Agroscope, Schweizer Nationalgestüt SNG, Avenches

Tiere
Rapport FM-Strategie | Februar 2015

Strategie zur Erhaltung des Freibergerpferdes

Autoren
Lea Schmidlin, Ruedi von Niederhäusern, Stefan Rieder, Daniel Guidon

In Zusammenarbeit mit der Arbeitsgruppe „Strategieentwicklung FM“

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Agroscope
Schweizer Nationalgestüt SNG

“Tradition ist die Weitergabe des Feuers und nicht die Anbetung der Asche.“
(Thomas Morus, 1478–1535)

“De optimo statu rei publicae deque nova insula Utopia” (1516)

Impressum

Herausgeber:	Agroscope, Schweizer Nationalgestüt SNG Les Longs-Prés, Postfach 191 1580 Avenches www.agroscope.ch | www.harasnational.ch
Redaktion:	Schmidlin L., von Niederhäusern R., Rieder S., Guidon D.
Grafik:	Neuditschko M.
Titelbild:	Culand S., Corseaux
Layout:	Boschung H.
Lektorat:	Caron-Wickli Ch. (D); Hippop, Poncet P.-A.(F)
Übersetzung:	Französisch www.sanovet.ch; Holden W.
Copyright:	Agroscope

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis ... 4
Tabellenverzeichnis ... 6
Auftrag aus LA/LV Agroscope ... 7
Zusammensetzung der Arbeitsgruppe ... 8
Arbeitsweise und Agenda ... 9
Zusammenfassung ... 12
1. Einleitung ... 14
2. Umfeldanalyse ... 16
2.1 Pferdebranche Schweiz ... 16
2.1.1 Geografische Verteilung der Equiden ... 16
2.1.2 Rassenstruktur ... 17
2.1.3 Altersstruktur ... 17
2.1.4 Equideneigentümer und -halter ... 18
2.1.5 Equidennutzer ... 18
2.1.6 Pferdezucht ... 18
2.1.7 Zukunftsperspektiven Pferdebranche Schweiz ... 19
2.2 Das „System Freiberger“ ... 20
2.2.1 Das Freibergerpferd ... 20
2.2.2 Wichtige Akteure im „System Freiberger“ ... 21
2.3 Pferdebranche Nachbarländer ... 23
3. Arbeitspaket I: Markt und Image ... 25
3.1 Der Pferdemarkt Schweiz ... 25
3.1.1 Rahmenbedingungen bezüglich Pferdeeinfuhr ... 25
3.1.2 Die Rolle der Freibergerrasse im Pferdemarkt Schweiz: Quantitativer Ansatz ... 26
3.1.3 Die Rolle der Freibergerrasse im Pferdemarkt Schweiz: Qualitativer Ansatz ... 29
3.1.4 Wirtschaftliche Kennzahlen ... 35
3.1.5 Kunden für Freibergerpferde ... 37
3.1.6 Kommunikations- und Vermarktungsaktivitäten im „System Freiberger“ ... 38
3.2 SWOT-Analyse ... 41
4. Arbeitspaket II: Zucht und Genetik ... 44
5. Arbeitspaket III: Öffentliche und private Unterstützung ... 54
5.1 Wiederkehrende staatliche Beiträge an die Pferdezucht ... 54
5.1.1 Das Schweizer Nationalgestüt (SNG) in Avenches ... 56
5.1.2 Kantonale Unterstützung an die Pferdezucht ... 56
5.2 Private Einnahmen SFV ... 57
5.3 Wirkung der öffentlichen Unterstützung ... 57
6. Strategieentwicklung ... 59
6.1 Vision FM 2030 ... 59
6.2 Strategische Ziele und Massnahmen abgeleitet aus Arbeitspaketen, Umfrage, Interviews ... 59
6.2.1 Arbeitspaket Markt und Image ... 59
6.2.2 Arbeitspaket Zucht und Genetik ... 60
6.2.3 Arbeitspaket Öffentliche und private Unterstützung ... 61
7. Schlusskommentar ... 62
8. Referenzen ... 63
Anhang ... 66
Anhang I: “Massnahmenkatalog“ ... 66
Anhang II: Strategie 2020 des SFV ... 72

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Gesamtpopulation der Equiden in der Schweiz zwischen 2003 und 2013 (Quelle: BFS 2013, landwirtschaftliche Strukturerhebung). 16
Abbildung 2: Bestandesdichte an Equiden je Kanton (Quelle: BFS 2013, landwirtschaftliche Strukturerhebung). 16
Abbildung 3: Bestand an Pferden der Freibergerrasse (Quelle: TVD 2013). 17
Abbildung 4: Anteil der verschiedenen Rassen im Verhältnis zur Gesamtpopulation der Equiden (Quelle: TVD 2013). 17
Abbildung 5: Altersstruktur der Equidenpopulation in der Schweiz (Quelle: TVD 2013). 18
Abbildung 6: Altersstruktur der Schweizer Freibergerpopulation (Quelle: TVD 2013). 18
Abbildung 7: Anzahl der durch die verschiedenen Zuchtorganisationen identifizierten und registrierten Fohlen: Entwicklung 2002–2012 (Quelle: Schmidlin et al. 2013). 19
Abbildung 8: Entwicklung des Durchschnittsalters gemäss mittlerem Szenario (Quelle: BFS 2010). 19
Abbildung 9: Entwicklung der Bevölkerung gemäss mittlerem Szenario (Quelle: BFS 2010). 19
Abbildung 10: Entwicklung des strukturellen BIP-Wachstums (Quelle: Surchat 2011). 20
Abbildung 11: Entwicklung der Equidenimporte und -exporte zwischen 2002 und 2013 (Quelle: EZV 2013). 25
Abbildung 12: Anteil Freibergerpferde mit und ohne Feldtest (Quellen: SFV 2012/2013 und TVD 2012/2013). 28
Abbildung 13: Handänderungen 2012 und 2013 von Pferden der Freibergerrasse (Quelle: TVD 2014). 29
Abbildung 14: Ausbildungsstufen Pferdeeigentümer. 30
Abbildung 15: Beziehungsmatrix Nutzung. 30
Abbildung 16: Beziehungsmatrix Nutzung. 30
Abbildung 17: Praktizierte Disziplinen mit Pferden der Freibergerrasse (Quelle: Musard 2011). 31
Abbildung 18: Bewertung der Eigenschaften beim Pferdekauf. 31
Abbildung 19: Bewertung der weiteren Aspekte beim Pferdekauf. 32
Abbildung 20: Einstellung zum Freiberger. 33
Abbildung 21: Image-Analyse Freibergerpferd. 33
Abbildung 22: Bewertung der Anstrengungen zur Förderung des Markenbildes sowie des Absatzes der Freibergerpferde. 34
Abbildung 23: Ort des Pferdekaufs. 34
Abbildung 24: Alterskategorien und Ausbildungsstufen, Kundenwünsche. 34
Abbildung 25: Alterskategorien und Ausbildungsstufen, Kundenwünsche. 35
Abbildung 26: In Frankreich organisierte Disziplinen der Fédération Française d'Equitation (Quelle: FFE 2014). 38
Abbildung 27: Einteilung der Kunden in zwei Käufergruppen (Quelle: Musard 2011). 38
Abbildung 28: Bevorzugte Informationsquellen bei der Pferdesuche. 39
Abbildung 29: Bevorzugte Informationsquellen zum Freibergerpferd (Quelle: Musard 2011). 39
Abbildung 30: Bevorzugte Informationsquellen „Andere" zum Freibergerpferd (Quelle: Musard 2011). 39
Abbildung 31: Der Freiberger reiht sich unter den Kaltblutpferden und tendenziell unter den nord-europäischen Rassen ein (Quelle: Petersen et al. 2013). 45
Abbildung 32: Der Freiberger hat einen breiten genetischen Hintergrund, was rassenhistorisch belegt ist durch u. a. verschiedene Einkreuzungsphasen. Es benötigt eine grössere Anzahl von Clustern, damit ein eigenständiges Freiberger-Profil sichtbar wird (K=29; K=35). Bei wenigen Clustern zeigt das Profil des Freibergers seinen genetischen Hintergrund, der aus Genen von Kaltblut, Warmblut und Vollblut besteht (K=6; K=12; K=17) (Quelle: Petersen et al. 2013). 45
Abbildung 33: Anzahl identifizierte Fohlen (2002–2013) und absolvierte Feldtests (2005–2013) (Quellen: SFV und TVD). 46

Abbildungen 34: Entwicklung Inzuchtgrad und Anzahl der ingezüchteten Individuen (Grafik oben) sowie Entwicklung Inzuchtrate und Ableitung der effektiven Populationsgrösse Ne (Grafik unten) (Quelle: POPREPORTS FM 2013). 47
Abbildung 35: Hierarchische Struktur der informativsten Freiberger. Wegen der im Vergleich zu Stuten hohen Nachkommenzahlen finden sich primär Hengste unter den genetisch wichtigsten Tieren der FM-Population. Die Wurzel des Baumes zeigt die Cluster der Nachkommen der drei aktuell für die FM-Population informativsten FM-Hengste. Hierarchisch entfernter bilden Nachkommen und Verwandte dieser weitverbreiteten Gründer, die selber ebenfalls viele Nachkommen zeugten, sowie Hengste, die einen Einkreuzungshintergrund besitzen, weitere Cluster (Quelle: Neuditschko et al. 2014)..... 48
Abbildung 36: Verbleiberate der Nachkommen von Zuchthengsten mit mehr als 50 Nachkommen zwischen 2008 und 2010 (Quelle: Neuditschko et al. 2014). 49
Abbildung 37: Aufzuchtrate paternal und maternal nach Hengstlinie (Quelle: Neuditschko et al. 2014). 49
Abbildung 38: Entwicklungstendenzen zwischen den Hengstlinien und Verwandtschaftsgrad derselben zur aktuellen Stutenpopulation (Quelle: Neuditschko et al. 2014). 50
Abbildung 39: Geschlechterverhältnis bei Geburt und am Feldtest mit drei Jahren. 50
Abbildung 40: Rund die Hälfte aller Freibergerpferde werden in der Schweiz in den Kantonen Jura, Bern und Freiburg gezüchtet. 51
Abbildungen 41: Genetische Trends für Grösse, Typ und Gänge bei Hengsten und Stuten der Freibergerrasse. Der Trend Richtung mehr Gänge und modernerem Pferdetyp ist deutlich sichtbar. Die Stuten werden tendenziell grösser. Bei den Hengsten (N=201) ist aufgrund des kleineren Datenumfangs die Variation um die Trendlinie ausgeprägter als bei den Stuten (N=13‘006) (Quelle: Neuditschko et al. 2014). 52
Abbildung 42: Entwicklung der Equidenzuchtbeiträge zwischen 2008 und 2013 (Quelle: Zingg 2014). 55
Abbildung 43: Entwicklung der an die Freibergerrasse ausbezahlten Beiträge zwischen 2008 und 2013 (Quelle: Zingg 2014). 55

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Entwicklung der Gesamtpopulation der Equiden in der Schweiz zwischen 2003 und 2013 (Quelle: BFS 2013, landwirtschaftliche Strukturerhebung). 16
Tabelle 2: Wichtige Vergleichszahlen zwischen der Schweiz und unseren nächsten europäischen Nachbarn (Quelle: Schmidlin et al 2013). 24
Tabelle 3: Entwicklung der Pferdezucht in Deutschland und Frankreich zwischen 2011–2012 (Quellen: Deutsche Reiterliche Vereinigung FN und Haras Nationaux). 24
Tabelle 4: Übersicht Pferdemarkt Schweiz 2013 (Quellen: TVD 2012/20131, EZV 20132, BLV 20133). 26
Tabelle 5: Geschätzter Marktanteil der Freibergerpferde am Pferdemarktvolumen Schweiz 2013 (Quellen: BFS 20131, TVD 20132, EZV 20133). 27
Tabelle 6: Entwicklung Marktanteil der Freibergerpferde am Schweizer Pferdemarkt; Berechnungsjahr 2013. 27
Tabelle 7: Jährlicher Bedarf an 3-jährigen Freibergerpferden in verschiedenen Szenarien. 28
Tabelle 8: SWOT-Analyse Freibergerzucht und -vermarktung. 43
Tabelle 9: Übersicht über die Beiträge zur Unterstützung der Freibergerrasse 56
Tabelle 10: Private Einnahmen SFV 2013 (Quelle: SFV 2014b) 57

Auftrag aus LA/LV Agroscope

Die vorliegende Strategiearbeit entstand im Rahmen des Leistungsauftrages (LA) 2014–2017 von Agroscope respektive der Leistungsvereinbarung für das Institut für Nutztierwissenschaften, Schweizer Nationalgestüt für das Jahr 2014.

Wörtlich LA Seiten 3/25 respektive LV Seite 16/18:

„Freibergerpferde (4 Jahre; Vollkosten: 12 Mio. CHF)

Agroscope übernimmt den Lead bei der Erarbeitung einer Strategie zur Erhaltung der Freibergerrasse mit den wichtigsten Stakeholdern und leistet einen Beitrag zu deren Umsetzung. Mit dem Schweizer Nationalgestüt leistet Agroscope einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung eines Kulturerbes.
Strategie und Umsetzungsresultate liegen vor: 2017

Die Zukunft der Freibergerrasse, die zum schweizerischen Kulturerbe gehört, ist nach wie vor ernsthaft bedroht, wie der bedeutende Geburtenrückgang der letzten Jahre zeigt. Im Jahr 2014 soll deshalb zusammen mit den wichtigsten Stakeholdern eine Strategie zur Erhaltung der Freibergerrasse erarbeitet werden.“

Zusammensetzung der Arbeitsgruppe

Kernteam Agroscope, Schweizer Nationalgestüt (SNG)

Daniel Guidon	Leiter Institut für Nutztierwissenschaften
Stefan Rieder	Forschungsbereichsleiter
Ruedi von Niederhäusern	Forschungsgruppenleiter
Lea Schmidlin	Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Reto Burkhardt	Corporate Communication (teilweise)

Mitwirkende Experten aus der Branche

Alain Bahuchet	Association Franches Montagnes de France (AFMF)
Pierre Berthold	Fédération Jurassienne de l'Elevage Chevalin (FJEC)
Bernard Beuret	Schweizerischer Freibergerverband (SFV)
Hans Gerber	Landwirt, Zucht und Pensionsstall Bern Mittelland
Guy Julliard	Landwirt, Zucht und Pensionsstall Jura
Stéphane Klopfenstein	Schweizerischer Freibergerverband (SFV)
Jean-Paul Lachat	Canton de Jura; Service de l'économie rurale
Hansjakob Leuenberger	Verband Schweizerischer Pferdezuchtorganisationen (VSP); Pferdezuchtgenossenschaft Kanton Aargau
Catherine Marguerat	Bundesamt für Landwirtschaft (BLW)
Chantal Oppliger	Promotion des ventes, Fédération Jurassienne de l'Elevage Chevalin (FJEC)
Pierre-André Poncet	Conseil et Observatoire Suisse de la Filière du Cheval (COFICHEV)
Salome Wägeli	Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL)
Judith Wittwer	Nutzervereinigung FM-Western

Arbeitsweise und Agenda

Zur Unterstützung und Förderung einer nachhaltigen Entwicklung der Freibergerpferderasse (FM) hat Agroscope vom Bundesrat im Rahmen des Leistungsauftrages (LA) 2014–2017 den Auftrag erhalten, zusammen mit den betroffenen Akteuren der Branche eine Strategie zu erarbeiten (siehe Kapitel Auftrag aus LA/LV Agroscope). Die Leitung des Instituts für Nutztierwissenschaften (INT) von Agroscope hat dieses Mandat an das Schweizerische Nationalgestüt (SNG) von Agroscope weitergereicht. Auslöser für die vorliegende Strategiearbeit waren Empfehlungen seitens der parlamentarischen Kommissionen im Jahr 2013. Die Empfehlungen beinhalteten, dass im Rahmen des Leistungsauftrages 2014–2017 für Agroscope ein Projekt Strategieentwicklung FM als Beitrag zur Erhaltung der tiergenetischen Ressourcen der Schweiz (Artenvielfalt, Biodiversität) realisiert werden soll. Im Sommer 2014 reichte zudem NR J.-P. Gschwind eine Interpellation ein, die das Anliegen unterstreicht, die Erhaltung des Freibergerpferdes zu sichern[1].

Das Mandat wurde wie folgt bearbeitet: Agroscope, Schweizer Nationalgestüt (SNG) stellte zur operativen Durchführung des Projektes „Strategieentwicklung Freibergerrasse“ ein Kernteam zur Verfügung. Das Kernteam organisierte den Ablauf der Arbeiten gemäss nachfolgender Agenda. Neben dem Kernteam wurde eine Arbeitsgruppe bestehend aus Experten der Verwaltung (Bund und Kantone), der Hochschulen, des Schweizerischen Freibergerverbandes (SFV), der Absatzförderung der Fédération Jurassienne de l’élevage chevalin, der Freiberger-Zuchtgenossenschaften, der aktiven Züchter und Pferdehalter, der Nutzer und Nutzergruppen sowie der Vertreter europäischer Freiberger-Tochterverbände bestellt. Als gemeinsame Arbeitsplattform diente eine Ablage auf E-Space der Bundesverwaltung[2].

Das Kernteam erstellte den vorliegenden Bericht in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgruppe. Die Inhalte des Berichtes entsprechen der Mehrheitsmeinung.

In einigen Punkten fand die Arbeitsgruppe keinen Konsens: Es sind dies insbesondere das Dossier Import/Export von Pferden sowie die Erwartungen über die Höhe und den Umfang von Beiträgen aus der öffentlichen Hand. Vertreter aus dem Freibergermilieu und dem Kanton Jura haben in der Folge ein zusätzliches Papier „Catalogue de mesures“ erarbeitet. Dieser „Catalogue de mesures“ findet sich in integraler Form im Anhang I dieses Berichtes (Originalversion auf Französisch).

Weiter wird als Anhang II das Strategiepapier „Strategie 2020 des Schweizerischen Freibergerzuchtverbandes, konstitutiver Grundsatz: Entwicklung/Förderung der Rasse Freiberger; am 28. April 2011 in Riedholz von den Delegierten des SFZV genehmigt“ aufgeführt.

Die Arbeitsgruppe unterstützt im Grundsatz die „Strategie 2020“ des Schweizerischen Freibergerverbandes SFV (früher SFZV). Der vorliegende Bericht ergänzt und vertieft aber ausgewählte Aspekte dieser Strategie.

Als Folge der vorliegenden Strategiearbeit und in Übereinstimmung mit dem Auftrag in der LA/LV Agroscope sollen ab 2015 in weiteren Schritten konkrete Umsetzungen von Massnahmen realisiert werden.

[1] Interpellation 14.3536; http://www.parlament.ch/d/suche/seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20143536

[2] https://www.espace-wbf.ch/alp/strategieentwicklung-fm-2014/default.aspx

Auf Vorschlag des Kernteams arbeitete die Arbeitsgruppe nach folgender Agenda:

Tätigkeit	**Fälligkeit**	**Stand**	**Verantwortung**
Zusammenstellung Arbeitsgruppe – Einladungen	Ende Februar 2014	Erledigt ✓	Kernteam
Entwicklung von Hypothesen und Arbeitsthemenpaketen	Ende April 2014	Erledigt ✓	Kernteam
Vorbesprechung 1. Sitzung mit Kernteam	20. Mai 2014	Erledigt ✓	Kernteam
1. Sitzung Arbeitsgruppe	27. Mai 2014	Erledigt ✓	Kernteam
Bearbeitung Arbeitsaufträge nach Workshop I		Erledigt ✓	Kernteam
Vorbesprechung 2. Sitzung mit Kernteam	Ende August 2014	Erledigt✓	Kernteam
2. Sitzung Arbeitsgruppe	9. September 2014	Erledigt✓	Kernteam
Bearbeitung Arbeitsaufträge nach Workshop II		Erledigt✓	Kernteam
Vorbesprechung 3. Sitzung mit Kernteam	Anfang November 2014	Erledigt✓	Kernteam
3. Sitzung Arbeitsgruppe	18. November 2014	Erledigt✓	Kernteam
Schlussbereinigung mit Arbeitsgruppe (Korrespondenzweg)	Bis Anfang Dezember 2014	Erledigt✓	Kernteam
Übersetzung F	So schnell als möglich nach Validierung der deutschen Version	Erledigt✓	Kernteam und Übersetzungsdienst Agroscope
Abgabe Bericht an BLW	19. Dezember 2014	Erledigt✓	Kernteam
Aufschalten Bericht auf Homepage Agroscope	Ende Februar 2015	Erledigt✓	Kernteam

Drei Themenschwerpunkte – sogenannte Arbeitspakete – standen im Fokus der Tätigkeit der Arbeitsgruppe:

1. Markt und Image
2. Zucht und Genetik
3. Öffentliche und private Unterstützung

Als Datengrundlage dienten der Arbeitsgruppe in erster Linie folgende Quellen:

- Rapporte Pferdebranche Schweiz 2007, 2009, 2013 (Poncet et al. 2007 und 2009; Schmidlin et al. 2013)
- Herdebuch- und Leistungsdaten Schweizerischer Freibergerverband (SFV)
- Daten Identitas AG; Bundesamt für Statistik; Bundesamt für Landwirtschaft; Seco; Bundesamt für Sport; partiell Datenquellen der Kantone
- Eigene Umfrage mit Identitas AG
- Experten Interviews
- Diverse Literatur (siehe Kapitel Referenzen)

In drei Workshops debattierte und verabschiedete die Arbeitsgruppe Resultate und Vorschläge, die vom Kernteam jeweils für die Workshops aufbereitet und präsentiert wurden.

Die Arbeitsgruppe skizzierte nachfolgende Ausgangslage und Kernfrage:

In der Schweiz besteht ein Pferdemarkt, der in den letzten zehn Jahren um rund drei Prozent in der Kategorie Pferde und um rund sieben Prozent in der Kategorie andere Equiden (Total Equiden vier Prozent) pro Jahr gewachsen ist. Auch bei in Zukunft tieferen Wachstumsraten ändert sich nichts an der Tatsache, dass in der Schweiz derzeit ein Nachfrageüberhang nach Pferden besteht. Dieser wird nur teilweise durch das Inlandangebot befriedigt. Als Folge davon steigt der Wunsch nach Erhöhung der Einfuhren zum Kontingentszollansatz (KZA).

Der Bund investiert rund fünf Millionen Franken pro Jahr in die Zucht des Freibergers (davon rund eine Mio. Franken als Beiträge für die Erhaltung der Rasse, rund 900‘000 Franken als Zuchtförderungsbeiträge und rund 3 Mio. Franken als Leistungen des Schweizer Nationalgestüts von Agroscope). Weitere öffentliche Beiträge gewähren teilweise die Kantone (siehe Kapitel öffentliche und private Unterstützung).

Rund 55 Prozent der geborenen Freibergerfohlen erreichen ein Alter von drei Jahren, wo sie als Nutzpferde am Markt angeboten werden können. Im 2013 entsprach dies rund 1‘200 Pferden. Diese Zahl ist zu tief, wenn das Ziel verfolgt wird, den Anteil des Freibergers an der gesamten Schweizer Pferdepopulation zu halten oder auszubauen. Auch aus zuchttechnischen Gründen ist es wünschenswert für die Erhaltung der genetischen Diversität und zur Erzielung von Zuchtfortschritt, die Freibergerpopulation nicht weiter sinken zu lassen, sondern den Anteil Bedeckungen/Geburten pro Jahr zu steigern. Damit die wirtschaftliche Motivation zur Zucht von Freibergerpferden, insbesondere im landwirtschaftlichen Milieu, erhalten bleibt, ist ein Zielpreis von Freibergernutzpferden um 10K Franken anzustreben. Das Freibergerpferd dient zum einen den verschiedenen Akteuren der Pferdebranche als Handelsware und stellt zum anderen ein genetisches und kulturelles Erbe von ideellem Wert und öffentlichem Interesse dar (Beuret 2000).

Es stellt sich somit die Frage, welche Massnahmen notwendig sind, um den Marktanteil des Freibergers in der Schweiz zu steigern und die Anzahl Bedeckungen und die Geburtenzahl sowie den Zielpreis für Freibergerpferde zu erhöhen.

Zusammenfassung

Auftrag

Zur Unterstützung und Förderung einer nachhaltigen Entwicklung der Freibergerpferderasse hat Agroscope vom Bundesrat im Rahmen des Leistungsauftrages (LA) 2014–2017 den Auftrag erhalten, zusammen mit den betroffenen Akteuren der Branche, eine Strategie zu erarbeiten. Die Leitung des Instituts für Nutztierwissenschaften (INT) von Agroscope hat dieses Mandat an das Schweizer Nationalgestüt (SNG) von Agroscope weitergereicht. Auslöser für die vorliegende Strategiearbeit waren Empfehlungen seitens der parlamentarischen Kommissionen im Jahr 2013. Die Empfehlungen beinhalteten, dass im Rahmen des Leistungsauftrages 2014–2017 für Agroscope ein Projekt Strategieentwicklung Freiberger als Beitrag zur Erhaltung der tiergenetischen Ressourcen der Schweiz (Artenvielfalt, Biodiversität) realisiert werden soll.

Arbeitsweise

Das Mandat wurde wie folgt bearbeitet: Agroscope, Schweizer Nationalgestüt (SNG), stellte zur operativen Durchführung des Projektes „Strategieentwicklung Freibergerrasse“ ein Kernteam zur Verfügung. Das Kernteam organisierte den Ablauf der Arbeiten. Neben dem Kernteam wurde eine Arbeitsgruppe bestehend aus Experten der Verwaltung (Bund und Kantone), der Hochschulen, des Schweizerischen Freibergerverbandes (SFV), der Absatzförderung der Fédération Jurassienne de l’élevage Chevalin, der Freibergerzuchtgenossenschaften, der aktiven Züchter und Pferdehalter, der Nutzer und Nutzergruppen sowie der Vertreter europäischer Freiberger-Tochterverbände bestellt.

Ausgangslage und Kernfrage

In der Schweiz besteht ein Pferdemarkt, der in den letzten zehn Jahren um rund drei Prozent in der Kategorie Pferde und um rund sieben Prozent in der Kategorie andere Equiden (Total Equiden vier Prozent) pro Jahr gewachsen ist. Es liegt ein Nachfrageüberhang nach Pferden vor. Dieser wird nur teilweise durch das Inlandangebot befriedigt. Als Folge davon steigt der Wunsch nach Erhöhung der Einfuhren zum Kontingentszollansatz (KZA). Der Bund investiert rund fünf Millionen Franken pro Jahr in die Zucht des Freibergers (davon rund eine Million Franken als Beiträge für die Erhaltung der Rasse, rund 900‘000 Franken als Zuchtförderungsbeiträge und rund drei Millionen Franken als Leistungen des Schweizer Nationalgestüts von Agroscope). Weitere öffentliche Beiträge gewähren teilweise die Kantone. Rund 55 Prozent der geborenen Freibergerfohlen erreichen ein Alter von drei Jahren, wo sie als Nutzpferde am Markt angeboten werden können. Im 2013 entsprach dies rund 1‘200 Pferden. Diese Zahl ist zu tief, wenn das Ziel verfolgt wird, den Anteil des Freibergers an der gesamten Schweizer Pferdepopulation zu halten oder auszubauen. Auch aus zuchttechnischen Gründen ist es wünschenswert, für die Erhaltung der genetischen Diversität und zur Erzielung von Zuchtfortschritt die Freibergerpopulation nicht weiter sinken zu lassen, sondern den Anteil Bedeckungen/Geburten pro Jahr zu steigern. Damit die wirtschaftliche Motivation zur Zucht von Freibergerpferden – insbesondere im landwirtschaftlichen Milieu – erhalten bleibt, ist ein Zielpreis von Freibergernutzpferden um 10‘000 Franken anzustreben. Das Freibergerpferd dient zum einen den verschiedenen Akteuren der Pferdebranche als Handelsware und stellt zum anderen ein genetisches und kulturelles Erbe von ideellem Wert und öffentlichem Interesse dar. Es stellt sich somit die Frage, welche Massnahmen notwendig sind, um den Marktanteil des Freibergers in der Schweiz zu steigern und die Anzahl Bedeckungen und die Geburtenzahl sowie den Zielpreis für Freibergerpferde zu erhöhen.

Inhalt und Gliederung

Der vorliegende Strategierapport ist wie folgt aufgebaut und gegliedert: In einem ersten Teil, Umfeldanalyse, werden kurz die Freibergerpferderasse sowie die schweizerische und die europäische Pferdebranche vorgestellt. Der Umfeldanalyse folgen in einem zweiten Teil Resultate und Erkenntnisse zu drei Themenschwerpunkten (Arbeitspakete): „Markt und Image; Zucht und Genetik; Öffentliche und private Unterstützung“. Im Arbeitspaket Markt und Image wird versucht, Käuferwünsche, Käuferverhalten, Kaufbereitschaft, Qualitäten, interne und externe Wahrnehmung des Freibergers, Nutzungen aus Sicht der Käufer, Mitbewerber anderer Rassen, Daten zum Freibergermarkt usw. aufzuzeigen. Dies im Sinne einer möglichst transparenten und präzisen Identifizierung des Markpotentials und der Kundensegmentierung des Freibergers. Strategische Ziele und Vorschläge für Massnahmen folgen daraus in einem weiteren Schritt. Im Arbeitspaket Zucht und Genetik werden die wichtigsten Trends und Parameter der Freibergerpopulation aufgezeigt und zuchttechnische Themen dargestellt. Auch daraus folgen strategische Ziele und Vorschläge für Massnahmen. Im Arbeitspaket Öffentliche und private Unterstützung erfolgt die Darstellung der Beiträge von Bund und Kantonen sowie der Geschäftszahlen des SFV. Die gewährten Beiträge werden hinsichtlich ihrer Wirkung diskutiert. Der dritte Teil des Berichtes beginnt mit einer Vision „Freiberger 2030“, gefolgt von den bereits erwähnten strategischen Zielen und Vorschlägen für Massnahmen. Mit den Angaben zu den Referenzen/Quellen sowie dem Anhang schliesst der Bericht.

Arbeitspaket I „Markt und Image“

Als Fazit aus dem Themenschwerpunkt (Arbeitspaket I) „Markt und Image“ lässt sich festhalten, dass bis zurück in die 1990er Jahre regelmässig Studien zum Marktpotential und zur Förderung von Image und Absatz der Freibergerpferderasse verfasst worden sind. Allen

Arbeiten gemeinsam sind die Hinweise betreffend Verstärkung der Kundenorientierung, der aktiven Bearbeitung des Pferdemarktes sowie der Verbesserung des Images der Rasse. Ein zentraler Punkt im Thema Markt ist der Fakt, dass die Nachfrage nach Pferden sich fundamental verändert hat und damit zusammenhängend auch die zugehörigen Kundensegmente und Absatzkanäle. Das Pferd von heute ist ein Angebot unter vielen auf dem äusserst heterogenen Freizeitpferdemarkt. Etablierte und funktionierende Absatzkanäle für die Pferdezucht sind rar und existieren hauptsächlich im Bereich Sport. Durch das Angebot von jährlich wiederkehrenden Sportprüfungen für verschiedene Altersklassen von Pferden kann ein „Nachfrage-Motor" in Gang gesetzt werden, der attraktiv ist für Trainer, Reiter, Besitzer, Züchter, Sponsoren und weitere Akteure der entsprechenden Sportdisziplinen. Im nicht wettkampforientierten Freizeitbereich gelten andere Prioritäten. Der Freiberger wird primär in diesem nicht wettkampforientierten Freizeitbereich positioniert. Damit profitiert er kaum von dem beschriebenen, durch Sport induzierten Nachfragemotor. Die hohe Diversität der Kundschaft und ihrer Bedürfnisse im Freizeitbereich sind eine Herausforderung im Bereich Absatz. Die hohen Risiken, die mit der Pferdezucht finanziell verbunden sind (Deckentscheid heute – vermarktbares Produkt rund 4.5 Jahre später), und die tiefe Rentabilität lassen insbesondere bäuerliche Züchter auf andere Geschäftsfelder umsteigen. Die Ergebnisse, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit generiert wurden, zeigen u.a. Details zu wichtigen Mitbewerbern am Markt, zum Käuferverhalten und zu Kundenpräferenzen. Diese Daten sollten helfen, den Freiberger wirkungsvoller am Markt zu positionieren und dies, insbesondere aus Gründen der Kaufkraft sowie der Hürden beim Export, im Inland.

Arbeitspaket II „Zucht und Genetik"

Als Fazit aus dem Themenschwerpunkt (Arbeitspaket II) „Zucht und Genetik" lässt sich festhalten, dass die Herausforderungen für den SFV und seine Mitglieder nicht in erster Linie im Zuchttechnischen liegen. Im Gegenteil, der SFV verfügt über eine Datengrundlage und eine wissenschaftliche Begleitung seiner Population, die seinesgleichen in der Pferdebranche sucht. Es sind dies Qualitäten, die als Marktvorteile für den Freiberger noch besser genutzt werden könnten. Die zuchttechnischen und genetischen Herausforderungen scheinen deshalb mit dem verfügbaren Instrumentarium lösbar zu sein.

Arbeitspaket III „Öffentliche und private Unterstützung"

Als Fazit aus dem Themenschwerpunkt (Arbeitspaket III) „Öffentliche und private Unterstützung" lässt sich festhalten, dass diese – wie andernorts in der Primärproduktion – nötig ist und von den Akteuren als wirksam eingestuft wird. Im „Catalogue de mesures" (Anhang I) der Vertreter des Freibergermilieus und des Kantons Jura wird im Weiteren Folgendes festgehalten: „Une stratégie de préservation de la race ne produira pas d'effets suffisants, voire sera vouée à l'échec, si des moyens financiers supplémentaires ne sont pas dégagés". Die Arbeitsgruppe fand aber insbesondere zu diesem Punkt – Höhe und Umfang der öffentlichen Beiträge – keinen Konsens. Auch das Dossier Import/Export von Pferden wurde von den Vertretern des Freibergermilieus und des Kantons Jura anders beurteilt als von der Mehrheit der Arbeitsgruppe (Priorisierung Inlandmarkt; Einhaltung WTO Vorgaben). Die Wirksamkeit kantonaler Beiträge wurde in der Arbeitsgruppe kontrovers diskutiert und mögliche marktverzerrende Effekte als unerwünscht taxiert. Die uns zugänglichen Daten weisen zudem darauf hin, dass der Freiberger im Vergleich zu anderen Schweizer Nutztierspezies bereits bedeutende öffentliche Unterstützung geniesst. Mit einem Beitrag von 500 Franken für Stuten mit Fohlen sowie den Aktivitäten des Schweizer Nationalgestüts von Agroscope wird dem öffentlichen Gut Freiberger in hohem Masse Genüge getan. Die Arbeitsgruppe schlägt mehrheitlich vor, dass der Einsatz der verfügbaren Bundesbeiträge sowie die Zusammenarbeit zwischen SNG und SFV optimiert werden. Agroscope ist es ein Anliegen, dass die für den Freiberger eingesetzte Ressourcen bestmögliche Wirkung erzielen.

Schlussbemerkung

Der Hauptfokus der vorliegenden Arbeit liegt auf der Thematik „Markt und Image". Die Mehrheit der Arbeitsgruppe vertritt die Meinung, wie auch diverse vorgängige Berichte zum selben Themenbereich beim Freiberger zeigen, dass hier der Schlüssel für die nachhaltige Förderung und Zukunft der Freibergerrasse zu finden ist. Dieser Kontext stösst zudem Fragen rund um die Geschlechterrollen in der Pferdebranche an, wie beispielsweise das Verhältnis einer heute männlich geprägten Züchterschaft gegenüber der weiblich geprägten Pferdenutzerschaft. Eine Verschiebung der Freibergerzucht vom landwirtschaftlichen Betriebszweig zum landwirtschaftlichen und privaten Hobby dürfte mit einem steigenden Anteil von Frauen als Züchterinnen einhergehen. Dies wiederum wird Einfluss haben auf die zukünftige Gestaltung eines Zuchtprogrammes und damit zusammenhängende Prozesse, die Gewichtung von Merkmalen, die Sicht auf das Tier, den Umgang, die Haltung und anderes mehr.

