

1. Juni 2012, 16:49, NZZ Online

Coras chüschtige Hörner

Bachser Landwirt testet mit tierfreundlichem Nischenprodukt den Käsemarkt



Die Kuh Cora wirbt in Zürich für Hornkäse.
(Bild: NZZ / Adrian Krebs)

Die Schweizer Kühe tragen kaum mehr Hörner. Die Konsumenten wissen wenig davon, weil die Werbekuh immer noch behornt ist. Wer Wert auf die bewehrte Kuh legt, dem steht ein kleines Angebot an Milch und Käse zur Verfügung, neu auch aus Bachs.

Adrian Krebs

Cora erregt beträchtliches Aufsehen. Kaum ein Passant, kaum eine Kundin geht achtlos an ihr vorbei. Eine grosse sei sie und natürlich eine schöne, vernimmt man von den Bewunderern, die im Bioladen in Altstetten ihre Einkäufe besorgen. Cora ist eine stattliche neunjährige Braunviehkuh aus Bachs. Der Hintergrund ihres Kurzaufenthalts in der Stadt ist werbetechnischer Natur. Ihr Besitzer Florian Weidmann stellt seit kurzer Zeit Hornkäse her, gut erkennbar an der Hornform.

Kostenfrage und Modetrend

Mit Hornkäse und Hornmilch, die schon länger erhältlich ist, reagiert der Markt auf einen der Megatrends in der internationalen Milchviehhaltung: Das Enthornen der Kuh. Diese Praxis hat auch die Schweiz ergriffen. Über 90 Prozent des Milchviehs trägt heute kein Horn mehr. Die Anlagen für das Wachstum werden den Kälbern im jugendlichen Alter verätzt oder ausgebrannt, so dass ihr Kopf unbewehrt wächst. Dafür gibt es mehrere Gründe: Das Milchvieh wird heute zunehmend in Laufställen gehalten, und die Verletzungsgefahr für Mit-Kühe und betreuendes Personal nimmt ohne die Hörner ab. Zwar existieren auch Laufställe für Kühe mit Horn, sie müssen aber grösser dimensioniert sein, was die Baukosten erhöht.

Daneben ist die Enthornung aber auch ein simpler Modetrend, den wir aus Übersee importiert haben. Die klassische Hochleistungs-Milchkuh in den USA und in Kanada hat keine Hörner mehr. Teil des Schönheitsideals, dem mittlerweile auch viele Schweizer Viehzüchter nacheifern, ist ein schmaler Kopf, auf dem die Hörner zu rustikal daherkämen.

Nun gibt es auch in diesem Fall, wie bei jedem Trend, eine Gegenbewegung. An vorderster Front engagiert sich hier die Nutztier-Schutzorganisation Kag-Freiland. Sie hat die Lancierung des Hornkäses vorangetrieben. Denise Marty, die das Projekt «Horn auf!» leitet, ist überzeugt dass die Hörner zu einer Kuh gehören, wie jeder andere Körperteil. Das Belassen der Hörner ist für Marty wichtiger Teil einer tierfreundlichen Haltung, wie der tägliche Auslauf und ein genügendes Platzangebot. Unterstützung erhält die Kag dabei von einer ganzen Reihe von Landwirten, die sich im politischen Prozess für Direktzahlungen für Kühe mit Hörnern einsetzen.

Pierre Moser vom Altstetter Bioladen sagt, dass ein Teil der Kunden Hornprodukte verlangt. Wie zur Bestätigung tritt in diesem Moment eine Kundin heran, die Rahm von einer Kuh mit Hörnern verlangt. Ein Wunsch, den er mit einem gezielten Griff in die Kühltheke erfüllen kann.

Die Werbung zeigt Horn

Moser geht aber davon aus, dass die meisten Kunden nichts wissen von der mehrheitlichen Hornlosigkeit der Kühe. In der Werbung, etwa derjenigen der Produzentenorganisation Swissmilk, tritt die Kuh Lovely als Minderheiten-Vertreterin weiterhin mit Horn auf. Coras Besitzer Weidmann ist anders als die meisten Berufskollegen ein Anhänger der Hornkuh. Für ihn ist das neue Produkt eines unter mehreren, und er will herausfinden, ob dafür Absatzpotenzial besteht. Selbst für Biomilch ist der Markt heute ein ungemütlicher. Man erhält dafür nicht viel mehr als für konventionelle Milch. Deshalb verarbeitet er nun in der hofeigenen Käserei. Und hofft auf den Horneffekt.

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG

Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von NZZ Online ist nicht gestattet.

Diesen Artikel finden Sie auf NZZ Online unter:

http://www.nzz.ch/aktuell/zuerich/stadt_region/kaese-von-der-bewehrten-kuh_1.17135729.html