

# Mate als immaterielles Kulturerbe des *Mercosur*. Das Potenzial einer grenzüberschreitenden Kulturerbepolitik für die Zusammenarbeit im Staatenbund

Kay Tanita Herrmuth

**Abstract:** Im November 2018 wurde das *Sistema Cultural de la Yerba Mate* zum immateriellen Kulturerbe des *Mercado Común del Sur (Mercosur)* erklärt. Als von den indigenen *Guaraní* überliefertes Kulturgut sind die Bräuche, Objekte und kulturellen Praktiken rund um den Matetee ein Teil der kollektiven Identität und der Erinnerungskultur in weiten Teilen des südamerikanischen Staatenbundes. Diese Länder vereinen im Handel mit Mate ihre grenzüberschreitenden Kompetenzen, wollen gleichzeitig aber ihre nationale Souveränität aufrechterhalten. Der Beitrag untersucht zum einen die potenzielle Expansion der Matekultur in Form von Kulturtourismus und Kulturexport. Andererseits werden die Risiken, die durch schwach reglementierte Produktionsprozesse und Export entstehen, thematisiert. Daraus soll sich schließlich ableiten, wie ein geteiltes Kulturerbe die Zusammenarbeit im Staatenbund fördern kann.

**Schlagwörter:** Kulturerbe; Mercosur; Mate; Kulturtourismus; Kultur-Export

**Zur Person:** Kay Tanita Herrmuth studierte BA Deutsch-Spanische Studien an der Universität Regensburg und an der Universidad Complutense de Madrid. Der vorliegende Beitrag basiert auf ihrer Bachelorarbeit. Betreuer: Apl. Prof. Dr. Hubert Pöppel.

Die drei Länder der Region des ehemaligen kolonialen Vizekönigreiches Río de la Plata, Argentinien, Paraguay und Uruguay, teilen sich bis heute zusammen mit den angrenzenden südlichen Provinzen Brasiliens gemeinsame Kulturgüter, Bräuche, Religionen und Traditionen. Dazu gehört auch die Matepflanze, die *yerba mate*, die im La Plata-Raum von Menschen aller Altersstufen und Schichten und in diversen gesellschaftlichen Kontexten als Tee konsumiert wird. Üblicherweise wird der Matetee in einem Kürbisgefäß mit heißem Wasser zubereitet und durch eine Art Trinkrohr, die *bombilla*, getrunken.

Insbesondere in den nördlichen Provinzen Argentiniens und in Paraguay wird der Tee auch kalt – mit Eiswasser oder Saft aufgegossen – konsumiert und dann als *Tereré* bezeichnet.

Bei der Zubereitung des Matetees gibt es verschiedene Regeln einzuhalten, wie *curar el mate* – das Mategefäß für den Gebrauch vorbereiten –, oder *dar las gracias*, um zu signalisieren, dass man keinen Mate mehr trinken möchte. Die Aufgabe, den Mate mit angemessener Wassertemperatur aufzugießen, obliegt dem *cebador* – meist die Person, welcher der Mate gehört und welche die anderen zum Trinken einlädt. Es ist Teil der Gastfreundschaft, einen Mate anzubieten und ihn ebenso anzunehmen. Ein komplett kodiertes Sprachsystem liegt dem Ritual zugrunde und weist auf einen enormen symbolischen Gehalt innerhalb der Gesellschaft hin.

Der Mate hat sowohl die lange Kolonialgeschichte in Südamerika als auch die darauffolgenden Unabhängigkeitskriege und Diktaturen in den Ländern überdauert. Seine tiefe Verankerung in der Gesellschaft hat sich somit über 500 Jahre hinweg entwickelt und kann als eigene Kulturform bezeichnet werden. Mittlerweile sind nicht nur die genannten Gegenstände und Rituale Teil dieser Matekultur, sondern es wurden auch die historischen Produktionsstätten der *yerba mate* aufgearbeitet und in Form einer kulturtouristischen Route erschlossen. Tatsächlich handelt es sich also um ein Kultursystem, wie es in der offiziellen Betitelung des Kulturerbes für den *Mercosur* heißt.

Ein grenzüberschreitendes Kulturerbe bietet den Einzelstaaten eine Schnittstelle in ihren Grenzregionen und agiert somit als Vermittler zwischen Gesellschaften. Dabei teilen sich die Anspruch erhebenden Länder sowohl die Rechte am gemeinsamen Kulturgut als auch die Pflichten zu dessen Anerkennung und Schutz innerhalb ihrer Territorien (Morales / Ovenhausen, 2018: 257, 259). Durch die geteilte Matekultur entsteht also eine Art gemeinsamer Kulturraum, der Teile der vier Gründerstaaten *Mercosur* miteinschließt, der 1991 zunächst als wirtschaftlicher Staatenbund der Länder Argentinien, Brasilien, Paraguay und Uruguay gegründet wurde.

Die Verantwortung für die Ernennung und Wahrung des gemeinsamen Kulturerbes im *Mercosur* trägt der Verbund der Kulturministerien und Kommissionen mit kulturellem Schwerpunkt, *Mercosur Cultural*, mit permanentem Sitz in Argentinien. Um ein Kulturgut zum geteilten materiellen oder immateriellen Kulturerbe zu erklären, muss dieses für die Region repräsentative Werte und Ausdrucksformen verkörpern, die Bemühungen um eine Union zwischen den Ländern der Region zum Ausdruck bringen und die kulturelle Integration des Staatenbundes vermitteln (*Mercosur*, 2019). Dennoch ist es nicht immer einfach, die nationalen Kulturpolitiken auf einen Nenner zu bringen und sich einstimmig für ein bestimmtes Kulturerbe zu entscheiden, was die langwierigen Prozesse der Antragstellung erklärt. Der Mate wurde bereits 2014 offiziell zum Kandidaten für die Kulturerbeliste vorgeschlagen, die formale Erklärung zum geteilten immateriellen Kulturerbe erfolgte jedoch erst im November 2018.