Ausblick

Die Arbeitsgruppe legt diesen Bericht dem Auftraggeber BLW zur Konsultation und Prüfung vor. Sie geht davon aus, dass ein weiterführendes Mandat zur vertieften Analyse einzelner Massnahmen und der Ausarbeitung von Umsetzungsszenarien nötig ist. Agroscope, Schweizer Nationalgestüt, ist bereit, ein solches Mandat im Rahmen der LV2015ff. zu bearbeiten.

1. Einleitung

Seit den 50-iger Jahren des 20. Jh. gab es in der Schweiz nie mehr Pferde als heute, im 21. Jh., lange nachdem die „Pferdestärke“ ihre Rolle als Motor der Volkswirtschaft eingebüsst hat. Ein Paradox, denn im Grundsatz benötigt heute niemand mehr ein Pferd in der Schweiz. Die Entwicklung der Pferdebranche in unserem Land ist erstaunlich, und Kenntnisse darüber sind ein wesentlicher Aspekt, will man die Pferdezucht und -haltung als Form einer Tierproduktion, die auf den ersten Blick vor allem traditioneller Natur und ohne unmittelbaren Nutzen für die Land- und Ernährungswirtschaft zu sein scheint, verstehen.

Die Mechanisierung, die sich nach dem Zweiten Weltkrieg in Europa rasch verbreitete, entzog der bäuerlichen Pferdezucht die primären Absatzkanäle. Landwirtschaft, Gewerbe und Armee sind bei uns nicht mehr auf Pferde angewiesen. Nicht erst seit gestern ist dies ein Fakt. Andererseits entwickelte sich der Pferdesport seit den 70er Jahren mit der Freizeitgesellschaft und einem verstärkten Bedürfnis nach naturnahen Freizeitaktivitäten. Zu Beginn beschränkte sich dieser auf die in Europa üblichen Reitsportdisziplinen, die ihren Ursprung im zivilen Training von Armeeoffizieren und Kavalleristen finden und der körperlichen Ertüchtigung ziviler Eliten dienten. In den letzten 20 Jahren aber erweiterte sich der Reitsport in all seinen Facetten im Zuge der Globalisierung, der offeneren Grenzen, der erhöhten Reisefrequenz und des Informationsaustausches über das Internet. Als Folge davon lässt sich eine generelle Demokratisierung der Pferdebranche – weg vom Sport der Eliten, hin zur Freizeitbeschäftigung breiter Massen und insbesondere junger Frauen – feststellen. Eine enorme Heterogenität in der Pferdenutzung, der Pferderassen, der Ausbildungsmethoden, der Interessen usw. prägen die heutige Pferdebranche in unserem Land. Fremdes, Exotisches findet dabei oft einfacher Freunde als Bewährtes und Bekanntes aus dem heimischen Stall. Diese Situation ist insgesamt eine grosse Herausforderung für die inländische Pferdezucht.

Ein Züchter, der heute einen Deckentscheid für seine Stute(n) fällt, verfügt in frühestens 1.5 Jahren über ein verkäufliches Produkt, ein Absetzfohlen. Kann dieses dannzumal nicht veräussert werden, verschiebt sich der Verkaufszeitpunkt um weitere 2–3 Jahre, ein Feldtestpferd. Insgesamt bleibt dem Züchter Kapital während bis zu 4.5 Jahren gebunden mit allen Risiken, welche die Arbeit mit lebenden Tieren mit sich bringt. Da die Absatzkanäle von einst nicht mehr existieren, steht der Züchter einem äusserst heterogenen Nachfragemarkt alleine gegenüber. Im Falle des Freibergerpferdes handelt es sich zudem nicht um ein Sportpferd, für welches festgelegte Karriereschritte angeboten werden, wie dies beispielsweise für Rennpferde der Fall ist. Sport und Sportkarrieren bieten Absatzkanäle. Jungpferdeprüfungen benötigen beispielsweise Jahr für Jahr Jungpferde. Attraktive Jungpferdeprüfungen motivieren Trainer, ziehen Kunden/Investoren an, ein „Motor“ für die Pferdezucht wird in Gang gesetzt.

Der Freizeitpferdesektor setzt andere Schwerpunkte: Gesunde, langlebige, im Charakter und der Trainierbarkeit einfache und vielseitige Tiere sind gefragt. Das Alter der Schweizer Pferdepopulation nimmt zu; damit verlangsamt sich die Herdenerneuerung. Wer ein älteres Pferd betreut, investiert möglicherweise weniger rasch in einen Nachfolger. Der Züchter bleibt auf seinem Angebot sitzen. Es entstehen andererseits neue Angebote und Dienstleistungen auf dem Markt wie Alterspensionsweiden. Zudem beschäftigt sich die Veterinärmedizin vermehrt mit Alterskrankheiten von Equiden.

Eine Absatzmöglichkeit für die Zucht böte der Fleischmarkt. Dies umso mehr, als im Sommer 2014 aufgrund diverser negativer Berichte zur Pferdefleischproduktion in Übersee die grossen Schweizer Detailhändler kommunizierten, in Zukunft nur noch Schweizer Pferdefleisch anbieten zu wollen. An sich ist dies eine Einladung und eine Chance für die Schweizer Pferdezüchter. Die Sachlage ist aber komplexer. Pferdefleisch ist in vielen Ländern ein Nahrungsmitteltabu. Die Sensibilitäten nehmen auch in der Schweiz diesbezüglich zu. Eine Pferderasse, welcher der Nimbus des „Schlachtpferdes“ anhängt, hat ein grosses Imageproblem auf den Absatzmärkten für Nutzpferde. Dies ist besonders ausgeprägt im Freizeitbereich, wo keine Wettkampferfolge, dafür harmonisches Freizeitvergnügen mit dem Partner Pferd im Vordergrund stehen. Diesen Partner der Fleischproduktion zuzuführen, ist für viele Menschen problematisch. In der Schweiz steht der Freiberger seit Jahren im Fokus dieser Debatte.

Die Angebote im Freizeitbereich sind heute immens. Emotionen, Image, Identifizierungsmöglichkeiten, Gleichgesinnte, Freundeskreis, persönliche Entwicklungsmöglichkeiten sind Ansprüche, welche in der Freizeit befriedigt werden wollen. Pferde sind ein Angebot unter vielen. Das Image einer Pferderasse, das zugehörige Milieu, die Betätigungen, Nutzungen, welche eine Rasse, respektive die verantwortliche Organisation einem zukünftigen Mitglied bieten, beeinflussen die Käufer bei ihrer Wahl.

Global gesehen, vereint Europa die höchste Diversität an Pferderassen und weist gleichzeitig den höchsten Rückgang an Rassen-Diversität auf (Khadka 2011). Lokale Pferderassen gehören gemäss Definition der UNESCO zum immateriellen Kulturerbe eines Landes, verbunden mit dazugehörigen Berufen, lokalen Gebräuchen, Festen, Tourismus usw. Bezogen auf die Schweiz, figuriert diesbezüglich der Freiberger auf der Liste der „Lebendigen Traditionen“ des Bundesamtes für Kultur (BAK[3]). Weltweit ist folgender Trend erkennbar:

[3] http://www.bak.admin.ch/kulturerbe/04335/04341/04342/index.html?lang=de

Lokale Pferderassen werden durch wenige, international erfolgreiche Rassen, die mit einer Internationalisierung von Pferdesportdisziplinen einhergehen, zurückgedrängt. Lokale Rassen stehen häufig für Standortangepasstheit und Nutzungsvielfalt. Oft fehlen sie aber im grossen Sport. Sie profitieren dadurch weniger, oder gar nicht von der Nachfrage, die durch Sport und das Image des Sports als Absatzkanal erzeugt wird. Ein „scharfes“ Profil in einer bestimmten Disziplin zu vermarkten, ist möglicherweise einfacher als generelle Nutzungsvielfalt.

Pferdekauf ist Vertrauenssache. Verschiedene Untersuchungen weisen darauf hin, dass sowohl in Bezug auf die Rassenwahl, die Disziplin wie auch den effektiven Kauf das persönliche Umfeld eine entscheidende Rolle spielt. Mit Umfeld sind Trainer, Freunde, Verein, Familie usw. gemeint. Gerade im Freizeitmarkt scheinen professionelle Pferdehändler oder Verkaufsveranstaltungen wenig Anziehungskraft zu besitzen. Der freundschaftliche Kontakt zu einem Züchter oder einem Kollegen, der ein Pferd anbietet, Kenntnisse über dessen Betrieb, die so gegebene Verbindung zum Herkunftsort des Produktes Pferd gewichten dagegen stark. Diese Erkenntnisse sollten Einfluss haben auf die Vermarktungsstrategie und den Auftritt der Züchterschaft gegenüber der Kundschaft. Eine Besonderheit liegt diesbezüglich auch im primär männlich geprägten Züchterumfeld und der überwiegend weiblichen Kundschaft. Das Wissen um Erwartungen und Wünsche der Kundschaft (Tierschutz, Wohlbefinden der Tiere, Tierhaltung, Entwicklungen in der Pferdebranche usw.) und ein gezieltes Zugehen auf den Kunden können verkaufsentscheidend sein und zu einem positiven oder aber auch negativen Image einer Rasse beitragen.

Der vorliegende Bericht „Strategierapport zur Erhaltung des Freibergerpferdes 2014“ geht diesen und weiteren Fragen nach und versucht daraus strategische Ziele und Massnahmen im Hinblick auf die nachhaltige Förderung des Freibergers abzuleiten.
In einem ersten Teil Umfeldanalyse werden kurz die Freibergerpferderasse sowie die schweizerische und die europäische Pferdebranche vorgestellt. Auf eine Ausdehnung auf weitere Länder wird im Bericht verzichtet, da der Freiberger in der Schweiz und Europa verkauft wird, in der Regel aber nicht darüber hinaus.
Der Umfeldanalyse folgen in einem zweiten Teil Resultate und Erkenntnisse zu drei Themenschwerpunkten (Arbeitspakete) Markt und Image Zucht und Genetik sowie Öffentliche und private Unterstützung.
Im Arbeitspaket Markt und Image wird versucht, Käuferwünsche, Käuferverhalten, Kaufbereitschaft, Qualitäten, interne und externe Wahrnehmung des Freibergers, Nutzungen aus Sicht der Käufer, Mitbewerber anderer Rassen, Daten zum Freiberger Markt usw. aufzuzeigen. Dies im Sinne einer möglichst transparenten und präzisen Identifizierung des Markpotentials und der Kundensegmentierung des Freibergers. Strategische Ziele und Vorschläge für Massnahmen folgen daraus in einem weiteren Schritt.
Im Arbeitspaket Zucht und Genetik werden die wichtigsten Trends und Parameter der Freibergerpopulation aufgezeigt und zuchttechnische Themen dargestellt, die aus Sicht der Arbeitsgruppe einer transparenten und offenen Diskussion bedürfen. Auch daraus folgen strategische Ziele und Vorschläge für Massnahmen.
Im Arbeitspaket Öffentliche und private Unterstützung erfolgt die Darstellung der Beiträge von Bund und Kantonen sowie der Geschäftszahlen des SFV. Die gewährten Beiträge werden hinsichtlich ihrer Wirkung diskutiert.
Der dritte Teil des Berichtes beginnt mit einer Vision „Freiberger 2030“, gefolgt von den bereits erwähnten strategischen Zielen und Vorschlägen für Massnahmen. Mit den Angaben zu den Referenzen/Quellen sowie dem Anhang schliesst der Bericht.

2. Umfeldanalyse

2.1 Pferdebranche Schweiz

Wie die Berichte Wirtschafts-, Gesellschafts- und umweltpolitische Bedeutung des Pferdes in der Schweiz aufzeigten, hat das Pferdewesen in unserem Land während der letzten Jahrzehnte eine quantitative Entwicklung und Popularisierung erfahren (Poncet et al. 2007 und 2009, Schmidlin et al. 2013). Der Equidenbestand (Pferde, Ponys und Kleinpferde, Esel, Maultiere und Maulesel) hat seit 1983 um fast 90 % zugenommen. Heute leben rund 104‘000 Equiden in der Schweiz (Abbildung 1 und Tabelle 1). Sowohl die Ansprüche der Equidenhalter an ihre Tiere wie auch die Ansprüche der Gesellschaft an die Pferdehaltung im Allgemeinen haben sich im Laufe der Jahre verändert. Dies macht sich unter anderem in der Zucht, im Dienstleistungsangebot der Pensionsbetriebe und Reitschulen sowie in der Pferdeforschung bemerkbar. Die Pferdebranche steht aufgrund der zunehmenden Sensibilitäten rund um die Equiden heute vermehrt im Visier der Öffentlichkeit (siehe z. B. auch Rapport zu Ethik und Pferd, Poncet et al. 2011).

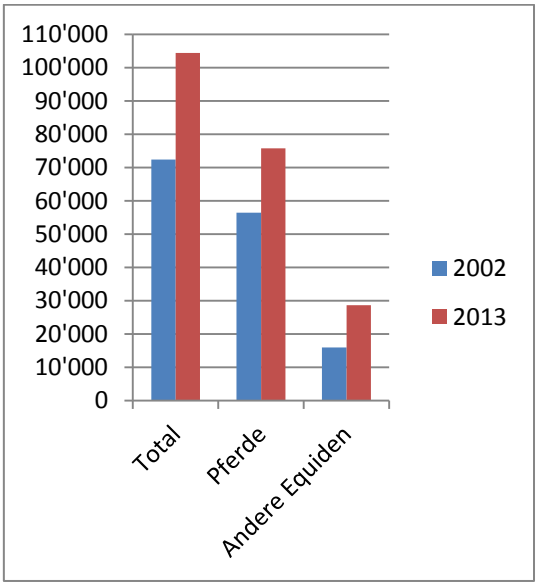


Abbildung 1: Entwicklung der Gesamtpopulation der Equiden in der Schweiz zwischen 2003 und 2013 (Quelle: BFS 2013, landwirtschaftliche Strukturerhebung).

Tabelle 1: Entwicklung der Gesamtpopulation der Equiden in der Schweiz zwischen 2003 und 2013 (Quelle: BFS 2013, landwirtschaftliche Strukturerhebung).

	2003	2013	2012–2013	%/Jahr
Total	75‘108	104‘357	39 %	+4 %
Pferde	58‘088	75‘717	30 %	+3 %
Andere Equiden	17‘020	28‘640	68 %	+7 %

2.1.1 Geografische Verteilung der Equiden

Knapp zwei Drittel aller Equiden stehen in Betrieben der Westschweiz und den deutschsprachigen Teilen des Mittellandes. Diese Regionen haben somit eine wichtige Bedeutung als Zentren der Schweizer Pferdebranche. Die Kantone mit der grössten Bestandesdichte sind Bern und Zürich mit je mehr als 10‘000 Equiden (Abbildung 2).

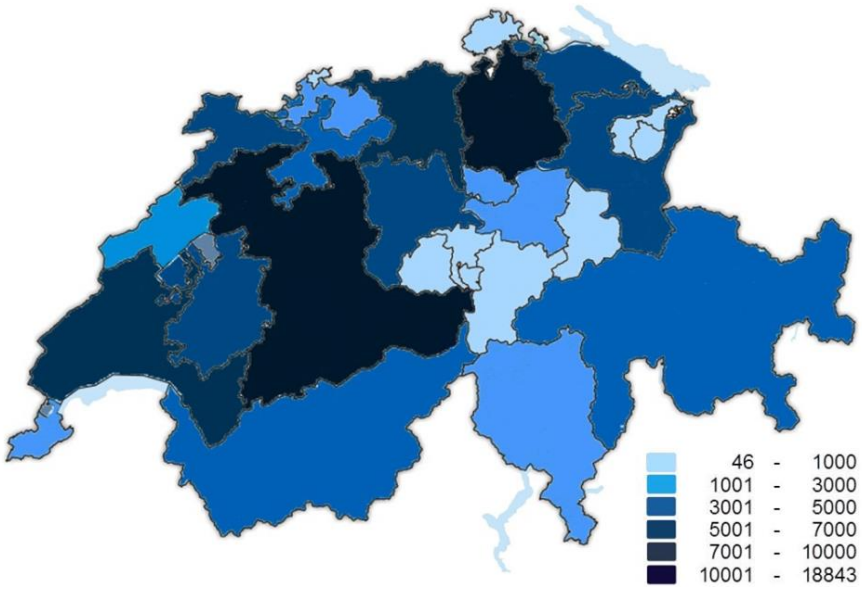


Abbildung 2: Bestandesdichte an Equiden je Kanton (Quelle: BFS 2013, landwirtschaftliche Strukturerhebung).

Bezogen auf den Freiberger, werden in den Kantonen Bern und Jura am meisten Equiden gehalten (Abbildung 3).

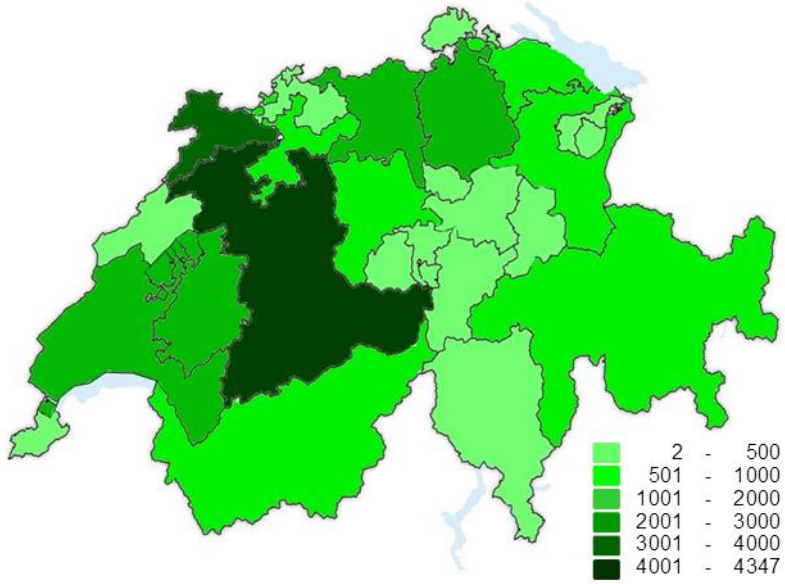


Abbildung 3: Bestand an Pferden der Freibergerrasse (Quelle: TVD 2013).

2.1.2 Rassenstruktur

Die in der Schweiz gehaltenen Equiden gehören rund 150 verschiedenen Rassen an. Der grösste Teil der Equiden in der Schweiz sind Warmblüter (41 %). Mit rund einem Fünftel bzw. 20'000 Tieren (19 %) halten die Freiberger den grössten Anteil einer einzelnen Rasse innerhalb der Schweizer Equidenpopulation. Knapp ein Viertel der Equiden (24 %) gehören zu den Ponys (Abbildung 4).

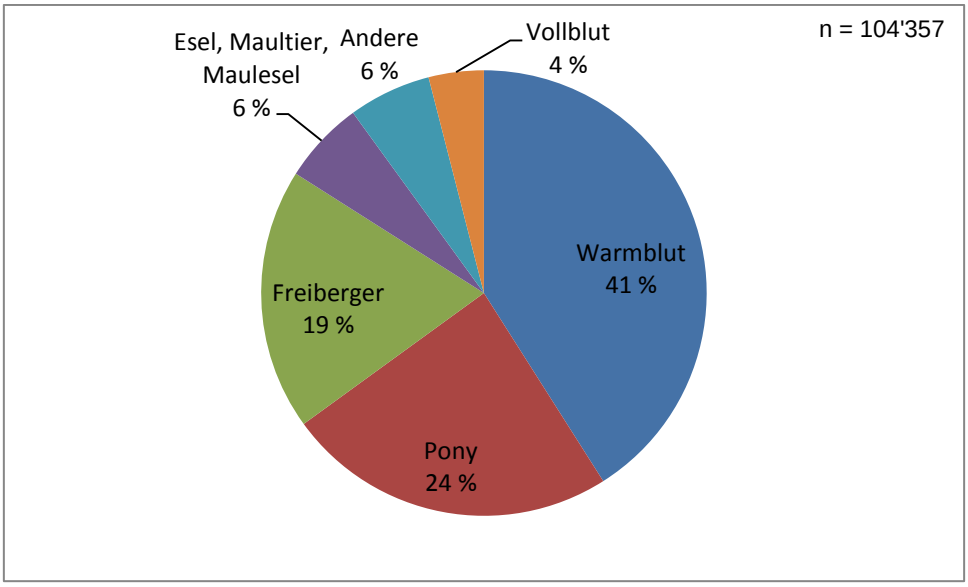


Abbildung 4: Anteil der verschiedenen Rassen im Verhältnis zur Gesamtpopulation der Equiden (Quelle: TVD 2013).

2.1.3 Altersstruktur

84 % der Equiden in der Schweiz sind älter als drei Jahre (Abbildung 5). Dies entspricht einem Jungpferd auf vier erwachsene Pferde. Der Altersdurchschnitt der gesamten Equidenpopulation liegt bei 11.2 Jahren.

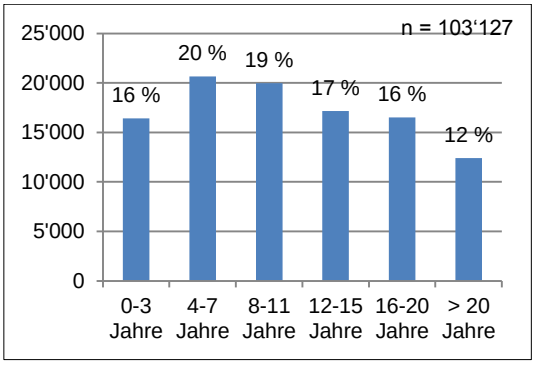


Abbildung 5: Altersstruktur der Equidenpopulation in der Schweiz (Quelle: TVD 2013).

Bei den Freibergern liegt der Anteil der erwachsenen Tiere (> 3 Jahre) mit 73 % deutlich unter demjenigen der gesamten Equidenpopulation. Erklärbar ist dies durch die Zuchtbedingte hohe Anzahl von Jungtieren. Auch der Altersdurchschnitt liegt mit 9.5 Jahren entsprechend tiefer (Abbildung 6).

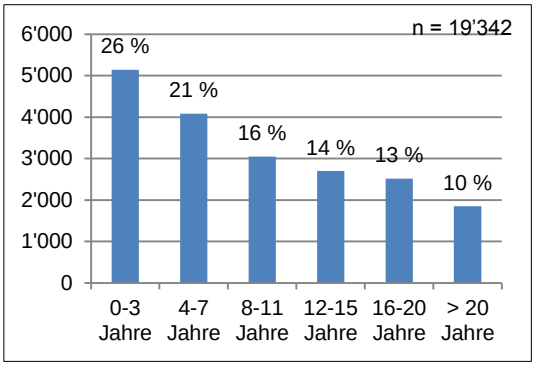


Abbildung 6: Altersstruktur der Schweizer Freibergerpopulation (Quelle: TVD 2013).

Der Anteil der als Heimtier deklarierten Equiden, deren Fleisch nicht in die Lebensmittelkette gelangen darf, lag im Jahr 2013 bei 40 %. Bei den Freibergern liegt der Anteil der als Heimtier deklarierten Tiere mit 17 % deutlich unter demjenigen der gesamten Equidenpopulation.

2.1.4 Equideneigentümer und -halter

Insgesamt sind im Jahr 2013 auf der Tierverkehrsdatenbank (TVD) 16‘773 Equidenhaltungen und 37‘734 Equideneigentümer registriert. Im Durchschnitt werden 6.1 Equiden pro Betrieb bzw. 2.7 Equiden pro Eigentümer gehalten. Knapp ein Viertel (23 %) der Equideneigentümer halten auch Pferde der Freibergerrasse. Der Anteil Frauen liegt bei den Eigentümern bei 62 %. Bei den Eigentümern von Tieren der Freibergerrasse liegt der Frauenanteil mit 66% sogar noch darüber.

2.1.5 Equidennutzer

In der Schweiz werden die meisten Equiden für Freizeitzwecke gehalten. 64 % der Personen, welche Pferdesport ausüben, tun dies unorganisiert, das heisst ohne Mitglied in einem Verein oder einer festen Gruppe zu sein (Lamprecht et al. 2009). Das Pferd ist ein Symbol naturnaher Freizeitgestaltung. Freizeit ist in der heutigen Zeit längst nicht mehr nur Abwechslung und Unterbrechung des alltäglichen Arbeitsablaufes, sondern zunehmend auch ein Mittel zur Selbstdarstellung, Selbsterfahrung und Selbstentfaltung. Etwa 230‘000 Personen der Schweizer Bevölkerung pflegen regelmässigen Umgang (Sport und Freizeit) mit Pferden und dies unabhängig von den Einkommensverhältnissen. Rund 60‘000 noch nicht Pferdesport praktizierende Personen möchten sich in Zukunft mit dem Pferd beschäftigen. Der Pferdesport ist mit einem Anteil von über 80 % stark durch Frauen geprägt (BASPO 2013).

2.1.6 Pferdezucht

Seit 1998 die Verordnung über die Tierzucht (TZV; SR 916.310) den Import von zahlreichen Rassen zulässt, hat die Rassenvielfalt in der Schweiz enorm zugenommen. Da das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) nur die Bestände der vom Bund anerkannten Zuchtorganisationen erfasst, ist es nicht möglich, den genauen Bestand an Zuchtpferden in der Schweiz zu ermitteln. Zudem werden im Gegensatz zu anderen Tiergattungen bei den Equiden keine Beiträge in Abhängigkeit der Anzahl Herdebuchtiere ausgerichtet, sondern je identifiziertes und im Herdebuch eingetragenes Fohlen (2013 aller Rassen: 3‘344) respektive je Zuchtstuten mit Fohlen bei Fuss der Rasse Freiberger (2013: 2‘119). Auch für die Zuchtorganisationen ist es schwierig, die Anzahl Herdebuchtiere festzustellen, weil keine Abgänge gemeldet werden müssen und deshalb über die aktiven Zuchtstuten nur eine Schätzung vorgenommen werden kann.

Die Zahl der in der Schweiz geborenen und durch die einzelnen Zuchtorganisationen registrierten Fohlen hat zwischen 2002 und 2012 um 18 % abgenommen (Abbildung 7). Die züchterisch bedeutendste Rasse ist nach wie vor der Freiberger mit knapp 60 % der Geburten.

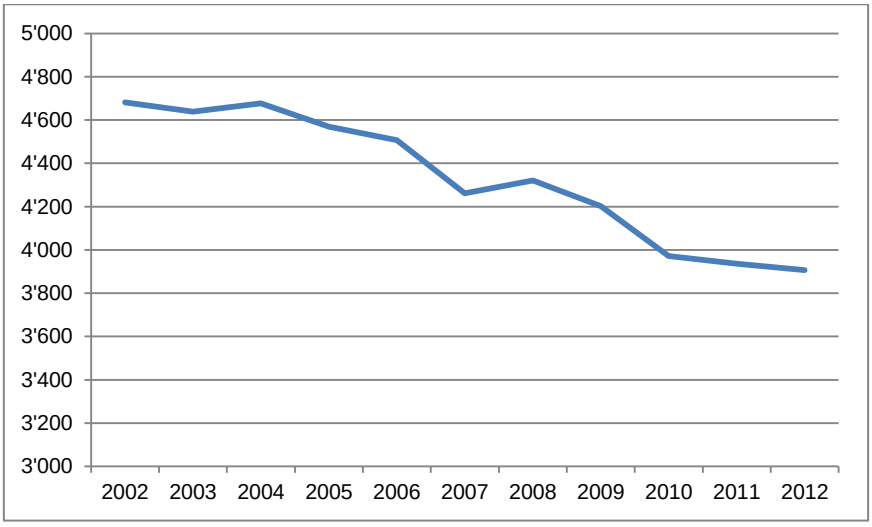


Abbildung 7: Anzahl der durch die verschiedenen Zuchtorganisationen identifizierten und registrierten Fohlen: Entwicklung 2002–2012 (Quelle: Schmidlin et al. 2013).

2.1.7 Zukunftsperspektiven Pferdebranche Schweiz

Das Wachstum und die Entwicklung der Pferdebranche stehen im direkten Zusammenhang mit der demografischen und wirtschaftlichen Entwicklung sowie den gesetzlichen Rahmenbedingungen (z. B. Raumplanung).

Basierend auf dem vom BFS 2010 publizierten mittleren Szenario kann davon ausgegangen werden, dass es in der Schweiz bis in die 2040er-Jahre einen leichten Anstieg der Gesamtbevölkerung mit einem stetig steigenden Durchschnittsalter geben wird (Abbildungen 8 und 9).

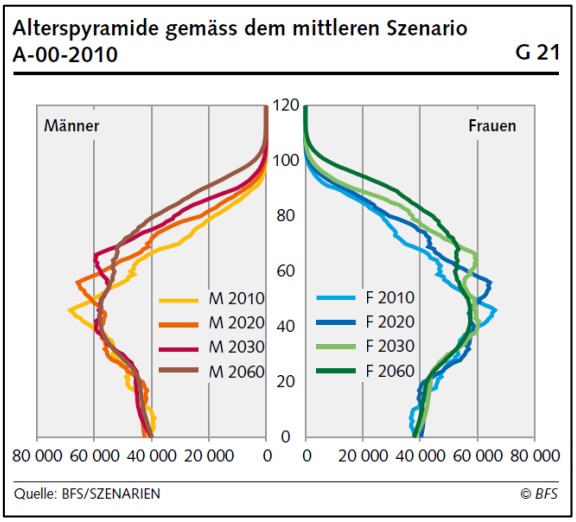


Abbildung 8: Entwicklung des Durchschnittsalters gemäss mittlerem Szenario (Quelle: BFS 2010).

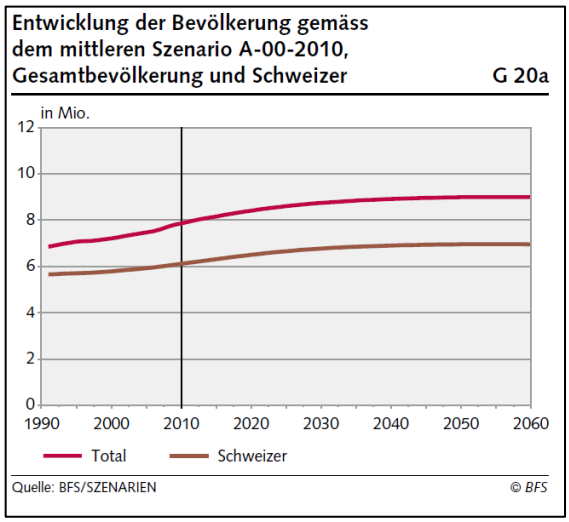


Abbildung 9: Entwicklung der Bevölkerung gemäss mittlerem Szenario (Quelle: BFS 2010).

Die wirtschaftliche Entwicklung (BIP) wird sich gemäss Prognosen (SECO/Die Volkswirtschaft) in den nächsten Jahren auf tiefem Niveau mit durchschnittlich +0.9 %/Jahr weiterhin positiv entwickeln (Abbildung 10).

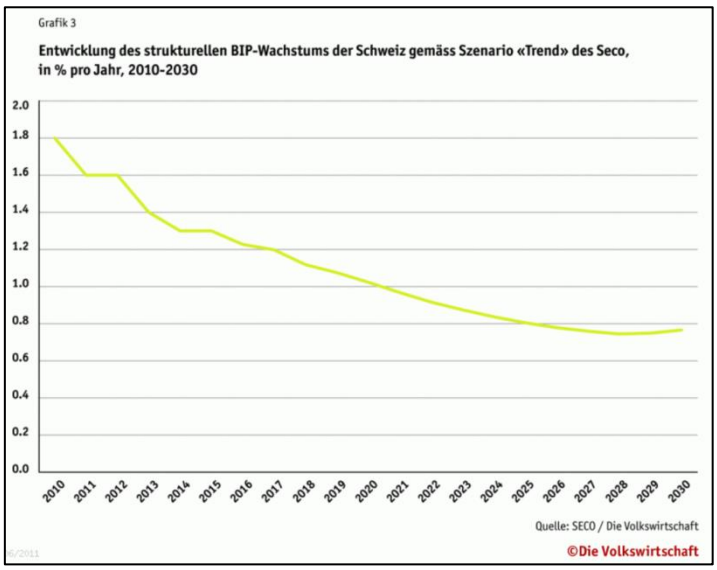


Abbildung 10: Entwicklung des strukturellen BIP-Wachstums (Quelle: Surchat 2011).

Anhand der vorliegenden Daten geht die Arbeitsgruppe von einem zukünftigen Wachstum der Equidenpopulation von jährlich 1–1.5 % aus. Der Anteil der sich in ihrer Freizeit mit Pferden beschäftigenden Personen wird sich, vorsichtig geschätzt, mindestens im gleichen Umfang entwickeln.

2.2 Das „System Freiberger“

2.2.1 Das Freibergerpferd

Das Freibergerpferd ist die einzige heute noch existierende Pferderasse mit Ursprung in der Schweiz. Das Herkunftsgebiet der Rasse ist das Hochplateau der Freiberge im Kanton Jura. Ende des 19. Jahrhunderts wurden mit dem damals importierten Anglo-Normänner-Hengst Imprévu und dem aus Saignelégier stammenden Hengst Vaillant die Hauptbegründer der Rasse geboren. Eine umfassende Darstellung zur Geschichte der Pferdezucht in der Schweiz im Allgemeinen und zum Freiberger im Besonderen findet sich in Poncet (2009). Eine kurze Übersicht wird im Folgenden wiedergegeben:

Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts nahmen Bund und Kantone starken Einfluss auf die Pferdezucht. In dieser Zeit wurden das Schweizer Nationalgestüt in Avenches (1899) gebaut sowie zahlreiche Zuchtverbände und Pferdeschauen ins Leben gerufen. Seit 1925 ist der Freiberger als definierte Rasse vom Bund anerkannt. Während des Ersten und Zweiten Weltkriegs erlebte das Freibergerpferd durch seinen Einsatz in der Armee, im Gewerbe und in der Landwirtschaft eine wahre Blüte. Die darauf folgende Mechanisierung nach dem zweiten Weltkrieg führte zu einem starken Rückgang der Zucht und auf dem Pferdemarkt. Kurzfristig konnten die Produktion von Schlachtfohlen sowie diverse Unterstützungs-massnahmen durch den Bund (z. B. Sömmerungsbeiträge, Fahrprüfungen) das Zusammen-brechen der Freibergerrasse in den 60er und 70er Jahren des letzten Jahrhunderts verhindern.

In der zweiten Hälfte des 20. und zu Beginn des 21. Jahrhunderts durchlebten der Freiberger und seine ländliche Züchterschaft anspruchsvolle Veränderungen. Der Freiberger wandelte sich vom schwereren Arbeitspferd für Land- und Forstwirtschaft, Transport und Armee hin zum vielseitigen, leichteren Freizeitpferd. Diese Entwicklung wurde vor allem durch drei gezielte Einkreuzungsphasen mit Pferden aus anderen Rassen und nachfolgender Selektion auf den gewünschten Typ vollzogen. Nach diesen Phasen der Einkreuzung wurde das Herdebuch des Schweizerischen Freibergerzuchtverbandes auf den 1. Januar 1998 geschlossen. Seit diesem Zeitpunkt verfolgt der SFV das System der Reinzucht. Kreuzungstiere dürfen somit nicht mehr in der Herdebuchzucht eingesetzt werden, und eine Blutauffrischung mit anderen Rassen ist aktuell nur unter definierten Auflagen möglich (Art. 14 Zuchtprogramm SFV 2013). Mit einer Herde von knapp 20’000 Pferden und weniger als 2’500 Geburten pro Jahr (Abbildung 33), ist der Freiberger eine kleine geschlossene Zuchtpopulation.

Seit die Schweiz im Anschluss an die Umweltkonferenz von Rio de Janeiro 1992 die Konvention über die biologische Vielfalt (CBD) 1994[4] ratifiziert hat, ist sie verpflichtet, ihren Beitrag an die Erhaltung und nachhaltige Nutzung der pflanzen- und tiergenetischen Ressourcen zu leisten. Die vom Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) eingesetzte Arbeitsgruppe "Genetische Ressourcen Nutztiere" hat die aktuelle Situation der in der Schweiz gehaltenen landwirtschaftlichen Nutztierrassen 1998 erstmals in einem Bericht dokumentiert. Sie erstellte eine Liste mit den zu erhaltenden Schweizer Rassen und unterteilte diese in gefährdete und zu beobachtende Rassen. Die

[4] http://www.bafu.admin.ch/international/04692/04696/index.html?lang=de

Rasse der Freiberger gilt laut diesem Bericht als zu beobachtende Rasse (BLW 1998).

