

FISCHE

Die Sushi-Falle

Die weltweite Sushi-Mode und industrielle Fangmethoden haben dafür gesorgt, dass der Rote Thunfisch heute fast ausgerottet ist. Nach jahrelangen Warnungen der Umweltschützer handelt die EU jetzt. Möglicherweise zu spät. *Von Thomas Hüetlin*

Die Kellner im Nachtclub „Rascasse“ sammeln die letzten Gläser ein, als André Rinaldi die Leinen seines Fischerboots löst und den Weg hinaus aufs Meer sucht. Rinaldi steuert seinen kleinen blauen Kahn an Yachten vorbei, die sich vor ihm auftürmen wie schimmernde Paläste. Kurz nach Sonnenaufgang, meist gegen fünf Uhr, ist Rinaldi im Hafen von Monte Carlo allein unterwegs.

Vor 30 Jahren gab es noch ein gutes Dutzend Fischer, jetzt ist der 66-Jährige der letzte, der seine Köder auswirft. Wie für viele Mittelmeerfischer war für Rinaldi früher der Thunfischfang der Höhepunkt des Jahres. Von Mai bis Juni zogen

Rinaldi kennt diese Zahlen nicht, aber er weiß, was er aus dem Meer holt. In den letzten Jahren fing Rinaldi, der nach alter Tradition mit Haken und Köder arbeitet, nicht einen Thunfisch. „Und dieses Jahr“, sagt Rinaldi, „geh ich auch nicht mehr auf Thunfischjagd.“

Das würde Fürst Albert II., der Herrscher von Monaco, auch nicht gern sehen. Alarmiert von den Zahlen, hatte Fürst Albert bei der letzten Artenschutzkonferenz in Katar den Antrag gestellt, die Spezies ebenso kompromisslos zu schützen wie den Pandabären und den internationalen Handel mit dem Roten Thunfisch strikt zu verbieten.



FOTOS: MAURICE WEISS / DER SPIEGEL

Fischerfamilie Rinaldi in den fünfziger Jahren, Fischer Rinaldi, Sohn vor Monaco: „Wir sind die Müllmänner des Meeres“, sagen die Fischer, die

große Schwärme vom Atlantik ins Mittelmeer, wo die Thunfische in Gebieten mit besonders klarem Wasser laichten. Nach Monaten der Kargheit und der Entbehrung bescherten die Thunfischschwärme das kurze Gefühl von Reichtum.

In den vergangenen Jahren aber ist die Zahl der Fische dramatisch zurückgegangen. „Etwa 85 Prozent des Bestands sind ausgelöscht“, sagt Sergi Tudela, Direktor des WWF für Fischereifragen. „Wenn die Quoten nicht weiter gesenkt werden, könnte die Art bis 2012 so dezimiert sein, dass sie sich nie mehr erholt.“

Der Antrag scheiterte vor allem am Hauptkonsumenten des Sushi-Rohstoffs: Japan. Trotzdem geht Monaco nun mit gutem Beispiel voran. In monegassischen Restaurants und Supermärkten ist Roter Thunfisch aus dem Angebot gestrichen.

Rinaldi sitzt im Dunst seines Dieselmotors. Hinter ihm auf dunklen, hohen Felsen thront der Palast. Rinaldi sagt, er halte viel von seinem Fürsten. Auch deshalb legt er in dieser Saison vor allem Netze in der Bucht von Monaco aus, nicht weiter draußen, wo sich möglicherweise ein Thunfisch hineinverirren könnte. An

diesem Morgen waren die Netze 48 Stunden im Wasser. Zeit, den Fang einzuholen.

„Es ist ein Teufelskreis“, sagt Rinaldi. „Die Europäische Union hat über Jahrzehnte die Fischer subventioniert, damit sie sich größere Boote anschaffen. Vor allem Thunfischboote. Mehr Leute mussten darauf arbeiten, es kostete mehr Geld, mehr Fisch musste gefangen werden. Und jetzt ist keiner mehr da.“

Rinaldi dreht über eine Winde seine Netze ins Boot. Zusammen sind die Netze 1200 Meter lang. Aus den roten Ma-



sich früher als „Gärtner des Meeres“ verstanden haben

schen purzeln Steine, ein schwarz-gelber Gartenschlauch, ein roter Spielzeugpropeller, eine Burger-King-Verpackung, eine blaue Flasche und fünf kleine Fische.