Im Vergleich zum materiellen ist das immaterielle Kulturerbe abstrakter und stellt in der Regel Traditionen in den Fokus, die sonst in Vergessenheit geraten könnten (UNESCO, 2003: 2). Indem es zur Auseinandersetzung mit anderen oder alten Traditionen anregt, fungiert das kulturelle Erbe als Anker in der Gesellschaft und stiftet sowohl Identität als auch Respekt gegenüber kulturell Fremdem. Dieses Potenzial können Staatenbünde, wie der *Mercosur*, für eine engere Zusammenarbeit nutzen. Durch die Ernennung zum Kulturerbe wird dieses für die eigene Gesellschaft und Außenstehende gleichermaßen sichtbar gemacht. Damit gehen auch ökonomische Interessen einher, denn der Mate ist seit langem ein wichtiges Handelsgut in der Region. Anders als der Warenexport ist der Kulturexport aber nicht immer erwünscht, da Faktoren wie Identität und Gemeinschaft verloren gehen oder zumindest verfremdet werden könnten. Die identitätsstiftende Funktion des Mate für die unterschiedlichen Völker der Region spiegelt sich in seiner historischen Entwicklung wider.

### **Mate zwischen indigenem und kolonialem Erbe: Zur Entstehung einer überregionalen Mate-Kultur**

Das Zusammentreffen der spanischen Konquistadoren und der Indigenen im La Plata-Raum im frühen 16. Jahrhundert zeichnet sich sowohl durch eine lange Phase der Unterdrückung der Stämme als auch durch wechselseitige Beziehungen und Austausch aus. Es ist davon auszugehen, dass vorhandene Konzepte der Wirtschaft und Nahrungsversorgung der Indigenen in das Bewusstsein der Europäer eindrangen und teilweise übernommen wurden. Dabei entdeckten sie wohl auch den Gebrauch der *yerba mate*, die von den Indigenen als ganze Blätter gekaut oder in gemahlener und gerösteter Form mit etwas Wasser konsumiert wurde (Scutellá, 2006: 47).

Weit verbreitet wurde die Matekultur in der Region allerdings erst zu Zeiten der Jesuitenmissionen ab Anfang des 17. Jahrhunderts. Zum Schutz der Indigenen vor der Unterdrückung durch die spanischen und portugiesischen Kolonialherren gründeten die Jesuiten unabhängige Siedlungen. Gemeinsam erschufen sie ein alternatives Wirtschaftsmodell, in dessen Zentrum die Matepflanze als lukratives Handelsobjekt stand (Urban, 2013). Das Zusammenleben von Menschen spanischer, portugiesischer und indigener Herkunft in den Missionen und der Austausch kultureller Praktiken, wie das Ritual des Matetrinkens, begründeten die bis heute existierenden Gemeinsamkeiten in der Grenzregion der Länder des *Mercosur*, die sich gleichermaßen in Kultur und Sprache widerspiegeln.

Allerdings brachte die Lage der Anbauregion im Grenzgebiet auch eine Vielzahl konfliktreicher Auseinandersetzungen mit sich. Das Volk der *Guaraní* wurde von den Jesuiten als Armee im Krieg gegen die spanischen und portugiesischen Konquistadoren eingesetzt, der unter anderem ausbrach, weil sich die Kolonialmächte gegen das Handelsmonopol auf die *yerba mate* auflehnten.

Schließlich wurden die Jesuiten 1768 aus den Missionen vertrieben, was auch das vorläufige Ende der Blütezeit im Handel mit Mate bedeutete (Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, 2018: 18). Der Grundstein für die Konsolidierung des Brauches in der Gesellschaft war jedoch bereits gelegt.

Einen Verbreitungsschub erfuhr der Mate anschließend durch die Migrationsbewegungen im 19. Jahrhundert. Nachdem im Tripel-Allianz-Krieg (1865–70) die Verbündeten Brasilien, Argentinien und Uruguay einen Großteil der paraguayischen Bevölkerung auslöschten, wurden immer mehr Menschen aus Europa nach Paraguay geholt, um die Wirtschaft des Landes zu stärken. Dabei erhoffte sich die Regierung auch eine Modernisierung von außen, da die eigene indigene Bevölkerung als arm und ungebildet galt (Kleinpenning, 1999: 227).

Ab 1880 wurden deutliche Entwicklungssprünge in der Wirtschaft verzeichnet, insbesondere in den Kolonien Nueva Germania und Hohenau, wo hauptsächlich Deutsche zugewandert waren. Diese produzierten *yerba mate* zunächst für den Eigengebrauch, später nutzten sie die Flüsse als Transportwege für den kommerziellen Handel insbesondere mit Argentinien, wo der paraguayische Mate sehr begehrt war (ebd.: 228). Mit dem Anstieg der Bevölkerung stieg auch die Nachfrage nach den Mateprodukten, und bis dato lose verbundene regionale Wirtschaftsräume traten in regen Handel und Austausch miteinander (Riekenberg, 2009: 23). Den Mate kann man daher als Motor der Integration bezeichnen, sowohl für die Menschen, die aus anderen Ländern nach Südamerika kamen, als auch für die Völker und Staaten der Region.