Als Folge der CBD resultierten ab den 1990er Jahren mehrere Projekte, um den Erhalt der Freibergerrasse zu fördern. So erstellte beispielsweise das Institut Agricole du Jura im Jahre 1998 ein Marketingkonzept zur Optimierung der Vermarktung von Freibergern (Aubry 1998). Zur Förderung der im Zuge der Entwicklung eines Freizeitpferdes unter Druck geratenen schwereren Freibergertypen führten Pro-Specie-Rara, das Schweizer Nationalgestüt (SNG), der Freibergerverband (SFV) und die Interessengemeinschaft für das Original Freiberger Pferd (IG OFM) ein Erhaltungsprogramm durch. Durch Öffentlichkeitsarbeit, Informationskampagnen und Prämienzahlungen an Züchter sollte die Zahl der Geburten bedrohter Linien gefördert werden. Das Programm wurde vom Bundesamt für Landwirtschaft als unterstützungswürdig betrachtet und massgeblich mitfinanziert. Weiter finanzierte das BLW Forschungsprojekte für den Freiberger im Bereich Zucht und Genetik. Weitere Projekte waren beispielsweise die Untersuchung der Diversität und Einzigartigkeit der Rasse, ein Monitoringprogramm zum Erhalt der genetischen Diversität (Paarungsplanung), Erbfehler-analysen sowie die Entwicklung der Grundlagen für die sogenannte genomische Selektion (Henner et al. 2002; Glowatzki et al. 2006; Poncet et al. 2006; Haase et al. 2007; Hasler et al. 2010; Hasler et al. 2011; Signer-Hasler et al. 2012; Haase et al. 2013; Signer-Hasler et al. 2013; Signer-Hasler 2014; Frischknecht et al. 2014). Die getroffenen Massnahmen und das Engagement einzelner Züchter und Hengsthalter führten letztlich zu einem Stopp im Rückgang der Geburten von Basispferden (Fremdblutanteil < 2 %). Zusätzlich baute das Schweizer Nationalgestüt seine Kryokonserve (Nationaler Genpool) aus und begann systematisch Genmaterial von u. a. Basishengsten und bedrohten Linien zu lagern[5].

Ein Eckpfeiler des Freibergerzuchtprogrammes ist der seit dem Beginn der 1990er Jahre eingeführte 40-tägige Stationstest für Zuchthengste. Dies sowohl bezüglich Wirkung auf die Selektion als auch als Image- und Vermarktungsplattform. Ebenfalls bedeutende Selektionsinstrumente sind der Feldtest für 3-jährige Pferde sowie die lineare Beschreibung.

Am Stationstest absolvieren die Hengste während 40 Tagen eine Ausbildung unter dem Sattel und am Wagen. Die Ausbildung erfolgt im Schweizer Nationalgestüt in Avenches. Damit unterliegen alle Hengste den gleichen, standardisierten Haltungs- und Trainingsbedingungen. Geprüft werden insbesondere der Charakter, das Temperament, der Arbeitswille sowie die Lernbereitschaft, aber auch Gänge und Modell. Das Ziel liegt darin, eine Rasse zu züchten, die bestmöglich die Bedürfnisse von Freizeitreitern/-fahrern befriedigt. Die Hengste erhalten im Laufe der 40 Testtage Beurteilungsnoten für die erwähnten Merkmale und werden am Schlusstag des Tests auch noch von externen Experten gerichtet.

Der Feldtest für Stuten und Wallache setzt sich aus einem Teil Fahren und einem Teil Reiten zusammen. Beurteilt werden dabei Schritt, Trab und Galopp der jungen Pferde sowie deren Leistungsbereitschaft. Der Feldtest beinhaltet eine Einschätzung des Charakters und des Temperaments der Tiere. Verschiedene Übungen an der Hand, unter dem Sattel und vor dem Wagen dienen der Erfassung der Verhaltenseigenschaften. Die lineare Beschreibung verfolgt den Zweck, Exterieurmerkmale (das Modell) möglichst objektiv zu beschreiben. Die Exterieurmerkmale sind gruppiert nach Typ, Körperbau und Gänge.

2.2.2 Wichtige Akteure im „System Freiberger“

Der Schweizerische Freibergerverband (SFV)[6]
Der Schweizerische Freibergerverband wurde 1997 gegründet und ist, gestützt auf die Verordnung über die Tierzucht, seit 1999 vom Bundesamt für Landwirtschaft als Zuchtorganisation anerkannt. Mitglieder sind in der Schweiz und in mehreren europäischen Ländern wie Frankreich, Deutschland oder Belgien aktive Zuchtgenossenschaften oder Zuchtverbände (SFV 2013a).

Die primären Ziele des SFV sind die Erhaltung und Förderung der Freibergerrasse. Um diese zu erreichen, verfügt der Verband über ein Zuchtprogramm und eine Herdebuchordnung, überarbeitet in regelmässigen Abständen seine Vorgehensstrategie und definiert Vermarktungs- und Werbekonzepte.

Der Schweizerische Freibergerverband übt folgende Aktivitäten aus:

- Führung des Herdebuches
- Organisation von Selektions-, Leistungsprüfungen und Schauen für die verschiedenen Kategorien der Pferde
- Mitwirken bei den Veranstaltungen (Zucht- und Förderung) und an Ausstellungen
- Förderung der Ausbildung und Aufwertung der Pferde
- Ausbildung der Züchter, der Pferdenutzer wie auch der Personen, die in den Organen des Schweizerischen Freibergerverbands aktiv sind
- technische und wirtschaftliche Beratung der Zuchtgenossenschaften und -organisationen, Züchter, Pferdenutzer

Verbandsstruktur

[5] www.prospecierara.ch

[6] www.fm-ch.ch

Der Schweizerische Freibergerverband besteht aus ordentlichen, ausserordentlichen sowie Ehrenmitgliedern. Ordentliche Mitglieder sind die Zuchtgenossenschaften und die Zuchtorganisationen, deren angeschlossene Mitglieder Pferde der Freibergerrasse züchten und das offizielle Zuchtprogramm sowie seine Weisungen anerkennen und befolgen. Die Verbandsstruktur baut auf folgenden Organen auf:

- Die Delegiertenversammlung (DV) als höchstes Organ des SFV. Sie besteht aus den Delegierten der Genossenschaften. Die ordentlichen Mitglieder entsenden eine Anzahl Vertreter, die durch die Anzahl im Herdebuch eingetragener Tiere bestimmt wird.

- Der Vorstand setzt sich aus maximal neun Mitgliedern, einschliesslich des Präsidenten, zusammen. Die Vorstandsmitglieder repräsentieren proportional den Freibergerbestand in den verschiedenen Regionen der Schweiz.

- Die Geschäftsleitung setzt sich zusammen aus dem Präsidenten und den beiden Vizepräsidenten.

- Die Geschäftsstelle besteht aus dem Geschäftsführer und den durch den SFV angestellten ständigen Mitarbeitern. Sie führt die Verbandsgeschäfte des SFV, erfüllt die Pflichten, die mit der Führung des Herdebuchs anfallen und setzt die Entscheide des Vorstands und der Geschäftsleitung um.

- Der SFV umfasst folgende Fachkommissionen: die Zuchtkommission, die Selektions- und Schaukommission, die Förderungs- und Vermarktungskommission, die Finanzkommission, die Ausbildungs-, Sport- und Freizeitkommission sowie die Rekurskommission. Die Fachkommissionen bestehen aus fünf Mitgliedern, mit Ausnahme der Selektions- und Schaukommission, welche aus maximal neun Mitgliedern besteht.

- Die Richter: Ausser den Rassenrichtern, die alle Mitglieder der Selektions- und Schaukommission sind, gibt es die vom SFV engagierten Feldtestrichter.

Die Pferdezuchtgenossenschaften/-vereine
Insgesamt 54 Pferdezuchtgenossenschaften oder -vereine organisieren quer durch die ganze Schweiz in Zusammenarbeit mit dem SFV für die praktische Pferdezucht Anlässe wie die herbstlichen Fohlenschauen und die in der Regel im Frühjahr durchgeführten Feldtests. Mitglieder der Genossenschaften respektive Vereine sind die Züchter. In einigen Regionen schliessen sich die Genossenschaften respektive Vereine für gemeinsame Vermarktungsaktionen temporär zusammen. Die Genossenschaften respektive Vereine bestimmen die Delegierten für die Delegiertenversammlung des SFV.

Die Züchter
Der einzelne Züchter ist Mitglied einer Pferdezuchtgenossenschaft oder eines Pferdezuchtvereins. Seine Zuchtaktivitäten und -möglichkeiten sind durch die Statuten und Reglemente des SFV geregelt. Der Züchter hat keinen direkten Einfluss auf die Aktivitäten des SFV, diese werden durch die Delegiertenversammlung bestimmt. Gemäss SFV (2014) sind rund 2‘000 aktive Züchter mit insgesamt 3‘450 Zuchtstuten gemeldet.

Nutzerorganisationen
Die Nutzer von Freibergerpferden weisen eine sehr tiefe rassenspezifische Organisationsdichte auf. FM-Western ist die einzige rassenspezifische Nutzerorganisation mit rund 150 Mitgliedern. FM-Western ist auch Partner des SFV.

Das Schweizer Nationalgestüt (SNG)[7]
Das SNG ist das Kompetenzzentrum des Bundes für Equiden innerhalb von Agroscope. Es dient der Forschung und Entwicklung, dem Wissenstransfer sowie der Unterstützung der Pferdezucht und ergänzt die Förderungsmassnahmen für die landwirtschaftliche Pferdehaltung. Das Schweizer Nationalgestüt ist ein in der Schweiz einzigartiger Wissenspool rund um das Pferd und gelebtes Kulturgut. Es ist Mitglied der Vereinigung der Europäischen Staatsgestüte ESSA (www.europeanstatestuds.org) und leistet darin einen Beitrag zur Erhaltung des kulturellen Erbes der europäischen Pferdewirtschaft sowie der traditionellen Pferdeberufe.

Zucht
Besondere Aufmerksamkeit schenkt das SNG dem Freibergerpferd, der einzigen heute noch existierenden Pferderasse mit Ursprung in der Schweiz. Mit rund sechzig Freibergerhengsten im Besitz des Bundes, die dezentral in der ganzen Schweiz auf Deckstationen zum Einsatz kommen, sowie einem umfangreichen Gefriersamenlager trägt das SNG zur Förderung der Rasse bei. Projekte zur Erhaltung der genetischen Diversität sowie zur Steigerung der Marktfähigkeit der Freibergerzucht haben einen hohen Stellenwert. Das SNG unterstützt die Pferdezucht in der Schweiz zudem in diversen zuchttechnischen Belangen und mittels seiner Infrastruktur u. a. in den Bereichen Reproduktion sowie Veranstaltungen.

Forschung
Die Spezialistinnen und Spezialisten des Schweizer Nationalgestüts, Agronomen, Biologen, Tierärzte, Berufsleute, Lehrlinge, führen Forschungsprojekte in den Bereichen Pferdezucht, Reproduktion, Haltungstechnik, Verhalten und sichere Nutzung, Ökonomie und Soziales sowie Pferdegesundheit durch. Sie arbeiten eng vernetzt mit der Pferdebranche und Forschungsinstitutionen aus dem In- und Ausland. Untersucht wird beispielsweise, wie Haltungssysteme für Pferde nach neusten Erkenntnissen aus der Ethologie optimiert werden können. Neben dem Wohl des Tieres geht es dabei auch

[7] www.harasnational.ch

um die Optimierung von ökonomischen und arbeitswirtschaftlichen Aspekten oder um die Prüfung von Stalleinrichtungen. Weiter analysiert das SNG DNA-Daten, um die genetischen Grundlagen von Merkmalen (z. B. Exterieur, Gänge, Verhalten oder auch Gesundheit) aufzudecken und diese Erkenntnisse für die Pferdezucht nutzbar zu machen. Wissenschaftliche Publikationen, Fachartikel und Merkblätter wie Berichte zum Stand und der Bedeutung der Pferdebranche in der Schweiz, oder zur optimalen Raufutterqualität für Pferde sind Ausdruck der vielfältigen Projekte und Aktivitäten in Avenches.

Beratung und Wissenstransfer
Die Pferdehaltung löst viele Fragen aus. Die Beratungsstelle Pferd des SNG ist da, um sie zu beantworten. Mit ihrem Netzwerk an Fachleuten aus allen Bereichen der Pferdebranche hilft die Beratungsstelle Pferd des SNG allen, die Pferde halten, züchten und Betriebe leiten sowie Pferdeorganisationen, Pferdeberufsleuten, Behörden, Beratungskräften und weiteren interessierten Kreisen mit neutraler und kompetenter Unterstützung. Weiter bietet das Schweizer Nationalgestüt unterschiedliche Ausbildungen für Pferdehaltende oder solche, die es werden möchten, sowie die Ausbildung von Pferden an. Die Bildungsangebote werden oft in Zusammenarbeit mit Partnerinstitutionen (z. B. Equigarde®, Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) in Zollikofen) durchgeführt. Lehrtätigkeiten an Universitäten und Fachhochschulen sowie Kurse für die Praxis komplettieren die Aktivitäten. Weitere Produkte des Wissenstransfers des SNG sind Fachtagungen, wie beispielsweise die jährliche Tagung des „Netzwerks Pferdeforschung Schweiz“ in Avenches. Das Dokumentationszentrum mit über 12‘000, teils antiken Büchern und Artikeln rund ums Pferd steht allen Interessierten offen und lädt zum Recherchieren ein.

Reproduktionszentrum ISME
Zur Stärkung der Kompetenzen im Bereich der Tiermedizin wurden die Pferdeklinik des Schweizer Nationalgestüts und die Pferdeklinik der Vetsuisse-Fakultät der Universität Bern zum gemeinsamen Institut suisse de médecine équine (ISME) zusammengeführt. Das ISME beschäftigt sich mit Fragen der Pferdefortpflanzung und Pferdemedizin. In diesen Bereichen nimmt das ISME fachlich eine führende Rolle mit internationaler Ausstrahlung ein. Am Standort Avenches, auf dem Gelände des SNG, betreibt das ISME ein in der Schweiz einmaliges, EU-akkreditiertes Reproduktionszentrum, eine Abteilung für Arbeits- und Sportmedizin sowie ein Rehabilitations- und Fitnesszentrum für Pferde. Das ISME ist zudem in der Ausbildung von Tierärztinnen und Tierärzten engagiert.

Die Vertreter des Freibergermilieus und des Kantons Jura sind in Bezug auf das SNG folgender Meinung: „Grundsätzlich ist die Rolle des SNG im Bereich der Zucht und der Nutzung des Freibergerpferdes bestimmend. Die heutige Organisationsstruktur des Gestüts ist aber zu überprüfen und anzupassen, damit sie besser mit seiner Mission übereinstimmt, und damit sie dem Gestüt erlaubt, seine Tätigkeit effizienter durchzuführen.“ Kritisch beurteilt wird von einigen Exponenten die zunehmende Forschungstätigkeit am SNG. Im „Catalogue de mesures“ (Anhang I) findet sich u. a. folgende Aussage: „Une recherche variée mais aussi spécifique à la race FM est importante pour sa sauvegarde et son développement. Une place doit être réservée en matière de recherche aux questions de marché et de publicité“.

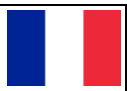
2.3 Pferdebranche Nachbarländer

Auch in unseren umliegenden Nachbarländern hat der Equidenbestand während der letzten Jahrzehnte stark zugenommen: In Deutschland wurde der Gesamtbestand an Equiden für das Jahr 2012 aufgrund von Hochrechnungen auf 1.2 Millionen geschätzt. Er hat sich demnach während den letzten 40 Jahren in etwa vervierfacht.

Analog zur Schweiz werden die Equiden auch in unserem europäischen Umfeld in erster Linie für Freizeitzwecke gehalten. Je nach Land gibt es allerdings auch Nutzungsunterschiede. So werden zum Beispiel in Frankreich seit einiger Zeit Equiden wieder vermehrt für diverse landwirtschaftliche und kommunale Arbeiten eingesetzt. Eine immer wichtigere Rolle kommt den Equiden im Bereich diverser Therapien zu.

In Deutschland betreiben etwa 1.7 Millionen Personen regelmässig Pferdesport. In Frankreich verzeichnete der Pferdesport zwischen 2006 und 2011 einen Zuwachs von 35 % und ist somit mit geschätzten 1.5 Millionen Ausübenden hinter Fussball und Tennis die drittbeliebteste Sportart. Wie in der Schweiz erfreut sich der Pferdesport auch in Frankreich und Deutschland vor allem beim weiblichen Geschlecht grosser Beliebtheit: 82 % bzw. 75 % aller Pferdesportler sind Mädchen und Frauen.

Tabelle 2: Wichtige Vergleichszahlen zwischen der Schweiz und unseren nächsten europäischen Nachbarn (Quelle: Schmidlin et al 2013).

				
Anzahl Equiden	103’000	1’200’000	900’000	100’000
km^2 LN	10’511	166’841	269’610	28’798
Equiden/km^2 LN	9.8	7.2	3.3	3.5
Einwohnerzahl (Mio.)	8.0	80.5	63.4	8.5
Equiden/1’000 Einwohner	12.8	14.9	14.2	11.8

Auch in Deutschland und Frankreich gingen die Zahlen der Bedeckungen, der eingetragenen Zuchtstuten und der registrierten Fohlen in den letzten Jahren zurück (Tabelle 3). Dieser Trend bestätigt sich für das Jahr 2012, wie Zahlen des Bereichs Zucht der Deutschen Reiterlichen Vereinigung (FN) und der Haras Nationaux in Frankreich zeigen. In Deutschland gibt es 25 Zuchtverbände, die sich mittlerweile um mehr als 130 verschiedene Rassen kümmern. In Frankreich werden 64 Rassen (20 nationale und 44 internationale Rassen) gezüchtet.

Tabelle 3: Entwicklung der Pferdezucht in Deutschland und Frankreich zwischen 2011–2012 (Quellen: Deutsche Reiterliche Vereinigung FN und Haras Nationaux).

	Deutschland			Frankreich		
	2011	2012	Veränderung in %	2011	2012	Veränderung in %
Registrierte Fohlen	43‘480	39‘172	–11.0	57‘481	53‘601	–7.2
Bedeckungen	54‘138	47‘957	–12.8	88‘444	83‘168	–6.3

Die erzielten Verkaufspreise für Reitpferde, die im Freizeitbereich eingesetzt werden, liegen in Frankreich durchschnittlich bei 2‘300 bis 3‘000 Euro bzw. 1‘300 bis 1‘700 Euro für Reitponys. Für Pferde ohne Abstammungsausweis liegen sie sogar noch tiefer (1‘800 Euro für Reitpferde bzw. 900 Euro für Reitponys). Ausländische Rassen wie Lusitano, PRE, Friesen, Appaloosa, Paint oder Quarter Horse erzielen mit durchschnittlich 5‘000 Euro höhere Preise. Der durchschnittliche Kaufpreis für Pferde der Freibergerrasse beträgt 4‘100 Euro, wobei die Preise zwischen 999 Euro und 6‘000 Euro lagen (IFCE 2013).

3. Arbeitspaket I: Markt und Image

3.1 Der Pferdemarkt Schweiz

Der Pferdehandel wird immer globaler. So werden jedes Jahr Pferde aus dem Ausland in die Schweiz importiert und Pferde aus der Schweiz exportiert. Zum Schutz der einheimischen Pferdezucht ist der Pferdeimport nach wie vor kontingentiert. Die Equidenimporte sind zwischen 2002 und 2013 von 3‘021 Tieren auf 3‘915 Tiere angestiegen (+30 %). Zwar haben im selben Zeitraum auch die Equidenexporte zugenommen (+48 %), seit 2009 sinken die Exportzahlen jedoch kontinuierlich (- 26 %) (Abbildung 11).

3.1.1 Rahmenbedingungen bezüglich Pferdeeinfuhr

Die Erhaltung der Freibergerrasse setzt die Erschliessung neuer Märkte, sei es im Inland wie im Ausland, voraus. Die Exportbedingungen für Pferde in die Nachbarländer der Schweiz sind geradezu abschreckend, sowohl für den Schweizer Verkäufer als auch den europäischen Käufer. Beispiele zeigen, dass die Exportkosten (MWST, Zolltarife, Verzollungskosten usw.) zwischen 30 und 43 % des Verkaufspreises ausmachen, wobei der Freiberger im Ausland sowieso schon als teures Freizeitpferd gilt. Im Rahmen des Importkontingentes (2013: 3‘822 Equiden) werden die Equiden mit einer Grenzgebühr von 120 Franken pro Equide importiert. Dazu kommt noch die MWST (2.5 %).

Das WTO notifizierte Kontingent beträgt für Equiden 3‘322 Stück. Der Bundesrat kann die WTO notifizierte Anzahl autonom erhöhen (autonome Erhöhung eines WTO-Zollkontingents). Dies wurde im Jahr 2013 gemacht, weshalb in der Agrareinfuhrverordnung (AEV) 916.01 Anhang 3 (Verordnung über die Einfuhr von landwirtschaftlichen Erzeugnissen) vom 26. Oktober 2011 (Stand am 1. August 2013) 3‘822 Equiden aufgeführt sind. Der Bundesrat kann die notifizierte Anzahl (3‘322) nicht reduzieren, eine Reduktion müsste mit den anderen Ländern wieder neu ausgehandelt werden (BLW 2014). Der Vollzug obliegt dem Zoll.

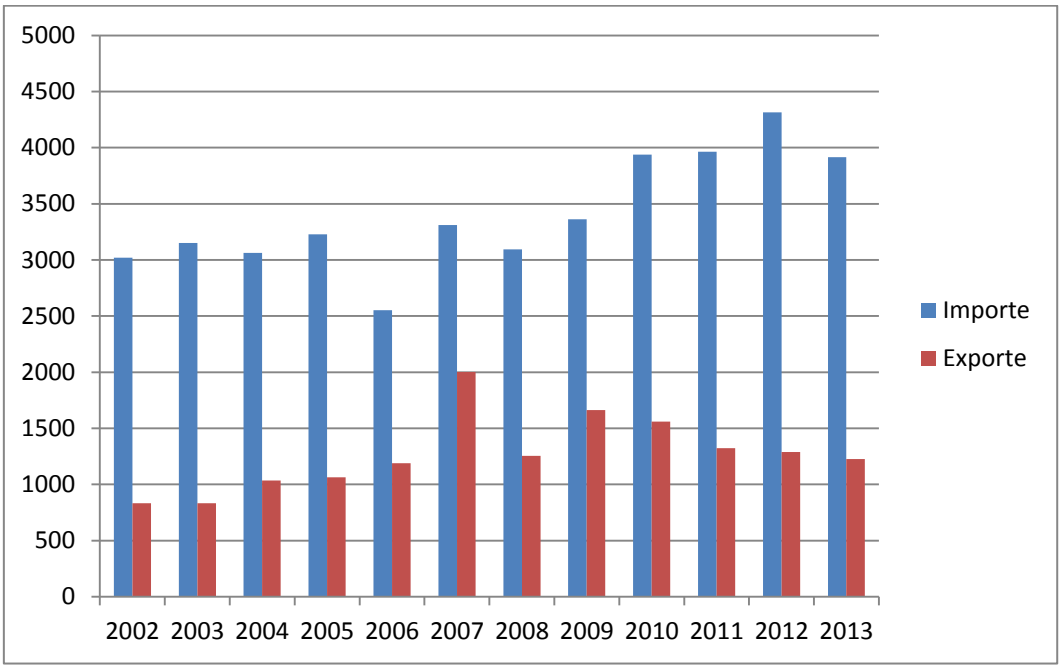


Abbildung 11: Entwicklung der Equidenimporte und -exporte zwischen 2002 und 2013 (Quelle: EZV 2013).

Der grosse Teil der Importe (63 %) kann Privatpersonen (1–2 Equiden/Person und Jahr) zugeordnet werden, 37 % der Equiden werden durch Händler (> 2 Equiden/Jahr) importiert (EZV 2014). Analysen der im Jahr 2012 durchgeführten Importe ergaben, dass die importierten Equiden 68 verschiedenen Rassen angehörten, wobei der Anteil der Isländer mit 12 % der erfassten Tiere am höchsten lag. Knapp die Hälfte der Importe stammten aus Deutschland, 23 % aus Frankreich. Rund drei Viertel der importierten Equiden waren zum Zeitpunkt der Einfuhr zwischen 4- und 11-jährig (Schmidlin et al. 2013).

In einer Interpellation forderte Seydoux (2011) mehr Mittel für die Förderung von Schweizer Pferden auf dem

Binnenmarkt[8]. Diese Förderung würde dazu beitragen, den Absatz von Pferden zu erhöhen, die in der Schweiz geboren und ausgebildet werden. Der Bundesrat lehnte eine Erhöhung der Beiträge mit der Begründung ab, dass das Pferd durch die bestehende Unterstützung bereits genügend öffentliche Mittel erhält. Der Antrag, die Hälfte der Importkontingente an Händler zu vergeben, die auch Schweizer Pferde erwerben, wurde vom Nationalrat in der Schlussabstimmung vom 6. März 2013 abgelehnt[9].

3.1.2 Die Rolle der Freibergerrasse im Pferdemarkt Schweiz: Quantitativer Ansatz

Die Schweizer Equidenpopulation befindet sich in einem ständigen Wandel. Durch Geburten oder Importe kommen laufend neue Pferde, Ponys oder Esel hinzu. Durch Tod oder Exporte verlassen aber auch stets wieder Equiden den Pferdemarkt Schweiz. Da die Informationen und Erhebungen zum Pferdemarkt Schweiz teilweise lückenhaft sind und erst seit 2011 mit der Einführung der Registrationspflicht (Tierverkehrsdatenbank TVD) für Equiden überhaupt Zahlen vorliegen, ist es schwierig, abschliessende Aussagen zum Schweizer Pferdemarkt zu machen. Im vorliegenden Bericht gehen wir von folgenden Zahlen aus:

Tabelle 4: Übersicht Pferdemarkt Schweiz 2013 (Quellen: TVD 2012/2013[1], EZV 2013[2], BLV 2013[3]).

Neuzugänge	
Geburten[1]	4‘789
Importe[2]	3‘915
Total	8‘704
Abgänge	
Euthanasierungen/Verendungen[1]	3‘058
Schlachtungen[3]	3‘195
Exporte[2]	1‘228
Total	7‘481
Total	**1‘223**

Durch den Vergleich der Neuzugänge und Abgänge ergibt sich für das Jahr 2013 ein Zuwachs von 1‘223 Equiden (siehe Tabelle 4). Demgegenüber hat der Equidenbestand laut dem BFS zwischen 2012 und 2013 um 1‘347 Equiden zugenommen. Die Ergebnisse liegen sehr nahe beieinander, was als Hinweis der Zuverlässigkeit dieser Daten interpretiert wird. Dennoch muss berücksichtigt werden, dass 2013 bei der TVD noch nicht alle obligatorischen Meldungen konsequent getätigt wurden.

Das Marktvolumen des Schweizer Pferdemarktes kann aufgrund der fehlenden Informationen über Käufe und Verkäufe mittels der Angaben zur Freibergerpopulationsstruktur (TVD 2013) wie folgt geschätzt werden (Tabelle 5):

[8] Interpellation 11.3935; http://www.parlament.ch/D/Suche/Seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20113935

[9] http://www.gr.be.ch/etc/designs/gr/media.cdwsbinary.DOKUMENTE.acq/371f886d55364dbc9057bf24b01f3c99-332/5/PDF/2013.RRGR.305-Vorstossantwort-D-66932.pdf

Tabelle 5: Geschätzter Marktanteil der Freibergerpferde am Pferdemarktvolumen Schweiz 2013 (Quellen: BFS 2013[1], TVD 2013[2], EZV 2013[3]).

A	104‘205	Equidengesamtbestand CH 2013[1]
B	4‘789	Geburten 2013[2]
C	3‘915	Importe[3]
D	1‘228	Exporte[3]
E	1‘400	Schlachtung im Alter von 0–< 3 Jahre[2]
F	6‘076	B + C – D – E = geschätztes Marktvolumen 2013
G	1‘207	Freiberger 3 Jährig im 2013
H	325	Freibergerexporte 2013 (Fohlen & Adulte)
I	19.8 %	Marktanteil FM in der CH = G/F*100
J	26.5 %	Marktanteil FM an den Exporten = H/D*100

Bei der Berechnung der Marktanteile im Inland sind die zur Nutzung (im Sinne von Reiten, Fahren oder Zucht) einsetzbaren Tiere der Population (≥ 3-jJährig) relevant und somit mit der Struktur der importierten Pferde vergleichbar. Hierbei erzielt das Freibergerpferd heute einen Marktanteil von 19.8 %.

Bei den Exporten werden sämtliche Alterskategorien berücksichtigt, da die Fohlen einen grossen Teil der FM-Exporte ausmachen. Der Anteil am Exportmarkt beträgt für den Freiberger 26.5 %.

Der Erneuerungsbedarf anhand der durchschnittlichen Nutzungsdauer wird aus untenstehender Tabelle 6 ersichtlich.

Tabelle 6: Entwicklung Marktanteil der Freibergerpferde am Schweizer Pferdemarkt; Berechnungsjahr 2013.

A	19‘340	FM - Gesamtbestand CH 2013
B	3‘928	FM JG 2011 - 2013
C	15‘412	A – B = FM Bestand adulte Pferde (≥ 3 -jährig)
D	11.6 J	Durchschnittsalter adulte Pferde (≥ 3 -jährig)
E	9.6 J	Durchschnittliche Nutzungsdauer adulte Pferde (≥ 3-jährig)
F	1‘605	C/E = geschätzter jährlicher Bedarf an 3-Jährigen, um den Bestand der nutzbaren Tiere bei rund 15‘400 FM zu halten
G	1‘215	Ist-Bestand Freiberger 3-jährig im 2013 (CH)
H	390	F-G = Fehlende Freiberger 3-jährig 2013 (CH)
I	–2.5 %	H/C*100 = Rückgang der FM-Population im 2013 (CH)
J	–0.4 %	H/104‘205*100 = Rückgang Anteil FM an der Gesamtpopulation aller Equiden (CH)

Ende 2013 wies die TVD 1‘215 Freibergerpferde mit Jahrgang 2010 aus, davon haben, gemäss Angaben des SFV 833 Pferde (69 %) den Feldtest absolviert. Wir finden somit in der Differenz 382 dreijährige Freibergerpferde (31 %), die keinen Feldtest absolviert haben (Abbildung 12).

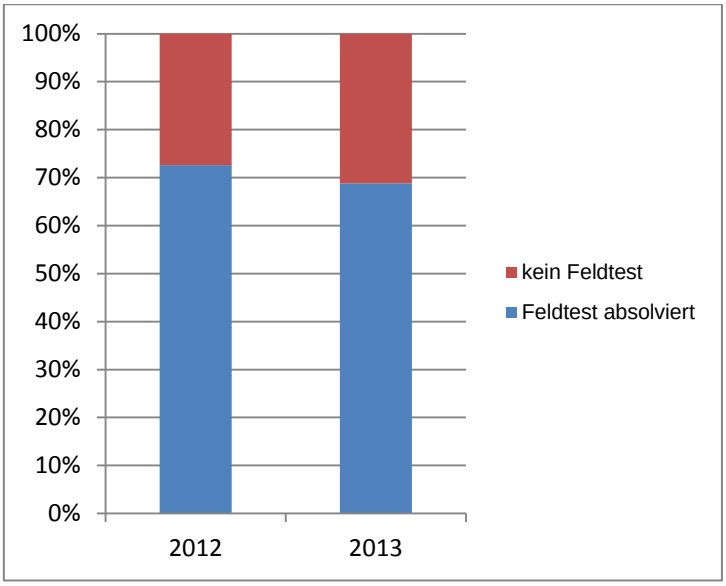


Abbildung 12: Anteil Freibergerpferde mit und ohne Feldtest (Quellen: SFV 2012/2013 und TVD 2012/2013).

Der Bedarf an dreijährigen Pferden zur Erhaltung des aktuellen Ist-Bestandes an Freibergerpferden würde rund 1‘600 Tiere (Tabelle 6, Zeile F) betragen. Effektiv sind im Berechnungsjahr 2013 nur rund 1‘200 Tiere mit Jahrgang 2010 eingetragen worden, was eine Bestandesabnahme von real 2.7 % bedeutet. Die in der TVD (2013) registrierten Bestandeszahlen für die Jahrgänge 2011 (1‘405 Tiere), 2012 (1‘272 Tiere) und 2013 (1‘235 Tiere) bestätigten den Negativtrend.

Ausblick

Ziel der Branche, und in Anlehnung der im vorliegenden Bericht entwickelten Vision, ist es, den Anteil des Freibergers am Gesamtbestand aller Equiden von heute 18.6 % auf bis zu 30 % zu steigern. Um dies zu erreichen, müssten bei einem Wachstum der Schweizer Equidenpopulation von +1 %/Jahr folgende Produktionszahlen erreicht werden (Tabelle 7):

Tabelle 7: Jährlicher Bedarf an 3-jährigen Freibergerpferden in verschiedenen Szenarien.

A	1‘605	Geschätzter jährlicher Bedarf an 3-jährigen FM um den Bestand der nutzbaren Tiere auf Stand 2013 zu halten
B	193	Geschätzter zusätzlicher jährlicher Bedarf an 3-jährigen FM zum Halten des FM-Anteils von 18.6 % bei einem Populationswachstums von 1 % / Jahr (104‘205 * 1% / (18.6 *100)
C	1‘090	Geschätzter zusätzlicher jährlicher Bedarf an 3-jährigen FM zum Steigern des FM-Anteils um 1% / Jahr an der Gesamtpopulation aller Equiden (Ø Gesamtbestand Equiden 2013 - 2022 * 1% / Jahr)
D	2‘888	A + B + C = Anzahl geschätzter jährlicher Bedarf an 3-Jährigen um den Bestand der nutzbaren Tiere um jährlich +1% im Verhältnis zur gesamten Equidenpopuation zu steigern

Gehen wir von einer heute durchschnittlichen Abgangsrate zwischen Geburt und dreijährig von 45 % (Schlachtungen, Exporte, sonstige Abgänge) aus, so braucht das System in Zukunft zur Erfüllung der verschiedenen Szenarien folgende Anzahlen an Geburten: A: 2‘920 Geburten, A und B: 3‘270 Geburten und D: 5‘250 Geburten.

Handänderungen Freibergerpferde

Die Analyse der Handänderungszahlen (TVD 2014) zeigt, dass im Jahr 2013 rund 9 % sämtlicher Freibergerpferde innerhalb eines Jahres den Eigentümer gewechselt haben. 34 % dieser Freibergerpferde waren zum Zeitpunkt der Handänderung jünger als 3-jährig, 21 % waren 3- oder 4-jährig und 45 % waren 5-jährig und älter (Abbildung 13).

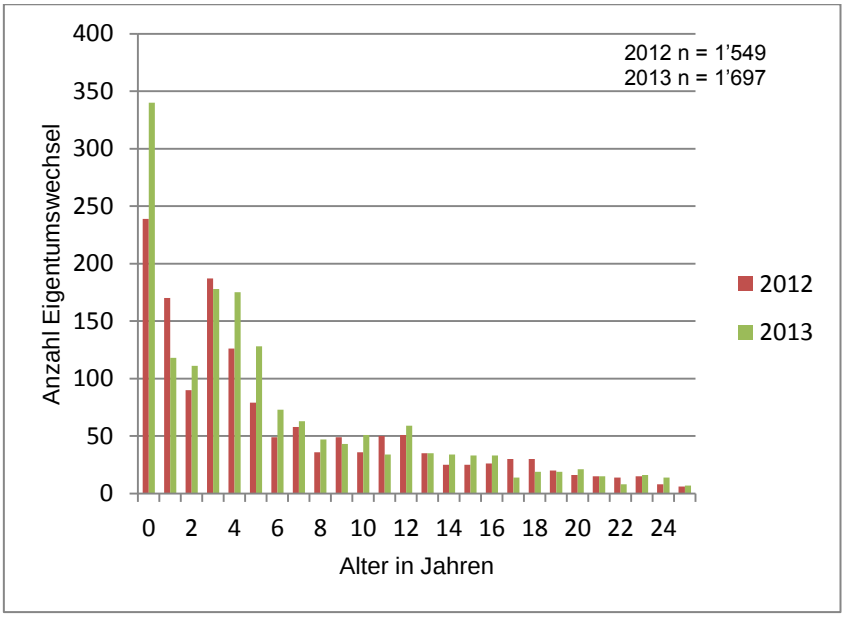


Abbildung 13: Handänderungen 2012 und 2013 von Pferden der Freibergerrasse (Quelle: TVD 2014).

