

Eine Frage des PRESTIGES

Gourmets lieben ihn, Gastronomen schwärmen für ihn: luftgetrockneter Schinken vom freilaufenden Iberischen Schwein aus Eichelmast. In Spanien war er schon immer eine beliebte Delikatesse, doch jetzt zieht er aus, die Welt zu erobern. Dabei ragt ein Unternehmen aufgrund der Qualität seiner Produkte ganz besonders heraus. Es ist im Westen des Landes ansässig, wo die mit Eichen übersäten Weideflächen sich bis zum Horizont erstrecken.



TEXT
DAVID BAIRD/©ICEX

FOTOS
JOSELITO

ÜBERSETZUNG
GERHARD PAUL/©ICEX

In den westlichen Provinzen Spaniens liegt ein hügeliges Weideland unter einem schier endlos erscheinenden Himmel. Vor Jahrhunderten brachte dieser majestätische, aber ertraglose Landstrich Extremadura die *conquistadores* hervor, verzweifelte Abenteurer, die sich auf der Suche nach Ruhm und Reichtum in die Neue Welt aufmachten. Heute verfügt diese an Portugal grenzende Region über ihre eigene Quelle des Wohlstandes — eine, die das Interesse der Gourmets aus aller Welt weckt.

Ein Heer von Schweinen durchstreift diese sich endlos dahinziehenden Weiden und verschlingt gierig die reichlich vorhandenen Eicheln Tausender Eichen. Diese Tiere liefern wichtige spanische Exportartikel: saftige Schinken und eine ganze Palette anderer Produkte aus ihrem Fleisch.

Mittlerweile umgibt den spanischen luftgetrockneten Schinken eine gewisse Mystik, und bei Experten hat sich die Stadt Guijuelo in der Provinz Salamanca (Kastilien-León) den Ruf erworben, die exquisitesten Exemplare zu produzieren. Obwohl die Schinken zwar dort heranreifen, weiden die Schweine hauptsächlich in der Region Extremadura. Von allen Schinkenproduzenten genießt keiner ein größeres Ansehen als das Familienunternehmen Joselito, das seine Produkte in 48 Länder exportiert und gerade die Märkte China und USA anvisiert.

Schinken von Joselito gehören zu den teuersten des Marktes und haben sich die Anerkennung führender Küchenchefs erworben. Laut dem baskischen Meisterkoch Juan Mari Arzak und Carme Ruscalleda (ihr Restaurant in der Nähe von Barcelona und das in Tokyo wurden mit insgesamt fünf Michelin-Sternen ausgezeichnet — *Spain Gourmetour* Nr. 51) ist Joselito „der beste Schinken der Welt“.



Mehr als nur Schweinezucht

Bei seinem kürzlichen Besuch in Guijuelo lobte der einflussreichste aller Wein kritiker, Robert Parker, die Schinken von Joselito als „Spaniens größten kulinarischen Schatz und eines der feinsten natürlichen Produkte der Welt“. Und der renommierte Chefkoch Ferran Adrià sagte: „Joselito ist mein Leben“. Worin aber liegt das Geheimnis dieses Erfolgs? Das clevere Marketing ist sicherlich nur ein Teil der Antwort, denn es steckt noch viel mehr dahinter, wie ein Besuch der Firmenzentrale zeigt. Guijuelo (6000 Einwohner) ist auf den ersten Blick ein eher unauffälliger Ort, doch dank des florierenden Geschäfts mit Produkten aus Schweinefleisch zählt die Gemeinde zu den blühendsten Spaniens und erfreut sich einer relativ geringen Arbeitslosenquote. Andere Teile des Landes mögen von der Wirtschaftskrise gebeutelt sein, nicht jedoch Guijuelo. Die 1000 m über dem Meeresspiegel gelegene Stadt besitzt ein ideales Klima für die Herstellung luftgetrockneten Schweinefleischns: kühl im Winter und heiß im Sommer. Es gibt viele Trockenhäuser (*secaderos*), doch das von Joselito hat sicherlich die beeindruckendste Fassade — eine imposante ultramoderne Stirnseite aus

Stahl, Glas und Holz. Treten Sie ein und entdecken Sie, dass das Schinkengeschäft weit mehr ist als nur Schweine zu züchten und rohes Fleisch für einige Monate zum Trocknen aufzuhängen.

Die Geschicke des Unternehmens leitet Juan José Gómez, dessen Familie Joselito Ende des 19. Jahrhunderts gründete und nun schon in der vierten Generation führt. Josés feiner Geschmackssinn hat sich über die 30 Jahre entwickelt, die er in dem Familienbetrieb arbeitet. Begonnen hat er im Alter von 15 Jahren und es gibt wohl niemanden, der so begeistert für seine Produkte wirbt wie er selbst.

