

Dorothea Löcker
Alexander Potyka (Hg.)

Lesereise Kulinarium Spanien

*Paella, Tapas
und ein Gläschen Sherry*

Picus Verlag Wien

Die innere Uhr umstellen, bitte!

Vorwort

Nicht nur die Liebe, auch das Reisen geht gewissermaßen durch den Magen. Das Fernweh und der Umgebungswechsel vermitteln sich bei Tisch oder an der Bar nicht nur besonders genussvoll, sondern auch nachhaltig. Längst haben die Spitzenprodukte der spanischen Lebensmittelproduktion – vom *queso manchego* bis zu den *aceitunas*, von den Orangen bis zum *Serrano*-Schinken und der *chorizo*, vom *sherry* bis zum *rioja* und zum *cava* – über die Supermärkte hinaus auch die Haushalte in ganz Europa erobert und damit den Ruf der spanischen Küche gemehrt. Mag die französische Spitzengastronomie eine längere Tradition als Inbegriff des Raffinements haben und mag die italienische Küche als die verlässlichste bodenständige in Europa gelten: Spaniens Köchinnen und Köche können gewiss mit beiden mithalten.

Wer sich also mit Vorfreude auf den Weg macht, um in einer spanischen *Tapas*-Bar, in einem *restaurant*, einer *bodega* oder einem einfachen *chiringito* am Strand dem Genuss nachzugehen, möge bloß auf eines achten: Ohne Umstellung der inneren Uhr wird es nicht gehen. Wenn überall in Europa die Tische bereits abserviert sind, die letzten Gäste schon den Abschiedsdigestif eingenommen haben, dann beginnt in Spaniens Lokalen erst das Hauptgeschäft. Verblüffenderweise speisen die Spanier

– diesbezüglich übrigens ihren portugiesischen Nachbarn gleichend – gerne lang nach Einbruch der Dunkelheit, und wer sich im Restaurant nicht ausschließlich unter Touristen wiederfinden will, kann sich schon einmal darauf einstellen, sein Hauptgericht erst gegen Mitternacht serviert zu bekommen. Da Spanien aber eigentlich im europäischen Rhythmus lebt, die Büros also durchaus um neun Uhr morgens besetzt und in Betrieb sind, braucht es nicht zu verwundern, dass dem Frühstück, so wenige Stunden nach der Hauptmahlzeit, auf der iberischen Halbinsel nur nachgeordnete Bedeutung zukommt.

Spanien ist aus gutem Grund eines der beliebtesten Reiseziele Europas. Zwischen Frankreich und Nordafrika liegend, das Mittelmeer westlich abschließend und im Süden bis an den Atlantik reichend, bildet es nicht nur geografisch eine Brücke zwischen den Kulturen, auch in der alltäglichen Lebenskunst vereint und integriert es so viele Einflüsse, dass daraus ein reiches Repertoire an Genüssen entstanden ist.

Dieser Band versammelt Geschichten, die nicht nur Lust auf die spanische Küche, die Erzeugnisse der Winzer und Olivenbauern, oder die Neugierde auf einen Besuch in einer *pastelería* wecken sollen, es geht vielmehr auch um das spanische Lebensgefühl, das die Menschen, die hinter diesen Köstlichkeiten stehen, vermitteln.

Dorothea Löcker &
Alexander Potyka

Bläschen, die die Welt bedeuten

Katalanischer Schaumwein – vom Massenerfolg und von einigen feineren Sorten

In Zürich hat man daraus das »Cüpli« gemacht. Eine so alberne Bezeichnung hat der gemeinhin in »flûtes« gereichte Champagner eigentlich nicht verdient. Heute ist, was da getrunken wird, ohnehin oft ein »Cüpli Cava«. Geht irgendwie leichter über die Lippen als eine »flûte de champagne«, in jeder Hinsicht übrigens. Steht doch ein guter *cava*, vorausgesetzt man nimmt an seiner stets leicht säuerlichen Note keinen Anstoß, einem durchschnittlichen Champagner außer im Preis um nichts nach. Das Problem ist nur, wie man an einen guten *cava* herankommt. Denn der Exportmarkt wird weitgehend von einer einzigen Firma beherrscht: der Freixenet-Gruppe, die 1996 die deutsche Henkell als weltgrößte Sektproduzentin abgelöst hat.