3.1.3 Die Rolle der Freibergerrasse im Pferdemarkt Schweiz: Qualitativer Ansatz

Um Aussagen zur Marktkonformität des Freibergerpferdes machen zu können, führte die Arbeitsgruppe eine Umfrage bei Schweizer Equideneigentümern durch. Der standardisierte Fragebogen wurde über die Identitas AG – Betreiberin der Tierverkehrsdatenbank Agate – an 10'050 Schweizer Equideneigentümer (6'769 deutsch-, 3'281 französischsprachig) geschickt. Insgesamt nahmen 2'625 Personen an der Umfrage teil, was einer Rücklaufquote von 26.1 % entspricht. Nebst den soziodemografischen Grundinformationen lag der Fokus auf folgenden Fragestellungen:

- Nutzung: Wie werden die Equiden in der Schweiz genutzt, welche Rolle spielt der Freiberger?
- Markenbild FM: Wie wird das Freibergerpferd wahrgenommen?
- Kaufverhalten: Welche Merkmale sind wichtig beim Pferdekauf, wo werden Pferde erworben, welche Alterskategorien und welcher Ausbildungsstand wird gesucht, welcher Preis wird bezahlt?
- Informationsquellen: Über welche Kanäle informiert sich der Käufer vor dem Pferdekauf?

Die Teilnehmer der Umfrage halten im Durchschnitt seit 17.1 Jahren Equiden. 76 % der Befragten sind weiblichen und 24 % männlichen Geschlechts. Der Altersdurchschnitt der Frauen liegt mit 40.3 Jahren tiefer als derjenige der Männer (50.6 Jahre). Der Wohnsitz der befragten Pferdeigentümer verteilt sich auf die ganze Schweiz. Die vorliegende Stichprobe weist eine sehr ähnliche demographische Struktur auf, wie diejenige aller registrierten Schweizer Equideneigentümer.

Zusätzlich zur Umfrage wurden neun Experten mit einem engen Bezug zur Schweizer Pferdebranche im Rahmen von strukturierten Interviews befragt. Zweck der Interviews war es, Informationen und Meinungen von Personen einzuholen, die in der Arbeitsgruppe oder auch in der weit gestreuten Umfrage allenfalls zu wenig Gehör erhalten haben. Insgesamt deckten sich die Aussagen der Interviewpartner aber mit den Daten, Trends und Erkenntnissen aller anderen zur Verfügung stehendern Quellen.

Die Auswertung der Umfragedaten erfolgte über mehrere Schritte. Die Hypothese lautete, dass Antworten aus der Umfrage nicht unabhängig von der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Equideneigentümerkategorie erfolgten. Die Stichprobe wurde somit in fünf Gruppen eingeteilt. Diese Einteilung diente der Analyse von Unterschieden und Gemeinsamkeiten zwischen Züchtern und Nutzern sowie zwischen Eigentümern von Freibergerpferden und Eigentümern von anderen Pferderassen:

- Zucht-FM: Züchter von Pferden der Freibergerrasse
- Rein-FM: Equideneigentümer, bei denen der Anteil Freibergerpferde mindestens 75 % beträgt
- Mixed-FM: Equideneigentümer, bei denen der Anteil Freibergerpferde mindestens 50 % beträgt
- Mixed-Pony: Equideneigentümer, bei denen der Anteil Ponys mindestens 50 % beträgt
- Kein-FM: Equideneigentümer, die keine Freibergerpferde besitzen

Die Analyse der einzelnen Gruppen zeigte auf, dass die Pferdeeigentümer, welche keine Freiberger besitzen, ein grösseres Interesse an der Teilnahme von Pferdesportanlässen haben. Grundsätzlich zeigte sich aber bei allen Gruppen eine starke Orientierung in Richtung Pferdefreizeitnutzung. Dies deckt sich mit allen anderen vorliegenden Daten aus der Schweiz und auch aus den umliegenden Nachbarländern (Schmidlin et al. 2013).

Auf die Frage der höchsten beruflichen Ausbildung der Befragten zeigten die drei Gruppen mit FM-Anteilen ein relativ homogenes Bild: Rund 50 % der Befragten haben einen eidgenössisch anerkannten Lehrabschluss; rund ein Drittel verfügt über eine höhere Ausbildung. Einzig die Gruppe der Nutzer Kein-FM zeigt einen deutlich höheren Anteil (38 %) an Fachhoch- und Hochschulabgängern, jedoch einen tieferen Anteil an Personen mit einem eidgenössisch anerkannten Lehrabschluss (39 %). Diese Analyse zeigt, dass der Freiberger tendenziell eher das Pferd der „einfachen" Leute mit einer weniger hohen Ausbildung ist, respektive bei Equidennutzern mit höherer Ausbildung noch nicht die für eine erfolgreiche Marktdurchdringung benötigte Wertschätzung erhält (Abbildung 14).

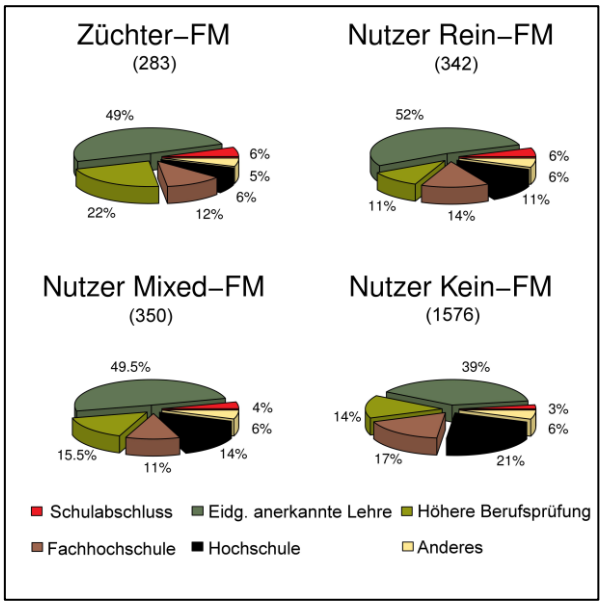


Abbildung 14: Ausbildungsstufen Pferdeeigentümer.

Resultate Nutzung

Wie aus der Korrelationsmatrix (Abbildung 15) ersichtlich wird, werden die Ponys sehr ähnlich und am ähnlichsten wie die Freibergerpferde genutzt (Korrelation 0.98). Die geringste Übereinstimmung in der Nutzungsart Korrelation (0.13; 0.22) konnte zu den Quarter Horses respektive den Islandpferden festgestellt werden. Der 4-Rassenvergleich (Abbildung 16) zur Verwendung der Pferde in den verschiedenen Disziplinen zeigt, dass der Freiberger zu rund 36 % für reine Freizeitaktivitäten eingesetzt wird, gefolgt von den Disziplinen Fahren (~ 18 %), Dressur und Gymkhana (je ~ 13 %) Springen (~ 8 %) sowie Westernreiten (~ 6 %).

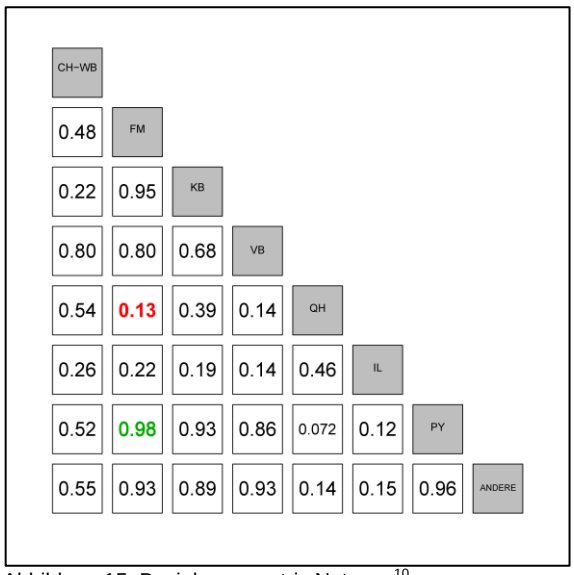


Abbildung 15: Beziehungsmatrix Nutzung[10].

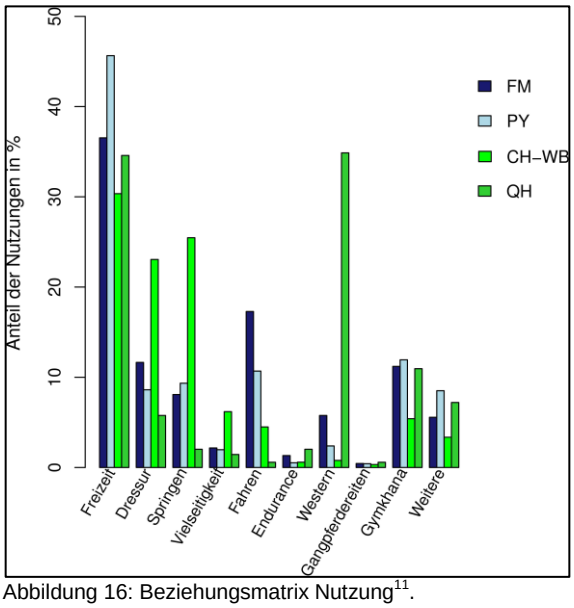


Abbildung 16: Beziehungsmatrix Nutzung[11].

Aus einer Arbeit der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (Musard 2011) lassen sich bezüglich Nutzung der Freibergerpferde ähnliche Erkenntnisse ableiten. Die Umfrage von Musard (2011) bestätigt die Vielseitigkeit der Freibergerrasse und die vorherrschende Nutzung im Freizeitbereich (Abbildung 17).

[10] CH-WB = Schweizer Warmblut inkl. andere Warmblüter; FM = Freiberger; KB = Kaltblut; VB = Vollblut; QH = Quarter Horse; IL= Isländer; PY = Pony.

[11] CH-WB = Schweizer Warmblut inkl. andere Warmblüter; FM = Freiberger; KB = Kaltblut; VB = Vollblut; QH = Quarter Horse; IL= Isländer; PY = Pony.

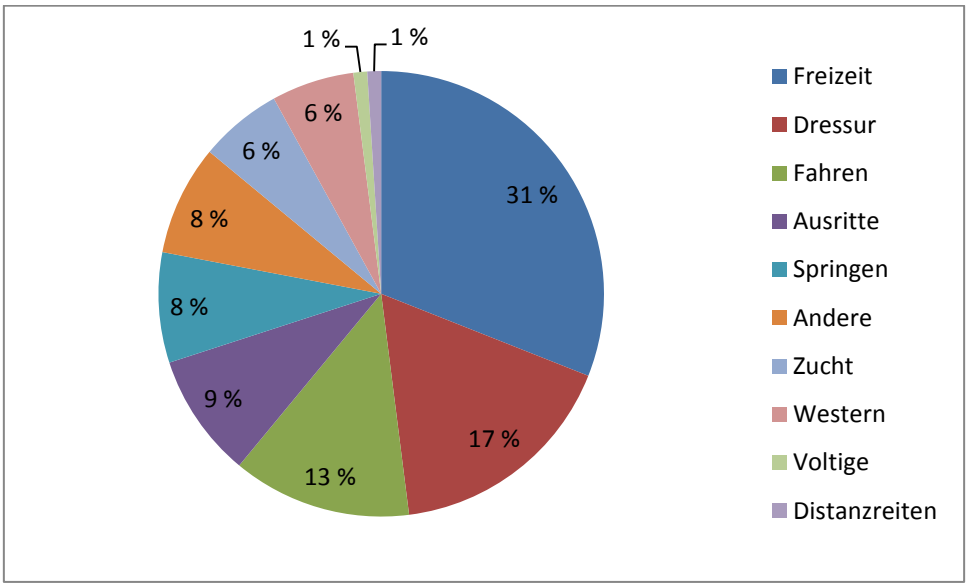


Abbildung 17: Praktizierte Disziplinen mit Pferden der Freibergerrasse (Quelle: Musard 2011).

Die Freiberger werden insgesamt sehr vielfältig eingesetzt, das einzelne Tier wird jedoch in der Regel von seinem Besitzer in einer bis maximal zwei Disziplinen genutzt.

Kaufverhalten: Gewünschte Eigenschaften des Pferdes (nicht rassenspezifisch)

Die gewünschten Eigenschaften eines Pferdes, die für den Kaufentscheid von Bedeutung sind, wurden von allen Gruppen sehr einheitlich beurteilt. Demnach sind die Gesundheit des Pferdes und die Hornqualität der Hufe die Hauptkriterien beim Pferdekauf, gefolgt vom kooperativen Charakter und der Unkompliziertheit im Umgang. Die Turniereignung wurde bei keiner Gruppe als wichtig erachtet, was mit der Orientierung der Umfrageteilnehmer zur reinen Freizeitreiterei ohne oder mit wenig Turniersportteilnahme erklärbar ist. Ebenso wurde die schöne Farbe als unwichtiges Kriterium beim Pferdekauf eingestuft. Die Fahreignung wurde lediglich von den Freibergerzüchtern als relativ wichtig angesehen (Abbildung 18).

Diese Ergebnisse decken sich weitgehend mit einer soziologischen Studie aus dem Jahre 2012 (Flierl 2012).

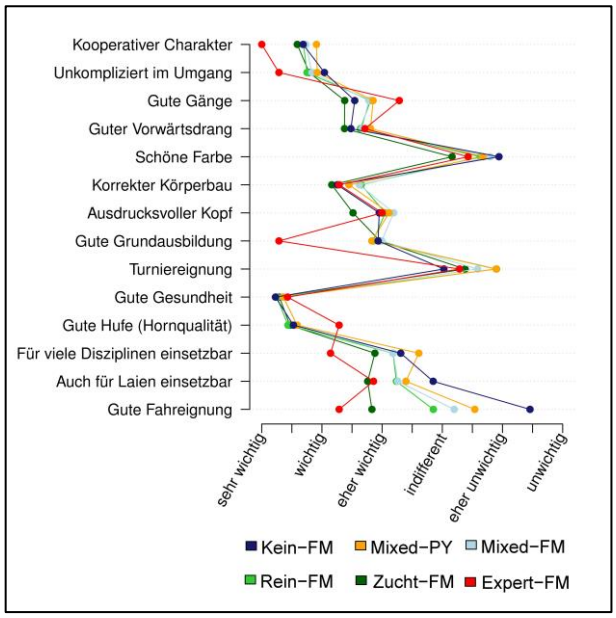


Abbildung 18: Bewertung der Eigenschaften beim Pferdekauf.

Bei den weiteren Aspekten zum Kaufentscheid geben alle Gruppen das Vertrauen in den Verkäufer als wichtigstes Kriterium an. Auch die Liebe auf den ersten Blick scheint beim Kauf eines Pferdes für alle Gruppen grosse Bedeutung zu haben. Das Vorhandensein eines Leistungsausweises und der Nachweis von guten Zuchtwerten wurden einzig von den Züchtern von Freibergerpferden als wichtig erachtet. Die Herkunft aus der Schweiz spielt für die Freibergerzüchter und -nutzer eine bedeutendere Rolle als für die Eigentümer von anderen Pferderassen. Das Kriterium des tiefen Preises wird von keiner Gruppe als relevant beurteilt (Abbildung 19).

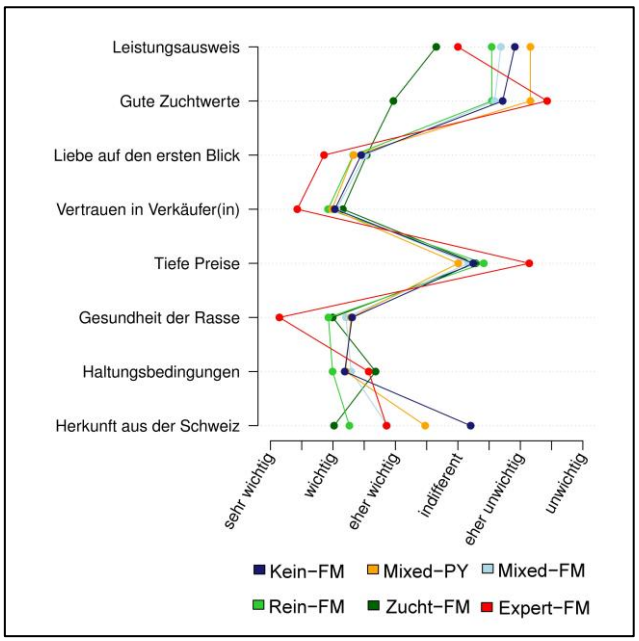


Abbildung 19: Bewertung der weiteren Aspekte beim Pferdekauf.

Bei der Wahl eines Pferdes spielt laut Flierl (2012) die Emotionalität eine grosse Rolle. Insbesondere die Emotionen, welche die Begegnung mit einem Pferd auslöst, fallen dabei ins Gewicht. Ein Pferd, welches zum Beispiel von selbst auf den Pferdekäufer zukommt und sich streicheln lässt, gepaart mit der sensiblen Situation, dass es aus familiären Gründen verkauft werden muss, wird laut Flierl (2012) wahrscheinlicher gekauft, als ein anderes. In den Hintergrund rücken beim Pferdekauf dann sogar ganz rationale Gründe, wie vorhandene Papiere, Pedigree sowie die Frage, ob dieses Pferd überhaupt gesund ist. Männer lassen sich weniger von diesen Emotionen leiten. Sie betrachten ein Pferd im Vergleich zu den weiblichen Pferdekäuferinnen eher auf rationaler Basis.

Die im Zuge dieser Arbeit befragten Experten gaben zu Fragen rund um den Pferdeverkauf von Freibergerpferden folgende stichwortartigen Antworten:

Anforderungen an das Produkt, sprich das angebotene Pferd:

Ein fertiges Pferd anbieten zu können, das vom entsprechenden Segment sofort genutzt werden kann.

- Der Druck im Beruf steigt, die Nutzer brauchen als Kompensation ein ruhiges Pferd zum Entspannen, z. T. nur 1–2-mal reiten pro Woche (ohne Unfall).
- Nicht „höher, schöner, weiter“, sprich sportliche Attribute, sondern der Charakter ist wichtig.
- Keine nervösen Tiere, keine Hauruck-Präsentationen von Verkaufspferden.

Anforderungen an den Betrieb und die Infrastruktur:

- „You'll never get a second chance to make a first impression.”
- Sauberkeit (Mensch, Pferd und Umgebung), Kunde muss sich zu Hause fühlen.
- Haltung und Verhalten der Pferde muss den Kunden passen.

Anforderungen an den Verkäufer:

- Pferdekauf ist ein hoch emotionaler Akt. Die Züchter beziehungsweise die Verkäufer merken dies nicht immer oder schenkten diesen Aspekten zu wenig Aufmerksamkeit.
- Kurzfristig für den Kunden bereit sein (i. d. R. am gleichen Tag).
- Seriöses Auftreten, Ehrlichkeit, Hilfe beim Export (Grenzformalitäten und Transport).
- Verkaufstechnik beherrschen respektive üben.
- Den Kunden Zeit geben, mit dem Pferd Vertrauen aufbauen zu können.
- Verkäufer muss ein Pferdemensch sein, die Leidenschaft muss spürbar sein.

Nach dem Verkauf:

- Ein zufriedener Kunde bringt auch wieder neue Kunden (Mund-zu-Mund-Propaganda).
- Betreuung (auch in Kontakt bleiben) nach dem Verkauf führt zu einer positiven Mund-zu-Mund-Propaganda und somit zu Folgegeschäften.

Anforderungen an die Kommunikation:

- Aktuelle Homepage die der betrieblichen Realität entspricht, tägliche Mail-Bearbeitung.
- Image (für Leute, die vom Sportpferd herkommen) = Bauerngaul.
- An Anlässen (Equitana usw.) sollten Profis Pferde in ihrer Vielseitigkeit auf nicht zu hohem Niveau präsentieren = ein Vorbild produzieren, womit sich der Freizeitreiter identifizieren kann.
- An Anlässen (Equitana usw.) müssen Verkaufsprofis am Informationsstand das Produkt aktiv an die Besucher bringen.
- Die Mehrsprachigkeit des Verkäufers kann entscheidend sein.

Wahrnehmung und Einstellung zum Freibergerpferd

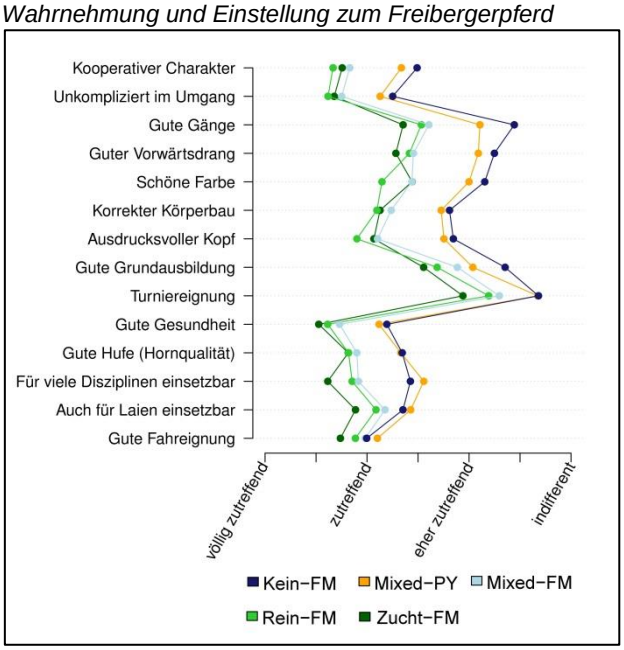


Abbildung 20: Einstellung zum Freiberger.

Bei der Frage nach der Einstellung zum Freibergerpferd wurden die gute Gesundheit, die guten Hufe, der kooperative Charakter und die Unkompliziertheit im Umgang als durchaus positiv beurteilt. Somit weist das Freibergerpferd grundsätzlich genau die Eigenschaften auf, die für die Equideneigentümer beim Pferdekauf von grosser Wichtigkeit zu sein scheinen. Die Rasse wurde jedoch von den Nicht-Freibergereigentümern durchwegs leicht negativer beurteilt als von den Personen, die bereits einen Freiberger besitzen (Abbildung 20).

Auf die offen formulierte Frage, warum sie sich für diese Pferderasse entschieden haben, antworten die Freibergerbesitzer mit folgenden Prioritäten: Charakter (42 % aller Antworten), Polyvalenz (17 %) und Robustheit/Gesundheit/Leichtfuttrigkeit (16 %).

In der Umfrage von Musard (2011) konnten die Vielseitigkeit der Rasse und die vorherrschende Nutzung im Freizeitbereich bestätigt werden. Der Freiberger ist im Allgemeinen als vielseitiges, unkompliziertes, gesundes und robustes Pferd mit einem guten Charakter bekannt. Insbesondere für den Bereich Freizeitreiten erfüllt der Freiberger somit alle aus der Expertenumfrage abgeleiteten Anforderungen. Die strenge Zuchtselektion und Swissness sind weitere Merkmale, welche den Freiberger auszeichnen. Für drei Viertel der befragten Personen ist die Rasse der Freiberger für das Image der Schweiz und für die Erhaltung der Biodiversität von grosser Bedeutung. Weitere, von den Teilnehmern der Umfrage genannten Vorzüge des Freibergers, sind seine Nähe zum Menschen, seine Intelligenz und sein gutes Lernvermögen sowie seine Eignung für alle Altersgruppen und Niveaus.

Laut Musard (2011) wurden neben zahlreichen positiven Eigenschaften auch negative genannt. Einzelne Personen beschrieben den Freiberger als stur und gaben an, dass er häufig zu schwer wird und gewisse gesundheitliche Probleme wie Hufrehe, Strahlbein oder Arthrose gehäuft auftreten. Zudem wurde als Schwäche auch der fehlende Bekanntheitsgrad im internationalen Raum genannt.

Image-Analyse

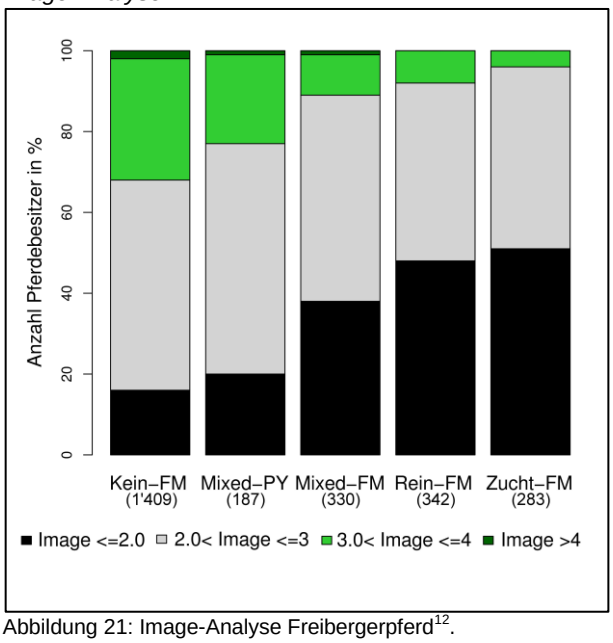


Abbildung 21: Image-Analyse Freibergerpferd[12].

Bei den Umfrageteilnehmern, die bereits ein Freibergerpferd besitzen, wurde das Image der Rasse von etwa der Hälfte der Personen als sehr gut eingestuft (Image ≤ 2). Bei den Personen, die kein Freibergerpferd besitzen, lag dieser Anteil bei rund 15 %. Werte > 4 fanden sich vornehmlich in den Kategorien der Eigentümer ohne Freibergerpferde. Somit wird das Image des FM von extern kritischer beurteilt als vom FM-Milieu selbst (Abbildung 21).

Die Anstrengungen des SFV, des SNG sowie der Züchter zur Förderung des Markenbildes sowie des Absatzes der Freibergerpferde wurde von den verschiedenen Nutzergruppen grundsätzlich sehr positiv bewertet. Einzig die Freibergerzüchter haben eine leicht kritischere Haltung gegenüber den ihnen nahestehenden Organisationen SFV und SNG (Abbildung 22).

[12] Image ≤ 2 : sehr gut; 2.0 < Image ≤ 3.0 : gut; 3.0 < Image ≤ 4.0 : schlecht; Image > 4.0 sehr schlecht

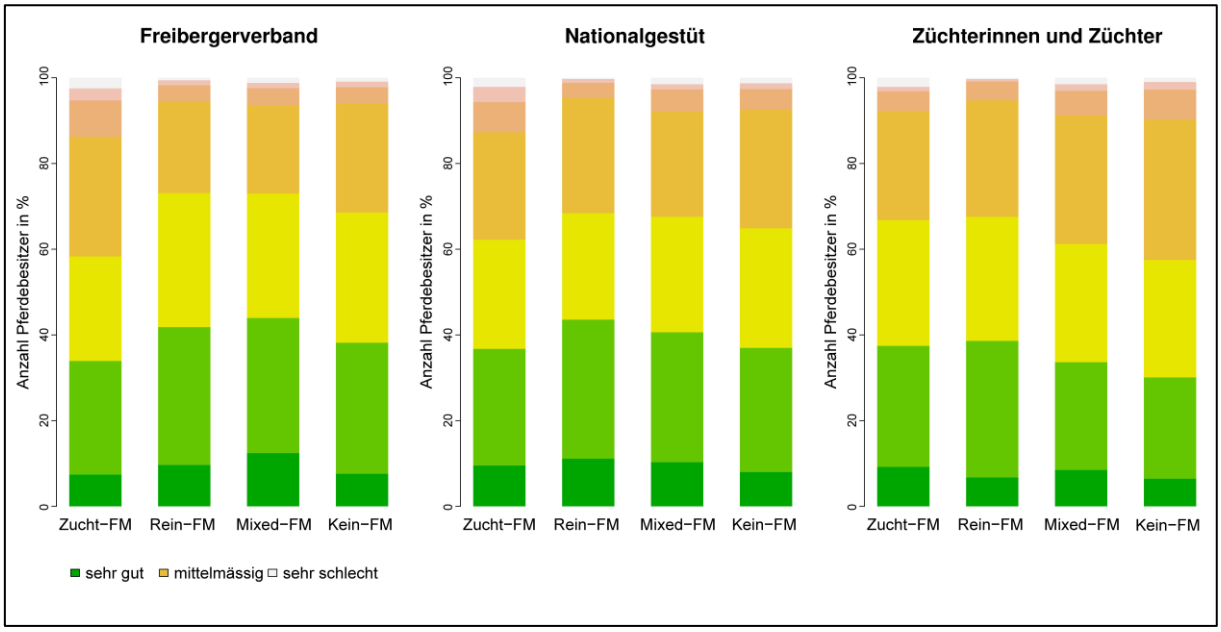


Abbildung 22: Bewertung der Anstrengungen zur Förderung des Markenbildes sowie des Absatzes der Freibergerpferde.

Kaufverhalten: Ort des Pferdekaufs

Bei der Frage nach den Prioritäten in Bezug auf den Ort des Pferdekaufs stand bei allen Gruppen der Kauf beim Züchter an erster Stelle, gefolgt vom Kauf bei einer Privatperson. Verkaufsschauen oder Reitställe sind als Verkaufspartner hingegen weniger gefragt (Abbildung 23).

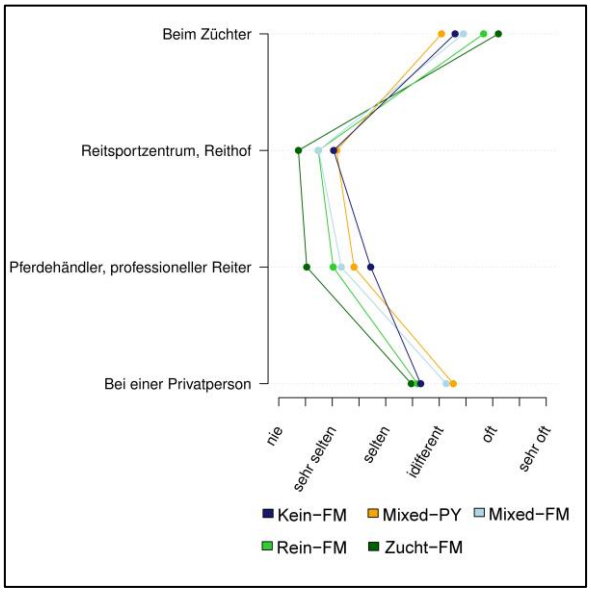


Abbildung 23: Ort des Pferdekaufs.

Kaufverhalten: Welche Alterskategorien und Ausbildungsstufen verlangt der Markt?

Rund die Hälfte der Nutzer gaben an, dass sie ein Fohlen, ein dreijähriges ungerittenes oder ein dreijähriges angerittenes Pferd suchen würden. Der Anteil lag bei der Gruppe Rein-FM mit 60 % über demjenigen der Gruppe Kein-FM mit 40 % (Abbildung 24). Dies könnte ein Hinweis auf die Frühreife der Freibergerpferde und auf deren im Allgemeinen als unkompliziert beurteilten Charakter sein. Das Prüfsystem mittels Feldtest für dreijährige Freibergerpferde zeigt hierbei eine Wirkung und kann als marktfördernd bezeichnet werden.

Momentan kann der Bedarf an ausgebildeten Pferden auf dem Inlandmarkt nicht gedeckt werden, weshalb diese Pferde vorwiegend importiert werden.

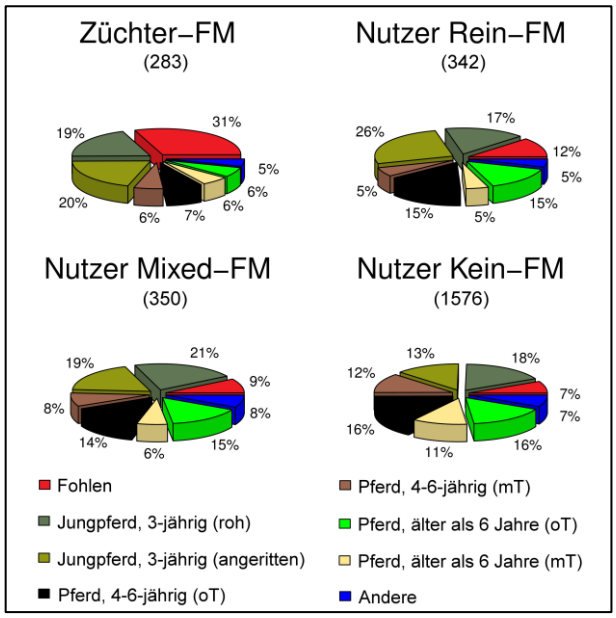


Abbildung 24: Alterskategorien und Ausbildungsstufen, Kundenwünsche[13].

Gemäss Expertenmeinung besteht heute auf dem Markt eine Divergenz zwischen Angebot und Nachfrage. Bieten heute viele Züchter strukturbedingt (fehlende Infrastruktur und Kompetenz für die weitere Aufzucht) ihre Produkte im Alter von sechs Monaten an, sucht der Endnutzer in der Regel ein ausgebildetes, sofort nutzbares Pferd. Dies

[13] Roh: ungeritten; oT : ohne Turniererfahrung; mT: mit Turniererfahrung

führt zu einem Überangebot an Fohlen (mit tiefen Preisen) und somit zu einer relativ hohen Schlachtrate (rund 45 %).

3.1.4 Wirtschaftliche Kennzahlen

Zahlungsbereitschaft der Kunden

Wie aus Abbildung 25 ersichtlich, sind die Pferdeeigentümer, welche keine Freibergerpferde halten (Kein-FM) bereit, höhere Kaufpreise für Pferde zu bezahlen. Über alle Gruppen werden für Pferde mit Turniererfahrung grundsätzlich höhere Preise bezahlt. Dennoch sind die angegeben Kaufpreise auf einem sehr tiefen Niveau. Insbesondere die Gruppen Zucht-FM und Rein-FM sind nicht bereit, für ältere, ausgebildete Pferde einen wesentlichen Aufpreis zu bezahlen. Bei der Gruppe Rein-FM liegen die angegeben Kaufpreise bei den 4- bis 6-jährigen ohne Turniererfahrung sowie bei den 6-jährigen und älteren (ohne oder mit Turniererfahrung) sogar tiefer, als die Kaufpreise der angerittenen 3-jährigen Pferde.

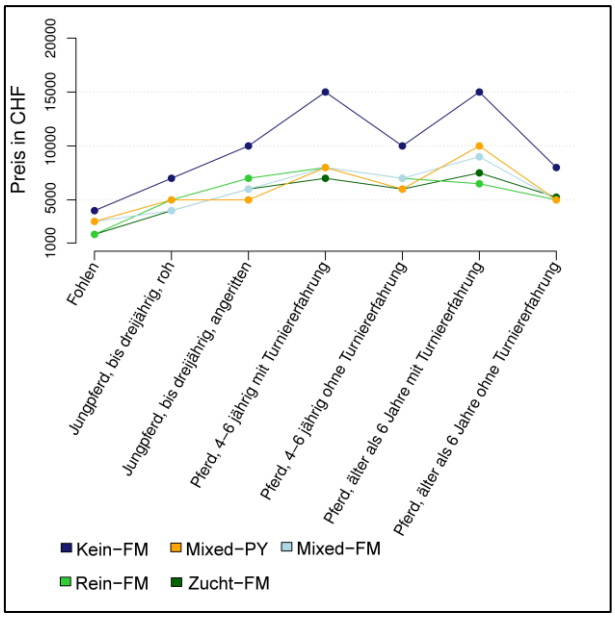


Abbildung 25: Alterskategorien und Ausbildungsstufen, Kundenwünsche.