„Wir sind nicht die Gärtner, wir sind die Müllmänner des Meeres“, murmelt Rinaldi. Als er drei Stunden später sein Boot wieder im Hafen festmacht, steht die Sonne hoch über den Yachten der Reichen. Rinaldi bringt seinen Fang in einer Kehrschaufel an Land.

Der spanische Hafen L'Ametlla de Mar liegt 600 Kilometer südwestlich von Monte Carlo. Trotz eines Hotelklotzes am Strand

ist Fischfang die Haupteinnahmequelle des Ortes geblieben. Der größte Arbeitgeber ist die Balfegó-Gruppe, ein Unternehmen, das moderne Thunfischerei betreibt. 400 Menschen sind hier beschäftigt.

Manuel Balfegó steht auf der Brücke seines Schiffes „Frau II“, getauft nach dem Wind, der manchmal von den kargen Bergen im Hinterland herunterbläst.

In Ametlla nennen sie Manuel Balfegó nur den „Admiral“. In knapp 30 Jahren hat er eines der größten Thunfischimperien des Mittelmeers aufgebaut. Er gilt als einer der Verantwortlichen dafür, dass

der Rote Thunfisch heute fast ausgerottet ist.

Balfegó beugt sich über einen der fünf Bildschirme auf der Brücke. Eine Landkarte der Balearen ist darauf zu sehen und eine Menge roter Linien, die sich vor der Insel Formentera zu einem Knäuel verdichten. Die Linien dokumentieren den Kurs des Schiffes in den vergangenen zwei Wochen. „Hier vor Formentera haben wir am meisten gefangen“, sagt Balfegó. Thunfische seien wie Frauen, sie suchten sich die beste Geburtsklinik. Besser als vor Formentera gehe es kaum. Das



Thunfischfabrik der Balfegó-Gruppe in Katalonien, monegassische Fürstenfamilie Grimaldi 1971: Mit neuen Methoden ganze Schwärme aus

Wasser sei glasklar, es gebe kaum andere Raubfische.

Manuel Balfegó trägt eine schwarze Schirmmütze von Adidas. Sein Schädel ist nach einer Chemotherapie kahl. Wegen seiner Krankheit ist der 47-Jährige zum ersten Mal in seiner Karriere nicht mit auf die Jagd gegangen. Er saß zu Hause am Bildschirm und dirigierte seine Flotte übers Meer.

Es sind elf Schiffe, die jetzt im Hafen von L'Ametlla liegen. Zwei gehören der Firma, zwei gehören spanischen Partnern, sieben kommen aus Frankreich. Alle arbeiten für Manuel Balfegó.

Der Mix ist das Ergebnis moderner europäischer Fischereipolitik im Zeitalter dramatisch schwindender Bestände. Nachdem die EU jahrelang größere Boote, wie das von Manuel Balfegó, subventioniert hatte, überwacht sie nun die deutlich abgesenkten Quoten ziemlich streng und brach die Fangsaison dieses Jahr vorzeitig ab.

Durften die Fischer der Europäischen Union im Jahr 2006 noch 32 000 Tonnen Thunfisch aus dem Meer ziehen, sind es in diesem Jahr nur noch 13 500 Tonnen. Umweltaktivisten sagen, dies sei immer noch zu viel. Um die Spezies zu retten, müsste die Quote mindestens runter auf 8000 Tonnen. Am besten sei es, den Tieren ein paar Jahre Schonzeit zu gewähren.

Um an der Spitze zu bleiben, kauft Balfegó in diesem Jahr die Quoten anderer

Schiffe zusätzlich ein. 1000 Tonnen Fisch heißt das Ziel der Firma in dieser Saison. Früher fuhr Manuel Balfegó zusammen mit seinem Cousin mehr als das auf zwei Booten ein. Jetzt muss er neun zusätzliche Schiffe mit neun zusätzlichen Mannschaften beschäftigen, um auf einen Teil des Fangs zu kommen.

