



Der Bauch von Paris

Vor den Toren der französischen Hauptstadt befindet sich der weltweit größte Umschlagplatz für Frischwaren. Eine Nacht in den Markthallen von Rungis mit **Heribert Bachmann**, Einkäufer für Feinkost Käfer in München.



BILDER: ANDREA HUBER FÜR GÜRO, LAIF (1), PETER REE/STOCKFOOD (1)



N

acht in Paris, drei Uhr. Hinter dem Eiffelturm leuchtet ein fahler Halbmond. Auf dem Place de la République schlafen Clochards aneinandergereiht unter ihren Zeitungen, Taxis bringen müde Touristen vom Moulin Rouge zurück in die Hotels. Heribert Bachmann biegt ein von der Peripherie auf die Autobahn A6a Richtung Süden, da klingelt das Handy: „Der Schwertfisch ist da.“ Der Geschäftsführer der Firma Fashion Food France fährt nach Rungis in die Großmarkthallen von Paris, dem größten Frischwarenmarkt der Welt. Er ist die Spürnase für exquisite Kulinarika im Auftrag des Münchner Feinkost- und Gastronomie-Unternehmens Käfer.

Nächtliches Ballett. Lastwagen und Autos stauen sich vor den Schranken, die in den Markt führen – wie an einem Grenzübergang. Dann reiht Bachmann sich ein in das nächtliche Ballett von 26 000 Fahrzeugen und 30 000 Menschen auf 232 Hektar, einer Fläche größer als das Fürstentum Monaco. 1,6 Millionen Tonnen Fisch, Meeresfrüchte, Fleisch, Geflügel, Obst, Gemüse und Delikatessen wie Trüffel und Kaviar werden alljährlich an die Drehscheibe Rungis geliefert und wieder an 18 Millionen Menschen verteilt: in Paris, Frankreich, Europa und einigen Ländern der restlichen Welt. „Der Markt ist heute nicht mehr der →





Alles frisch: Heribert Bachmann prüft die Qualität von Früchten. Vom Schwertfisch (li.) bis zu Morcheln (o.) hält der Pariser Großmarkt alles für Feinschmecker bereit, was gut und teuer ist



Schnupperprobe: Auch der Rohmilchkäse muss Bachmanns strengen Qualitätskriterien genügen (Bild unten)



→ Bauch von Paris, sondern der Bauch von Europa“, sagt Bachmann und schlängelt sich mit seiner Ebersberger Nummer geübt durch Brummis aus der Provence, Spanien und Litauen bis zum Parkplatz der hell erleuchteten Fischhalle, der größten auf dem Gelände. Schnell schlüpft er mit seinem eleganten Anzug in weiße Gummistiefel und einen weißen Kittel und eilt aus der Kühle der Nacht in eine noch kältere, beißend nach Fisch riechende Landschaft aus Styroporkisten und Körben.

Neptuns Schätze. Ein gigantisches Stillleben auf Eis: rosa Langusten, angriffslustige Hummer, metallisch schimmernde Thunfische, dicke französische Mai-Seezungen, daneben Steinbutte, Wolfsbarsche, Petersfische, Doraden, Makrelen, Jakobsmuscheln. Hier liegen Neptuns Schätze gestrandet im grellen Neonlicht, ordentlich sortiert und kritisch begutachtet. Ständig werden verkaufte Kisten hinausgetragen und neue hereingefahren. 67 852,8 Tonnen Meer- und Süßwasserprodukte aus der ganzen Welt landeten 2005 in diesem trockenen Hafen. Allein die Hälfte der Menge, die nach Rungis kommt, wird in der Region Paris verspeist, die andere Hälfte reist weiter per Flugzeug oder Lkw. Zum Beispiel nach Deutschland, wie der Schwertfisch, den der Fischhändler für seinen deutschen Stammekäufer reserviert hat.

„Im Gegensatz zu den Großmärkten in München oder Berlin wird in Rungis die Ware noch aufgebaut. Sie können hier alles an-

schauen und auch probieren“, erklärt Bachmann, während er sich mit ein paar Handgriffen von der Qualität des 40-Kilogramm-Burschen überzeugt. Fleisch fest, Schwert, Maul und Haut unverletzt – Signal zum Abtransport. „Der liegt heute Abend in München auf einem Party-Buffer“, sagt er. Hinsichtlich Frische sei das System Bachmann-Käfer einzigartig in Deutschland: 48 Stunden vom Boot bis zur Pfanne kombiniert mit einer bedarfsgenauen Bestellung aus der Küche. „Wenn die drei Loups brauchen, schick ich drei Loups. Da steht am Ende der Woche nirgends ’ne Kiste Fisch in der Ecke.“ Auch andere Häuser mit erlesenen Sortimenten erkannten den exklusiven Charme der Fashion-Food-Philosophie, die keine Lagerhaltung kennt: das Berliner KaDeWe und Harrods in London gehören inzwischen ebenfalls zur Kundschaft.

