

# Chinatown all'italiana

Sie sind fleißig, fast nie arbeitslos und verdienen gut. Zuwanderer aus China prägen zunehmend die Wirtschaft Italiens. Eine Erfolgsgeschichte



Wirt Francesco Wu (2. v. r.) mit seinem Team. Er setzt auf edle italienische Küche. Das sei einträglicher als Pekingente

Italienischer geht's nicht. Das Restaurant „Al borgo antico“ in Legnano im Nordwesten Mailands: Auf der Speisekarte stehen Penne al pomodoro, Cotoletta und Sorbetto al limone. In der Küche wirken Ivan Niccolai und Carlo Mezzanzana, im Speisesaal der Kellner Matteo Gali. Doch Eigentümer ist nicht die Familie Rossi,

sondern die Familie Wu. Francesco Wu, 33 Jahre alt, hat das Lokal 2009 von einem Kalabresen übernommen. Keine

VON TOBIAS BAYER  
UND LUCA STEINMANN  
IN MAILAND

Frühlingsrolle, keine Pekingente süßsauer, kein Glückskeks kommen auf den

Teller. „Da verdienst du nichts. Die Preise sind zu niedrig“, sagt Wu in perfektem Italienisch. Stattdessen feine Cucina all'italiana. Das kommt in der Gegend an. In den Abendstunden ist das Restaurant proppenvoll.

„Sieben bis acht Prozent Umsatzplus haben wir dieses Jahr gemacht“, sagt Wu. „Jeder kennt uns. Der Bürgermeister kommt hier regelmäßig vorbei.“ Als Wu

das sagt, geht die Tür auf. Herein tritt der Präsident des Basketballklubs Legnano Basket Knights, der in der zweiten italienischen Liga spielt. „Ciao Francesco“, ruft er und setzt sich an den Nebentisch. „Wir sponsern das Team“, erklärt Wu.

Hilfe, die Chinesen kommen! Europa versinkt in der Schuldenkrise. Flaute, Deflation und Arbeitslosigkeit machen sich breit. Und während die Europäer sich der Depression hingeben und den Geldbeutel festkrallen, geht die Volksrepublik auf Shoppingtour. Industriebetriebe, Luxusmarken, edle Immobilien – die Chinesen sind im Kaufrausch. Dabei ist das erst der Anfang.

Chinas Präsident Xi Jinping hat angekündigt, in der nächsten Dekade umgerechnet 1000 Milliarden Euro über den Globus streuen zu wollen. Die gesamten Auslandsinvestitionen Chinas würden sich so bis 2023 verdreifachen. In Europa haben es die Chinesen vor allem auf Know-how, Technologie und Lifestyle-Marken abgesehen.

Schon lange ist vom unaufhaltsamen Aufstieg Chinas die Rede. Spielte sich der bisher etwas abstrakt und verkopft auf den Zeitungsseiten ab, garniert mit Kurven, die nach oben zeigen, so kommt die Machtverschiebung von West nach Ost inzwischen auch im Alltag der Europäer an.

Gut beobachten lässt sich das in Italien. Rund 320.000 Chinesen leben auf dem Stiefel. Sie sind erstaunlich tüchtig: 46.113 chinesische Personengesellschaften zählte die Vereinigung der italienischen Handelskammern Ende Juni 2014. Ob Restaurant, Kaffeebar, Wäscherei oder Kleidergeschäft – die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass hinter der Ladentheke ein Chinese steht.

Der Eroberungszug der Chinesen durch Italien vollzieht sich im Eiltempo. Pier Franco Lionetto, 72, erlebt den Wandel aus nächster Nähe. 1995 kauft er sich eine Wohnung in der Via Bramante im Mailänder Sarpi-Viertel. Gutbürgerlich, günstig gelegen. Die Straßenbahn hält, die Flaniermeile Corso Garibaldi liegt um die Ecke. In der Straße ein Elektronikhandel, ein Bäcker und ein Café.

Dann verschwindet quasi über Nacht einer nach dem anderen. Zuerst der Technik-Laden, dann das Brotgeschäft. „Der hat doch gerade renoviert“, wundert sich Lionetto, als dann auch noch das Café zumacht. Sie weichen Lagern und Kleidergrossisten. Auf den Schildern über der Tür leuchten chinesische Zeichen auf. Morgens und nachmittags rücken Lastwagen an. Kartons werden ein- und ausgeladen, die mit Schubkarren eilig davongeschafft werden.

Etwa 20 Jahre nach seinem Zuzug erkennt Lionetto seinen Bezirk nicht mehr wieder. Aus dem Sarpi-Viertel ist das italienische Chinatown geworden. 385 Großhändler haben hier ihren Sitz. Auf der Via Bramante reiht sich einer an den anderen. Sie heißen Cinque Continenti Trading, Haichun Trading, Yalishi Trading. Sie verkaufen Blusen, Pullover, Hosen. Im Haus Lionettos sind es Höschen und BHs. „Tonnen von Höschen und BHs“, wie der Rentner präzisiert. Yongan Trading heißt der Laden im Erdgeschoss, der Unterwäsche feilbietet. Jeder einzelne Quadratmillimeter der Vitrine ist mit Reizwäsche bedeckt. Der Hingucker aber ist eine rote Herrenunterhose, die einem

Elefantenkopf gleicht. Mit einem Rüssel, der vorne herabbaumelt.