### **Die *Ruta de la Yerba Mate* als Erinnerungsort**

Argentinien hat als erstes Land eine Route für den Matetourismus festgelegt. Die *Ruta de la Yerba Mate* beginnt in Tigre, unweit der argentinischen Hauptstadt Buenos Aires, mit dem Matemuseum. Von dort aus führt sie entlang der Mate-Anbaugebiete zwischen dem Río de la Plata und dem Río Paraná in Richtung Norden durch die Provinzen Corrientes und Misiones bis nach Paraguay.

Inwiefern kann diese touristische Route die Zusammenarbeit im *Mercosur* stärken? Die Erklärung des Mate zum geteilten Kulturerbe leistet dazu einen entscheidenden Beitrag, da sie das gesamte kulturelle System miteinschließt, das sich über Jahrhunderte hinweg durch den Handel mit der Matepflanze entwickelt hat.

Orte können die Erinnerung durch eine lokale Verankerung des überlieferten Kulturgutes festigen (Assmann, 2006: 299) und es vor dem Vergessen bewahren, indem es seine identitätsstiftende Funktion absichert und für künftige Generationen erhalten bleibt. Mit der Ernennung des Mate zum Kulturerbe wird seine gesellschaftliche Rolle zeitlich und räumlich ungebunden in den

Staaten des *Mercosur* manifestiert. Dieses Potenzial muss aber zusätzlich zur formalen Erklärung auch im täglichen Leben aufrechterhalten werden. Eine Lösung dafür liegt im Kulturtourismus. Indem die Touristinnen und Touristen sich auf die Spur der *yerba mate* begeben und in Kontakt mit der lokalen Bevölkerung treten, bleibt das kulturelle Erbe erhalten. So wird zum einen die Matekultur sichtbar gemacht und zum anderen sichern die touristischen Einnahmen das Fortbestehen und die gesellschaftliche Relevanz. Anhand der Wege, die bereits die *Guaraníes* und Jesuiten für den Handel mit Mate nutzten, wird ein kulturelles Netzwerk zwischen den beteiligten Regionen geschaffen.

Die ökonomische Nutzung des Tourismus kann allerdings Streitigkeiten über die Verfügungsrechte auslösen (Tauschek, 2013: 26). Dies ist gerade im Falle der *Ruta de la Yerba Mate* zu bedenken, denn die in Argentinien bereits etablierte Route soll im Nachbarland Paraguay fortgeführt werden. Ein Ausbau der Route in den anderen Mitgliedsstaaten wäre wünschenswert, damit die touristischen Einträge gemeinsam genutzt werden können. Auf diese Weise kann die *Ruta de la Yerba Mate* nicht nur in Argentinien einen Erinnerungsort schaffen, sondern die Zusammenarbeit innerhalb des *Mercosur* stärken und die Grenzen abbauen.

Der Kulturtourismus könnte außerdem dazu beitragen, den Matekonsum im Ausland zu steigern und dadurch höhere Erträge durch Export zu erzielen. Kultur ist auf Austausch angelegt: Sie stiftet Gemeinschaft, Zugehörigkeit und kulturelle Identität, errichtet aber auch Grenzen (Luger, 2015: 16). Diese Grenzen werden durch den Tourismus wieder aufgelockert. Solange die touristische Route jedoch nur von einzelnen Mitgliedsstaaten ausgebaut wird, kann man sie nicht als Teil des gemeinsamen kulturellen Erbes im *Mercosur* betrachten. In der Geschichte der zwischenstaatlichen Konfrontationen in der Region spiegelt sich ein tendenzielles Konkurrenzdenken wider, das auch die Verbreitung der Matekultur auf der Welt behindert.

### **Geteilte Matekultur im *Mercosur*: Chancen und Barrieren**

Demokratische Prinzipien und die wirtschaftliche Entwicklung sind die Grundpfeiler der regionalen Integration im *Mercosur*. Dabei steht der Staatenverbund vor der Herausforderung, fast 15 Millionen Quadratkilometer Territorium und mehr als 295 Millionen Menschen aus verschiedenen kulturellen, ethnischen, linguistischen und religiösen Hintergründen unter sich zu vereinen (Parra, 2016: 65). Nicht nur die Verteilung und der Umgang mit den vielfältigen natürlichen Ressourcen gestaltet sich dadurch schwierig. Aufgrund der nationalen geographischen Gegebenheiten in den Mitgliedsstaaten ergeben sich tiefgreifende strukturelle und politische Asymmetrien, die eine Gratwanderung zwischen Kooperation und Konkurrenz zur Folge haben. Trotz der Annäherung von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft durch den *Mercosur* in der Region wollen die Länder ihre Identität und Souveränität wahren (ebd.: 66 f.).

Dieses grundlegende Entwicklungsproblem zeigt sich zum Beispiel in der Geschichte Paraguays, das im 19. Jahrhundert noch ein Monopol auf die Mateproduktion hatte. Durch die steigende Konkurrenz aus Brasilien und Argentinien wurde Paraguays Exportposition geschwächt. Hinzu kamen unzureichende Qualitätskontrollen und das langsame Wachstum des Matemarktes, das nicht zuletzt der Konkurrenz von Tee und Kaffee geschuldet ist (Kleinpenning, 1992: 246, 249). Diesen Entwicklungen konnte eine vergleichsweise kleine Volkswirtschaft wie Paraguay nicht viel entgegenhalten.

