

Das Nationaltier von Alphirt: die Kuh.

10 Tage lang suchte der Verein Nationaltier Schweiz (VNTS) das Tier der Nation. Hinter der Abstimmung steckt der Bündner Trockenfleischproduzent AlpenHirt AG — Markenname neu: Alphirt. Über 15'000 Personen nahmen teil und wie von den Initianten erhofft gewann die Kuh mit 52 %. Alphirt produziert seit 2014 hochwertige Trockenfleischprodukte. Natur und Gewissen sind dabei Alphirt's einzigen Zusätze. Der Gründer Adrian Hirt wurde 2020 mit dem Innovationspreis des Bündner Gewerbeverbands ausgezeichnet.

Vom Kampagnengag zum Verein

Der junge Verein VNTS machte mit seiner Kampagne für die Abstimmung des Schweizer Nationaltiers erstmals am 6. Mai auf sich aufmerksam. Der Verein wolle das gewählte Tier als Markensymbol der Schweiz fortwährend vertreten. «Die Idee mit dem Nationaltierverein stammt von einer jungen Churer Agentur. Uns gefiel sie sofort, da für uns eigentlich schon immer feststand, dass die Kuh das Nationaltier der Schweiz ist. Die Werte, die der Verein vertritt, sind auch die Werte, die wir mit Alphirt bereits leben, darum haben wir den Verein auch real gegründet», so Hirt.

Die Kuh als Gewinnerin und Kontroverse

Vereinspräsident und Bündner Komiker Claudio Zuccolini war an der Pressekonferenz mit anwesend und befragte Adrian Hirt zur Gewinnerin der Abstimmung. Hirt: «Dass über 15'000 Menschen abgestimmt haben und die Kuh mit 52 % klare Gewinnerin des Nationaltiertitels wurde, hat uns natürlich überaus gefreut. Wir hatten gehofft, dass es die Kuh sein würde. Sie ist kantonsübergreifend passend. Die Schweiz ist ein Milch- und Schoggi-Land. Die Milch kommt von der Kuh. Unser Lieblingsfleisch ist Rindfleisch. Auf Wanderungen in unseren weltbekannten Alpen begegnen wir am meisten der Kuh.» Die Kuh ist aber auch ein kontroverses Thema: Massentierhaltung, abgelehnte Hornkuhinitiative, Kraftfutter-Import, Antibiotikaresistenzen, klimaschädliches Methangas, etc.

Alphirt preist in seiner neusten Plakatkampagne an, dass sie die Kuh am ehrlichsten behandeln. Hirt meint hierzu: «Wir verarbeiten mit Alphirt ausschliesslich Kühe von befreundeten Bauern, die ein langes und erfülltes Leben hatten. Unser Trockenfleisch haben wir einer durchschnittlich 10-jährigen Kuh zu verdanken, die acht Nachkommen hatte und sieben Sommer auf Bündner Alpen verbringen durfte. Die Tiere wurden nur mit hof- und alpeneigenem Futter ernährt.»

Es ist eine Fleischrevolution im Gange

In einer Zeit, in der das Thema Fleisch immer mehr angegriffen wird und die Nachfrage nach Alternativen immer stärker wird, ist es wahrlich gewagt, sich lautstark im Markt zu äussern. Hirt ist jedoch der Meinung, dass Trockenfleisch, ähnlich wie Wein, kein alltägliches Lebensmittel, sondern ein Genussmittel sein soll. «Unsere Unternehmens-Big5 sind ehrlich, gesund, verantwortungsvoll, hochwertig und natürlich. Mit Alphirt bieten wir eine Alternative zur billigen und krankmachenden Massenware. Unser Nationaltier, die Kuh, und ihre Gesundheit stehen für uns im Zentrum. Lieber weniger, dafür besseres Fleisch konsumieren. Alphirt prägt die stattfindende Fleischrevolution und fördert ein gesundes Einkaufs- und Essverhalten. Wir setzen uns ein für die wesensgerechte Tierhaltung, eine faire Entlohnung der Bauern und eine taugliche Umwelt für die nächste Generation.»

Bauern wieder an die Macht

Das Wohlergehen der Kuh ist grösstenteils abhängig von den Bauern. Hier arbeitet Alphirt aktuell ausschliesslich mit Bauern aus Graubünden zusammen, die Mutterkuhhaltung betreiben. «Ein guter Hirte liebt und schätzt seine Kühe vom Anfang bis zum Ende. Wenn die Zeit kommt, um Abschied zu nehmen, vertrauen uns unsere Partner ihre Kühe an, weil sie wissen, dass wir wie ein guter letzter

Hirte die Kuh schätzen, wie sie ist. Wir würdigen die Arbeit der Bauern und die Lebensleistung der Kuh mit einem fairen Preis.»), sagt Hirt.

Ein neuer Auftritt für Alpahirt

Alpahirt hat aber nicht nur einen Verein zum Wohle der Kuh gegründet, sondern kommt auch in einem komplett neuen Erscheinungsbild daher. Das Unternehmen produziert gesunde und nachhaltige Produkte nach traditionellen Rezepturen. Hierbei wird auf chemisch hergestelltes Pökelsalz, Zucker und andere Zusatzstoffe bewusst verzichtet. Der Urneni bleibt unverändert das Symbol von Alpahirt und bildet auch weiterhin das Herzstück des Logos. Neu richtet er seinen Blick nach vorne und verbindet so Tradition mit Zukunft. Klare Formen und Farben symbolisieren die Sauberkeit und Ehrlichkeit, die für Alpahirt während der ganzen Wertschöpfungskette ihrer Produkte – von der Aufzucht bis zur Verarbeitung der Kuh – an erster Stelle stehen. Die neugestaltete Webseite stellt das Wesentliche in den Vordergrund und verzichtet wie Alpahirt bei seinen Produkten auf überflüssige Zusätze. An den Produkten wurden im Gegensatz zum neuen Erscheinungsbild nichts verändert: Alpahirt produziert immer noch in der gleichen Qualität und nach den gleichen Prinzipien. Für nachhaltigen und ehrlich guten Geschmack.

Die Alpahirt-Produkte sind bei über 150 Partnern in der gesamten Deutschschweiz, im Alpahirt-Lädali in Tschierschen und über den Webshop auf www.alpahirt.ch erhältlich. Die grossen Anbieter und Detailhändler werden von Alpahirt zurzeit bewusst nicht beliefert.

Adrian Hirt, Inhaber & Geschäftsführer AlpenHirt AG

Tel. 076 822 41 38 | E-mail: adrian@alpahirt.ch | Website: www.alpahirt.ch