

Vom ambulanten Handel zur Eisdiele

Die Geschichte italienischer Eismacher in (West-)Deutschland

Die Geschichte des Speiseeises im 19. und 20. Jahrhundert ist nicht allein durch eine zunehmende Industrialisierung der Eisproduktion charakterisiert; auch handwerklich hergestelltes Eis spielte und spielt noch immer eine wichtige Rolle. In der Geschichte der manuellen Eisherstellung haben norditalienische Eiskonditoren eine besonders prominente Stellung inne. Nicht nur in Österreich oder Deutschland, sondern auch in anderen europäischen und südamerikanischen Ländern weisen italienische Eisdielen eine lange Erfolgsgeschichte auf. Diese hat sich auch museal niedergeschlagen. So wurde 1991 die von Angelo Giacomel 1955 in Hamburg eröffnete Eisdiele „Giacomel“ in die Dauerausstellung im *Haus der Geschichte* in Bonn integriert.¹ Damit wurde die *gelateria* zu einem anerkannten Teil der (west-)deutschen Geschichte. Wie kaum ein anderer Konsumort ist die italienische Eisdiele zur „Chiffre des deutschen Wirtschaftswunders“² geworden – Grund genug, sich mit ihrer Geschichte genauer zu befassen.

Im Folgenden soll zunächst die Geschichte des italienischen Speiseeishandels in Deutschland bis 1949 skizziert werden, um die Popularisierung, aber auch ablehnende Reaktionen auf das italienische Speiseeis und seine Produzenten im historischen Längsschnitt aufzuzeigen. Zweitens werden dann die spezifischen Migrationsformen und engmaschigen Netzwerke der größtenteils norditalienischen Eismacher näher beleuchtet, weisen ihre Migrationsbewegungen doch im Vergleich zu anderen Formen der Arbeitsmigration einige Spezifika auf. Drittens wird die Konsumentenseite in den Blick genommen, wobei die Begeisterung für italienisches Speiseeis und für die *gelateria* als besonderer Konsumort vor allem für die 1950er bis 70er Jahre dargelegt wird. Auch wenn es italienische Eisdielen bereits lange vor dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland gab, nahm ihre Zahl und ihre Bedeutung für die bundesdeutsche Freizeit- und insbesondere Jugendkultur in den 1950er Jahren so massiv zu, dass sie im Hinblick auf ihre Funktion durchaus als neue, zumindest aber auf neue Art angelegene Konsumorte zu bewerten sind. Zudem erlaubt der Fokus auf den Konsumort, das italienische Eiscafé als Kontaktzone in den Blick zu nehmen, an dem sich Menschen unterschiedlicher Herkunft begegneten. Wie zu zeigen sein wird, sprach die italienische Eisdiele neue Konsumentengruppen an, die nicht zuletzt aufgrund der andersartigen Atmosphäre hier einen Freiraum für ihre geselligen und kommunikativen Bedürfnisse fanden.

Zur Geschichte des italienischen Speiseeishandels in Deutschland bis 1949

Gefrorene Süßspeisen gehörten in der Frühen Neuzeit zu den Luxuswaren, die sich nur die begütertesten Kreise leisten konnten. Erst nachdem der Preis für Zucker im Zuge des

Ausbau des Sklavereisystems deutlich gesunken war und im 19. Jahrhundert zudem aus der heimischen Zuckerrübe der begehrte Rohstoff gewonnen werden konnte, war es breiteren Schichten möglich, am Eiskonsum teilzuhaben.³ In der Geschichte des ambulanten Eisverkaufs und damit der Adressierung einer neuen Klientel spielten norditalienische Eiskonditoren eine zentrale Rolle. Zu einem nicht mehr exakt rekonstruierbaren Zeitpunkt im 19. Jahrhundert begannen die Bewohner der Provinz Belluno, sich auf die Eisherstellung zu spezialisieren.⁴ Vor allem aus dem Valle di Zoldo und di Cadore, die aufgrund ihrer Kargheit und Armut eine ausgeprägte Tradition temporärer Migration besaßen,⁵ stammten viele der Männer, die in den umliegenden Regionen zunächst Süßwaren und gekochte Früchte verkauften, bevor sie die Produktion von Speiseeis aufnahmen. Ab Mitte des 19. Jahrhunderts zogen die norditalienischen Eismacher in entferntere Orte, allen voran nach Wien, wo Antonio Tomea (Bareta) aus Cadore 1865 im Prater mit seinem Eiswagen einen festen Posten bezog und gemeinsam mit anderen italienischen Eismachern Wien zur Hauptstadt dieses Handwerks machte.⁶ Von den österreichischen Konditoren wurden die italienischen Eismacher bald als gefährliche Konkurrenz empfunden, und sie setzten schließlich durch, dass die *gelatieri* ab 1894 keine Gewerbescheine mehr für den ambulanten Handel erhielten, wenn sie nicht einen festen Geschäftssitz aufweisen konnten. Daraufhin begannen diese, kleine Läden anzumieten und begründeten damit die italienische Eisdiele.⁷ Die von Italienern betriebenen „Gefrorenes-Salons“ veränderten nicht nur das Wiener Stadtbild, sondern breiteten sich auch im übrigen Europa rasch aus.

Von Wien aus eroberten die norditalienischen Eismacher ab etwa 1880 Triest und die dalmatinische Küste, Budapest und Prag, um dann in die übrigen Städte Böhmens und Mährens, nach Oberschlesien und Norddeutschland zu ziehen.⁸ In Hamburg waren bereits in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts mehrere italienische Eismacher tätig. Von den elf ambulanten Eishändlern, die 1899 einer Hygienekontrolle der Hamburger Medizinalbehörde unterzogen wurden, waren drei deutscher und acht italienischer Nationalität.⁹ Letztere stammten fast ausnahmslos aus dem Valle di Cadore.¹⁰ Kurz vor dem Ersten Weltkrieg hatte sich die Migration der *gelatieri* zu einem Massenphänomen entwickelt, so dass die Ausbreitung des Eisgewerbes sich nicht mehr allein auf die größeren Städte konzentrierte, sondern auch kleinere (Industrie-)Städte erreichte.¹¹ Nach dem Zweiten Weltkrieg sollte sich das italienische Eiscafé auch in Kleinstädte ausbreiten, blieb aber bis in die Gegenwart ein vor allem urbanes Phänomen.

Das italienische Eis unterschied sich vom deutschen (und österreichischen) Konditoreis dadurch, dass es meist kein Milchspeiseeis war, sondern ein Wassereis, das mit verschiedenen Fruchtexttrakten angereichert wurde.¹² Unmut erregten die italienischen Eishändler bei der deutschen wie österreichischen Konkurrenz nicht nur deshalb, weil sie ihr Eis preiswerter herstellen und damit günstiger anbieten konnten. Ihnen wurde darüber hinaus vorgeworfen, dass sie oftmals noch nach Ladenschluss ihre Ware verkaufen würden.¹³ Zudem waren es ästhetische Argumente, welche z. B. die Hamburger Detaillistenkammer 1927 vorbrachte, um die Aufstellung von Eisverkaufsständen zu verhindern, würden diese „primitive[n] und die Gegend verunzierende[n] Buden“ doch „in der Mehrzahl der Fälle eine Verunstaltung der betreffenden Stadtgegend“ bedeuten.¹⁴ Gemeinsam mit den Kinos wurden die Eiswagen und -dielen in den 1910er und 1920er Jahren zudem für die „Verwahrlosung“ der Jugend, die in beiden Fällen eine Hauptkonsumentengruppe darstellte, verantwortlich gemacht. Denn hier wurden Zigaretten und mitunter auch alkoholische Getränke angeboten – und

zwar einer gemischtgeschlechtlichen Klientel.¹⁵ Im *General-Anzeiger* vom Juli 1914 ist unter der Überschrift „Die Eis-Pest“ zu lesen, dass es in Hamburg „keinen unvermieteten Laden, Keller oder Winkel“ gäbe, „wo nicht im schlechtesten Deutsch und beleidigender Schrift der ‚Wiener Fruchteis-Salon‘ sich aufgetan hätte“. Die jüngere Generation würde in diesen Lokalen „der Gewinnsucht lästiger Fruchteis-Italiener“ preisgegeben.¹⁶ Zum einen zeigt sich hier die zunehmende generationelle Ausdifferenzierung von Konsumstilen. Zum anderen wird sittliche „Verwahrlosung“ nicht nur direkt dem Einfluss ausländischer Gewerbetreibender zugeschrieben, sondern es werden durch die Rede von der „Eis-Pest“ auch auf Migration basierende kulinarische Transfers mit Krankheit assoziiert – eine in der Geschichte der Migration keineswegs seltene Kopplung.¹⁷

