

An welchen Geschmack denkt man bei Nicaragua? Bei anderen tropischen Ländern ist diese Frage viel einfacher zu beantworten, zumindest am Tresen. „Kuba hat den Mojito, Brasilien die Caipirinha, Mexiko die Margarita, Chile den Pisco Sour, die Karibik den Planter's Punch – und Nicaragua? Nichts!“ Maria Nelly Rivas schmerzt dieses Manko. Die zierliche, schwarzhaarige Frau ist erst Anfang Dreißig. Harvard-Absolventin und seit kurzem die Tourismusministerin von Nicaragua. Vielleicht nicht mehr lange, denn im Herbst sind wieder Wahlen, und der amtierende Präsident kandidiert nicht mehr. Rivas ist parteilos, könnte sich aber vorstellen, weiterzuarbeiten für ihr Land. Mit Getränken jedenfalls kennt sie sich aus, nach ihrem Studium arbeitete sie in New York im Topmanagement von Coca-Cola. Jetzt ist sie wieder in Managua, wo eine Harvard-Absolventenstiftung die Differenz zwischen Ministergehalt und vorherigem Lohn übernimmt, damit die junge Amtsträgerin auf ihr gewohntes fünfstelliges Dollar-Salär kommt – eine unvorstellbare Summe im überwiegend bettelarmen Nicaragua.

Maria Rivas wirkt erfrischend, und das nicht nur wegen ihrer Affinität zu Getränken. Doch ganz allein kann selbst sie die kaum existente Tourismuswirtschaft des größten mittelamerikanischen Landes nicht in Schwung bringen. Sie braucht Hilfe von Menschen wie Immanuel Zerger, der Idealismus mit eigenem Geschäftsinteresse paart. Zerger führt die Initiative, die durch die Kreation eines alkoholischen Nationalgetränks, des „trago nacional“, das Land zumindest fest auf den Cocktail-Karten in aller Welt verankern will. Der Mittvierziger aus Bayern lebt schon seit zwei Jahrzehnten in Mittelamerika, hat als ehemaliger Kirchenmann mitgeholfen, den Frieden im Bürgerkrieg des Nachbarlandes El Salvador auszuhandeln, und ist Inhaber des größten Incoming-Reiseveranstalters des Landes, wobei das in Nicaragua eine sehr relative Größe ist.

Zerger arbeitet für die großen deutschen Veranstalter, die auf ihren Mittelamerika-Rundreisen für wenige Tage auch in Nicaragua Station machen. Unter den Gästen sind manche Deutsche mittleren Alters aus Ost und West, die das Land vor allem aus jugendbewegten Tagen von Solidaritätsaktionen mit den Sandinisten her kennen. Solche Nostalgietouristen, die selbst erleben wollen, was aus den Idealen der Revolution geworden ist, stellen eine nicht unwesentliche Klientel dar.

Doch die Zahlen sind äußerst bescheiden. Gerade einmal 9550 Deutsche besuchten das Land im vergangenen Jahr, darin enthalten sind viele vor allem junge Leute, die heute noch wegen sozialer Projekte nach Nicaragua kommen. Insgesamt verzeichnete das Land 2005 siebenhunderttausend ausländische Besucher. Ein großer Teil davon sind jedoch neben ausländischen Fernfahrern im Transit und Geschäftsreisenden auch Missionare aus den Vereinigten Staaten, die die Landbevölkerung auf den vermeintlich richtigen religiösen Weg bringen wollen. „Vermutlich haben wir nur etwa hundertfünftausend Besucher, die hier wirklich Urlaub machen und das Land entdecken wollen“, vermutet Zerger.

Größer könnte der Kontrast zum benachbarten Costa Rica nicht sein, das eine Million richtiger Touristen im Jahr empfängt – davon fünfunddreißigtausend Deutsche –, obwohl das Land nicht einmal halb so groß ist und bei weitem nicht soviel unberührte Natur und Kolonialgeschichte zu bieten hat wie Nicaragua. „Dort ziehen seit langer Zeit Regierung und Privatwirtschaft an einem Strang und haben konsequent den Tourismus als florierende Branche aufgebaut. Davon kann in Nicaragua bisher keine Rede sein“, sagt Zerger. „Aber die Ticos haben schon Angst, daß sich hier auch einmal endlich alle zusammentun, denn wenn Nicaragua etabliert ist als Reiseziel, wird es das lange bleiben“, hofft der Deutsche.