Statistiken von 2016 zufolge ist Argentinien führender Mateproduzent mit rund 280 Millionen Kilogramm *yerba* pro Jahr. Davon werden etwas mehr als zehn Prozent exportiert – hauptsächlich nach Syrien und in den Libanon, gefolgt von Chile, wo Mate insbesondere in der Region Patagonien ebenfalls Teil der Volkskultur geworden ist (Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, 2018: 8, 27). Der Mate ist somit gleichsam für ausländische Migrantinnen und Migranten in Südamerika, als auch für die aus Südamerika emigrierten Personen ein Faktor von Integration und Identität.

Kann ein geteiltes Kulturgut wie der Mate auch die Zusammenarbeit stärken? Ligia Chiappini (2008: 104) zufolge kann es „ohne kulturelle Integration keine wirtschaftliche und politische Integration geben“. Das bedeutet, dass zunächst die kulturelle Identität geklärt sein muss, bevor man sich auf wirtschaftlicher Ebene zusammenschließen kann.

Aus der Geschichte des Mate geht hervor, dass er als Symbol und Ritual einen besonderen Stellenwert in Teilen der Gesellschaften aller vier *Mercosur*-Staaten einnimmt. Und auch wenn einige Aspekte der Matekultur unterschiedlich ausgelegt oder zelebriert werden, ist er doch allgegenwärtig in der Region und verbindet die Menschen, die ihn trinken: „tiene algo de pipa de paz, que circula de boca en boca, en intimidación colectivista“<sup>1</sup> (Scutellá, 2006: 78). Die kollektive Dynamik entsteht dabei durch die Verwendung desselben Gefäßes und Trinkrohrs in der Gruppe. Niemand wird von diesem Ritual ausgeschlossen, bei dem die Kommunikation kodiert ist. Die Regeln sind zwar nicht starr, werden aber über Grenzen und Sprachen hinweg weitgehend geteilt.

Die Bildung supranationaler Blöcke, wie die EU oder der *Mercosur*, schafft eine Art transnationale Region (Chiappini, 2008: 97 f.): Die Grenzen öffnen sich auf politischer, ökonomischer und kultureller Ebene und bleiben nur im formalen Sinn für die territoriale Abgrenzung erhalten. Das erklärt, wieso gerade Entwicklungsländer von dieser Art von Zusammenschluss profitieren wollen. Die regionale Integration im *Mercosur* baut Größennachteile der Märkte, Unternehmen und Forschung der einzelnen Staaten ab (Eßer, 1997: 231). Dadurch erhöht sich nicht nur die Binnennachfrage, sondern auch das Interesse von außen, mit dem Block als stabilem Verbund Handel zu treiben.

Doch obwohl Argentinien, Brasilien und Paraguay die einzigen Länder auf der Welt sind, in denen *yerba mate* angebaut wird, konnten die gemeinsamen Produktionsziele bislang nicht erreicht werden. Das 2008 vorgeschlagene

---

1 „(Der Mate) hat etwas von einer Friedenspfeife, die von Mund zu Mund gereicht wird; in kollektiver Vertrautheit.“

ne „Programa de Integración de la yerba mate del Mercosur“ zur Steigerung des Exports und der Qualitäts- und Identitätsstandards im Handel mit Mate wurde nie durchgeführt (Parra, 2016: 70 f.). Die Zusammenarbeit führt zwar zu einem generellen Wirtschaftswachstum, jedoch haben die Staaten noch immer Schwierigkeiten, sich im internationalen Vergleich zu behaupten. Die These, dass die lateinamerikanische Integration „nur auf der Ebene der Kultur [...] Wirklichkeit geworden“ ist (Vargas Llosa, 2008: 26), scheint demnach berechtigt zu sein. Ohne angemessene Regulationsmechanismen in der Landwirtschaft können die gemeinsamen Ziele kaum verwirklicht werden.

Die Rodung von Waldgebieten und die Vertreibung von indigenen Stämmen spielt eine zentrale Rolle für die Erschließung neuer Mateanbauflächen. Insbesondere das Problem der Desintegration des ländlichen Raumes liegt dem Mateanbau zugrunde. Die *Guarani*-Kultur gilt genau wie der Mate als geteiltes Kulturgut der *Mercosur*-Staaten. In der Vergangenheit kam es in der Region jedoch immer wieder zu Neuverteilungen der Grenzgebiete, Privatisierungen von Landteilen, sowie zur Unterdrückung und Ausbeutung der Indigenen (De Lisio, 2013: 85). Diese Tendenz spiegelt sich noch immer in den Arbeitsbedingungen auf den Mateplantagen wider.

## **Die Arbeitsbedingungen im Mateproduktionsprozess**

Ende des 19. Jahrhunderts waren es vorwiegend ausländische *yerbateros*, denen die Mateplantagen gehörten. Die harte Landarbeit hingegen erledigten ausschließlich einheimische Tagelöhner, davon der Großteil aus Paraguay (Kleinpenning, 1992: 211). Mit der technologischen Wende wurden die Ländereien von Großgrundbesitzern und Firmen übernommen, und der Anbau wurde zur Massenproduktion ausgedehnt. Zwar herrschte ein reger Handelsaustausch an den innerkontinentalen Grenzen, aber noch immer gab es keine richtige Zusammenarbeit (ebd.: 228).

Die Mehrheit der Arbeiterinnen und Arbeiter auf den Mateplantagen wächst in sozial schwachen Umfeldern auf, in denen viele Generationen bereits auf Mateplantagen gearbeitet haben und die Unterstützung der gesamten Familie – inklusive Kinder – benötigen, um möglichst große Mengen zu ernten. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass sie von Beginn an wenig Perspektiven für eine besser bezahlte Arbeit haben, die es ihnen ermöglichen würde, besser in die Gesellschaft integriert zu werden. Sie nennen sich *tareferos* – Tagelöhner, die weder Recht auf ein geregeltes Einkommen noch auf einen angemessenen Versicherungsschutz haben.