Abgesehen von moralischen Bedenken bestand das Hauptargument gegen den Eishandel in der Gesundheitsgefährdung, die der Konsum von hygienisch nicht einwandfrei hergestelltem Speiseeis beinhalten konnte. Galt Speiseeis lange Zeit noch als per se gesundheits-schädlich, weil „die plötzliche Abkühlung im Körperinnern [...] zur Ursache für manchen schmerzhaften Magen- oder Darmkatarrh werden“ könne,¹⁸ war es vor allem die Vielzahl von Bakterien, die im Eis enthalten sein und zu ernsthaften Erkrankungen führen konnte, die seit dem späten 19. Jahrhundert Anlass zur Sorge gab.¹⁹ In den 1920er Jahren führten die Meldungen über „Massenvergiftungen durch Speiseeis“²⁰ zu neuerlichen Debatten über eine stärkere Regulierung des Eishandels. Eine Deklarationspflicht existierte zu diesem Zeitpunkt noch nicht, und auch die unterschiedlichen Eissorten und -qualitäten waren nicht verbindlich definiert.²¹ Erst mit der Verordnung über Speiseeis vom Juli 1933 wurde der Begriff des „Gefrorenen“ durch den fortan üblichen Begriff „Speiseeis“ abgelöst und eine bis heute gültige Klassifikation verschiedener Eisqualitäten eingeführt.²²

In den 1930er Jahren erhöhte sich der Eiskonsum der deutschen Bevölkerung beträchtlich, und auch die Zahl der Verkaufsstellen nahm deutlich zu. Während es 1934 nur etwa 2.000 Eisdielen gegeben hatte, existierten 1936 bereits zwischen 3.500 und 4.000 Eiscafés, von denen sich allein 400 in Berlin befanden.²³ Auch die deutsche Speiseeisindustrie nahm, nach ersten Versuchen in den 1920er Jahren, einen zweiten Anlauf, der unter anderem zur Gründung der Unternehmen Langnese und Schöller 1935 respektive 1936 führte.²⁴ Für ausländische Gewerbetreibende allerdings verschlechterte sich im nationalsozialistischen Deutschland das Klima deutlich. Die ‚Eindeutschung‘ der Gastronomie implizierte nicht nur die Ausgrenzung jüdischer Restaurant- und Kneipenbesitzer, sondern auch eine prinzipiell ablehnende Haltung gegenüber ausländischen Gaststättenbetreibern. Italienische Eismacher wurden ebenfalls mit dem Vorwurf konfrontiert, deutschen Konditoren zu viel Konkurrenz zu machen. Bisweilen wurde ihnen auch unterstellt, einen italienischen Namen nur zur Tarnung zu tragen, um nicht als Juden aufgedeckt zu werden.²⁵ Italienische Eismacher jedoch, die bereits eine Genehmigung besaßen, konnten an der Fortführung ihrer Geschäfte nicht gehindert werden,²⁶ und trotz vereinzelter Klagen blieben italienische Gewerbetreibende weitgehend verschont von nationalsozialistischen Restriktionsmaßnahmen, nicht zuletzt aufgrund der besonderen Beziehungen zwischen dem nationalsozialistischen Deutschland und dem faschistischen Italien. An vielen Orten kamen italienische Eismacher sogar in den Genuss günstiger Kredite, um sich in Deutschland selbständig zu machen. Aus diesem Grund wird in der Forschung für die 1930er Jahre „ein regelrechter Boom“ italienischer Eisdielen konstatiert.²⁷ Um die Nähe des faschistischen Italiens zum nationalsozialistischen Deutschland zu demonstrieren,

dekorierten einige Eismacher ihre Läden mit Italien- und Hakenkreuzfahnen oder mit Hitler- und Mussolini-Porträts.²⁸

Während des Krieges gestaltete sich die Versorgung mit den benötigten Rohstoffen, vor allem Zucker und Milchkpulver, nicht immer einfach. Doch trotz Rationierung ermöglichten spezielle Lizenzen den Eisdielen, in den ersten Kriegsjahren noch nach weitgehend herkömmlicher Methode Speiseeis herzustellen. Bis Kriegsende, so der politische Wille, sollte Speiseeis erhältlich bleiben.²⁹ Für die jüdische Bevölkerung allerdings war der Kauf von Speiseeis bereits im Sommer 1942 verboten worden.³⁰

Anders als den italienischen „Fremdarbeitern“ blieb den Eismachern aus Italien die Internierung nach dem Zusammenbruch des faschistischen Regimes im September 1943 meist erspart. Einige mussten in ihre Heimat zurückkehren; andere wurden gegen Kriegsende mit den übrigen verbliebenen Deutschen zum Arbeitsdienst herangezogen und verließen Deutschland gar nicht oder erst Anfang 1945.³¹ Viele italienische Eismacher kehrten denn auch bereits kurz nach Kriegsende oder in den späten 1940er Jahren nach Deutschland zurück, um ihre Eiscafés wieder zu eröffnen. Eisdielen besaßen in den ersten Nachkriegsjahren insofern einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Lokalen, als ihnen abermals Sonderrationen an Zucker und Milch zugeteilt wurden, das Speiseeis zudem ohne Lebensmittelkarte erhältlich war, und Süßigkeiten bis zur Währungsreform eine Rarität darstellten. Die Umsätze waren entsprechend hoch.³²

Westdeutschland entwickelte sich nach dem Zweiten Weltkrieg zum bevorzugten Ziel- land italienischer Eismacher. Diese hatten kaum mit bürokratischen Hürden zu kämpfen, und seitens der Bevölkerung wurde der (Wieder-)Einzug italienischer Eisdielen in den deutschen Städten als ersehnte Rückkehr zur Normalität und bald auch als Zeichen des bundesdeutschen Wohlstands verstanden.³³ Das „Wirtschaftswunder“ sorgte dafür, dass die *gelatieri* bis in die 1970er Jahre hinein in der Bundesrepublik Deutschland die höchsten Gewinne erzielten und sich eine Sonderstellung innerhalb der Branche verschaffen konnten.³⁴ Es waren also ökonomische und soziokulturelle Faktoren gleichermaßen, die dazu führten, dass die italienischen Eismacher nach 1945 in Deutschland schnell wieder an ihre Vorkriegserfolge anknüpfen konnten und sich der Zweite Weltkrieg – trotz der Zerstörung vieler Eisdielen – als ein im Vergleich zum Ersten Weltkrieg, der mancherorts die Migrationstradition abbrechen ließ, weniger nachhaltiger Bruch erwies.

Norditalienische Eismacherfamilien und ihre Netzwerke

Das Gros der italienischen Eismacher in Europa stammt, wie eingangs bereits angedeutet, aus der Provinz Belluno. Etwa 75 Prozent der zu Beginn des 21. Jahrhunderts unter italienischer Leitung stehenden 3.000 Eisdielen in Deutschland werden von *Bellunesi* betrieben.³⁵ Die Eismacher aus der Provinz Belluno kultivierten ein temporäres Migrationsmuster.³⁶ Sie betreiben ihre Eisdielen in Deutschland oder den übrigen Zielländern meist von März bis Oktober, um in der Winterpause in ihre Herkunftsregion zurückzukehren. Dort unterhalten sie enge soziale Netzwerke, die verwandtschaftlicher, aber auch nicht-familiärer Art sind. Die Bedeutung dieser Netzwerkstrukturen zeigt sich nicht nur bei der Rekrutierung von Arbeitskräften, sondern auch in dem über lange Zeit hinweg weitgehend endogamen Heiratsverhalten der norditalienischen Eismacher.³⁷

Exemplarisch für die erwähnten Migrationsmuster und Netzwerkstrukturen der *gelatieri* sei der aus einer Eismacherfamilie aus Zoldo Alto stammende, im Jahre 1900 geborene Raffaele Panciera genannt, dessen engere Familie nicht nur in Leverkusen respektive Opladen, sondern auch im übrigen Rheinland mehrere Eisdielen betrieb. Bereits 1927 hatte Raffaele Panciera in Köln eine Eisdielen eröffnet, die er jedoch 1942 in Folge der Bombardierungen hatte aufgeben müssen. Kurz nach Kriegsende kehrte er, zusammen mit rund 150 weiteren Eiskonditoren, unter denen sich allein 100 Pancieras aus den Dolomiten befanden, nach Deutschland zurück. Nach einem kurzen Aufenthalt in Köln siedelte er 1951 nach Opladen um und betrieb dort ein Eiscafé in der Kölner Straße, das er 1966 seinem Sohn Niccolò übergab.³⁸ Sein Sohn Umberto und seine Tochter Olympia führten Eisdielen in Düren und Brühl. Die Leitung eines Eiscafé durch eine Frau stellte in den ersten Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg eine seltene Ausnahme dar. 1969 befand sich unter den Gründungsmitgliedern von UNITEIS, der Union der italienischen Speiseeishersteller in Deutschland, keine einzige Frau. Noch Mitte der 1980er Jahre lag der weibliche Anteil nur bei etwa fünf Prozent, stieg aber bis 2008 auf immerhin 15 Prozent.³⁹