Das Geschäft lohnt sich noch immer, da sich das Fleisch des Roten Thunfischs als Sushi zu einem globalisierten Massenprodukt entwickelt hat. Männer wie Balfegó haben den Markt über Jahrzehnte gefüttert. Sie haben mit neuen Methoden ganze Schwärme aus dem Meer gebagert. Das meiste ging nach Japan, wo 30 Euro oder mehr für ein Kilogramm Roten Thun bezahlt werden.

Es sind nur ein paar Schritte vom Hafen Monte Carlos zu dem lichten Altbau im zweiten Stock, wo André Rinaldi auf einem roten Ledersofa Siesta hält. Ihm gehört das Apartment, in dem er wohnt. Der Vater hat es ihm gekauft. Sein Beruf: Fischer. Im Regal liegt eine DVD des Fünfziger-Jahre-Klassikers „Don Camillo und Peppone“, daneben ein Fotoband über Monte Carlo mit einem Foto von Fürst Albert vorne drauf.

Die Widmung darunter lautet: „Lieber André, vielen Dank für all die schönen Augenblicke auf unserem geliebten Mittelmeer, herzlich Fürst Albert“.

Zwischen Weihnachten und Neujahr komme der Fürst gern auf sein Boot, er-

zählt Rinaldi. Man trinke Wein, esse Seeigel. Es ist Rinaldi wichtig, dass der Fürst weiß, dass er noch da ist.

Oben der Fürst, um ihn herum die Familie, draußen das Meer, das ist Rinaldis Welt. „Les Cinque Frères“ heißt sein Boot. Die fünf Brüder. Es ist eine Beschwörung, dass der Einzelne wenig ausrichten kann ohne seinen Clan.

Vier Generationen lang haben die Rinaldis im Fürstentum gefischt. Die einen kümmerten sich um das Boot, die anderen verkauften auf dem Markt. Es war ein lohnendes Geschäft. Männer in Unterhemden, Stolz und Zigarette im Gesicht, um sie herum oft zwei Dutzend Kisten voll Fisch.

Mitte der fünfziger Jahre gestaltete Fürst Rainier, Alberts Vater, Monte Carlo um. Er heiratete Grace Kelly, Monte Carlo wurde eine Kulissenlandschaft für Menschen mit Geld. Bevor sie ins Casino gingen, standen sie morgens auf einer Anhöhe über dem Hafen und schossen auf echte Tauben. Rinaldi und sein Vater sammelten die Tiere aus dem Hafenbecken, die Mutter rupfte, verkaufte.

Die Rinaldis waren in diesem Vergnügungspark fürs Handfeste zuständig. Außerdem waren sie Teil der Kulisse. In den sechziger Jahren wurde eine Postkarte in Monte Carlo verkauft. Sie zeigt einen dunkelhaarigen Mann, rotes T-Shirt, blaue Shorts, er ordnet im Hafen die Netze. Der Mann ist André Rinaldi.



dem Meer gebaggert, subventioniert mit Millionen der Europäischen Union

Wahrscheinlich waren schon damals zwei Dutzend Kisten Fisch pro Nacht Vergangenheit, die Verschmutzung der Küsten nahm zu, auch die Thunfische, deren Schwärme Rinaldi früher vom Ufer aus sehen konnte, zogen sich zurück. Sie schwammen jetzt weiter draußen.

Manchmal musste Rinaldi fast bis nach Korsika fahren, um sie zu finden. Fünf, sechs Tonnen Thun pro Jahr zog er heraus, sie machten die Hälfte seines Gesamtumsatzes aus.

„Damals hat man mich auch mit Subventionen geködert für den Fall, dass ich ein größeres Boot kaufe“, sagt Rinaldi. Er ließ es bleiben. Er wollte keinen Kutter mit viel Elektronik und einer großen Mannschaft, die man beherrschen muss. Er wollte das Meer nicht ausplündern. „Fischen mit diesen Mitteln“, sagt Rinaldi, „ist eine Industrie. Ein anderer Beruf.“

Als Fisch Nummer 25 815 geschlachtet wird, sitzt Manuel Balfegó zu Hause und frühstückt. Das Töten langweilt ihn, Isaac Hermo, sein Marketingchef, leitet die Operation auf der Fischfarm der Balfegó zwei Kilometer vor der Küste L'Ametllas.

