

DER BATIDA-BATTLE



TEXT Michaela Bavandi FOTO Tim Klöcker

Seit einigen Jahren sagt man dem Cachaca innerhalb der Bar einen Durchbruch voraus, doch nur wenige Bartender erheben den Brand aus frischem Zuckerrohrsaft zum Favoriten. Nach wie vor ist das Destillat in den Köpfen der Konsumenten als Caipirinha-Schnaps verankert, sein Stellenwert, Bekanntheitsgrad und geringes Image hinken seinem Aromen-Spektrum und seiner Mix-Kompatibilität weit hinterher. Muss das sein? Tut sich endlich was?

»Wird ein guter Cachaca nicht getrunken, ist das, als ob ein hübsches Mädchen als Jungfrau stirbt«, lautet ein brasilianisches Sprichwort, das sich auf die Nationalspirituose des größten Landes in Südamerika bezieht. Seit beinahe 500 Jahren wird das Destillat aus frischem Zuckerrohrsaft exklusiv in Brasilien produziert. Cachaca zählt nach den Agavenbränden zu den ältesten Spirituosengattungen. Die nach Vodka und Reisdestillaten wie Shōchū und Sake weltweit drittmeist getrunkene Spirituose wird seit dem Jahre 1534 fortlaufend in Brasilien hergestellt und ist somit das älteste Zuckerrohrdestillat. Die Holländer vergleichsweise begannen erst im Jahre 1640 mit der Produktion von Rum in Barbados. Brasilien hatte lange zu kämpfen, um seine Traditionsspirituose als landeseigene Marke zu etablieren. Immer wieder wurde sie in einen Topf mit Rum und Rhum Agricole geworfen und schlichtweg als brasilianischer Rum bezeichnet. Die Nähe zu Rhum Agricole ist in gewisser Weise zulässig, denn beide Gattungen werden aus frischem Zuckerrohrsaft, Rum hingegen meist ausschließlich aus Melasse gewonnen. Erst im Jahre 2013 erreichte Cachaca eine eigenständige Kategorisierung, sein Name darf nur für brasilianische Destillate aus frischem Zuckerrohrsaft verwendet werden.

Der große Trumpf des Cachaca: Ich & mein Holz

Insgesamt 30.000 Brennereien in ganz Brasilien zeichnen für die Herstellung von rund 6000 traditionellen und industriellen Marken verantwortlich. Für das Gewinnen des Zuckerrohrsaftes stehen den Brennmeistern – Cachaceiros genannt – insgesamt 600 Zuckerrohrsorten zur Verfügung, die bis zu 20 Jahre alt und in Vier-Felder-Wirtschaft kultiviert werden. Das von April bis November reife Zuckerrohr wird nach der Ernte mit der Hand oder mit Feuer sofort verarbeitet. Insgesamt 28 Holzsorten wie zum Beispiel Balsamo, Umborana, Kirsch-, Paranuss, Kakao-, Eben- und Eichenholz sorgen bei der Reifung für unterschied-



WILL DO
ANY WORK

liche Aromenprofile des regionalen Destillats, das im ganzen Land auf unterschiedliche Art und nach Hausphilosophie produziert wird. Während man in São Paulo mit vorwiegend industriellen Produkten die höchste Produktionsmenge vorfindet, versorgen engagierte Brennereien rund um und in Rio de Janeiro Touristen mit Nachschub für Caipirinha. Die höchste Brennereidichte ist in Minas Gerais vorzufinden, wo Brennmeister auch in der Universität zu Salinas zu solchen ausgebildet werden.

»Die Brennmeister arbeiten mit verschiedensten Holzfässern und sind nicht wie sonst üblich auf Eichen-, Bourbon- oder Sherry-Fässer beschränkt. Das ist das Besondere an Cachaça, der dadurch ein unglaublich breites, positives und euphorisches Aromen-Spektrum und unzählige Geschmacksnoten bietet«, erklärt ARND HENNING HEISSEN, Barmanager des The Ritz-Carlton Berlin, der selbst erst vor wenigen Jahren durch eine zufällige Begegnung mit einem Cachaça-Promotion-Team inklusive Verkostung in New Orleans auf den richtigen Geschmack dieser Spirituose gekommen ist. Nach diesem überraschenden »Aha- und Wow-Effekt« wanderte das verkostete Exponat in Heißens Gepäck retour nach Berlin, und die nächste Bar-Karte sollte einen Cachaça-Drink enthalten. »So ist Essenza entstanden«, erzählt der Curtain-Club- und Fragrances-Barchef, der für die Übersetzung des Parfums »Acqua« von Giorgio Armani in den Essenza-Cocktail auf die Basis von Cachaça Avuá Amburana setzt, diesen mit Limetensaft und aus Rose, Vetiver, Zedernholz, Minze, Honig und Jasmin gekochtem Sirup mischt, die Zutaten auf Eis mit Eiweißshakt und mit Mango-Limonade auffüllt. »Cachaça ist eine äußerst spannende Spirituose und kann tausendmal mehr als Caipirinha«, ist Heißen überzeugt von Brasiliens Traditionsspirituose und den darin enthaltenen Geschmacks- und Duftaromen, die eine besondere Wirkung auf Bedürfnisse und Sehnsüchte der Menschen verströmen. Zedernholz stehe für Sicherheit, Moschus für Vertrauen. »Beide, wie auch frische grüne Bananen-, Pflaumen-, Aprikosen-, Zimt-, Kirsch- oder Vanille-Noten, sind in Cachaça enthalten. Wir suchen, was zu uns passt oder was wir wollen. Vielleicht ist jetzt die Zeit von Cachaça angebrochen«, könnte sich Heißen vorstellen, der bekannterweise in der Zubereitung seiner Drinks gerne auf die Kenntnisse aus der Aromatherapie zurückgreift. Und Cachaça sei aufgrund dieser Bandbreite ein spannender Garant zu jeder Jahreszeit, im Schwarzwälder-Kirsch-Cocktail, im Mocca mit Kardamom-Aroma und natürlich als frischer Sommer-Cocktail.