Wenn Frauen auch eher selten als Besitzerinnen einer Eisdielen in Erscheinung traten, arbeiteten sie doch meist gemeinsam mit ihrem Ehemann in dem fast ausnahmslos auf seinen Namen eingetragenen Eiscafé. Während es sich bei den ambulanten italienischen Eishändlern um 1900 meist um Männer gehandelt hatte, die allein nach Deutschland migriert waren,⁴⁰ veränderte sich die Organisation des Eisverkaufs mit dem Aufkommen fester Eisdielen vollständig. Für den reibungslosen Geschäftsablauf wurde die (unbezahlte) Mitarbeit der Ehefrau unabdingbar. Daher begannen im Laufe der 1920er und 30er Jahre immer mehr Eismacherehepaare, gemeinsam nach Deutschland zu gehen. Die Arbeit in der Eisdielen war (und ist noch immer) klar geschlechtsspezifisch differenziert: Dem Mann oblag die Herstellung des Speiseeises, während sich die Frau um den Verkauf sowie die Buchhaltung kümmerte. Sofern das Paar Kinder hatte, blieben diese in der Regel in Italien und lebten dort bei Verwandten und/oder besuchten ein Internat. Dies war auch der Fall bei Valter Panciera, der nach dem Tod seines Vaters Niccolò 1988 dessen Eiscafé übernahm und es gemeinsam mit seiner Mutter fortführte.⁴¹ Seine Kindheit hatte er im Val di Zoldo bei einer Tante verbracht und war nur während der dreimonatigen Sommerferien bei seinen Eltern im Rheinland gewesen. Im Winter traf sich die gesamte Familie in ihrem Heimatort, wo sie enge Kontakte auch zu anderen Eismachern der Region pflegte.⁴²

Innerhalb dieser familiären und freundschaftlichen Netzwerke wurde der Großteil des Personals für die Eisdielen in der Bundesrepublik rekrutiert. Männliche Angestellte machten sich oftmals nach einigen Jahren mit einer eigenen Eisdielen selbständig und erhielten vielfach finanzielle Hilfen von ihren ehemaligen Arbeitgebern.⁴³ Um keine übermäßige Konkurrenz herbeizuführen, gingen die Eismacher in Orte, die noch keine oder nur wenige italienische Eiscafé besaßen. Diese Verhaltensweise ist eine der Erklärungen für das breit gestreute Siedlungsmuster, das die norditalienischen *gelatieri* in Deutschland kennzeichnet. Für sie war das Zusammenleben mit anderen Italienern in der Bundesrepublik nicht so wichtig, spielte sich doch ein Großteil ihres Soziallebens in ihren Herkunftsorten ab.⁴⁴

Seit den 1980er Jahren erwiesen sich die extrem langen Arbeitszeiten und fehlende Freizeit an Wochenenden zunehmend als Problem für das italienische Eisgewerbe. Denn die jüngere Generation fand die Tätigkeit in einer Eisdielen nur noch bedingt attraktiv, so dass die *gelatieri* immer größere Schwierigkeiten hatten, Nachfolger für ihre Eiscafé zu finden.

Die erzielten Gewinne sind seit längerem nicht mehr so hoch wie ehemals, und die sozialen und insbesondere familiären Konsequenzen eines auf temporärer Migration basierenden Lebensstils schrecken die jüngere Generation mehr und mehr ab. Zudem hat sich seit den 1980er Jahren die wirtschaftliche Situation im Norden Italiens soweit verbessert, dass viele der dort aufwachsenden Söhne und Töchter von *gelatieri* einen anderen Beruf ergreifen. Das gilt auch für die zunehmende Zahl italienischer Eismacherfamilien, die ihren Lebensmittelpunkt in die Bundesrepublik verlagert haben und deren Kinder hier aufgewachsen sind und über einen deutschen Schulabschluss verfügen.⁴⁵ Wenn ein Eismacher sein Café nicht an seine Nachkommen, an andere Verwandte oder an Bekannte aus Belluno übergeben kann, dann verkauft er seine *gelateria* oftmals an einen Südtaliener oder an einen aus einer anderen Region (inklusive Argentinien und Brasilien) stammenden Italiener, zunehmend jedoch auch an Interessenten aus anderen Ländern. Gerade in den großen Städten wie Berlin oder Frankfurt werden italienische Eiscafé immer häufiger an Türken, Portugiesen und auch an Deutsche übergeben.⁴⁶ Die Bedeutung temporärer Migrationsmuster und der alten Eismacher-Netzwerke hat damit deutlich abgenommen. Die „Heimat“ ist für viele nicht mehr Belluno, sondern die Bundesrepublik.

Nach dieser knappen Skizze zur Migrationsgeschichte der norditalienischen Eismacher und damit zur Anbieterseite werden im Folgenden die Konsumenten und der Konsumort im Vordergrund stehen, der für die Vorstellungen, die mit dem italienischen Speiseeis verknüpft sind, von zentraler Bedeutung ist.

Das italienische Eiscafé als neuer Konsumort der 1950er und 1960er Jahre

Aufgrund ihrer langen Geschichte in Deutschland verwundert es nicht, dass italienische Eisdielen von Anfang an eine deutsche Klientel adressierten. Nachdem im Zuge der Anwerbeabkommen immer mehr Italiener in die Bundesrepublik gekommen waren, fungierte die *gelateria* aber durchaus auch als Treffpunkt italienischer Migranten.⁴⁷ Diese allerdings kamen meist auf einen Espresso vorbei, nutzten das Eiscafé also eher wie eine italienische Bar denn als Speiseeiswirtschaft.⁴⁸ Prinzipiell sprach das italienische Eiscafé eine im Hinblick auf Nationalität, soziale Schicht, Geschlecht und Alter gemischte Klientel an und unterschied sich damit von vielen deutschen Cafés, die neben Speiseeis üppige Sahnetorten an ein eher älteres Publikum verkauften. Auch die von Deutschen betriebenen Eisdielen orientierten sich an den herkömmlichen Konditoreicafés und versuchten entsprechend, ein Ambiente zu schaffen, das „behaglich und gemütlich“⁴⁹ war. Dass die deutsche Eisdielen sich damit von den italienischen (und US-amerikanischen) unterschied, wurde explizit betont: „Wir in Deutschland nun lieben mehr das gemütliche, anheimelnde, und aus diesem Grund sind die Eisdielen bei uns mehr in der Form einer Konditorei oder Speiseeis-Wirtschaft aufgebaut.“⁵⁰ Während deutsche Eisdielenbesitzer noch versuchten, für sich eine geeignete Nische zwischen deutschem Konditoreicafé, *gelateria* und nach US-amerikanischem Vorbild errichteter Milchbar zu finden, war es insbesondere die jüngere Generation, die sich bereits in den frühen 1950er Jahren klar für die als zeitgemäßer empfundenen ‚importierten‘ Gaststättenformen entschied.

Neue Konsumentengruppen

Der ‚coole Chic‘ des Interieurs wurde insbesondere von jungen Leuten positiv besetzt und als zeitgemäßer Ausdruck eines neuen Lebensgefühls und nicht zuletzt der eigenen Lässigkeit verstanden.⁵¹ Jugendliche avancierten entsprechend schnell zur Hauptzielgruppe der italienischen Eisdiele. Gerade für Teenager, die noch keine Kneipen besuchen durften, bot die italienische Eisdielen einen Ort, an dem sie Freunde treffen oder sich zu einem Rendez-vous einfinden konnten. Als „Probearena für spätere Dates in Restaurants und Bars“⁵² ermöglichte das Eiscafé erste vorsichtige Kontaktaufnahmen, ohne dass viel Geld ausgegeben werden musste:

„Ist es nicht ein billiges Vergnügen, bei einem Milch-Eisgetränk oder bei einer Portion Eis mit Sahne sich mit einer hübschen Partnerin angenehm zu unterhalten? Gar manche Verbindung fürs Leben kann dabei herauskommen, ohne daß man den Tanzboden dabei betreten muß.“⁵³

Bis in die 1970er Jahre hinein, als auch in Kleinstädten zunehmend Jugendclubs entstanden, bildete das italienische Eiscafé oftmals die zentrale Anlaufstelle für Schüler, Lehrlinge und Studierende – nicht zuletzt, weil die *gelateria* (wie die Milchbar) vielfach über eine Musikbox verfügte. Bei einem Eisbecher oder einer Coca-Cola konnten die neuesten Hits gehört und die eigene Freizeit ohne elterliche Aufsicht mit Gleichaltrigen verbracht werden: „Heiße Rhythmen aus der Musikbox, flottfrisierte und salopp gekleidete ‚Halbwüchsige‘ in einem vollen ‚Laden‘ ...“ – so schilderte ein Zeitungsartikel 1959 die Situation im italienischen Eiscafé von Valentino Lazzarin in Iserlohn an Freitag und Samstag Abenden. Jedoch, so beruhigte der Autor die Leserschaft, finde hier „kein ‚Ringelpietz‘“ statt; vielmehr löffelten die Jugendlichen beiderlei Geschlechts „recht manierlich und gesittet aus ihren köstlichen Eisbechern“.⁵⁴

Das italienische Eiscafé stellte für Jugendliche in den 1950er und 60er Jahren einen neuen Konsum- und Freizeitor dar, den sie sich eigenmächtig aneigneten. Hier spaltete sich die Kundschaft eher entlang generationeller denn schichtspezifischer Trennlinien. Die sich bereits in der Weimarer Republik deutlich abzeichnende Ausdifferenzierung generationeller Konsummuster setzte sich also nach 1945 fort.

