

Italien und die Schokoladen-Renaissance: „Können Sie schmecken, was darin steckt?“

# Im Tal des süßen Goldes

Tavolette mit Fenchelöl oder Krustentiere auf Kakao – zwischen Pisa und Prato haben Chocolatiers Erfolgsrezepte für eine alte Kunst gefunden

Von Stefan Ulrich

*Gianni Boccaccio: „Es ist besser, Genossen zu bereuen, als zu bereuen, dass man nichts gegessen hat.“*

Pisa, im Februar – Für Cecilia Iacobelli begann das süße Leben in einem Strandhotel der Toskana. Dort lernte die Designerin 1991 den Chefkoch kennen, einen Holländer mit blonder Löwenmähne und nordseebraunen Augen namens Paul De Bondt. Die beiden merkten, dass sie neben der Liebe noch anderes verband: die Freude an der Kunst, an der Ästhetik und vor allem am guten Essen. „So sagten wir uns eines Tages: Wir müssen etwas Gemeinsames auf die Beine stellen“, erzählt Cecilia.

Doch was? Mit Essen sollte es zu tun haben, das war klar. „Wir fragten uns, wo wir unsere Nische finden könnten, was hier in der Toskana noch fehlte. Das Ergebnis: Schokolade. Zwar gab es im Piemont eine Schokoladentradition, im restlichen Italien aber verstand man wenig von der Götterspeise der Azteken, man kaufte die Tafeln der Massenindustrie mit ihrem hohen Zucker- und Milch- sowie geringen Kakaogehalt oder Import-Pralinen aus Belgien und Frankreich. „Also haben wir unsere Talente zusammengeworfen und begannen, eine moderne Schokolade herzustellen, mit wenig Zucker und viel Kakao, edlem Kakao“, sagt die junge Frau mit dem schwarzen Lockenwirbel. „Es war ein Abenteuer. Denn damals aßen die Italiener kaum Schokolade, und unsere Produkte waren teuer.“

## Blumen, Früchte, Hölzer

Heute, 15 Jahre später, gehört die „Cioccolateria De Bondt“ in Visignano zu den Schmuckstücken des Schokoladen-Tals. So heißt inzwischen jene Gegend zwischen Pisa und Prato, in der sich während der vergangenen Jahre viele Schokoladen-Hersteller angesiedelt haben. Einige von ihnen sind zu Weltfirmen gelangt und machen den Kollegen aus Frankreich und Belgien den Rang streitig. Diese Familienunternehmen stehen für jene tüchtige Italiener, das sich trotz aller Schwächen des Staates auf den Weltmärkten behauptet – durch Phantasie, Fleiß, Qualität. Dann seiner oft jungen, wagemutigen Mittelständler hält sich das alte Kulturland in der Reihe der reichsten Staaten. Dass Italien es zudem schafft, ausländische Talente wie Paul De Bondt anzulocken, wirkt als weitere Kraftquelle.

„Für einen gelehrten Koch ist die Toskana natürlich das Eldorado“, sagt der Holländer. Mit seinem schokoladenverschmierten Kittel, dem schwarz-weißen Kopftuch, dem roten Drei-Tage-Bart und den schallhaft funkelnnden Augen sieht er aus wie ein Klabautermann. Doch er springt nicht in einen Schiffskombüse herum, sondern in seinem Laboratorium, um hier ein Oeuvre zu verkosten und dort in eine Reihe mit Zitronenschalen in Zuckersirup zu schnupern. Dann füllt er eine erdbräune, warme, duftende Masse in eine Plastiktüte. Durch eine Düse drückt er, Stück für Stück, Schoko-Klüssen auf ein Pergamentpapier. Ein Gefährte setzt Haselnüsse oben drauf. „Wir machen hier alles per Hand“, sagt Cecilia und deutet in den Nebenzimmer. Dort rollen sechs Mitarbeiter kleine Oester in Silberpapier ein.