Auf Initiative der Universidad Nacional de Misiones wurden Statistiken über die Arbeitssituation der *tareferos*, ihre sozialen Hintergründe und den Anteil der Kinderarbeit erstellt. Dabei gaben 55% der Befragten an, als *tareferos* zu arbeiten, weil es keine anderen Arbeitsmöglichkeiten gibt, wobei 60% von ihnen gerade einmal einen Grundschulabschluss nachweisen können (Sapa / Espinoza, 2012). Die fehlenden Perspektiven durch mangelhafte Bildung

stellen also die Hauptursache für die prekäre Situation der Arbeiterinnen und Arbeiter auf den Mateplantagen dar. Deshalb liegt es in der Verantwortung des Staates, für mehr Bildungschancen und gesicherte Arbeitsbedingungen zu sorgen. Gerade hinsichtlich der Ernennung des Mate zum immateriellen Kulturerbe des *Mercosur* besteht in diesem Sektor Handlungsbedarf. Mit dem Kulturerbe geht auch eine ethische Verantwortung der Gesellschaft einher, das Kulturgut in seinem gesamten Kontext zu schützen und zu kontrollieren (Tauschek, 2013: 23 f.).

Die ländliche Desintegration und die Situation der *tareferos* stehen im starken Kontrast zu den Zielen, die sich der *Mercosur* für sein geteiltes kulturelles Erbe gesetzt hat, und zwar die Anerkennung und Wertschätzung der regionalen kulturellen Identität zu fördern, gemeinsame Prinzipien und Werte in der Region zu offenbaren und eine grenzüberschreitende Integration zu erreichen. Damit die Matekultur dem allgemeinen Verständnis und Zweck von kulturellem Erbe entsprechen kann, sollten zumindest grundlegende Bedürfnisse der Arbeiterinnen und Arbeiter abgesichert und die gesellschaftliche Anerkennung ihrer Arbeit gewährleistet sein. Auch für eine erfolgreiche Vermarktung im Ausland wird es immer wichtiger, den Verbraucherinnen und Verbrauchern den Entstehungskontext des Produktes näherzubringen und die Arbeitsbedingungen sichtbar zu machen. Für eine bessere Rezeption und Verbreitung der *yerba mate* ist eine transparente Unternehmensstrategie deshalb ausschlaggebend.

### **Export eines Konsumgutes: Verfremdung der Matekultur?**

Der Handel mit *yerba mate* ist innerhalb des *Mercosur* ein fruchtbarer Wirtschaftszweig, der eine Vielzahl von Arbeitsplätzen und Kapital generieren kann. Häufig fehlen jedoch die Qualitätskontrollen in der Produktion und die Mitgliedsstaaten können den Markt unterschiedlich gut ausnutzen und davon profitieren. Politisch-ökonomische Instabilitäten sorgen immer wieder für zwischenstaatliche Differenzen und Exportschranken. Während Argentinien für 62% und Brasilien für 34% der Weltproduktion von Matetee verantwortlich sind, trägt Paraguay nur vier Prozent dazu bei (Varela / Penner, 2006: 11).

Zum einen lässt sich dies auf die enormen Größenunterschiede der Länder zurückführen, wobei in Argentinien nur in den nördlichen Provinzen und in Brasilien nur im Süden Mate produziert wird. Zum anderen liegen in Paraguay grundlegende Strukturprobleme vor, die den Handel mit diesem Land im Vergleich zu den Nachbarländern weniger attraktiv machen. Dazu gehören zum Beispiel fehlende Qualitätsregelungen und größere Marktschwankungen, die sich negativ auf die Produktionskosten auswirken. Generell spielen die Regierungen eine entscheidende Rolle in der Entwicklung von gemeinsamen Exportstrategien.

Syrien und Libanon gelten als Hauptimporteure der argentinischen *yerba mate*. Im 20. Jahrhundert kamen aus diesen Ländern vermehrt Leiharbeiter

nach Argentinien und eigneten sich die Matekultur an, die sie bei ihrer Rückkehr in die Herkunftsländer mitnahmen (Scutellá, 2006: 79). Dabei bewahrten sie das Ritual in seiner traditionellen Form und passten es nur leicht an die Umstände in ihrem Umfeld an. Der Matete muss allerdings aus Lateinamerika importiert werden.

In den letzten Jahren finden sich im Handel auch vermehrt Produkte auf Matebasis, wie beispielsweise *Club-Mate*, ein kaltes Erfrischungsgetränk. Zurückführen lässt sich dieser Trend zum einen auf ein gestiegenes Interesse an Südamerika. Auf der anderen Seite wird Mate durch allgemeine Gesundheits- und Ernährungstrends immer populärer, da Mate nachweislich stimuliert und sättigt. Er ist also nicht nur ein geeigneter Ersatz für Kaffee oder schwarzen Tee, sondern auch Teil einer ausgewogenen und vitaminreichen Ernährung (Reuter, 2015).

Deutlich wird anhand neuer Produkte und Bewertungen aber auch, dass sich der Konsum in Südamerika von dem an anderen Orten unterscheidet. Das traditionelle Materitual entspricht nicht den Bedingungen der westlichen Kultur. Dies veranlasste bereits im frühen 20. Jahrhundert die Entwicklung neuartiger Mategefäße unter den europäischen Einwanderinnen und Einwanderern in Südamerika, wie des *mate higiénico alemán* (Scutellá, 2006: 37) – des „hygienischen deutschen Mate“, der sich durch Hitzeschutz und austauschbare Mundstücke für den individuellen Gebrauch auszeichnete.