Hatte im Hamburg der 1940er Jahre unter anderem die Swing-Jugend Eiscafé frequentiert,⁵⁵ so favorisierten in den 1950er Jahren die sogenannten Halbstarke italienische Eisdielen und Milchbars als Treffpunkte. Das greift der Film *Die Halbstarke* von Georg Tressler aus dem Jahre 1956 auf, der die gewalttätigen Aktionen einer Jugendgang in Berlin aufzeigt, die sich zum Trinken und Tanzen im *Espresso* des Antonio Carezzo trifft. Die Halbstarke wurden in den 1950er Jahren nicht nur zum Schreckgespenst der Erwachsenenwelt generell,⁵⁶ sondern auch der Gastronomen im Besonderen. Diese legten vielfach keinen Wert auf jugendliche Gäste, die sie als „Limonadetrinkendes Halbstarkentum“ und damit wenig zahlungskräftige und potentiell aufmüpfige Kundschaft betrachteten, die darüber hinaus das ältere Publikum abschrecke. Die „älteren Thekengäste“ würden „oft verdrängt, weil sie sich mit dem lärmvollen Gehabe der Jugend und der ununterbrochen spielenden Musikbox nicht abfinden“ könnten, hieß es 1960 in der *Neuen gastronomischen Zeitschrift*.⁵⁷ Der Autor des Artikels jedoch warb dafür, Jugendliche als neue und durchaus spendierfreudige Konsumentengruppe ernst zu nehmen.⁵⁸ Die italienischen Eismacher erkannten oft schneller als

ihre deutschen Kollegen, dass junge Leute ein wichtiges Kundensegment darstellten, und hatten, soweit die Quellen das zu erkennen geben, keine Bedenken, ihre Eisdielen zu Jungentreffpunkten werden zu lassen.

Doch auch für (junge) Frauen, die allein oder mit Freundinnen ausgehen wollten, bot das Eiscafé eine attraktive und zudem wenig verfängliche Alternative zu der von Männern und Alkohol dominierten Kneipe – ohne dabei Flirt oder Rendezvous zu vereiteln. Das (italienische) Eiscafé wurde als ‚sicherer‘ Ort für Frauen betrachtet; das galt ebenso für das weibliche Personal. So wurde einem italienischen Eismacher in Konstanz 1967 die Anstellung einer noch nicht volljährigen Serviererin aus dem Veneto mit dem Hinweis darauf gestattet, dass es sich bei einer Eisdielen um „ein öffentliches Lokal handelt, in dem eine minderjährige Kellnerin nicht der gleichen Gefährdung ausgesetzt ist wie in einer ausgesprochenen Gaststätte oder Bar“.⁵⁹ In gewisser Weise stellte die Eisdielen einen tendenziell weiblich konnotierten Raum dar, was nicht zuletzt auch mit dem noch in den 1950er Jahren vielfach als unmännlich betrachteten Eiskonsum zusammenhing. Das Fachorgan *Die Eisdielen* unternahm immer wieder Versuche, dieses Bild zu korrigieren. So wurde in dem 1951 erschienenen Artikel *Essen Männer Speiseeis?* zunächst einmal konstatiert, dass sich unter den Männern „ein großer Prozentsatz“ befinde, der „ebenso gerne“ Eis esse wie Kinder und Frauen, „nur eben nicht so öffentlich“. Zum Abschluss versicherte der Autor der Leserschaft, dass es sich bei Eis konsumierenden Männern nicht etwa um „Schlemmer und Genießer“, sondern um ernährungsbewusste Männer handele, die erkannt hätten, dass Speiseeis ein wertvolles Nahrungsmittel darstelle.⁶⁰ Für Frauen wurde diese Art der Rückversicherung nicht bemüht, gehörte Naschhaftigkeit doch zum zeitgenössischen Weiblichkeitsbild.⁶¹

Das italienische Eiscafé füllte also sowohl für Frauen als auch für Jugendliche eine bedeutende Lücke auf dem Gastronomiemarkt und kam den unterschiedlichen Wünschen dieser beiden Konsumentengruppen gleichermaßen nach. Der besondere Reiz der *gelateria* bestand jedoch nicht allein in ihrer als modern wahrgenommenen Einrichtung und ihrer Unverfänglichkeit, sondern auch in ihrer verhaltenen Exotik: Italien als (Reise-)Versprechen.

Urlaub in Italien. Dolce vita, Espresso und Eis

Den Traum von der Italienreise versuchten italienische Eismacher bewusst zu evozieren. Das geschah zum einen durch die Namensgebung. So klang bereits die generische Bezeichnung „Gelateria Italiana“ für deutsche Ohren südländisch-exotisch; ebenso verhiessen die häufig verwendeten Toponyme wie „Cortina“, „Capri“ oder – allen voran – „Venezia“ eine Reise in den fernen Süden.⁶² Bereits das Namensschild des Eiscafé verwies auf einen fremden Ort und öffnete damit den Raum für andere – imaginäre – Geografien. Venezianische Motive gehörten neben Zeichnungen oder Fotografien der Dolomiten, des Gardasees und anderer touristischer Regionen Italiens zu den zentralen Dekorationselementen italienischer Eisdielen. Was das Interieur signalisieren sollte, war italienisches *dolce vita*, das als Gegenentwurf zum deutschen Arbeitsalltag und -ethos fungierte: „Die Südländer sind sich mehr als andere bewußt, daß sie nicht leben, um zu arbeiten, sondern arbeiten, um zu leben“, lautete eine verbreitete Ansicht, die Italiener und Deutsche einander diametral gegenüberstellte.⁶³ Was die italienische Eisdielen demnach so attraktiv machte, war der Umstand, dass sie als ein Stück ‚lockeres Italien‘ in der Bundesrepublik wahrgenommen wurde. Diese imaginäre Dimension trug maßgeblich zum

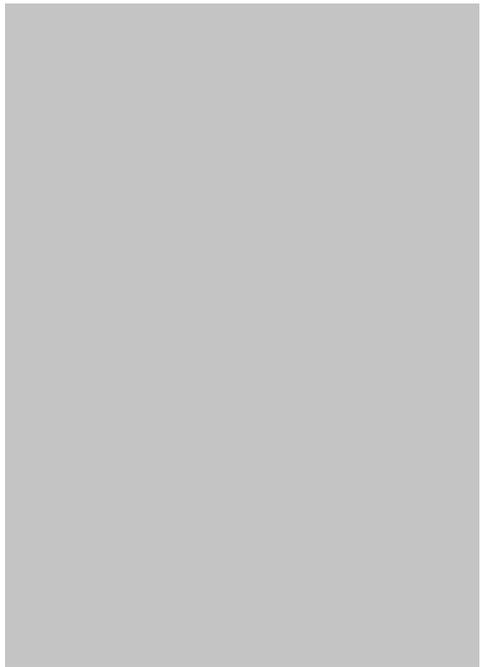
Erfolg italienischer Eiscafé bei. Der Italienurlaub, der in den 1950er und auch noch in den 1960er Jahren nur für einen verhältnismäßig kleinen Teil der Bundesbürger zu realisieren war,⁶⁴ rückte in Form des italienischen Eiscafé in unmittelbare Nähe.

