

# VivArt

MAGAZIN FÜR KULTUR UND LEBENSART

## REGIONALITÄT IM TREND

*Wer kauft warum regionale Produkte? Schafft Regionalität Nähe? Kann man Regionalität schmecken? Wir haben Erzeuger, Händler und Wissenschaftler nach ihrer Meinung gefragt.*



**DR. ANJA B. QUÄSCHNING**

*Deutsche Blütensekt Manufaktur,  
Wiesbaden*

«Wir sind ein kleiner Familienbetrieb und bieten erlesene Delikatessen aus frischen Blüten an. Unserer Produkte stammen alle aus eigener Entwicklung, eigener Ernte und eigener Herstellung. Die meisten unserer Blüten ernten wir regional. Wir haben extra für uns alte Streuobstwiesen, Flächen an Landschaftsschutzgebieten und auch private Grundstücke biozertifizieren lassen. Für unsere Erzeugnisse verarbeiten wir die Blüten pflückfrisch, von daher kommen weite Transportwege ohnehin nicht

infrage. Die meisten Blütenerntegebiete sind in Fahrrad-Entfernung um die Manufaktur. So können wir ohne Aufwand zu den Flächen fahren und das macht das Bestimmen des richtigen Erntezeitpunktes einfacher. Denn manche Blüten sind nur vier Tage im Jahr passend für unsere Ernte, andere Blumen können nur jeden zweiten Tag in geringen Mengen gepflückt werden. Regionalität trifft den Zeitgeist, indem sich der Mensch wieder mehr auf seine Wurzeln besinnt und seinen Wunsch nach Natürlichkeit und Ursprünglichkeit dadurch ausdrückt, regionale Produkte wertzuschätzen. Damit spiegelt Regionalität ein inneres Bedürfnis des Menschen wider, zu sich selbst zu finden. Regionalität ist eine logische Folgerung aus der Globalisierung, die den Menschen in seiner Wahrnehmung von sich selbst entfernt – unpathetisch heimatverbunden. Regionalität entspricht dem inneren Bedürfnis, authentisch zu leben. Und natürlich kann auch das, wie alles, was nicht greifbar ist, ins Romantische und Verkitschte gesteigert werden. Diesem inneren Bedürfnis kann man bis zu einer spirituellen Sinn-suche nachgehen.»