Werfen wir zunächst einen Blick auf die Weltkarte des Schaumweins: Nach der *méthode champenoise* wurden letztes Jahr in der Champagne selbst über dreihundert Millionen, im katalanischen Penedès ungefähr zweihundert Millionen Flaschen hergestellt. In dieser Größenordnung produzieren auch Deutschland, Russland und Italien Schaumweine, freilich mehrheitlich ohne die kostspielige und delikate Flaschengärung, die für den Champagner und eben auch für den *cava* typisch ist. Wenn es nun darum geht, den Stoff zu trinken, tut es niemand den

Deutschen gleich: Sechs Flaschen pro Nase genehmigen sie sich jährlich. Dass, vornehm ausgedrückt, Preisbewusstsein dabei für sie vor Markentreue geht, bekam etwa der italienische Asti zu spüren. Genau hier setzte die Exportoffensive der Freixenet-Gruppe an. Im Rekordjahr 1999 (nach dem Millenniumstrubel erlitten die Schaumweinproduzenten weltweit einen Einbruch) führte Freixenet nicht weniger als einundsechzig Millionen Flaschen nach Deutschland aus; bescheiden nehmen sich daneben die knapp drei Millionen aus, die in die Schweiz gingen. In beiden Fällen machten sie aber über neunzig Prozent der *Cava*-Importe aus. Auf dem spanischen Markt, der für ungefähr hundert Millionen Flaschen gut ist, hat zwar immer noch das andere große Traditionshaus, Codorníu, die Nase vorn; als Exporteur aber hat die Gruppe Freixenet, zu der eine ganze Reihe weiterer Kellereien gehören, quasi eine Monopolstellung erreicht. Nicht zur puren Freude ihrer Konkurrenten.

Der Penedès ist ein bukolisches Hügelland westlich von Barcelona, im Norden begrenzt von der bizarren Silhouette des Montserrat-Massivs. Katalanisch ausgesprochen klingt in dem Wort Penedès das *pa* an, das Brot, das etymologisch darin steckt. Hier wurde früher vor allem Getreide angebaut; Wein lediglich für den Hausgebrauch. Lang war der Weg vom täglichen Brot zu jenem Getränk, das vornehmlich bei festlichen Gelegenheiten getrunken, wenn nicht direkt aus dem Stöckelschuh einer vor Vergnügen kreischenden Dame geschlürft wird. Aber halt! Fehlt nicht dem *cava* eben das Glitzer-Image, jene Spur von Glamour, die den Champagner auszeichnet? Und ist es nicht andererseits gerade das Ziel der *Cava*-Hersteller, die Flöte zu etwas

Alltäglichem zu machen? In und um Barcelona ist es durchaus Sitte, an einem regnerischen Dienstag im April eine *copa de cava* zu bestellen, und viele Leute trinken ihn auch gern zum Essen, besonders zu Meeresfrüchten. Die prunkvollen TV-Spots von Freixenet, für die Stars wie Gene Kelly, Paul Newman, Sharon Stone oder Kim Basinger aufgeboten wurden, werden aber nach wie vor ausschließlich in der Weihnachtssaison ausgestrahlt. Den Anfang hatte übrigens Liza Minnelli gemacht: 1977. Damals war Freixenet, nach heutigen Maßstäben, noch ein Zwerg, und der gesamte *Cava*-Export belief sich auf gerade mal fünf Millionen Bouteillen (im Rekordjahr 1999: hundertdreißig Millionen).

Seither ist natürlich auch Fremdkapital ins *Cava*-Geschäft geflossen; die beiden Großen aber sind bis heute fest in Familienhand. Bei Freixenet ist es der Clan Ferrer, der ein bis nach Kalifornien und Mexiko verzweigtes Imperium aufgebaut und mit der Marke Henri Abelé auch in der Champagne Fuß gefasst hat. Bei Codorníu sind es die Nachfahren jenes Mannes, dem es 1872 als Erstem im Penedès gelungen war, Schaumwein nach der *méthode champenoise* herzustellen: Don José Raventós. Damals sprach man noch von *champán*; das Wort *cava*, das eigentlich den Weinkeller meint, hat sich – unter französischem Druck – erst in jüngerer Zeit eingebürgert. Seit 1994 bleibt auch die Bezeichnung *méthode champenoise* den Weinen aus dem betreffenden Anbaugebiet vorbehalten und im Penedès muss man sich mit dem Hinweis *elaboración tradicional* begnügen.