Der Kakao-Duft in der Luft ist betäubend. Paul überreicht eine der gerade gegessenen Pralinen. „Schmecken Sie die verschiedenen Kakaosorten?“, fragt er und murmelnd etwas von exotischen Blumen, Früchten und Hölzern. „Eine feine Kakaosorte hat bis zu 500 verschiedene Aromen.“ Paul und Cecilia ist das nicht genug. Sie haben bald nach ihrer Firmengründung begonnen, ihre „Tavolette“, die Schokoladentafeln, mit anderen Stoffen anzureichern, mit kandierten Limet-



„Wir wollen die beste Schokolade der Welt machen.“ Mit diesem Anspruch gehen Cecilia Tessieri (oben Mitte) und ihr Bruder in Pontedera ans Werk und fangen dabei auf den Kakao-Plantagen in Venezuela an. Der vielfach prämierte Chocolatier Andrea Siliti sieht in seiner Ware Werke einer neuen Schokoladen-Kultur (oben rechts). Zu den italienischen Meistern der Kakao-Kunst gehören auch Cecilia Iacobelli und Paul De Bondt (links unten). Wie in Pisa viele Alchemisten an ihren verschiedenen Sorten arbeiten (rechts unten).  
Fotos: Ulrich, ddp, Schapowalow/SIME

ten-Schalen, Koriander, dem Öl des wilden Fenchel oder mit Fior di Sale, den feinsten, aromatisierten Salzkristallen, wie sie im frühen Sommer in den Salinen gedeihen. Oder mit Peperoncino. Ein Freund in der Toskana, der 800 Östern der scharfen Schoten kultiviert, brachte die De Bondts auf diesen Geschmack. „Heute stellen viele Chocolatiers aromatisierte Schokoladen her, aber als wir damit begannen, war das extravagant“, sagt Cecilia. Paul schaut von seinen Spritz-Pralinen auf. „Dabei sind unsere Kreationen nie kompliziert. Wir mischen nicht zehn Schokoladenmassen zusammen, wie manche in Frankreich, sondern nehmen wenige Zutaten. Doch die müssen charakteristisch im Geschmack und von bester Qualität sein.“

So haben die De Bondts das Erfolgsgeheimnis der toskanischen Küche auf die Schokolade übertragen und die einst schlichte Welt der Tafeln, die nur weiße, Milch- und Bitterschokolade kannte, in unzählige Varianten aufgefächert, als hätten sie sich Darwins Finken zum Vorbild genommen. Und immer wieder entdecken sie neue Geschmacksmischungen. Dann sitzen Cecilia und Paul wie Alchemisten zusammen und probieren Kakaomischungen aus. „Das meiste davon passiert allerdings in unserer Phantasie, weil wir die Geschmacksvarianten längst im Kopf haben“, sagt Cecilia. „So müssen wir in der Praxis nicht viele Tests machen.“

Die Ergebnisse können sich auch sehen lassen. Wie Silberbarren liegen die von Cecilia gestalteten Verpackungen aus kräftiger Silberfolie in dem Laden der De Bondts am Arno-Ufer in Pisa. Das Geschäft erinnert mit seiner alten Gewölbeküche und der raffinierten Beleuchtung eher an eine edle Boutique als an einen Süßigkeitenladen. Etwas biss-

steht Cecilia an diesem Abend hinter der Theke, denn das Geschäft läuft in diesen Wochen so gut, dass sie kaum mit der Produktion nachkommt. Erst Weihnachten, nun der Valentinstag und dann Ostern – für die Italiener gibt es derzeit viele gute Anlässe, Schokolade zu kaufen.

Von zwei auf vier Kilogramm pro Kopf und Jahr ist der Konsum im vergangenen Jahrzehnt hochgeschwitten, und das ist noch wenig im Vergleich zu Deutschland, wo etwa zehn Kilo verspeist werden. Der Trend geht dabei weltweit, von Europa über Amerika bis nach Japan, zu hochwertigen, kunsthandwerklich hergestellten Bitterschokoladen mit hohem Kakaanteil. Den De Bondts ist daher trotz der Konkurrenz im Schokoladen-Tal nicht bange.

## Für die Prinzessin im Bett

Um den Boom des braunen Goldes zu verstehen, der fast vier Wein-Wahn übertrifft, lohnt es, in die Geschichte zu blicken und dann weiter ins Schokoladen-Tal vorzudringen. Die Kakaobäume stammen aus dem Amazonasgebiet und wurden von altamerikanischen Völkern als Geschenk der Götter verehrt. Die Bohnen, von denen etwa 20 bis 30 in einer Frucht stecken, dienen als Opfergaben, Zahlungsmittel und berauschende Speise. Die Azteken brauten sich aus Kakao, Wasser, Vanille und Cayennepfeffer einen Krafttrunk namens Xocolatl. Montezuma soll stets reichlich davon getrunken haben, bevor er zu seinen Frauen ging.

