

Ostseeschnäpel satt – von Spitzenköchen zubereitet

JOURNALISTEN AUF DEN SPUREN EINES GOURMETFISCHS

Für Gäste in Mecklenburg-Vorpommern ist es selbstverständlich: Ich bin an der Ostsee, also esse ich frischen Fisch! Ob Dorsch, Hering oder Aal – sie alle sind schmackhaft und weitgehend bekannt. Als Geheimtipp galt bis kurzem eine weitere regionaltypische Fischart: der Ostseeschnäpel. Mittlerweile hat sich jedoch herumgesprochen, dass der Edelfisch, der fast schon ausgestorben war, nun wieder auf den Speisekarten der vorpommerschen Restaurants zu finden ist. Mit dem Comeback des Ostseeschnäpels wirbt seit einem Jahr auch die Projektgruppe Landesmarketing.

Im Mai 2006 hatte die Projektgruppe Landesmarketing gemeinsam mit dem Marketingteam der Dreikaiserbäder eine Gruppe von Gourmet- und Reisejournalisten auf eine kulinarische Entdeckungsreise nach Heringsdorf geladen. Im Mittelpunkt der Tour stand der Ostseeschnäpel. Gelegenheit zum ersten Kennenlernen mit dem auch als Steinlachs bekannten Fisch gab es bei einem Schnäpel-Bufferet, zubereitet von drei Spitzenköchen. Jürgen-Uwe Kreiseler, Küchenchef und Inhaber vom Restaurant „Rankwitzer Hof“ in Rankwitz, Rainer Kopp, Küchenchef und Besitzer des „Fischkopp“ in Bansin, und Jörg Gleißner



Rainer Kopp, Küchenchef und Inhaber des Restaurants „Fischkopp“ in Bansin, präsentiert der Journalistin Sabine Wuttke seinen geräucherten Ostseeschnäpel.

vom Restaurant „1900“ in Heringsdorf servierten den Schnäpel in mehreren Variationen.

Der in der pommerschen Küche gefragte Speisefisch vereint gleich mehrere kulinarische Vorzüge eines Gourmetfisches in sich, zum Beispiel einen geringen Fettgehalt und ein festes schmackhaftes Fleisch. „Wer den Ostseeschnäpel einmal probiert hat, wird von seinem besonderen Geschmack und der Qualität des Fleisches schnell überzeugt sein“, sagt Bernhard Gläss, Leiter der Projektgruppe Landesmarketing.

Dass sich der Bestand des Ostseeschnäpels erholt hat und der Fisch in den vorpommerschen Küstengewässern wieder verstärkt gefangen wird, davon konnten sich die Teilnehmer der Tour selbst überzeugen. Eddy Stoll, Fischer und Gastronom in Bansin, nahm die Journalisten mit zum Fischfang auf die Ostsee. Neben aller Kulinarik kam auch die Kultur auf der Reise nicht zu kurz. Auf dem Programm standen beispielsweise die mondäne Bäderarchitektur der Insel Usedom und ein Besuch im Pommerschen Landesmuseum in Greifswald. Das kulinarische Schnäpel-Finale bildete ein opulentes Fisch-Menü im Restaurant „Le Croy“, zubereitet von Stefan Frank, einem der Spitzenköche Mecklenburg-Vorpommerns.

EDITORIAL



Liebe Leserinnen und Leser,

dass Sie heute einen Sonder-Newsletter in den Händen halten, der sich nur dem Ostseeschnäpel wid-

met, hat einen guten Grund. Der Edelfisch war schon fast aus den vorpommerschen Küstengewässern verschwunden und erlebt derzeit sein Comeback. Dank eines vom Land unterstützten Aufzucht- und Besatzprogramms ist er wieder vermehrt in den Gewässern und zur Freude der Gourmets auch wieder auf den Speisekarten der Restaurants zu finden. Im neuen Reiseführer „Merian“ ist von seiner ausgezeichneten Eignung zum Dünsten und Braten aber auch zum Räuchern oder Einlegen die Rede.