Was dem Land bisher völlig fehlt, ist ein positives Image. „Nicaragua hat einen sehr schlechten Ruf, die Leute haben immer noch nur die Revolution im Kopf, wenn sie den Namen hören“, klagt Barney Pérez, der zwar gebürtiger Nicaraguaner ist, sein Glück aber während der Revolution im Exil in Miami mit Finanzgeschäften gemacht hat. Jetzt versucht er, seiner Heimat etwas zurückzugeben. Zwei Millionen Dollar hat er bisher in Granada investiert, der schönsten und touristisch am besten erschlossenen Kolonialstadt des Landes am Nordwestufer des riesigen Nicaragua-Sees. Pérez hat hier ein mehr als zweihundertfünfzig Jahre altes Kolonialgebäude in Sichtweite der Plazuela de los Leones restaurieren lassen, dem touristischen Epizentrum nicht nur der Stadt, sondern des ganzen Landes: Prachtige Kolonialfassaden in frischen Pastellfarben strahlen an dem Platz um die Wette. Touristen, fast ausschließlich jüngere Amerikaner, lassen sich in Pferdekutschen an der sattgelb leuchtenden Kathedrale vorbeischaakeln. Und im Hintergrund erheben sich kühn die grünen Flanken des 1345 Meter hohen Vulkans Mombacho.



Schlafende Schönheit, schüchtern wachgeküßt: In der Kolonialstadt Granada ist immerhin ein Hauch touristischen Aufbruchs zu spüren. Davon ist das übrige Nicaragua noch weit entfernt.

Foto Andreas Spaeth

## Wie schmeckt Nicaragua?

Rum-Cocktail statt Revolutionslasten: Das größte Land Mittelamerikas sucht ein Nationalgetränk / Von Andreas Spaeth

„Einen der Türme der Kathedrale habe ich streichen lassen“, sagt Barney Pérez beiläufig. Vor allem aber hat er gegenüber seinem restaurierten Gebäude, das als Restaurant, Bar und Lounge dient, ein Hotel errichtet – im alten Stil mit hohen Decken, Bodenfliesen im Schachbrettmuster und einem schmalen Schwimmbecken auf dem offenen Innenflur direkt vor den Zimmertüren. „La Gran Francia“ heißt sein Hotel mit einundzwanzig Zimmern, eines der schönsten und ungewöhnlichsten in ganz Nicaragua. Baldige Profite erwartet Pérez selbst bei Zimmerpreisen von mehr als hundert Dollar pro Nacht nicht. „Ich wollte einfach etwas tun, die Sache ins Rollen bringen, ein Vorbild sein“, sagt Peréz, „der einzige Weg ist privates Investment, und irgendwann wird das auch Gewinn abwerfen.“ Schon ist in der Nachbarschaft eine Erweiterung des Hotels im Bau mit

ge, die sich durch die sandinistischen Reformen windet und schließlich in die nicaraguanische Hand an der Wahlurne beißt.

Doch das ist alles längst Geschichte, und auch in León hofft man inständig auf Besucher. „Wir vertrauen darauf, daß ein Touristenboom alle unsere wirtschaftlichen Probleme löst“, sagt der Universitätsrektor und ehemalige Bürgermeister Rigoberto Sampson treuherzig, der an seiner Fakultät in zehn Jahren schon dreihundert Tourismusspezialisten ausgebildet hat. Die meisten von ihnen arbeiten heute allerdings in anderen Berufen oder im Ausland. „Wir müssen aggressiver um Tourismus werben in León“, sagt Sampson. Die wichtigste Sehenswürdigkeit der Stadt, die Kathedrale, wirkt indes mit ihrer abblättrenden Farbe alles andere als einladend und rückt die Zuversicht des Direktors zurecht.

Auch in León gibt es Juwelen zu entdecken. So kann die Stadt des Nationaldichters Rubén Darío mit einer Attraktion prunken, die manchem Kunstfreund aus Europa allein schon Grund genug für eine Reise nach Nicaragua sein dürfte: das Centro de Arte Fundación Ortiz Guardiola. In zwei sich gegenüberliegenden Museumsgebäuden mit offenen Innenhöfen werden Hunderte Kunstwerke von Picasso bis Miró ebenso spektakulär präsentiert wie Maler früherer Jahrhunderte sowie zeitgenössische mittelamerikanische Künstler. Dabei sind die Gemälde nur von einem schmalen Dach geschützt und stets Hitze und Feuchtigkeit ausgesetzt, eine konservatorisch fragwürdige Methode. Doch das ermöglicht eine Unmittelbarkeit des Kunsterlebnisses, die in den üblichen abgedunkelten, klimatisierten Museumsräumen der Ersten Welt niemals möglich wäre.