Die Wohnung über derjenigen Lionettos wird zeitweise als Schlafsaal genutzt. Für 19 Personen. Lionetto merkt zuerst nichts, denn es geht über ihm sehr leise zu. Stutzig wird er, als die Bewohner Wäsche waschen. An einem Montag wird eine Bettdecke aus dem Fenster zum Trocknen hinausgehängt. Das wiederholt sich am Dienstag. Und am Mittwoch. Und so weiter. „Ich habe dann geklagt“, sagt Lionetto. „Da haben sie die Wohnung über Nacht geräumt.“

Lionetto engagiert sich seit Jahren in einem Verband, der sich für den Schutz des Sarpi-Viertels einsetzt. „Wir haben nichts gegen die Chinesen. Aber wir sind dagegen, dass ein historisches Quartier von Großhändlern genutzt wird“, stellt er klar. In 15 Jahren Kampf haben sie einiges erreicht. Die Via Sarpi wurde in eine Fußgängerzone umgewandelt. Die Stadtverwaltung begrenzte die Ein- und Ausladezeiten für die LKWs, was durch Kameras kontrolliert wird. Aber ihre Kartons schieben die Chinesen trotzdem weiter hin und her.

„Wir sind hungrig.  
Wir sind wie die  
Italiener vor  
50 Jahren“

FRANCESCO WU,  
Restaurantbesitzer in Mailand

Das Verhältnis zu den Zugereisten ist kompliziert. Die italienische Presse gerät leicht ins Ventilieren und warnt in dicken Schlagzeilen vor der gelben Invasion. Von Lohndumping und Niedrigstpreisen ist die Rede. Bücher wie „Die Bosse von Chinatown“ oder „Chinesen sterben nie“ beleuchten die chinesische Kriminalität, inklusive Menschenhandel. Angesichts der unzähligen chinesischen Massagesalons in den italienischen Städten kursieren Geschichten über Sexsklavinnen und Prostitution. Wo die investigative Recherche aufhört und die Fiktion beginnt, ist schwer zu sagen.

Immerhin scheinen sich Italiener und Chinesen anzunähern. In Mailand wimmelt es förmlich von chinesisch-italienischen Vereinigungen und Diskussionsgruppen. Besonders aktiv ist die zweite Generation. Das sind die Chinesen, die in Italien aufgewachsen sind und entsprechend gut Italienisch sprechen. Dazu zählt Restaurantbesitzer Francesco Wu. Er steht einem Unternehmerverband vor, der Werbung für Made in China macht und Vorurteile ausräumen will.

„Die Italiener glauben, dass die Chinesen billig sind und schlechte Qualität anbieten. Doch das stimmt nicht mehr. Heute finden sich in Mailand viele ausgezeichnete chinesische Lokale“, gibt Wu zu, auch wenn er sich für italienische Küche entschieden hat. Er siedelte 1989 von China nach Mailand um. Der Anfang war schwer. Auf der Schule war er der einzige Chinese, die anderen Kindern hänselten ihn. Er biss sich durch,

erlangte ein Stipendium und studierte an der Polytechnischen Hochschule.

Als er das „Al borgo antico“ kaufte, ging er erst einmal bei dem damaligen Koch des Lokals Nicola in die Lehre. Als erstes Gericht zauberte er Spaghetti allo scoglio, also Spaghetti mit Meeresfrüchten. Dann durchleuchtete er sämtliche Verträge. Strom, Gas, Olivenölieferungen. Er änderte Zahlungsziele und handelte Preisabschläge aus. „Heute funktioniert das Restaurant.“ Die Chinesen seien ehrgeiziger als die Italiener. „Wir haben mehr Hunger“, sagt Wu. „Wir sind wie die Italiener vor 50 Jahren.“ Also wie die Nachkriegsgeneration, die das Land wieder aufbaute.

Die Strebsamkeit besichert den Chinesen in Italien wirtschaftlichen Erfolg. Laut einer Studie der Region Lombardei und der Stiftung Ismu zum Thema Immigration verdient ein Drittel der Chinesen mehr als 3200 Euro im Monat. Das liegt deutlich über dem Schnitt. 70 Prozent arbeiten. Nur ganz wenige beziehen Stütze vom Staat. Also: Sozialschmarotzer und damit ein Argument für rechtskonservative Parteien wie die Lega Nord sind die Chinesen nicht.

Doch Erfolg ist das eine. Zuneigung das andere. Die Herzen der Italiener gewinnen die Chinesen wohl am ehesten über den Fußball. Vorgemacht hat das Lu Rong Yi, 54. Er ist für alle nur der „Lu“ oder der „Präsi“, seitdem er den Fußballverein Sesto 2012 aus der Taufe gehoben hat.