Auch für THOMAS HUHN, Barchef im Baseler Les Trois Rois, bedeutete Cachaça vor einigen Jahren eine große Entdeckung. »Aromatik, Komplexität und Tiefe können durchaus mit anderen Spirituosen mithalten. Und die Lagerung in speziellen Holzarten gerade bei kleineren Produzenten ist sicherlich einzigartig«, findet er und setzt diesen Qualitätsanspruch im Les Trois Rois mit einer kleinen Auswahl aus Armazem Turmalina, Leblon, Espírito de Minas oder Magnifica Envelhecida seit Längerem um. Auf einer Reise zur Fußballweltmeisterschaft 2014 und

Barbesuchen in São Paulo und Rio de Janeiro mit dem Cachaça-Produzenten Leblon wurde das Rohrsaftdestillat allerdings zu seiner »Liebe auf den zweiten Blick. Die Vielfalt des Produktes in Brasilien hat mich regelrecht umgehauen. Das hätte ich so nicht erwartet. Wie mit der Spirituose im Ursprungsland umgegangen wird, und welche Traditionen und Beziehungen damit verbunden sind, erfährt man nur dort«, erinnert sich Huhn, dessen »Soul of Brasil« – Leblon mit Holunderblüte, Pink-Grapefruit, Rooibos, Honigsirup und Basilikumblättern – offiziell für die WM 2014 kreiert wurde.

Die grünbraune, knirschende Hölle



Cachaça ist eine
äußerst spannende Spirituose
und kann tausendmal mehr als
Caipirinha.

Arnd Henning Heißen



stark gemuddelte und dadurch bittere sowie mit minderen, ungelagerten Qualitäten zubereitete Straßenfest-Caipis insbesondere bei Profis einen sehr fragwürdigen Ruf«, findet TOM ZYANKALI von der Berliner Zyankali Bar, der vor zehn Jahren durch eine Schulung des brasilianischen Landwirtschaftsministeriums auf die Spirituose aufmerksam geworden ist. Er habe in keiner anderen ihm bekannten Kategorie eine solche Aromenpalette wie in gelagerten Cachaças entdeckt, meint er heute.

Zumeist ist es eben die Caipirinha, die von Gästen vorwiegend mit bekannten, industriell gefertigten, ungereiften Destillaten in Verbindung gebracht wird. »Ah, Cachaça. Haben Sie auch Pitú? Ah, Caipi, da muss Pitú rein«, sei oft von Gästen zu hören, wenn es sie nach »Caipi« dürstet. Jenem Cocktail aus Zuckerrohrbrand, weißem Zucker, Limetensaft und Eis, der in den 1970er-Jahren mit dem Exportbeginn der auch den brasilianischen Markt erobernden Industrieware nach Europa gekommen ist. Caipirinha, den der Hersteller Pitú als Signature Drink einführte, diente im 19. Jahrhundert mit Honig, Limette und Knoblauch gemixt als Medizin gegen Grippe und Verköhlung.

Cachaça: eine deutsche Angelegenheit?

Rund 30 Prozent (!) der heutigen Exporte wandern nach Deutschland. Dennoch hat das Getränk gerade dort mit kräftigen Imageproblemen zu kämpfen und ist in Verruf geraten. Caipirinhas mit qualitativ einfachen Cachaças, vorbereitet in Pappbechern, braunem statt weißem Zucker sowie Crushed Ice, zudem bei Happy Hours und Großveranstaltungen, seien mit ein Grund für den Ruf des Schnapses, der von vielen nur mit Copacabana, halbnackten Frauen und Sex-Tourismus in eine Schublade gesteckt wird, meint Heißen. »Die meisten Menschen kennen nur spritige Caipis und wissen gar nicht, um welch komplexe Spirituose es sich handelt«, bedauert er das gerade im Vergleich zu Rum einseitige Image. »Trinkt man eine als rebellisch konnotierte Rumsorte, gilt man als Pirat, obwohl es dieselbe Gattung, ein Destillat aus Zuckerrohr, ausmacht. Wenn man Cachaça auf Caipi reduziert, könnte man Rum auf Daiquiri reduzieren. Cachaça ist einfach kein Thema. Aber Caipi trinkt man«, bringt es Heißen auf den Punkt.

