

*Diversifikation im Fleischfachgeschäft allenthalben*

## Einem Lachs sagt man nicht einfach «Fisch»

**Es gibt nur noch sehr wenige Metzgereibetriebe, welche ihr Sortiment auf reine Fleischerzeugnisse ausgerichtet haben. Der Verkauf von Handelsartikeln aus dem breiten Feinkostbereich ist sehr weit verbreitet. Eine wichtige Funktion, besonders im Zusammenhang mit Festtagen, nimmt dabei der Lachs ein. Ein Schweizer Metzgermeister hat diesem Akzent sein besonderes Interesse geschenkt. Seine Domäne ist der Lachs aus Alaska.**

Seit Beginn der Neunzigerjahre gestaltet das Lebensmittelrecht den Verkauf von frischem Fisch und Meeresfrüchten in den Metzgereien. Diese gesetzliche Neuerung ist nicht ohne Auswirkung geblieben, denn heute gibt es in sehr vielen Fleischfachgeschäften solche Spezialitäten zu kaufen; vor allem auf die Wochenenden hin oder ganz besonders im Zusammenhang mit Festtagen, wie sie bereits wieder vor der Türe sind. Nicht zuletzt die Ladenbauspezialisten waren alsdann gefordert, die Verkaufstheke für die Metzgermeister so zu gestalten, dass das Fischangebot nicht nur für das Auge der Kundschaft attraktiv erschien, sondern durch die nötigen Vorkehrungen auch gesetzeskonform war. Wissen wir doch, dass Geflügelfleisch (wegen der latenten Salmonellengefahr) nicht mit anderen Fleischgattungen in Berührung kommen darf, so gilt dieses Gebot noch stärker für das Fleisch von Wassertieren, obschon nicht aus dem

gleichen Grund. Der Fisch hat sich im Fleischfachgeschäft etabliert, weil er bei Konsumentinnen und Konsumenten beliebt ist und den Metzgern nebst Umsatz sogar noch etwas Verdienst sichert. Lachs nimmt in diesem Bereich eine wichtige Stellung ein. Weil allein diese Fischgattung in fast unzählbaren Varianten angeboten wird und die Provenienzen grossmehrheitlich auf den Atlantik, die norwegischen Fjorde oder Grönland hinweisen, ist es zweifellos interessant, für einmal einen Blick auf die Lachse aus Alaska zu werfen. Dort werden nämlich die Fische gefangen, welche ihre immense Lebensreise im Pazifik absolviert haben.

### Beruf, Hobby und Geschäft

Warum denn in die Ferne schweifen, wenn Gutes auch näher zu haben ist? Diese sprichwortnahe Frage mag man sich stellen, sobald Metzgermeister Jürg Keller aus Affoltern am Albis von Alaska-Fischen zu schwärmen beginnt. Er nimmt es in Kauf, dass «seine» Spezialitäten mindestens den doppelten Transportweg hinter sich haben, als die Mehrheit der hierzulande angebotenen Fische. Tatsächlich zeigt die Probe aufs Exempel, dass sich namentlich die Lachse in Farbe und Konsistenz signifikant von jenen der atlantisch-europäischen Regionen unterscheiden. Entsprechend speziell nimmt der Feinschmecker auch das kulinarische Erlebnis wahr. Damit sei keinerlei Wertung über gut oder weniger gut niedergeschrieben, sondern einzig und allein die Feststellung des markanten Unterschiedes. Als Metzgermeister hat Jürg Keller von Berufes

wegen die noble Aufgabe, den Konsumentinnen feinste Lebensmittel anzubieten – und die feinsten sind bekanntlich meistens die Spezialitäten. Sie kosten gar oft etwas mehr als die Normartikel aus den Selbstbedienungsgestellen. Gemessen an der vermehrten Gaumenfreude, welche durch den Mehrpreis generiert wird, erübrigt sich jede Diskussion über die Frage des Preises, zumal der erwähnte Beruf durch den Fachmann – auch Fachfrau – im Sinne von Beratungstätigkeit ausgeübt wird, ein Akt, der dem anonymen Verkaufsregal völlig fremd ist.

### Wilder oder weniger wilder Lachs

Der Lachs hat die Esskultur in unserem Lande seit etwa anderthalb Jahrzehnten signifikant beeinflusst und vor allem im Zusammenhang mit Festtagen imposant geprägt. Wohl fast jedermann, der dem Fisch nicht ausgesprochen abhold ist, hat zu irgendeiner Gelegenheit dem kulinarischen Kleinod schon zugesprochen und sehr viele Feinschmecker haben sich wiederholt daran göttlich getan.

Mit der zunehmenden Beliebtheit ist die Delikatesse in verschiedene Betriebskanäle gelangt und hat dadurch als Umsatzträger an Bedeutung kontinuierlich gewonnen. Durch diese steigende Bedeutung des Lachses auf den Menuplänen ist parallel dazu die Diversifikation in der Angebotspalette grösser geworden. Denn durch die vermehrte Nachfrage musste auf der Angebotsseite etwas unternommen werden, ansonsten die Preise für die feine Speise in unrealistische Sphären ge-



Die «Alaska Sausage Inc.» von Herbert Eckmann (siehe Bild) verarbeitet Rot-, Silber und Königslachs nach folgenden Methoden:

**Kalt Räuchern**  
Die am meisten verbreitete und vor allem in Europa bekannteste Art: Der Fisch wird mariniert und anschliessend im kalten Hartholzausrauch geräuchert.

