

Myanmar

DIE DURSTIGE JUNGFRAU

Myanmar boomt. Seit der politischen und wirtschaftlichen Öffnung verändert sich das Land rasant. Der französische Winzer François Raynal, der hier seit zwölf Jahren Wein anbaut, beobachtet die Entwicklung mit Freude und Sorge. **Text und Fotos: Daniela Meyer**

Zäh hängt nasser Dunst über dem Inle Lake, zwischen Bergen und grünen Hängen, mitten im Shan-Staat, dem Herzen Myanmars. Morgens, im ersten Licht des Tages, legt er sich schwer auf die schwimmenden Dörfer, die kleinen Hütten, die mitten im See auf hohen Bambusstelzen ruhen. Schemenhaft gleiten die burmesischen Fischer - bekannt durch ihre einbeinige Rudertechnik - in schmalen Holzbooten vorbei. Hier und da waschen junge Frauen ihr langes schwarzes Haar im Seewasser. Buddhistische Mönche, in rostrotten Gewändern, ihre Bettelschalen über die Schultern gehängt, schreiten in kleinen Gruppen am Ufer entlang. Auf Rohrzuckerplantagen, Bananenstauden und Weinstöcken schimmern dicke Tautropfen, zwischen Palmblättern die goldenen Dächer unzähliger Pagoden. Ein mystischer Ort. Unberührt, geheimnisvoll.

Doch halt. Irgendetwas stört das einheitliche Bild. Weinstöcke? Was machen die denn hier? François Raynal ist die Überraschung der Besucher gewohnt, die zum ersten Mal zum Red Mountain Estate kommen, dem grössten Weingut Myanmars, das er als Winzer betreibt. «Sie sehen die tropische Landschaft, asiatische Gesichter und dazwischen plötzlich Wein», sagt der Franzose, «auf den ersten Blick wirkt das seltsam.» Raynal,

der vor zwölf Jahren aus der Champagne anreiste, um in Myanmar zu arbeiten, ist sichtlich stolz, dass hier, zwischen Monsun, Trockenzeit und dem ewigen Kampf gegen Pilzbefall und Unmengen von Ungeziefer überhaupt etwas wächst, das sich zu einem anständigen Wein pressen lässt.

Als er 2001 zuerst eine Anstellung auf dem Myanmar Vineyard, 25 Kilometer entfernt vom Inle Lake in Aythaya, annahm, hatten viele ihn für verrückt erklärt. Das Weingut - 1998 von dem Deutschen Bert Morsbach gegründet - war damals noch das einzige des Landes. Weinanbau in einer tropischen Militärdiktatur - das kann nur schiefgehen, prophezeiten Freunde und Kollegen.

Rückkehr? Undenkbar

Doch Raynal liess sich nicht beirren. «Ich hatte Langeweile», sagt der 39-Jährige, der sein Handwerk in Nantes studiert und schon in Ungarn, der Türkei, Chile, Neuseeland, Kalifornien und Israel gearbeitet hat. Es sei ein Abenteuer gewesen, einen der letzten weissen Flecken auf der Weltkarte zu entdecken. Heute nennt er das Land, das ein halbes Jahrhundert wirtschaftlich, politisch und kulturell vom Rest der Welt isoliert war, seine Heimat. Eine Rückkehr nach Europa - undenkbar. «Seit ich hier lebe, fällt mir



FRANÇOIS RAYNAL (O.L.) KAM VOR 12 JAHREN AUS DER CHAMPAGNE NACH MYANMAR. EIN WAGNIS - ABER EINES, DAS DER WINZER NICHT BEREUT HAT. MARKETINGCHEFIN NAW NAW AYE (U.R.) KÜMMERT SICH VOR ORT UM DIE VERBREITUNG DER WEINE UND BETREUT DIE BESUCHER DES WEINGUTS.

bei jeder Frankreichreise mehr auf, wie unhöflich und wenig gastfreundlich viele Europäer sind», sagt er. Er könne dort heute kaum mehr ein Restaurant besuchen, ohne sich nicht über den schlechten Service, die allgemeine Hektik und die grummeligen Mienen der Kellner und anderen Gäste zu wundern.