Angesichts des stetigen gesellschaftlichen Wandels müssen kulturelle Praktiken gegebenenfalls an neue Rahmenbedingungen angepasst werden (Tauschek, 2013: 25). Nicht alle Gegenstände und Praktiken, die früher nützlich waren, können in der heutigen Zeit in ihrer ursprünglichen Form bestehen, auch wenn sie noch immer bedeutsam sind.

Während sich der Matekonsum in Syrien und im Libanon durch die kulturelle Integration der Leiharbeiter in Südamerika verfestigen konnte, spielen hinsichtlich der Verbreitung durch Export andere Aspekte eine Rolle. In potenziellen Märkten für *yerba mate*, wie Europa oder USA, liegt der Trend bei Bioprodukten. Auch dort wird Tee als Lebensstil angesehen, aber hauptsächlich in Teebeuteln oder aufgekochter Form nachgefragt (Varela / Penner, 2006: 23 f.). Der Markt für Bioprodukte, der 20% des weltweiten Warenverkehrs ausmacht, charakterisiert sich allerdings durch hohe Beitrittskosten, Exportschranken und die Konkurrenz großer fortschrittlicher Volkswirtschaften wie USA oder Deutschland (ebd.: 19). Diese Umstände erschweren es den wirtschaftlich schwächeren Ländern des *Mercosur* mit ihren Produkten einzusteigen.

Auch in diesem Fall ist das gegenseitige Konkurrenzdenken die größte Barriere für das Potenzial des Mate als geteiltem Kulturgut. Die Reichweite des *Mercosur* ist in dieser Hinsicht zu gering, trotz seiner Monopolstellung im Anbau von *yerba mate*, um den Mate als kulturelles Symbol des Zusammenhaltes im internationalen Kontext zu verbreiten. Im globalen Gütermarkt wird zunehmend Wert auf zertifizierte, regionale Produkte gelegt, und allgemein steigen die Ansprüche an Qualität und Nährwert des Produktes in Folge der

Globalisierung des Informationszugangs (Sniechowski / Paul, 2008: 14). Diese Tatsache ist auch für den Export von *yerba mate* zu berücksichtigen. Auch wenn es wünschenswert wäre, die Matekultur durch Verbreitung in andere Teile der Welt zu festigen und in der Gesellschaft zu verankern, müssen die verschiedenen Anforderungen der Zielgruppen an das Produkt befriedigt werden:

For mate to continue growing, it will either have to fight its way into crowded hot drinks markets in areas beyond Latin America that already have well-entrenched coffee and tea consumption, or it will need to catch on as a natural energy additive to soft drinks. [...] The latter option is more promising, and a wave of drinks with mate as a key ingredient is hitting countries far afield from South America, suggesting that this is beginning to happen. (Barry, 2016)

Bislang bleibt der Mate trotz neuartiger Kreationen und freizügigem Exportverhalten hauptsächlich innerhalb der *Mercosur*-Staaten verankert und der Fokus liegt auf dem zwischenstaatlichen Warenverkehr. Die Einigung über das Freihandelsabkommen zwischen der EU und dem *Mercosur*, die offiziell am 29.06.2019 bekannt gegeben wurde, eröffnet neue Entwicklungstendenzen. Im Vergleich zu anderen Exportgütern hat der Mate den Vorteil, nicht mit europäischen Varianten konkurrieren zu müssen, wie das zum Beispiel bei Wein oder Oliven der Fall ist. Ein wichtiger Faktor dafür ist die geschützte geographische Herkunftsangabe. Diese dient als Qualitätsnachweis und gleichzeitig zur Differenzierung von anderen, gleichwertigen Produkten (Pretto, 2019). Dadurch werden aber nicht nur produktbezogene Differenzen hervorgehoben, sondern auch die länderbezogenen Interessen, die einer engeren Zusammenarbeit im *Mercosur* im Wege stehen.

Die endgültige Ratifizierung des Abkommens ist noch nicht in Sicht. Besonders in den Sektoren der Landwirtschaft und des Umweltschutzes stößt es auf viel Kritik und Bedenken hinsichtlich der unterschiedlichen Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit. Der Amtsantritt von Präsident Jair Bolsonaro in Brasilien und die fortlaufende Rodung von Regenwaldgebieten für neue Ackerbauflächen gab schließlich auch den Ausschlag dafür, die Verhandlungen vorübergehend einzustellen (Anonym, 2019). Angesichts der aktuellen Entwicklungen im internationalen Kontext, den wiederkehrenden Grenzkontrollen und den bevorstehenden globalen wirtschaftlichen Einbußen ist eine Wiederaufnahme der Verhandlungen in naher Zukunft nicht zu erwarten. Für die Zusammenarbeit in sozialen und kulturellen Fragestellungen ist nicht nur eine wirtschaftliche Kooperation, sondern auch eine politische Koordination notwendig. Ohne aufeinander abgestimmte Ziele der Kulturpolitik kann es keinen erfolgreichen Kulturexport und somit keinen Export der Matekultur geben.

