

Sie nennen sie Weltwunder

Die Açaíbeere aus dem Amazonasgebiet erobert den Weltmarkt. Woher der Hype kommt, erklärt *Lisa Pausch*.

Der US-amerikanische Naturforscher Herbert Huntington Smith probierte in den 1870er-Jahren im Amazonasgebiet schwarze Beeren. An Weintrauben erinnerten ihn die Açaí, so schrieb er und notierte ein Sprichwort, das er auf einem Markt im heutigen Bundesstaat Pará gehört hatte: „*Quem veio para Pará parou, quem bebeu Açaí ficou*“, frei übersetzt: Wer nach Pará kam, hielt an; wer Açaí trank, blieb dann.

Es waren vor allem die Armen, die an den Ständen dicke aus den Beeren gemachte Suppe tranken. Frauen rieben das Fruchtfleisch mit Wasser ab, zerdrückten es mit bloßen Händen zu einem dickflüssigen Saft und filterten ihn durch ein geflochtenes Sieb, so Huntington Smith in seinem Reisebericht „Brazil, the Amazons and the Coast“. Sie tranken Açaísuppe pur, gewürzt mit etwas Maniokmehl. Seine eigenen Landsleute bevorzugten die gesüßte Variante, die „zivilisierte“.

Açaíbeeren sind nahrhaft – sie bestehen zur Hälfte aus Fett, aus vielen guten ungesättigten Fettsäuren. Sie liefern Ballaststoffe, Vitamine, Mineralien und haben mehr Antioxidantien als Blaubeeren – also Stoffe im Blut, die sogenannte freie Radikale bekämpfen. Diese freien Radikale können mitverantwortlich sein für Krankheiten wie Arteriosklerose, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Arthritis oder Krebs sowie

für die Alterung der Haut. Die Lebensmittel- und Kosmetikindustrie sieht in der Açaífrucht daher großes wirtschaftliches Potential.

Im Amazonasgebiet waren die Früchte der Kohlpalme, die im Portugiesischen „*Açaizeiro*“ heißt und mehrere Palmkronen hat, schon immer ein Grundnahrungsmittel. Einer Legende zufolge traf der Anführer eines Dorfes, der von Hunger geplagt war, eine grausame Entscheidung: Jedes Neugeborene sollte geopfert werden. Als auch die Enkelin des Anführers sterben musste, weinte seine Tochter Iaçá jedem Tag an deren Grab. An diesem Ort ihrer Trauer wuchs eine Palme aus der Erde. Eines Nachts fand der Anführer seine Tochter tot vor der Palme, sie hatte ihre Arme um den jungen Stamm geschlungen. Es wuchsen erste kleine schwarze Beeren aus dem Stamm. Die Bewohner pflückten und zerquetschten sie, rührten das Fruchtfleisch zu einer Suppe und litten von da an keinen Hunger mehr. Die Opferung der Babys hatte ein Ende, und die Frucht wurde Açaí genannt, Iaçá rückwärts gelesen.

„Bereits im Alter von sechs Monaten füttern wir Kinder mit Açaísuppe statt mit Brei oder Milch“, sagt Leticia Santiago de Moraes, selbst junge Mutter. Sie hat Agrarwissenschaften mit Fokus auf Amazonien und nachhaltige ländliche Entwicklung studiert. Die 29-Jährige



Nussig und nicht süß: Açaíbeeren Foto StockFood

organisiert in Currallinho die Ernte der Açaíbeeren. Die Gemeinde liegt auf der Insel Marajó, wo die Flüsse Amazonas und Tocantins in den Atlantischen Ozean münden. Rund achtzig Familien leben dort von der dunklen Beere und von anderen Früchten wie Maniok, Limetten, Cupuaçu, Paraniüssen oder der Jambu-Pflanze. Wie schmeckt dieser Brei? „Das ist schwierig zu beschreiben“, sagt sie. „In unserer Gemeinschaft sagen wir, dass Açaí eines der sieben