Das Wappen ist eine Mischung aus italienischer und chinesischer Flagge. Gegründet vor zwei Jahren im Mailänder Arbeiterviertel Sesto San Giovanni zählt der Club bereits 300 Spieler, die sich über diverse Altersklassen verteilen. Gekickt wird in der Nähe einer Müllverbrennungsanlage. Der Platz gehört der Stadt und gleicht einem Acker. Mehr Lehm als Rasen.

Rong Yi ist drahtig und mit einer schwungvollen Haartolle gesegnet. Mit seinem dunklen Mercedes fährt er auf dem Vereinsgelände vor, eine Ray-Ban-Sonnenbrille im Gesicht, auf den roten Pullover ist der Vereinsname gestickt. In der Hand hält er ein iPad. Der Jahrgang 2000 spielt sich gerade warm. „Ciao Präsi!“, ruft der Trainer, der an der Seitenlinie steht. Ein Italiener. Wie alle anderen, die im Verein mitwirken. „Ich spreche nicht gut Italienisch“, sagt Rong Yi. Das hält ihn aber nicht davon ab, pausenlos zu reden. Er erzählt von harter, ehrlicher Arbeit und den Werten, die er den jungen Spielern vermitteln wolle. Über die Stadt schimpft er. Mit 7000 Euro steht der Verein bei der Kommune in der Kreide. „Die Stadt macht gar nichts. Die will nur Geld“, zetert Lu. Dann fragt er den Trainer: „Hab' ich recht?“ Der Trainer antwortet: „Ja, Präsi.“

Stoppen kann Rong Yi nur seine Frau. Als sie ihn auf dem Handy anruft, sagt er: „Jetzt muss ich arbeiten.“ Rong Yi und seine chinesische Frau betreiben eine Bar in Sesto San Giovanni. Der Raum ist mit Pokalen zugestellt. An der Wand hängen Mannschaftsfotos. „Mein Mann redet nur über Fußball“, sagt seine Frau. „Er ist verrückt.“ Aber fußballverrückter sind die Italiener schließlich auch. Rong Yi Traum? „Ich entdeckte einen neuen Messi.“ Ja, wenn ihm das gelingt, dann bauen die Italiener dem Präsi aus Fernost ein Denkmal.

ANZEIGE

## Künstlicher Zahnschmelz offiziell anerkannt

In Zukunft werden Zahncremes, die vor dem Abbau von Zahnschmelz schützen, als eigene Produktkategorie im Handel geführt. Sie sollen mit anderen nicht länger in einen Topf geworfen werden. Marktbeobachter sehen dahinter einen eindeutigen Trend: Besserer Schutz vor Abnutzung des Zahnschmelzes.

Der wirksamste Schutz der Zähne ist der Zahnschmelz. Der aber nutzt sich im Laufe des Lebens immer mehr ab. Durch diese Erosion werden die Zähne rauer, poröser und anfälliger für Karies. Leider kann der menschliche Organismus einmal abgebauten Zahnschmelz nicht ersetzen. Deshalb stand künstlicher Zahnschmelz schon lange auf der Wunschliste der Zahnmedizin.



Mit künstlichem Zahnschmelz gepflegt ...

... können Ihre Zähne so aussehen.

Die fortschreitende Abnutzung (Erosion) des Zahnschmelzes kann auch durch das tägliche Zähneputzen mit Biorepair aufgehoben werden. Die Zähne werden glatt und glänzend.

Das\* kann am Ende teuer werden

Der Zahnschmelz nutzt sich mit der Zeit immer mehr ab, die Zahnoberfläche wird porös und anfällig für z. B. Karies. Die Reparaturarbeiten oder sogar Ersatz können viel Geld kosten.

kommt bei Konsumenten an. Die neue Gattung rangiert in Drogeriemärkten bereits unter den umsatzstärksten Artikeln. Wem der

Preis zu hoch ist, der kann immer noch ausweichen auf die billigeren Produkte – ohne künstlichen Zahnschmelz.



Mit der ersten Biorepair-Zahncreme ist der erhoffte Durchbruch gelungen: Die Rezeptur enthält 20 Prozent künstlichen Zahnschmelz. Beim Zähneputzen setzt er sich auf dem abgenutzten Zahnschmelz fest und ummantelt ihn mit einer glatten, extrem harten Schutzschicht (Abbildung oben).

Biorepair ist zwar teurer als eine normale Zahnpasta-Tube, aber „schlechte“ Zähne kosten viel mehr“, heißt es dazu im Fernsehen. Der drastische Vergleich



Biorepair  
erhalten Sie in  
Drogerieabteilungen und  
-märkten sowie in Apotheken.

75 ml zu 4,99 € empf. Verkaufspreis  
Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG, Johanneswerkstr. 34-36, 33611 Bielefeld