### **Fazit: Geteiltes Kulturerbe erfordert Zusammenarbeit**

Argentinien, Brasilien, Paraguay und Uruguay teilen nicht nur territoriale Grenzen, sondern auch ein umfassendes historisches Kulturerbe. In der Vergangenheit kam es immer wieder zu zwischenstaatlichen Bündnissen und Konfrontationen in der Region. Politische und wirtschaftliche Ungleichgewichte manifestierten sich in Form von Diktaturen und Finanzkrisen. Spätestens seit den Unabhängigkeitserklärungen im 19. Jahrhundert fand eine starke Besinnung auf nationale Interessen und Bedürfnisse statt. Diese Nationalisierung wird durch den Staatenverbund des *Mercosur* wieder aufgelockert. Dabei handelt es sich um eine Form der Wirtschaftskooperation, die politische und soziale Kooperationen nicht ausschließt. Der Mate verbindet alle vier Mitgliedstaaten in kultureller und wirtschaftlicher Hinsicht. Er ist fester Bestandteil der Volkskultur in diesen Ländern und findet sich in einer Vielzahl regionaler und überregionaler Literatur, Musik und Feste wieder. Auf diese Weise ist er ein Bindeglied zwischen Personen; er stiftet Identität, Zusammengehörigkeit und Freundschaft. Die Ernennung des Mate zum gemeinsamen immateriellen Kulturerbe des *Mercosur* unterstreicht die zwischenstaatlichen Interdependenzen und macht sie sichtbar für die ganze Welt. Sie zeigt deutlich auf, dass die geographischen Grenzen nicht mit den kulturellen einhergehen müssen und nationalistische Tendenzen einer gemeinsamen Kulturpolitik im Wege stehen.

Der Mate ist gleichzeitig Kultur- und Konsumgut. Der Handel mit *yerba mate* war lange Zeit ein wichtiger Stützpfeiler des Wirtschaftswachstums in der Region. Die Nachfrage geht weit über den lokalen Markt hinaus, bis in den Nahen Osten und zunehmend auch bis nach Europa und in die USA. Sie ist den natürlichen, energetisierenden Eigenschaften zu verdanken, die dem Mate zugeschrieben werden und denen des Kaffees oder Schwarzen Tees ähneln. Dieser potenzielle Markt kann allerdings nur mit Hilfe strengerer Qualitätskontrollen und Regulierungen der Produktionsprozesse erschlossen werden. Dies spiegelt sich zum Beispiel in den langjährigen Verhandlungen über das Freihandelsabkommen EU- *Mercosur* wider. Es besteht großes Interesse an südamerikanischen Produkten, aber wenig Vertrauen in die Transparenz der Herstellung und Vermarktung. Um eine größere Reichweite zu erzielen, sollte der Matetee den Richtlinien internationaler Lebensmittelstandards gerecht werden. Die Erklärung zum Kulturerbe innerhalb des *Mercosur* reicht dazu nicht aus, zumal der Fokus dort mehr auf dem Kultursystem und den lokalen Praktiken rund um den Mate liegt.

Eine Möglichkeit, den Mate bekannter zu machen und besser zu schützen, ist die Bewerbung um dessen Status als UNESCO-Weltkulturerbe. Er ist historisches Erbe, sozialer Brauch, traditionelles Ritual und gleichzeitig unterliegen seine Utensilien – das Mategefäß und die *bombilla* – einer traditionsreichen Handwerkskunst, die indigene und westliche Praktiken verbindet. Das alles sind Faktoren, die für die Ernennung zum Immateriellen Kulturerbe der UNESCO von Bedeutung sind (UNESCO, 2011). Alle vier Mitgliedsstaaten des *Mercosur* haben die UNESCO-Konvention von 2003 ratifiziert und haben

somit die Möglichkeit, Bewerbungen vorzunehmen. Die Bewerbung des Mate müsste allerdings auf der Initiative des ganzen Staatenbundes erfolgen, nicht der einzelnen Länder. In Brasilien ist die Mate-Kultur nicht flächendeckend verbreitet und in Uruguay wird keine *yerba mate* angebaut. Nur Argentinien und Paraguay teilen die historischen Orte, an denen sich die Anbauflächen und Produktionsstätten heute vorwiegend befinden und die im Ausbau der *Ruta de la yerba mate* repräsentiert werden. Tatsächlich hat Paraguay dieses Jahr einen Antrag an die UNESCO für die Ernennung des *Tereré* zum Weltkulturerbe gestellt (UNESCO, 2020). Dabei handelt es sich um die kalte Form des Matetees, die hauptsächlich in Paraguay getrunken wird. Falls der Antrag Erfolg hat, würde zumindest ein Teil der Matekultur auf der Welt verbreitet und geschützt werden. Die Bewerbung zeugt aber zugleich von nationaler Kulturpolitik, welche die anderen *Mercosur*-Staaten außer Acht lässt und eine tiefgreifendere Zusammenarbeit im Staatenbund behindert.