Wichtig für das Verständnis von Familienclans wie den Ferrer (Freixenet) und den Raventós (Codorníu) ist die katalanische Tradition, den männ-

lichen Erstgeborenen, den *hereu* (sprich ere-u), als Allein- oder zumindest Haupterben einzusetzen. Bei Codorníu kam es daher in den achtziger Jahren zum Zerwürfnis. Der von der Familie verstoßene *hereu* gründete sofort ein neues Unternehmen, Raventós Blanc, und ließ es sich nicht nehmen, den Neubau direkt vis-à-vis vom Stammhaus in Sant Sadurní d'Anoia zu errichten. Es sind die beiden eindrucklichsten Bauwerke in der Gegend. Verkörpert die Anfang des 20. Jahrhunderts vom berühmten modernistischen Architekten Puig i Cadafalch errichtete *bodega* von Codorníu die Tradition, so ist die 1986 von Bach & Mora für Raventós Blanc entworfene Anlage das bisher beste Beispiel zeitgenössischer Architektur im Dienst des *cava*.

War nun der Familienzweist bei Codorníu in baukünstlerischer Hinsicht bereichernd, so gibt es doch Stimmen, die meinen, für das Traditionshaus habe er sich geschäftlich nicht ausgezahlt. Entschied doch derweilen die Freixenet-Gruppe das Exportrennen für sich. Daran änderte es auch nichts, dass Codorníu 1996 gegen seinen Konkurrenten gerichtlich vorging und 1999 in der sogenannten *guerra del cava* Recht erhielt. Ein Gericht sah es als erwiesen an, dass Freixenet Millionen Flaschen vor Abschluss der vorgeschriebenen Reifezeit von neun Monaten auf den Markt gebracht hatte, und verurteilte das Unternehmen wegen unlauteren Wettbewerbs zu einer millionschweren Entschädigung.

Derlei ist nicht gerade geeignet, das Ansehen der Branche zu erhöhen – zumal Kenner auch bei einem wohlfeilen *cava* eine Reifezeit von mindestens zwölf Monaten erwarten. Anspruchsvolleren Herstellern erscheinen die Bestimmungen des »consejo regula-

dor del cava« ohnehin als zu locker: »Aber die katalanische Regierung«, so die Besitzerin einer kleinen Kellerei, »schert sich einen Teufel um das Prestige und um die Anliegen der unabhängigen Hersteller. Sie will bloß mit Produktionszahlen auftrumpfen. Deshalb diese Langmut dem rücksichtslosen Dumping und dem Operieren an den Grenzen der Legalität gegenüber.« Dazu passt, dass die *Denominación de Origen Penedès* nur achtundzwanzigtausend Hektar Rebberge umfasst, die *D.O. Cava* hingegen deren vierzigtausend.

Bei Freixenet macht man denn auch keinen Hehl daraus, dass die Firma »nur« über siebenhundert Hektar eigene Weinberge verfügt und in ganz Spanien jährlich zweiundsechzigtausend Tonnen Weintrauben sowie eine ähnliche Menge Weinmost hinkauft. »Aber es ist nun einmal nicht dasselbe«, so wieder unsere temperamentvolle Gewähnsfrau, »seinen eigenen Weinberg zu bearbeiten und zu versuchen, den Körper eines *cava* ohne Zucker und sein Bouquet ohne Zusätze zu verbessern, wie seinen Most bei irgendeiner Kooperative einzukaufen, sich an die vier gesetzlichen Mindestvorschriften zu halten und das fertige Produkt mit einer schönen Etikette versehen zu lancieren.« Gerade die großen Hersteller produzieren ja übrigens längst nicht nur *cava*: »Auf einer Flasche steht Muscadet, auf einer Chardonnay, auf einer dritten Pinot noir; aber schmecken tun sie alle gleich.«

Den Charakter des *cava* prägt fast immer ein Verschnitt aus den drei einheimischen Rebsorten Xarel.lo, Macabeu und Parellada, wobei man die Cuvée heute oft noch mit einem Anteil Chardonnay geschmeidiger zu machen versucht. Entscheidend für die Quali-

tät ist sodann die Reifung – maximal fünf Jahre: Nur die Engländer trinken ihren sparkling wine gern auch ein bisschen »over the hill«. Den Unterschied zwischen einem guten und einem sehr guten *cava* macht indessen die Autolyse aus: Beim Remuage, dem früher von Hand und heute maschinell auf sogenannten Girasol-Pulten vorgenommenen Schütteln und Drehen der auf dem Kopf stehenden Flaschen, sinken die Hefezellen allmählich in den Flaschenhals und setzen dabei ihr Endoplasma frei, das für den Körper des Weines unerlässlich ist. Der Flaschenhals mit den Rückständen wird dann tiefgefroren, ein computergesteuertes System saugt das Sediment ab und mischt dem Wein dafür den sogenannten *licor de expedición* bei. Beim »brut nature« darf dieser theoretisch keinen Zucker enthalten, für einen »brut« sind bis zu fünfzehn Gramm, für einen semi-seco happige fünfzig Gramm pro Liter zugelassen. Solch süße Ware geht dann überwiegend nach Deutschland.