Vermutlich ist es der Gegensatz - die Ruhe, die Freundlichkeit der Burmesen, ihr Lächeln, das sie auch für Fremde stets übrig haben -, der ihn anzog und dafür sorgte, dass Raynal sich in Land und Leute verliebte. «Ich habe von Anfang an gespürt, das Myanmar besonders ist, dass man hier noch etwas bewegen kann», sagt er. Die Menschen würden sich noch Zeit nehmen, für ihre Arbeit, ihre Familie, das Kennenlernen anderer.

«Ich wusste, dass ich es besser kann»

Schon immer habe er daran geglaubt, dass sich das Land irgendwann öffnen, politisch und wirtschaftlich entwickeln würde. Daraus sei auch der Wunsch erwachsen, so der Franzose, seine erste Anstellung auf dem Myanmar Vineyard zu kündigen und etwas Eigenes zu schaffen. «Ich war überzeugt, dass ich es besser kann», sagt er selbstbewusst. Er wollte das neue Gut noch näher an den See bringen, um den damit verbundenen Tourismus effektiver für die Vermarktung des Weines nutzen zu können. Zudem missfiel es ihm, dass in Aythaya nicht nur burmesischer Wein produziert, sondern auch südafrikanischer abgefüllt wird. «Das war mir zu unübersichtlich», sagt er, «ich wollte mich ausschliesslich auf die Produktion von Wein aus der Region konzentrieren, ihn als besonderes touristisches Erlebnis verkaufen.»

Ein wagemutiges Experiment in Zeiten, in denen kaum Touristen nach Myanmar kamen, es kein Internet, keine Bankautomaten, ja nicht einmal Telefon im Land gab. «Ich habe mich damals sehr isoliert gefühlt, wie bei einer Reise in die Vergangenheit», sagt Raynal. Auf lange Sicht habe ihn das gelassener gemacht, vielleicht auch etwas eigenbrötlerisch.

2002 begann Raynal dem Geschäftsmann Nay Win Tun, dem Besitzer der Ruby Dragon Group - ein Mischkonzern, der vor allem in der Bergbau- und Pro-

duktionsindustrie, in der Landwirtschaft sowie der Lebensmittelindustrie tätig ist -, beim Aufbau eines neuen Weinguts zu helfen. Red Mountain sollte es heissen. Nay Win Tun, der als einer der reichsten Männer Myanmars gilt und den Besitz eines Weinberges als schickes Prestigeobjekt sieht, steuerte das Kapital, Raynal das Fachwissen bei. Ein-, zweimal im Jahr kommt Nay Win Tun nun vorbei, um den Wein zu testen, ansonsten lässt er dem Franzosen freie Hand. «Eine perfekte Synergie», findet Raynal, «das Geschäft läuft sehr gut.»

Vor allem, seit Ende 2010 die Friedensnobelpreisträgerin Aung San Suu Kyi - in Myanmar nur «The Lady» genannt und verehrt wie eine Heilige - nach 15 Jahren aus dem Hausarrest entlassen wurde. Der Neubeginn, der Aufbruch, der damit einherging, ist überall im Land zu sehen. Taxifahrer haben Fotos ihrer Heldin aufs Armaturenbrett geklebt, vor Imbissbuden hängen Fähnchen mit ihrem Konterfei. Die Hoffnung der Burmesen auf ein freieres Myanmar ist Wirklichkeit geworden. Die Regierung des neuen Präsidenten Thein Sein - ein ehemaliger General, der im Februar 2011 ins Amt gehoben wurde - kurbelt eine Reform nach der nächsten an. Internationale Wirtschafts- und Handelssanktionen gegen Myanmar sind aufgehoben. Und seit im April 2012 Neuwahlen zugelassen wurden, sitzt auch endlich Aung San Suu Kyi im Parlament. In grossen Städten wie Rangun, Mandalay oder der Hauptstadt Naypyidaw herrscht Goldgräberstimmung. Banken, Unternehmen, Glücksritter und jede Menge Touristen strömen ins Land. 2012 kamen über eine Millionen Gäste aus aller Welt, 2013 sollen es laut Schätzungen noch einmal 500 000 mehr werden.

