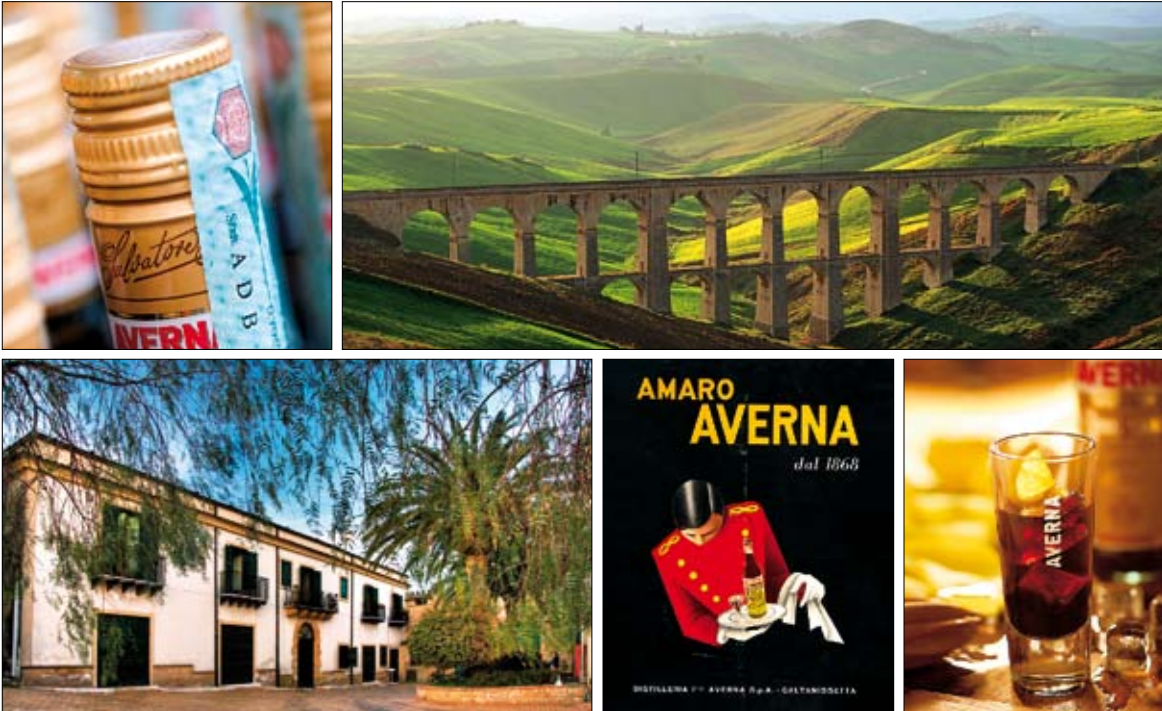




Sankt Bitter

AVERNA Das Rezept des sizilianischen Amaro-Klassikers ist schon seit 150 Jahren in Clanbesitz. Abgesegnet wurde es einst von allerhöchster Stelle

VON VALENTIN KRAEMER



FOTOS: WALTER LO CASCIO (1), MARKUS KIRCHGESSNER (1), GALLI/LAIF (1)

Der Heilige Geist? Es dürfte nicht viele abendländische Unternehmer geben, die ihm die Entstehung ihres wichtigsten und erfolgreichsten Produktes zuschreiben. Doch Francesco Rosario Averna darf das. Weil Urahn Salvatore, Tuchhändler im innersizilianischen Caltanissetta, ein großzügiger Förderer der örtlichen Abtei Santo Spirito (Heiliger Geist) war. Ein dankbarer Mönch, Fra' Girolamo, schenkte ihm im Jahr 1859 das Rezept für einen gesundheitsfördernden Kräuterlikör – den er später Amaro Averna taufen sollte.

150 Jahre und vier Generationen später ist der Stammsitz von Fratelli Averna Santo Spirito noch immer ganz nah. Und Francesco Rosario, seine Schwester Maria-Luisa, Cousine Anna Maria und Cousin Francesco Claudio leiten als die vier alleinigen Aktionäre eine Unternehmensgruppe, die immerhin 200 Millionen Euro umsetzt. Die vier sind auch die Einzigen, die um Fra' Girolamos Geheimnis wissen, wie die Kräuter des Amaro Averna zu mischen sind.

