

Die Orange ist für uns zu einer gewohnten Frucht geworden. Aber das ist das Resultat einer ganz außergewöhnlichen Geschichte, die der Welthandel geschrieben hat.

Die Südfrucht

10. Dezember 2009, Gerd Held

Man kann sich die Szene, die sich vor gut 150 Jahren im winterlichen Hamburger Hafen abgespielt haben soll, lebhaft vorstellen. Als die Großhändler die erste große Ladung mit den bitter-süßen, schrumpfligen Früchten empfangen, waren sie nicht gerade begeistert. Dass eine solche „Zitrone“ zum rohen Verzehr geeignet sei und eine größere Kundschaft finden würde, konnten sie sich nicht vorstellen. Und doch kam es so. Die Orange machte Karriere und wurde als volkstümlicher „Weihnachtsapfel“ eingebürgert. Es war gerade der Kontrast der sonnenverwöhnten Südfrucht zum dunklen, kalten und hart arbeitenden Norden, der ihrem Geschmack den Reiz gab und ihr eine besondere Magie verlieh. Inzwischen haben sich viele andere Fremdlinge auf den Obststellern der Bundesbürger versammelt, aber die Orange ist der Klassiker.

Ein langer historischer Anlauf...

Die Geschichte der Orange fängt ganz langsam an. Sie war in Europa nicht völlig unbekannt, sondern über Jahrhunderte als eine seltene, exotische Erscheinung präsent. Schon früh war von sagenhaften „Goldäpfeln“ die Rede, deren Verzehr ewiges Leben verleihen sollte. Die christlich-mittelalterliche Phantasie hat an Eva's Apfel gedacht und die Angelegenheit in die Nähe der Erbsünde gerückt – vom späteren „Weihnachtsapfel“ war man weit entfernt. Ursprünglich stammt die Orange aus dem indochinesischen Raum. Die Frucht gelangte schon in der Antike ans Mittelmeer, gepflanzt wurde zunächst nur der Zitronenbaum. Erst im 10. Jahrhundert nach Christus brachten arabische Kaufleute den Orangenbaum von Kleinasien über Nordafrika nach Sizilien, Sardinien und Spanien. Ein klarer Fall von ökologischem Kolonialismus, lange bevor Portugiesen und Spanier die Weiterverbreitung nach Amerika übernahmen. Was damals Europa erreichte, hatte allerdings noch wenig mit der heutigen Südfrucht zu tun. Die „bittere Orange“ (*Citrus aurantium*) war ein Bäumchen mit kleinen Früchten, deren hoher Anteil an organischen Säuren sie roh ungenießbar machte. Aber sie hatten, wie die Blüten, ein starkes Aroma und dienten daher als ätherische Essenz, kulinarische Beigabe und Medikament. Ein hispano-arabisches Rezept aus dem 13. Jahrhundert empfiehlt eine „Orangencreme“ bei Völlegefühl, Mundgeruch und kalter Nase.

Die „süße Orange“ (*Citrus sinensis*) fand bis 1450 keine Erwähnung. Auch sie stammte aus Südostasien, aber erst die Blüte des europäischen Fernhandels brachte sie in Bewegung. „In Indien gab es viele Orangen, jedoch sind alle süß“ wunderte sich 1518 ein Seemann Vasco da Gama. Die neue Frucht fand zunächst auch nicht mehr Freunde als ihr bitterer Vorgänger. Sie kam selten auf den Tisch und blieb Zaungast auf den Feldern. Bis ins späte 18. Jahrhundert diente ihr gelegentlicher Anbau nur Sonderprodukten, die freilich schon europäischen Erfin-

dergeist anzeigen. Das französische Entemenu „à la bigarade“, die schottisch-englische Orangenmarmelade, das Neroli-Öl in der Parfüm-Manufaktur, die „Orangeade“ (Orangensirup mit Wasser) und der Curacao-Likör (über den Umweg der Antilleninsel) – sie alle benutzten Extrakte aus Schalen, Scheiben, Blüten und Blättern. Die „Orangerie“ wurde im Barock zum fürstlich-höfischen Treffpunkt und gegen 1700 kam das Wort „Apfelsine“ (appelsina = Apfel aus China) über Holland in den deutschen Sprachgebrauch.

...und ein Sprung in die Moderne

Ein paar Jahrzehnte später kommt auf einmal Schwung in unsere Orangengeschichte. Fast schlagartig werden an verschiedenen Orten der spanischen Mittelmeerküste bei Valencia größere Baumkulturen angelegt. 1781 in Alcira und 1790 in Villareal beginnt die rasante Karriere der modernen Südfrucht. Aber sie beginnt zugleich an einem ganz anderen Ort: im europäischen, industriellen Norden entsteht eine Nachfrage nach sonnig-frischen Früchten. Erst in der Kombination von Süden und Norden wird die Orange wertvoll. Der systematische Anbau im Valencianer Land dient dem Export, die mediterranen Märkte folgen später. Lange Zeit erhalten sie Früchte zweiter Wahl, noch heute liegt der deutsche Pro-Kopf-Verbrauch über dem spanischen. Die Natur ist günstig, denn die Orangen werden in Herbst und Winter geerntet, wenn es im Norden am dunkelsten und kältesten ist. Der Exportmarkt schlägt die Brücke. Nun können sich Anbau- und Verbrauchsgebiet im großen Maßstab trennen, die Wege von Baum und Frucht trennen sich. Und doch war noch nie so viel Verbindung zwischen den gegensätzlichen Geographien der Erde.