Von der „Rückkehr des Ostseeschnäpels“ haben wir bereits in der September-Ausgabe 2005 unseres Newsletters berichtet. Auch eine der Erfolgsgeschichten „made in MV“ im Unternehmensmagazin [em vau] 2005 beschäftigte sich mit diesem Fisch. Im Mai 2006 stand er sogar im Mittelpunkt einer Journalistenreise, zu der wir auf die Insel Usedom eingeladen hatten. Auf den Spuren des Schnäpels gab es vor allem dessen kulinarische Vielfalt zu entdecken. Kaum ein anderer Fisch bietet derart viele Zubereitungsmöglichkeiten. Grund genug, ihn als regionaltypisches Qualitätsprodukt überregional bekannter zu machen. Denn sein Geschmack, seine Qualität und Frische stehen stellvertretend für das Angebot der hiesigen Ernährungswirtschaft.

Bernhard Gläss
Leiter der Projektgruppe Landesmarketing

Fangniveau nach Aufzuchtprojekt wieder stabil

INTERVIEW MIT PROJEKTLEITER NORBERT SCHULZ VOM VEREIN FISCH & UMWELT MV

Anfang der 1990er Jahre war der Bestand des Ostseeschnäpels dramatisch gesunken und der Fisch fast in Vergessenheit geraten. Mittlerweile sind die Fangzahlen wieder gestiegen. Zurückzuführen ist dieser Erfolg auf das so genannte „sea ranching“ des Vereins Fisch & Umwelt in Rostock. Das Aufzucht- und Besatzprogramm wird mit Geldern der Europäischen Union und des Landwirtschaftsministeriums in Schwerin finanziert.

[em vau] kompakt: Was versteht man unter „sea ranching“?

Norbert Schulz: „sea ranching“ meint die Vergrößerung eines Fischbestandes durch Besatz mit künstlich aufgezogenen Jungfischen in einem abgegrenzten Seegebiet. Man gewinnt dazu den Laich in der Hauptlaichzeit. Die befruchteten Eier werden in sogenannten Zugergläsern erbrütet und die geschlüpften Larven in Netzkäfigen bis zu einer Größe von drei bis fünf Zentimetern aufgezogen. Im Juni des Folgejahres werden diese dann vorwiegend in ihre Herkunftsgewässer ausgesetzt.

[em vau] kompakt: Wie hat sich der Bestand des Ostseeschnäpels mit Hilfe dieses Aufzuchtprojektes entwickelt?

Norbert Schulz: Seit Beginn der Besatzmaßnahmen sind die Fänge deutlich gestiegen. Der niedrigste Ertrag wurde mit 2,7 Tonnen 1995 erzielt. Durch die Maßnahmen stiegen die Erträge kontinuierlich an. Der Höchstbe-

trag war 2001 mit 55,1 Tonnen. Danach pegelte sich der Ertrag auf 25 bis 28 Tonnen ein. Auch in der Zukunft muss es das Ziel sein, ein stabiles Fangniveau sowie eine Bestandssteigerung zu erreichen. Eine natürliche Reproduktion wird wohl in absehbarer Zeit nicht ausreichen, um den Bestand so zu vergrößern, dass die Nachfrage nach diesem Speisefisch gedeckt werden kann.

[em vau] kompakt: Wie wird der Ostseeschnäpel im Moment vermarktet?

Norbert Schulz: Zumeist durch Großhändler wie die Hohendorfer Firma Birnbaum & Kruse GbR und die Müritz Plau Fischerei GmbH in Waren. Die Fischer selbst vermarkten den Fisch nicht. Doch die Nachfrage in MV und auch von süddeutschen Fischhändlern steigt rasant an, ohne dass der Bedarf gedeckt werden kann. Notwendig ist die Entwicklung von Ver- und Bearbeitungstechnologien, die es ermöglichen, den Fisch, der nur im Zeitraum Oktober bis Januar wirtschaftlich zu fangen

ist, bis in den Sommer hinein anzubieten.

[em vau] kompakt: Kann die Werbung mit dem Ostseeschnäpel als Gourmetfisch überregionale Aufmerksamkeit erregen?