Grünschnabel an der Seine. Dabei kam der 58-jährige Experte für Lebensmittelhandel durch Zufall zur feinen Küche und an die Seine. 1969 wurden die über 100 Jahre alten Markthallen im Zentrum von Paris aus Platzmangel und Hygienegründen abgerissen. In den Vororten nahe dem Flughafen Orly entstand ein größerer und moderner Markt: eine eigene Stadt mit Verwaltung, Veterinärbehörden, Banken, Müllverbrennungsanlage, Feuerwehr, Güterbahnhof, Post und sogar einer Berufsschule. Der Münchner Lebensmittelhändler Niederreuther sah hier eine Chance, deutschen Käse und ungarische Salamis jenseits der Grenze zu



verkaufen und schickte kurz entschlossen den 19 Jahre alten Groß- und Außenhandelskaufmann Heribert Bachmann in die französische Hauptstadt. „Da hab' ich noch viel Pfannkuchen und Fisch mit Senfsoße gegessen“, amüsiert er sich rückblickend. Ein Kunde jedoch vermittelte ihm bald die Begeisterung für gute Produkte: Helmut Käfer, der Onkel des heutigen Käfer-Chefs Michael. Der kam schon seit Mitte der 60er-Jahre regelmäßig in die Pariser Markthallen, um Waren für den Familienbetrieb einzukaufen und per Lkw nach München zu schicken. Vor allem für den Partyservice mit prachtvollen Inszenierungen und üppigen Dekorationen entdeckte er in dem französischen Feinkost-Dorado Spezialitäten, die an der Isar bis dahin kaum bekannt waren.

„Mein Ziehvater“, sagt Bachmann, der heute wie ein wandelndes Gourmet-Handbuch erzählt, wer die besten Gänselebern verkauft, warum französische Morcheln besser schmecken als türkische, in welchen Höhenlagen Rindern das zarteste Fleisch auf der Hüfte wächst und dass Käse im Sommer leicht bitter wird, wenn Kühe zu viele Butterblumen fressen. Genuss habe nicht immer mit Geld zu tun, sondern mit Wissen. Savoir-vivre eben.

Frühstück mit Austern. Zeit für Kaffee und Croissants, es wird langsam hell. Oft frühstückt der Profi-Einkäufer mit Kollegen der Pariser Edelgastronomie, man ist befreundet und gibt sich Tipps. Auch im Restaurant „A la Marée“ gegenüber der Fischhalle begrüßt ihn der Chef mit herzlichem Händedruck. „Hier kriegt man die besten Austern von Paris, weil das Werbung für die Händler ist“, verrät Bachmann. Rund um den Tresen trinken Arbeiter in weißen Gummistiefeln und weißen Kitteln ihr Feierabend-Bier. Fische kaufen und verkaufen ist ein reines Nachtgeschäft, um sieben Uhr sperrt die Halle zu. Käse und Obst gibt es auch noch am Vormittag.

Im Gebäude D5 hat die Luft nur EU-genormte sechs Grad. Bachmann trägt eine wolllene graue Baskenmütze, schimpft über europäische Verbote der hierzulande geliebten Rohmilchkäse und wirkt so integriert in seine Wahlheimat, dass man ihm die deutsche Staatsbürgerschaft nicht mehr ganz glauben




Besichtigung der Markthallen von Rungis,
9 bis 65 Euro,
www.visiterungis.com

Austernessen im Restaurant
„A la Marée“ direkt neben
der Fischhalle
Tel. 00 33/146 86 - 97 34,
Reservierung: - 90 90,
24 Stunden geöffnet

„Der Bauch von Paris“,
Historischer Roman
über das Leben in den alten
Pariser Markthallen
von Emile Zola,
erschienen 1873

möchte. Zielstrebig umkreist er eine Palette runder und eckiger Ziegenkäse-Spezialitäten, knipst ein Digitalfoto und bespricht sich kurz per Handy mit dem Käfer-Büro. „Die Zeiten der anonymen Preislisten sind längst vorbei. Angebote von Bauern in den entlegensten Dörfern oder Beanstandungen von Kunden in Dubai, das geht heutzutage alles ruck, zuck per Bild und Internet“, erklärt er. Oft geht es bei Kaufentscheidungen um Minuten, weil Ware schnell verdirbt oder sehr limitiert ist. Wenn Anfang März die begehrten ersten Kirschen aus Südfrankreich eintreffen, darf er trotz der 300 Euro pro Kilo nicht lange zögern. „Wichtig ist, dass wir die tolle Ware exklusiv haben. Die Kirschen krönen dann eben einzeln ein Dessert.“

Immer in Bewegung. Je höher die Sonne steigt, umso ruhiger wird es in den Straßen von Rungis, die Hallen sind leer und übersät mit Kaffeebechern aus braunem Plastik. Im Büro der Fashion Food France geht es dagegen geschäftig zu: Mail- und Fax-Bestellungen mit ungefähr 9000 verschiedenen Artikeln jährlich werden in Einkaufslisten verarbeitet und elektronisch an bis zu 1000 Lieferanten verteilt, die 24 Stunden pro Tag an die Rampe liefern. Und: Was hinten reinkommt, geht möglichst schnell vorne raus. „Wir halten alles im Fluss“, lautet Bachmanns Lieblingssatz zu dem Thema. Die jahrzehntelang perfektionierte Logistik ist eine wichtige Dienstleistung von Fashion Food. Die ist gefragt, solange deutsche Feinschmecker gezwungen sind, sich in Rungis zu versorgen.

Auch Marc Spielrein, Generaldirektor der Betreibergesellschaft des Marktes, Semmaris, sieht dies nicht als prestigeträchtige Kapriole der Gourmets im Nachbarland: „Der Großhandel hat das Segment hochqualitativer Lebensmittel in Deutschland systematisch eliminiert. Die Verbraucher finden dort das Angebot nicht mehr.“ Die Firma Käfer hat sich den Nachschub gesichert und sich 2004 an der Fashion Food beteiligt. Als Bachmann am Nachmittag den wie ausgestorben daliegenden Markt verlässt und müde in Richtung Eiffelturm fährt, klingelt das Handy: „Der Schwertfisch ist angekommen.“ In München. 

Katharina Heuberger | redaktion@finanzen.net