Sämtliche Gruppen gaben an, sich die Pferde zu 85 % gut bis sehr gut leisten zu können. Die Studie von Flierl (2012) bestätigt diese Resultate: Der Hauptteil der Pferde, welche von Freizeitreitern gekauft wurde, kosteten zwischen 5‘000 und 10‘000 Franken. Turnierreiter kauften ihre Pferde meistens im Preissegment 10‘000 bis 20‘000 Franken (Flierl 2012). Der Kaufpreis ist dabei laut Flierl (2012) weder ein hervortretendes Kriterium beim Pferdekauf selbst, noch gibt es einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Budget für den Kauf eines Pferdes und dessen Rasse.

Aktuell auf dem Markt erzielte Preise

Zu Pferdeverkaufszahlen gibt es wenig offizielle Daten. Gemäss der im Zuge der vorliegenden Arbeit befragten Experten, Züchtern und Verantwortlichen für Verkaufslisten, zeigte sich in der Preisbildung ein sehr heterogenes Bild, vor allem beim Verkauf von adulten Pferden. Anhand der Diskussionen können zwei Strategien extrahiert werden:

Qualitätsstrategie: Hier sind es in der Regel spezialisierte Betriebe, die viel Wert auf gut ausgebildete Pferde legen und somit einen entsprechend hohen Aufwand haben. Die Arbeiten mit und um das Pferd werden i. d. R. mit familieninternen Arbeitskräften erledigt, somit bleibt die Wertschöpfung im Betrieb. Sie versuchen sich aktiv im Markt zu positionieren (über Verkaufslisten oder eigene Vermarktungsinstrumente), sie präsentieren sich auch regelmässig an Zucht- und Sportturnieren. Zu beachten gilt, dass diese Betriebe ihre Verkaufspferde im Durchschnitt drei bis vier Monate nach dem Feldtest verkaufen und mit den Pferden bis zum Zeitpunkt des Verkaufes regelmässig arbeiten. Die Verkaufserlöse bewegen sich für marktfähige, adulte Tiere zwischen 7K und 9K Franken, in Ausnahmefällen bis zu über 10K Franken.

Preisstrategie: Bei diesem Modell steht die Kostenoptimierung im Vordergrund. Die Pferde dieser Betriebe werden mit tiefem zeitlichen Aufwand ausgebildet und zwischen dem Feldtest und dem Verkauf wird in der Regel nicht sehr regelmässig mit ihnen gearbeitet, oft fehlt betriebsintern auch das nötige Fachwissen. Das Investment in Marketingaktivitäten ist bescheiden Diese Betriebe verkaufen ihre adulten Pferde häufig für 4‘500 bis 6‘500 Franken.

Der jurassische Pferdezuchtverband (FJEC) registriert die ihm von seinen Mitgliedern gemeldeten Verkäufe (Pferdeverkaufsliste) systematisch. Die Analyse der Zahlen 2014 ergab folgendes Bild:

- 76 Freibergerpferde (2013: 86) wurden 2014 über diesen Kanal zu einem Durchschnittspreis von 7‘062 Franken (2013: CHF 6‘835.-) veräussert. Das Durchschnittsalter betrug 3.9 Jahre (2013: 4.3).
- 43 % aller Verkäufe (2014) waren 3-jährig (CHF 7‘659.-), 32 % waren 4-jährig (CHF 6‘725.-), 18 % waren 5-jährig (5‘433.-) und 7 % 6-jährig und älter (CHF 6‘128.-).
- Knapp 50 % wurden 2014 auf dem Schweizer Markt verkauft (CHF 6‘916.-), gefolgt von Frankreich mit 21 Pferden (CHF 6‘922.-), Deutschland mit 15 Pferden (CHF 7‘960.-) und Belgien mit 5 Pferden (CHF 6‘200.-). Ein Pferd wurde nach Italien verkauft (CHF 7‘800.-).

Anhand der durch den Kanton Jura ausbezahlten Exportbeiträge[14] kann der Anteil der über die durch den FJEC betreute Verkaufsliste abgesetzten Pferde im Jahr 2013 auf 30–40 % geschätzt werden. Gemäss Aussage von jurassischen Mitgliedern der Expertengruppe handelt es sich dabei um die qualitativ besten Pferde mit einer guten Grundausbildung (Qualitätsstrategie). Der

[14] Im Kanton Jura werden Exportprämien an Equiden ausbezahlt, sofern sie zum Zeitpunkt der Ausführung zwischen 3 und 5 Jahre alt waren und im Kanton Jura geboren und aufgezogen wurden. Anzahlmässig sind dies zwischen 80 und 100 Pferde pro Jahr.

Grossteil der verkäuflichen Pferde wird von den Züchtern direkt am Markt angeboten (Preisstrategie).

Seit einigen Jahren kaufen ausländische Pferdehändler im Jura regelmässig adulte Pferde zu sehr günstigen Konditionen ein (4‘000 bis 6‘000 Franken). Rund 40 Freiberger werden auf diese Weise pro Jahr exportiert und entlasten damit den Schweizer Markt. Die Preise für die Fohlen orientieren sich historisch bedingt an Preisen für Schlachtfohlen (CHF/kg Schlachtgewicht). Die Experten sind sich einig, dass die durch den Züchter gelösten Fohlenpreise aktuell zu tief sind. Gemäss Expertenaussagen geht in einigen Regionen der Anteil Schlachtfohlen zurück, und die Jungpferde gehen vermehrt in die Aufzucht. Dies hat einen positiven Effekt auf die Preise der in die Aufzucht verkauften Fohlen. In einigen Regionen der Schweiz wurden im Herbst 2014 Preise zwischen 1‘800 und 2‘500 Franken für Saugfohlen gelöst.

In der Diskussion um die Decktaxen der Zuchthengste vertreten die Experten die Meinung, dass aus betriebswirtschaftlicher Sicht eine Erhöhung der aktuell geltenden Tarife von 150 bis 200 Franken um bis zu 100 % angebracht wäre. Die aktuelle Situation der sinkenden Belegungszahlen verhindern aus Sicht der Experten zum jetzigen Zeitpunkt offensive Strategien in dieser Hinsicht.

Wirtschaftlichkeit der Pferdezucht

Im Jahr 2010 hat der Kanton Jura eine Kommission beauftragt, um Massnahmen zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit der Pferdezucht zu definieren. Die Studie hat die Rentabilität der Betriebe analysiert und ist zum Schluss gekommen, dass die Rentabilität entweder negativ oder nur leicht positiv ist. Im Segment der Zucht (Verkauf der Fohlen im Alter von sechs Monaten) ist die Situation am schlimmsten mit einem negativen Arbeitsverdienst von –25.97 CHF/Std (Szenario pessimistisch) bis maximal 0.41 CHF/Std (Szenario optimistisch). Im Segment der Aufzucht (Ankauf der Fohlen mit 6 Monaten und Verkauf mit 3 Jahren nach dem Feldtest) ist das Resultat leicht besser mit einem leicht negativen Arbeitsverdienst von –0.01 CHF/Std (Szenario pessimistisch) bis maximal 17.88 CHF/Std (Szenario optimistisch). Die Studie kommt zum Schluss, dass die Rentabilität ist erster Linie mit einem besseren Verkaufspreis erhöht werden kann. Auf der Kostenseite ist wenig Handlungsspielraum vorhanden.

Die von Agridea zusammen mit dem SNG publizierte Datensammlung „Elevage et garde du cheval“ weist in der Deckungsbeitragsberechnung für das 6-monatige Saugfohlen einen negativen Deckungsbeitrag von 2‘100 Franken (direktzahlungsbereinigt) aus. In dieser in der landwirtschaftlichen Planung üblichen Rechnungslegung sind die Kosten für Arbeit, Infrastruktur und selbstproduziertes Futter nicht mitberücksichtigt (Agridea 2013).

Weitere Studien zeigen, dass die Produktionskosten in der Schweizer Pferdezucht sehr hoch liegen. Musard (2011) weist in den Vollkostenberechnungen einen Aufwand von 10‘000 Franken für ein auf Stufe Feldtest ausgebildetes 3-jähriges Freibergerpferd aus. Vollkostenberechnungen des SNG (2012) weisen für dieselbe Kategorie Tiere mit 14‘000 Franken einen noch höheren Wert aus.

Preisbildung im Pferdemarkt

Der weltweite Pferdemarkt funktioniert heute weitgehend im freien Markt und ohne umfassende staatliche Reglementierung. Es gibt keine harmonisierte Preisbildung, eine Ausnahme bildet allenfalls der Schweizer Fleischpreis. Ein Pferd hat ansonsten weder einen Fixpreis noch einen klaren Referenzpreis. Der Preis muss de facto bei jedem Verkauf neu verhandelt werden und ist letztlich ausschliesslich dadurch gegeben, was ein Käufer dafür zu bezahlen bereit ist. Dies ist völlig unabhängig davon, was die Produktion eines Pferdes kostet respektive gekostet hat. Es gibt keinen bezifferbaren Marktpreis für Pferde, nach dem der Züchter seine Produktion ausrichten könnte. Bei Milch, Fleisch, Eiern usw. erfolgt die Preisbildung realwertorientierter, ebenso im Viehhandel. Aber was ist der Wert eines Pferdes?

Dient der Verkauf eines Produktes – Pferd, Milch, Weizen usw. – dem landwirtschaftlichen Produzenten nach Abrechnung seiner Produktionskosten zur Deckung seiner lebensnotwendigen Grundbedürfnisse, so ist die Ausgangslage für den Kunden seinerseits fundamental eine andere: Er befriedigt mit dem Kauf eines Pferdes seine nicht lebensnotwendigen Bedürfnisse nach Individualität und Selbstverwirklichung. Zwischen Produzent und Kunde besteht eine differente Wahrnehmung betreffend der Preisbildung. In Ländern wie Deutschland und Frankreich lässt sich eine gewisse Beziehung zwischen der Entwicklung der Pferdebranche und der Konjunktur feststellen: Ist die Wirtschaftslage gut, steigt die Wachstumskurve der Pferdebranche quasi parallel mit entsprechend guten Preisen für die Zuchtprodukte. Ist die Wirtschaftslage angespannt, manifestiert sich dies im Kaufverhalten. Freizeitbranchen, wie diejenige der Pferde, reagieren mit rückläufigen Trends. Als Extrembeispiel dazu der Fall Irland im Jahr 2008: Einbruch der Bedeckungszahlen, Marktpreise usw. um bis zu 40 % als Folge der Wirtschaftskrise (Hennessy 2009). Unter starkem Druck verzichten Pferdeeigentümer auf ihr teures Hobby, respektive sie verschieben Ersatzinvestitionen in die ferne Zukunft. Der Züchter kann somit seine Produkte am Markt nicht mehr verkaufen, die Preise fallen schnell wegen des Überangebots. Aufgrund der fehlenden Rentabilität stellen viele Produzenten die Zucht ein. Die Schweizer Pferdebranche war von diesem Phänomen dank einer stabilen Wirtschaftslage in den letzten Jahrzehnten nicht betroffen. Die Wachstumskurve hinsichtlich des Pferdebestandes blieb linear und ist kaum durch die Konjunktur beeinflusst worden. Es zeigte sich gar, dass das Haushaltseinkommen – im Gegensatz zur weit verbreiteten Vorstellung – laut einer Studie von Lamprecht et al. (2009) kaum einen Einfluss auf die

Ausübung des Pferdesports hat. Die Preisbildung ist somit nicht einzig von der Konjunktur abhängig, sondern auch von der Möglichkeit und dem Talent des Verkäufers und seiner Organisation, die Motivation des Käufers auf Stufe Selbstverwirklichung zu stimulieren und somit die Begeisterung für das Pferd zu wecken. Die Kenntnisse der Gründe sowie das Zustandekommen der eigenen Motivation bei den Kunden vor und während des Pferdekaufes sind für die Produzenten von sehr grosser Wichtigkeit. Je besser der Verkäufer sich auf den Kunden einlassen kann, umso grösser sind die Chancen für einen erfolgreichen Verkauf (siehe auch Kapitel 3.1.3).

3.1.5 Kunden für Freibergerpferde

Struktur

Die Kunden, die sich für den Kauf eines Freibergerpferdes entscheiden, sind in der Regel Einzelpersonen mit einem hohen Bedürfnis an freizeitorientierter Individualität. Sie sind beim Kauf (noch) nicht in irgendeinem Verein organisiert (Schmidlin et al. 2013). Das Bedürfnis nach organisierten Strukturen steigt mit dem Einstieg in den Freizeitsport. Hier gibt es die Möglichkeit einem regionalen Reitverein oder einer regionalen Fahrsportgruppe beizutreten. Diese Organismen sind nicht rassenspezifisch strukturiert. Der Freibergerbesitzer sieht sich in direktem Vergleich zu den anderen, oft wettkampfsportlich talentierteren Pferderassen. In vereinsinternen Wettkämpfen in den klassischen Disziplinen finden sich die Freiberger deshalb oft in den hinteren Rängen wieder. Der SFV bietet (auch aus diesem Grund) seit mehreren Jahren in Zusammenarbeit mit regionalen Organisatoren eine freibergerspezifische Turnierserie in verschiedensten Disziplinen (Fahren, Springen, Dressur usw.) an. Diese sogenannten Zucht- und Freizeitprüfungen ermöglichen den Teilnehmern, ihre Pferde bei entsprechenden Resultaten für den jährlichen Final anlässlich des vom SFV organisierten National FM zu qualifizieren. Die Teilnehmerfelder, vor allem in den gerittenen Disziplinen, wachsen von Jahr zu Jahr. Die Teilnehmer sind unter sich in den einzelnen Disziplinen jedoch nicht organisiert, es gibt somit keine Möglichkeit der Interessenvertretung. Eine Ausnahme bildet hier der Westernreitsport mit Freibergerpferden. Im Jahre 2004 wurde der Verein FM-Western[15] mit dem Ziel gegründet, den westernbegeisterten Freibergerreitern ein organisatorisches Dach zu bieten, FM-Turniere zu organisieren und den Freiberger in der Westernreitszene populär zu machen. Der Verein zählt heute rund 150 Mitglieder mit 200 Freibergerpferden. Erwähnen kann man an dieser Stelle auch die Equipe-FM.ch[16], eine Vereinigung von Freizeitfahrern mit Freibergerpferden, die als Team an diversen Distanzfahrten in Europa, z. B. an der Route du Poisson in Frankreich, teilnehmen.

Die Arbeitsgruppe sieht im Bereich der heute noch fehlenden Organisationsstrukturen auf der Nutzerseite ein Potential für die aktive Förderung von „Brand Communities“ in den diversen FM-Disziplinen. Gemäss Geissler (2009) können sich Brand Communities um jede Marke herum bilden. Am besten funktionieren sie bei Gütern, die in der Öffentlichkeit konsumiert werden, die eine starke Wettbewerbsposition haben und deren Marken ein starkes Image besitzen. Eine der ersten beschriebenen Communities ist die der Motorradmarke Harley Davidson. Der gemeinsame Lebensstil ihrer Anhänger hat sich verselbstständigt und zu einer eigenen Subkultur ausgeweitet. Die Züchter des Freibergerpferdes können heute bereits als eine recht starke Brand Community betrachtet werden, die Nutzer hingegen noch nicht.

Bevor Massnahmen zur Schaffung solcher Brand Communities an die Hand genommen werden, muss die bestehende Struktur der angebotenen FM-Disziplinen analysiert und diskutiert werden. Deckt das Angebot die heutigen und zukünftigen Bedürfnisse der Freizeitpferdegesellschaft, oder müssen neue Ideen kreiert werden?

In Frankreich organisiert die Fédération Française d’Équitation (FFE) bereits heute folgende (nicht rassenspezifische) Disziplinen unter einem Dach (siehe Abbildung 26):

[15] http://www.fm-western.ch/cms/
[16] http://www.equipe-fm.ch/Introduction.html

Abbildung 26: In Frankreich organisierte Disziplinen der Fédération Française d'Equitation (Quelle: FFE 2014).

Kundensegmente
Musard (2011) unterteilt die Kunden in zwei Gruppen: der private, freizeitorientierte Gelegenheitskäufer sowie die professionellen Nutzer in den Bereichen Reitschulen, Hippotherapie, Tourismus, Landwirtschaft und Zucht (Abbildung 27).

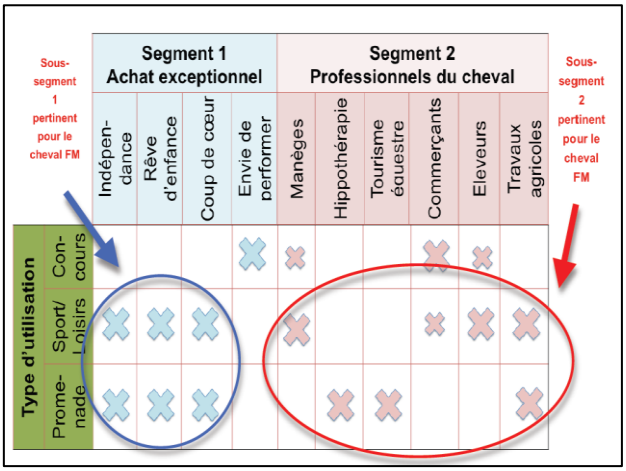


Abbildung 27: Einteilung der Kunden in zwei Käufergruppen (Quelle: Musard 2011).

In einer Umfrage (AGRIDEA 2012) bei Pferdezüchtern wurden die privaten Käufer und Käuferinnen folgendermassen identifiziert:

- (Jung-gebliebene) Pensionierte, die jung schon geritten sind, heute jedoch ein Pferd bevorzugen, das ruhiger als ein Warmblut ist und eine geringe Abwurfgefahr aufweist. Die Vielseitigkeit des Pferds bezüglich Reiten und Fahren wird geschätzt.
- Jugendliche Mädchen oder jüngere Frauen, die ein Pferd als Kamerad bevorzugen, das sich von ihnen pflegen und verhätscheln lässt.
- Familien (aus dem Mittelstand mit Kindern).

Die im Zuge dieser Arbeit befragten Experten sowie die Diskussionen innerhalb der Arbeitsgruppe sehen, ergänzend zu den vorgängig erwähnten, folgende zusätzliche Zielgruppen als relevant an:

- Personen die heute ein Reitpony kaufen: Die Daten aus unserer Umfrage zeigten, dass die Freiberger und die Ponys in Bezug auf ihre Nutzung eine Korrelation von 98 % aufweisen, d. h. sie werden für denselben Einsatz gekauft. Interessant ist in diesem Kontext, dass die Ponypopulation (+68 %) im Vergleich zu den Pferden (+30 %) in den letzten zehn Jahren deutlich stärker gewachsen ist und sich somit als direktester Mitbewerber zum Freiberger profiliert. Weiter ist zu beachten, dass 21 % der importierten Equiden zu den Ponys gehören. Aktuelle Beiträge in der Fachpresse weisen zudem auf den Trend hin, dass insbesondere Frauen offenbar vermehrt von Grosspferden auf Ponys umsatteln (Schnieder 2014).
- Noch-Nicht-Reiter in den Alterskategorien U-18 und Ü-40: Gemäss BASPO (2013) gibt es in der Schweiz über 60'000 Personen, die mit dem Gedanken spielen, sich in ihrer Freizeit neu mit dem Pferd zu beschäftigen. Anhand des Freizeitprofils des Freibergerpferdes sind somit die nicht kompetitiv orientierten Alterskategorien als Kundensegmente interessant.

3.1.6 Kommunikations- und Vermarktungsaktivitäten im „System Freiberger"

Gemäss Umfrage informieren sich die Pferdebesitzer zwecks Pferdekauf hauptsächlich über ihre direkte Umgebung und das Internet, gefolgt von den klassischen Inseraten, Fachpersonen und den Informationen über die Zuchtverbände. Einzig bei den FM-Züchtern spielen Verkaufsschauen eine grössere Rolle (Abbildung 29).

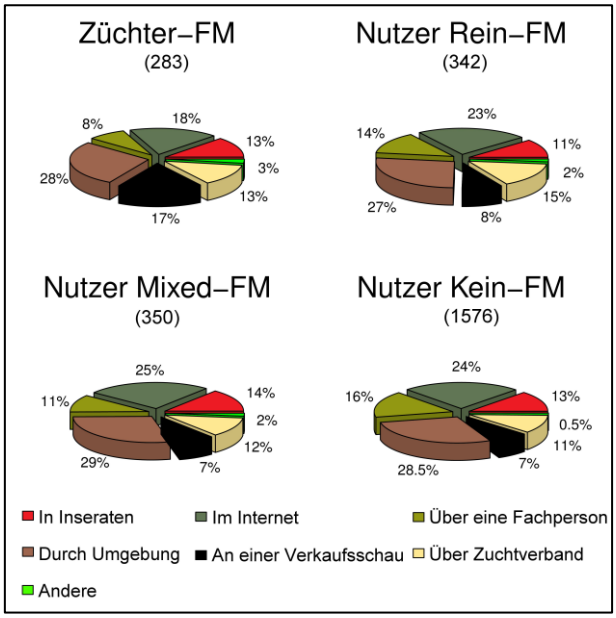


Abbildung 28: Bevorzugte Informationsquellen bei der Pferdesuche.

Verkaufskanäle heute:

Verkaufslisten der regionalen Organisationen

Auf der Internetseite des SFV[17] gibt es eine Zusammenstellung der Adresslisten (inkl. Internetlinks) der Verantwortlichen der aktuell fünf Verkaufslisten für adulte Pferde. Die Aktualität, die Benutzerfreundlichkeit sowie die Gestaltung der einzelnen Angebote sind qualitativ sehr unterschiedlich. Das Spektrum geht von professionell geführten Verkaufslisten (Teilzeitpensum) bis zum inaktiven Internetlink. Auf privater Basis organisiert ist die Internetplattform freiberger-emmental.ch[18], über welche u. a. viele Fohlen nach Deutschland verkauft werden. Leider gibt es aufgrund fehlender Datenerhebung keine Angaben zur Zahl der verkauften Pferde über diese Plattform.

Verkaufsanlässe

Die Fohlenschauen dienen in der Regel als Verkaufsplattform für die 6-monatigen Jungtiere. Einige Pferdezuchtgenossenschaften nutzen (und bewerben) ihren Feldtest, um die verkäuflichen 3-Jährigen einem breiteren Publikum zu präsentieren. Am traditionellen, jährlich stattfindenden Marché-Concours in Saignelégier betreibt die FJEC einen Verkaufsstall mit rund 20 Pferden. Pferdezuchtgenossenschaften der Region Emmental organisieren einmal jährlich eine Verkaufsschau in Sumiswald mit einem Angebot von rund 50 Pferden.

Internetauftritte der einzelnen Züchter

Verschiedene Züchter haben sich auf die Zucht, Aufzucht und Vermarktung von Freibergerpferden spezialisiert und eigene Internetauftritte kreiert. Eine gemeinsamer Auftritt im Internet (z. B. SFV) findet sich nicht.

Verkauf über Inserate

Viele Freibergerpferde werden über Inserate in der Fachpresse (Landwirtschaft und Pferde) verkauft. Diese Form der Kommerzialisierung verliert jedoch in der Zeit des Internets zunehmend an Bedeutung.

Informationsgefässe zwecks Vermittlung von Informationen zur Rasse

Allgemeine Informationen zum Freibergerpferd werden nach Musard (2011) zu fast 50 % aus dem Internet bezogen; die verbandsinterne Monatspublikation „FM Magazin“ trägt mit 32 % viel zur Vermittlung von Information bei. Zu beachten gilt, dass die Umfrage Musard innerhalb des FM-Milieus gemacht wurde und die erwähnten Informationskanäle den Nutzern bekannt waren. Überraschend tief fällt die Informationswirkung von Veranstaltungen aus (Abbildungen 29 und 30).

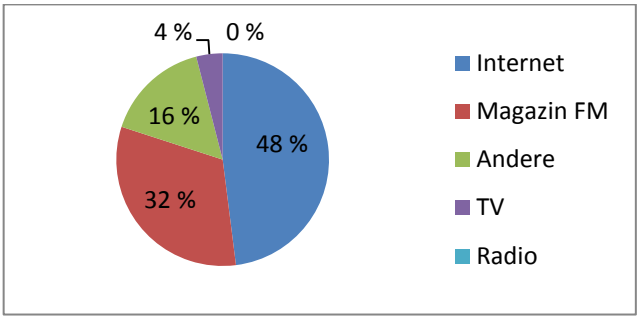


Abbildung 29: Bevorzugte Informationsquellen zum Freibergerpferd (Quelle: Musard 2011).

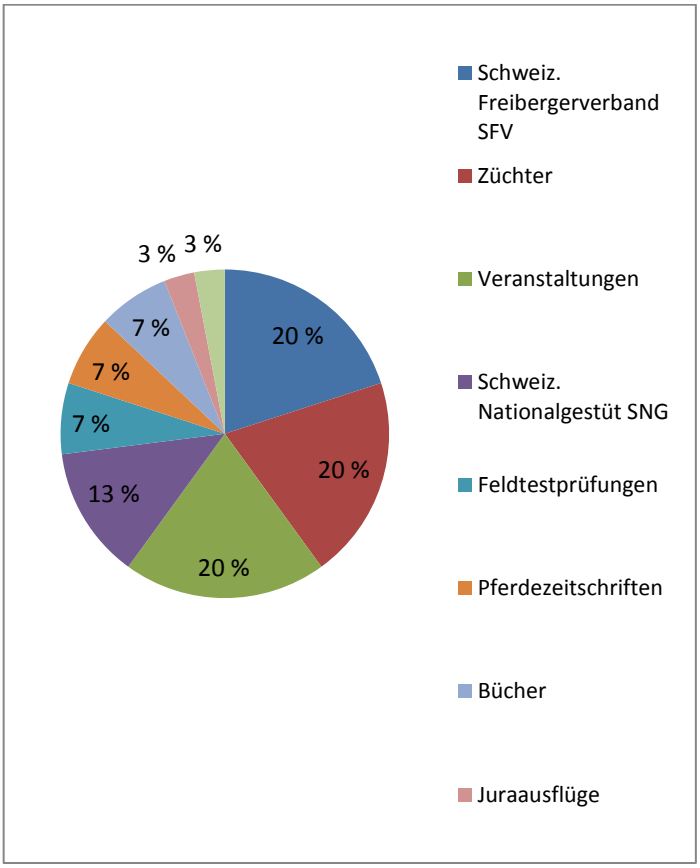


Abbildung 30: Bevorzugte Informationsquellen „Andere“ zum Freibergerpferd (Quelle: Musard 2011).

[17] http://www.fm-ch.ch/de/rassenportrait/foerderung-und-verkauf.html
[18] http://www.freiberger-emmental.ch/

Analyse der einzelnen Informationsgefässe
Internetseite SFV und Social Media
Nebst den bereits erwähnten Verkaufsseiten spielt das Internet in der Vermittlung von allgemeiner Information zur Freibergerrasse eine sehr wichtige Rolle. Hierbei ist die Internetseite des SFV von zentraler Bedeutung. In ihrem Rapport beschreibt Agridea (2012) die Internetseite als attraktiv und gut aufgebaut, mit gewissen Verbesserungspotentialen in der Bildauswahl. Aus Sicht der Arbeitsgruppe fehlt heute die Möglichkeiten für die aktive, zentrale Vermarktung von Pferden durch einen einfacheren Zugang zu den Verkaufslisten der Regionen sowie durch eine klar zu strukturierende Seite mit den Links der Züchter/Anbieter.

Social Media (Facebook, Twitter usw.) spielen heute eine stark zunehmende und wichtige Rolle im Meinungsaustausch und in der Meinungsbildung unter Gleichgesinnten, auch in der Pferdebranche. Auf Sportpferde spezialisierte Anbieter nutzen Facebook um Verkaufsangebote weltweit zu streuen. Eine Analyse über den Erfolg (im Pferdeverkauf) dieser neuen Kanäle liegt zur Zeit nicht vor; das Thema sollte in Anbetracht der schnell steigenden Verbreitung jedoch mit grosser Dringlichkeit auch für den Freiberger durchleuchtet werden.

Die Zeitschrift „Le Franches-Montagnes – Der Freiberger"
Agridea (2012) lobt die Ausgewogenheit zwischen Verbandsinformationen an die Züchterschaft, Reportagen über Züchter und Nutzer sowie fachlicher Information. Die Auflage hat sich seit 2012 auf rund 3'000 Abonnenten stabilisiert. Der SFV (2014a) schätzt die Anteile an Züchter/Nutzer in der Leserschaft auf je 50 %. Eine Steigerung der Abonnentenzahlen bei den Züchterschaft erscheint in Anbetracht des bereits hohen Deckungsgrades (z. Z. rund 2'000 aktive Züchter (SFV 2014a)) schwierig, hingegen könnte eine stärkere Ausrichtung der Inhalte Richtung Nutzung/Nutzer eine positive Wirkung haben.

Die Ausstellungsstände
Der SFV betreibt an Messen und Ausstellungen im In- und Ausland Werbestände. Agridea (2012) ist der Meinung, dass die Anwesenheit bei Ausstellungen im Ausland notwendig sei angesichts der Zahl von verkauften Pferden im Export. Die Anwesenheit der Züchter an den Ständen gilt als Beleg für Kompetenz und Authentizität. Sie könnten ebenfalls von jungen Passionierten begleitet werden, die sich zum Beispiel um den Gästeempfang kümmern, sowie generelle Fragen beantworten. Betreffend der Personen, die den Stand betreuen vertritt die Arbeitsgruppe sowie die befragten Experten die Meinung, dass Verbesserungspotential im professionellen Auftritt (aktive Kundenorientierung und -betreuung) besteht.

Agridea (2012) vertritt die Meinung, dass der Ausstellungsstand im Allgemeinen gut durchdacht ist und die Schweizer Herkunft des Pferdes in den Vordergrund schiebt. Damit kann der Freiberger ebenfalls von der weltweiten Aura der Schweizer Produkte einen Vorteil ziehen. Des Weiteren empfiehlt Agridea, die Auswahl an Bildern und Dokumentation zielgruppenspezifisch zu gestalten und je nach erwartetem Publikum zusammenzustellen. Falls es mehrere Zielgruppen gibt, würden mehrere spezifische Plakate die Aufmerksamkeit nach den Bedürfnissen und Erwartungen der potenziellen Käufer besser zentrieren.

Shownummern an Messen und Ausstellungen
Die Rasse der Freiberger wird an zahlreichen Veranstaltungen im In- und Ausland vorgestellt. Die verschiedenen Präsentationen, welche durch das Schweizer Nationalgestüt sowie diverse private Züchter gemacht werden, stossen in der Regel auf sehr gutes Echo. Als Beispiel sei das berühmte Pferdefest Marché Concours genannt, welches einmal jährlich in Saignelégier stattfindet und jeweils zwischen 40'000 und 50'000 Besucher anlockt.

Verschiedene Pferdezuchtgenossenschaften organisieren in unregelmässigen Abständen Shownummern mit Pferden sowie Reitern und Fahrern aus ihrer Region. Bei diesen Showblöcken handelt es sich in der Regel um Quadrillen, die mit sehr viel Engagement geprobt und vorgeführt werden. Die Akteure sindausschliesslich Amateure, dies gibt den Schaubildern eine hohe Authentizität. Je nach Kundensegment wirkt dieses Amateurhafte aber auch negativ und nicht verkaufsfördernd. Deshalb ist in dieser Art von Präsentationen ein Minimum an Professionalität Pflicht. Leider schaffen es nur sehr wenige Genossenschaften, ihre Mitglieder für die Teilnahme an Schaunummern zu motivieren – ein hervorragendes Mittel, um auch junge Züchter ins Vereinsleben zu integrieren.

Die professionellen Reiter und Fahrer des SNG sind an zahlreichen Anlässen unter dem Jahr im In- und Ausland in verschiedensten Formaten engagiert. Die professionell vorgestellten Pferde, die einheitlichen Uniformen sowie die hohe Präzision der Schaunummern erzeugen Bilder mit dem Ziel, unter den Zuschauern Emotionen auszulösen. Die Hengste des SNG werden ihrer Neigung entsprechend regelmässig im Sport bis auf Stufe international eingesetzt.

Die Vielfalt der Schaunummern aller Akteure zeigt ein breites Bild quer durch die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten des Freibergers. Eine gesamtheitliche Koordination, respektive Organisationsplattform zu einer Steigerung der Diversität und Qualität der Shownummern fehlt zum heutigen Zeitpunkt.

Pressebeziehungen
Gute Beziehungen zur Presse sind sehr wichtig, positive Berichterstattung verstärkt die Werbewirkung deutlich. Musard (2011) beschreibt die Aktivitäten ausführlich. Das Feld der in der Schweiz für den Freiberger schreibenden Journalisten lässt sich relativ gut abgrenzen. Es finden sich im Jura rund vier und in der Restschweiz deren drei. Es sind dies regelmässig publizierende, auf FM-Themen spezialisierte Journalisten. In den letzten Jahren erhielten

negative Schlagzeilen rund um das Freibergerpferd vermehrt Gewicht. Negativ behaftete Themen drehen sich oft um unzufriedene Züchter, Tierschutz oder die Fohlenschlachtungen, respektive die durch die öffentliche Hand ausgeschütteten Beiträge zu Gunsten der Freibergerzucht. Eine negative Mitteilung neutralisiert viele positive Berichte, deshalb ist ein professionelles Krisenmanagement von grosser Wichtigkeit und positive Kommunikation zentral.

3.2 SWOT-Analyse

Die vorliegende Arbeit zeigt auf, dass das heutige System FM nicht die gewünschte Wirkung in Bezug auf die langfristige Sicherung der Freibergerrasse erzeugt. Die abnehmenden Zahlen an Geburten sowie der rückläufige Marktanteil am Gesamtbestand der Equiden der Schweiz sind Fakten. Der SFV ist sich dieser Sachlage bewusst und hat in seiner im Jahre 2012 verabschiedeten Strategie 2020 etliche Massnahmen zur Marktbearbeitung vorgesehen. Mangels finanzieller Ressourcen konnten die Massnahmen noch nicht umgesetzt werden. Die vorliegende Analyse sowie die Vorschläge zu den zukünftigen strategischen Schwerpunkten werden als neutrale Basis der nach Veränderung rufenden aktuellen Situation verstanden und nicht als Kritik an der bis heute geleisteten Arbeit der verschiedenen Akteure des Systems FM.

Angebot und Nachfrage
Grundsätzlich entspricht das heute angebotene Freibergerpferd den Anforderungen des stetig steigenden Freizeitmarktes. Die im Zuge der vorliegenden Arbeit befragten Experten stellen eine steigende Nachfrage nach einfach zu handhabenden Pferden fest. Viele Kunden können aus zeitlichen Gründen nicht jeden Tag reiten, eine gewisse Wochenendkultur scheint Einzug zu halten. Nebst einem einwandfreien Charakter muss ein Verkaufspferd heute eine perfekte Gesundheit aufweisen. Die guten Anlagen eines Reitpferdes (Rittigkeit, gute Gänge, Lenkbarkeit, genügend Vorwärtsdrang) stehen ebenso auf der Wunschliste der heutigen Kundschaft. Die dreijährigen Pferde machen den grössten Teil der vermarkteten Freibergerpferde aus, dies ist aus betriebswirtschaftlichen (Kapitalbindung, Haltungskosten usw.) eine erfreuliche Tendenz. Gemäss Expertenmeinung besteht heute auf dem Markt eine Divergenz zwischen Angebot und Nachfrage. Bieten heute viele Züchter strukturbedingt (fehlende Infrastruktur und fehlende Kompetenz für die weitere Aufzucht und Ausbildung) ihre Produkte im Alter von sechs Monaten an, sucht der Endnutzer in der Regel ein ausgebildetes, sofort nutzbares Pferd. Dies führt zu einem Unterangebot an adulten Tieren aus Schweizer Zucht. Die fehlenden Tiere werden als Folge aus den europäischen Nachbarländern zu günstigen Konditionen importiert. Eine Nachfrage nach Freibergerpferden besteht trotz hohem Preis auch im Ausland. Die für den Export ungünstigen Zollkonditionen erschweren den Verkauf ins Ausland. Als Konsequenz sollten verstärkt Marktanteile im Inlandpferdemarkt gewonnen werden.

