

Wie die Südfrucht in den Norden kam

Orangen

Von Gerd Held, 19. Februar 1993

Sie ist dick und rund, und unter ihrer etwas unebenen Schale befinden sich meistens neun Scheiben, reichlich Fasern und viel Wasser. Ihr Geschmack liegt zwischen bitter und süß, und ihr rötlich-gelber Ton hat einer eigenen Farbe den Namen gegeben. 27,6 Kilo Zitrusfrüchte verzehrt der Bundesbürger pro Jahr. Mit der Zeit haben sich andere Südfrüchte – von der Banane bis zur Kiwi – auf den Obststellern versammelt, aber die Orange ist der Klassiker. Die Orange brachte einen neuen Geschmack auf den Tisch. Als die Großhändler am Hamburger Hafen um 1870 die Früchte aus den ersten Kisten probierten, fanden sie diesen rohen Verzehr der „Zitronen“ noch eine ziemliche Barbarei. Inzwischen ist der Genuss des Bitter-Süß-Rohen längst Teil des modernen Geschmacks. Die Frucht mit den Fingern zu zerlegen statt mit Messer und Gabel zu essen, gilt heute als ganz normal. Die Orange war keine Frucht des Adels. Sie begann ihre Karriere als volkstümlicher „Weihnachtsapfel“ im kalten und industriellen Norden.

*

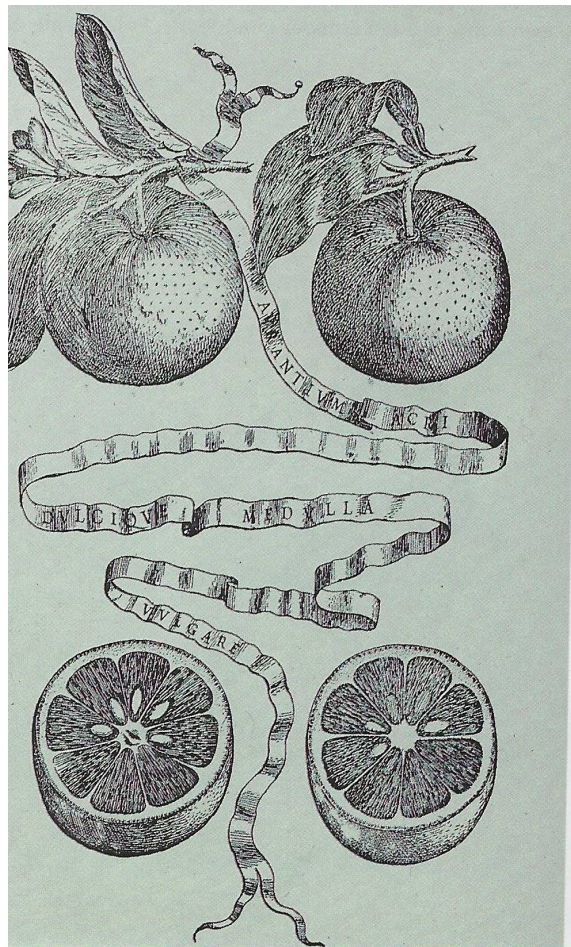
Einst verlieh der Verzehr von „Goldäpfeln“ ewiges Leben. Der Garten, in dem sie wuchsen, wurde von drei Schwestern – den Hesperiden – und dem Drachen Ladon bewacht, bis Herakles den Drachen besiegte und ein paar Stück mitnahm. Die christliche Phantasie hat an Evas Apfel im Paradies gedacht, aber das passte dann schlecht zum „Weihnachtsapfel“.

Die Orange kommt ursprünglich aus dem indo-chinesischen Raum. Aus China sind die frühesten Hinweise auf den Anbau und eine Unterscheidung verschiedener Arten bekannt. Die Frucht gelangte schon in der Antike ans Mittelmeer, aber als Baum verbreitete sich zunächst nur der Zitronenbaum. Erst arabische Kaufleute brachten den Orangenbaum im 10. Jahrhundert nach Christus von Kleinasien über Nordafrika nach Sizilien, Sardinien und Spanien. Ein klarer Fall von ökologischem Kolonialismus – lange bevor Portugiesen und Spanier die Orange nach Amerika verpflanzten.

