

Die große Schlacht um den letzten Fisch

Tsukiji, der Fischmarkt von Tokio, ist der größte der Welt. Kein Volk liebt die Nahrung aus dem Meer so sehr wie die Japaner – für das Ökosystem eine tödliche Leidenschaft

Text JANIS VOUGIOUKAS Fotos CHRIS STEELE-PERKINS

In der Thunfischhalle machen sich die Händler Notizen. Ein schönes Exemplar kann schon mal 100 000 Euro kosten. Die Schwanzflosse wird nach der Qualitätsprüfung abgehakt



Mit einem Spezialmesser zerlegt Fischhändler Mitsuhiko Fujisaki einen Thunfisch. Die Arbeit erfordert jahrzehntelange Erfahrung

Rechts: In der großen Halle des Fischmarkts werden die Kühlpakete für Sushi-Restaurants und Einzelhändler versandfertig gemacht



Ob die Fische ihre Gebete hören können? Auf dem Tsukiji, dem Fischmarkt von Tokio, glauben viele daran. In einer Seitenstraße gleich neben den Markthallen liegt ein alter Shinto-Schrein. Dort steht ein Denkmal für die Fische, ein dunkelbrauner Stein mit eingemeißelten Schriftzeichen. „Wir sind uns der zahlreichen Leben bewusst, die den Köchen in den Restaurants zum Opfer gefallen sind. Hier beten wir für die Seelen der Meeresbewohner“, steht da. Und obwohl auf dem Fischmarkt jeder Morgen in Hektik und Chaos beginnt, kommen viele Marktarbeiter und Händler vor Beginn ihrer Schicht hierher. Dann stehen sie stumm vor dem Stein und verbeugen sich – es ist ihre Art, die Fische um Entschuldigung zu bitten.

„Der Fischmarkt ist ein atmospärischer Ort“, sagt Mitsuhiko Fujisaki, einer der Thunfischhändler. Früher hat er die Traditionen und Rituale oft verflucht. Und doch hat Fujisaki es nie geschafft, sich ihnen zu widersetzen.

Die Nacht ist kalt, Nebelschwaden wehen dicht über den Asphalt. Es ist zwei Uhr am Morgen, als die ersten Packer und Großhändler zur Arbeit kommen. Sie tragen Gummistiefel und kämpfen mit Zigaretten gegen die Müdigkeit. Am Morgen zählt jede Minute. In drei Stunden beginnt die Thunfischauktion, und die Kühltransporter warten schon mit laufenden Motoren vor den Rolltoren der Lagerhallen.

Der Tsukiji erwacht. Gabelstapler rasen durch die Halle. Vorarbeiter rufen Kommandos. Die Luft riecht nach Diesel, Schweiß und Salzwasser – nur nicht nach Fisch. „Wir handeln hier nur mit bestem, frischem Fang, der stinkt nicht“, sagt Fujisaki.

Jedes Jahr werden auf dem Tsukiji-Fischmarkt mehr als 617.000 Tonnen Fisch verkauft. In kaum einem anderen Land der Welt wird so viel Fisch gegessen wie in Japan. Pro Kopf und Jahr mehr als 60 Kilo, dreimal so viel wie in Europa. Zehn Prozent der weltweit gefangenen Fische landen in

Japans Fischindustrie trotz Fangquoten und Umweltschützern – wenn es sein muss, auch mit Gewalt

japanischen Küchen. Für die Menschen hier sind Fische und Meeresfrüchte viel mehr als Lebensmittel – die Nahrung aus dem Meer ist Teil der japanischen Kultur. Doch wie lange noch?

Seit Jahren warnen Biologen und Naturschützer vor dem Aussterben der Meeresbewohner. Die Welternährungsorganisation schätzt, dass drei Viertel aller Fischbestände nahezu vollständig ausgebeutet sind. Moderne Fangflotten setzen Fabrikschiffe, Hubschrauber und Ringwadennetze ein und haben damit in den vergangenen Jahren das Ökosystem in verschiedenen Meeresregionen nahezu zerstört. 1950 wurden weltweit 600.000 Tonnen Thunfisch gefangen. Vor zwei Jahren war die Zahl auf fast sechs Millionen Tonnen gestiegen. Bei dem hochwertigen Roten Thunfisch konsumieren die Japaner 80 Prozent des weltweiten Fangs.