Was maßgeblich zur Urlaubsatmosphäre in der italienischen Eisdiele beitrug, war der Umstand, dass italienische Eismacher zu den Ersten im Gastgewerbe gehörten, die Sitzgelegenheiten vor der Tür schufen und viele Eisdielen zu Straßencafés machten. Nicht zuletzt diese neuartige Gestaltung und Nutzung des öffentlichen Raums ist es, die das italienische Eiscafé zu einer wichtigen Institution in der Geschichte der Gastronomie, aber auch des städtischen Lebens in der Bundesrepublik insgesamt macht. Es hatte in dieser Hinsicht eine Vorreiterrolle inne. Denn mit Ausnahme von Biergärten und Ausflugslokalen war die sogenannte Außengastronomie in der Bundesrepublik bis in die 1980er Jahre hinein kaum verbreitet.⁶⁵ Anfangs war es vielen Deutschen sogar unangenehm, beim ‚Nichtstun‘ von Passanten gesehen zu werden; das galt selbst für den Eiskonsum in den Innenräumen eines Cafés. Dementsprechend schützten in den ersten Nachkriegsjahrzehnten auch viele italienische Eismacher ihre Gäste mit weißen Gardinen vor neugierigen Blicken.⁶⁶

Im Zuge der zunehmenden Freizeit- und Konsumorientierung wurde die Außengastronomie und mit ihr die neue und weniger formelle Nutzungsweise des öffentlichen Raumes in der Bundesrepublik jedoch immer populärer. Zu den beliebten Straßencafés zählte etwa die Eisdiele „Cadore“ an der Leopoldstraße in München, die bereits in den 1950er Jahren über eine große Zahl von Tischen auf dem Bürgersteig, direkt an der Straße, verfügte. Der Leopoldstraße wurden entsprechend „südländisches Temperament“ und „westliche Lässigkeit“ zugeschrieben.⁶⁷ Zu Beginn der 1960er Jahre sei die Außengastronomie noch „Ausdruck von etwas Exotischem“ gewesen, erinnert sich ein italienischer Arbeitsmigrant.⁶⁸

Abbildung 1: Das Eiscafé „Cadore“ in München um 1955/60

[Abbildung siehe Druckfassung]



Quelle: Stadtarchiv München, AGB Stadtbild/
„Gaststätten und Hotels“, Eiscafé „Cadore“;
Fotografie: Müller-Grah

Selbstverständlich trugen aber nicht nur Interieur und neuartige Raumnutzung, sondern auch das Angebot der italienischen Eisdielen dazu bei, die gewünschte Urlaubsatmosphäre zu schaffen. Die angebotenen Eiskreationen, aber auch die Kaffeespezialitäten wie Espresso und Cappuccino verbreiteten ‚italienisches Flair‘. Die angebotenen Produkte wurden aber, wie es für die Geschichte kulinarischer Transfers typisch ist, den Gegebenheiten vor Ort angepasst.⁶⁹ So wie mit dem Cappuccino, der in der Bundesrepublik – anders als in Italien – auch gerne nachmittags getrunken wurde, ein Kompromiss zwischen italienischen und deutschen Konsumgewohnheiten gefunden wurde, stellten sich die italienischen Eismacher auch im Hinblick auf das von ihnen servierte Speiseeis auf ihre deutsche Kundschaft ein. Seltener als in Italien kamen in der Bundesrepublik beispielsweise die in Italien überaus beliebten Sorbets auf den Tisch. Prinzipiell kannte man in Westdeutschland eher das cremige und fetthaltige Konditoreneis, während in Italien, wo Eis weniger als Nahrungsmittel denn kühle Erfrischung genossen wurde, eher ein leichteres, dafür aber süßeres Speiseeis favorisiert wurde.⁷⁰ Aufgrund seiner materiellen Beschaffenheit und vor allem seiner Wandelbarkeit ließ sich gerade Speiseeis problemlos den veränderlichen Kundenwünschen anpassen. Die italienischen Eisdielen stellten sich mit dem Ausbau ihres Sortiments an Milchspeiseeis auf deutsche Essgewohnheiten ein, und einige Eismacher suchten Inspiration nicht nur im italienischen *Ricettario*, sondern auch in deutschen Rezeptbüchern.⁷¹ Doch auch die im deutschen Konditoreicafé nicht erhältlichen Sorten wie Pistazie oder Malaga begeisterten die deutsche Kundschaft. Zudem wurden in vielen italienischen Eisdielen auch sizilianische Eisspezialitäten wie *Cassata* angeboten.⁷² Außerdem wurden jede Saison neue Geschmacksrichtungen und Eisbecher kreiert, zu denen sich in den 1970er Jahren das Spaghetti-Eis gesellte, das für die Bundesbürger Italien komprimiert zum Ausdruck zu bringen schien und heute zu den Klassikern italienischer Eisdielen in der Bundesrepublik zählt.⁷³

Ausblick: Zunehmende Konkurrenz für die *gelateria* seit den 1980er Jahren

Noch in den 1970er Jahren war „beinahe jede Eisdielen“ – so sehen es viele italienische Eismacher jedenfalls im Rückblick – „eine Goldgrube“.⁷⁴ Tatsächlich konnten die Eisdielen bundesweit zwischen 1970 und 1979 eine Umsatzsteigerung von 87 Prozent verzeichnen.⁷⁵ Regional konzentrierten sich die Eiscafés in Nordrhein-Westfalen, wo sich ihre Zahl von 1.069 im Jahre 1970 auf 1.400 im Jahre 1979 erhöhte.⁷⁶ Mit über 1.500 Eisdielen wies das bevölkerungsstärkste Bundesland Anfang der 1980er Jahre weit mehr als ein Drittel aller im Bundesgebiet existierenden Eiscafés auf. Hamburg besaß mit 163 wesentlich mehr Eisdielen als Berlin, das nur über 88 Eiscafés verfügte.⁷⁷ Im Vergleich zu anderen Gastronomiebetrieben wiesen Eisdielen, trotz ihrer im Vergleich zu Speiserestaurants niedrigen Umsätze, die geringste Fluktuationsrate auf.⁷⁸

Seit den 1970er Jahren jedoch begann sich die Konkurrenz für die *gelateria* deutlich zu verschärfen. Eisverkaufsstände nach US-amerikanischem Vorbild, die Speiseeis in neuen Geschmacksrichtungen und anderer Konsistenz (wie Softeis⁷⁹) anboten, wurden überall in der Bundesrepublik errichtet. 1973 existierten allein im Frankfurter Stadtgebiet 50 Softeismaschinen.⁸⁰ Als das größte Problem für die italienischen Eisdielen erwies sich jedoch das

industriell hergestellte und vorwiegend zuhause konsumierte Speiseeis, das den Markt nach und nach zu dominieren begann.⁸¹ Nachdem Kühlschränke und Eisfach-Einzüge in die meisten Haushalte gehalten hatten,⁸² wurde Speiseeis hauptsächlich zu günstigen Preisen im Supermarkt oder aus der Kühltruhe von Imbissen und Kiosken gekauft. Die Anfang der 1950er Jahre formulierte optimistische Ansicht, dass die Speiseeis-Industrie nur dort „den Konsum an sich zu reißen“ vermöge, „wo ein Massenumsatz gewährleistet ist, wie auf Sportplätzen“,⁸³ sollte sich als falsch erweisen. In Ländern, in denen seit Entstehung der Speiseeis-Industrie das in der Fabrik produzierte Eis bevorzugt konsumiert wurde (wie in den USA oder Skandinavien), hatten sich italienische Eismacher von vornherein nicht durchsetzen können.⁸⁴ In der Bundesrepublik gerieten sie erst ab den 1970er Jahren unter ernsthaften Druck, der sie dazu zwang, ihre Verkaufsstrategien zu überdenken.

Zwar hatten bereits die *gelatieri* der 1950er Jahre damit geworben, dass ihr Eis täglich aus frischen Zutaten hergestellt würde.⁸⁵ Doch in den 1970er Jahren begannen die italienischen Eismacher verstärkt, die handwerkliche Produktion ihres Speiseeises und ihre Jahrzehnte alten Traditionen besonders herauszustreichen. Viele Eiscafés schmückten ihre Wände mit Fotografien aus der Gründerzeit, die den Großvater bei der handwerklichen Eisherstellung zeigten, und pflegten „nachgerade kultisch Familienrezepte“.⁸⁶ Darüber hinaus unternahm UNITEIS vermehrt Anstrengungen, geschützte Herkunftsbezeichnungen sowohl für italienisches Speiseeis als auch die Benennung „Ital[ienischer] Eis Salon“ durchzusetzen, womit sie sogar vor Gericht erfolgreich war.⁸⁷ *Italianità* sollte auf diese Weise als Marke etabliert werden – ohne Berücksichtigung ethnischer Differenzierungen, die für die Selbstwahrnehmung norditalienischer Eismacher, die sich von süditalienischen Migranten in der Bundesrepublik abzugrenzen suchten, eine zentrale Rolle spielten.⁸⁸

Darüber hinaus verlegten sich die italienischen Eisdielen darauf, verstärkt die ältere Generation anzusprechen, was sich seit den frühen 1980er Jahren unter anderem in der Umgestaltung mancher Gasträume äußerte, die nun einen zunehmend gediegenen Eindruck vermittelten. So entschied sich Niccolò Panciera nach einem Brand 1984, seine Eisdielen in Leverkusen mit gepolsterten Sitzgelegenheiten und Tiffany-Glaslampen in Jugendstil-Optik auszustatten, um insbesondere Senioren anzusprechen; im Winter servierte er sogar Sahnetorten.⁸⁹ Damit ging letztlich aber auch dasjenige Moment verloren, das die italienische Eisdielen in der frühen Bundesrepublik zu einem einzigartigen Konsumort gemacht hatte, der Modernität und Jugendlichkeit verkörperte.