Mönche bei McDonald's

Wer Myanmar schon länger bereist, Land und Leute kennt, ist schnell geneigt, die Entwicklung als zu schnell, zu unkoordiniert zu bezeichnen. Neben ehrwürdigen Pagoden schiessen schicke Hotels wie Pilze aus dem Boden. Weil es derzeit für den Gästeansturm zu wenig Betten gibt, wird überall gebaut, wo Platz ist. Zimmer, die vor ein, zwei Jahren noch für 20 Euro die Nacht zu haben wa-

ren, kosten jetzt 100 Euro. Mönche essen plötzlich bei McDonald's, Marktfrauen trinken Coca-Cola, junge Burmesinnen tauschen ihre traditionellen Wickelröcke gegen knappe Shorts. Und Horden von dicken Amerikanern, lauten Chinesen und knipsenden Japanern trampeln durch so einzigartige und heilige Orte wie die historische Königsstadt Bagan oder die über 2500 Jahre alte weltberühmte Shwedagon-Pagode in Rangun.

Die Schattenseiten des Wandels, des wirtschaftlichen Aufstiegs - Raynal hofft, dass sie sich in Grenzen halten, Land und Leute hauptsächlich profitieren werden. «Myanmar ist wie eine Jungfrau», sagt er, «unberührt, unschuldig, etwas naiv. Aber auch durstig nach Veränderung und Abenteuer.» Das kann man spüren: Die Menschen haben viel nachzuholen, wollen nicht mehr von der Hand in den Mund leben, nicht mehr verzichten. Sie wollen sich ausprobieren, ihre neue Freiheit geniessen.

Für den französischen Winzer ist die Entwicklung, vor allem der boomende Tourismus, ein Segen. Um den Inle Lake entstehen derzeit Dutzende Hotels und Restaurants, die seine Red-Mountain-Weine als lokale Spezialität mit ins Sortiment aufnehmen. «Die Gäste hier sind hauptsächlich Europäer, die Wein zum Essen trinken und gerne etwas Neues probieren», sagt Raynal. Er geht davon aus, dass sich sein Business in den kommenden zwei, drei Jahren verdoppeln wird. Die Gewinnschwelle hat er bereits 2011 überschritten, seit 2012 schreibt Red Mountain schwarze Zahlen.

Insgesamt hat das Estate die Kapazitäten, um eine halbe Millionen Flaschen zu produzieren - alles für den lokalen Markt, vielleicht irgendwann für andere asiatische Länder. Ins internationale Geschäft will Raynal mit der Marke nicht. «Französischen, italienischen, ja selbst chinesischen Wein bekommt man mittlerweile überall», erklärt er, «unseren gibt es nur hier.» Er möchte besonders bleiben, einen schönen Moment, die Erinnerung an einen tollen Urlaub, ein einzigartiges Land, in Flaschen füllen.

Um für den Ansturm gerüstet zu sein, hat Raynal den Weinberg bereits um 55 Hektar vergrössert. Wo an den Hän-

MYANMAR VERÄNDERT SICH RASANT. NEBEN EHRWÜRDIGEN PAGODEN SCHIESSEN SCHICKE HOTELS WIE PILZE AUS DEM BODEN. ZIMMER, DIE VOR EIN, ZWEI JAHREN NOCH FÜR 20 EURO DIE NACHT ZU HABEN WAREN, KOSTEN JETZT 100 EURO. MÖNCHES ESSEN PLÖTZLICH BEI MC DONALD'S, MARKTFRAUEN TRINKEN COCA-COLA.