Weltwunder ist, also ist es sehr, sehr gut, sehr lecker.“

Sie isst Açaí ganz ohne Zusätze, so wie schon im 19. Jahrhundert, zu deftigem Essen: mit Maniokmehl, frittiertem Fisch oder Huhn, Fleisch und Bohnen. Auch Herbert Huntington Smith probierte Açaí im 19. Jahrhundert notgedrungen ungezuckert, als er mit seinem Lehrer durch den Wald reiste. In seinem Reisebericht schreibt er: „Wo Zucker knapp und Früchte reichlich vorhanden waren, lernte ich, Açaí auch so zu mögen; der lebhaft, nussige Geschmack wird durch das Süßen eher verdorben.“

In den brasilianischen Millionenstädten São Paulo oder Rio de Janeiro hingegen ist die gesüßte Version populär geworden, das gefrorene Fruchtpüree wird mit Banane und Guaraná geschlagen und in Schichten aus Milchpulver, Bananenscheiben und süßem Müsli serviert. Es ist kalt, sämig wie Slush-Eis, schmeckt nach Sommerferien, nach Brombeeren und Heidelbeeren, nach einer Säure, die an grünen Apfel erinnert, und wird mit Milchpulver mild und sahnig. Noch besser als dieser Geschmack ist wohl das Gefühl, dass diese exotischen Früchte gesund sind. Fragt man in São Paulo nach ungesüßtem Açaí, hört man: „Haben wir hier nicht! Sie werden das nicht mögen, schmeckt doch nach nichts.“

Ebendieses gesüßte Püree eines der größten Açaíverarbeiter, Oakberry, ist Brasiliens Exportschlager. Man kriegt es in Dubai und Frankfurt, in Tallinn oder Teneriffa. Ein *healthy fast food*, wirbt der Gründer, gesüßt nicht mit Industriezucker, sondern mit Agavendicksaft und

Rohrohrzucker. Das Unternehmen hat 2023 rund 70 Millionen US-Dollar eingesammelt und will bis zum Jahresende seine tausendste Filiale eröffnen. In Europa soll sich die Zahl der Shops bis 2026 verdreifachen.

In den 1990er-Jahren hörten sonnengebräunte Surfer in Rio zum ersten Mal von diesem Açaípüree, rührten Guaraná-sirup hinein und machten den Saft zu einem energiereichen Snack. In den 2000er-Jahren verbreitete sich das Açaí-Fieber auch im Ausland. In der Talkshow der amerikanischen Talkmasterin Oprah Winfrey sprach der New Yorker Kardiologe Mehmet Oz über Açaí. Wenig später erschienen die Gesichter der beiden ungefragt in Werbeanzeigen. Die amerikanische Schauspielerin Meghan Markle teilte, bevor sie Herzogin von Sussex wurde, in ihrem Foodblog ein Rezept für eine Açaíbowl. Das Essen der einfachen Leute war plötzlich Superfood.

Açaí soll sogar mehr sein als einfach nur gesund. „Wir essen, weil es schmeckt und um die Welt zu retten“, wirbt ein europäisches Unternehmen. Gefrorenes Açaípüree zu verkaufen sei mehr als ein Geschäft: ein Weg, mit der Welt zu kommunizieren und den Regenwald vor der Abholzung zu bewahren.

Noch immer ist Brasilien der Hauptabnehmer der Produktion, doch haben sich die Exporte seit 2013 verdreifacht. Größter Abnehmer sind die USA, gefolgt von Australien und Japan, auch die Nachfrage in China und Singapur steigt. Indien hat jüngst den Import von Açaípulver zugelassen. Brasilien hat die Anbaufläche seit 2010 mehr als verdrei-

facht; sie ist heute fast dreimal so groß wie Berlin.

Açaíbeeren werden nach wie vor von Hand geerntet: Die sogenannten „*peconbeiras*“ klettern an den bis zu 25 Meter hohen Kohlpalmen hoch, schneiden die Açaí-Nester ab und rutschen damit den Stamm hinab. Für mehr Halt binden sie sich eine aus großen Blättern gedrehte, an den Enden verknotete Kordel um die Füße, die „*peconha*“, daher ihr Name. Die Ernte hat vielen Menschen ein Einkommen verschafft; gleichzeitig wird kritisiert, dass Arbeitsunfälle und Kinderarbeit zunehmen.