## Literaturverzeichnis

- Anonym (2019): „Das Mercosur-Abkommen ist Geschichte“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* / <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/oesterreich-will-eu-freihandelsabkommen-mit-mercosur-ablehnen-16392290.html>.
- Assmann, Aleida (2006): *Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*, München: C.H. Beck Verlag.
- Barry, Matthew (2016): „As Consumption Stagnates in South America, will Yerba Mate Move North?“, in: *Euromonitor International* / <https://blog.euromonitor.com/as-consumption-stagnates-in-south-america-will-yerba-mate-move-north/>.
- Chiappini, Ligia (2008): „Grenzkultur des MERCOSUR: die Macht der Machtlosen“, in: Ette, Ottmar / Ingenschay, Dieter / Maihold, Günther (Hrsg.): *Europ.Amerikas. Transatlantische Beziehungen*, Frankfurt am Main: Vervuert Verlag, S. 91-124.
- De Lisio, Antonio (2013): „La IIRSA o la Integración Física Suramericana como dilema eco-sociopolítico“, in: *CLACSO* / <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20131016120547/clacso.pdf>.
- Eßer, Klaus (1997): „MERCOSUR – Sprungbrett zum Weltmarkt?“, in: Sevilla, Rafael / Zimmerling, Ruth (Hrsg.): *Argentinien: Land der Peripherie?*, Bad Honnef: Horlemann (Edition Länderseminare), S. 227-237.
- Kleinpenning, Jan (1992): *Rural Paraguay, 1870-1932*, Amsterdam: CEDLA.
- Luger, Kurt (2015): „Tradition, Ritual, Inszenierung: Kulturelles Erbe im Spannungsfeld von bewahrender Pflege und touristischer Vereinnahmung“, in: Luger, Kurt / Wöhler, Karlheinz (Hrsg.): *Kulturelles Erbe und Tourismus. Rituale, Traditionen, Inszenierungen*, Innsbruck: Studienverlag, S. 15-46.
- Mercosur (2019): „¿Qué es el MERCOSUR Cultural?“, in: *Mercosur* / <https://www.mercosur.int/que-es-el-mercosur-cultural>.
- Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología (et al.) (2018): *Usos y espacios de la yerba mate en Argentina. Candidatura a la Lista de Patrimonio Cultural del MERCOSUR*, in: *Usos* / [https://backend.educ.ar/refactor\\_resource/getBook/261](https://backend.educ.ar/refactor_resource/getBook/261).

*Mate als immaterielles Kulturerbe des Mercosur*

- Morales Peres dos Santos, Ivana / Ovenhausen Albernaz, Renata (2018): „Gestión Pública del Patrimonio Cultural Transnacional“, in: *Estudios y Perspectivas en Turismo* 27, S. 256-275, in: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6353743>.
- Parra, Patricia A. (2016): „El desafío de la Integración Productiva en el MERCOSUR. La importancia de las cadenas de valor interestatales“, in: Racovschik, Alejandra / Raimundi, Carlos (Eds.), *¿Fin de ciclo o paréntesis en la región? Balance de la última década: reflexiones sobre el nuevo escenario para el MERCOSUR*, Buenos Aires: Flacso Argentina (*Documentos de trabajo*; 4), S. 65-71.
- Preto, María H. (2019): „Acuerdo de Libre Comercio entre EU y Mercosur: una oportunidad para la Yerba Mate Argentina“, in: *Misiones Online* / <https://misionesonline.net/2019/07/29/acuerdo-libre-comercio-cu-mercosur-una-oportunidad-la-yerba-mate-argentina/>.
- Reuter, Constanze (2015): „Mate macht wach und schlank“, in: *fit for fun* / <https://www.fitforfun.de/abnehmen/mate-mate-macht-wach-und-schlank-188733.html>.
- Riekenberg, Michael (2009): *Kleine Geschichte Argentiniers*, München: C.H. Beck Verlag.
- Sapa, Claudia/Espinoza, Ana Victoria (2012): „Tareferos, marginalidad y exclusión detrás de la yerba mate“, in: *Argentina Investiga. Divulgación Científica y Noticias Universitarias* / [http://argentinainvestiga.edu.ar/noticia.php?titulo=tareferos\\_marginalidad\\_y\\_exclusion\\_detras\\_de\\_la\\_yerba\\_mate&id=1711](http://argentinainvestiga.edu.ar/noticia.php?titulo=tareferos_marginalidad_y_exclusion_detras_de_la_yerba_mate&id=1711).
- Scutellá, Francisco N. (2006): *El mate: bebida nacional argentina*, Buenos Aires: Lancelot.
- Sniechowski, Virginia/Paul, Liliana Martina (2008): „La rotulación de los envases de yerba mate en el Mercosur“, in: *Revista científica Universidad Nacional de Misiones (UNaM)* / [http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com\\_content&task=view&id=140&Itemid=42](http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=140&Itemid=42).
- Tauschek, Markus (2013): *Kulturerbe. Eine Einführung*, Berlin: Dietrich Reimer Verlag.
- UNESCO (2003): „Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage“, in: *UNESCO* / <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540>.
- UNESCO (2011): „Ámbitos del patrimonio inmaterial en la Convención de 2003“, in: *UNESCO* / <https://ich.unesco.org/es/ambitos-del-patrimonio-inmaterial-00052>.
- UNESCO (2020): „Practices and traditional knowledge of Terere in the culture of Pohã Ñana, Guaraní ancestral drink in Paraguay“, in: *UNESCO* / [https://ich.unesco.org/en/files-2020-under-process-01053?select\\_country=00171&select\\_type=all#table\\_cand](https://ich.unesco.org/en/files-2020-under-process-01053?select_country=00171&select_type=all#table_cand) (Representative List, N°1603).
- Urban, Detlef (2013): „Das südamerikanische Utopia des 18. Jahrhunderts“, in: *Deutschlandfunk Kultur* / [https://www.deutschlandfunk.de/das-suedamerikanische-utopia-des-18-jahrhunderts.1242.de.html?dram:article\\_id=246102](https://www.deutschlandfunk.de/das-suedamerikanische-utopia-des-18-jahrhunderts.1242.de.html?dram:article_id=246102).
- Varela, Victor / Penner, Reinaldo (Hrsg.) (2006): „Welcome Yerba Mate. La novedad en el mundo de las infusiones“, in: *United States Agency for International Development (USAID)* / [https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/yerba\\_mate.pdf](https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/yerba_mate.pdf).
- Vargas Llosa, Mario (2008): „Lateinamerika von innen und außen“, in: Ette, Ottmar / Ingen-schay, Dieter / Maihold, Günther (Hrsg.): *Europa Amerikas. Transatlantische Beziehungen*, Frankfurt am Main: Vervuert Verlag, S. 25-36.