Doch Japans Fischindustrie trotz Fangquoten und Umwelt-

schützern. Selbst dem Fangverbot für Wale und Delfine, das schon 1986 beschlossen wurde, widersetzt sich das Land. Seither wurden rund 30.000 Wale erlegt, hauptsächlich von Norwegen und Japan. Das asiatische Land fängt angeblich nur zu Forschungszwecken, doch wie durch ein Wunder gibt es auf dem Umschlagplatz Tokio immer genug Walfleisch. Wenn es sein muss, versenken Japans schwimmende Fischfabriken auch schon mal die Schiffe, die ihnen in die Quere kommen, wie zuletzt die „Ady Gil“, den Hightech-Trimaran der Tierschutzorganisation Sea Shepherd. Polizei und Behörden behindern die Aufklärungsarbeit von Naturschützern, wie etwa die Dreharbeiten zu dem Film „Die Bucht“, der vergangenen Jahr das brutale Delfinschlachten in Taiji dokumentierte. In dem japanischen Fischerort werden die Meeressäuger in eine Felsenfalle getrieben und dort mit Fischerhaken und Speeren zu

Tausenden abgestochen, oder sie enden in Treibnetzen. Auch ihr Fleisch landet auf dem Tsukiji.

Wer diesen gigantischen Markt auf sich wirken lässt, der ahnt, warum die Meere zusehends leer gefischt sind. Und er begreift auch, dass die Japaner ihre Essgewohnheiten erst ändern werden, wenn es für die Fische zu spät ist.

Mitsuhiko Fujisaki ist 48 Jahre alt. Er trägt zwei Pullover und eine Daunenweste, und wenn er spricht, bilden sich dichte weiße Atemwolken vor seinem Mund, wie Sprechblasen. Fujisaki sagt, dass er sich gut an die alten Zeiten erinnern kann. Früher war jede Fischmahlzeit etwas Besonderes. Nach dem Zweiten Weltkrieg hungerte Japan. Als er zur Schule ging, wurde mittags in der Kantine Walfleisch serviert. Wal war billig und proteinhaltig, alles andere war Luxus.

Seit mehr als 20 Jahren arbeitet Fujisaki nun hier. Doch spricht er über den Fischmarkt, kann man

in seiner Stimme immer noch ein leises Staunen hören. Wenn er durch die Markthalle geht, bleibt er manchmal vor einem Stand stehen und schaut lange auf einen der Fische. Er studiert ihn: da, den Red Snapper mit den großen, schwarzen Augen, er liegt in der Metallschale, liebevoll aufs zerstoßene Eis drapiert. Seine Schuppen schimmern rot und silbern wie eine Diskokugel. Fujisaki steht so verträumt davor wie ein Kunstliebhaber vor einem Bild.

Jeden Morgen wird auf dem Tsukiji eine neue, wunderbare Ausstellung eröffnet: Gezeigt werden die kostbarsten Schätze der Weltmeere, eine Kollektion in allen Farben und Formen der Schöpfung. Der Tsukiji ist der größte Fischmarkt der Welt. Fast 500 Sorten werden hier verkauft, mehr als die meisten Zooaquarien zu bieten haben.

Es gibt Seeigel aus den USA, Haie aus dem Indischen Ozean,

Lachse aus Norwegen, Wal aus antarktischen Gewässern, Seeteufel aus der Biskaya, Muscheln so groß wie Untertassen und gleich drei Lagerhallen für die Versteigerung der Thunfische. Es gibt lebende Fische, gefrorene Fleischblöcke und mundgerecht geschnittene Filethappen.

In den engen Gängen zwischen den Marktständen stehen Palettenstapel mit Austern und pralle Plastiksäcke mit Fischorganen. Shirako, die männlichen Fischgenitalien, gelten als Köstlichkeit. In sprudelnden Wassertanks drängen sich Fugus. Der Kugelfisch ist die gefährlichste Delikatesse auf dem Markt. Nur speziell ausgebildete Köche dürfen Fugu servieren. Seine Leber und Eierstöcke enthalten Tetrodotoxin, ein Nervengift, 1250-mal giftiger als Zyanid. Fugu-Innereien werden auf dem Tsukiji in speziellen Behältern entsorgt, wie brisanter Sondermüll.