„Nur geborene Avernas dürfen die Rezeptur kennen“, die jeweils von Vater zu Kind weitergegeben wird, versichert Luisa Averna, Francesco Rosarios Frau und im Unternehmen zuständig für Kommunikation – „ich kenne sie nicht.“ Ihr Engagement fürs Unternehmen schmälert das keinesfalls. Rigoros schleppt sie den Besucher ins Kräuterlager. Und während der dort ein einzigartiges Dufterlebnis zu verarbeiten hat, erklärt sie mit Hingabe, wie die Kräuter, Wurzeln, Rinden, Beeren und Zitruschalen für die Produktion vorbereitet werden. →

Inspiziert: Luisa und Francesco Rosario Averna vor Santo Spirito nahe der Produktionsstätten des berühmten Halbbitter

Bitte(r)schön: Über 10000 Flaschen pro Stunde werden in Caltanissetta abgefüllt

Den Bogen raus: Der Weg von der *entroterra*, dem Zentrum Siziliens, wo der Averna bis heute produziert wird, nach Palermo war schon immer beschwerlich

Familiensitz: Von diesem Haus aus startete der Siegeszug des Amaro Averna. Heute werden hinter diesen Mauern die Kräuter für den Halbbitter aufbereitet

Traditions-marke: Historisches Averna-Werbeplakat

So schmeckt der Sommer: Averna auf Eis mit Zitrone



Reine Naturprodukte:

Zitrusfrüchte und ihre Schalen sind wichtiger Bestandteil des geheimen Averna-Kräutercocktails (links). So traditionell die Kräuter und die Rezeptur, so modern ist die Produktionsinfrastruktur, die nötig ist, um gut 10000 Flaschen pro Stunde abzufüllen (rechts)



Der Tuchhändler Salvatore Averna

erhielt 1859 von einem Mönch das Rezept für einen Kräuterlikör. Dann hatte er eine Eingebung und vermarktete ihn als Amaro Averna

→ Naturbelassenheit sei das oberste Gebot, verkündet Signora Averna, Düngemittel oder Zusatzstoffe seien ganz und gar unvorstellbar. Die hatte der Schöpfer des Rezepts ja schließlich auch nicht. Klar, Mitte des 19. Jahrhunderts genühten die meisten pflanzlichen Produkte ganz zwangsläufig dem, was wir heute „bio“ nennen würden. Große Mörser zeugen davon, dass bis in die 1960er-Jahre Kräuter von Hand zerstoßen wurden. „Von Frauen“, versichert Luisa Averna mit einem Lächeln, „die haben da mehr Geduld.“

Der Verlauf ihrer sorgfältigen Kräuteraufbereitung wird im hauseigenen Labor streng überwacht. Etwa einmal pro Woche muss einer der vier Inhaber des Originalrezepts die letzte Abstimmung an der Kräutermischung vornehmen. Dann wird der *infuso* angesetzt: Die Kräuter werden mit 96-prozentigem Alkohol „geflutet“ und auf ihre etwa 120-tägige Reise zum fertigen Amaro geschickt. Dreißig bis vierzig Tage bleiben die Kräuter im Alkohol, mindestens dreimal täglich wird der *infuso* filtriert. Wenn er fertig ist, hat er die klare Farbe von Tee, ist extrem bitter und hat eine gewaltige Kräuternote. Selbst kleinste Schlucke dieses „höchstprozentigen Bitterst-Schnapses“ ertragen allenfalls Liebhaber starkherber Aromen.

Deshalb werden nun Zuckersirup und gebrannter Zucker beigemischt, um den gewünschten Geschmack und Alkoholgehalt zu erzielen. Dann darf der Amaro noch zwei Monate im Keller ruhen. So können die Ingredienzien „miteinander kommunizieren und der Geschmack rundet sich ab“, singt Luisa.

So machen das die Avernas also, und zwar schon seit 150 Jahren. Und weil die Familie, die gleichzeitig die Firma ist, viel von Tradition hält, hat sie natürlich den ursprünglichen Standort nahe dem ruhigen, in sanfte sizilianische Hügellandschaft gebetteten Caltanissetta beibehalten, abseits der hektischen Millionenstadt Palermo. Ja, sagt Luisa, es müssen Millionen von Flaschen dorthin geschafft werden. Das sei nicht gerade billig, aber man sei eben im Ort verwurzelt.

Wer bei so viel Traditionspflege einen steifen Auftritt oder ein Riesen-Ego der Eigner erwartet, sieht sich getäuscht. Beinahe demütig dienen sie dem Wohl der Firma. „Denn wir haben sie von unseren Vorfahren geerbt und wollen sie möglichst gut an unsere Kinder weitergeben“, sagt Francesco Rosario Averna, ein Mann von der physischen Präsenz eines überaus aufgeräumten Lino Ventura. Der Firmenchef bekam das Rezept von seinem Vater, als der sich mit 86 zur Ruhe setzte. Die Miene, mit der er das erzählt, zeugt von heiterer Gelassenheit – er ist kein Eigentümer, der herrisch und mit Anzug und Krawatte durch sein Unternehmen schreiten würde.