Die Galerie gehört ebenso wie das benachbarte Hotel „El Convento“ dem Bankier Ramiro Ortiz Guardiola. Die Anlage, neu erbaut in Form eines kolonialen Konvents, hat fast zwei Millionen Dollar gekostet, und der Hoteldirektor Víctor Hugo Sevilla beeilt sich zu versichern, daß diese Investition etwas sei, worauf León stolz sein könne, ein Schmuckstück, aber nichts, womit man Profit machen könne.

Stolz ist auch Omar Eli Mendieta in Chichigalpa, eine Stunde nordöstlich von León. „La Tierra del Ron y Azúcar“ steht schon auf einem Schild am Straßenrand, und Rum und Zucker geben in dieser Gegend tatsächlich den Ton an. In Chichigalpa steht die 1890 gegründete Rumfabrik von Flor de Caña. Ihr Rum ist das weltweit bekannteste Produkt aus Nicaragua, auch wenn das viele Freunde des dunklen, milden Getränks gar nicht wissen. Omar Eli Mendieta jedenfalls arbeitet schon seit zweiunddreißig Jahren in der Rumfabrik, die ein wenig wie ein großes Museum aussieht. „Ich bin Chef der Abteilung Rum-Altierung, in meinen Händen liegt der letzte Schliff“, sagt der grauhaarige Mann stolz.

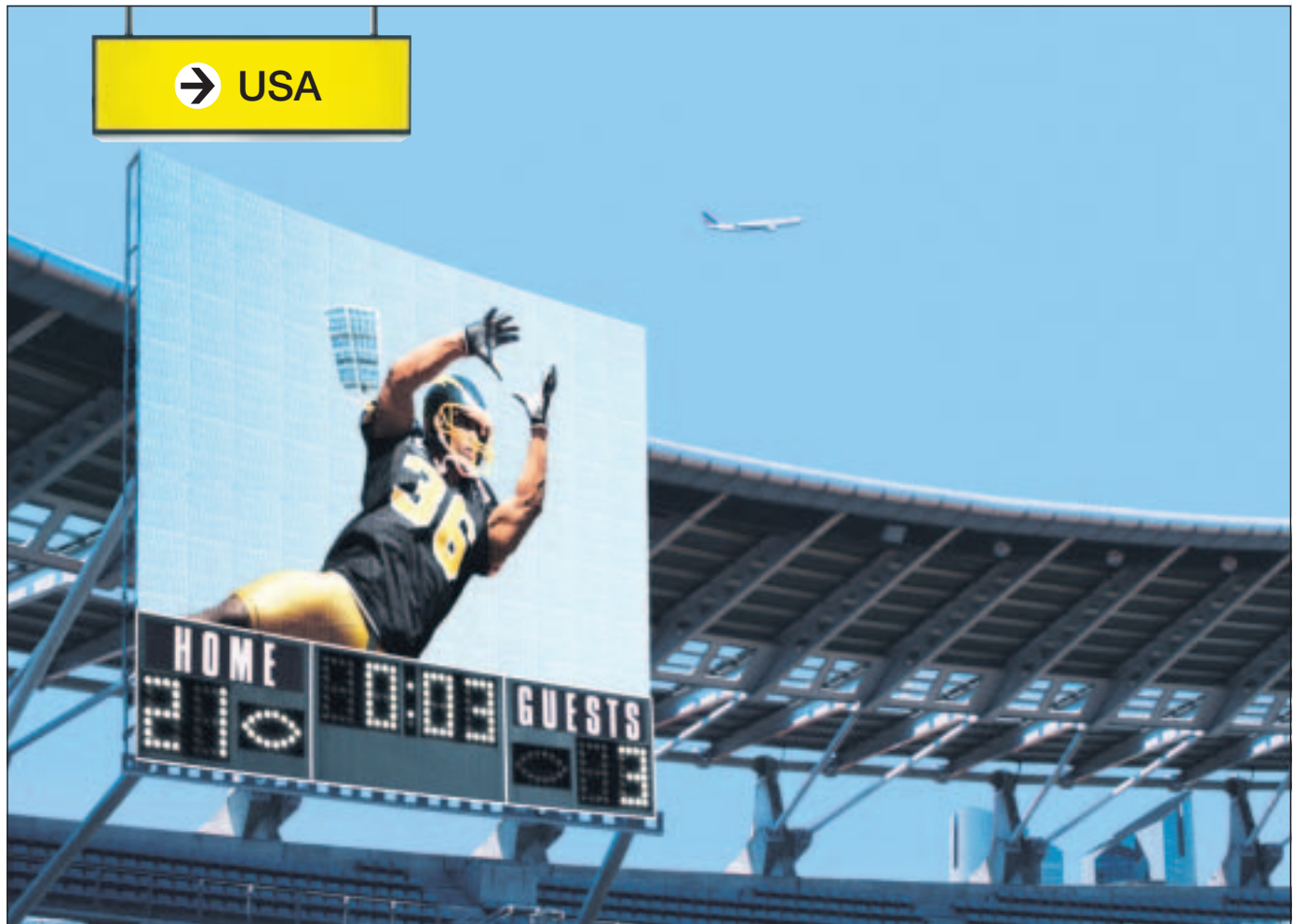
Besonders großen Wert legt man auf die Qualität des Alkohols, der durch sechs Destillationstürme geleitet wird, sonst sind oft nur vier üblich. Anschließend wird der Grundstoff des Rums, der fünfundsiebzig Prozent Alkohol hat, in Fässern aus weißer Eiche gelagert, in denen vorher in Kentucky Bourbon-Whiskey heranreife. Zur Zeit arbeitet die Anlage nur mit einem Drittel ihrer Kapazität, pro Tag werden fünfundvierzigtausend Liter Rum abgefüllt, der Jahresausstoß liegt bei drei Millionen Liter – Weltmarktführer Bacardi kommt auf hundertachtzig Millionen Liter. Von der Idee in der fernen Hauptstadt, einen Nationalcocktail zu kreieren,

