

Außerdem

Die Welt ist gar nicht so schlecht .

Eine solche Abkürzung würde die deutsche Straßenverkehrsordnung gewiss ablehnen: FI-PI-LI. Rund 800 Kilometer südlich von uns bezeichnet dieses Kurzwort dagegen, offiziell, die Schnellstraße zwischen FIRENZE, PISA und LIVORNO.

In die andere Richtung, von Florenz aus gesehen, muss aufbrechen, wer auf der Strada del Vino Terre di Arezzo in den 2200-Seelen-Ort Castiglion Fibocchi gelangen will, der hierzulande unter anderem in einem Krimi ("ToscaloneMord") und einem Roman mit dem ungemein verführerischen Titel "Die Verliebten Zypressen" verewigt ist.

Und was hat das alles mit unserer schwäbischen Heimat zu tun? Bekanntlich sollen an dieser Stelle Themen abgehandelt werden, die einen "lokalen Bezug" haben, also eine inhaltliche Verbindung zu Horb, Freudenstadt oder doch wenigstens zur Region. Dass ich nun, soeben von einer Toskana-Reise zurückgekehrt, über lustige Hinweisschilder auf Autostradas und möglicherweise auch noch über die Vorzüge des Chianti Classico schwadroniere, erscheint vor derlei Hintergrund ziemlich seltsam.

Aber wartet nur, liebe Leser/innen! Zum Beispiel habe ich am Rande der Brenner-Autobahn eine Pause bei Rosenberger gemacht. Auch wenn die österreichische Gastronomie-Gruppe, die Tankstellen und Restaurants betreibt, mit unserem Oberbürgermeister nichts, aber auch gar nichts zu tun hat, vermittelt die Namensgleichheit immerhin schon einen heimatlichen Anklang.

Und die schon erwähnte Ortschaft Castiglion Fibocchi ist - die Toskana-Fraktion unserer Leserschaft weiß es längst - mit unserer Stadt seit März vergangenen Jahres geschäftlich verbunden: Dort, am Rande des Arnotal, findet sich nämlich ein landwirtschaftliches Anwesen, die Fattoria La Vialla, und hier, am Neckarstrand, deren "Speisekammer". Sie ist eine von lediglich drei in Deutschland (neben Frankfurt und Regensburg), woselbst man einkaufen kann, was unweit von Arezzo auf 650 Hektar Weinbergen, Feldern, Olivenhainen, Gemüse- und Obstgärten biodynamisch (Demeter!) produziert wird.

Schon bei der Eröffnung der Verkaufsstelle auf dem Horber Hohenberg machte Peter Rosenberger (na bitte, da ist er schon wieder!) deutlich, dass da zusammengekommen ist, was zusammengehört: "Weil es hier bei uns ein paar Grad wärmer als oben ist (gemeint war: Richtung FDS und darüber hinaus - Anm. d. Red.), galten wir schon immer als die Toskana des Nordschwarzwalds."

Nun, um endlich zum Punkt zu kommen: Wer bisweilen in der Junghansstraße italienische Qualitätsprodukte einkauft und dann mal in deren Ursprungsgebiet reist, interessiert sich selbstverständlich dafür, ob dort, also in Castiglion Fibocchi, alles so prachtvoll ist, wie es das deutsche "Handbuch" (vulgo: Katalog) glauben machen will: mit einer Schar junger, fröhlicher Menschen, die mit offenkundiger Liebe und fachlicher Expertise Oliven pressen, Rebstöcke schneiden, Ricotta-Soße anrühren und Cantucci backen. Oder ob da in einer riesigen Fabrikhalle ein überdimensionaler Thermomix steht, aus dem all die schmackhaften, aber wertlosen Waren im Sekundentakt herauskleckern, nur um im letzten Arbeitsgang noch mit allerlei Fake-Logos und -Zertifikaten beklebt zu werden. Die Welt ist ja so schlecht, wie man weiß!

Ist sie nicht. Die Fattoria La Vialla erreicht der wissbegierige Besucher über holprige Dorfstraßen (ach ja, der Weg wird kein leichter sein), entdeckt zwischen Säulenzypressen und Schirmpinien einen Camping- und einen Parkplatz, erklimmt die letzten 300 Meter bis zum Hofgut per pedes und lässt sich auf der Piazzetta an einem Tisch nieder, um dort Pappa al Pomodoro oder Ribollita zu genießen - leibhaftig umsorgt von eben jenen jungen und fröhlichen Menschen, die auch die Werbeprospekte bevölkern. Und wenn mal wieder eine Fotografin vor Ort ist, um die Viallini und ihr Landleben abzulichten, kann es einem passieren, dass man sich später selbst in einer der Broschüren wiederfindet.

Also nicht nur schöner Schein, La Vialla gibt's wirklich, und die Mitarbeiter/innen, die man zu Gesicht bekommt, machen durchweg einen vergnügten Eindruck. Die Qualität ist vom Feinsten (mehrfach als weltweit bester Bio-Erzeuger ausgezeichnet), und das gilt auch fürs Marketing. "Toskana für zu Hause" überschrieb das

Wirtschaftsmagazin "brand eins" die Vermarktungsstrategie der Fattoria. Eine Strategie übrigens, die auch auf Humor setzt: Den Einband des jüngsten Vialla-Prospekts zieren Sonnenblumen, die dem Betrachter ihren Rücken zuwenden. "Verzeihen wir ihnen", heißt es im Bildtext. "Sie folgen der Sonne, nicht den guten Manieren."

P.S.: Weder meine Toskana-Reise noch dieses "Außerdem" wurden von der Fattoria La Vialla gesponsert.