Die Farm besteht zurzeit aus einem Netzkäfig, Durchmesser 120 Meter, 38 Meter tief. 2500 Fische befinden sich darin. Isaac blickt auf sein Nokia E72. Darauf leuchten die Fischpreise von Tsukiji, dem Fischmarkt von Tokio: 3000 Yen pro Kilogramm Roten Thun. „Die Preise sind mies, weil gerade Saison ist“, sagt Hermo. „Im

Herbst gibt es wahrscheinlich das Doppelte, kurz vor Weihnachten das Dreifache.“ Das sei der Vorteil einer Farm. Man töte, wenn die Preise oben sind, nicht unten.

Heute Morgen brauche er nur 18 Thunfische, sagt Hermo. Für Feinschmeckerrestaurants in Madrid, London, New York und Los Angeles.

Sechs Taucher gleiten ins Wasser, kurz darauf hievt ein Kran einen großen Thun ins Boot. Er hat ein kleines Loch im Kopf, von der Druckluftpumpen, Blut sprudelt aufs Deck. „Sie sind sofort tot“, sagt Hermo. Jede Form von Stress sei schlecht für die Fleischqualität.

Ihr müsst die Fische mit mehr Respekt behandeln, sagten die Japaner.

Ein Arbeiter trennt mit einer Kettensäge den Kopf ab. Fisch Nummer 25 815 ist 219 Zentimeter lang, er wiegt 203,04 Kilogramm. Der Fettgehalt beträgt 6,8 Prozent. „Zwischen 6 und 12 Prozent ist für den amerikanischen Markt optimal“, sagt Hermo. Das Ziel für Fisch Nummer 25 815 heißt „The Lighthouse“, ein Delikatessenhändler in Los Angeles.

Manuel Balfegó sitzt zu Hause, draußen vor Formentera ziehen Schlepperboote mit einer Geschwindigkeit von einem Knoten den Fang dieser Saison Richtung Farm. Er hat dann 960 Tonnen Thun

zusätzlich. Damit muss er bis zum nächsten Frühjahr auskommen, da Thunfisch sich in Gefangenschaft nicht vermehrt.

Manuel Balfegó wollte immer der Größte sein. Sein Vater hatte ihn auf ein katholisches Internat geschickt, aber mit 15 sagte der Junge in den Ferien: „Ich werde nicht Priester, sondern Fischer.“

Nach ein paar Monaten begann er von einer neuen Fangmethode zu sprechen, er nannte sie „Beutelfischen“. Mit einem Netz, hatte er gehört, könne man ganze Schwärme einkreisen, das Netz dann unten verschließen und so Fisch an Bord baggern, massenhaft. Beim ersten Versuch riss das Netz, der Ertrag waren zehn Fische.

Ein paar Jahre später fing er bereits so viel, dass der Fisch zu verderben drohte, weil er keine Abnehmer mehr fand. Er hatte 15 Tonnen gefangen an einem Tag im September. Die Kühlräume waren voll, der Fisch stapelte sich an Deck, die Sonne brannte. Als sie nach zwölf Stunden an Land gingen, gab es keinen Händler für solche Mengen. Balfegó war froh, dass am Ende eine Konservenfabrik 50 Cent pro Kilogramm bot.

André Rinaldi wäre in sich gegangen, Manuel Balfegó suchte einen neuen Händler, einen, der größer war, einen, der vor allem für ihn arbeitete.

Abends warteten die Tiefkühlaster am Hafen. „Das Einzige, was wir tun mussten, war abladen“, sagt Balfegó. Er nahm seinen jüngeren Cousin Pere Vicem mit ins Team auf. Es sind die achtziger Jahre. Die Balfegó waren fast zwölf Monate im Jahr auf Jagd. Sie fingen im Schnitt 400 Tonnen Thun pro Boot.

