

„Der Lachs muss trocken sein“

Zum Jahresende steigt die Nachfrage nach geräuchertem Fisch - Hochkonjunktur für die Betriebe

Von Marc Borufka

DAHLHEIM/KASSEL. Nur wenige Handgriffe benötigt Christina Böttcher, dann ist die saftige Lachshälfte in wenigen Sekunden auch schon enthäutet. Den eigentlichen Schneidevorgang übernimmt dabei die Maschine. Die schuppige Haut landet unten in einem Abfalleimer, den Lachs nimmt Christina Böttcher und legt ihn auf ein Band, das den lachsfarbenen Fisch durch die Schneidemaschine transportiert, wo er in zarte Scheiben geschnitten wird.

„Über Weihnachten und Silvester haben wir eine doppelte bis dreifache Nachfrage nach Lachs“, sagt Günter Kessler, Geschäftsführer der Fischräucherei Apel in Dahlheim. Dann ist Hochbetrieb

Kalter Rauch für den Lachs

angesagt. Während Kessler die letzten nicht verwertbaren Reste vom Fisch abschneidet, tupft Mitarbeiter Stefan Heling die Lachshälften mit einem Tuch trocken, bevor sie für vier Stunden in der Räucherammer landen. „Der Fisch muss trocken sein, sonst nimmt er keinen Rauch an“, erklärt Kessler.

Anders als Schillerlocken, Aale oder Forellen, die mit dem heißen Rauch von harzfreiem Buchenholz geräuchert werden, wird der Lachs mit kaltem Rauch bearbeitet, da sonst die Eiweißstruktur zer-



Lachsverarbeitung: Nach der maschinellen Enthäutung legt Christina Böttcher von der Fischräucherei Apel (links) die Lachshälften aufs Band, das den Fisch durch die Schneidemaschine transportiert. Den geschnittenen Lachs nimmt dann Firmenchefin Heike Kessler (rechts), um ihn zu verpacken.

FOTOS: BORUFKA

stört und der Lachs dann zerfallen würde. Eine Sprinkler-Anlage kühlt dabei den Rauch ab.

Über die Feiertage seien auch Karpfen mit ihrem dunkelroten Fleisch, die er von Züchtern aus Mecklenburg geliefert bekommt, sehr beliebt bei den Kunden, so der 49-jährige Geschäftsführer.

Mit dem üppigen Geschäft am Jahresende überbrückt die Räucherei die „große Flaute“, die nach Pfingsten bis etwa Anfang November die Schneide- und Verpackungsmaschinen langsamer laufen lässt. Von Ostern bis Pfingsten dagegen sorgen die vielen Konfirmationen und Hochzeiten für guten Umsatz. Der Fa-

milienbetrieb beliefert hauptsächlich den Großhandel. Der Verkauf an Einzelkunden „wird zwischendurch mitgemacht“.



Michael Peter

Auch Michael Peter, Inhaber der gleichnamigen Lachsräucherei in Kassel, verkauft am Jahresende etwa drei Mal so viel Fisch als im Vergleich zu den vorangegangenen Monaten. „Es ist unvorstellbar, was der Verkauf an Zuwachs gewinnt um Weihnachten“, so Peter. Dann müssen wieder Familienangehörige, Freunde und Bekannte mit anpacken. 1500 Kilogramm Lachsfilets und jeweils 500 Kilogramm Karpfen und Aale gehen zu Weihnachten und Silvester über die Ladentheke. Bei Kunden aus der ehemaligen Sowjetunion sei vor allem der Karpfen beliebt.

Michael Peter spricht von einer Tradition, wenn seine Kunden „unwahrscheinlich viel Lachs kaufen“. Kanadischer Wildlachs, Irischer Lachs, gebeizter Gravedlachs, Alaska Wildlachs oder Lachs, der mit Sandelholz geräuchert wird, kommt bei ihm in den Ofen.

Ein Trend gehe hin zu Scha-

lentieren, hat Peter festgestellt. So werde nun häufiger nach Langusten oder geräucherten Garnelenspießen nachgefragt.

„Wir machen alles selber“, sagt Peter. So wird der Fisch zerlegt, eingelegt, geräuchert und in Scheiben geschnitten.

Vom Anliefern bis hin zum fertigen Produkt, das in der gekühlten Ladentheke zum Verkauf angeboten wird, vergehen so vier Tage.

Auf eine Sache legen beide Räuchereien großen Wert: „Verkauft wird nur frische Ware.“



Fischregal: Stefan Heling räumt den räucherfertigen Lachs in den Ofen.



Geräucherte Aale: Günter Kessler, Geschäftsführer der Fischräucherei Apel überprüft die Qualität der frisch geräucherten Aale, die insgesamt 3,5 Stunden in der Räucherammer hängen müssen, bis sie fertig sind.