Noch eine Stunde bis zur Thunfischauktion. Die Arbeiter in der

Lagerhalle blicken jetzt oft auf die große Uhr an der Wand, die Zeit drängt. Die Thunfische liegen dicht an dicht in langen Reihen auf dem Boden, ihre grauen Körper glänzen im weißen Licht der Neonröhren. Die besten und größten Fische liegen vorn. Ein Arbeiter malt rote Nummern auf ihre Schuppen und beklebt die Tiere mit gelben Etiketten. Ein anderer geht mit einer Axt durch die Reihen und hackt oberhalb der Schwanzflossen eine tiefe Kerbe in jeden Fisch.

Für Mitsuhiko Fujisaki beginnt der wichtigste Teil des Tages. Eine dicke Falte liegt jetzt auf seiner Stirn, während er jeden Thunfisch einzeln untersucht. Mit einer Taschenlampe leuchtet er in die aufgerissenen Fischmäuler. Jeder Käufer hat seine eigene Technik, die Qualität der Tiere zu beurteilen. Manche zerdrücken ein Stück Fleisch zwischen den Fingern. Manche vertrauen nur ihrer Zunge. Andere halten ein Stück →

Am Shinto-Schrein beim Fischmarkt bereitet sich eine Frau auf das Gebet vor. Zu der Opferstätte gehört ein Stein mit eingemeißelten Schriftzeichen: „Hier beten wir für die Seelen der Meeresbewohner“

Rechts: Mit dramatischer Geste agiert bei der Thunfischversteigerung um 5.30 Uhr in der Früh





der Flosse ins Licht. „Jeder Thunfisch ist anders“, sagt Fujisaki, „und den Unterschied schmecken später auch die Gäste der Restaurants.“ Es gibt Hinweise: Gutes Fleisch ist tiefrot und hat einen hohen Fettanteil, man kann es zwischen den Fingern wie Butter zerreiben. Die Form der Schwanzflosse gilt als Indikator für Qualität, kleine Punkte im Fleisch sind ein Hinweis für Parasitenbefall.

„Man braucht mindestens zehn Jahre Erfahrung, um die Qualität eines Thunfisches genau beurteilen zu können“, sagt Fujisaki. Für ihn und all die anderen Händler auf dem Tsukiji ist die Suche nach dem perfekten Thunfisch längst zur Lebensaufgabe geworden. Anfang Januar gab es wieder einen Rekord: Zwei Bieter kämpften so lange um einen 232 Kilo schweren Roten Thunfisch, bis der Preis auf 16,28 Millionen Yen geklettert war – umgerechnet 132.000 Euro. Am nächsten Tag berichteten die Zeitungen über den Fisch, der an ein Restaurant in Hongkong ging. Willkommene Werbung für dessen exquisites Sushi.

Um 5.30 Uhr steigt der Auktionator auf einen kleinen Hocker und schwingt die Glocke. Mit einem Mal wird es still in der Halle. Er verbeugt sich. Dann wirft er beide Arme in die Höhe und schreit über die Köpfe der Zuhörer hinweg. Zahlen fliegen durch die Luft. Jeder Auktionator hat seinen eigenen Stil. Manche singen, manche

tanzen, während die Preise immer weiter klettern und die Käufer ihre Gebote mit Handzeichen signalisieren. Zehn Sekunden dauert das Bieten. Dann beginnt das Ritual beim nächsten Fisch wieder von vorn. Schon aus Respekt bekommt jeder Thunfisch auf dem Tsukiji seinen eigenen Tanz.

Jeden Tag kommen Hunderte Touristen, um das Spektakel zu verfolgen. Doch die Männer auf dem Tsukiji mögen die Zuschauer nicht. Ihre Blitzlichter stören. Und ein betrunkenen Tourist aus England hat es sogar einmal gewagt, einen Thunfisch zu küssen. Es ist für Ausländer nicht leicht zu verstehen, welches heilige Ritual die Auktion für die Japaner ist.

Mitsuhiko Fujisaki ist zufrieden. Er hat fünf Thunfische ersteigert. Er zündet sich eine Hope-Zigarette an. Und während er zurück zu seinem Marktstand schlendert, hat er endlich Zeit, von seinem Leben zu erzählen. Sein Vater gründete den Laden nach dem Krieg. Als kleiner Junge verbrachte er seine Schulferien oft zwischen den Marktständen. Doch richtig wohl fühlte er sich nicht. „Ich träumte von einem Leben als Angestellter einer normalen Firma“, sagt er und blickt nachdenklich dem Qualm seiner Zigarette hinterher. Nach der Schule studierte er Wirtschaftswissenschaften. Doch er war der einzige Sohn und wollte seinen Vater nicht enttäuschen. Schließlich begann er

Tokios Fischmarkt liegt sehr zentral, eingerahmt von den Hochhäusern des Luxuseinkaufsviertels Ginza

Japans Gewässer sind leer gefischt. Fast aller Thunfisch wird importiert

eine Lehre auf dem Markt und übernahm später das Geschäft des Vaters. Der ganze Tsukiji funktioniert nach diesen Regeln. Niemand hier würde es wagen, mit den alten Traditionen zu brechen.

