



Die Eisheiligen

Global Village: Wie zwei Einwanderer Amerika retten wollen – mit Vanille, Pistazie und Sinnlichkeit

Leo nimmt jetzt eine Mango vom Stapel, er hält sie mit beiden Händen, wie man ein Baby hält, er beugt sich vor, versunken, starrt die Frucht an, als wollte er durch die Schale blicken, dreht sie, schnuppert, wiegt die Mango in den Händen, betastet sie, nickt. Atmet hörbar aus. Legt sie beiseite.

Va bene, ist okay. Leise Stimme.

Leo, langhaarig, lässig, geboren in Rom, gelernter Schmied, dann Metallbildhauer, dann Landwirt, großbürgerliche Herkunft, dann nach Amerika, einfach so, weil es romantisch war und er sich beweisen wollte, in Los Angeles Tellerwäscher, Kellner, Pizzabäcker, Manager, Türsteher, bärig, bedächtig und ausgestattet mit einer Adriano-Celentano-Stimme sowie Bizepsen, die sich, wenn er die schweren Kisten stemmt, wölben wie Zuckermelonen – Leo hat schon die nächste Mango. Schnuppert, tastet, starren, und so vergeht der Vormittag, nach den Mangos die Erdbeeren, dann die Pistazien, drei Säckchen, die Eier.

Dann die Haselnüsse. Die Schokolade.

Leo Bulgarini, 37 Jahre alt, seit 16 Jahren in den USA, hat neue Visitenkarten drucken lassen. Unter seinen Namen ließ er mit kecken Schnörkeln setzen: Gelato Artigianale, was man frei übersetzen kann mit „Eis-Kunstwerke“.

Dies ist seine Mission. Denn Leo will Amerika retten.

Er will Amerika retten, indem er, gemeinsam mit seiner Frau Lisa, das beste Speiseeis des Landes kreiert; eine Erfolgsgeschichte wollen sie schreiben, an deren Ende die Amerikaner etwas unendlich Wichtiges gelernt haben werden über Geschmack und Sinnlichkeit; während sie, Leo und Lisa, reich geworden sind und nach Rom zurückgehen und abends auf einem Balkon sitzen werden, auf den Campo de' Fiori blicken und die Rotweingläser heben: Auf dich, mio Amore, und weißt du noch, damals, als alles begann in jenem kleinen Museum in Pasadena?

Die Erfolgsgeschichte, so sie eine wird, beginnt hier, eine Autostunde nordöstlich von Downtown Los Angeles, Kalifornien.

Das Pacific Asia Museum liegt an der Los Robles Avenue, vier kleine Säle, in die sich kaum je ein Besucher verirrt, mit steinernen Buddhas aus Angkor, 11. Jahrhundert, und japanischen Masken der Edo-Periode – und wenn man das alles gesehen hat, tritt man in einen von Ginkgo-Bäu-

men beschatteten Innenhof. Ein Espresso wäre jetzt nicht schlecht. Aber es gibt kein Café. Dafür eine Küche. Und da fuhrwerk Leo. Und winkt einen heran.

Hier ist sein Trainingscamp, sein Labor, und falls Kunden kommen, sind sie Testpersonen.

Man gibt für drei Portionen eine 20-Dollar-Note hin und bekommt ein unbeträchtliches Wechselgeld zurück, und während man noch rechnet und überlegt, ob man irgendwie meckern sollte, hat man bereits probiert, und Leo beobachtet aus den Augenwinkeln.

Es schmeckt umwerfend.

Erdbeere: fruchtig, aromatisch, wie noch nie im Leben ein Erdbeereis geschmeckt hat, Wald und Schatten, Untertöne von Pflaume, Likör, Birne, Minze; das Pistazieneis: komplex, nussig, rauchig, pfefferig;



Ehepaar Bulgarini: Geschmack als Statement

die Schokolade: butterig, prachtvoll, in verblüffender Balance.

Meine Güte, Leo, wie kriegen Sie das hin?

Viel Arbeit, sagt er, die besten Zutaten, und vollkommene Hingabe kann auch nicht schaden.

Als Leo und Lisa sich kennenlernten, vor drei Jahren, beschlossen sie, aus ihrem Leben etwas Besonderes zu machen. Lisa ist die Tochter eines ungarischen Revolutionärs, der nach dem Aufstand 1956 in die USA emigrierte und neu anfang, und einer Chinesin. Lisa studierte Musik, Jura, Biologie und suchte dabei nach dem Mann ihres Lebens und der besonderen Aufgabe. Und dann traf sie Leo. Der liebte sie und erzählte von dieser Gelato-Idee, die er schon immer hatte.

Sie kratzten ihre Ersparnisse zusammen und reisten zwei Jahre lang durch Nord-

italien, die Schweiz, Sizilien, sie aßen in Hunderten Eisdielen, interviewten Dutzende Eismacher, nahmen in Catania monatelang Unterricht, schrieben Notizbücher voll, kamen zurück. Nahmen einen Kredit auf, 50 000 Dollar. Mieteten sich im Museumshof ein, fanden außerdem einen Laden an der Lake Avenue, ihre eigene Eisdielen, die bald eröffnet wird, ihr Missionswerk.

„Du kannst dir im Supermarkt“, sagt Leo, „grauenvolles So-als-ob-Eis kaufen, für zweieinhalb Dollar das Kilo – oder du legst ein bisschen drauf, leistest dir eine kleinere Portion und erlebst etwas damit. Und erinnerst dich, mit Glück, den Rest deines Lebens an den Geschmack.“

Drei Jahre haben sie ihren Coup vorbereitet. Ihre Haselnüsse kommen aus dem Piemont, die Pistazien aus Sizilien, die Vanille von einem ökologischen Anbau auf Madagaskar, schwierig war die Wahl der Schokolade: Sie experimentierten mit 40 Sorten und entschieden sich für Valhrona, mit etwas van Houten. Und mindestens so wichtig ist das, was sie nicht benutzen, all das, was auf Eispackungen normalerweise hindendrauf steht: Emulgatoren, Stabilisatoren, Fruchtpräparatkonzentrat, stattdessen das beste Obst, das man in Kalifornien kriegen kann – für die Pfirsiche, Erdbeeren, Mangos fährt Leo zu einer Plantage nördlich von Santa Barbara, sieben Stunden Freeway, dreimal die Woche. „Aber du merkst es“, sagt er.

„Geschmack“, sagt Lisa, „ist ein Statement, fast eine Revolution, fast schon politisch.“

„Unsere Einstellung zum Essen spiegelt alles wider“, sagt Leo, „das Verhältnis zu Gemeinschaft, Tradition, Natur, zu uns selbst.“

Ihr Eis wird teuer sein, aber nicht unbezahlbar; eine Revolution für alle, im Belachen. Sie sind optimistisch – und übrigens glauben auch andere an den Erfolg der zwei Eisheiligen. Leo erzählt von einem halben Dutzend Franchise-Angeboten. „Wenn Amerikaner Geld wittern, werden sie übereifrig“, sagt er. „Ich warte, bis wir für die Partys der Stars und Milliardäre die Desserts liefern – dann kann ich mir meine Partner aussuchen. Und wenn es nicht klappt, haben wir's zumindest versucht.“ Er lächelt.

„Noch etwas Pistazie?“

RALF HOPPE