Um Cachaça aus seinem Schattendasein herauszuführen, muss noch viel Aufklärungs- und Imagearbeit geleistet werden, auch um die Kluft zwischen seiner originalen Mannigfaltigkeit und seiner derzeitigen Verwendung außerhalb Brasiliens und eben auch in Deutschland zu minimieren. Und auch, wenn man damit erst einmal Eulen nach Athen trägt, scheint die Arbeit mit der echten Caipirinha dort der sinnvollste Weg: »Das ist der Cocktail mit Cachaça, der über die große Masse geht«, findet Heißen. Er sieht allerdings das Problem, dass falsche Zutaten und Crushed Ice die Spirituose verfälschen und zerschlagen. Daher gelte auch hier die Regel: Je besser die Basis, desto besser die Caipirinha, deren spezielle Basis-Spirituose in ihren Vorzügen an den Gast heran-, vorgeführt und erklärt werden müsse. Wenig Limette, wenig weißer Rohrzucker, gutes Eis – und schon ist der Drink ein anderer.

»Dann kommt die große Überraschung«, ist sich auch MARKUS BLATTNER aus der Old Crow Bar in Zürich sicher. Blattner befasst sich seit Langem mit diesem »spannenden Geheimfavoriten«, der aufgrund seiner Aromenvielfalt und -breite hervorragende Dimensionen beim Mixen zulasse. Caipirinha findet man nicht auf Blattners Barkarte. Dafür Cachaça-Sorten wie Bento Albino Alambic Destillation, Sagatiba Velha oder Ypioca 160 als eigens ausgewiesene Kategorie. Mit Magnificia Traditional, der zudem als Rhum-Agricole-Ersatz diene, mixt Blattner einen Brasil Punch – eine Abwandlung des Pisco Punch mit Pisco, Zitronensaft, Zuckersirup und Ananassaft – und mit Germana Umburana. »Die alten Germana 8- und 10-jährig lassen sich sehr gut oder vor allem pur trinken und können mit Rum ohne Probleme mithalten«, sagt Blattner.

Der Weg führt über die Caipirinha

»Ich bin mir sicher, auch für 90 Prozent der Bartender ist Cachaça die »Caipi-Spirituose«, glaubt Arnd Henning Heißen. Persönlicher Erfahrungsaustausch, Kommunikation in sozialen Medien, Diskussionen, Workshops in kleineren Städten, die Präsenz von Herstellern

oder Importeuren bei Veranstaltungen wie dem Bar Convent Berlin oder auch der Pro-Wein, ebenso eine flächendeckende Imagekampagne (wie einst für Agavenbrände von der mexikanischen Botschaft durchgeführt) könnten viel Aufklärungsarbeit auch unter Branchenvertretern leisten. Außerdem solle man »viel Experimentierfreude« kultivieren, Cachaça in einer anderen Richtung behandeln, den Gast heiß auf das Produkt werden lassen. Klassiker mit dieser Spirituose umzuwandeln, davon hält Heißen nichts. »Wenn ich in einem Manhattan den Whiskey gegen Cachaça tausche, dann denkt der Gast, er hätte nur einen anderen Whisky gehabt.«

Von ca. 1,2 Milliarden Litern Cachaça pro Jahr verlässt nur rund ein Prozent das südamerikanische Land mit über 200 Millionen Einwohnern. 99 Prozent der Gesamtproduktion, die vorwiegend von kleinen, traditionellen Manufakturen getragen wird, werden im eigenen Land getrunken. »Der bürokratische Aufwand, fehlende Sprachkenntnisse sowie der gesamte Exportprozess gestalten sich in einem flächenmäßig großen Land wie Brasilien, wo die nächste zuständige Behörde weit entfernt ist, für kleinere Produzenten sehr aufwendig«, weiß DIETRICH FLATH, einer der wenigen deutschen Importeure qualitativ hochwertiger Cachaças. Große Firmen hätten es diesbezüglich leichter. Doch das ändere sich, meint Flath, der sich nach der Rückkehr von einem studien- und praxisbedingten Brasilien-Aufenthalt nach Deutschland das Ziel gesetzt hat, die Cachaça- und Caipirinha-Kultur im deutschsprachigen Raum zu bereichern. Wert, Umsatz und Nachfrage nach hochwertigem, nicht industriell gefertigtem Cachaça seien gestiegen und befinden sich auch im eigenen Land auf dem Vormarsch. »Man merkt: Die Leute sind bereit, mehr Geld für Cachaça auszugeben«, freut sich Dietrich Flath über das gestiegene Interesse an Brasiliens Nationalspirituose. Am 13. September 2017 findet ein weiterer »Dia da Cachaça«, ein offizieller »internationaler Cachaça-Tag«, statt. Bis dahin bleibt noch ein wenig Zeit, denn wir wollen doch nicht als Jungfrauen ins Grab! —