Mit dem Boom haben große Unternehmen das Geschäft für sich entdeckt und investieren in Boote, Kühlhallen oder die Entwicklung von Erntemaschinen. Die Idee, dass ein lokales Produkt aus Brasilien international bekannt wird, sei grundsätzlich gut, sagt Maria Fabíola Barros. Die Biologin lebt in der Provinzhauptstadt Belém und forscht zu den Auswirkungen der Açaí-Industrie auf das Ökosystem. „Wir finden andere Produkte aus dem Amazonasgebiet wie Paranüsse oder Cashewkerne heute überall“, sagt die 34-Jährige. Allerdings sei Werbung für Açaí irreführend, wenn darin behauptet wird, dass mit dem Açaí der Regenwald geschützt wird.

Vielmehr ist Açaí ein lukrativer Markt geworden. „Diejenigen, die die Früchte sammeln, verdienen jedoch sehr wenig“, sagt die Biologin. Ein Mann pflückt Açaíbeeren, verkauft sie an einen Mann, der ein Boot hat, der sie an einen Mann mit einem Marktstand verkauft, der sie an den Mann mit dem Verarbeitungsbetrieb verkauft, der die Früchte zu Püree verarbeitet, einfriert und an Händler in den großen Städten verkauft, welche die Ware international versenden. Der Anteil der Erzeuger am deutschen Verkaufspreis von rund 20 Euro pro Liter dürfte weniger als fünf Prozent betragen.

Die Preise für die Beere werden nachts auf dem riesigen Marktplatz im Flussdelta in der Provinzhauptstadt Belém verhandelt. Um ein Uhr nachts sind sie am teuersten. Mit fortschreitender Nacht werden sie günstiger. Schon nach wenigen Stunden beginnen sie zu trocknen und zu gären. Innerhalb von 48 Stunden muss das Fruchtpüree gegessen oder eingefroren sein.

Das Tal im Flussdelta sei der reichste Teil Südamerikas, schrieb Herbert Huntington Smith. Sein schwarzes Gold, die Açaíbeere, erkannten die meisten Europäer und Amerikaner erst, als Zucker billiger und Cholesterinwerte hoch waren. 2025 kommt die Weltgemeinschaft zur Klimakonferenz COP30 nach Belém, und Leticia Santiago de Moraes wird neben Açaísuppe auch die Forderungen ihrer Gemeinde auf den Tisch bringen. Auch ihre Kinder und Kindeskiner sollen von der Beere leben können.



F.A.Z.-Vorteilswelt Exklusiv für Abonnenten

Feinwerk, der Markt für echte Dinge

Wir verlosen 5x2 Tickets für die exklusive Abonnentenveranstaltung am 30. August mit FEINWERK, dem Markt für echte Dinge.

FEINWERK steht für junges Design, hochwertiges Handwerk und köstliche Kulinarik ergänzt durch Aussteller mit außergewöhnlichen Gartenprodukten sowie Schätzen aus der Pflanzenwelt. Vom 30. August bis 1. September 2024, jeweils von 10 bis 18 Uhr, präsentieren ausgesuchte Aussteller aus dem In- und Ausland rund um Schloss Fasanerie in Eichenzell bei Fulda ihre feinen Werke – mit Liebe und aus Überzeugung gemacht. Das Besondere sind dabei zwei Punkte: An allen Veranstaltungstagen wird FEINWERK von einem umfangreichen Rahmenprogramm begleitet. Livemusik und Workshops machen den Markt zu einem besonderen Erlebnis und bieten Raum für Inspiration und Kreativität.