«MYANMAR IST WIE EINE JUNGFRAU. UNBERÜHRT, UNSCHULDIG, ETWAS NAIV. ABER AUCH DURSTIG NACH VERÄNDERUNG UND ABENTEUER», SO BESCHREIBT FRANCOIS RAYNAL SEINE WAHLHEIMAT.



DIE TAGELÖHNER, HAUPTSÄCHLICH FRAUEN, DIE ZUR ERNTEZEIT ODER ZUM BESCHNEIDEN UND PFLEGEN DER PFLANZEN AUF DIE FARM KOMMEN, ERHALTEN 1,50 EURO PRO TAG. «DAS HÖRT SICH WENIG AN», GIBT RAYNAL ZU, «ABER ES IST OFT MEHR ALS DAS DOPPELTE VON DEM, WAS AUF DEN ZUCKERROHRPLANTAGEN GEZAHLT WIRD.»



Myanmar, am Indischen Ozean gelegen, ist vielen besser als Birma/Burma bekannt.

Tourismus in Myanmar

Kritiker reden bereits von der «Touristifizierung» Myanmars. Fakt ist: Derzeit ist die Nachfrage nach Myanmar-Reisen grösser als das Angebot. Touristen, die nicht schon vor Beginn ihrer Reise Zimmer und Inlandsflüge buchen, dürften vor Ort Schwierigkeiten bekommen, noch etwas zu finden. Die Preise für Unterkünfte haben sich teils mehr als verzehnfacht. Die neue Regierung hat daher die Reisebranche zu einem Sektor von nationaler Priorität erklärt. Einerseits profitiert das Land wirtschaftlich. Immerhin steigen die Einnahmen im Tourismus stetig – von 164 Millionen US-Dollar 2006 auf 254 Millionen 2010 und 534 Millionen Dollar im vergangenen Jahr. Gleichzeitig bleiben viele Burmesen bei der rasanten Entwicklung auf der Strecke. Am Inle Lake beispielsweise müssen ganze Dörfer Hotelanlagen weichen. Und in Bagan werden, gegen den Protest der Anwohner, auf für sie heiligem Boden Bettenburgen errichtet. Die Anzahl der Touristen, die mit dem Heissluftballon über die historische Königsstadt mit ihren über 2000 erhaltenen Sakralbauten schweben, hat sich innerhalb von vier Jahren auf 8024 Personen verdreifacht. Wurden 2004 allein mit dieser Attraktion noch 515 000 Dollar verdient, sind es heute fast zwei Millionen. In diesem Jahr, so die Schätzungen, werden 1,5 Millionen ausländische Gäste das Land bereisen – 500 000 mehr als 2012. Dennoch: Myanmars Pfade sind noch lange nicht ausgetreten. Das Nachbarland Thailand zum Beispiel besuchten 2012 mehr als 22 Millionen Touristen.

Quelle: Ministerium für Hotels und Tourismus in Myanmar / Ministerium für Tourismus und Sport in Thailand

gen über dem See vor kurzem noch landestypische Tropenpflanzen wucherten, wachsen heute in ordentlichen Reihen insgesamt 75 Hektar Rebstöcke, 5000 Pflanzen pro Hektar – alle aus Italien und Frankreich importiert. Zwischen den Gebäuden, in denen sich Weinkeller, modernste Tanks und Abfüllanlagen befinden, hat er ein Restaurant mit Aussicht über Tal und See bauen lassen. Zum Essen kann man für 3000 Kyat, umgerechnet rund 2,30 Euro, fünf Weine aus dem Sortiment probieren, die heute – vier Jahre nach der ersten Ernte – tatsächlich schmecken.