Was damals Europa erreichte, hatte sehr wenig mit der heutigen Südfrucht zu tun. Die „bittere Orange“ (*Citrus aurantium*) war ein Bäumchen mit kleinen Früchten von schrumpeliger, glanzloser Schale. Wie die Blüten hatten auch die Früchte ein starkes Aroma. Der hohe Anteil an organischen Säuren machte sie roh ungenießbar; so diente die Orange als kulinarische Beigabe, ätherische Essenz, Medikament und Zierbäumchen. Ein hispano-arabisches Rezept aus dem 13. Jahrhundert empfiehlt eine „Orangencreme“ bei Völlegefühl, Mundgeruch und kalter Nase.

Die „süße Orange“ (*Citrus sinensis*) wurde bis 1450 nicht erwähnt. Auch sie stammte aus Südostasien, aber erst die Blüte des europäischen Fernosthandels brachte sie in Bewegung. „In Indien gab es viele Orangen, aber alle süß“, berichtete 1518 ein Seemann Vasco da Gama erstaunt. Die neue Frucht fand zunächst nicht mehr Freunde als ihr bitterer Vorgänger. Sie kam selten auf den Tisch und blieb Zaungast auf den Feldern und Gärten.

Bis ins späte 18. Jahrhundert hinein diente ihr gelegentlicher Anbau nur Sonderprodukten. Dabei wurden europäische Erfindungen gemacht: Die schottisch-englische Orangenmarmelade, die französische Ente „à la bigarade“, das Neroli-Öl für die Parfümerie, die „Orangeade“ (Orangensirup mit Wasser) und der Curacao-Likör (nach seiner Herkunft von der Antilleninsel) benutzten Extrakte aus Scheiben, Schalen, Blüten, Blättern. Die „Orangerie“ wurde im Barock zum gesellschaftsfähigen Gewächshaus, und gegen 1700 kam das Wort „Apfelsine“ (*appelsina* = Apfel aus China) über Holland und Hamburg in den deutschen Sprachgebrauch.



Die Geschichte der Orange reicht also weit zurück, und sie macht gegen Ende einen Sprung. Die Geschichte ist auch seltsam verquer: Nicht der rohe Verzehr steht am Anfang und die Verarbeitungsformen folgen, sondern erst sind viele Sekundärprodukte da, bevor der moderne Gaumen sich an die Frucht selber wagt. Erst musste der Geschmack über Öle, Düfte und Extrakte langsam gebildet werden, bevor der Biss ins volle, bitter-süße Fruchtfleisch reizvoll erscheint.

*

Und: Die Orange musste aus dem sonnigen Süden in den nebligen Norden gelangen. Erst hier wird sie wertvoll. Der systematische Anbau dient dem Export, die mediterranen Märkte folgen später. Sie erhalten die Früchte zweiter Wahl; noch heute liegt der deutsche Pro-Kopf-Verbrauch über dem spanischen. Mit dem Orangenexport trennen sich Anbau- und Verbrauchsgebiet. Diese Nord-Süd-Spannung von lebendiger Pflanze und frischer Frucht ist neu. Die soziale Verbreitung von Pflanzenarten über den Erdball ist als „reisender Ackerbau“ wohl bekannt, und auch der Orangenbaum kam so ans Mittelmeer und nach Amerika. Aber diese Mobilität auf bestimmten Ost-west-Breitengraden veränderte über Jahrtausende die Nutzung der Orange kaum. In diese stabile Welt bringt der Orangenhandel des 19. Jahrhunderts ein bis dahin unbekanntes Element: Baum und Frucht gehen von nun an verschiedene Wege.

