

# Die Fleisch gewordene Botschafterin

Die „Ahle Wurst“ soll nach dem Willen des Regionalmanagements Nordhessen repräsentieren / „Die hat sonst niemand in der Welt“

VON JOACHIM F. TORNAU (KASSEL)

Das muss Metzger-Poesie sein: „Die nordhessische Ahle Wurst ist ein neuer Stern am europäischen Himmel der Rohwürste“, schwärmt Gerhard Müller-Lang. Der Geschäftsführer des Fördervereins, den nordhessische Fleischer im vergangenen Jahr als „Lobby für Geschmack und Qualität“ ihrer Ahlen Wurst gegründet haben, glaubt an die identitätsstiftende Wirkung der nordhessischen Rohwurstspezialität.

„Ahle Wurst – das ist der unverwechselbare Geschmack, das ist sinnstiftend für unsere Region“, singt Müller-Lang das Hohelied der traditionell aus schlachtwarmem Schweinefleisch hergestellten und dann monatelang gereiften „alten Wurst“. Mit diesem Enthusiasmus für die rötlich-braunen „Stracken“, „Runden“ und „Keulen“ steht der Förderverein Ahle Wurst nicht allein.

Auch beim Regionalmanagement Nordhessen trafen die Wurst-Lobbyisten auf sensible Geschmacksnerven – und so wurde die Ahle Wurst jetzt offiziell in den Rang einer „Botschafterin“ für Nordhessen erhoben. Schließlich hätten ja auch andere Regionen ihre Lebensmittel zur Visitenkar-

te gemacht, erklärt Regionalmanager Holger Schach. Was den Schwarzwäldern ihr Schinken, sei im Burgund der Wein – und rund um Kassel ab sofort die Ahle Wurst.

Denn: „Nordhessen kann das auch“, meint Schach. Frank Balkenhol – zuständig, wenn es im Regionalmanagement um

die Wurst geht – sieht in der luftgetrockneten oder geräucherten Rohwurst sogar ein „Alleinstellungsmerkmal“ für die Region: „Die Ahle Wurst hat sonst niemand in der Welt.“

Und gleichzeitig, so Balkenhol, wirke sie auch noch verbindend für alle Menschen

zwischen Korbach und Eschwege, Kassel und Bad Hersfeld: „Entscheidend für uns war, dass es erstmals etwas Gesamt-Nordhessisches ist. Das essen alle hier, alle sind damit einverstanden.“

Zum Wohle der Identitätsstiftung (und der gemeinsamen Vermarktung) überwinden die Metzger in der Region auch die Sprachbarrieren und einigten sich für das eigens geschaffene Markenzeichen auf ein einheitliches „Nordhessische Ahle Wurst“ – obwohl sich die Spezialität eigentlich von Ort zu Ort anders schreibt: In Kassel heißt sie beispielsweise „Worscht“, in Rotenburg an der Fulda hingegen „Worscht“.

So eine Markenstrategie ist wichtig, sagt Balkenhol und kündigt an: „Das Regionalmanagement wird dafür sorgen, dass die Corporate-Design-Richtlinien in der Außenkommunikation eingehalten werden.“ Und wie soll die Wurst künftig ihre neue Aufgabe als Botschafterin für die Region wahrnehmen? Ganz einfach: „Wir nehmen die Ahle Wurst überall mit, wo wir hingehen“, sagt Balkenhol. „Und die Ahle Wurst nimmt Nordhessen mit.“

[www.nordhessische-ahle-wurst.de](http://www.nordhessische-ahle-wurst.de)



Hier geht's um die Wurst: Der Regionalmanager Holger Schach will die „Nordhessische Ahle Wurst“ zur Visitenkarte für seine Heimat machen.

BILD: JOACHIM F. TORNAU