Gleich im Onlineservice anmelden und Angebot sichern: vorteilswelt.faz.net

In Kooperation mit: SCHLOSS FASANERIE



Es ist nach Mitternacht und klimatisch endlich erträglich. Ich sitze in Biot, einem netten, kleinen Ort oberhalb von Antibes an der Côte d'Azur, auf der Terrasse einer Kollegin, die in Rom lebt, viel reist und sich ansonsten über ihr charismatisches, einige 100 Jahre altes Haus an der französischen Riviera freut. Sie selbst musste kurz vor meiner Ankunft in die Vereinigten Staaten; das Haus überließ sie mir dennoch, gekühlten Champagner inklusive. Wie nett. Meine Mitbringsel – zwei Magnumflaschen mit gereiftem Riesling aus Deutschland – passen leider nicht in den Kühlschrank. Auch sonst bietet das mittelalterliche Haus keine Möglichkeiten zur sachgerechten Weinlagerung. In den ächzenden Kühlschrank bekomme ich nur jene zwölf Weine und Schaumweine, die ich kurz vor meiner Abreise zum Degustieren geöffnet und nach dem Probieren wieder verschlossen, in einen gut isolierten Karton gestellt und über 1400 Kilometer an die Côte d'Azur transportiert habe. Zum gemeinsamen Genuss. Und zum Parlieren über Riesling, Gott und unsere Welt. Daraus wird nichts. Schade, aber bitte: Mal sehen, wie mir die Weine in der Fremde munden. Ich wandle mich vom Kritiker zum Konsumenten. Dazu komme ich ohnehin viel zu selten.

Manche der Weine sind mittlerweile zehn bis zwölf Tage geöffnet. Doch das macht nichts. Es sind ohnehin allesamt Erzeugnisse, die ihre wahren Charakterzüge erst über die Jahre auf der Flasche entwickeln. Die über längere Zeit geöffnete Flasche ist sozusagen die Vorwegnahme des Alterungsprozesses. Und je robuster der Wein ist, desto mehr

REINER WEIN



Vom Kritiker zum Konsumenten

Warum unser Kolumnist deutsche Weine an der Côte d'Azur neu entdeckt.

Von Stephan Reinhardt

kann man ihm zumuten. Zwei der zwölf verzaubern mich nach allen Regeln der Kunst.

Es ist zum einen das Forster Kirchenstück Großes Gewächs Jahrgang 2022 vom Weingut von Winning in Deidesheim (Pfalz): ein trockener Riesling also, der unmissverständlich klarmacht, warum diese optisch nicht spektakuläre, im Boden aber hochkomplexe Lage hinter der Forster Kirche eine der groß-

artigsten und teuersten Rieslingherkünfte Deutschlands ist. Der klare, elegante und pure Duft nach reifen Aprikosen, Nektarinen, feinstem Eichenholz, Rauch und Salz mit einem Spritzer Limettensaft: eine Momentaufnahme. Einzigartig wird der Wein am Gaumen, weil er Eleganz und Finesse mit einer irren Dichte, Kraft und Komplexität paart, die so unachgiebig wie unergündlich sind und das 22er Kirchenstück zu einem unnachahmlichen Riesling machen, der sich mit den besten Weißweinen der Welt messen kann. Der Wein (85 Euro bei pinard.de) ist enorm vielschichtig, ohne auch nur ansatzweise fett zu sein. Er ist unendlich lang, mit einer Ahnung von Rohrzucker, dabei aber pikant und frisch wie eine Limettenschale, an der man so lange saugt und lutscht, bis der nächste Mojito auf dem Tresen steht.

Auf dem Tisch steht aber zwei oder drei Tage später ein Schaumwein der Sektkellerei Andres & Mugler, ebenfalls aus der Pfalz: die 2019er Cuvée Louis Brut Nature aus Pinot Meunier, Pinot Noir, Auxerrois und fassgereiftem Chardonnay, die Anfang dieses Jahres degorgiert, also von der Hefe gerüttelt wurde. Es ist ein vollmundiger, tiefer, reiner, frischer und komplexer, nach Jod duftender Sekt mit Aromen von Orangenblüten und schöner Reife. Er ist mundfüllend und reich, sehr dicht und elegant, fast schon barock, aber weder süß noch schwer, sondern komplex und enorm salzig, mit einem langen, intensiven, straffen, herb-frischen Abgang. Ein so großzügiger wie raffinierter „Sekt des Jahres“-Anwärter, dessen Preis von nur 25 Euro schon fast ein Geschenk ist (andresundmugler.de).