



URNER LANDWIRTSCHAFT

Der Ziegenbestand im Kanton Uri soll wachsen

Die Interessengemeinschaft «Urner Ziegenprodukte» intensiviert die regionale Vermarktung von Fleisch von Burengitzi und Ziegen und leistet damit auch einen wichtigen Beitrag gegen die Verbuschung von Alpweiden.

Christof Hirtler

28.03.2025, 05.00 Uhr



Burenziegen in der Röti, Göschenalp. Das Fleisch der Burenziege ist cholesterinarm, zart und ohne den typischen Ziegengeruch.

Bild: Marianne und Wendelin Loretz/zvg

Seit 1996 setzt die Ürmetzg AG konsequent auf Qualität und Regionalität. Mit 22 Mitarbeitenden führen Luzia und Walter Herger heute nicht nur die bedeutendste Metzgerei im Kanton Uri, sie verfügen auch über viel Wissen und Erfahrung bei der Verarbeitung von Gitzi- und Ziegenfleisch. Die Metzgerei spielt darum in der Vermarktung der Urner Ziegenprodukte eine zentrale Rolle: Ihre Internetseite ist die Verkaufsplattform der IG «Urner Ziegenprodukte». Hier werden Geissen- und Gitzi-Spezialitäten wie Geiss-Hackbraten, Hamburger, Geisstrockenwürste oder Gitzi-Gigot, Gitzi-Voessen, Koteletts und vieles mehr angeboten. «Es hätten viel mehr Bauern Ziegen, wenn der Absatz gesichert wäre. Heute liegt der Ziegenbestand im Kanton Uri bei rund 1500 Tieren», sagt Walter Herger.

Weiterlesen nach der Anzeige

Jährlich schlachtet die Ürmetzg AG rund 500 Geissen und Gitzi, rund die Hälfte sind Lohnschlachtungen für Bauern. Für ihre Fleischspezialitäten kaufte die Ürmetzg 2024 70 Gitzi und 150 Geissen. «Diese Tiere wurden von Urner Züchterinnen und Züchtern aufgezogen, waren im Sommer auf der Alp, wurden in Uri geschlachtet und zu Spezialitäten verarbeitet. Die gesamte Wertschöpfung bleibt im Kanton. Das ist regional und nachhaltig, das ist 100 Prozent Uri», sagt Walter Herger.

IG Urner Ziegenprodukte

Bei Ziegenfleisch reagieren die Konsumentinnen und Konsumenten eher skeptisch und mit Vorurteilen: Es hat den Ruf, zu «geisseln». Was Absatz findet, ist einzig das traditionelle Ostergitzi. 2023 hatte der ehemalige Biobauer und Regionalvertreter von Alpinavera, Max Müller, die Idee, einen Vermarktungsweg für Fleisch von Urner Ziegen und Burengitzi aufzubauen, und bildete die Interessengemeinschaft «Urner Ziegenprodukte». «Wir sind überzeugt, dass wir mit dem Gitzi- und Ziegenfleisch eine regionale Spezialität bieten können, die Abwechslung in den Fleischkonsum bringt und zukünftig wieder geschätzt wird», schreibt

die Interessengemeinschaft in ihrem Konzept.

Wendelin Loretz, Pionier der Burenziegenhaltung in der Schweiz und Vizepräsident der Korporation Uri, ist überzeugt, dass es für eine erfolgreiche regionale Vermarktung die IG Urner Ziegenprodukte braucht: «Wir kamen schnell zum Schluss, dass wir nicht nur die Gitzi an Ostern vermarkten wollen, sondern auch das Fleisch der älteren Ziegen. Diese sollen das ganze Jahr im Angebot sein. Wichtig ist, dass wir mit unseren Urner Ziegenprodukten direkt Konsumentinnen und Gastronomen ansprechen. Das geschieht am besten mit Degustations- und Informationsständen. 2024 waren wir an der GV von Gastro Uri, an der Urner Klein- und Grossviehausstellung und am Alpkäsemarkt in Seedorf.» Dank des innovativen Kochs Sven Arnold kann aktuell im Hotel Alpina in Unterschächen erstmals ein feines Menü mit Urner Geissfleisch genossen werden. Es besteht aus einer Geissbratwurst, Geissvoessen, Kroketten und Gemüse.

Nachhaltiger Kreislauf

Heute bewirtschaften viele Urner Bauernbetriebe infolge des Strukturwandels grössere Flächen. Grenzertragsflächen werden heute nicht mehr gemäht, sondern vermehrt von Schafen oder Ziegen beweidet. Seit mehreren Jahren werden auf der Nideralp im Schächental Ziegen ausserhalb der Kuhweiden eingehagt und erfolgreich im Kampf gegen die Verbuschung eingesetzt. Ziegen spielen somit eine zunehmend ökologische Rolle. Weil das Tierwohl bei Konsumentinnen und Konsumenten immer wichtiger wird, entsprechen die Ziegenprodukte – speziell das Burengitzi-Fleisch aus Muttertierhaltung – dem Trend. Ist der Absatz gesichert, dürften mehr Urner Bauernbetriebe Ziegen halten. Daraus ergibt sich ein regionaler Kreislauf, der nachhaltig, ökologisch und gewinnbringend ist – für die Bäuerinnen und Bauern, für die Ürmetzg, die Gastronomen und für die Konsumentinnen und Konsumenten.