Wie müssen unsere Landsleute vor 150 Jahren die fremden Früchte bewundert haben? Die historischen Aufkleber auf den ersten Exportkisten zeigen Küsten, Sonne und Meer, schwarzgelockte Frauen, exotische Vögel und andere Symbole aus der Welt der Kolonialwaren. Ein anderes Licht strahlt dem Betrachter entgegen, ein warmer Wind berührt ihn. Bisher war der Süden allenfalls in der Exotik von Kaffee und Kakao greifbar. Eine direkte Berührung mit dem Süden war nur wenigen Reisenden vorbehalten. Mit der Orange, dem „Weihnachtsapfel“, kommt nun zum ersten Mal für breite Volksschichten der Süden in den Norden. Das ist eine eigenartige Pointe der Weihnachtsgeschichte, die ja von Licht und Wärme für diese Welt handelt.

Für den Norden eine Südfrucht

Die ersten Orangen kamen in Körben an Deck von Segelschaluppen über Mallorca nach Frankreich. Dieser kleine, tastende Süd-Nord-Verkehr wuchs bis 1856 auf 100000 Doppelzentner. 30 Jahre später war schon die Million erreicht und England hatte die Position Frankreichs übernommen. Die Segler wurden durch Dampfer ersetzt, und zwar zunächst durch Kohledampfer (tramps), die bei der Rückfahrt auf der Suche nach Ladung waren. Es folgten spezialisierte Kompanien wie die von Mr. MacAndrews, nebenbei Gründer des Tennisclubs von Valencia. Eine neue Form der Finanzierung setzte sich durch, die englischen Importeure kauften die Ernte auf Vorschuss. Mit diesem System verbreitete sich die Orange in Europa. 1913 betrug der Export schon 5,5 Millionen Doppelzentner. Neben England (42%) und Frankreich (22%) wurde Deutschland (21%) zum Hauptabnehmer. Die Statistik verzeichnete allein von 1898 auf 1899 eine Steigerung um 500%, das wird der Durchbruch des Weihnachtsapfels auf den deutschen Gabentischen gewesen sein. Auf dem Hamburger „Fruchthof“ wurden auch die „russischen Orangen“ konfektioniert – nur die erlesendsten Früchte durften die lange Rei-

se nach St. Petersburg antreten. Solange der größte Teil der Transporte über den Seeweg ging – 1950 waren es noch 68% –, dominierten die Handelsmarinen des Nordens. Dann wurde aus der See Frucht eine Landfrucht, Schiene und Straße übernahmen das Geschäft. Inzwischen haben die Trucker aus Valencia, Castellon und Alicante den Transport für den Süden erobert.

Die kostbaren Früchte mussten nicht nur schnell in den Norden gelangen, sondern auch unzerquetscht. Eine wichtige Erfindung hatte dabei entscheidenden Anteil: die Apfelsinenkiste. Sie war das Möbel, das größere Stapelhöhen und damit überhaupt Massentransporte ermöglichte – eine Vorform des Containers sozusagen. Während im Norden der Großhandel in der neuen Einheit rechnete, entstand in den Valencianer Dörfern ein neuer Beruf: Der „Fuster“ musste die Kisten vernageln und dabei aufpassen, dass er die Goldäpfel nicht mit vernagelte. Der Fuster gehörte zu einer ganzen Industrie, die sich am Süden der Orangenlinie bildete. An den Häfen und an den Bahnstrecken entstanden Hallen, in denen Arbeiterinnen die Früchte nach Größe, Reifegrad und Beschädigungen auslasen. Eine zweite Gruppe wickelte sie in Seidenpapier, und eine „Tiradora“ (Werferin) beförderte sie zu den Packerinnen, die sie nach einem festgelegten Muster in der Kiste verstaute, damit sie werden zerdrückt wurden noch sich bewegen konnten. Der Fuster machte den Deckel drauf und dann kam noch der Aufkleber auf die Kiste.

Der Orangenexport schaffte Arbeit und eine lokale Unternehmerschicht, die Schritt für Schritt ihren Anteil am Marktprozess ausdehnte. Anfangs war die Abhängigkeit vom Norden noch groß, aber „mercader“ und „exportador“ wurden in Valencia schon früh zu magischen Vokabeln in Valencia. Das fremde Englisch („orange“) und das einheimische Valenciano („taronja“) vermischten sich zu einem Slang. An den Verladestationen ging es hoch her. Jeder wollte seine Kisten als erster im knappen Laderaum unterbringen. Über die Frechheit der Schieberen lachte das ganze Land – oder ärgerte sich schwarz: Ein paar Mal schickte man vorschnell so grüne Früchte los, dass deren bitterer Nachgeschmack in Liverpool wochenlang die Preise verdarb.