**Kippered Räuchern**  
«Kippered Lachs» wird heiss geräuchert und dadurch vollständig durchgegart. Der Fisch bleibt feucht und erhält eine spezielle Geschmacksnote.

**Strips räuchern**  
Bei dieser Verarbeitungsart wird der marinierte und geräucherte Lachs anschliessend in Streifen getrocknet.

[www.lachs-keller.ch](http://www.lachs-keller.ch)

stiegen wären. Die Lachszucht und die damit verbundene gezielte Fütterung sind klar als Folge davon zu erkennen.

Dieser Trend ist a priori nicht als Ünding zu brandmarken. Die mittlerweile erreichte Industrialisierung zur Sicherstellung der Bedarfsabdeckung lässt indessen doch vermuten, dass sich spürbare qualitative Unterschiede eingeschlichen haben. Zahlreiche Beteuerungen von verschiedenen Anbietern suggerieren zwar häufig die qualitative Gleichwertigkeit ihres Fisches, aber die kulinarische Realität spricht meistens zugunsten des *wahrhaftig* wild gewachsenen.

Wir wollen und können an dieser Stelle nicht werten, welcher Lachs als wilder oder eben weniger wild zu gelten hat. Dafür bietet sich in diesem Zusammenhang die Möglichkeit an, jenen Typus besonders hervorzuheben, für den ein «Wildheits-Zertifikat» ohne Labortests oder ähnliche Nachweisstudien ausgestellt werden kann. Es handelt sich dabei um die Edel-fische aus Affoltern am Albis (bei Zürich).

### Drei Hauptsorten

Obwohl der Dorfbach der Zürcher Ortschaft über zahlreiche Gewässernamen letztlich den Kontakt zu atlantischen Gefilden hat, weiss man, dass die Lachse, welche bei Metzgermeister Jürg Keller verkauft werden, nicht bis vor dessen Haus schwimmen. Er importiert sie allesamt. Gerade deshalb ist es ihm möglich, den Einkauf dort zu tätigen, wo er seine eigenen unternehmerischen Präferenzen setzen möchte. Für das zweite Standbein seiner Metzgerei, dem Lachsein- und -verkauf, hat er die Interessen nach



*Ganz im Sinne der Rückverfolgbarkeit markiert Bruce Gore jeden Fisch mit einer Marke zur Identifikation.*



Alaska ausgerichtet und ist auf vorteilhafte Weise fündig geworden. Nicht nur hat er in Bruce Gore einen erfahrenen Spezialisten für den Lachsfang als Partner gewinnen können, sondern in Herbert Eckmann auch einen Experten im Fachbereich Veredelung und Räucherei. Letzterer ist schweizerischer Abstammung, was sich für die gegenseitige Kommunikation besonders günstig auswirkt, denn nicht selten sind Kundenwünsche recht heikel, so dass der sprachliche Umgang zwischen den Partnern über ganze Kontinente und Ozeane hinweg hohe Bedeutung erfährt.

Jürg Keller hat seinerseits schon viel Zeit und nicht zuletzt auch Geld für Erfahrungsreisen in Alaska investiert. Dabei hat er sich viele Kenntnisse über die ethologischen Kriterien der Lachse erworben und in der Folge

viel über die Veredelung des kostbaren Rohmaterials zu kulinarischen Präziosen hinzulernt. Man erfährt von ihm deshalb weit mehr als nur die Tatsache, dass er die drei Hauptsorten Rot-, Silber- und Königslachs (aufgezählt in der Reihenfolge der gefischten Menge) im Sortiment führt, und dies in verschiedenen Zubereitungsformen. Denn es sind erkleckliche Unterschiede, ob die Edelfische kalt oder heiss geräucht werden. Oder soll man sie grillieren oder in der Pfanne braten? Wenn ja, unter Beachtung welcher Feinheiten in Bezug auf das Garen.

Den Lachsspezialisten unter den Lesern dieses Beitrages fällt wohl auf, dass die vierte Gattung, der Buckellachs, nicht aufgezählt worden ist. Tatsächlich gibt es diesen in der Natur, aber nicht im Fachgeschäft bei Jürg Keller, denn der Buckellachs wird in

Alaska vorwiegend den Schlittenhunden verfüttert, was darauf schliessen lässt, dass die qualitative Wertung nicht als adäquat erachtet wird.

### Rückverfolgbarkeit

Was in der Schweiz seit rund einem Jahrzehnt durch die Konsumentenschutzorganisationen mit Argusaugen beobachtet wird, findet beim Alaska-lachs, von dem aktuell die Rede ist, schon längst grosse Beachtung. Die Rückverfolgbarkeit zur Perfektionierung der Deklaration. Die Spezialität von Bruce Gore ist es, die Lachse per Angel zu fangen. Demnach wird jedes einzelne Stück registriert und identifizierbar weiter in den Prozess gegeben. Hierfür besteht ein ausgeklügeltes Code-System.