Image, Markenbild und Kommunikation
Die meisten der im Zuge dieser Arbeit befragten Personen sehen im Freibergerpferd ein lebendes Kulturgut der Schweiz. Die Rasse hat betreffend Markenbild in den letzten 20 Jahren einen grossen Sprung weg vom Klischee als Bauerngaul und Schlachtpferd hin zum geschätzten Freizeitpferd gemacht. Die Rasse der Freiberger hat jedoch auch mit immer noch vorhandenen Klischees und Kritiken zu kämpfen. So wird von gewissen Kreisen insbesondere die hohe Schlachtungsrate bei den Fohlen, die Haltung im Sinne der Tierschutzgesetzgebung sowie zum Teil die Sturheit der Pferde kritisiert. Verbandsinterne Streitereien sowie der Umgang mit unerwünschten Merkmalen (z. B. CLF[19]) finden auch immer den Weg in die lokale Presse, ein Phänomen, das der Imagebildung gegenüber der potentiellen Kundschaft nicht dienlich ist. Die Analyse der bestehenden Informationsgefässe zur Wissensvermittlung und Imagebildung rund um das Freibergerpferd zeigt auch hier einen erhöhten Bedarf an Professionalisierung und Koordination sämtlicher Aktivitäten und Akteure. Neue Medien wie Facebook und Twitter spielen schon heute eine wichtige Rolle bei der Meinungsbildung der jungen Akteure der Pferdebranche. Diese Medien werden im System FM heute noch nicht systematisch für Marketingmassnahmen eingesetzt.

Preisbildung
Der Kunde bezahlt heute für ein dreijähriges, ausgebildetes Freibergerpferd im Durchschnitt 7‘000 Franken. Die Produktionskosten liegen jedoch, je nach Rechnungslegung im Vollkostenmodell, bei 10‘000 bis 14‘000 Franken. Die in den meisten Geschäften anfallende negative Differenz (Verlust) ist der Haupttreiber für die rückläufigen Zuchtzahlen; viele Züchter können und wollen sich das Verlustgeschäft Pferdezucht nicht mehr leisten und geben auf.

Kunden und Kundensegmentierung
Mit seiner im Jahre 2012 vollzogenen Namensänderung von Schweizerischer Freibergerzuchtverband (SFZV) zu Schweizer Freibergerverband (SFV) setzte der Verband ein deutliches sprachliches Zeichen. Nicht nur der Züchter steht neu im Zentrum der Aktivitäten des SFV, auch den Nutzern des Freibergerpferdes soll mehr Beachtung und Gewicht geschenkt werden. In der Strategie 2020 (SFV 2012) beschreibt der SFV seine für eine aktive Marktbearbeitung vorgesehenen Massnahmen, die aktuell rückläufigen finanziellen Mittel verhinderten eine professionell unterstützte Umsetzung in die Praxis bis anhin. Mit dem Wunsch nach zunehmender Professionalisierung der Vermarktungsaktivitäten stösst der SFV mit seinen Milizstrukturen zunehmend an seine Grenzen.

Heute findet der Freibergernutzer wenige rassenspezifische Nutzerorganisationen. Hier besteht, nach der Meinung der Arbeitsgruppe, ein grosses Potential zur Gewinnung von neuen Kunden im Sinne

[19] CLF: Caroli Leberfibrose; Erbrankheit mit möglichem tödlichem Verlauf

des Aufbaues einer „Brand Community“. Organisierter Freizeitsport in Bereichen wie z. B. Pfeilbogenschiessen, Bodenarbeit – dies ausschliesslich mit Freibergerpferden. Mit FM-Western besteht seit 2004 bereits ein Modellverein der ausschliesslich Reitern mit Freibergerpferden offen steht.

Betreffend Kundensegmentierung unterteilt Musard (2011) die Kunden in zwei Gruppen, der private, freizeitorientierte Gelegenheitskäufer sowie die professionellen Nutzer in den Bereichen Reitschulen, Hippotherapie, Tourismus, Landwirtschaft und Zucht. Agridea (2012) ergänzt das Spektrum um junggebliebene (Wieder-)Einsteiger im Pensionsalter, Jugendliche Mädchen oder jüngere Frauen, die ein Pferd als Kamerad bevorzugen sowie Familien mit Kindern (aus dem Mittelstand).

Die im Zuge dieser Arbeit befragten Experten sowie die Diskussionen innerhalb der Arbeitsgruppe sehen – ergänzend zu vorgängig erwähnten – folgende zusätzliche Zielgruppen als relevant an: Personen, die heute ein grosses Reitpony kaufen, sowie Noch-Nicht-Reiter in den Alterskategorien unter 18 und über 40 Jahren.

Marktbearbeitung

Der SFV hält in seinem Strategiepapier 2020 (SFV 2012) fest, dass die Verbesserung der Rentabilität der Pferdezucht (und somit eine Stabilisierung der Zuchtzahlen) nicht über die bereits ausgereizte Kostenseite, sondern über die Vermarktung geschehen muss. Hierfür sieht der SFV einen zukünftigen Richtpreis von 10‘000 Franken vor. Die Arbeitsgruppe unterstützt diesen Ansatz vollumfänglich. Allerdings bedingt die Umsetzung eine starke Professionalisierung sämtlicher Marketingaktivitäten von der Stufe Verband bis hinunter zum einzelnen Züchter. Als erstes muss eine klar verständliche Vermarktungsstrategie erarbeitet werden, die sich aus Sicht der Arbeitsgruppe am Grundsatz der kundenorientierten Qualitätsführerschaft orientiert. Mit einem Zielpreis von 10‘000 Franken wird der Richtpreis für ein Freizeitpferd sehr hoch angesetzt, eine preisorientierte Strategie ist somit ausgeschlossen. Eine wichtige Aktionsschiene gilt der aktiven Preisgestaltung und deren positiven Kommunikation (Sensibilisierung) an potentielle Käufer sowie die Produzenten. Weiterer grosser Handlungsbedarf findet sich in den Bereichen kundensegmentspezifische Marktbearbeitung, Verkäuferschulung, Angebotssteuerung durch Vermittlung von Informationen an die Produzenten sowie Aufbau einer zentralen Internetplattform.

Die nachfolgende SWOT-Analyse (Tabelle 8) fasst die Rahmenbedingungen für die Freibergerzucht und -vermarktung zusammen, indem die Stärken und Chancen aber auch die Schwächen und Gefahren aufgezeigt werden.

Tabelle 8: SWOT-Analyse Freibergerzucht und -vermarktung.

Stärken	**Schwächen**
- Perfektes Produkt für Freizeitreiter - Charakter - Gesundheit - Vielseitigkeit - Erscheinungsbild - Qualität - Strenge Selektion - Corporate Identity - Tradition - Präsentationen & Dienstleistungen SNG - Günstiger im Unterhalt als andere Rassen	- Verbandspolitik = hohe Basisaktivitäten für die Züchter ≠ prod. Vermarktungsorganisation - Kleine Population - Mostbröckli-Image, „Buurestatus“ - Negativpresse - Bekanntheitsgrad zu klein - Produktionsorientierte Verteilung der Mittel - Nicht professionelles Marketing mit limitierten Ressourcen - Ungenügende Marktorientierung beim Züchter - Angebot: Angebot (viele Fohlen) entspricht nicht der Nachfrage (ausgebildete adulte Pferde) - Kosten Zoll bei Export - Koordination Aktionen SFV-SNG
Chancen	**Gefahren**
- Freizeitreiterei stark am Steigen - Equidenbestand CH nimmt immer noch zu - Demographische Entwicklung Bevölkerung - Kaufkraft Schweiz sehr hoch (auch in Zukunft) - Tierwohl in der Schweiz, Tierhaltung - Ferienland Schweiz - Anforderungen in Europa gehen in Richtung FM - Image in EU ist gut	- Marktanteil FM sinkt - Importdruck - Direkte Konkurrenten gewinnen Marktanteile (Ponys, Exoten usw.) - Bundesbeiträge an Zucht sinken - Raufutterbeiträge fallen weg - Verhältnis zwischen Eurokurs und Schweizer Franken - Teure/steigende Bodenpreise - Steigende Reglementierungsdichte - Pferdefleischskandal

Ableitung der zukünftigen strategischen Ziele im Bereich Markt und Image:

Die Arbeitsgruppe schlägt vor, die in Angriff zu nehmenden Marketingmassnahmen im Sinne der kundenorientierten Qualitätsstrategie in einem Marketing-Mix-Modell zu strukturieren.

Die klassischen 4P's des Marketingmix:

Product (Produktpolitik): Das richtige Angebot für die Zielgruppe finden.

Price (Preispolitik): Das Produkt zu korrekten Bedingungen anbieten

Place (Distributionspolitik): Das Produkt über die richtigen Vertriebskanäle vertreiben.

Promotion (Kommunikationspolitik): Sicherstellen, dass die Zielgruppe weiss, dass das Angebot existiert und einen Mehrwert liefert.

Für NGO's (z. B.SFV) und NPO's weitere wichtige P´s im Marketingmix:

Process (Organisationsstrukturen): Organisations- und Ablaufprozesse effizient und zielgerichtet strukturieren.

People (Externe und interne Kunden): den Kunden ins Zentrum der Aktivitäten stellen.

Public (Öffentlichkeit): Die öffentliche Wahrnehmung stärken.

Politics (Politik): Aktive Kontaktpflege (Lobbying) zwecks Interessenvertretung auf nationaler und kantonaler Ebene.

Als Fazit aus dem Themenschwerpunkt (Arbeitspaket I) Markt und Image lässt sich festhalten, dass bis zurück in die 1990er Jahre regelmässig Studien zum Marktpotential und zur Förderung von Image und Absatz der Freibergerpferderasse verfasst worden sind. Ohne Anspruch auf abschliessende Vollständigkeit seien hier aufgeführt: Gerber (1997), Aubry (1998), Beuret (2000), Schaer (2003), Raaflaub (2010), Agridea (2012), Agridea (2013). Allen Arbeiten gemeinsam sind die Hinweise betreffend Verstärkung der Kundenorientierung, der aktiven Bearbeitung des Pferdemarktes sowie der Verbesserung des Images der Rasse. Ein zentraler Punkt im Thema Markt ist der Fakt, dass die Nachfrage nach Pferden sich fundamental verändert hat und damit zusammenhängend auch die zugehörigen Kundensegmente und Absatzkanäle. Das Pferd von heute ist ein Angebot unter vielen auf dem äusserst heterogenen Freizeitmarkt. Etablierte und funktionierende Absatzkanäle für die Pferdezucht sind rar und existieren hauptsächlich im Bereich Sport. Durch das Angebot von jährlich wiederkehrenden Sportprüfungen für verschiedene Altersklassen von Pferden kann ein Nachfragemotor in Gang gesetzt werden, der attraktiv ist für Trainer, Reiter, Besitzer, Züchter, Sponsoren und weitere Akteure der entsprechenden Sportdisziplinen. Im nicht wettkampforientierten Freizeitbereich gelten andere Prioritäten. Der Freiberger wird primär in diesem nicht wettkampforientierten Freizeitbereich positioniert. Damit profitiert er kaum von dem beschriebenen, durch Sport induzierten Nachfragemotor. Die hohe Diversität der Kundschaft und ihrer Bedürfnisse im Freizeitbereich sind eine Herausforderung im Bereich Absatz. Die hohen Risiken, die mit der Pferdezucht finanziell verbunden sind (Deckentscheid heute - vermarktbares Produkt rund 4.5 Jahre später) und die tiefe Rentabilität lassen insbesondere bäuerliche Züchter auf andere Geschäftsfelder umsteigen. Die Ergebnisse, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit generiert wurden, zeigen u. a. Details zu wichtigen Mitbewerbern am Markt, zum Käuferverhalten und zu Kundenpräferenzen. Diese Daten sollten helfen, den Freiberger wirkungsvoller am Markt zu platzieren und dies, insbesondere aus Gründen der Kaufkraft und der Hürden beim Export, im Inland.

4. Arbeitspaket II: Zucht und Genetik

Der Freiberger gehört zu den weltweit bestuntersuchten Pferderassen, was Zucht und Genetik anbelangt. Die Herdebuchdaten (Pedigree) gehen bis weit ins 19. Jahrhundert zurück und sind von hoher Qualität. Populationsparameter basierend auf diesen Daten sind von höchstmöglicher Aussagekraft (siehe u. a. „POPREPORTS“ zu Handen BLW 2013; Groeneveld et al. 2009).

Ergänzend zu Analysen basierend auf Herdebuchdaten (Pedigree) erfolgten in den letzten Jahren Untersuchungen mittels modernster Methoden aus der Molekularbiologie und Statistik. Der Genpool des Freibergers ist erfasst und beschrieben (u. a. Signer-Hasler, 2014; Neuditschko et al. 2014). Mehrere dieser Studien zeigen, dass der Freiberger als Rassenpopulation von anderen Pferderassen abgrenzbar ist und Freibergerpferde als solche genetisch identifizierbar sind (Glowatzki et al. 2006; Petersen et al. 2013).

Abbildung 31: Der Freiberger reiht sich unter den Kaltblutpferden und tendenziell unter den nord-europäischen Rassen ein (Quelle: Petersen et al. 2013).

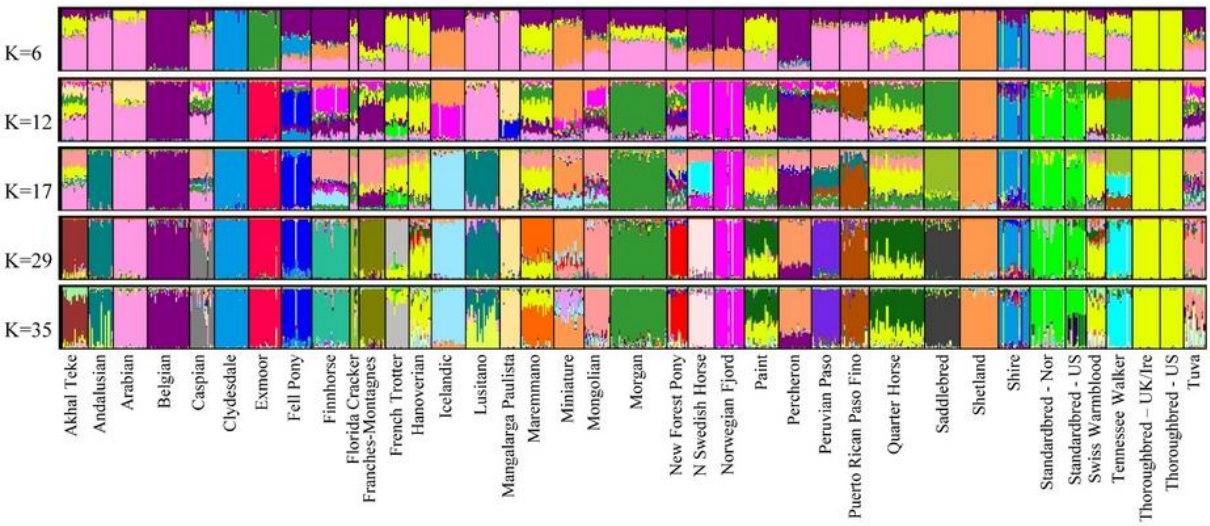


Abbildung 32: Der Freiberger hat einen breiten genetischen Hintergrund, was rassenhistorisch belegt ist durch u. a. verschiedene Einkreuzungsphasen. Es benötigt eine grössere Anzahl von Clustern, damit ein eigenständiges Freiberger-Profil sichtbar wird (K=29; K=35). Bei wenigen Clustern zeigt das Profil des Freibergers seinen genetischen Hintergrund, der aus Genen von Kaltblut, Warmblut und Vollblut besteht (K=6; K=12; K=17) (Quelle: Petersen et al. 2013).

Als heute geschlossene Population ist das Monitoring der genetischen Diversität eine der Kernaufgaben des SFV im Hinblick auf die langfristige Erhaltung der Rasse. Vitalität, Gesundheit, Fruchtbarkeit und Zuchtfortschritt haben einen direkten Bezug zur genetischen Diversität respektive der Zunahme der Inzucht. Abnehmende Bedeckungen und Geburten (Abbildung 33) verschärfen die Bedeutung eines systematischen Monitorings (Hasler et al. 2010 und 2011). Die Entwicklung der Inzucht findet sich in Abbildung 34. Auf Basis der Herdebuchdaten

2013 findet sich eine Inzuchtrate von ca. +0.5 % und eine effektive Populationsgrösse (Ne) von rund 100 Tieren. Solange keine gravierenden Erbfehler oder Vitalitätsverluste auftreten (was derzeit nicht der Fall ist) ist dies eine vertretbare Populationsgrösse. Ein Monitoring ist aber sicher empfehlenswert

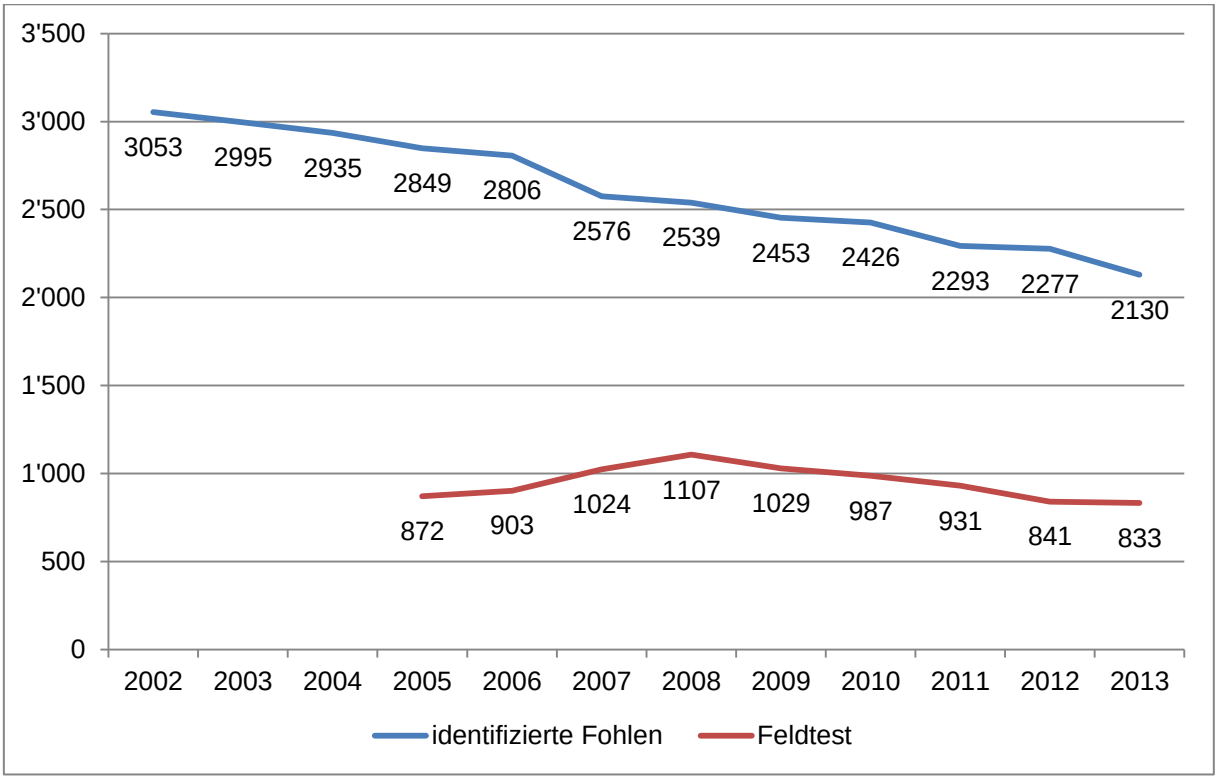


Abbildung 33: Anzahl identifizierte Fohlen (2002–2013) und absolvierte Feldtests (2005–2013) (Quellen: SFV und TVD).

Figure 2: Comparison between the average inbreeding coefficients (F) and the number of inbred animals by year

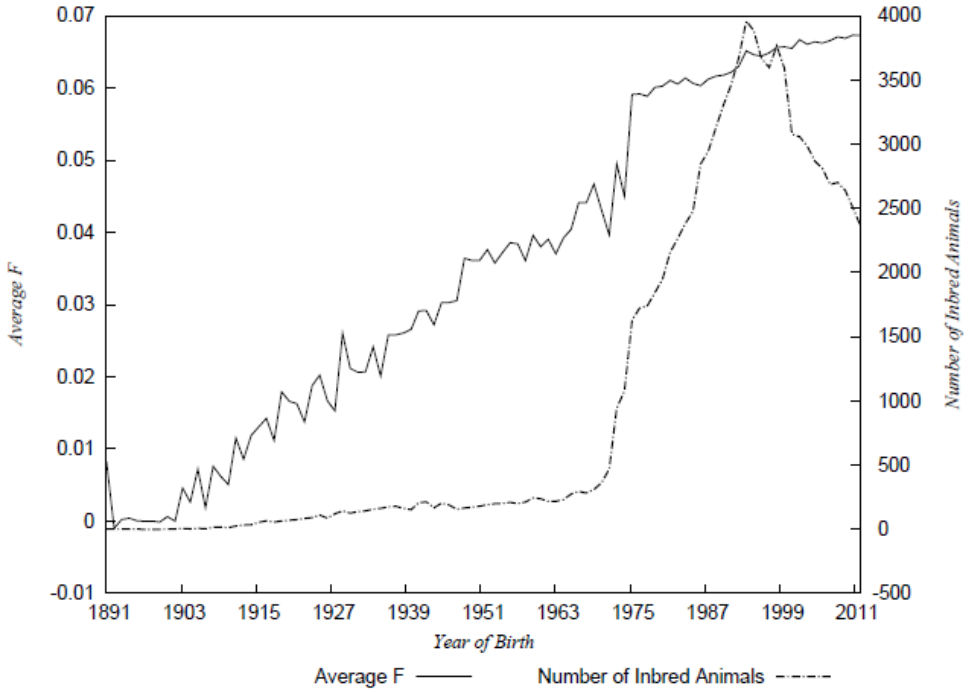
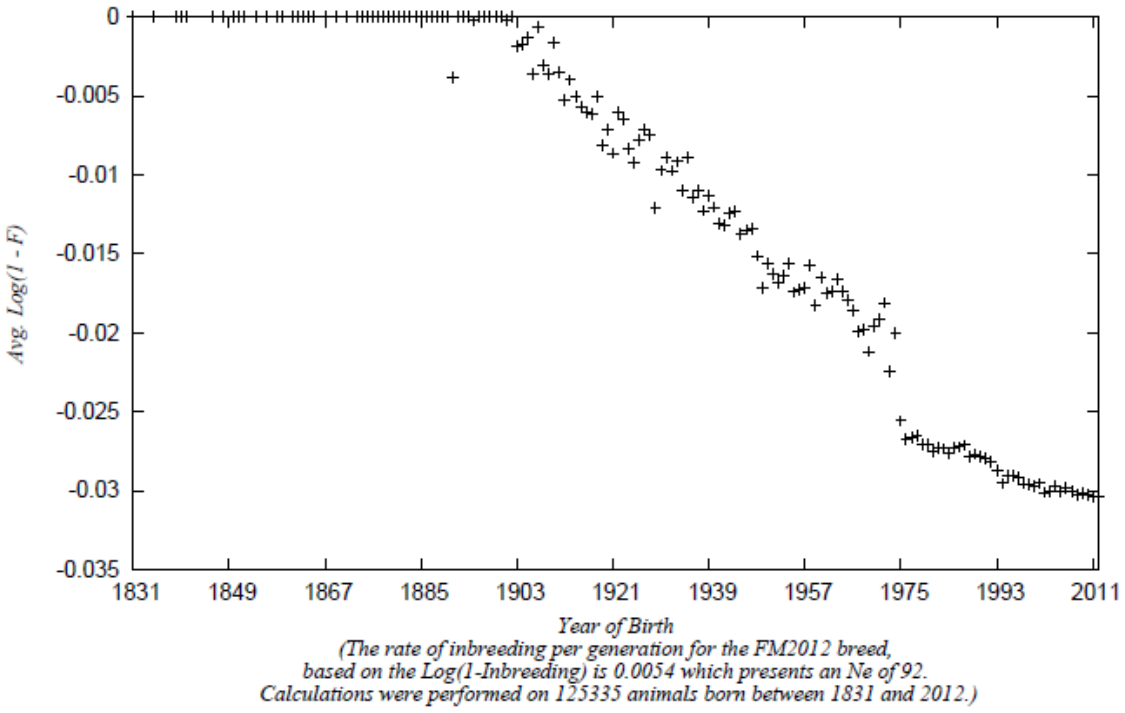


Figure 4: Average Log(1-F) by year of birth for animals born between 1831 and 2012.



Abbildungen 34: Entwicklung Inzuchtgrad und Anzahl der ingezüchteten Individuen (Grafik oben) sowie Entwicklung Inzuchtrate und Ableitung der effektiven Populationsgrösse Ne (Grafik unten) (Quelle: POPREPORTS FM 2013).

Traditionell spielen beim Freiberger – wie in anderen lokalen Pferderassen auch – sogenannte Hengstlinien in der praktischen Zucht eine bedeutende Rolle. Die hierarchische Bedeutung der Hengstlinien und die

Entwicklungstrends dieser Linien in der aktuellen Population wurden von Neuditschko et al. (2014) untersucht und zusammengestellt (Abbildungen 35 bis 38). Interessant sind diesbezüglich auch die unterschiedlichen Aufzuchtraten der Nachkommen von Hengsten. Präferenzen für Tiere im Reittyp sind hier klar sichtbar und entsprechen den Erwartungen am Markt für ein reitbares Freizeitpferd.

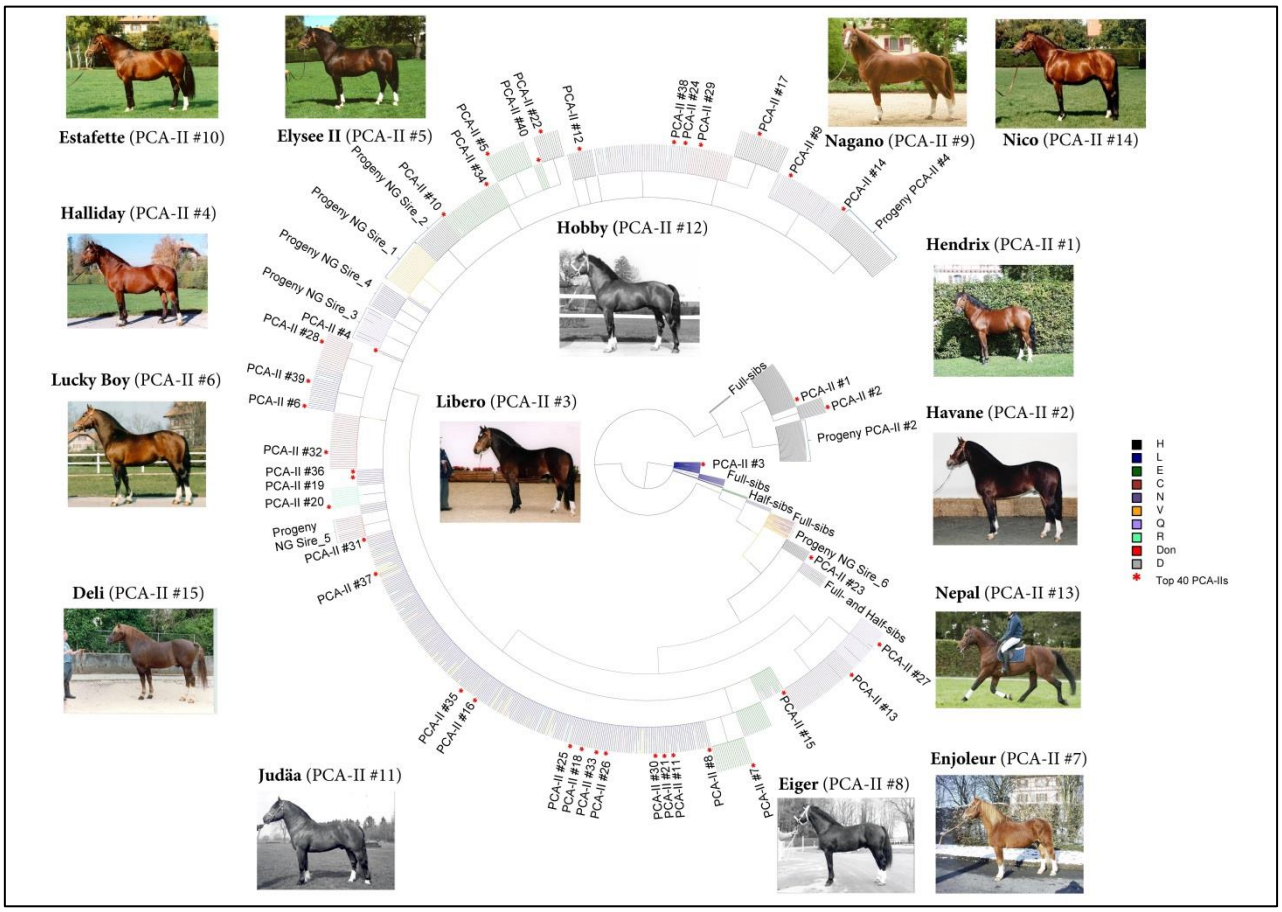


Abbildung 35: Hierarchische Struktur der informativsten Freiberger. Wegen der im Vergleich zu Stuten hohen Nachkommenzahlen finden sich primär Hengste unter den genetisch wichtigsten Tieren der FM-Population. Die Wurzel des Baumes zeigt die Cluster der Nachkommen der drei aktuell für die FM-Population informativsten FM-Hengste. Hierarchisch entfernter bilden Nachkommen und Verwandte dieser weitverbreiteten Gründer, die selber ebenfalls viele Nachkommen zeugten, sowie Hengste, die einen Einkreuzungshintergrund besitzen, weitere Cluster (Quelle: Neuditschko et al. 2014).

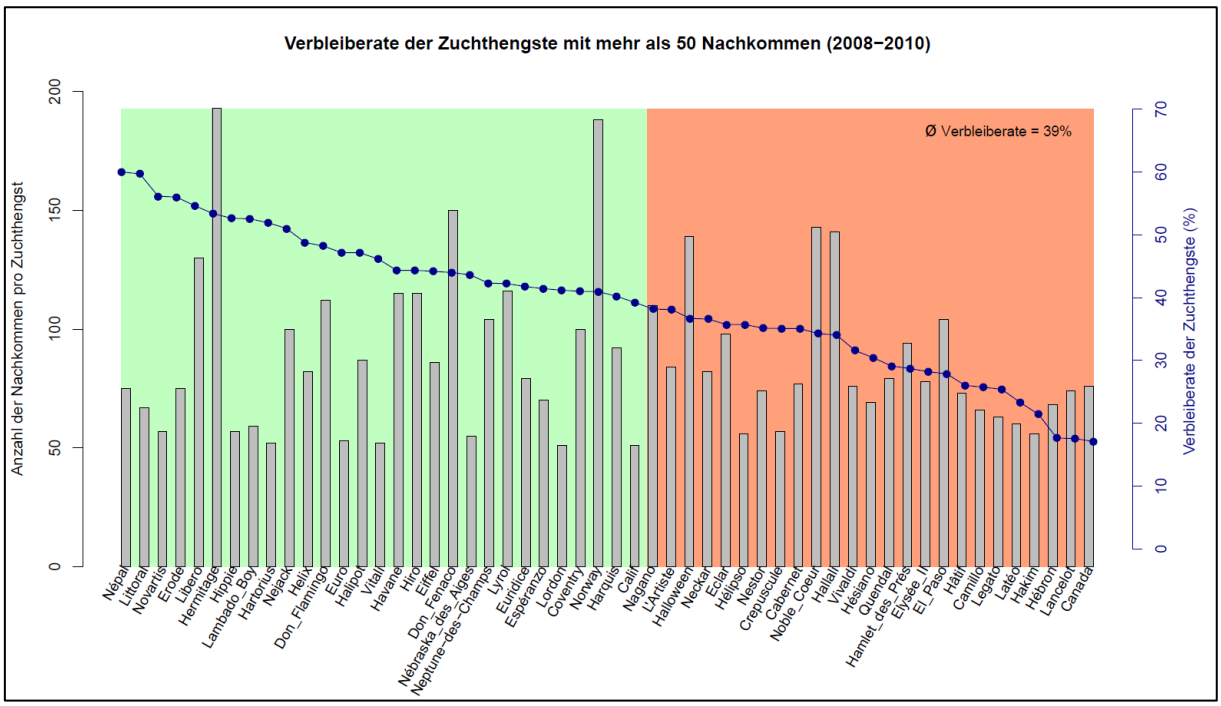


Abbildung 36: Verbleiberate der Nachkommen von Zuchthengsten mit mehr als 50 Nachkommen zwischen 2008 und 2010 (Quelle: Neuditschko et al. 2014).

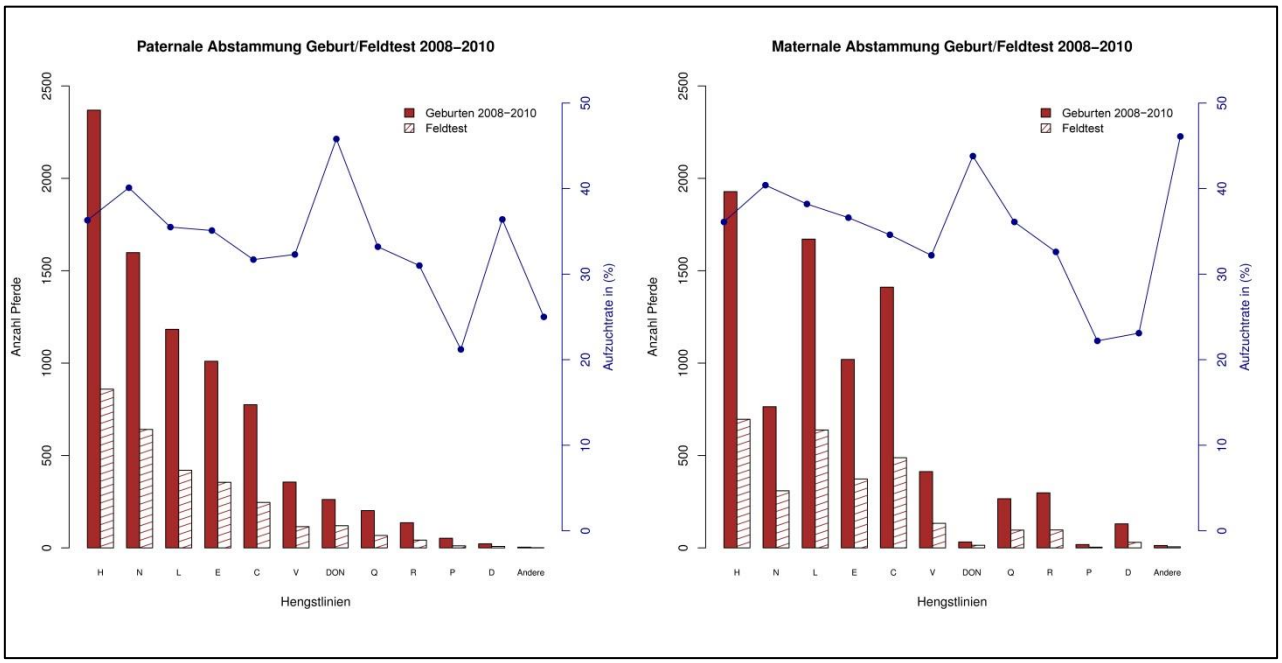


Abbildung 37: Aufzuchtrate paternal und maternal nach Hengstlinie (Quelle: Neuditschko et al. 2014).