Stolz und Freude sind ihm aber deutlich anzumerken, als er das Foto seines soeben erst geborenen Enkels Diego Francesco präsentiert. „Spanische Mutter, der Vater ein Averna“, erklärt er



Sippensaft: Francesco Rosario Averna, rechts, wirkt gelassen. Aber er ruht sich nicht auf seinen Kräutern aus, sondern will, dass sein Amaro mit dem Zeitgeist geht. Beispiel: das neu entwickelte Glas „Womb“, unten rechts, in dem sich der Averna-Longdrink – nur mit Eis und etwas Rosmarin – frisch entfaltet



dem Besucher. „So bereiten wir mit der sechsten Generation nach Salvatore den spanischen Markt vor“, sagt er und grinst. Haben denn die Kinder überhaupt eine andere Möglichkeit, als bei Averna zu arbeiten? „Natürlich, wir pushen sie nicht ins Unternehmen“, versichert Francesco Rosario. Aber vorstellen kann er sich einen anderen Weg auch nicht. „Die Firma ist so sehr gleichzeitig unser Leben als Familie, dass ihr Interesse ganz selbstverständlich entsteht.“

Die großen Dinge bei Averna lenkt das Executive Committee, in dem die vier Familiengesellschafter und eine Reihe hoher Manager sitzen. „Unser oberster gemeinsamer Denkanatz ist natürlich immer das Wohl der Firma, Einzelinteressen dürfen da keine überwiegende Rolle spielen“, erklärt Francesco Rosario. Und was ist das gemeinsame Ganze? „Die bedeutendste Antriebskraft für unseren Erfolg ist Innovation. Schon vor der Wende zum 20. Jahrhundert haben sich unsere Vorfahren unglaublich für den Export nach Europa eingesetzt und Averna auf Ausstellungen in London und Paris präsentiert.“ Lohn der Mühe: Der Amaro Averna bekam bereits 1895 erste Auszeichnungen.

„Schon 1968 haben wir auf Fernsehwerbung gesetzt und Averna systematisch zum Marktführer in Italien gemacht. Danach haben wir viele weitere Auslandsmärkte erobert und exportieren jetzt in fünfzig Länder. Unser nächstes Ziel ist der Ferne Osten. Wir suchen natürlich Wachstum, wir sind ja von unserem Produkt überzeugt. Dabei nehmen wir aber bei Weitem nicht solche Risiken in Kauf wie angestellte Manager, denen in letzter Konsequenz viel mehr egal sein kann als uns.“

Einer der Wegbereiter, Averna international zu promoten, ist der erfahrene, weit gereiste Barkeeper Michele di Carlo, Slowfood-Mitglied, *presidente* des CocktailClassicClub Italia und seit fünf Jahren Mixologe des sizilianischen Bitter-Clans. „Der aktuelle Vorteil von Averna ist, dass der Trend gerade zu frischen Kräutern in Drinks geht“, erklärt di Carlo. Er reicht dem Besucher das neu entwickelte, bauchige Averna-Glas, das sie der Form halber „Womb“ (Mutterleib) genannt haben. Drin ist nur etwas Eis, Averna und ein Minzblatt. „Je nachdem, ob Sie Thymian, Lavendel oder Minze dazutun, ergibt sich immer ein anderer erfrischender Geschmack“, freut er sich. „Und das runde Glas liegt einfach super in der Hand.“ Einfacher ist der Aperitif „Rosso Siciliano“, ein aufregender Mix aus dem in Sizilien überreichlich fließenden Blutorangensaft, Averna und Eis. „Das ist die innovative Art des Marketings, wie sie vor acht oder zehn Jahren noch nicht vorstellbar war“, erklärt Francesco Rosario – er weiß Averna auf dem richtigen Weg.

Wie auch nicht? Schließlich sieht er die Avernas weiterhin von Santo Spirito beschützt. Selbst dann, wenn er gelegentlich mit dem bellenden Lamborghini Gallardo, den sich die Aktionäre teilen, durch die Hügel um Caltanissetta cruist.

AMARO

Amaro ist die italienische Bezeichnung für das, was bei uns profan „Magenbitter“ heißt: Schnapslikör mit etwa 30 Prozent Alkoholgehalt, sowohl im Cocktail als auch nach dem Essen zu genießen. Gemein ist allen Amaros ihr Gehalt an Bitterstoffen, welche die Magen- und Gallenaktivität fördern. „Härter“ noch als die Amaros, weil bitterer, sind die sogenannten Fernet, deren bekanntester Vertreter der Fernet Branca ist. Fernet sind Digestifs, ganz eindeutig der Verdauung nach dem Essen förderlich