Sein Onkel hilft ihm, die Fische zu zerlegen. „Er hat 45 Jahre Berufserfahrung und kann das am besten“, sagt Fujisaki. Die Japaner nehmen ihren Thunfisch so ernst, dass es sogar eine eigene Ausbildungsordnung für Thunfischzerleger gibt. Die 1,80 Meter langen Messer müssen von zwei Männern zugleich bedient werden.

Früher bevorzugten die Japaner den Fang aus heimischen Gewässern. Doch die sind inzwischen fast leer gefischt. „99 Prozent unserer Thunfische kommen aus dem Ausland“, sagt Fujisaki. In seinen Kühltruhen lagert Fisch aus Australien, Mexiko, dem Mittelmeer und dem Nordatlantik. Die Tiere werden noch auf den Fabriksschiffen schockgefroren und landen in weißen Styroporkisten auf dem internationalen Flughafen von Tokio.

Trotzdem glaubt Fujisaki nicht, dass der Thunfisch in Gefahr ist. „Wir hören seit zehn Jahren, dass die Bestände knapper werden“, sagt er. „Hier auf dem Markt merken wir davon nichts.“ Es klingt wie eine Durchhalteparole. Denn schon die steigenden Thunfischpreise beweisen das Gegenteil: Vor fünf Jahren kostete ein →



Essen & trinken **NR. 4**

Für jeden Tag

Schnell! Einfach! Lecker!

Pfannkuchen mit Apfelsauce

MÄLZERS KOCHKAMPUS TEIL 20

EINE RUNDE SACHE: PFANNKUCHEN

www.fuerjedentag.de



**Schnell!
Einfach!
Lecker!**

Jetzt im Handel.



100 Kilo schwerer Roter Thunfisch aus dem Atlantik rund 100 000 Yen (ca. 800 Euro). Im Februar stieg der Preis auf 650 000 Yen. Es gibt Restaurants, in denen ein Happen Thunfisch auf Reis inzwischen 20 Euro kostet.

Das Problem ist, dass Sushi viel zu beliebt geworden ist. Die Demokratisierung des Fischkonsums begann, als der Koch Yoshiaki Shiraishi 1958 in Higashiosaka Japans erstes Fließbandrestaurant eröffnete. Die fertigen Portionen führen direkt an den Gästen vorbei. Traditionalisten warnten damals vor dem Untergang der japanischen Kultur. Doch die billigen Sushi-Ketten eroberten erst Japan und dann den Rest der Welt.

Es war die Zeit, als Isao Higami mit seiner Ausbildung zum Koch begann. Er hat seitdem in vielen Schnellrestaurants gearbeitet und dazu beigetragen, eine ganz neue Branche aufzubauen. „Fisch kann gut schmecken und trotzdem billig sein“, sagt er. Higami arbeitet heute für die Restaurantkette Maguro Bito. Er kommt jeden Morgen um acht Uhr zum Markt, er trägt einen Blaumann mit Bügelfalte, in der Hand hält er ein Klemmbrett mit einer 20-seitigen Einkaufsliste.

Higami hat seine feste Route durch das Gewirr der Marktstände. Er springt durch die engen Schneisen aus Styroporkisten und Aquarien und hüpf über die Pflützen. Er klopf hier auf eine Schulter, befühlt da einen Tinten-

fisch und riecht an einer Schüssel mit Seeigelfleisch. „Davon nehme ich zehn Stück“, sagt er und malt wieder einen kleinen Haken auf seine Liste.

Am Stand von Yasuhiro Yamazaki bleibt er ein paar Minuten länger stehen. Yamazakis Geschäft gehört zu den größten auf dem Tsukiji. Er hat 240 Fischarten im Angebot. Allein vom Austernfleisch ohne Schale verkauft er an einem durchschnittlichen Tag eine Tonne. Gute Kunden bekommen hier eine Tasse Kaffee und bleiben für ein kurzes Gespräch unter Männern. Frauen sind auf dem Markt nicht zu sehen. Auch am Stand von Yamazaki sitzen die weiblichen Mitarbeiterinnen in kleinen Holzkabinen und hantieren mit Taschenrechnern und Lagerlisten. Auf dem Tsukiji hält sich immer noch der Glaube, dass Frauen die wärmeren Hände haben und den frischen Fisch deshalb nicht berühren sollten.