Noch heute schaudert es Raynal, wenn er sich an seine frühen Versuche erinnert. Bis 2005 hatte er nur experimentiert, dann einen Weinberg angelegt. 2009 wurde geerntet. «Die ersten Weine, die ich produziert habe, waren untrinkbar, viel zu sauer», erinnert er sich. Dann hatte er die Idee, für den einheimischen Markt einen süßen Wein zu produzieren. «Ich bin dem Vorurteil aufgesessen, dass Asiaten süsse Getränke mögen», erklärt er seinen Einfall. 20 000 Flaschen dieser Produktion liegen seither in Raynals Keller und verstauben. «Manchmal kauft ein Europäer eine als Dessertwein, aber die Burmesen mögen ihn gar nicht, die trinken lieber trocken.»

Solche Fehler passieren dem Winzer heute, wo er die Kultur kennt, nicht mehr. Dennoch, Wein in Myanmar anzubauen, bleibt eine Herausforderung: Drei bis fünf Tonnen Trauben trotz Raynal seinen Pflanzen pro Hektar ab. «In Europa oder anderen bekannten Weinanbaugebieten sind 20 bis 30 Tonnen normal», sagt Raynal. Woran es liegt, dass hier weniger Trauben wachsen, hat er bislang nicht herausfinden können. Trotzdem ist er zufrieden. Sauvignon Blanc, Muscat, Tempranillo, Pinot Noir, Petit Verdot, Shiraz, Carignan, zählt er die Rebsorten auf, die er bislang erfolgreich kultivieren konnte.

Gelebte Emanzipation

100 000 bis 120 000 Flaschen produziert Raynal pro Jahr. Der günstigste Wein, der Chenin Blanc, kostet 7500 Kyat, umgerechnet knapp 5,70 Euro. Der teuerste, ein Chardonnay, rund 20 Euro.

Das entspricht in etwa dem Monatseinkommen von einem der 53 Angestellten, die Red Mountain beschäftigt. Mit der Dauer der Anstellung sowie der Erfahrung kann es auf bis zu 60 Euro steigen. Kost und Logis werden zusätzlich vom Weingut übernommen. Die Tagelöhner, hauptsächlich Frauen, die zur Erntezeit oder zum Beschneiden und Pflegen der Pflanzen auf die Farm kommen, erhalten 1,50 Euro pro Tag. «Das hört sich wenig an», gibt Raynal zu, «aber es ist oft mehr als das Doppelte von dem, was auf den Zuckerrohrplantagen gezahlt wird, wo die meisten Frauen in dieser Gegend arbeiten.» Zudem hätte er die Gehälter von Frauen und Männern angepasst, so dass Frauen nun sich und ihre Kinder besser versorgen könnten. Raynal fördert die Einstellung von Frauen, wie der Burmesin Naw Naw Aye, die in Rangun Französisch und Englisch studierte und sich nun als Marketingchefin um die Verbreitung der Weine und die Unterhaltung der Gäste vor Ort kümmert.

«Die Touristen sind ein Faktor, der uns in die Karten spielt», sagt die 33-jährige Naw Naw Aye, «aber vergessen dürfen wir auch nicht, dass sich immer mehr Burmesen für Wein interessieren.» Vor allem einheimische Geschäftsleute würden seit einiger Zeit zu Weintastings kommen, viele Bauern in der Gegend beginnen selbst Wein anzupflanzen. «Sie verkaufen ihn als Tafeltrauben, aber manche probieren sich auch in der Weinproduktion. Das wird noch mehr werden.» Naw Naw Aye glaubt, dass Myanmar sich ähnlich schnell entwickeln könnte wie der grosse Nachbar China – wirtschaftlich wie gesellschaftlich. «In China hat auch vor ein paar Jahren noch niemand Wein getrunken, heute gehört es zum guten Ton, und die Weinindustrie dort boomt», sagt die Marketingchefin mit glänzenden Augen.

Bleibt zu hoffen, dass sich die geschmackliche Ausrichtung gen Westen auf Wein beschränkt und man nicht in ein paar Jahren anstelle der schwimmenden Dörfer und Einbeinruderer in ihren Holzbooten ein rot-weisses Schild mit der Aufschrift «Kentucky Fried Chicken» aus dem kühlen Morgennebel am Inle Lake ragen sieht. 