam mit seinem Bruder Giulio das Importgeschäft Bianchi AG. Als grösster nationaler Fischhändler beliefert das Familienunternehmen Restaurants, Spitäler und Metzgereien. Den letztjährigen Gesamtumsatz von 150 Millionen Franken erwirtschaftete die Bianchi AG zu rund 40 Prozent aus dem Verkauf von Fisch und Meeresfrüchten. **fan**