Anmerkungen

- 1 Zur Akquisition der Eisdielen und ihrer Integration in die Ausstellung siehe Angela Stirken, *Eisdielen. „Komm mit nach Italien ...!“*, hg. von der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1998, 6 f.
- 2 Helga Leiprecht, *Hunger macht Eis*, in: *du. Die Zeitschrift der Kultur* 737 (Juni 2003), 65–69, hier 69.
- 3 Vgl. Christine Reinke-Kunze, *Die PackEISwaffel*. Von Gletschern, Schnee und Speiseeis, Basel/Boston/Berlin 1996, 214. Zu der auf Sklaverei basierenden Zuckergewinnung und der Popularisierung von Zucker in Europa und Nordamerika siehe Sidney W. Mintz, *Die süße Macht*. Kulturgeschichte des Zuckers, Frankfurt am Main/New York 1987.
- 4 Vgl. Tiziana Bortoluzzi, *Il flusso migratorio dei gelatieri bellunesi nell'area Mitteleuropa*, in: Antoni Lazzarini/Ferruccio Vendramini (Hg.), *La montagna veneta in età contemporanea*. Storie e ambiente, uomini e risorse. Convegno di studio, Belluno, 26.–27.3.1989, Rom 1991, 229–243, hier 232.

- 5 Vgl. Anna Tonin, *Lemigrazione dal Bellunese. Un bilancio storiografico*, Università degli Studi di Trento, Facoltà di Economia, Corso di Laurea in Economia e Commercio, Belluno 1997/98, 31.
- 6 Vgl. Donata Panciera/Paolo Lazzarin/Tarcisio Caltran, *La storia del gelato/Wie das Eis entstand*, Verona 1999, 67.
- 7 Vgl. Bortoluzzi, *Flusso migratorio*, 234 f.; *La lunga storia dei gelatieri in Europa*, in: *Gelato International* 125 (Aug. 1999), 90–104, hier 91.
- 8 Vgl. Frank Bovenkerk/Loes Ruland, *Italienische Eismacher in Europa seit dem späten 19. Jahrhundert*, in: Klaus J. Bade u. a. (Hg.), *Enzyklopädie Migration in Europa. Vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart*, Paderborn u. a. 2007, 675–678, hier 677.
- 9 Vgl. Der St. Georger Verein von 1874, in: *Fremdenblatt* vom 29.11.1899.
- 10 Vgl. Verzeichnis der Händler mit Fruchteis der Gewerbepolizei, 14.5.1900, Staatsarchiv Hamburg (StAH) 376-2, Gen VIII O 12 (Teilordner A), Blatt 23; *Gewerbebeanträge italienischer Eismacher* in: StAH 376-2, Gen VIII O 12 (Teilordner A), Blätter 27, 31 und 37–38.
- 11 In Belgien und den Niederlanden hingegen entstanden italienische Eisdielen erst in den späten 1920er Jahren; Spanien und Portugal erhielten ihre erste *gelateria* erst in den 1930er Jahren (vgl. Frank Bovenkerk/Loes Ruland, *Artisan Entrepreneurs. Two Centuries of Italian Immigration to the Netherlands*, in: *International Migration Review* 26/3 (1992), 927–939, hier 932).
- 12 Vgl. Bovenkerk/Ruland, *Italienische Eismacher*, 675.
- 13 So musste sich z. B. Amando Giovanni Ginocchio 1912 vor dem Landgericht Hamburg dafür verantworten, dass er an einem Sonntag bis abends um 23 Uhr noch Eis verkauft hatte (vgl. Abschrift Urteil Landgericht in Strafsache gegen Amando Giovanni Ginocchio, StAH 376-2, Gen VIII O 12 (Teilordner B), Blatt 2).
- 14 Die Detaillistenkammer an die Gewerbepolizei, 8.7.1927, StAH 376-2, Gen VIII O 12 (Teilordner A), Blatt 99.
- 15 So im Jahre 1925 z. B. die Oberfürsorgerin Embden, StAH 376-2, Gen VIII O 12 (Teilordner A), Blatt 75.
- 16 Die Eis-Pest, in: *General-Anzeiger* vom 23.7.1914, StAH 376-2, Gen VIII O 12 (Teilordner A), Blatt 46.
- 17 Vgl. Alan M. Kraut, *Silent Travelers. Germs, Genes, and the Immigrant Menace*, Baltimore 1994; Barbara Lüthi, *Invading Bodies. Medizin und Immigration in den USA 1880–1920*, Frankfurt am Main 2009.
- 18 *Speiseeis und Volksgesundheit*, in: *Hamburger Nachrichten* vom 26.7.1931.
- 19 *Vieleorts war aus diesem Grund bereits vor dem Ersten Weltkrieg der Eisverkauf an Kinder unter 14 Jahren verboten worden* (vgl. Ministerieller Erlaß gegen die fliegenden Eishändler, in: *National-Zeitung* vom 16.9.1911).
- 20 1927 waren in Bath 200, 1930 in Braunschweig 50 und in Detmold 39 Kinder und Jugendliche nach dem Verzehr von Speiseeis erkrankt (vgl. *Massenvergiftung durch Speiseeis*, in: *Hamburger Nachrichten* vom 10.8.1927; *Die Massenvergiftungen durch Speiseeis*, in: *Hamburger Fremdenblatt* vom 26.5.1930).
- 21 Vgl. Uwe Spiekermann, *Die verfehlte Amerikanisierung. Speiseeis und Speiseeisindustrie in Deutschland in der Zwischenkriegszeit*, in: Hermann Heidrich/Sigune Kussek (Hg.), *Süße Verlockung. Von Zucker, Schokolade und anderen Genüssen, Molfsee bei Kiel 2007*, 31–38, hier 35.
- 22 Vgl. VO über Speiseeis vom 15.7.1933 (RGBl. I S. 510) in der Fassung vom 15.3.1961 (BGBl. I S. 227), in: *Deutsches Lebensmittelrecht*, Bd. IV, erläutert von Karl-Heinz Nüse, unter Mitarbeit von Rudi Franck, Berlin u. a. 1966, 372–375.
- 23 Vgl. *Eisdielen und Trinkhallen. Zur Neuordnung im Handel* (Deutscher Schnelldienst vom 7.6.1934), Bundesarchiv (BArch) R 8034 II/154, Bl. 175; *Eisdielen, ein typisches Saisongewerbe*, in: *Die deutsche Volkswirtschaft* 6 (1937) H. 16, 534–535, hier 534 f. Vgl. auch: *Das aufblühende Speiseeisgewerbe*, in: *Volkswirtschaftliche Correspondenz* vom 5.2.1938.
- 24 Vgl. Spiekermann, *Verfehlte Amerikanisierung*, 38.
- 25 „Dazu sollen diese Mausefallenkrämer zum größten Teil noch Juden sein. – Tatsache ist, dass sie ausschließlich nur von Juden beliefert werden!“ So z. B. Willy Burgemeister an den OB der Stadt Frankfurt, 4.8.1934, betr.: „Ital. Eisdielen“, Institut für Stadtgeschichte, Frankfurt am Main (ISG), Magistratsakten 7.563.
- 26 Lediglich bei Neuzulassungen könne man mittels einer besonders streng durchgeführten Bedürfnisprüfung lenkend eingreifen, insbesondere wenn die politische Zuverlässigkeit der Antragsteller in Frage stünde, so das Verkehrs- und Wirtschaftsamt der Stadt Frankfurt, 19.9.1934, betr.: *Betrieb von Eisdielen durch Ausländer*, ISG Magistratsakten 7.563.
- 27 Anne Overbeck/Dietmar Osses (Hg.), *Eiskalte Leidenschaft. Italienische Eismacher im Ruhrgebiet*, Katalog zur Ausstellung im LWL-Industriemuseum Zeche Hannover in Bochum, Essen 2009, 85.
- 28 Vgl. Overbeck/Osses (Hg.), *Eiskalte Leidenschaft*, 88, Nr. 50 und Nr. 48.
- 29 Auch in den besetzten Niederlanden wurden die italienischen Eismacher mit Sonderrationen versorgt, was sie in den Augen vieler Holländer zu deutschfreundlichen Faschisten machte (vgl. Frank Bovenkerk/Anne Eijken/