Norbert Schulz: Das hat sie schon. Der Fisch hat wieder einen festen Platz auf der Speisekarte in MV. Durch ein geschicktes Marketing kann der Schnäpel als gesunde, schmackhafte küstentypische Delikatesse eine große Zukunft vor sich haben. Der Ostseeschnäpelbestand in Mecklenburg-Vorpommern ist, neben sporadischen Beifängen polnischer Fischer und wenigen Fängen des Schleischnäpels (Schleswig-Holstein), der einzige gezielt durch die Berufsfischerei genutzte Bestand dieser Art an der südlichen Ostseeküste. Er ist damit nicht nur wirtschaftlich bedeutsam, sondern auch als Werbeinstrument der hiesigen Ernährungsbranche bestens geeignet.



+ + + S C H N Ä P E L F A K T E N + + +

Edelfisch im Silberlook

Der Ostseeschnäpel (*Coregonus lavaretus balticus*) gehört zu der Familie der Salmoniden, zu der auch Lachs und Forelle zählen. Der Fisch hat eine silbrige Farbe und ist in den vorpommerschen Küstengewässern zu finden. Ausgewachsene Schnäpel ernähren sich von Plankton, aber auch von Kleinfischen beziehungsweise Bodentieren. Der Edelfisch kann bis zu 1,20 Meter groß werden. Wie alle lachsartigen Fische hat er eine kleine, leicht entfernbare Fettflosse kurz über der Schwanzflosse. Zu seinen natürlichen Feinden gehören – vor allem bis zur Laichreife – Raubfische und Vögel.

Ein Fisch auf Wanderschaft

Jedes Jahr im November und Dezember verlässt der Ostseeschnäpel die äußeren Küstengewässer der Pommerschen Bucht und zieht in die weniger salzhaltigen Brackwassergebiete des Peenestroms, des Achterwassers und des Stettiner Haffs. Das Ostseeschnäpel-Weibchen laicht im stark strömenden, seichten Wasser über Kies- und Steingrund ab. Die drei Millimeter großen Eier kleben an den Kieselsteinen fest und benötigen etwa 100 Tage bis zur Entwicklung. Im Frühjahr ziehen die Weibchen dann wieder in die äußeren Küstengewässer ab. Die Jungfische folgen ein Jahr später.

Stabiler Bestand

Der Ostseeschnäpelbestand der vorpommerschen Boddenlandschaft ist der einzige Bestand an der südlichen Ostseeküste, der durch die kleine Küstenfischerei (offene Boote) gezielt befishet wird. Der Schnäpel hat für die ortsansässigen Fischereibetriebe zunehmend wirtschaftliche Bedeutung. Denn nach Aussagen der heimischen Fischindustrie wäre das Doppelte bis Dreifache der zur Verfügung stehenden Menge von jährlich etwa 30 Tonnen vermarktbare (bis 100 Tonnen). Seit 2005 wird durch Besatzmaßnahmen eine Bestandsstabilisierung und -vergrößerung in der Darß-Zingster Boddenkette durchgeführt.

Minister als Meisterkoch

Die Land- und Ernährungswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern setzt auf Qualität, Geschmack und Frische. Bestes Beispiel für ein regionaltypisches Naturprodukt aus MV ist der Ostseeschnäpel. Dieser Meinung ist auch der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband Mecklenburg-Vorpommern und stellte den Edelfisch auf der Internationalen Grünen Woche (IGW) im Januar 2006 in Berlin vor. Auch der Verein Agrarmarketing Mecklen-

burg-Vorpommern warb für die Delikatesse und präsentierte im Rahmen einer zweiwöchigen MV-Aktion gemeinsam mit dem Kaufhof in Berlin Spezialitäten aus Mecklenburg-Vorpommern. 19 Unternehmen der Ernährungsbranche stellten mehr als 220 Produkte vor. Eröffnet wurde die Leistungsschau von Landwirtschaftsminister Dr. Till Backhaus mit einer Kochaktion. Auf der Karte beim „Minister-Kochen“ stand als besondere Spezialität Ostseeschnäpelfilet auf Steckrüben mit Kartoffeln, Bohnen und Backpflaumen im Sanddornsud.



Landwirtschaftsminister Dr. Till Backhaus kochte in Berlin Ostseeschnäpelfilet auf Sanddornsud.