Die Apfelsinen mussten schnell und unzerquetscht im Norden ankommen. Die Erntesaison mit ihrem Höhepunkt von November bis Februar diktierte den Rhythmus. Der Süd-Nord-Sprung hing von den Transportmitteln ab, und die Stärke ihrer Handelsmarine sicherte den Engländern lange Zeit eine Art Orangenmonopol. Noch 1950 gingen 68 Prozent über den Seeweg. Erst in den fünfziger Jahren wurde aus der Seefrucht eine Landfrucht. Anfangs musste noch an der französischen Grenze umgeladen werden, als im „Lastwagenkrieg“ beide Länder sich gegenseitig die Fahrerlaubnis verweigerten, aber heute haben die Trucker aus Valencia (mit dem „V“ im

Nummernschild) den Transport erobert. Die Güterwagen der Eisenbahn müssen an der Grenze trotz des europäischen Binnenmarktes noch immer wegen der verschiedenen Spurbreiten die Achsen wechseln.

Mit der Orange kommt der Süden in den Norden. Die Aufkleber auf den ersten Kisten zeigen Küsten, Sonne und Meer, schwarzgelockte Frauen, exotische Vögel und andere Symbole aus der Welt der Kolonialwaren. Die Südfrucht im angestregten, eingemauerten Norden steht für trockene Wärme, einen offenen Horizont und temperamentvolle Leichtigkeit. Die Orange vollendet die Pionierarbeit von Kaffee und Kakao. Erst musste die Küste, das (Sonnen-)Bad und die mediterrane Reise zum Thema der gebildeten Schichten Europas werden, bevor der Weg frei war. Der „Weihnachtsapfel“ machte die südlichen Leidenschaften dann populär.

*

Die ersten Orangen kamen in Körben an Deck von Segelschaluppen von Mallorca nach Südfrankreich. Dieser kleine, tastende Süd-Nord-Verkehr wuchs bis 1856 auf 100000 Doppelzentner, von denen drei Viertel nach Frankreich gingen. Genau dreißig Jahre später ist schon die Million erreicht, und England hat die Stelle Frankreichs eingenommen. In dieser Zeit kommt die Orange in die Kiste, und die Segler werden durch englische Dampfer ersetzt; zunächst durch Kohledampfer (*tramps*), die bei der Rückfahrt auf der Suche nach Ladung sind. Es folgen spezialisierte Kompanien wie die von Mr. MacAndrews, nebenbei Gründer des Tennis-Clubs von Valencia. Eine neue Form der Finanzierung setzt sich durch: Während in Frankreich die Früchte von Händler zu Händler gehen, bis sie die Stände in der Pariser Hallen erreichen, kaufen die englischen Importeure die Ernte auf Vorschuss, besorgen den Transport und versteigern sie in Liverpool und London.

Das System verbreitet die Orange in Europa. 1913 beträgt der Export schon 5,5 Millionen Doppelzentner, und neben England (42 Prozent) und Frankreich (22 Prozent) erobert die Apfelsinenkiste auch Deutschland (21 Prozent). Die Statistik verzeichnet allein von 1898 auf 1899 eine Steigerung um 500 Prozent. Auf dem Hamburger „Fruchthof“ werden die „russischen Orangen“ konfektioniert: Nur erlesene Früchte treten die lange Reise über Lübeck und Reval an den St. Petersburger Hof an.

Während im Norden die Kisten unter den Hammer kommen, entsteht in den Valencianer Dörfern ein neuer Beruf: Der *fuster* muss die Kisten vernageln und dabei aufpassen, dass er die Goldäpfel nicht mitvernagelt. Der *fuster* gehört zu einem neuen Arbeitszweig am Süden der Orangenlinie. An den Bahnstrecken zwischen Küstenstreifen und Häfen stehen bald Hallen, in denen Arbeiterinnen die Früchte nach Größe, Reifegrad und Beschädigungen auslesen. Eine zweite Gruppe wickelt sie in Seidenpapier, und eine *tiradora* wirft sie den Packerinnen zu, die an zwei Seiten der 90-Kilo-Kiste kauern und sie nach einem festgelegten Muster packen, sodaß sie weder zerdrückt werden, noch sich bewegen können. Der *fuster* macht den Deckel drauf, und zum Schluss wird die Handelsmarke angeheftet.

