

## Wenn's um die Wurst geht

Nordhessische Ahle Wurst –  
Rettungsbemühungen um eine traditionelle Spezialität



von Gerhard Müller-Lang

*Einen anderen Weg zum Schutz einer traditionellen Spezialität als den über die EU-Geo-Verordnung ging – nach langen Diskussionen – die Slow Food Regionalgruppe Nordhessen. Die tief in der nordhessischen Esskultur verankerte Ahle Wurst lag ihr am Herzen. Durch die Industrialisierung der Herstellung drohte die geschmackliche Verarmung. Zugleich gab es keine Aussicht, alle Wursthersteller unter einen Hut zu bekommen. Nachfolgender Artikel gibt die Bemühungen der Gruppe um die Rettung der typischen Ahlen Wurst wieder.*

Ursprünglich war die Ahle Wurst ein typisches Selbstversorgerprodukt. Bis vor wenigen Jahrzehnten hielten sich die allermeisten Haushalte ein eigenes Schwein. Dies wurde im Winter geschlachtet und lieferte die Ernährungsgrundlage bis in den nächsten Sommer hinein. Dazu drehte man Fleisch und Speck durch den Fleischwolf, würzte, stopfte die Masse in Därme und hängte die Würste zwecks Lagerung in Lehmkammern. Die Wände wirken ausgleichend auf Temperatur und Luftfeuchtigkeit. Das Klima Nordhessens ist für Rohwurstreifung ideal. Die dünnen Wurstkaliber („Dürre Runde“) aß man zuerst, dann kamen die „Stracken“ (Geraden) an die Reihe und am Ende des Wurstjahres die dicke „Schmeerhut“ (Flomenhaut). Aufgrund des mit der langen Reifezeit der Rohwurst verbundenen Abbaus von Eiweißstoffen erhält die Wurst ein unvergleichliches Aroma. Der mürbe Biss ist ein weiteres typisches Qualitätsmerkmal.

Aus der Not geboren entwickelte sich in Nordhessen somit ein profundes Wissen um Rohwurst und deren Reifung. In der älteren Generation ist dieses Wissen noch sehr lebendig. Allerdings geht die Zahl der so genutzten Schweine seit mehreren Jahrzehnten stark zurück. Gleichzeitig ist der Unmut über die geschmackliche Qualität der im Einzelhandel und bei Metzgereien angebotenen Ahlen Wurst gewachsen. „Die Wurst schmeckt nicht mehr so wie früher.“ Der Grund dafür ist schnell gefunden: Ahle Wurst wird heute größtenteils gewerblich hergestellt. Und weil auch bei der Wurst Zeit Geld ist, wird dann nach Wegen gesucht, die Reifung abzukürzen.

### Rettet die Wurst!

Im Frühjahr 2004 nahm sich die Slow Food Regionalgruppe Nordhessen des Themas an. Slow Food versteht sich als Lobby für Geschmack, und dem Traditionsprodukt Ahle Wurst droht die geschmackliche Verarmung. Slow Food legte den Finger in die Wunde und begann in einer Reihe von Abendveranstaltungen die Diskussion mit Herstellern um die Qualität der Ahlen Wurst. Dabei wurde schnell deutlich, dass es einen scharfen Gegensatz zwischen dem handwerklich traditionellen und einem eher technisch industriellen Verfahren gibt. Traditionellerweise werden ältere und damit schwerere Schweine geschlachtet, die eine hervorragende Fleischqualität haben. Nahezu das komplette wertvolle Muskelfleisch und der Bauchspeck werden verwurstet, und zwar schlachtfrisch, das heißt innerhalb von 24 Stunden nach Schlachtung, teilweise auch schlachtwarm (bis circa drei Stunden nach Schlachtung). Es werden nur frischvermahlene Gewürze beigemischt, außerdem Knoblauch, eventuell Senfkörner sowie wenig Salz, etwas Zucker und Salpeter. Letzterer bewirkt die langsame Umrötung der Wurst. Anschließend wird in Abhängigkeit vom Kaliber eine Reifung durch Lufttrocknung vorgenommen, in einigen Teilregionen Nordhessens wird zusätzlich geräuchert.

Demgegenüber ist man durch industrielle Verfremdung der Ahlen Wurst bestrebt, möglichst schnell und damit kostengünstig eine Rohwurst in schnittfester Qualität zu produzieren. Auf der Strecke bleibt dabei die sensorische Qualität. Als Ausgangsmaterial dienen kurz-

gemästete Schweine oder auch nur zugekaufte Schultern und Bäuche derselben, die in Kaltverarbeitung mit Fertigwürzmischungen, Pökelsalz, Starterkulturen, Schnellreifezucker, Ascorbinsäure und Geschmacksverstärkern versehen werden und in kürzester Zeit eine schnittfeste Wurst liefern. Mit der traditionell-handwerklichen Ahlen Wurst hat dies jedoch nichts mehr zu tun.