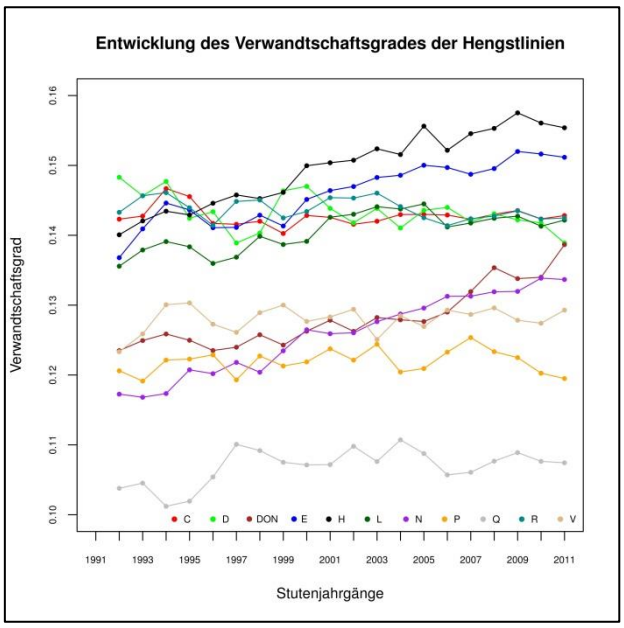


Abbildung 38: Entwicklungstendenzen zwischen den Hengstlinien und Verwandtschaftsgrad derselben zur aktuellen Stutenpopulation (Quelle: Neuditschko et al. 2014).

Im Zusammenhang mit Geburtenrate und Aufzuchtanteilen finden sich bedeutende Unterschiede zwischen den Kantonen. Insgesamt erscheinen 39 % der geborenen Freiberger im dritten Lebensjahr an einem Feldtest. Weitere 16 % bleiben als Nutzpferde im System, absolvieren aber keinen Feldtest. Diese 16 % sind ein Datenverlust für die Zuchtwertschätzung und ein Verlust für die Qualitätssicherung der Freibergerpferde mittels Leistungsprüfungen. Rund 45 % der Freibergerpferde erreichen das dritte Altersjahr nicht und werden der Fleischproduktion zugeführt. Erwähnenswert ist diesbezüglich der Einfluss des Geschlechts (Abbildung 39). Am Feldtest mit drei Jahren nehmen 63 % Stuten und 37 % männliche Tiere teil, dies obwohl bei Geburt das Geschlechterverhältnis ausgeglichen ist. Die vermehrte Schlachtung von männlichen Pferden führt möglicherweise zu einem strukturellen Problem, werden doch am Markt für Nutzpferde meist mehr männliche nachgefragt. Gemäss unseren Daten erzielen die Wallache im Schnitt als Nutzpferde höhere Preise als Stuten (Verkaufsliste FJEC).

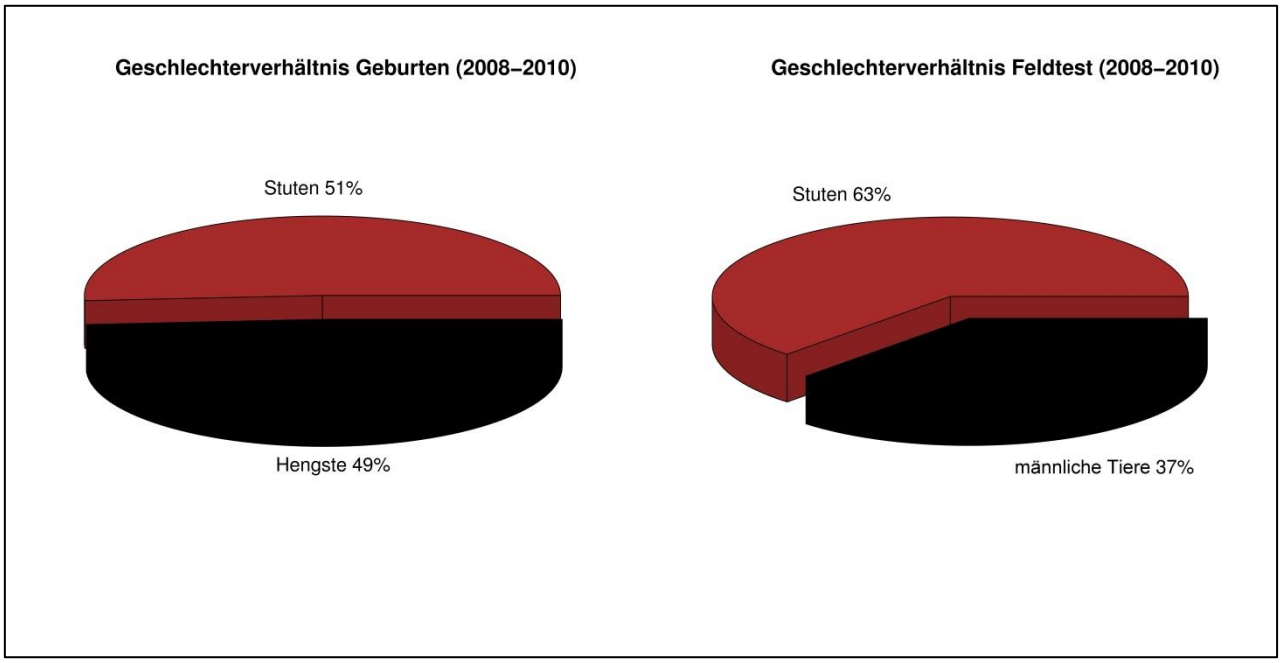


Abbildung 39: Geschlechterverhältnis bei Geburt und am Feldtest mit drei Jahren.

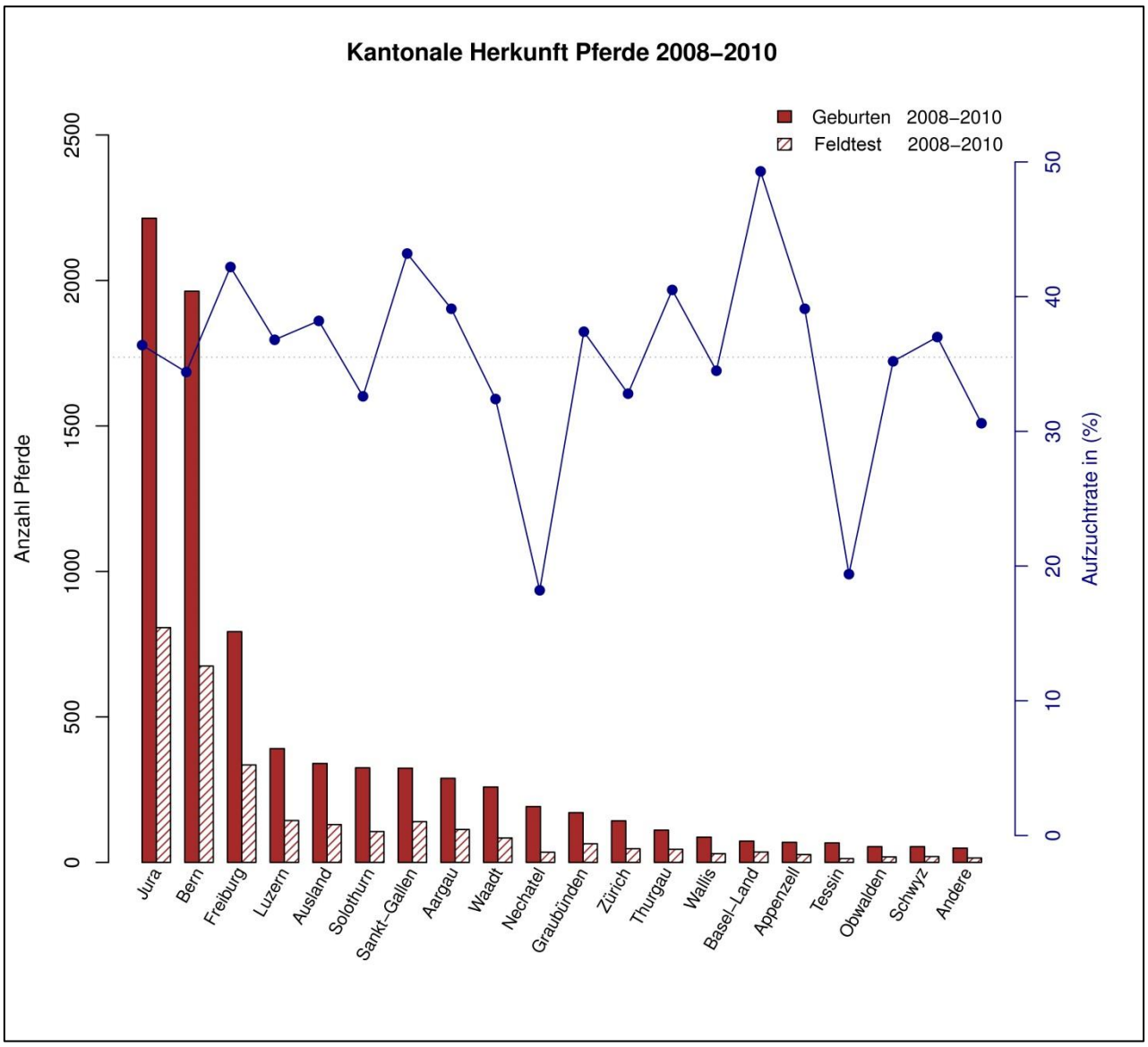
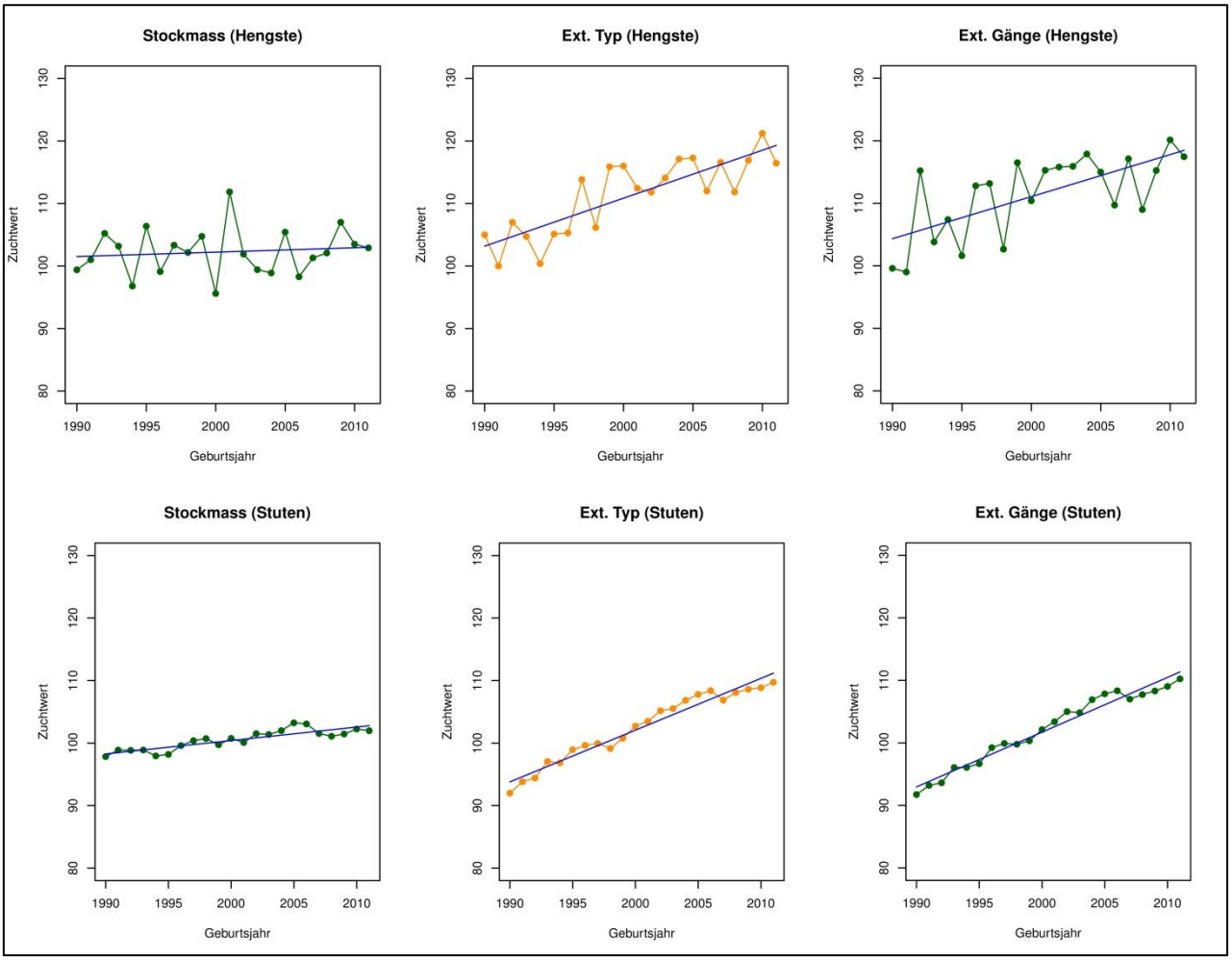


Abbildung 40: Rund die Hälfte aller Freibergerpferde werden in der Schweiz in den Kantonen Jura, Bern und Freiburg gezüchtet.

Die Aufzuchtrate unterscheidet sich je nach Kanton bedeutend (Abbildung 40). In den Kantonen Neuenburg und Tessin erreichen nur knapp 20 % der geborenen Freiberger das dritte Altersjahr (Fleischproduktion), im Kanton Basel-Land sind es demgegenüber rund 50 %. In den Kantonen Jura, Bern und Freiburg ist die Zucht von Freibergern ein landwirtschaftlicher Betriebszweig (eher grosse Bestände pro Betrieb), in den restlichen Kantonen der Schweiz dominiert vornehmlich die bäuerliche Hobbyzucht. Ist ein landwirtschaftlicher Betriebszweig nicht rentabel, besteht eher die Gefahr, dass er zu Gunsten einer alternativen Tätigkeit (z. B. Mutterkuhhaltung) aufgegeben wird. Eine Hobbyzucht, auch bäuerlicher Art, wird demgegenüber weniger kosten-, respektive gewinnorientiert betrieben. Tendenziell dürfte in Zukunft der Anteil Hobby-Züchter gegenüber dem Anteil landwirtschaftlicher Betriebszweig zunehmen.

Der SFV verfügt über ein mehrstufiges Zuchtprogramm. Kernelemente sind der Stationstest der Hengste und der Feldtest für Stuten und Wallache. Der Stationstest ist seit 1990 der Hauptselektionspfad. Die Daten aus den Feldtests (Beginn 1991) der 3-jährigen Stuten und Wallache fliessen seit 2006 in eine Zuchtwertschätzung für total 43 phänotypische Merkmale. Die Zuchtwerte werden mittels „Best Linear Unbiased Prediction (BLUP)“ in einem Mehrmerkmals-Tiermodell geschätzt. Die Analyse der durchschnittlichen Zuchtwerte für die 43 Merkmale über die Zeit (genetische Trends) erlaubt eine objektive Beurteilung zwischen Zuchtziel und Entwicklungen in der Population. Zudem lässt sich damit der Zuchtfortschritt über die Zeit aufzeigen.



Abbildungen 41: Genetische Trends für Grösse, Typ und Gänge bei Hengsten und Stuten der Freibergerrasse. Der Trend Richtung mehr Gänge und modernerem Pferdetyp ist deutlich sichtbar. Die Stuten werden tendenziell grösser. Bei den Hengsten (N=201) ist aufgrund des kleineren Datenumfangs die Variation um die Trendlinie ausgeprägter als bei den Stuten (N=13‘006) (Quelle: Neuditschko et al. 2014).

Der Freiberger ist zudem weltweit die erste und bisher einzige Pferderasse, die über die Grundlagendaten zur Einführung der genomischen Zuchtwertschätzung und Selektion verfügt, basierend auf 50‘000 SNP Array-Daten sowie imputierten NGS-Sequenzdaten (Frischknecht et al. 2014). Im Rahmen einer Doktorarbeit (PhD) an der Universität Bern konnten diese Grundlagen wie Alleleffekte und Genauigkeiten für die genomischen Zuchtwerte erarbeitet werden. Dank dem Zuchtprogramm mit Leistungsprüfungen ist der Freiberger eine sehr gesunde und einsatzbereite Rasse. Erbfehler kommen kaum vor, und wenn, werden sie im Grundsatz systematisch bekämpft oder durch die Leistungsprüfungen ausgemerzt. Leistungsprüfungen mit drei Jahren fördern frühreife Pferde, die über eine vorteilhafte Lernfähigkeit verfügen. Dies ist ein klarer Vorteil gegenüber spätreiferen Pferderassen, die Kapital länger binden, bis ein Verkauf als Nutzpferd möglich ist. Frühreife Pferde zeigen zudem dank ihrer genetischen Veranlagungen (kooperatives Verhalten, Konzentrationsfähigkeit, Lernfähigkeit, Handlichkeit, Gänge usw.) die erwarteten Eigenschaften bereits sehr früh und nach einer relativ kurzen Vorbereitungszeit. Spätreifere Pferde laufen hingegen Gefahr, längeren und intensiveren Trainingseinheiten unterworfen zu werden. In diesem Fall können sie Zwängen ausgesetzt sein, zum Beispiel extremer physischer und psychischer Überanstrengung, die missbräuchlich sein kann, wenn die Ausbildung vor allem auf negativer Verstärkung basiert oder sogar auf Bestrafung (Poncet et al. 2011). Die Selektion auf Frühreife ist in diesem Sinne auch aus Sicht des Tierschutzes begründbar.

Wünsche um die Abschaffung oder die Schwächung der Leistungsprüfungen mit drei Jahren, wie sie in den letzten Monaten von Züchterkreisen gefordert wurden, sind aus dieser Optik abzulehnen. Es stellt sich dazu auch generell die Frage an die Stutenbesitzer, ob sie Hengste auf ihre Stuten einsetzen möchten, welche unter Feldbedingungen durch den Hengsthalter an einem Tag, ohne Standardisierung und kontrollierte Vorbereitung geprüft wurden, oder ob sie Hengste einsetzen möchten, die durch ein standardisiertes System über mehrere Wochen getestet und selektiert wurden. Die Stutenbesitzer tragen das finanzielle Risiko in der Zucht; sie dürften das grösste Interesse an einem

nachweisbaren und glaubhaften Qualitätsausweis der einzusetzenden Hengste besitzen.

Die primären Herausforderungen zuchttechnischer Art beim Freiberger sind Folgende:

- Monitoring Diversität: Inzuchtrate tief halten, phänotypische und genetische Diversität überwachen.
- Umgang mit Wünschen nach weiteren Einkreuzungen objektiv beurteilen. Gefahren: Partikulärinteressen einzelner Züchter/Hengsthalter nicht überbewerten; Typverlust Freiberger bedenken; Verlust an Glaubwürdigkeit als eigenständige lokale Rasse; Einführung von unerwünschten, bisher nicht bekannten Eigenschaften berücksichtigen, Unterstützung Bund nur für Tiere der Reinzuchtpopulation usw.
- Monitoring und Umgang mit unerwünschten Merkmalen: Katalogisierung, Einstufung nach Belastung und Wirkung, Kommunikationsstrategie und Schulung der Mitglieder in diesem Dossier (Beispiele: CLF, PSSM, Verhalten, Exterieurmängel, weitere in Zukunft). Positive Kommunikation fördern.
- Umgang mit Subpopulationen: Population nicht segmentieren; möglichst viele Züchter/Tiere für das Zuchtprogramm motivieren zur Erhaltung und Förderung der Qualität.
- Datenerfassung im Rahmen der Feldtests/Stationstest: Qualität der Phänotypen erhöhen, Kompetenz der Experten/Richter erhöhen, Schulungen und Kalibrierung der Experten/Richter zwecks besserer Wiederholbarkeit der Daten und Übereinstimmung der Experten in der Datenerfassung. Weniger Testplätze und weniger Richter zwecks Erhöhung der Tierzahlen je Platz und Richter (Verbesserung der Varianzkomponenten-schätzung und Zuchtwertschätzung).
- Definition der Zuchtziele auf Stufe Phänotyp und Zuchtwert (Bestimmung Optima; wirtschaftliche Gewichtung der einzelnen Merkmale und Erstellung von Teil- und Gesamtindices). Genauere Definition der Zuchtziele je Merkmal und Überwachung der Trends. Schulung der Experten/Richter.
- Gezielte und systematische Nutzung der vorhandenen zuchttechnischen Parameter, Schulung und Akzeptanz der Funktionäre des SFV und der Züchter.
- Optimierung des bestehenden Zuchtprogrammes durch Verstärkung der vier Selektionspfade, insbesondere des Pfades Mutter-Sohn. Anforderung an Hengstmütter definieren; gezielte Paarungen vornehmen mit dem Ziel, die Diversität und den Zuchtfortschritt zu erhalten respektive zu steigern.
- Erhaltung des Freibergertyps und aktuelle Typentwicklung/Erkennbarkeit eines Freibergers im Vergleich zu Warmblut und anderen Rassen ist ein bedeutender Punkt zur Platzierung der Marke Freiberger. Dazu gehört auch der Kontext Polyvalenz versus Spezialisten (siehe Einleitung und Kapitel Markt und Image).
- Zuchtziele mit genetischen Trends und Kundenanforderungen systematisch abgleichen (z. B. Thema Mitbewerber Ponys; Förderung kleinerer Freiberger?). Freizeitpferde sollen elegant aber einfach im Umgang und in der Haltung sowie einfach im Training und der Nutzung sein.
- Nachwuchsförderungsprogramme einführen; Jungzüchter, Nutzergruppen usw. fördern.
- Hengstprogramme und differenzierte Decktaxen einführen. Trennung von Fleischproduktion und Preis eines erstklassigen Freizeitpferdes. Die Decktaxen sind heute im Vergleich zum restlichen Pferdemarktumfeld viel zu tief. Eine Erhöhung der Decktaxen wird direkt eine Erhöhung der Aufzuchtrate bewirken.
- Attraktive Dienstleistungen für Züchter und Nutzer entwickeln (z. B. Paarungsplanung, Pedigree-abfragen, Leistungsabfragen, Vergünstigungen für Mitglieder bei Wirtschaftspartnern usw.): Kundenbindung mit Marke FM und Milieu stärken. Dienstleistungen als echte Mehrwerte und zur Akquirierung von Mitgliedern und Kunden ausbauen.
- „Foresight“ bezüglich der Konsequenzen auf die Entwicklung in der Freibergerrasse hinsichtlich der Verschiebung der Zuchtaktivitäten vom landwirtschaftlichen Betriebszweig zur privaten und bäuerlichen Hobbypferdezucht. Dieser Kontext stösst Fragen rund um die Geschlechterrollen in der Pferdebranche an, wie beispielsweise das Verhältnis einer heute männlich geprägten Züchterschaft gegenüber der weiblich geprägten Pferdenutzerschaft. Eine Verschiebung der Freibergerzucht ins Private dürfte mit einem steigenden Anteil von Frauen als Züchterinnen einhergehen. Dies wiederum wird Einfluss haben auf die zukünftige Gestaltung eines Zuchtprogrammes, der damit zusammenhängenden Prozesse, der Gewichtung von Merkmalen, der Sicht auf das Tier, den Umgang, die Haltung usw.

Als Fazit aus dem Themenschwerpunkt (Arbeitspaket II) Zucht und Genetik lässt sich festhalten, dass die Herausforderungen für den SFV und seine Mitglieder nicht in erster Linie im Zuchttechnischen liegen. Im Gegenteil, der SFV verfügt über eine Datengrundlage und eine wissenschaftliche Begleitung seiner Population, die seinesgleichen in der Pferdebranche sucht. Es sind dies Qualitäten, die als Marktvorteile für den Freiberger noch besser genutzt werden könnten. Die zuchttechnischen und genetischen Herausforderungen scheinen deshalb mit dem verfügbaren Instrumentarium lösbar zu sein.

5. Arbeitspaket III: Öffentliche und private Unterstützung

Der Bund und die Kantone unterstützen die Pferdebranche mit Geldern in Form von Direktzahlungen sowie Beiträgen für die Pferdezucht. Mit Inkrafttreten der AP 2014–2017 sind die Direktzahlungsbeiträge im direkten Zusammenhang mit der Tierhaltung gestrichen worden. Sie wurden zum Teil mit flächenbezogen Beiträgen kompensiert. Die Abnahme der Unterstützung der landwirtschaftlichen Betriebe betrifft ebenfalls die Betriebe mit Pferdehaltung.

Die Anerkennung von Zuchtorganisationen und privaten Zuchtunternehmen, die Beiträge für die Tierzucht und Forschungsprojekte und die Beiträge zur Erhaltung der Schweizer Rassen sind in der Verordnung über die Tierzucht vom 31. Oktober 2012 (Version 01.07.2014), geregelt[20]: Für die Equidenzucht werden pro Jahr höchstens 2.2 Millionen Franken ausgerichtet. Der Beitrag beträgt je identifiziertes und im Herdebuch eingetragenes Fohlen 400 Franken, je Hengstleistungsprüfung in der Station 650 Franken und je Hengstleistungsprüfung im Feld 50 Franken.

Als gezielte Erhaltungsmassnahme (Stuten der Rasse Freiberger mit Fohlen bei Fuss) sind höchstens 1‘160‘000 Franken reserviert. 2013 wurden 400 Franken je Stute ausbezahlt und ab 2014 je 500 Franken.

5.1 Wiederkehrende staatliche Beiträge an die Pferdezucht

Im Jahr 2013 betrugen die Beiträge an die Pferdezucht 2‘112‘280 Franken (wovon 948‘460 Franken für die Freibergerzucht). Nicht berücksichtigt sind dabei die Beiträge zur Erhaltung der Freibergerrasse. Die Beiträge an die Pferdezucht entsprachen 6.2 % des gesamten Tierzuchtbudgets. 2013 wurden total 763‘980 Franken für Leistungsprüfungen (ohne Stationsprüfung für die Hengste) ausbezahlt, wovon 87‘960 Franken für die Freiberger (Abrechnung BLW für 2013). Seit 2014 werden keine Beiträge für Leistungsprüfungen mehr ausgeschüttet. Für das Jahr 2014 weist das Budget der Beiträge an die Pferdezucht 1‘399‘250 Franken aus (4.2 % des Tierzuchtbudgets). Die Gesamtbeiträge an die Pferdezucht sinken 2014 um geschätzte 34 %. Mit der Abnahme der Geburten könnten die Beiträge jedoch tiefer ausfallen als im Budget 2014 vorgesehen.

[20] http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20121964/index.html

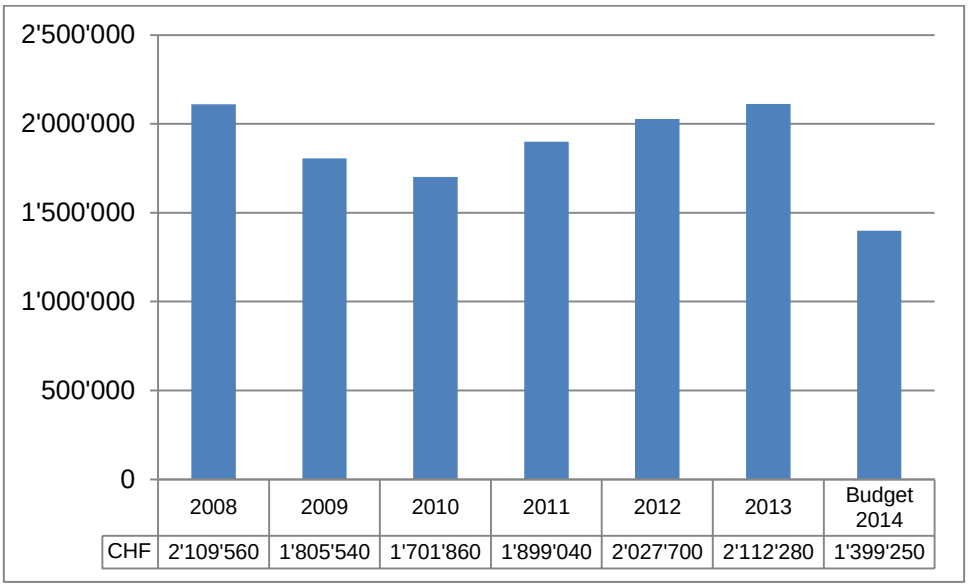


Abbildung 42: Entwicklung der Equidenzuchtbeiträge zwischen 2008 und 2013 (Quelle: Zingg 2014).

Im Jahr 2013 betrug der Anteil der an den Freibergerverband ausbezahlten Beiträge für die Zucht 45 % des Gesamtbudgets für Equiden. Seit 2001 gibt es gezielte Beiträge für die Erhaltung der Freibergerrasse. 2013 wurden 847‘600 Franken für 2‘119 Stuten mit Fohlen bei Fuss ausbezahlt. Die an Pferde der Freibergerrasse entrichteten Beiträge haben während den letzten Jahren abgenommen (Abbildung 40). Begründet ist dies in erster Linie im Wegfall der Ausfuhrbeihilfen sowie im Rückgang der identifizierten und registrierten Fohlen.

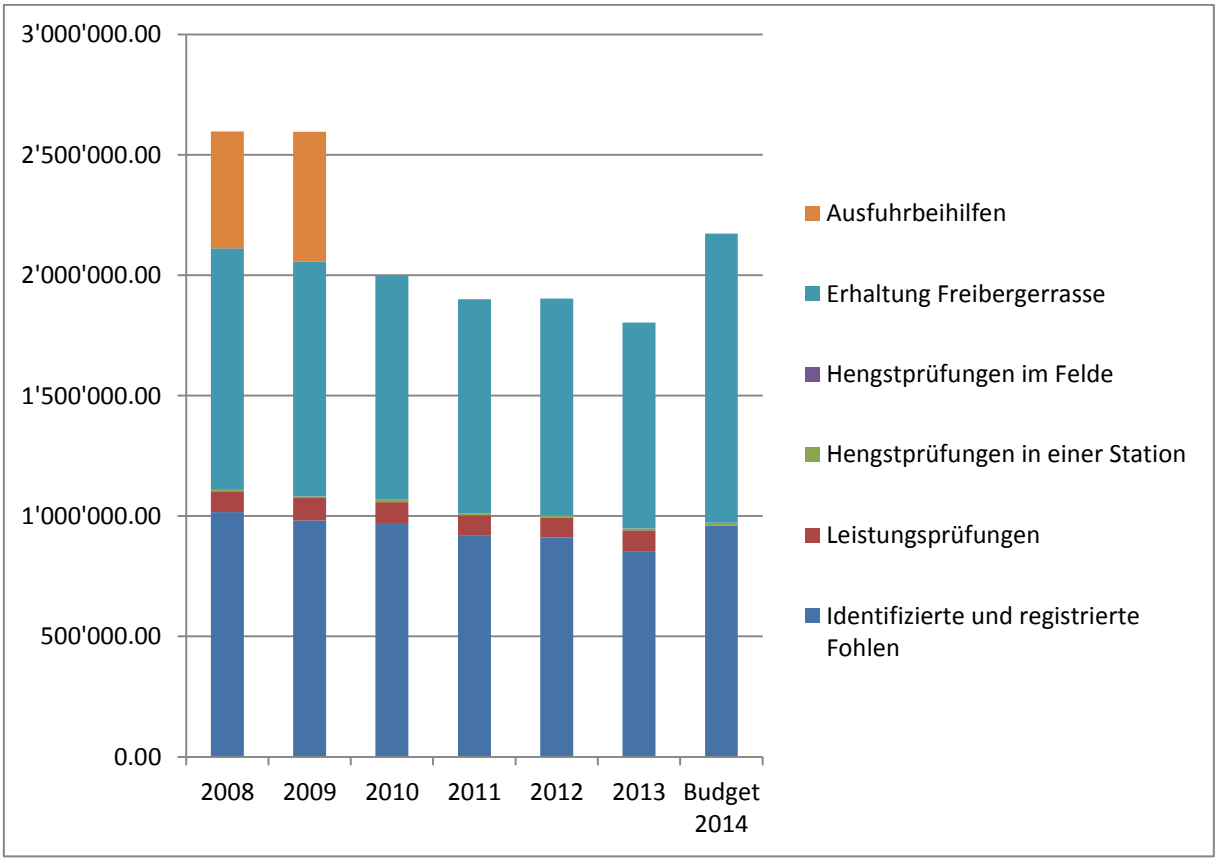


Abbildung 43: Entwicklung der an die Freibergerrasse ausbezahlten Beiträge zwischen 2008 und 2013 (Quelle: Zingg 2014).

5.1.1 Das Schweizer Nationalgestüt (SNG) in Avenches

Jährlich werden am Schweizer Nationalgestüt von Agroscope rund 3‘000 Arbeitstage für Dienstleistungen, Forschung und Wissenstransfer geleistet, die direkt dem Aufwand Freibergerpferde zugeteilt werden können. Dies entspricht einem Betrag von rund 3 Mio. Franken pro Jahr. Diese Summe entsteht durch Personal-, Betriebs- und Investitionskosten im Zusammenhang mit der Freiberger-Hengsthaltung, dem Deckgeschäft mit Freibergerhengsten, dem täglichen Training der Hengste und den Vorführungen im In- und Ausland. Weitere Positionen sind u. a. der Stationstest der Hengstanwärter, ein Feldtest für Freibergerpferde, Equus Helveticus inklusive FM National, Ausbildungskurse für Freibergerzüchter und Beratungs- sowie Expertisetätigkeiten für die Freibergerbranche.

5.1.2 Kantonale Unterstützung an die Pferdezucht

Einige Kantone unterstützen die Pferdezucht auch weiterhin, obwohl diese Aufgabe mit der neuen Aufgabenteilung zwischen Bund und Kantonen dem Bund zugeteilt wurde. Die zusätzlichen Leistungen der Kantone, werden vom SFV und vom Freibergermilieu klar als positiv für die Freibergerzucht gewertet.

In den Kantonen Jura, Bern, Freiburg, Waadt und Aargau werden für Pferde der Freibergerrasse Beiträge in unterschiedlicher Höhe je Stute mit Fohlen und je Feldtestteilnehmer ausbezahlt. Im Kanton Bern beispielsweise gibt es zusätzliche Beiträge für kantonale Ausstellungen und Veranstaltungen, Zucht- und Nutztierschauen sowie Hengstpräsentationen. Der Kanton Jura unterstützt neben den genannten Massnahmen als einziger Kanton zusätzlich die Exporte von Freibergerpferden. Diese Exportprämie wird ausserhalb des Kanton Juras kontrovers diskutiert. Einerseits gibt es Stimmen, die die Prämie als marktverzerrend ablehnen, da sie letztlich zu einem Preisdruck auf dem Freibergermarkt führen soll. Ähnliche Effekte konnten vor Jahren auch in der Rindviehproduktion festgestellt werden (Mitteilung BLW 2014). Andere Stimmen teilen diese Befürchtung nicht und gehen eher von einer Entlastung des Inlandmarktes durch den Export der Pferde aus dem Jura ins Ausland, aus. Die wenigen Daten, die für diese Arbeit zur Verfügung standen (Verkaufslisten des jurassischen Pferdezuchtverbandes mit Preisangaben von Exportpferden und Pferden, die auf dem Inlandmarkt verkauft wurden), bestätigen die Befürchtung hinsichtlich des Preisdrucks nicht.

Tabelle 9: Übersicht über die Beiträge zur Unterstützung der Freibergerrasse

Übersicht Unterstützung der Freibergerrasse			
Beiträge des Bundes (TZV Art. 16, 24) Rechung 2013			
Identifizierte und registrierte Fohlen mit ZWS	400 CHF / Tier	2’130 Fohlen	852’000 CHF
Hengstprüfung in einer Station	500 CHF / Tier	17 Hengste	8‘500 CHF
Erhaltung der Freibergerrasse: Beiträge für Stuten mit Fohlen bei Fuss	400 CHF / Tier	2119 Stuten	847‘600.00 CHF
Total			**~ 1‘708‘100 CHF / Jahr**
Aktivitäten des Schweizer Nationalgestütes gemäss Landwirtschaftsgesetz (LWG)			
Direkt dem FM zuteilbarer Aufwand			**~ 3.0 Mio. CHF / Jahr**
Kantonale Beiträge			
Total (soweit bekannt)			~ 520'000 CHF / Jahr
Projektbezogene Fördermittel (TZV)			
Beiträge aus Absatzförderung (LAfV)			
Beiträge an den SFV für Ausstellungen			~ 60’000 CHF / Jahr

5.2 Private Einnahmen SFV

Die Unterstützung des Bundes deckt rund 57 % aller Kosten des SFV ab. Die restlichen Kosten werden durch private Einnahmen (Gebühren Pferdeschauen, Erstellen von Abstammungsscheinen und Pferdepässen, Verbandszeitschrift) gedeckt. In untenstehender Tabelle 10 sind die privaten Einnahmen des SFV zusammengefasst. Mit dem Rückgang der Bundesbeiträge ab 2014 wird der Anteil privater Einnahmen auf geschätzte 48 % ansteigen.