- Wiesje Bovenkerk-Teerink, Italiaans ijs. De opmerkelijke historie van de italiaanse ijsbereiders in Nederland, Amsterdam/Meppel [1983], 117).
- 30 Vgl. Victor Klemperer, Tagebücher 1942, hg. von Walter Nowojski, 2. Aufl., Berlin 1999, Eintrag vom 24.8.1942, 221–223, hier 223.
- 31 Vgl. Overbeck/Osses (Hg.), Eiskalte Leidenschaft, 90 und 87; Leiprecht, Hunger, 66 und 68.
- 32 Vgl. Anne Overbeck, So kam das Eis ins Ruhrgebiet. Italienische Eismacher im Ruhrgebiet 1900–2009, in: Overbeck/Osses (Hg.), Eiskalte Leidenschaft, 30–37, hier 33; 25 Prozent Speiseeis-Steuer in Hessen, in: Die Eisdielen 4 (1952) H. 4, 2.
- 33 Vgl. Laura Campanale, I gelatieri veneti in Germania. Un'indagine sociolinguistica, in: *Altretalia* 33 (2006), 45–64, hier 50. Angesichts der Übernahme zahlreicher deutscher Cafés durch italienische Eismacher wurde zwar mitunter von ‚Überfremdung‘ des Eisgewerbes gesprochen; von Restriktionen war allerdings fast ausschließlich der ambulante italienische Eishandel betroffen.
- 34 In der Schweiz, wo das Eisgewerbe von Graubündnern dominiert wird, die im 19. Jahrhundert eine ähnliche Tradition wie die norditalienischen Eismacher ausbildeten, aber auch in Dänemark und Luxemburg waren die *gelatieri* weit weniger erfolgreich (vgl. Frank Bovenkerk/Loes Ruland, Von Belluno in die ganze Welt. Die Geschichte der italienischen Eismacher in Europa, in: Overbeck/Osses (Hg.), Eiskalte Leidenschaft, 14–23, hier 17).
- 35 Die 3.000 italienischen Eisdielen machen wiederum etwa drei Viertel aller Eisdielen in Deutschland aus (vgl. Wolfgang David, Das Tal der Gelatieri, in: Die Zeit vom 1.4.2004).
- 36 Vgl. Bovenkerk/Ruland, Italienische Eismacher, 677. Die nicht aus den Alpen stammenden italienischen Eismacher kamen größtenteils aus Sizilien (vgl. Hans Becker, Das Land zwischen Etsch und Piave als Begegnungsraum von Deutsche, Ladinern und Italienern in den südlichen Ostalpen (Kölner Geographische Arbeiten, Bd. 31), Köln 1974, 171), das ebenfalls eine lange Tradition der Eisherstellung aufweist.
- 37 Für Stuttgart hat Maria Luisa Gentileschi, I lavoratori italiani indipendenti a Stoccarda, in: Studi emigrazione XV (1978) H. 51, 325–359, hier 341, auf die niedrige Zahl binationaler Ehen bei den italienischen Eismachern hingewiesen. Zudem waren die meisten norditalienischen *gelatieri* mit Norditalienerinnen verheiratet.
- 38 Vgl. Stadtarchiv Leverkusen (StAL) 50.3690; Michael Hoverath, Schon Großvater war ‚Gelatieri‘, in: Rheinische Post (Ausgabe Leverkusen) vom 2.9.1986.
- 39 Annalisa Carnio, Die Rolle der Frau im italienischen Eiscafé in Deutschland (http://www.uniteis.de/pagine_de/press_area/un2_09_rolle_der_frau.htm (06.06.2013)). UNITEIS ist 1969 in Köln gegründet und 1983 Mitglied im Deutschen Konditorenbund geworden (vgl. Un importante riconoscimento. Gelatieri italiani e pasticceri tedeschi agiranno in collaborazione, in: *Uniteis Notizie* 1 (1983) H. 5, 6). 1999 wurde UNITEIS Mitglied im Dachverband deutscher Handwerkszünfte und fungiert seitdem als offizielle Vertreterin aller handwerklich arbeitenden Eisproduzenten in Deutschland.
- 40 Für London ist immerhin eine Frau unter den ambulanten italienischen Eishändlern des späten 19. Jahrhunderts nachweisbar (vgl. Lucio Sponza, Italian ‚Penny Ice-Mer‘ in Victorian London, in: Anne J. Kershen (Hg.), Food in the Migrant Experience, Aldershot u. a. 2002, 17–41, hier 40, Anm. 8); dasselbe gilt für Berlin im frühen 20. Jahrhundert (vgl. Erwin Quedenfeld, Italiener in Deutschland, in: Die Woche 8 (1906) H. 32, 1408–1411, hier 1410).
- 41 Vgl. Sabine Neef, Die Kunst der Eiscreme lernte Valter Panciera im Tal der Täler: im Val Zoldo, in: Rheinische Post (Ausgabe Leverkusen) vom 11.7.1996.
- 42 Zu den hohen Geldsummen, die aus dem Eis-Geschäft nach Italien und vor allem in die Provinz Belluno flossen und noch fließen, siehe Tonin, Emigrazione, 57.
- 43 Vgl. Bortoluzzi, Flusso migratorio, 239.
- 44 Vgl. Bovenkerk/Ruland, Artisan Entrepreneurs, 935.
- 45 Vgl. Carnio, Frau im italienischen Eiscafé; Overbeck, So kam das Eis ins Ruhrgebiet, 37. Dasselbe Phänomen ist in den Niederlanden zu beobachten (vgl. Paolo de Mas/Laura Schram Pighi, Breve Storia dei gelatai veneti in Olanda, in: Luciano Segafredo (Hg.), Veneti nel Benelux, Ravenna 2005, 229–249, hier 238).
- 46 Vgl. Campanale, I gelatieri veneti in Germania, 46, 51 und 55.
- 47 Vgl. Bergarbeiter, Oberkellner und Eisfabrikanten. 11.500 Italiener arbeiten in Nordrhein-Westfalen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.10.1959.
- 48 Vgl. Stirken, Eisdielen, 9.
- 49 Wie soll eine neuzeitliche Eisdielen beschaffen sein?, in: Die Eisdielen 4 (April 1952) H. 4, 3. Die Fachzeitschrift *Die Eisdielen* erschien erstmals im Juli 1949 und verstand sich als „Bindeglied zwischen der an der Speiseeis-Herstellung beteiligten Industrie und dem Handel“ (Zur Einführung, in: Die Eisdielen 1 (1949) H. 1, 1–2, hier 1).

- 50 Die Eisdiele in Amerika und Italien im Vergleich mit der deutschen Eisdiele, in: Die Eisdiele 3 (1951) H. 1–2, 6.
- 51 Gelateria Italia, in: Berlin von 7 bis 7, hg. von Walter Stahl/Dieter Wien, Hamburg 1977, 87.
- 52 Joana Breidenbach, in: Eiscafé Venezia. Fotografien von Stefanie Bürkle, Texte von Joana Breidenbach u. a., Berlin 2003, 6–9, hier 9.
- 53 So lautet die Bildunterschrift zu einer Illustration, die einen jungen Mann und zwei Frauen vor einer Milchbar zeigt, in: Die Eisdiele 3 (1951) H. 7, 11.
- 54 Eis à la Valentino ist bei den ‚boys and girls‘ die kalte Mode, in: Westfalenpost vom 23./24.5.1959, zitiert nach Overbeck/Osses (Hg.), Eiskalte Leidenschaft, 104, Nr. 85.
- 55 Vgl. Hans Dieter Schäfer, Das gesplante Bewusstsein. Über deutsche Kultur und Wirklichkeit 1933–1945, München/Wien 1981, 137.
- 56 Zu den Halbstarcken siehe exemplarisch Kaspar Maase, Bravo Amerika. Erkundungen zur Jugendkultur der Bundesrepublik in den fünfziger Jahren, Hamburg 1992.
- 57 Jugend vor der Theke – Jugend hinter der Theke. Gäste und Wirte der Zukunft, in: Neue gastronomische Zeitschrift 13 (1960) H. 7, 52–55, hier 52.
- 58 Er beruhigte seine Kollegen folgendermaßen: „Nicht die Teenager und Twens mit Niethosen und mit wildem Schopf und ihre männlichen Pendants mit assyrischen Bärten und Titussimpeln stellen die Repräsentanten der Jugend. Diese Leutchen sind nur ein winziger Promillesatz der Gesamtjugend.“ (ebd.).
- 59 Stadtobermann Baur an das Amt für öffentliche Ordnung/Gewerbeabteilung, 10.3.1967, Stadtarchiv Konstanz S XI/3024.
- 60 Essen Männer Speiseeis?, in: Die Eisdiele 3 (1951) H. 9, 7. Um Männer als Kunden zu gewinnen, wurden spezielle Angebote entwickelt wie der Eiscrème-Soda „Schwarzwälder Kirsch“, „ein herber Eis-Crème-Soda nur für Männer“ (Spezialeiskarte Wien am Ring, Köln, o. J. [1950er Jahre], Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv Köln (RWVA) 335-1-4).
- 61 Vgl. Christian Hillen, ‚Süßes verwöhnt, Süßes versöhnt‘. Geschlechterrollen in der Schokoladenwerbung der Stollwerck AG in den 1960er Jahren, in: Heidrich/Kussek (Hg.), Süße Verlockung, 71–78.
- 62 Auch deutsche Wirte versuchten, an der Italienreisewelle zu partizipieren, indem sie ihre Lokale „Café Dolomiti“ (vgl. Bayerisches Wirtschaftsarchiv, München (BWA), Löwenbräu München (LBM) F002-3864) oder ihre Eiskompositionen „Messinabecher“ nannten (Adolf Heckmann, Eis und Früchte (Konditorei-Fachkunde, Bd. 5), Stuttgart [1949], 46).
- 63 Giacomo Maturi, Die Eingliederung der südländischen Arbeitskräfte und ihre besonderen Anpassungsschwierigkeiten, in: Hessisches Institut für Betriebswirtschaft e. V. (Hg.), Ausländische Arbeitskräfte in Deutschland, Düsseldorf 1961, 121–131, hier 123.
- 64 Im April 1956 waren erst 50 Prozent der Bundesdeutschen schon einmal im Ausland gewesen, darunter viele Männer, die als Soldaten andere Länder gesehen hatten. Lediglich 18 Prozent dieser Auslandsreisenden hatten Italien besucht. Vgl. Jahrbuch der öffentlichen Meinung 1957, hg. von Elisabeth Noelle und Erich Peter Neumann, Allensbach/Bonn 1957, 42.
- 65 Vgl. Carola Rönneburg, Jenseits von Pflanzen und Blumen. Die Eroberung des öffentlichen Raums, in: Dies. (Hg.), Grazie mille! Wie die Italiener unser Leben verschönert haben, Freiburg im Breisgau 2005, 124–130, hier 124 f.
- 66 „Freundliche weiße Zugvorhänge“ schmückten beispielsweise das Eiscafé Venezia im bayrischen Hof (Schöne Eisdiele, in: Die Eisdiele 4 (1952) H. 5, 6; nochmals in: Die Eisdiele 5 (1953) H. 4, 9).
- 67 Carlo Karrenbauer, Princess-Garden. China-Restaurant, in: München wie es schreibt & isst. 65 Betrachtungen Münchner Autoren über ihre Lieblingslokale, gesammelt und hg. von Georg von Hatzfeld und Rainer Wallraf. Mit 68 Zeichnungen von Wigg Scharl, München o. J. [ca. 1966], 181–183, hier 181.
- 68 Augusto P., zitiert nach Franziska Dunkel/Gabriella Stramaglia-Faggion, ‚Für 50 Mark einen Italiener‘. Zur Geschichte der Gastarbeiter in München, hg. vom Kulturreferat der Landeshauptstadt München, München 2000, 221.
- 69 Vgl. Maren Möhring, Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland, München 2012.
- 70 Vgl. Klaus Wegner, Speiseeis. Historisches, Eigenschaften, Hygiene, Bestandteile, Herstellen, Anrichten, Rezepturen, Leipzig 1990, 24.
- 71 Vgl. Luigia Vanoletti Sammlung von Rezeptbüchern in RWVA 335-1-4.
- 72 So enthielt die Eis-Theke des Café Riviera in Prien am Chiemsee nicht nur vier Eisbehälter, sondern auch ein Cassata-Fach (vgl. Ragusa an Herrn Dal Molin Giovanni Battista, 20.4.1965, BWA LBM F002-2789).