Über die Spanier kam die Schokolade als Luxusprodukt nach Europa, der Cayennepfeffer wurde durch Zucker ersetzt. Prinzessinnen pflegten den heißen, süßen Trunk nun morgens im Bett zu schlürfen, Priester labten sich daran

während der Fastenzeit, womöglich mit schlechtem Gewissen. Der französische Moralist Francois Duc de La Rochefoucauld mahnte im 17. Jahrhundert: „Ergeben Sie sich Ihrer Gier nach Schokolade ohne Komplex und falsche Schuldgefühle, denn denken Sie daran: Kein vernünftiger Mensch ist ohne einen Funken von Wahnsinn.“

Erst viel später wurde Schokolade in fester Form verkauft, zunächst in Apotheken. Dann begann der Abstieg. Schokolade wurde schließlich zum milchig-zuckerigen Billigprodukt und „Naschzeug für Kinder“, wie Paul De Bondt sagt. Vor ein paar Jahren aber begann die Renaissance. Schon sind die Preise wieder fürstlich – und die Chocolatiers auf gutem Wege, den Kakao erneut zur Götterspeise zu erheben. In den Städten machen immer mehr Spezialgeschäfte auf, die Hersteller laden zu Degustationen, Restaurants servieren „Krustentiere auf Kakao“, die Tourismusexperten zwischen Pisa und Florenz arbeiten an einer „Schokoladenstraße“. Schoko ist schick.

Doch warum sind die Kunden so auf den Kakaogeschmack gekommen? Eine Antwort kann Andrea Siliti geben, ein kleiner, vor Einfällen sprühender Mann, dem nur wenig anzusehen ist, dass er täglich 100 Gramm Schokolade kostet. Das gehört schließlich zu seinem Job, lacht er. Siliti residiert, eine halbe Autostunde von den De Bondts entfernt, in Montsummano Terme. Wer in seine Degustierstube hinauf will, muss erst sein Geschäft durchqueren – einen Hort der süßen Sünde. Oben sitzt dann Siliti, taucht einen der von ihm erfundenen Kakaolöffel in den Espresso, nippt, schmunzelt und sagt: „Hier in Italien haben wir eine Wirtschaftskrise, aber der Schokoladenmarkt boomt, und unser Schokoladen-Tal wächst, denn Erfolg zieht Erfolg an.“

Die Schoko-Renaissance, glaubt Siliti, ist ein Werk der Chocolatiers. Erst in Frankreich und dann in Regionen wie der Toskana hätten sie begonnen, die Kunden Qualitätssinn zu lehren. Auf der Erfolgspur der Winzer würden nun auch die Kakaokünstler sortenreine Produkte, die sie Grand Cru nennen, und fein austrierte Mischungen anbieten, ihre Kreationen auf den Verpackungen genau beschreiben und den direkten Kontakt zum Kunden suchen. So entstehe eine „Schokoladenkultur“, die es erlaube, immer edlere und teurere Schokoladen zu verkaufen. „Allerdings müssen wir den Fehler wie beim Wein vermeiden, wo es einen Exzess gab, sei es beim Preis, sei es bei gekünstelten Einfällen“, sagt Siliti.

## Erlebnisraum für alle Sinne

Der vielfach ausgezeichnete Meister hat kühne Pläne. Dieses Jahr will er mit dem Bau eines Schoko-Tempels der unbekannteren Art beginnen. In dem Komplex sollen Herstellung und Degustation verschmelzen. Während Pralinen gefüllt und Tafeln gegossen werden, können die Besucher auf einer Art Parcours alles beobachten und probieren. Herzstück dieses Erlebnisparcs soll ein revolutionärer Degustierraum werden, über den Siliti noch nichts in der Zeitung lesen will. Er sorgt sich, die Konkurrenz könnte ihn kopieren. Nur so viel sei verraten: In dem hermetisch abgeschirmten Raum werden mit ausgeklügelter Technik alle fünf Sinne eingefangen und auf einen Punkt konzentriert – die Schokolade.