Mit der Ware wird die Natur aufgewertet

Um die Jahrhundertwende erlebte die Stadt Valencia die „Orangeneuphorie“. 80% des europäischen Verbrauchs konzentrierten sich auf 100000 Hektar Anbaufläche in einer einzigen mediterranen Küstenebene. In gut hundert Jahren hatte sich ein satter immergrüner Teppich über das Land gelegt. Der Franzose Duvillier schwärmte vom abendlichen Duft der blühenden Bäume, der über „unglaubliche Entfernungen“ spürbar sei. Stadt und Land lebten im Rhythmus der Ernten. Der Südfruchtexport hatte eine stärkere und zugleich distanziertere regionale Identität geschaffen. Die Valencianer sahen ihre „sonnenüberfluteten“ Früchte mit den Augen des Nordens. Dieser Blick vom Standpunkt der Exportmärkte prägte die Architektur, Malerei und Literatur. Um 1900 entwarf der Maler Joaquin Sorolla ein Plakat, das die Orange mit französischer Revolutionssymbolik verband. Die Frucht repräsentierte nicht alte Bodenständigkeit, sondern Wohlstand, Freiheit und Fortschritt. Die Dekorationen von Markthallen, Bahnhöfen und Bankgebäuden aus den zwanziger Jahren mischten Folklore und Art Déco. Die Natürlichkeit der Früchte wurde aus der Distanz der Exportware gesehen und das verlieh ihnen eine zusätzliche Qualität. Hinter den Darstellungen der Frauen in ländlicher Tracht konnte man schon die Konfektionsarbeiterin ahnen. Der Schriftsteller Blasco Ibanez inszeniert in seinem Roman „Zwischen Orangenbäumen“ in den Feldern von Alzira feuchtwarme Spätnachmittage zwischen Rafael und Leonora. Ins Lichterspiel und den betäubenden Duft mischt sich das Rumpeln der Bewässerungsmotoren...

Die heutigen Kapitalismus-Kritiker tun oft so, als sei eine ganze Welt von natürlichen und nützlichen Dingen immer schon da – und der Weltmarkt bemächtigt sich dieses Reichtums nur. Die späte Erfolgsgeschichte der Orange sollte da nachdenklich machen. Bei der Orange fällt der Gebrauchswert nicht einfach aus dem Baum in unseren Schoss. Erst das komplizierte Handelsgeflecht zwischen Süd und Nord macht die Orange schmackhaft. Ohne diese moderne Brücke wäre die frische Orange ein Unding und nur als exotische Beigabe bekannt. „Modern“ bedeutet hier nicht weniger Natur, sondern mehr. Erst als Ware bekommt die Orange Frische und Strahlkraft. Der internationale Handel bringt sie als Weihnachtsapfel in die dunkle Welt des winterlichen Nordens. Hier schreibt der Weltmarkt mit Licht und Wärme eine eigene Weihnachtsgeschichte. Die Wege des Herren sind eben manchmal erstaunlich. Ja, der moderne Kapitalismus hat mehr mit Gottes Gaben zu tun als die Kirchenmänner, die in unserer Zeit wieder über Handel, Geld und Zins richten wollen.

Heute steht die Orange nicht mehr so stark im Mittelpunkt. Andere Südfrüchte sind hinzugekommen und noch etwas hat sich geändert: Zum Verzehr der Frucht hat sich das Trinken des Fruchtsafts gesellt. Das hat den Transport, in Form von Saftkonzentrat, sehr erleichtert und eine noch größere Nord-Süd-Linie ermöglicht. 2006 betrug der Saftexport mehr als das Dreifache des Fruchtextports, Schwellenländer wie Brasilien spielen eine große Rolle. Der Genuss der Orange wird so erleichtert und „kalifornisiert“. Und doch ist es immer noch die gleiche Helligkeit und Wärme des Südens, die da in unsere nördlichen Breiten kommt. Nur steht der herbe Reiz der Frucht mit ihrer Schale und ihren Scheiben nicht mehr so anschaulich vor uns. Die Magie der klassischen Südfrucht ist dadurch weniger greifbar. Umso mehr sollte man ihr von Zeit zu Zeit bewusst huldigen und die Boten des Südens in natura auf den Tisch bringen – auch aus einem wohlverstandenen Glauben an die Weihnachtsbotschaft.

(Manuskript vom 10.12.2009, erschienen als Essay in der Tageszeitung DIE WELT vom 24.12.2009 unter der Überschrift „Der Weihnachtsapfel“. Die (längere) Ursprungsversion meines Textes ist am 19.2.1993 in der Wochenzeitung DIE ZEIT erschienen)