Ich war im Mietwagen unterwegs zu der kleinen, feinen Kellerei Rovellats etwas außerhalb von Vilafranca, als es plötzlich »pt-dm-pt-dm-pt-dm« machte: Ich hatte einen Platten. Da das Auto keinen Reservereifen hatte, musste ich per Taxi weiter. Am liebsten wäre ich gleich auf dem schönen alten Gut geblieben. Rovellats ist *cava* in Reinkultur: das Herrenhaus mit seinem Park, die romanische Kapelle, die Kellerranlagen, einzigartig durch ihre radiale Anordnung. Aber leider sind Journalisten, schon gar wenn sie eine Panne hatten, immer in Eile. Ich hatte noch das Glas prickelnde Gran Reserva in der Hand, als schon das nächste Taxi vorfuhr. Sein Chauffeur sollte mir wenig später eine Lektion in Lebensart erteilen, wie sie einem Weingebiet wie dem Penedès wohl ansteht.

»Um drei muss ich in Sant Sadurní sein. Holen Sie mich bitte um zehn vor im Restaurant Can Juan wieder ab«, verabschiedete ich mich von ihm. Aber dann ließ er bis zehn nach drei auf sich warten. »Ach wissen Sie«, meinte er, von keinerlei Gewissensbissen geplagt. »Ich habe zufällig beobachtet, dass Sie das Restaurant kurz vor zwei betraten. So schnell kann man nicht essen. Außerdem saß ich um zehn vor drei selber noch bei Tisch.«

Unter den zweihundertneunundsechzig registrierten *Cava*-Herstellern war mir von einem Kenner neben Rovellats auch das Haus Llopart empfohlen worden. In dem gepflegten, von vierzig Hektar eigener Rebberge umgebenen Neubau kann man sowohl modernste Produktionsanlagen als auch einige Museumsstücke bewundern, besonders schön etwa eine handbetriebene Verkorkungsmaschine. Sogar den Urahnen des heutigen Remuage-Pults zeigte mir Vater Llopart: einen Sandkasten, wie ihn im 17. Jahrhundert Dom Perignon ersann, und in den die Flaschen kopfvoran gesteckt wurden, um dann während zwei Wochen täglich einmal um einen Achtel gedreht und geschüttelt zu werden.

Das andere Extrem ist Freixenet. Natürlich stellt auch der Marktleader einige Spitzen-*Cavas* her, »und unser technologischer Vorsprung«, heißt es, »garantiert auch bessere Qualität«; aber das Gros macht doch die billige Massenproduktion aus. Man muss hinuntersteigen in die Kelleranlagen gleich gegenüber dem Bahnhof Sant Sadurní: Da führt eine modrige Treppe, lang und steil wie in der Moskauer U-Bahn, zunächst in den ältesten, höhlenartigen, aus dem Gestein herausgemeißelten Teil. Weiter geht es in die aus den zwanziger Jahren stammenden Ge-

wölbe, dann in die Betonerweiterung aus den siebziger Jahren und schließlich in den 1999 eröffneten, wie von Piranesi ersonnenen, über sieben unterirdische Geschosse verteilten Keller: Über zweihundert Millionen Flaschen lagern hier insgesamt, von enormen Robotern millimetergenau eingepasst. Womöglich noch eindrücklicher sind die Produktionsanlagen, die jahrein, jahraus pro Sekunde ungefähr fünf Flaschen *cava* abfüllen, verkorken und für den *degüelle* der Heferückstände wieder entkorken, erneut verschließen, verdrahten und verkapseln, waschen, etikettieren und für den Versand verpacken. Aus den Unterlagen von Freixenet geht hervor, dass die Firma über hundert Länder beliefert. Im Jahr 2000 gingen auch neunhundertsechzig Flaschen nach Bangladesch, vierundachtzig nach Kamerun. Da kann man sich, inmitten der vorbeiratternden Bouteillen, schon eher wieder vorstellen, dass letztlich jede Flasche *cava* ihre eigene Geschichte hat.

Markus Jakob