Dass Siliti kein Phantast ist, belegen all die Auszeichnungen, die hier die Vitriolen schmücken. Seinen Erfolg schreibt er auch der Neugier zu. „Ständig kaufe ich mir Produkte der Konkurrenz, um

sie zu analysieren“, sagt er und deutet auf die Schränke. „Sie sind voll davon.“ Unter den Schätzen werden auch Stücke der Firma Amedei sein, die einen Ehrenplatz im Schokoladen-Tal einnimmt. So sieht sie es jedenfalls selbst. „Die anderen, das sind gewisse gute Handwerker“, sagt Cecilia Tessieri, die den gleichen Vornamen trägt wie die Kollegin von De Bondt. „Aber sie kaufen ihre Schokoladenmassen ein. Wir dagegen machen alles selbst – vom Anbau der Kakaobäume bis zur Schokolade.“ Die 39-Jährige deutet auf die Tafeln im Trainingschichteln in den Regalen des Empfangsraums und lässt ihre, der Vergleich sei gestattet, kakaobraunen Augen aufblitzen. „Das sind alles meine Kinder“, sagt sie. Ich bin so stolz auf sie.“ Dann erzählt Cecilia eine Geschichte, die einmalig ist – und zugleich typisch für toskanischen Unternehmenseinst.

Cecilia und ihr Bruder Alessio kommen aus einer Familie, die Backbedarf vertreibt. Nach dem Studium treten beide in den Betrieb ein. Doch bald wollen sie etwas Eigenes anstellen und Pralinen produzieren. „Nennen Sie sich Alchemisten oder jugendlichen Leichtsinn“, sagt Cecilia, „jedenfalls mieteten wir eines Tages eine Werkhalle an, schlugen ein Rezeptbuch auf und fragten uns: Welche Pralinen wollen wir jetzt machen?“

Die Geschwister merkten schnell, dass es so nicht funktionierte. Also wurde der Familientrat einberufen. Er beschloss: Cecilia soll Chocolatière werden. Drei Lehr- und Wanderjahre lang zog die junge Frau durch Europa, arbeitete bei kleinen und großen Produzenten und zahlte sogar Geld, um Einblick nehmen zu dürfen. Dann kehrte sie ins heimische Pontedera zurück. Dort setzten sich Cecilia und Alessio ein klares Ziel: „Wir wollten die beste Schokolade der Welt machen.“ Angespornt hat sie dabei wohl ein französischer Chocolatier, der eine Zusammenarbeit mit dem Argument ablehnte, die Italiener seien noch nicht reif für so feine Genüsse. Das konnten die Tessieris immer auf sich sitzen lassen.

## Rache in Chuao

Zunächst versuchten die Geschwister, wie ihre Konkurrenten mit gekaufter Schokoladenmasse zu arbeiten. „Doch wir merkten rasch, dass dies unseren Ansprüchen nicht genügte. Also beschlossen wir, an die Quelle zu gehen, zum Kakaobaum.“ Fortan bereiste Alessio die tropischen Länder auf der Suche nach versteckten Plantagen mit dem besten Mikroklima, dem geeignetsten Boden, den edelsten Baumensorten. Besonders in Venezuela wurde er fründig. Amedei begann, dort Exklusivverträge mit den Kakaobauern abzuschließen und ihnen ein Vielfaches des Weltmarktpreises zu zahlen. Dafür mussten sich die Farmer beraten lassen, bei Pflanzung, Ernte, Fermentierung, Trocknung und Transport. So bekommen die Tessieris mittlerweile die gesamte Ernte der vielleicht wertbesten Kakaosorte, des Chuao aus dem gleichnamigen Küstendorf. Die bisherigen Abnehmer, darunter der besagte französische Chocolatier, gehen nun leer aus. Vendetta gelungen.

Während Alessio sich um die Pflanzungen kümmert, herrscht Cecilia am Firmensitz. Stolz führt sie durch die Hallen, die einem Industriebauwerk gleichen. Mit mühsam aufgestöberten alten Maschinen wird hier auf traditionelle Weise, langsam und sorgfältig, der Kakao geröstet und gemahlen und die Schokolade hergestellt. Bis die Bohnen, die sich in großen, stark riechenden Jutesäcken türmen, zu Cecilias Schoko-Kindern werden, dauert es viele Tage. Die Produktionsmenge ist klein, der Erfolg umso größer: Die Academy of Chocolate in London kürte die Chuao-Tafeln von Amedei zu besten Bitterschokolade der Welt.

Cecilia Tessieri reicht dem Besucher ein Stück zum Probieren. „Können Sie schmecken, was darin steckt?“, fragt sie und sagt: „Zum Schokoladenumbruch braucht man großen Kakao. Und große Passion.“ Dann steht sie hastig auf, um sich wieder ans Regieren seiner süßen Imperiums zu machen. La Dolce Vita kann ganz schön anstrengend sein.