Der Orangenexport schafft eine frühe weibliche Lohnarbeit und eine Unternehmerschicht, die sich zwischen Bauern und das englische Kapital schiebt. Die Abhängigkeit vom Norden ist zwar groß, aber *mercader* und *exportador* werden in Valencia zu magischen Vokabeln. Das fremde Englisch (*orange*) und das einheimische Valenciano (*taronja*) vermischen sich zu einem Slang. An den Verladestation will jeder seine Kisten als erster im knappen Laderaum unterbringen. Über die *picardia* der Schiebereien lacht das ganze Land – oder ärgert sich schwarz. Ein paarmal schickt vorschnell so grüne Apfelsinen los, dass deren bitterer Nachgeschmack in Liverpool wochenlang die Preise verdirbt.

*

„Die Orangenbäume erstreckten ihre grünen, runden Kronen in geraden Reihen zu beiden Seiten des Flusses. Die Sonne glitzerte auf dem Firnis der Blätter. Das Räderwerk der Bewässerungsanlagen klang wie das ferne Gessumm von Insekten. Die Feuchtigkeit der Gräben bildete zusammen mit den zarten Rauchwolken der Motoren einen feinen Nebenhauch, durch den das goldene Abendlicht drang und hier und da aufleuchtete wie Perlmutter“ (Blasco Ibanez 1900). Um die Jahrhundertwende erlebt Valencia die „Orangeneuphorie“. Achtzig Prozent des nördlichen Verbrauchs konzentrieren sich auf gut 100000 Hektar Anbaufläche in einer einzigen mediterranen Küstenebene. In gut hundert Jahren hat sich über die Ebene ein satter immergrüner Teppich gelegt. Der Franzose Davillier schwärmt vom abendlichen Duft der blühenden Bäume, der über „unglaubliche Entfernungen“ spürbar sei. Stadt und Land leben im Rhythmus der Ernten.

Der Südfruchtexport hat nicht nur eine neue regionale Identität geschaffen, sondern auch eine moderne Distanz dazu. Die Valencianer Gesellschaft sieht ihre „sonnenüberfluteten“ Früchte mit den Augen des Nordens. Der Blick vom Standpunkt der Exportmärkte aus verhilft der Orange – und nicht Wein oder Reis – zu einem Platz in Architektur, Malerei und Literatur.

Der Maler Joaquin Sorolla entwirft um 1900 ein Plakat für die Zeitung *El Pueblo*, auf dem er die Frucht mit französischer Revolutionssymbolik verbindet. Die Frucht repräsentiert nicht ländliche Rückständigkeit, sondern Reichtum, Freiheit und Fortschritt. „Republik und Orange“ gehen in Valencia eine Verbindung ein. Die Dekorationen von Markthalle, Bahnhof und Bankgebäuden aus den zwanziger Jahren zeigen eine merkwürdige Mischung aus provinzieller Folklore und Art déco.

Die „Natürlichkeit“ der Früchte ist schon aus der Distanz der Exportware gesehen. Hinter der Darstellung der Frauen in ländlicher Tracht ahnt man schon die Konfektionsarbeiterin. Der Schriftsteller Blasco Ibanez inszeniert in seinem Roman „Zwischen Orangenbäumen“ (1900) in den Feldern von Alzira feuchtwarmer Spätnachmittage zwischen Rafael und Leonora. Ins Lichterspiel und den betäubenden Duft mischt sich das Rumpeln der Bewässerungsmotoren...