ist Mendieta begeistert: „Das ist phantastisch, um unser Land und unseren Rum bekannter zu machen“, sagt er, und seine Augen leuchten.

Schmeckt so Nicaragua? Im Restaurant „El Zaguán“ in Granada geht es hoch her, gebratene Fleischspieße türmen sich auf den Tellern der Touristen, drei Musikanten schrammeln auf ihren Gitarren und

singen Latino-Weisen. Dann erscheint die bildhübsche Chefin María José Marengo mit geheimnisvoller Miene und kredenzt ein Glas mit orangefarbenem Inhalt. „Das ist unser Beitrag zum Wettbewerb um den „trago nacional“,“ flüstert sie. Wie hatte die Ministerin in Managua erklärt? „Der Cocktail muß frisch, nicht zu süß und mit unserem Rum gemischt sein, dazu ein spe-

zielles, wiedererkennbares Aroma haben, vielleicht mit Tamarinde, Passionsfrucht oder Coyolito, der Palmenfrucht, und er muß überall zubereitet werden können.“ Dann der Geschmackstest im „El Zaguán“: ein Hauch Ingwer, ein Hauch Fruchtigkeit, nicht süß. „Da ist Coyolito drin, die gemahlenen Palmenfrüchte kann man als Paste hier überall kaufen“, sagt María José sichtlich erleichtert über die zunehmend genießerische Miene der Probetrinker. Ja, so könnte Nicaragua schmecken. Im Herbst fällt die Entscheidung unter den Vorschlägen aus dem ganzen Land.



www.airfrance.de

AIR FRANCE SKYTEAM

New York 456 € Miami 496 €  
Boston 466 € Los Angeles 596 €

AIR FRANCE KLM

Jedes Ziel ein Volltreffer mit den Frühbuchertarifen von Air France!

Preisbeispiele für einen Hin- und Rückflug ab Hamburg mit einem E-Ticket inkl. Steuern und Gebühren, zzgl. 15 € Ticket-Service-Entgelt über www.airfrance.de. Preisabweichungen möglich bei Buchung im Reisebüro oder unter 0 180 5 830 830 (0,12 €/Min.). Buchen Sie bis 31.08. und fliegen zwischen dem 01.09. und dem 31.10.2006. Stand 17.07.2006

### Nicaragua – ein unentdecktes Land in Mittelamerika

- **Anreise:** Nicaragua ist von Europa aus am besten über Miami zu erreichen. Von dort fliegt die regionale Fluggesellschaft TACA mehrmals täglich in die Hauptstadt Managua. Eine Option sind direkte Flüge mit Iberia von Deutschland über Madrid oder mit Condor von Frankfurt nach San José in Costa Rica, von dort ebenfalls weiter mit TACA. Continental Airlines bietet Flüge von Deutschland via New York und Houston nach Managua an. Im Gespräch ist derzeit die Aufnahme direkter Flüge Madrid–Managua mit Air Madrid.
- **Veranstalter:** Nicaragua ist als Teil von Mittelamerika-Rundreisen bei verschiedenen großen Veranstaltern wie Thomas Cook im Programm. Studienreisen bietet unter anderem Studiosus an. Individuelle Reisen organisiert Solentiname Tours in Managua, die Mitarbeiter sprechen deutsch (www.solentinametours.com).
- **Informationen:** Allgemeine Auskünfte über Nicaragua findet man im Internet unter www.visitnicaragua.com, Details über die beiden Hotels in Granada und Leon unter www.la-granfrancia.com und www.hotelconvento.com.ni.