Nach drei Stunden hat Higami drei Millionen Yen ausgegeben, umgerechnet fast 25 000 Euro. Er schaut zu, wie die Ware in die Lastwagen verladen wird, die so dicht nebeneinander an der Laderampe stehen, dass sie ihre Rückspiegel eingeklappt haben. In Higamis Restaurant wird der Reis von einem Roboter geformt. Die Gäste bedienen sich selbst vom Fließband, und ein Mikrochip in

Bei jedem Handgriff verlangt Jiro Ono (l.) höchste Präzision. Im Drei-Sterne-Restaurant des 84-jährigen Sushi-Meisters gibt es 220 bis 230 Reiskörner pro Portion

Japans Sushi-Kultur hat die Welt erobert. Selbst in Skihütten wird roher Fisch serviert

jedem Teller registriert, wer was gegessen hat. „Es ist ein ganz neues Sushi-Genre, und der Fisch ist damit für jeden erschwinglich geworden“, sagt Higami.

Inzwischen gibt es auf der ganzen Welt Sushi-Bars, selbst bei Aldi liegen die Fischröllchen in der Tiefkühltheke. Was wird passieren, wenn Chinesen und Inder eines Tages genauso viel Fisch essen wie die Japaner? Alle auf dem Tsukiji verdrängen diese Frage.

Ein Mann will schließlich doch über die Zukunft reden. Er sitzt in einem heruntergekommenen Bürogebäude neben dem Fischmarkt-Parkhaus. Tsunenori Iida ist 69 Jahre alt, er fürchtet sich nicht vor dem Gerede der anderen Händler unten in der Markthalle. Iida arbeitet seit über einem halben Jahrhundert, in siebter Generation, auf dem Fischmarkt. Damals lag der Thunfisch in Stapeln vor den Auktionshallen. Heute sind die Fische kleiner geworden, und sie kommen von immer weiter her. „Ich will, dass unsere Kultur erhalten bleibt“, sagt Iida. „Deshalb müssen wir die Fische schützen. Vielleicht brauchen wir sogar ein vorübergehendes Fangverbot. Zumindest müssen wir den Fischbeständen eine Chance geben, sich zu erholen.“ Er weiß, dass nicht viele in Japan seine Meinung teilen. Und er sagt auch, dass es nichts nützt, wenn der Westen Japan immer wieder kritisiert: „Wir Japaner wollen nicht von den Ausländern gesagt bekommen, wie wir leben sollen.“

Die ersten Sushi-Köche suchen bereits nach einem Ersatz für den Fisch. Manche experimentieren mit rohem Pferdefleisch, andere mit Reh. Doch nichts schmeckt so gut wie Thunfisch, und die meisten Japaner verziehen schon bei dem Gedanken an Pferde-Sushi die Mundwinkel. Die Großhändler, Einkäufer, Chefköche und Auktionatoren auf dem Tsukiji werden weitermachen, so wie sie es immer getan haben – bis zum letzten Thunfisch. ✠

Welchen Fisch darf man noch essen? Lesen Sie weiter auf Seite 118

FOTOS: CHRIS STEELE/PERKINS/AGENTUR FOCUS/MAGNUM

2010

Geschichte neu erleben.

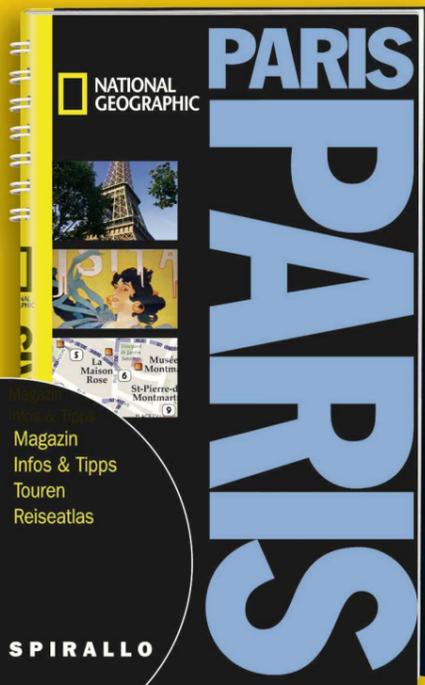


1610



HISTORY NOW!
DAS THEMA IM APRIL

NATIONAL GEOGRAPHIC SPIRALLO DIE REISE-VERFÜHRER



Magazin
Infos & Tipps
Touren
Reiseatlas

SPIRALLO



Praktische Spiralbindung
Spannende Tagestouren
Reise- oder City-Atlas
54 Reiseziele lieferbar
Nur € 9,95 (D),
€ 10,30 (A), sFr 18,50

NATIONAL
GEOGRAPHIC

DAS FENSTER ZUR WELT

Ausland

Welchen Fisch kann man noch essen?