„Unser Schinken hat einen ganz besonderen Geschmack“, bekräftigt er. „Er hält ungefähr zwei Stunden lang an und unterscheidet sich deutlich von dem anderer Delikatessen. Ich mag Kaviar, habe dann aber schnell genug davon. Das gleich gilt für Trüffel. Schinken allerdings könnte ich immer essen.“

Während sein Bruder Juan Luis sich um die Aufzucht der Schweine kümmert, von denen sie zahlreiche Herden besitzen, reist José rastlos durch die Welt, um die Qualitäten seines Produkts anzupreisen. „Wir haben nichts dazu erfunden“, beharrt José. „Das Reifeverfahren stammt noch so, wie es ist, aus der Römerzeit. Wir folgen damit einer langen Tradition. Bis vor kurzem hat niemand genau erforscht, warum ein Schinken besser gelingt als der andere. Jetzt besitzen wir ein Labor, in dem unsere Produkte und Verfahren analysiert werden, damit wir uns in allen Bereichen noch verbessern können.“

Natur und Forschung

Joselitos iberische Schweine durchstreifen auf der Suche nach Eicheln ein über 100 000 ha großes Gebiet der *dehesas* (Ein Weideland und seine Produkte, Seite 50). Abgesehen von einem kleineren Teil, der zugepachtet wurde, befindet sich der Großteil dieser Ländereien in Firmenbesitz und liegt in Extremadura,

Andalusien, in der Provinz Salamanca und in Portugal. Im Rahmen eines auf 30 Jahre angelegten Aufforstungsprogramms pflanzt das Unternehmen jährlich 70 bis 80 Tausend Bäume – hauptsächlich Steineichen (*Quercus ilex*) und Korkeichen (*Quercus suber*). Dieses Engagement des Unternehmens wurde in diesem Jahr mit einem Managementzertifikat des Forest Stewardship Council (FCC) ausgezeichnet, einer Nichtregierungsorganisation, die sich weltweit für ein verantwortungsvolles Waldmanagement einsetzt. Es ist das erste Mal überhaupt, dass ein Unternehmen dieser Art damit ausgezeichnet wurde. Ein Schlüsselfaktor bei der Herstellung von Qualitätsschinken ist die Freiheit der Tiere bei der Suche nach Nahrung. Jedes Schwein sucht auf einer Weidefläche von 2 bis 4 ha nach Futter. Dadurch halten sie sich in Form, was zur besonderen Textur ihres Fleisches beiträgt. Während der *montanera*, den Monaten von Oktober bis Februar, frisst jedes Schwein täglich etwa 15 kg Eicheln.

Sobald die zweijährigen Schweine ungefähr 180 kg wiegen, werden ca. 40 000 von ihnen zum Schlachten nach Guijuelo transportiert. Die Schinken werden etwa zwei Wochen mit Meersalz bedeckt eingelagert, dann gewaschen und in Trockenhäusern, den sogenannten *secaderos*, in sorgsam gereinigten und vorsichtig belüfteten Trockenkammern zum Heranreifen aufgehängt. In der Hitze des Sommers schwitzen die Schinken und ihr äußeres Fett beginnt zu schmelzen und in die Muskelfasern einzudringen, ein äußerst wichtiger Vorgang, der das Fleisch zart und aromatisch werden lässt.

Zur weiteren Reifung werden die Schinken bei Temperaturen zwischen 14 und 18 °C und einer Luftfeuchtigkeit von 60 bis 80 % in dunklen *bodegas* gelagert. Über 400 000 Schinken aus den Jahren 2004 bis 2011 hängen in Joselitos Lagerräumen. Die Vorder-schinken bzw. *paletas* reifen mindestens zwei und die als Gran Reserva bezeichneten Hinterschinken mindestens drei Jahre lang. Einige auserwählte Vintage-Schinken bilden die



Colección Premium, nachdem sie über 82 Monate herangereift sind. Da laut José Gómez die Nachfrage das Angebot übersteigt, sind die meisten dieser Schinken bereits verkauft, bevor sie ihre volle Reife erreicht haben.

Während der Reifezeit überprüft ein Fachmann, der sogenannte *jamonero*, die Qualität, indem er einen Spieß aus Knochen (die *cala*) in das Fleisch sticht, wieder herauszieht und daran riecht. Erfahrung ist außerordentlich wichtig bei den 50 Mitarbeitern von Joselito in Guijuelo. Viele gehören schon seit Jahrzehnten zur Belegschaft, und als 29 von ihnen vor vier Jahren ein Teillos eines 41-Millionen-Euro-Gewinns bei der spanischen Staatslotterie hatten, entschlossen sich die meisten, sich nicht zur Ruhe zu setzen, sondern auch weiterhin für das Unternehmen zu arbeiten.