Von Escoffier bis Wikipedia-Enzyklopädie

Bei Fischern und Gastronomen ist der Name Ostseeschnäpel noch weithin unbekannt. Feinschmecker dagegen wissen den Steinlachs längst zu schätzen. Lexika und die Fachliteratur kennen den Namen Schnäpel schon lange. Im Brockhaus Konversations-Lexikon etwa heißt

es unter der Rubrik „Felche“: „...der Schnäpel mit weit vorgezogener Schnauze...“. Hubert Erhards ordnet den Schnäpel in „Unserer Fische“ von 1925 den lachsartigen Fischen zu und beschreibt sein Aussehen, Vorkommen und das Laichverhalten. In der bekannten

Internet-Enzyklopädie „Wikipedia“ wird über mögliche Zubereitungsarten informiert. Als sehr wohlschmeckender Fisch mit dem französischen Namen „Lavaret“ ist der Schnäpel sogar in Auguste Escoffiers „Guide culinaire“, Paris 1903, erwähnt.

Würzig, aromatisch, grätenarm



Ostseeschnäpel gebraten auf Champignons, garniert mit Kräuterschmand und Lachs-Kaviar

Wie alle lachsartigen Fische hat der Ostseeschnäpel einen würzig-aromatischen Geschmack. Das Filet ist besonders grätenarm. Wegen seines Fettgehalts von nur zwei bis sechs Gramm im essbaren Anteil ist der Schnäpel vor allem als Räucherfisch bestens geeignet. Serviert wird die norddeutsche Delikatesse zum Beispiel im Gutshaus Stolpe, im Kempinski Grand Hotel Heiligendamm, im Rankwitzer Hof, im Seehotel Ahlbecker Hof oder im Greifswalder „Le Croy“ sowie im Restaurant „1900“ des Aurelia Hotels St. Hubertus im Seebad Heringsdorf.

Ein Steinlachs in den Medien

Der Ostseeschnäpel ist zurück. Seit einigen Jahren wachsen die Bestände des Steinlachs in den Gewässern vor Usedom wieder kontinuierlich an. Der Feinschmeckerfisch ist inzwischen auch ein Thema für überregionale Medien. So klärte beispielsweise die Westdeutsche Allgemeine Zeitung über die kulinarischen Vorzüge des grätenarmen Lachses auf.

Die Süddeutsche Zeitung schrieb gar vom „Wendegewinner mit dem Spitzen Maul.“ Auch Spiegel Online berichtete über den „Fisch für alle Fälle“. Radiobeiträge über den Ostseeschnäpel liefen auf den Sendern Mitteldeutscher Rundfunk, Hessischer Rundfunk sowie Deutschlandfunk. Und im Reiseführer Merian taucht der exquisite Fisch als Delikatesse in der Rubrik „Essen und Trinken“ auf.

Erfolgreiche Fischerei-Förderung

Die Fischwirtschaft ist ein zentraler Förderschwerpunkt in Mecklenburg-Vorpommern. Das Land hat in diese Branche seit 1989 insgesamt 250 Millionen Euro investiert. Ziel ist es, einen sich selbst tragenden Wirtschaftszweig

aufzubauen. Unterstützung erhält das Landwirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern dabei von der Bundesregierung. Zu den geförderten Projekten gehört auch die Ansiedlung von gezüchteten Fischen in freien Gewässern, das so genannte Sea-Ranching.

I M P R E S S U M

HERAUSGEBER

Projektgruppe Landesmarketing
Bernhard Gläss (V.i.S.d.P.)
Johannes-Stelling-Straße 14
D-19053 Schwerin
Telefon: +49 385 588-5795
Telefax: +49 385 588-5797
E-Mail: p.landesmarketing@
wm.mv-regierung.de
Internet: www.mv-tut-gut.de

BILDNACHWEIS

Projektgruppe Landesmarketing, Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V., Norbert Schulz

REDAKTION

Projektgruppe Landesmarketing

KONZEPT & LAYOUT

Pleon Kohtes Klewes GmbH, Berlin

COPYRIGHT

Projektgruppe Landesmarketing

Auf Wunsch erhalten Sie [em vau] kompakt auch als PDF-Datei. Hierfür genügt eine kurze E-Mail an die Projektgruppe Landesmarketing.