### Warum kein EU-Geo-Erzeugnis?

Die Strategie, einen Schutz durch die EU-Geo-Verordnung 2081/92 anzustreben, wurde intensiv diskutiert und schließlich zunächst nicht weiterverfolgt. Warum? Nordhessische Ahle Wurst teilt das Schicksal vieler hochwertiger traditioneller Spezialitäten, die durch industrielle Verfremdung der Herstellung in ihrem Bestand gefährdet sind. In Nordhessen gibt es eine große Anzahl von Betrieben, die sich als Hersteller Ahler Wurst bezeichnen. Der Anteil Produzenten, die konsequent traditionell arbeiten, dürfte bei deutlich unter zehn Prozent liegen. Würde ein Antrag auf EU-Schutz eingereicht, wäre ein langwieriger Rechtsstreit mit nicht traditionell arbeitenden Betrieben und deren Interessenvertretungen wahrscheinlich. Die Diskussion ergab auch, dass die „geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.)“ den Zielen des Fördervereins Nordhessische Ahle Wurst e.V. angemessener wäre. Jedoch: Eine erfolgreiche Beantragung erschien uns aufgrund von Schwierigkeiten in Detailfragen (u.a. geografische Abgrenzbarkeit des Herstellungsgebietes) unrealistisch. Daher versuchen wir den Schutz auf anderem Wege zu erreichen.

### Andere Wege zum Ziel

Ein erster Schritt in die Öffentlichkeit war die Aufnahme der Ahlen Wurst in die internationale Slow Food-Kampagne „Arche des Geschmacks“. Damit sollte der Gefährdungsgrad des traditionellen Herstellungsverfahrens dokumentiert werden. Im Oktober 2004 gründete sich aus der Arbeitsgruppe heraus der Förderverein Nordhessische Ahle Wurst e.V. Dieser besteht nicht nur aus Herstellern, sondern auch aus weiteren engagierten Slow Food-Mitgliedern. Gemeinsam legte man in der Satzung nicht nur die Qualitätsstandards fest, sondern auch eine Strategie, wie das Ziel – das traditionelle Verfahren erhalten und weiterentwickeln – zu erreichen ist. Dazu sollen vier Wege eingeschlagen werden:

- (1) Qualitätssicherung,
- (2) Absatzförderung,
- (3) Entwicklung eines sensorischen Profils sowie
- (4) die Erforschung der Kulturgeschichte der Ahlen Wurst.

Wenn alle vier Perspektiven betrachtet und bearbeitet werden, so die Vorstellung, ist eine optimale Projektentwicklung viel eher gegeben als bei Reduktion der Aktivitäten zum Beispiel auf reine Absatzförderung. Grundlage ist die Qualitätssicherung. Alle Mitgliedsbetriebe durchliefen eine eigens entwickelte Auditierung, die im Herbst 2005 zur Zertifizierung der ersten Betriebe führte. Die in der Satzung festgelegten Standards werden regelmäßig kontrolliert und so garantiert.

*Zu 1:* Bisher konnte der Kunde den Aussagen des Herstellers zum Alter der gereiften Wurst glauben oder nicht. Jetzt haben die zertifizierten Betriebe mit nicht unerheblichem finanziellen Aufwand ein System zur unveränderbaren Anbringung des Herstellungsdatums an den Wurstclip (Metallverschluss) eingeführt. Damit können die in der Satzung festgeschriebenen Mindestreifezeiten eindeutig nachvollzogen werden. Erst durch die Zertifizierung wird die Authentizität des Produktes kommunizierbar, diese wiederum ist an ein Logo geknüpft, welches wiederum die Basis für die Absatzförderung darstellt.

*Zu 2:* Kerngedanke ist es, für ein hochwertiges Produkt zukünftig einen angemessenen Preis zu erzielen. Auf der Grundlage einer Markenstrategie soll der heimische, aber vor allem auch der nationale Markt besser erschlossen werden. Ein wichtiger Partner ist dabei die Regionalmanagement Nordhessen GmbH, die mit dem Förderverein eine Kooperationsvereinbarung unterzeichnet hat und im Rahmen eines EU-EFRE-Förderprojektes den Weg zum Aufbau eines Gemeinschaftsmarketings finanziell ebnete. Darüber hinaus wird die traditionelle Nordhessische Ahle Wurst verstärkt in die Standortmarketingaktivitäten der Regionalmanagement Nordhessen GmbH eingebunden. Ein Baustein dafür war die Proklamierung der Ahlen Wurst zur Offiziellen Botschafterin Nordhessens im Frühjahr 2005. Folgen soll noch eine Botschafterkampagne.

*Zu 3 und 4:* Des Weiteren ist ein Projekt in Vorbereitung, welches, zusammen mit der Universität Kassel, charakteristische Merkmale des Geschmacksprofils nordhessischer Ahler Wurst mit wissenschaftlichen Methoden ermitteln will. Die Erforschung der Kulturgeschichte ist der letzte der vier Arbeitsschwerpunkte, der ebenfalls zusammen mit der Universität Kassel bearbeitet wird.

### Autor

Dipl.-Ing. agr. Gerhard Müller-Lang,  
Büro für kulinarisches Marketing.

Europaring 22  
37276 Meinhard  
Telefon: 0160/977 096 15  
E-Mail: info@mueller-lang.de