Das saftige Fleisch der Schinken von Joselito ist rötlich-violett und besitzt eine zartrosa, durch feinstes Fettgewebe hervorgerufene Marmorierung. Es handelt sich, wie das Unternehmen hervorhebt, um ein gesundes Produkt, das Ölsäure, Vitamine und natürliche Antioxidantien enthält, die dazu beitragen, das Cholesterin und das Risiko der Arteriosklerose zu senken. Joselito untermauert diese Aussage durch wissenschaftliche Untersuchungen und weist darauf hin, dass 100 g ihres Schinkens weniger Kalorien haben als 100 g Reis. Um die Qualität noch weiter zu verbessern, analysiert ein 15-köpfiges Team in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung des Unternehmens alles, angefangen bei der Ernährung der Schweine bis hin zum Endprodukt.

Echte Schinken von Schweinen aus Eichelmast sind durch ein nummeriertes

Etikett gekennzeichnet. Kunden bestellen ihre Schinken mindestens zwei Jahre im Voraus. Die meisten der in Guijuelo reifenden Schinken tragen ein Etikett mit dem Hinweis, dass sie bereits an Feinkostgeschäfte und Spitzenrestaurants verkauft sind, ein System des Vorverkaufs, wie man es sonst nur von Spitzenprodukten wie Vintage-Weinen kennt.

Obwohl das Endprodukt wohl nicht ganz sein Gewicht in Gold wert ist, wird es von Gourmets sehr geschätzt — und sie sind bereit, dafür tief in die Tasche zu greifen. Ein Gran Reserva Schinken von 8 kg wird in der Feinkostabteilung von El Corte Inglés (Spaniens führende Kaufhauskette) für 560 Euro verkauft.

Ein Spitzenprodukt für Premiummärkte

Jedes Jahr vermarktet das Unternehmen einige gut gereifte Schinken in Designer-Verpackungen für seine Colección Premium. Im letzten Jahr wurden 55 Schinken dieser Sonderedition für 2500 Euro das Stück verkauft. Die vom Moneo Brock Studio entworfenen Kartons mit den Schinken waren Kunstwerke, die sich in elegante Lampenschirme verwandeln ließen. Anlässlich einer Wohltätigkeitsauktion in Polen wurde im letzten Jahr ein sieben Jahre alter Joselito-Schinken in einem Karton von Moneo für sage und schreibe 23 000 Euro versteigert.

Joselito vertreibt zudem Schweinelenden und verschiedene Arten von Wurst, *chorizo*, *salchichón* und *longaniza* (mit Pfeffer, Salz und Knoblauch gewürzt), die alle aus dem Fleisch der frei laufenden Ibérico-Schweine hergestellt werden und natürlich gereift sind.

Ungefähr 20 % der Produktion von Joselito gehen in den Export und die meiste Zeit des Jahres ist der Direktor José Gómez unterwegs, wobei er mit einem Marketingteam zusammenarbeitet. Das Unternehmen wirbt mit Seminaren und Degustationen und arbeitet mit Dom Pérignon zusammen, um seinen Schinken als perfekten Begleiter von Champagner zu präsentieren. Ganz wichtig ist jedoch der persönliche Kontakt, und so hat José Verbindungen zu bedeutenden

Restaurants und Feinkostgeschäften wie Harrods und Fortnum & Mason in London, dem KaDeWe in Berlin und Hédiard in Paris geknüpft. Zu den führenden Restaurants, die Schinken von Joselito servieren, gehören Cracco Peck in Mailand, L'Atelier von Joel Robuchon in Paris, Carme Ruscalleda in Tokyo, Akelarre in San Sebastián und La Viña del Ensanche in Bilbao.

Europa ist seit jeher der wichtigste Exportmarkt. Großbritannien liegt ganz vorne, dicht gefolgt von Deutschland, Italien, Frankreich und Skandinavien. Aber auch Asien, Australien und Lateinamerika nehmen an Bedeutung zu. Seit kurzem gehört auch Russland zu den Abnehmerländern. „Unser Produkt wurde begeistert aufgenommen und wir sind sehr zufrieden mit unseren Fortschritten dort“, heißt es aus dem Unternehmen.