*

Man unterstellt der Moderne immer eine Abwendung von der Natur. Doch die europäische Orangengeschichte zeigt eine umgekehrte Bewegung: Die Moderne sucht das Primärprodukt. Dieser Naturalismus entsteht erst in der neuen Tauschbeziehung zwischen Nord und Süd. Kritiker des Weltmarkts tun oft so, als sein eine ganze Welt von natürlichen und nützlichen Dingen immer schon dagewesen, und als habe sich der Markt ihrer nur bemächtigt. Aber bei der Orange fällt der Gebrauchswert nicht aus dem Baum. Erst das komplizierte Handelsgeflecht zwischen Nord und Süd macht die Orange schmackhaft. Ohne ihn wäre die Orange ein Unding und nur als exotische Beigabe bekannt. Erst als Ware wird die Orange frisch.

*

Miguel Vilalta ist etwas über Vierzig, Agraringenieur und Sekretär eines der beiden Bauernverbände der Region. Wir haben einen Sprung von fast hundert Jahren gemacht. Es ist Februar 1993, die Saison ist fast gelaufen. Der Export hat sich verzehnfacht, die Anbaufläche vervierfacht. Die Bäume sind heute gegen den Tristeza-Virus immun, die Konfektionsarbeit ist modernisiert. Jede zweite im Norden verkaufte Zitrusfrucht kommt noch immer aus Valencia.

Aber Miguel Vilalta ist nicht gerade euphorisch. Er betrachtet die Südfrucht nicht in Jahrhunderten, sondern in ihrer heutigen Umgebung, die durch Industrie und Tourismus geprägt wird. An den Mittelmeerküsten ist das Land teuer geworden. Die jüngere Generation arbeitet in den Küstenstädten und behält das Land als Teilzeitbeschäftigung. Neuerdings gibt es auch „abwesende Orangenbauern“. Das sind Freiberufler oder Geschäftsleute, die sich Orangenland kaufen, um einen Landsitz zu haben. In den vergangenen Jahren hat sich die Zahl der kleinen Parzellen

von 200000 auf 300000 erhöht. Es fehlen das Interesse und die Mittel für eine umweltschonende Mechanisierung, zum Beispiel durch Punktbewässerung, Verarbeitung des Altholzes zu Düngestreu oder Einsatz von Motorpflügen. Der Erzeugerpreis für die Orange ist zurückgegangen.; die Produktion ist gestiegen. Auf der Parzelle dominieren die chemische Keule und die Verschwendung. Böden und Grundwasser sind inzwischen mit Phosphaten, Kalium und Nitraten hoch belastet. Bei den dichtstehenden Bäumen ist die Pflückarbeit umständlich. 1962 war ein Tageslohn eine *arroba* (11,5 Kilogramm) Orangen wert, heute sind es fünfzehn *arrobas*. Es wird nur noch ein Teil der Früchte geerntet.

Miguel Vilalta plädiert für das nordeuropäische Modell des Familienbetriebs. Aber wenn er von seinen Orangen erzählt, klingt das nicht nach deutschem Bauernhof. Sondern das geht so: Zum Beschneiden gibt es einen Meister (*capataz*) in der Nachbarschaft; den ruft Miguel an, und der geht dann an die Bäume. Zum Bewässern gibt es einen anderen Mann, der wöchentlich durch die Felder geht und auf Bestellung die Kanalklappen öffnet. Zum Pflücken gibt es ganze Trupps (*cuadrillas*), die wiederum bei einem „*cap*“ im Telefonbuch stehen. Hier finden auch Immigranten aus Marokko Platz. Die *cuadrillas* werden nicht vom Bauern, sondern vom Exporteur angeheuert. Auch Miguel arbeitet in einer *cuadrilla*. Er ist Bauer und Pflücker auf fremden Felder zugleich. Dazu kommt ein zweites Dienstleistungsnetz aus Konfektionshallen, Exportbüros, Speditionen und Agrarinstitutionen.

