

Frankfurter Rundschau

UNABHÄNGIGE TAGESZEITUNG

Spitzenköche schätzen Blütensekt aus Wiesbaden

Von der Produktmanagerin zur Aroma-Expertin: Anja Quäschning hat sich mit einer Manufaktur für Schaumwein und Sirup selbstständig gemacht

Gurke, Linde, Rose und Holunder: Die Deutsche Blütensektmanufaktur in Wiesbaden stellt nicht nur Holundersekt her, sondern auch 40 Sorten Sirup. Rezepte und Verfahren hat die Alleininhaberin und promovierte Biologin Anja Quäschning erfunden.

WIESBADEN · Man müsste im Sonnenschein mit einem Bastkorb über duftende Wiesen laufen und Japanische Kirsche, Frauenmantel und Holunder sammeln. Danach die Ernte auf einem Tisch ausbreiten und bedächtig Blüte für Blüte von den Stängeln lösen, um daraus aromatische Extrakte herzustellen. Nicht ganz so romantisch, aber zumindest ein bisschen so hatte es sich Anja Quäschning vorgestellt, als sie noch Produktmanagerin bei einem Pharmaunternehmen war und davon träumte, den Bürojob gegen ihr eigenes Unternehmen einzutauschen.

Das Unternehmen gibt es inzwischen: Die „Deutsche Blütensektmanufaktur“. Ihr Spitzenprodukt, ein Holundersekt nach Cham-

pagnerart gekeltert, steht in hessischen Spitzenrestaurants auf der Weinkarte. Außerdem im Angebot: 40 Sorten Blütensirup. Sirup ist eine Bezeichnung, die sie allerdings ungern hört, weil das nach klebrigem Zuckersaft mit künstlichen Aromastoffen klingt. Anja Quäschning verwendet nur ungespritzte Blüten und außer Holunder, Rose und Gurke auch Banane, Frauenmantel, japanische Kirche und Lavendel.

Seit zwei Jahren ist sie selbstständig. Und es gehört tatsächlich zu ihrem Arbeitsalltag, über Wiesen zu laufen und Blüten vom Stängel zu lösen. Das aber stundenlang. Tagelang. Wochenlang. „Ich habe die Arbeit unterschätzt“, sagt sie. Ihr Tag hat mindestens zwölf Stunden, Wochenende gibt es nicht.

Das Blüten pulen beispielsweise, eine Arbeit die sehr viel Sorgfalt erfordert, vertraut sie keinem Praktikanten an. Die Stenger sind bitter und würden das Produkt verderben. Immerhin beschäftigt sie inzwischen Aushilfen, die ihr beim etikettieren und sammeln helfen. Arbeitsplatz und Lagerraum

ist ein alter Gewölbekeller, den sie mit viel Glück für wenig Geld mieten konnte. Dort lagern in Regalen blaue Plastikboxen voll mit Sirupflaschen – die Feuchtigkeit im Keller würde die Etiketten angreifen. Bei aller Nüchternheit: „Die Arbeit ist erfüllend“, sagt sie. „Es ist ein schöpferischer Prozess“.

Die Herstellungsverfahren hat sie selbst entwickelt. Ihre Großmutter machte leckere Holundersirup, starb aber, ohne ein Rezept zu hinterlassen. Die Verwandtschaft erinnerte sich nur an zwei Dinge: Die Blüten wurden auf keinen Fall gekocht, und die Stängel musste man auf jeden Fall aussortieren. Allein für das Sektrezept brauchte Anja Quäschning elf Jahre. Das Grundrezept hat sie beibehalten: Ihre Blüten werden nicht gekocht und tage- bis wochenlang in reinem Quellwasser geschwenkt. Für die 40 Sirupsorten hat sie 400 Blüten ausprobiert. Denn wenn etwas gut riecht, heißt das nicht, dass es auch schmeckt. Einer der unangenehmsten Fehlversuche war Kapuzinerkresse: „Grauenhaft, wie Lauch

mit Zucker und Säure“, sagt sie. Eine Überraschung war dagegen die japanische Kirche, deren Blüten nach Gras schmecken, als Extrakt aber ein Aroma von Kirsche und Waldmeister haben.

Neben Privatkunden bestellen auch viele Köche Sirup und Extrakte, um sie für Salate oder Süßspeisen zu verwenden. Der Renner ist Holunder für rund sieben Euro, die teuerste Sorte ist Mohnblüte für 19,95. Der Verkauf läuft über Internet, Ebay und auf dem Wiesbadener Wochenmarkt. 180 Flaschen werden pro Woche produziert. Der Sekt aber nur in der kleinen Auflage von 150 Flaschen pro Jahr für rund 80 Euro die Flasche. Anja Quäschning lässt ihn von einer Kelterei kelttern. Demnächst will sie einen Rosensekt auf den Markt bringen. Von dem erhofft sie sich steigende Umsätze, denn die reichen immer noch gerade mal zum Überleben, weil die Produktion so arbeitsintensiv und zeitaufwändig ist. Der Rosensekt wird der Knaller, hofft sie: Für Heiratsanträge und andere Gelegenheiten.

ESKE HICKEN

IDEENREICH HESSEN

HR-Info und die Frankfurter Rundschau stellen hessische Firmen vor, die innovative Produkte entwickeln und auf den Markt bringen. Dabei sind es nicht immer die Großen, die voran schreiten.

hr-info auf folgenden Frequenzen:

Raum Frankfurt 103,9 MHz,
Darmstadt 107,0 MHz,
Wiesbaden 97,2 MHz,
Kassel 107,5 MHz.

Andere Empfangsmöglichkeiten im Internet unter www.hr-inforadio.de

Eine gemeinsame Serie von:

hr iNFO **Frankfurter Rundschau**
Das Wichtige wissen

Nächster Erscheinungs- und Sendetermin:
Mittwoch, 6. Dezember.
Auf Sendung um 6.15, 9.15 und 11.15 Uhr.