Joselito bereitet sich derzeit auf den Export in die USA vor. Eine besonders große Herausforderung, denn die amerikanischen Gourmets lieben spanischen Schinken, doch es kommen nur geringe Mengen davon auf den US-Markt und das allgemeine Publikum kennt ihn kaum.

Die erste Hürde ist die offizielle Zulassung für den Import spanischen Schinkens und macht eine Inspektion erforderlich, um zu zertifizieren, dass die Anlagen in Guijuelo den US-Gesundheitsnormen entsprechen. Das sollte für Joselito kein Problem sein. Ein weitaus größeres Hindernis ist es aber, den spanischen Schinken beim amerikanischen Verbraucher so bekannt zu machen wie den italienischen Prosciutto. Der italienische Schinken ist in den USA so gut etabliert wie das italienische Olivenöl. Es ist also eine Frage der Bewusstseins-schaffung. „Die italienische Lobby ist sehr stark in den USA, doch wir arbeiten daran, unser Produkt dort zu vermarkten“, sagt José.

Dann ist da noch China, der potentiell größte Markt. Geschätzte 100 Millionen chinesische Verbraucher verfügen über eine hohe Kaufkraft und bis 2015 sind wahrscheinlich 300 Millionen Chinesen so wohlhabend wie der Durchschnittseuropäer. Doch, und das weiß auch José Gómez, ergeben sich in der neuen



Supermacht besondere Schwierigkeiten. „Wir wurden bereits von ihren Gesundheitsinspektoren überprüft und haben unsere Produkte dort auch schon vorgestellt“, sagt er. „Unsere Schinken werden von vielen Käufern der Oberschicht sehr geschätzt. Die Chinesen mögen kleine Häppchen ähnlich den Tapas und sie essen gerne Schweinefleisch. Sich ein Produkt wie unseren Schinken leisten und es konsumieren zu können, ist eine Frage des Prestiges.“

„Ich habe China sieben Mal besucht und fahre nächstes Jahr erneut hin. Es wird 15 bis 20 Jahre dauern, bis unsere Schinken dort einer breiteren Schicht bekannt sind. Doch zunächst müssen wir den richtigen Importeur und Vertriebshändler finden.“

Spanien exportiert jährlich ungefähr 20 000 Tonnen luftgetrocknete Vorder- und Hinterschinken aller Schweinerassen, was einem Umsatz von über 170 Millionen Euro entspricht. Nur 10 % des spanischen, luftgetrockneten Schinkens stammt von Ibérico-Schweinen, doch gerade dieses Produkt ist es, das Maßstäbe setzt und den Ruf des Landes auf anderen Märkten stärkt. Mit den Worten von Ferran Adrià ausgedrückt: „Schinken wie die von Joselito sind die Bannerträger eines Sektors, an dessen Produkten sich die ganze Welt erfreuen kann.“

David Baird ist gebürtiger Engländer und hat für Zeitungen und Zeitschriften im Vereinigten Königreich und anderen Ländern wie Kanada, Australien und Hong Kong gearbeitet. Seit den 1970ern ist er in Spanien ansässig und berichtet für zahlreiche internationale Medien in Wort und Bild über das Land. Er erhielt zweimal den spanischen Nationalpreis für ausländische Reiseschriststeller und hat zudem zahlreiche Bücher (Sachbücher und Fiktion) verfasst.

Cárnicas Joselito

- **Gegründet:** Ende 19. Jahrhundert
- **Belegschaft:** 50
- **Umsatz 2010 (geschätzt):** 60 Mio. Euro
- **Exportquote:** ca. 20 %
- **Wichtigste Exportmärkte:** Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien, Skandinavien, Japan und Australien.
- **Produkte:**
 - Joselito Gran Reserva Schinken, Mindestreifzeit 36 Monate.
 - Joselito Gran Reserva Paleta (Vorderschinken) Mindestreifzeit 24 Monate.
 - Joselito Lende, geräuchert in traditionellen Kohle- und Holzöfen und 5-6 Monate lang in traditionellen Trockenräumen gereift.
 - Joselito Chorizo, hergestellt aus den edelsten Teilstücken des Tiers, 6 Monate lang in traditionellen Trockenräumen und Kellern gereift.
 - Joselito Salchichón, hergestellt aus den edelsten Teilstücken des Tiers, mindestens 6 Monate lang in traditionellen Trockenräumen und Kellern gereift.
- **Website:** www.joselito.com (Englisch, Italienisch, Japanisch, Russisch und Spanisch)
- **Anschrift:** Santa Rita, 8 37770 Guijuelo, Salamanca
- **Tel.:** (+34) 923 580 375
- **E-Mail:** marketing@joselito.com