Anfang der neunziger Jahre kam die nächste Stufe des Goldrauschs. Sie kam in korrekt geschnittenen Anzügen und mit sehr höflichen Umgangsformen.

Erst waren es nur wenige Japaner, sie stiegen auf die Schiffe und suchten sich die schönsten Fische aus. Aber für die zahlten sie das Drei-, manchmal das Vierfache.

Ihr müsst die Fische mit mehr Respekt behandeln, sagten die Japaner. Ihr dürft sie nicht zerstören. Ihr müsst anders fischen. Bis dahin hatten sich die Tiere beim Zusammenziehen des Netzes gegenseitig zerquetscht. Die Japaner erzählten von Fischkäfigen, die gerade in Australien entwickelt würden. Manuel Balfegó hörte zu.

Die Aufrüstung ging weiter, die EU subventionierte. Größere Schiffe, mehr Kräne, mehr Elektronik, schließlich drei Flugzeuge, mit denen die Fischschwärme schon geortet wurden, wenn sie die Meerenge von Gibraltar passierten.

Die Balfegó zogen nun über tausend Tonnen Thun pro Jahr aus dem Mittelmeer. Die Großen kamen in den Käfig für den globalisierten Markt, die kleinen Jungtiere wurden zerquetscht, in den Kühlraum gesteckt und an die Europäer verschertelt.

Die Japaner trieben den Preis in neue Höhen. 90 Prozent des Fangs ging jetzt

an sie. Die Gewinne der Balfegó stiegen ins Siebenstellige. Trotzdem kippten sie die Jungtiere weiterhin in den Kühlraum. Sozusagen als Tuschengeld. Die Gier hatte die Balfegó reich gemacht. Jetzt ließ die Gier sie noch gieriger werden.

Über Monaco fallen die Schatten des Abends, nur vorn am Hafen halten sich noch ein paar Sonnenstrahlen. In den Arkaden, wo Rinaldi früher seine Netze lagerte, sind jetzt Restaurants untergebracht. Man bemüht sich, mondän zu wirken. Große blonde Frauen gehen auf hohen Schuhen umher und verteilen Mojitos.

Rinaldi steht in einem Container, den ihm der Fürst aufgestellt hat, und schippt mit einer Hand Anchovis auf eine Waage. Ein Mann mit einem Goldknopf-Blazer schaut ihm über die Schulter. Beide tuscheln. Sie wirken wie Männer bei einem Drogen-Deal.

Später, als der Mann mit dem Goldknopf-Blazer weg ist, erzählt Rinaldi, dass der Fisch, den er gerade verkauft hat, nicht aus Monte Carlo kommt, sondern aus Sète, einem Hafen hinter Marseille. Rinaldi hat ihn importiert.

Früher, sagt Rinaldi, habe man den Fisch, der in den Restaurants von Monte Carlo verzehrt wurde, zum größten Teil aus dem Meer vor den Casinos gezogen. Heute stamme fast alles von woanders. Aus dem Atlantik, wenn der Gast Glück hat. Wenn er weniger Glück hat aus Aquakulturen vom anderen Ende der Welt. „Das Meer schmeckt man nicht mehr“, sagt Rinaldi. „Warum tun die Köche in Monte Carlo sonst so viel Sauce an den Fisch?“

An einem Ort wie Monte Carlo reicht das, was das Meer hergibt, gerade noch aus, damit er sich die Rente aufbessern kann. Von den guten Zeiten seiner Väter und Großväter, als das Meer den Aufstieg eines Fischerclans ermöglichte, ist wenig geblieben – nur der Name des Bootes: „Die Fünf Brüder“.

Nächstes Jahr wird das Schiff 50 Jahre alt. Lange war der Wert stabil, nur jetzt gehe es schnell. „Die ganze Küste rauf und runter stehen solche Boote zum Verkauf“, sagt Rinaldi.

Er wird seines behalten, weil er nicht darauf angewiesen ist, damit Geld zu verdienen. Ohne sein Boot wäre er nur ein Rentner mehr in Monte Carlo, der im Café hockt und den Mädchen nachblickt.