Die Orangenwirtschaft ist nicht intern in Höfen, sondern extern in Diensten organisiert. Das Telefon, die Dörfer und einige größere Unternehmen halten sie zusammen. Dieser „Dschungel der Dienste“ ist so dicht und flexibel wie das grüne Blättermeer. Auf dem Höhepunkt der Saison werden pro Woche über 100000 Tonnen bewegt, und die Lokalpresse den Stand der anderen Exportländer am Mittelmeer wie bei einer Rallye. Die Dienstleistungen werden mehr und mehr durch Tarifverträge, Genossenschaften und staatliche Kontrollen geregelt. Aber die Verkäufer im Süden sind bei weitem nicht so gut organisiert wie die Großeinkäufer im Norden. Die Kleinbauern neigen zur Produktion um jeden Preis, während die Lebensmittelketten abwarten können. Die Valencianer Fachleute diskutieren gegenwärtig, wie es weitergehen soll: mehr „Internalisierung“ (das Modell Bauernhof) oder mehr „Externalisierung“ (das Modell Dienstleistungsnetz).

*

In Borriana bei Valencia wurde am 13. November 1918 das Ende des Ersten Weltkriegs mit einer großen Demonstration gefeiert. Der Rathausplatz wurde nach dem amerikanischen Präsidenten Wilson benannt. Für die Orangenleute war der Erste Weltkrieg eine Katastrophe gewesen. Im zerrissenen Europa der ersten Jahrhunderthälfte liefen die Konjunktur der Südfrucht und die Konjunktur des Kriegs immer genau entgegengesetzt. Die Renationalisierung der Volkswirtschaften, die Kolonialpräferenzen (Südafrika, Palästina, Algerien, Marokko) und der deutsche Faschismus beendeten die kurze Euphorie der 20er Jahre.

Im spanischen Bürgerkrieg waren die Orangenhallen Bombenziel wegen ihrer Bedeutung als Devisenquelle. Danach verhinderte die Autarkiewirtschaft General Francos bis 1960, dass die Exporte den Stand von 1930 erreichten. Die Öffnung geschah erst durch den sanften Druck der USA und des Dollars, später spielte die Europäische Gemeinschaft eine wichtige Rolle. Seitdem haben die Mittelmeerländer ihren Zitrusfrucht-Export von zwei auf vier Millionen Tonnen jährlich gesteigert. Spaniens Anteil beträgt mehr als die Hälfte. Aber bei einer Weltproduktion von 65 Millionen Tonnen liegen Brasilien und die USA mit je über 12 Millionen Tonnen weit vorn. Die spanische Orange hat unterdessen einen amerikanischen Beigeschmack bekommen. 1909 war die kalifornische Sorte Washington-Navel in Valencia angepflanzt worden und wurde zur Hauptsorte. Als Orangenkiste setzte sich die *american box* durch. Eine zweite Erfindung war noch einflussreicher: Zwischen 1930 und 1940 wurde in den USA der Orangensaft marktfähig. Er gehört also nicht zur Tradition der Moste und des Weins, sondern zur Generation von Coca-

Cola. Der ausgepresste Saft konnte die Orangeade – das Gemisch aus Sirup und Wasser – ersetzen, als die industrielle Entsaftung der komplizierten Frucht technisch möglich war: durch die „In-Line“-Maschine der Firma FMC in San José (Kalifornien). Heute beträgt der Saftexport weltweit das Dreifache des Fruchtextports.

Der amerikanische Einfluss hat auch die kulturelle Szenerie der Orange verändert: Die Exotik der Südfrucht verwandelte sich in kalifornische Unbefangenheit und wurde Teil des neuen Körpergefühls von Jugend und Sport. Hollywoods blonde Kinoschönheiten belebten die Orangenetiketten (und bereiteten Francos Zensoren einige Kopfschmerzen). Dann, im berühmten Jahr 1968, kam die Saftflasche mit dem *twist-off*-Verschluss über den Atlantik...

(erschieden am 19. Februar 1993 in der Wochenzeitung „DIE ZEIT“)