- 73 „Aber – wie war’ es mit ‚Spaghetti-Eis‘? Vanilleeis zu Würmern gepreßt durch eine kleine Mühle: die Spaghetti. Blutrote Erdbeer-Sauce: die Tomaten. Und weiße Kokosflocken: der Parmesankäse.“ (Claudia Korenke, Zwischen Eis und Winter. In diesen Tagen kommen die italienischen ‚Gelatieri‘ zurück, in: Frankfurter Neue Presse vom 18.2.1976)
- 74 Idolino Bertacco, zitiert nach: ‚15 Sorten sind genug‘, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 2.3.1991.
- 75 Vgl. DEHOGA (Hg.), Angebots- und Nachfrageveränderungen im Gastgewerbe. Veränderte und differenzierte Betriebsformen als Antwort auf Konsumgewohnheiten (Gastgewerbliche Schriftenreihe, Bd. 50), Bonn-Bad Godesberg 1984, 39, Tab. 8.
- 76 Vgl. Detlef Hunsdiek/Matthias Wittstock, Unternehmensfluktuation. Fluktuationsursachen sowie der sich abzeichnende Strukturwandel im Hotel- und Gaststättengewerbe in Nordrhein-Westfalen (Beiträge zur Mittelstandsforschung, Bd. 94), Göttingen 1983, 46.
- 77 Vgl. DEHOGA (Hg.), Umsatzsteuerstatistik 1984 (Gastgewerbliche Schriftenreihe, Bd. 56), Bonn-Bad Godesberg 1987, 25, Tab. 7. An zweiter Stelle stand Niedersachsen mit 517 und an dritter Stelle Bayern mit 477 Eisdielen.
- 78 1984 betrug der durchschnittliche Umsatz 170.672 DM, was im Vergleich zu Speisewirtschaften einen sehr niedrigen, aber noch immer um fast 20.000 DM höheren Umsatz darstellte als er in Schankbetrieben erwirtschaftet wurde, zumal dieser Umsatz in der Regel von April bis Oktober erzielt wurde (vgl. DEHOGA, Umsatzsteuerstatistik 1984, 106 und 112).
- 79 ‚Soft serve‘ hatte sich in den USA seit Ende des Zweiten Weltkriegs zunehmend durchgesetzt. Vgl. Anne Cooper Funderburg, Chocolate, Strawberry, and Vanilla: A History of American Ice Cream, Bowling Green, OH 1995, 144.
- 80 Zur ‚Softeis-Welle im Jahr 1973‘ nicht nur in Frankfurt siehe Günter Hollenstein, Eiskaltes Kalkül um jedes süße Bällchen, in: Frankfurter Stadt-Rundschau vom 24.3.1975. Softeis war ab ca. 1960 von den USA aus nach Westdeutschland gelangt (vgl. Reinke-Kunze, Die PackEISwaffel, 219).
- 81 1970 entfielen bereits 25 Prozent des Eisverbrauchs auf dieses unabhängig von der Jahreszeit konsumierte, in ‚im allgemeinen preisgünstigen Großpackungen‘ abgegebene Speiseeis (vgl. Wandel in den Verzehrsgewohnheiten von Speiseeis, in: Ernährungs-Umschau 18 (1971), 32). Aktuell besitzt das handwerklich hergestellte italienische Speiseeis nur noch einen Marktanteil von 15 Prozent (http://www.uniteis.com/pagine_de/news/090330_prosecco.htm (06.06.2013)).
- 82 1958 besaßen nur 21 Prozent der bundesdeutschen Haushalte einen Kühlschrank; 1965 war dieser Prozentsatz auf 65 Prozent gestiegen, bevor er 1974 schließlich 95 Prozent erreichte (vgl. Detlef Stender, ‚Die Freiheit aus der Truhe‘. Das Kühlschrank-Syndrom und einige seiner Symptome, in: Christian Pfister (Hg.), Das 1950er Syndrom. Der Weg in die Konsumgesellschaft, Bern 1995, 149–172, hier 155).
- 83 Die Eisdielen in Amerika und Italien im Vergleich.
- 84 Vgl. Panciera/Lazzarin/Caltran, La storia, 99; Bovenkerk/Ruland, Von Belluno, 18. In Italien hingegen wurde kaum zuhause Eis verzehrt, und der Anteil von industriell gefertigtem Speiseeis war noch in den 1990er Jahren mit nicht einmal 50 Prozent bemerkenswert niedrig (vgl. Pim Reinders, Licks, Sticks & Bricks. A World History of Ice Cream, Rotterdam 1999, 480).
- 85 „*Preferite i nostri GELATI naturali e fabbricati in giornata*“/„Bevorzugen Sie unser natürliches tagesfrisches EIS“ heißt es in einer Werbeanzeige für den Eissalon Panciera in Duisburg, ca. 1955 (zitiert nach Reinders, Licks, 405).
- 86 Vgl. Susanne Hoffmann, Eiskultur, in: PflasterStrand (Juni 1990), 75.
- 87 „Die Sorge um die Verteidigung unserer Marktposition, unseres Fachprestiges, unserer Traditionen, Frucht Generationen langer Arbeit und Opfer, ist groß: Wir haben zwei Prozesse für den Schutz der Bezeichnung ‚Ital. Eis Salon‘ geführt, gegen einen Türken und gegen einen [Jugo-]Slawen. Wir haben gegen den [Jugo-]Slawen gewonnen, und am vergangenen Dienstag hat in Schleswig der Prozess gegen den Türken stattgefunden. Auch in diesem zweiten Prozess haben die Richter uns Recht gegeben“ (eigene Übersetzung), so der UNITEIS-Präsident bei seiner Ansprache auf der 14. Generalversammlung von UNITEIS im Rahmen der internationalen Speiseeis-Messe in Longarone, zitiert nach Rinnovamento nella tradizione. La relazione del presidente Panciera, in: Uniteis Notizie/Numero unico (1983), 6–9, hier 7.
- 88 Siehe dazu Maren Möhring, Staging and Consuming the Italian Life-style. The Gelateria and the Pizzeria-Ristorante in Post-war Germany, in: Food & History 7 (2009) H. 2, 181–202.
- 89 Vgl. Hoverath, Großvater.