Sushi-Rohstoff Roter Thun: 85 Prozent des Bestands ausgelöscht

Manuel Balfegó, der Spanier, sitzt an einem langen, ovalen Konferenztisch im ersten Stock seiner Thunfischfabrik. Die Stühle sind mit gelbem Leder überzogen, der Würfelzucker ist mit einem Logo ausgestattet. Durch die getönten Scheiben sieht man die Autobahn.

Balfegó wirkt lustlos. Es ist gerade einmal vier Jahre her, da war er elf Monate im Jahr auf Jagd, jetzt gestattet ihm die EU noch maximal einen Monat.

Eines der deutlichsten Zeichen, dass die Krise um den Thunfisch auch LAmetlla erreicht hat, ist Juan Serrano, der neue

Er will industriellen Fischfang mit Wohlfühlfaktor für die Kunden.

Generaldirektor des Balfegó-Imperiums. Serrano hat früher für Kartoffelchips, Leuchtmittel und Haushaltsreiniger um Marktanteile gekämpft, jetzt managt er Thunfischfleisch.

Serrano weiß um den schlechten Ruf seiner Branche. Er sagt: „Wir gelten als Dämonen.“ 90 Prozent seiner Arbeit bestehe darin, sich mit den Vorwürfen von Politikern und Umweltschützern herumzuschlagen, jenen Kräften, die die industrielle Thunfischerei der Balfegó am liebsten ganz verbieten würden.

Schon deshalb spielt Serrano gern den Oberumweltschützer. „Wir wollen“, sagt

er, „dass es auch in 100 Jahren noch Thunfisch gibt, weil wir davon leben.“

Deshalb statet Serrano die Firma mit mehr Transparenz aus, hält sich an die Quoten, nummeriert jeden Fisch, kontrolliert ihn vom Fang bis zum Schlachttag, so dass ein Kunde im „Lighthouse“ in Los Angeles weiß, dass es bei seinem Sushi mit rechten Dingen zugegangen ist. Serrano will industriellen Fischfang mit Wohlfühlfaktor für die Kunden.

Manuel Balfegó kennt die Argumente, aber es sieht nicht so aus, als würden sie ihn besonders interessieren. Es geht zu viel um Marketing, zu wenig um die Jagd, außerdem ist der „Admiral“ der Meinung, dass es schon längst wieder genug Thunfisch gibt. Er sagt es nicht im Konferenzsaal, aber er sagt es unten am Hafen, bei den Männern, die ihm nahestehen – den anderen Fischern.

Zum Teufel mit den Öko-Aktivisten, zum Teufel mit der Quote, die Thunfische vermehren sich schneller als Unkraut, ist da zu hören.

Einer, der Ende der neunziger Jahre sein Boot vor den Balearen mit Thunfisch so voll lud, dass es sank, ruft, dass sich die geschützten Bestände zur Plage entwickeln würden und dabei seien, die Sardinen auszurotten. „Es wird nicht mehr lange dauern“, sagt der Schiffsversenker, „da wachsen den Sardinen Beine, damit sie vor dem Thunfisch an Land flüchten können.“ Manuel Balfegó lacht laut.

Etwas weiter oben auf dem Boot steht der Vater des „Admirals“. Er ist 82 Jahre alt und holt die katalanische Fahne von der Brücke. Die Fahne ist ein wenig ausgefranst, der alte Mann sagt, er würde sie nach Hause bringen zu seiner Frau, dort würde die Fahne ausgebessert. „Ich bin sparsam“, sagt er. Man müsse haushalten mit dem, was man habe.

Dann erzählt er eine Geschichte. Sein Vater habe ihn, als er klein war, einmal mit aufs Meer genommen. Man saß im Boot, es war nicht viel im Netz.

„Wer ist schlauer, der Fisch oder der Mensch?“, fragte der Vater.

„Der Mensch“, sagte der Junge.

Der Vater gab ihm eine Ohrfeige. „Un-sinn“, sagte er, „der Fisch ist schlauer.“

„Warum?“, fragte der Sohn.

„Weil sonst das Meer leer wäre“, sagte der Vater.

Der 82-Jährige faltet die Fahne behutsam und geht. Er wirkt heiter. ♦