Manche Arten sollten komplett vom Speisezettel gestrichen werden, bei anderen kommt es auf Fanggebiet, Fangmethode oder die Art der Zucht an

- **Gute Wahl:** nicht überfischt, ordentliche Zucht
- **Zweite Wahl:** Fangmethoden belasten die Natur, Zucht ist kritisch zu bewerten
- **Lieber nicht:** wird stark befischt, Art der Zucht oder des Fangs bedroht das Ökosystem

Z=Zucht, W=Wildfang, NO=Nordost, NW=Nordwest, SO=Südost. Siegel des Marine Stewardship Council, initiiert vom WWF, steht für nachhaltige Fischerei, ist laut Greenpeace „ein Schritt in die richtige Richtung, aber noch nicht ausreichend“.

Aal	■ Europa W/Z	
Alaska-Seelachs	■ mit NO-Pazifik W ■ NW-Pazifik W	
Dorade	■ Mittelmeer Bio-Z ■ Mittelmeer Z	
Forelle	■ Europa Bio-Z ■ Chile/Europa Z	
Garnele	■ mit NO-/NW-Atlantik W, Shrimp Bio-Z ■ Nordseekrabbe W ■ Shrimp tropisch W/Z	
Heilbutt	■ mit W ■ Schwarzer und Weißer Heilbutt aus dem NO-Atlantik W	
Hering	■ mit NO-Atlantik W, nördliche/zentrale Ostsee W ■ westliche Ostsee W	
Kabeljau	■ NO-Arktis W, Pazifischer Kabeljau mit W ■ Island W, Pazifischer Kabeljau W ■ NO-Atlantik/Ostsee W	
Karpfen	■ Deutschland Z	
Lachs	■ Irland/Norwegen/Schottland Bio-Z, Alaska mit W ■ Norwegen/Schottland Z, Ost-Pazifik W ■ Chile Z, NO-Atlantik/ West-Pazifik W	
Makrele	■ NO-Atlantik W	

Pangasius	■ Vietnam Bio-Z ■ Vietnam Z	
Rotbarsch	■ NO-Atlantik W	
Sardine	■ NO-Atlantik W ■ Mittelmeer W	
Scholle	■ Nordsee W, Pazifische Scholle W ■ Ostsee W	
Seehecht	■ mit W ■ NO-Atlantik W ■ SW-Atlantik W	
Seelachs/Köhler	■ mit Nordsee W	
Seeteufel	■ NO-/SO-Atlantik W	
Seezunge	■ NO-Atlantik W	
Steinbeißer	■ NO-Atlantik W	
Thunfisch	■ Weißer mit W ■ Bonito/Skipjack W ■ Gelbflossen- W, Groß- augen- W, Roter W/Z, Weißer W	
Viktoria- barsch	■ W	
Wolfs- barsch	■ Mittelmeer Bio-Z ■ Mittelmeer Z	
Zander	■ mit Westeuropa W ■ Osteuropa W	

FOTOS: GREENPEACE (20); WILDLIFE; MAURITIUS/DEKLEINERT; GETTY; CORBIS

infografik Mareike Geyer

Mehr Informationen: www.greenpeace.de/themen/meere/

fischerei oder www.wwf.de/themen/meere-kuesten/ueberfischung

Quelle: WWF, Greenpeace



Die schönste Art, Danke zu sagen!

Am 9. Mai ist Muttertag.

Verwöhnen Sie Ihre Mutter mit feinsten italienischen Kaffeespezialitäten. Die neue **Saeco Xelsis Digital ID** erkennt jedes Familienmitglied am Fingerabdruck und zaubert im Handumdrehen die köstlichsten Kaffeevariationen ganz nach den individuellen Vorlieben. Verschenken Sie ein Stück Italien zum Muttertag!

www.saeco.de

Saeco

Espresso Feeling