So ist es nur logisch, dass auch die Lachsseiten und Detailpackungen aus

dem Hause von Metzgermeister Keller einwandfrei die Herkunft der Köstlichkeit preisgeben – ganz im Sinne einer Reihe von Konsumentinnen und vor allem der Lebensmittelkontrolleure. Auf diese Weise kann – mit Blick auf die bevorstehenden Festtage – bedeutende Vorarbeit geleistet werden, was die Kritikanfälligkeit anbelangt; zumindest werden es die notorischen Konsumkritikerinnen weit schwerer haben, noch kurz vor Weihnachten das Lachsgeschäft zu vermiesen. Zusammen mit der Tatsache, dass die Antibiotikafrage auch als eliminiert gilt, dürfte diesem Marktsegment eine viel versprechende Zukunft gesichert sein.

Unter all diesen vorteilhaften Aspekten ist es zweifellos legitim, den Titel dieses Artikels deutlich in Erinnerung zu rufen. *Wö*

*Interessantes über den Wildlachs in bzw. aus Alaska*

## Kein Massenprodukt – eine Top-Marke

**Gefrorener Lachs sei besser als frischer – dies wird seit geraumer Zeit in Alaska behauptet und letztlich sogar bewiesen. Die Methode von Bruce Gore hat landesweite Anerkennung erreicht.**

Vor zwanzig Jahren muss Bruce Gore wohl ausgelacht worden sein, als er die Idee hatte, Lachs eigenhändig zu fangen, zu verarbeiten und auch selbst zu vermarkten – und dies als erstklassiges Markenprodukt.

Ende der Siebzigerjahre war Lachs in Alaska Massenware und der Markt verlangte nach frischem Fisch. Überdies galt die Ansicht in der Konsumentenschaft, dass gefrorener Lachs wohl das Letzte sei, was ein «Spezialist» anbieten dürfe.

Heute produzieren rund 20 Fischer Lachs und Heilbutt für die Marke «Triad Fisheries/Bruce Gore». Alle Tiere werden per Angel gefangen und anschliessend tiefgefroren. Immer noch ein Nischenprodukt? Im Gegenteil: Exklusive Restaurants und Delikatessengeschäfte in ganz Nordamerika schätzen diese Ware.

Sicher war die Markteinführung nicht einfach. Bruce Gore begann wie alle anderen in jener Zeit: Möglichst viel Fisch produzieren und an jeden

verkaufen, der die Massenware abnehmen wollte. Sein Unbehagen über die Art und Weise, wie sein Fisch in der Verteilerkette behandelt wurde, führte ihn anno 1978 dazu, die «Triad» zu bauen, ein Fangschiff mit eigenem Tiefkühler.

Aus seinem Credo, den Kunden Lachs liefern zu können, der auf dem Teller in einer erstklassigen Qualität erscheint, ergab sich die Fangmethode, wonach ausschliesslich mit Leine und Haken operiert wurde. Die Fänge wurden umgehend auf minus 38 Grad C tiefgefroren.

### Tiefkühlung als Schlüssel zum Erfolg

Von Anfang an setzte Bruce Gore auf die Tiefkühlung. Die Leute erklärten mich zwar für verrückt, gefrorenen Fisch mit Qualität gleichzusetzen. Diese Einschätzung stammte seiner Meinung nach aber vor allem aus dem Reich der gebräuchlichen Massenproduktion, denn dort galt die Devise: «Fische einfrieren, damit die Schiffe länger auf See bleiben können.» Weil diese Einfrieraktion nur mangelhaft durchgeführt wurde, galt gefrorener Lachs als minderwertig, denn er gelangte häufig in deplorablen Zustand in den Handel – aussen perfekt erhalten, innen matschig.

Es bedurfte der fünfjährigen Hartnäckigkeit des Bruce Gore, um seiner Gefriermethode Akzeptanz zu sichern. Er arbeitete hart und vermochte nach und nach Spitzenköche, Einkäufer und Gastrokritiker von seiner Errungenschaft zu überzeugen.

### Markenzeichen

Um seine Philosophie zu untermauern, welche sich in der einwandfreien Qualität des Produktes widerspiegelt,

machte Bruce Gore seinen Namen zum Markenzeichen. Wer heute fragt, ob jener Klasselachs in der Theke ein frischer oder ein gefrorener sei, erhält

die viel sagende Antwort: «Es ist ein Bruce-Gore-Fisch!»

*Steve Shapiro*

*Übersetzung Sven Seitz*



*Bruce Gore beim Spülen eines mit der Angel gefangenen Silberlachs vor der Küste von Sitka.*

### Alaska-Lachs-Informationen von Fachmann und General-Importeur:

Jürg Keller AG Metzgerei  
Breitenstrasse 11  
8910 Affoltern am Albis  
Telefon: 044 761 62 51  
E-Mail: keller-lachs@bluwin.ch  
Website: www.lachs-keller.ch