Tabelle 10: Private Einnahmen SFV 2013 (Quelle: SFV 2014b)

Ertrag aus Leistungen	**In CHF**
Herdebuch	357‘710.56
Zuchtprüfungen	148‘595.11
Verbandszeitschrift	133‘292.91
Übriger Ertrag	117‘637.39
Total	**757‘235.97**

5.3 Wirkung der öffentlichen Unterstützung

Grundsätzlich werden die existierenden Beiträge der öffentlichen Hand von allen Mitgliedern der Arbeitsgruppe wie auch von den im Rahmen der Interviews befragten Experten als notwendig und wirksam beurteilt. Die Beiträge für identifizierte und registrierte Fohlen (TZV Art. 16) unterstützen den SFV in der Herdebuchführung nach Vorgaben der Tierzuchtverordnung (Deckregister, Bedeckungen, Geburten, Identifikation, Abstammungsscheine, Pferdepässe, Leistungsprüfungen inklusive Hengstleistungsprüfungen, Leistungsdatenerfassung, Eintragung in HB-Kategorien, Abgänge), in der Organisation der Fohlenschauen und in der Zuchtwertschätzung. Diese Beiträge zur Verbesserung der Produktionsgrundlagen kommen in analoger Weise auch allen anderen anerkannten Zuchtorganisationen aller Spezies zu Gute. Der SFV nimmt diesbezüglich keine Sonderposition ein. Die Unterstützung der Nutztierzucht ist allgemein anerkannt. Ebenso die Beiträge zur Erhaltung der Nutztierrassen mit Ursprung in der Schweiz. Der Beitrag von 500 Franken (ab 2014) für Freibergerstuten mit Fohlen bei Fuss ist in diesem Kontext als Beitrag zum öffentlichen Gut Freiberger und zur Erhaltung der lebendigen Tradition der Freibergerzucht nach Beuret (2000) zu verstehen.

Für die Auszahlung der Beiträge zur Erhaltung der Freibergerrasse (TZV Art. 24) empfehlen die Experten wie auch eine Mehrheit der Mitglieder der Arbeitsgruppe eine Umverteilung, d. h. dass ein Teil der Prämie an den Eigentümer des Tieres bei der Geburt und Eintragung ins Herdebuch ausbezahlt wird und ein weiterer Teil beispielsweise bei absolviertem Feldtest des 3-jährigen Tieres. Die Auflagen dazu müssten mit den Einzelzüchtern vertraglich geregelt werden. Diese Massnahme würde die Aufzucht und die Ausbildung für den Feldtest, und nicht nur die Zeugung von Freibergerpferden, stimulieren.

Die zusätzlichen Beiträge der Kantone können mit den vorliegenden Daten nicht abschliessend beurteilt werden. Die Vertreter des Freibergermilieus und des Kantons Jura sind von deren positiven Wirkung überzeugt. Die anderen Mitglieder der Arbeitsgruppe und ein Teil der befragten Experten weisen auf mögliche marktverzerrende Effekte aufgrund von kantonalen Beiträgen hin. Sie schaffen klar Unterschiede zwischen den Freibergerzüchtern in verschiedenen Kantonen.

Die Leistungen des Schweizer Nationalgestütes werden für die Freiberger als wirksam und unabdingbar eingeschätzt. Dies betrifft in erster Linie den Teil Hengsthaltung sowie Veranstaltungen zur Promotion und Förderung des Freibergers. Kritisch betrachtet wird teilweise die Veröffentlichung von Forschungsergebnissen und deren Wirkung auf den Markt. Generell wird von Seiten Freibergermilieu mehr Beratung und Schulung durch das SNG erwartet. Explizit steht dazu im „Catalogue de mesures“ (Anhang I) unter anderem:

- „Par la garde d’une cinquantaine d’étalons, le HNS contribue de manière déterminante à la diversité génétique de la race, à la qualité de l’étalonnerie et à la présence d’étalons dans l’ensemble du pays.“

- „Les moyens pour le conseil, que ce soit pour les éleveurs (Bureau de conseil du HNS) ou pour la FSFM, doivent être renforcés. AGRIDEA a supprimé dans son cahier des charges le conseil en matière de détention et d'élevage du cheval. Il est dès lors impératif que ce rôle se développe.“

- „La formation professionelle doit être améliorée dans tous les milieux intéressés par le cheval FM, tant en ce qui concerne la formation initiale que la formation continue. Elle doit être décentralisée dans les diverses régions du pays et orientée vers des besoins à redéfinir.“

Insbesondere der Wunsch nach mehr Ausbildung steht in einem gewissen Zielkonflikt zur Ausrichtung von Agroscope als Forschungs- gegenüber einer Bildungsinstitution. Die Mitarbeitenden des SNG leisten bereits ein hohes Pensum an Unterricht. Strategisch wurde im Rahmen der Fusion mit ALP-Haras und heute Agroscope, Institut für Nutztierwissenschaften, vor drei Jahren entschieden, am SNG verstärkt Akzente in der Forschung zu setzen und den direkten Wissenstransfer in Form von Unterricht an die Endverbraucher zu reduzieren. Ein dezentralisiertes Bildungsangebot durch Mitarbeitende des SNG scheint aus dieser Optik und aus Ressourcengründen nicht realisierbar. Das SNG ist sich der Bedeutung der Ausbildung und der Professionalisierung der Akteure der Pferdebranche bewusst. Der Schwerpunkt liegt hierbei in der Ausbildung

von Multiplikatoren, die mit Unterrichtsmaterial des SNG den Endverbraucher bedienen können.

Als Fazit aus dem Themenschwerpunkt (Arbeitspaket III) Öffentliche und private Unterstützung lässt sich festhalten, dass diese wie andernorts in der Primärproduktion nötig ist und von den Akteuren als wirksam eingestuft wird. Im „Catalogue de mesures“ (Anhang I) der Vertreter des FM-Milieus und des Kantons Jura wird weiter festgehalten, „Une stratégie de préservation de la race ne produira pas d'effets suffisants, voire sera vouée à l'échec, si des moyens financiers supplémentaires ne sont pas dégagés“. Die Arbeitsgruppe fand aber insbesondere zum Punkt „Höhe und Umfang der öffentlichen Beiträge“ keinen Konsens. Auch das Dossier Import/Export von Pferden wurde von den Vertretern des Freibergermilieus und des Kantons Jura anders beurteilt als von der Mehrheit der Arbeitsgruppe (Priorisierung Inlandmarkt; Einhaltung WTO-Vorgaben). Die Wirksamkeit kantonaler Beiträge wurde in der Arbeitsgruppe kontrovers diskutiert und mögliche marktverzerrende Effekte als unerwünscht taxiert. Die zugänglichen Daten weisen zudem darauf hin, dass der Freiberger im Vergleich zu anderen Schweizer Nutztierspezies bereits bedeutende öffentliche Unterstützung geniesst. Mit einem Beitrag von 500 Franken für Stuten mit Fohlen sowie den Aktivitäten des Schweizer Nationalgestüts von Agroscope wird dem öffentlichen Gut Freiberger, wie von Beuret (2000) vorgeschlagen, in hohem Masse Genüge getan. Die Arbeitsgruppe schlägt mehrheitlich vor, dass der Einsatz der verfügbaren Bundesbeiträge sowie die Zusammenarbeit zwischen SFV und SNG optimiert werden. Denkbar ist beispielsweise eine Umverteilung der Prämie für Stuten mit Fohlen bei Fuss, indem ein Teil der Prämie an den Eigentümer des Tieres bei der Geburt und Eintragung ins Herdebuch ausbezahlt wird und ein weiterer Teil beispielsweise bei absolviertem Feldtest des 3-jährigen Tieres. Agroscope ist es ein Anliegen, dass die für den Freiberger eingesetzte Ressourcen bestmögliche Wirkung erzielen.

6. Strategieentwicklung

Am Anfang eines Strategieentwicklungsprozesses steht die Entwicklung einer Vision. Folgende Vision erarbeitete die Arbeitsgruppe im Laufe des Prozesses:

6.1 Vision FM 2030

„Im Jahr 2030 ist der Freiberger die beliebteste Pferderasse in der Schweiz. Eine treue Anhängerschaft findet sich zudem in unseren Nachbarländern. Der Freiberger verbindet Menschen aller Altersklassen und sozialer Milieus mit Freude an der Natur und an sportlichen Aktivitäten. Die Zucht und Nutzung des Freibergers ist lohnenswert und lebendiges Kulturgut der Schweiz.“

Die Vision enthält implizit Angaben zur Anzahl der angestrebten Pferde im Verhältnis zur Schweizer Pferdepopulation. Sie weist auf die „FM-Community“ und die FM-Marke im In- und Ausland hin und beschreibt die Altersstruktur sowie die sozialen Milieus. Die Vision beinhaltet die primären Nutzungszwecke und erwähnt die Bedeutung der Wirtschaftlichkeit und des kulturellen Erbes der Zucht und Haltung von Freibergern.

6.2 Strategische Ziele und Massnahmen abgeleitet aus Arbeitspaketen, Umfrage, Interviews

Die Resultate und Erkenntnisse aus den drei Themenschwerpunkten (Arbeitspakete I-III) dienten der Definition von strategischen Zielen und der Ableitung von Massnahmen. Diese Ziele und Massnahmen sind als Möglichkeiten zu verstehen. Die Evaluation der Wirkung und das konkrete Vorgehen bei der Umsetzung derselben müssten in einer nächsten Projektphase erarbeitet werden.

Der Hauptfokus der vorliegenden Arbeit liegt auf der Thematik Markt und Image. Die Mehrheit der Arbeitsgruppe – wie auch diverse vorgängige Berichte zum selben Themenbereich beim Freiberger zeigen – vertritt die Meinung, dass hier der Schlüssel für die nachhaltige Förderung und Zukunft der Freibergerrasse zu finden ist. Die Thematik schliesst die Diskussion um gesellschaftliche Veränderungen, insbesondere zur Rolle der Frauen in der Pferdebranche, mit ein: Heute primär Pferdenutzerinnen, morgen möglicherweise auch Züchterinnen? Konsequenzen für den Freiberger?

Im Themenbereich Zucht und Genetik gibt es Herausforderungen technischer und organisatorischer Art. Diese erscheinen der Arbeitsgruppe aber letztlich mittels Einsatz von geeigneten Massnahmen und angepasster Technologie als lösbar.

Der Themenbereich Öffentliche und private Unterstützung wird von der Arbeitsgruppe unterschiedlich beurteilt. Eine Mehrheit der Arbeitsgruppe betrachtet die öffentliche Unterstützung als eine Rahmenbedingung. Diese Unterstützung ist derzeit von substantieller Bedeutung für die Führung des Zuchtprogrammes des Freibergers und den Betrieb einer Geschäftsstelle mit funktionierenden Grundleistungen an die Freibergerzüchter und -nutzer. Eine Mehrheit der Arbeitsgruppe ist jedoch der Meinung, dass in Zukunft das private Engagement der Züchter, und insbesondere auch der Nutzer von Freibergerpferden, steigen sollte, was die Bedürfnisse und Erwartungen an Leistungen anbelangt. Die Beteiligung der öffentlichen Hand wird demgegenüber in vielen Bereichen, nicht nur was das Dossier Freiberger anbelangt, tendenziell eher rückläufig sein.

6.2.1 Arbeitspaket Markt und Image

Strategische Ziele im Arbeitspaket Markt und Image:

Strukturen schaffen, die eine aktive Bearbeitung des Pferdemarktes Schweiz ermöglichen. Um dies zu erreichen, muss der Kunde (Nutzer/Käufer) ins Zentrum sämtlicher Aktivitäten des Freibergers gestellt werden. Der aktuelle Anteil (18 %) der Freiberger am Gesamtbestand aller Equiden soll bis zum Jahr 2030 auf 25 % ausgebaut werden.

Konkrete Massnahmen zur Stärkung der Kundenorientierung wären beispielsweise:

- Förderung des Wir-Gefühls beim FM-Nutzer („Brand Community“) durch Schaffung neuer disziplinenspezifischer Nutzerorganisationen (z. B. Modell FM-Western) unter dem Dach des SFV.
- Professionalisierung des Marketings (Musard 2011) zwecks Gestaltung und Umsetzung sämtlicher im strategischen Ziel erwähnter Aktionen (schweizweit und international in Zusammenarbeit mit den regionalen Organisationen).
- Gezielte Bearbeitung des Marktes gemäss vorgeschlagener Marktsegmentierung

Sicherstellung des jährlich benötigten Angebotes an marktkonformen 3-jährigen Pferden

Konkrete Massnahmen, um ein passendes Pferd für die Freizeitgesellschaft anbieten zu können, wären beispielsweise:

- Die Züchter motivieren (Information & Prämiensystem), auf dem Markt dem Alter entsprechend bestens ausgebildete 3-jährige Pferde anzubieten.
- Die Züchter motivieren, ihre Pferde nach der Grundausbildung (Reiten und Fahren) in spezialisierten Leistungsbereichen zielgruppengerecht weiter zu fördern; die Gesamtheit der angebotenen Pferde muss alle Leistungsbereiche abdecken. Steuerung des Angebotes über den SFV.
- Erarbeitung eines standardisierten Leistungs- und Eignungsprotokolls für jedes 3-jährige Pferd zum Zwecke der transparenten Kundeninformation.

Aufbau und Unterstützung verkaufsfördernder Massnahmen

Konkrete Massnahmen, um aktiv Absatzkanäle zu schaffen und zu pflegen, wären beispielsweise:

- Sensibilisierung und Schulung der Züchter im Pferdeverkauf.
- Nach Kundensegment ausgerichtete neue Anlässe kreieren und durchführen (SFV und regionale Organisatoren und SNG) mit dem Ziel, neue Kunden mit dem Freiberger und der Freizeitpferdenutzung in Kontakt zu bringen.
- Ausbau nationale Internetplattform, inklusive Züchter und Pferdeverzeichnis.

Den Freiberger optimal zur Geltung bringen

Konkrete Massnahmen um das Image des Freibergerspferdes und seines Milieus für den Freizeitmarkt aufzuwerten und zu positionieren wären beispielsweise:

- Gezielte Pflege von Journalisten zur Motivierung für positive Berichterstattung.
- Aktive Nutzung der Social Media zwecks „Community Building“.
- Das Image des Freibergerpferdes bei Noch-Nicht-FM-Besitzern steigern durch gezielte, positiv wirkende publizistische Massnahmen.
- Die Organisatoren von Freibergerpferdeveranstaltungen vernetzen.
- Neue Prüfungen ausarbeiten, in denen der ausgeglichene Charakter und die einfache Handhabung des Freibergerpferdes besonders zur Geltung kommen.

Wertschöpfung der Zucht mittels transparenter Preisgestaltung steigern

Konkrete Massnahmen, um die Wertschöpfung der Zucht zu verbessern, wären beispielsweise:

- Die potentiellen Kunden auf die Vorteile eines in der Schweiz produzierten Pferdes sensibilisieren (siehe z. B. Flyer „Pferdekauf“ SNG).
- Für qualitativ hochstehende Fohlen ein Richtpreisband von 2‘000 bis 3‘000 Franken anstreben und aktiv kommunizieren.
- Für adulte, gut ausgebildete 3-jährige Freiberger einen durchschnittlicher Richtpreis von 10‘000 Franken anstreben und aktiv kommunizieren.

Die Marktentwicklung kennen und verfolgen.

Das Nachfrage-Monitoring zum Pferdemarkt sollte in der Schweiz laufend analysiert und durch den SFV zu Gunsten der Züchter gepflegt und kommuniziert werden.

6.2.2 Arbeitspaket Zucht und Genetik

Strategische Ziele im Arbeitspaket Zucht und Genetik:

Es soll ein dynamisches Zuchtprogramm betrieben werden, um das Ziel – eine Zucht für den Kunden – verfolgen zu können. Beispiele für konkrete Massnahmen dazu wären:

- Zuchtziele und Nachfrage-Monitoring aufeinander abstimmen.
- Genetische und phänotypische Trends verfolgen und regelmässig auf Übereinstimmung mit den Zuchtzielen und der Kundennachfrage prüfen und bei Bedarf anpassen.
- Selektion optimieren über gezielte Paarungen (z. B. Junghengste-Programm) und Anforderungen an Hengstmütter.
- Hengste, Züchter, Nutzer am Zuchtprogramm beteiligen über beispielsweise Anlässe und ein „Incentive Program“ für Hengste und ihre Nachkommen.

Zudem muss der Qualitätserhaltung weiterhin oberste Priorität eingeräumt werden. Dies wird erreicht durch:

- Zuchtwertschätzung und genetische Tests routinemässig nutzen.
- Monitoring der weltweiten Erkenntnisse und Entwicklungen im Bereich Pferdezucht betreiben und zu Gunsten des Freibergers nutzen.

- Die Leistungsprüfungen regelmässig auf den Nutzen für die Selektion und die Kundenbedürfnisse überprüfen (z. B. neuer Verhaltenstest, der wissenschaftlichen Ansprüchen und markttechnischen Anforderungen entspricht; Markt für kleinere Freiberger prüfen).
- Die Leistungsprüfungen straffen (weniger Schauplätze, mehr Tiere pro Schauplatz).
- Die Richter ausbilden im Hinblick auf optimierte Datenqualität aus den Leistungsprüfungen (Wiederholbarkeit, Varianz, Anzahl Merkmale).
- Die Züchter ausbilden im Hinblick auf optimale Nutzung aller zuchttechnischen Instrumente zur Förderung des Freibergers.
- Regeln für den Umgang mit unerwünschten Merkmalen aufstellen und kommunizieren.
- Aktiv und positiv die Qualitäten des Freibergers kommunizieren und mit Daten unterlegen.

Das nationale Kulturgut soll gepflegt und in die Zukunft geführt werden:

- Der Freiberger soll im Typ als Freiberger erkennbar bleiben.
- Die Diversität des Freibergers auf Stufe Phänotyp und Genotyp hochhalten.
- Monitoring von Verwandtschaftsgrad und Inzucht betreiben.
- Anreize für Diversität bei der Züchterschaft und den Nutzern schaffen.
- Regeln für den Umgang mit Subpopulationen aufstellen (Register). Population nicht aufspalten.
- Nachwuchsförderung aufbauen (z. B. Jungzüchter, Neuzüchter, Nutzer usw.).
- Entwicklungen Richtung Freiberger Hobbyzucht und Rolle der Frauen antizipieren.
- Positives kommunizieren, für Negatives Lösungen suchen und nicht in der Öffentlichkeit breitschlagen.

6.2.3 Arbeitspaket Öffentliche und private Unterstützung

Die öffentliche Unterstützung und die Rolle des Staates wird von der Arbeitsgruppe nicht als strategisch sondern als Rahmenbedingung betrachtet, weshalb an dieser Stelle im Prinzip keine weiterführenden Massnahmen aufgeführt sind. Erwähnt wurde bereits die Möglichkeit, die Unterstützungsbeiträge für Stuten und Fohlen neu aufzuteilen, um damit die Aufzucht und die Ausbildung von jungen Freibergerpferden zu fördern.

Ein Thema, welches keinen Abschluss fand, betrifft die generelle Diskussion um die Rolle des Staates in der Zucht. Diese hat sich vom dirigierenden Akteur (vor 1998) zum fördernden und fordernden Akteur (heute) stark gewandelt. Der Staat verteilt keine Prämien, sondern unterstützt Tätigkeiten mit Beiträgen gegen Leistungserbringung. Er fördert den Erhalt tiergenetischer Ressourcen mit Ursprung in der Schweiz oder lebendige Traditionen. Der Staat garantiert jedoch keinen Absatz der Produkte. Innerhalb der Arbeitsgruppe gab es stark divergierende Vorstellungen bezüglich der Rolle des Staates. Im „Catalogue de mesures“ (Anhang I) finden sich folgende Aussagen in diesem Kontext:

„Les éleveurs ne pourront partager une vision commune et la stratégie qui doit en découler que si une véritable volonté d'améliorer la rentabilité de l'élevage du cheval FM est affirmée. Cette volonté doit apparaître dans le rapport, tant dans la vision que dans la stratégie globale et dans les mesures envisagées.“

„Prescriptions des pouvoirs publics - Chaque fois que de nouvelles prescriptions publiques sont entrées en vigueur, il en est résulté une pression sur les effectifs de chevaux élevés en Suisse. A l’avenir, il conviendra de renoncer à toutes nouvelles contraintes à court terme et de limiter toutes nouvelles prescriptions au strict minimum à moyen terme.“

Die Mehrheit der Arbeitsgruppe betrachtet die Rolle des Staates im Sinne eines Förderers gegen Leistung. Der Staat verantwortet die Rahmenbedingungen für den Markt, der von den privaten Akteuren (Züchter, Nutzer, Vereine, Organisationen usw.) gestaltet wird.

Die private Unterstützung dürfte insgesamt an Bedeutung für den Freiberger gewinnen. Die beiden anderen Arbeitspakete (I und II) enthalten strategische Ziele und Massnahmen, welche den Bereich private Unterstützung miteinbeziehen, weshalb an dieser Stelle keine weiterführenden Massnahmen aufgeführt sind.

7. Schlusskommentar

Der vorliegende Bericht ist das Produkt von Agroscope, Schweizer Nationalgestüt (SNG) in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgruppe „Strategieentwicklung zur Erhaltung des Freibergerpferdes 2014“. In einem einleitenden Teil und einer Umfeldanalyse werden historische Entwicklungen bis hin zu den aktuellen Rahmenbedingungen der Pferdezucht und insbesondere der Freibergerzucht dargestellt. Daraus resultiert, dass sich die Nachfrage nach Pferden fundamental verändert hat und damit zusammenhängend auch die zugehörigen Kundensegmente und Absatzkanäle. Das Pferd von heute ist ein Angebot unter vielen auf dem äusserst heterogenen Freizeitmarkt. Etablierte und funktionierende Absatzkanäle für die Pferdezucht sind rar und existieren hauptsächlich im Bereich Sport. Durch das Angebot von jährlich wiederkehrenden Sportprüfungen für verschiedene Altersklassen von Pferden wird ein Nachfragemotor in Gang gesetzt, der attraktiv ist für Trainer, Reiter, Besitzer, Züchter, Sponsoren und weitere Akteure der entsprechenden Sportdisziplinen.

Im nicht wettkampforientierten Freizeitbereich gelten andere Prioritäten. Der Freiberger wird primär in diesem nicht wettkampforientierten Freizeitbereich positioniert. Damit profitiert er kaum von dem beschriebenen, durch Sport induzierten Nachfragemotor. Die hohe Diversität der Kundschaft und ihrer Bedürfnisse im Freizeitbereich sind eine Herausforderung im Bereich Absatz. Die hohen Risiken, die mit der Pferdezucht finanziell verbunden sind (Deckentscheid heute – vermarktbares Produkt rund 4.5 Jahre später), und die tiefe und oft ungenügende Rentabilität lassen insbesondere bäuerliche Züchter auf andere Geschäftsfelder umsteigen. Andererseits zeigen die Daten der Umfeldanalyse, dass der Pferdebestand in der Schweiz weiter wächst und die effektive Nachfrage nach Pferden das Inlandangebot übersteigt. Der Freiberger hält derzeit einen Inlandanteil an der Schweizer Pferdepopulation von rund 20 %. Dieser ist jedoch rückläufig. Im Angebot stehen aktuell zu wenige 3-jährige Freibergerpferde, um diesem Trend entgegenzuwirken. Eine Intensivierung der Tätigkeiten der Freibergerbranche in den Bereichen Markt und Image sowie der Aufbau von Absatzkanälen zur Sicherung der Produzentenseite, werden von der Arbeitsgruppe als zentrale Elemente einer Strategie zur Förderung des Freibergers betrachtet. Dabei sind bezüglich Massnahmen insbesondere eine verstärkte Kundenorientierung, eine positive Kommunikation und Umgang mit der Presse, die Nutzung von modernen Kommunikationskanälen sowie die Analyse der Märkte der Mitbewerber (z. B. Ponys) hervorzuheben. Wegen der hohen Kaufkraft und stabilen wirtschaftlichen Lage erscheint der Arbeitsgruppe der Inlandmarkt Schweiz besonders attraktiv. Dieser Punkt hat durch die kürzlich erfolgte Auflösung der Franken-Untergrenze zum Euro-Wechselkurs durch die Schweizer Nationalbank noch an Bedeutung gewonnen.

Der Freiberger ist eine lokale geschlossene Nutztierpopulation, der Bestand wie erwähnt abnehmend. Zur Bewältigung der züchterischen Herausforderungen, die sich dadurch ergeben, verfügt der SFV über eine breite Palette von Instrumenten und Datengrundlagen. Der Freiberger gehört zu den bestuntersuchten Pferdepopulationen weltweit und verfügt mit Hilfsmitteln zum Populationsmonitoring und mit Grundlagen zur genomischen Zuchtwertschätzung und Selektion über sehr moderne Werkzeuge. Die wissenschaftliche Begleitung der Population sucht seinesgleichen in der Pferdebranche. Es sind dies Qualitäten, die als Marktvorteile für den Freiberger noch besser genutzt werden könnten. Die zuchttechnischen und genetischen Herausforderungen scheinen deshalb mit dem verfügbaren Instrumentarium lösbar zu sein.

Die öffentliche und private Unterstützung betreffend lässt sich festhalten, dass diese, wie andernorts in der Primärproduktion, nötig ist und von den Akteuren als wirksam eingestuft wird. Die Arbeitsgruppe fand aber insbesondere zu Umfang und Höhe der Beiträge sowie betreffend des Dossiers Import/Export von Pferden keinen Konsens. Im Rahmen der Beiträge zum Erhalt der Schweizer Nutztierrassen profitiert der Freiberger von einem Beitrag für Stuten mit Fohlen. Dieser wird im Grundsatz als Beitrag an das traditionelle und öffentliche Gut Freiberger verstanden. Um dessen Wirkung gegebenenfalls zu optimieren ist eine Umverteilung denkbar in dem Sinne, dass ein Teil der Prämie an den Eigentümer des Tieres bei der Geburt und Eintragung ins Herdebuch ausbezahlt wird und ein weiterer Teil beispielsweise bei absolviertem Feldtest des 3-jährigen Tieres. Tendenziell dürfte in Zukunft der Anteil der privaten Unterstützung der Freibergerzucht (Branchenbeitrag) steigen. Dies umso mehr, falls sich der Trend in der Freibergerzucht vom landwirtschaftlichen Betriebszweig in Richtung landwirtschaftliches und privates Hobby verstärken sollte.

Die Arbeitsgruppe legt diesen Bericht dem Auftraggeber BLW zur Konsultation und Prüfung vor. Die Arbeitsgruppe geht davon aus, dass ein weiterführendes Mandat zur vertieften Analyse einzelner Massnahmen und der Ausarbeitung von Umsetzungsszenarien nötig ist. Agroscope, Schweizerisches Nationalgestüt, ist bereit, ein solches Mandat im Rahmen der LV2015ff. zu bearbeiten.

Avenches, Februar 2015

8. Referenzen

AGRIDEA, 2012. Die Förderungsmittel der Freiberger Pferderasse – Bericht an den Schweizerischen Pferdezuchtverband, März 2012. AGRIDEA – Développement de l'agriculture et de l'espace rural, Lausanne.

AGRIDEA, 2013. Elevage et garde du cheval. AGRIDEA – Développement de l'agriculture et de l'espace rural, Lausanne.

Aubry M., 1998. Concept de Marketing pour la Race des Franches-Montagnes. Institut agricole du Jura. Service de vulgarisation agricole du Jura, Courtemelon.

BASPO, 2013. Sport Schweiz 2014, Bundesamt für Sport, http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/de/home/dokumentation.parsys.000106.downloadList.50622.DownloadFile.tmp/sportschweiz2014.pdf, abgerufen am 03.12.2014.

Beuret B., 2000 L'élevage de la race chevaline Franches-Montagnes : Création de valeurs privées et publiques. Travail de Diplôme, Ecole Polytechnique Fédérale de Zurich, Suisse.

BFS, 2013. Landwirtschaftliche Strukturerhebung, Bundesamt für Statistik, Neuenburg.

BFS, 2010. Szenarien zur Bevölkerungsentwicklung der Schweiz 2010–2060.

BLW, 1998. Bericht der Arbeitsgruppe Genetische Ressourcen Nutztiere, Bundesamt für Landwirtschaft.

BLW, 2014. Mitteilung per Email vom 12. November 2014, Catherine Marguerat, Bundesamt für Landwirtschaft.

EZV, 2013. Zahlen der Eidgenössischen Zollverwaltung, 2013.

EZV, 2014. Veröffentlichung der Zuteilung der Kontingentsanteile, http://www.blw.admin.ch/themen/01423/01498/01737/index.html?lang=de, abgerufen am 11. Juni 2014.

Geissler C., 2009. Brand Communities. Harvard Business manager, http://www.harvardbusinessmanager.de/heft/artikel/a-621445.html, abgerufen am 17.12.2014FFE, 2014. Disciplines équestres. Fédération Française d'Équitation, http://www.ffe.com/Disciplines-Equestres, abgerufen am 10.12.2014.

Flierl S., 2014. Empirische Studie zur Entscheidungsgrundlage aktiver Pferdebesitzer in der Schweiz in Bezug auf Reitweise, Pferd und Stall, Diplomarbeit im Studiengang Diplomsoziologie an der Technischen Universität Dresden.

Frischknecht M., Neuditschko M., Jagannathan V., Drögemüller C., Tetens J., Thaller G., Leeb T. and Rieder S., 2014. Imputation of sequence level genotypes in the Franches-Montagnes horse breed. Genetics Selection Evolution. 46:63.

Gerber T., 1997. Étude de marché cheval de Franches Montagnes. Diplomarbeit, Schweizerische Ingenieurschule für Landwirtschaft, Zollikofen, 1997.

Glowatzki-Mullis M. L.; Muntwyler J.; Pfister W.; Marti E.; Rieder S.; Poncet P. A.; Gaillard C., 2006. Genetic diversity among horse populations with a special focus on the Franches-Montagnes breed. In: ANIMAL GENETICS, Jg. 37, H. 1, S. 33–39.

Groeneveld E., Westhuizen B.v.d., Maiwashe A., Voordewind F., Ferraz J.B.S., 2009. POPREP: A generic report for population management. Genet. Mol. Res., 8, 1158–1178.

Haase B.; Brooks S. A.; Schlumbaum A.; Azor P. J.; Bailey E.; Alaeddine F. et al. 2007: Allelic heterogeneity at the equine KIT locus in dominant white (W) horses. In: PLOS GENETICS, Jg. 3, H. 11, S. 2101–2108.

Haase B.; Signer-Hasler H.; Binns M. M.; Obexer-Ruff G.; Hauswirth R.; Bellone R. R. et al., 2013. Accumulating Mutations in Series of Haplotypes at the KIT and MITF Loci Are Major Determinants of White Markings in Franches-Montagnes Horses. In: PLoS One, Jg. 8, H. 9, S. e75071. Online verfügbar unter doi:10.1371/journal.pone.0075071.

Hasler H.; Poncet P. A.; Menet S.; Flury C.; Rieder S., 2010. Optimum Genetic Contribution beim Freiberger. Ein Projekt zur Erhaltung des Freibergers. Schlussbericht zu Handen des Schweizerischen Freibergerzuchtverbandes und des Bundesamtes für Landwirtschaft. Schweizerische Hochschule für Landwirtschaft, Zollikofen; Schweizer Nationalgestüt, Avenches; Pro Spezie Rara, Aarau; Schweiz.

Hasler H.; Flury C.; Menet S.; Haase B.; Leeb T.; Simianer H. et al., 2011. Genetic diversity in an indigenous horse breed - implications for mating strategies and the control of future inbreeding. In: JOURNAL OF ANIMAL BREEDING AND GENETICS, H. 128, 5, S. 394–406.

Henner J.; Poncet P. A.; Aebi L.; Hagger C.; Stranzinger G.; Rieder S., 2002. Horse breeding: genetic tests for the coat colors chestnut, bay and black. Results from a first study in the Swiss Franches-Montagnes horse breed. In: SCHWEIZER ARCHIV FUR TIERHEILKUNDE, Jg. 144, H. 8, S. 405–412.

Hennessy K., 2009. The Present Situation in Breeding and Sport – Possible Ways Forward. University Dublin IRL.

IFCE, 2013. Les prix des chevaux en France. Institut Français du cheval et de l'équitation, http://www.haras-nationaux.fr/information/accueil-equipaedia/filiere-economie/les-marches/prix-des-chevaux-en-france.html, abgerufen am 10.12.2014.

Khadka R., 2011. Horse Populations, Breeds and Risk Status in the World. A study based on Food and Agriculture Organization Database systems: FAOSTAT and DAD-IS. Lambert Academic Publishing. Saarbrücken, Deutschland.

Lamprecht M., Fischer A., Stamm H.P., 2009. Sport Schweiz 2008: Factsheets Sportarten. Magglingen, Bundesamt für Sport BASPO.

Musard A., 2011. Etude de marché du cheval des Franches-Montagnes. Travail de Bachelor, Schweizerische Hochschule für Landwirtschaft, Zollikofen.

Neuditschko M., von Niederhäusern R., Schmidlin L., Flury C., Burren A., Rieder S., 2014. Diverse Auswertungen zum Freiberger aus Pedigree-, Leistungs- und TVD-Daten. Unveröffentlicht. Agroscope, Schweizer Nationalgestüt SNG, Avenches, Schweiz.

Neuditschko M., Raadsma H.W., Khatkar M.S., Jonas E., Flury C., Signer-Hasler H., Frischknecht M., Leeb T., von Niederhäusern R., Rieder S., 2014. Identification of PCA-Informative Individuals for Fine-Scale Population Structure. In Review.

Petersen J. L.; Mickelson J. R.; Cothran E. G.; Andersson L. S.; Axelsson J.; Bailey E. et al., 2013. Genetic diversity in the modern horse illustrated from genome-wide SNP data. In: PLoS One, Jg. 8, H. 1, S. e54997. Online verfügbar unter doi:10.1371/journal.pone.0054997.

Poncet P.A., Pfister W., Muntwyler J., Glowatzki-Mullis M.L., Gaillard C., 2006. Analysis of pedigree and conformation data to explain genetic variability of the horse breed Franches-Montagnes. Journal of Animal Breeding and Genetics. 123(2):114–121.

Poncet P.A., 2009. Le cheval des Franches-Montagnes à travers de l'histoire. Porrentruy: Société jurassienne d'Emulation.

Poncet P. A., Bachmann I., Burger D., Ceppi A., Friedli K., Klopfenstein S., Maiatsky M., Rieder S., Rubli S., Rüegg P., Trolliet C. F., 2011. Überlegungen zu Ethik und Pferd – Denkanstösse aus ethischer Sicht im Hinblick auf einen besseren Schutz der Würde und des Wohlergehens des Pferdes. Bericht des Observatoriums der schweizerischen Pferdebranche, Avenches, Schweiz.

Raaflaub M., 2010. Angebot und Nachfrage auf dem Markt für Freizeitpferde mit besonderer Berücksichtigung der Potenziale der Freiberger Rasse – eine Standortbestimmung. Schweizerische Hochschule für Landwirtschaft (SHL), Zollikofen.

Rieder S.; Hagger C.; Obexer-Ruff G.; Leeb T.; Poncet P. A., 2008. Genetic Analysis of White Facial and Leg Markings in the Swiss Franches-Montagnes Horse Breed. In: JOURNAL OF HEREDITY, Jg. 99, H. 2, S. 130–136.

Schaer L.,2003. Définition d'une stratégie Promotionnelle de la Race Franches-Montagnes en Suisse et à l'étranger. Diplomarbeit, Haute École de Gestion Neuchâtel, 2003.

Schmidlin L., Bachmann I., Flierl S., Schwarz A., Roesch A., Rieder S., von Niederhäusern R., 2013. Wirtschafts-, Gesellschafts- und Umweltpolitische Bedeutung des Pferdes in der Schweiz – Stand 2013. Agroscope Forschungsanstalt Liebefeld-Posieux ALP- Haras, Schweizer Nationalgestüt Avenches.

Schnieder S., 2014. Warum immer mehr Frauen Ponys reiten. Reiter Revue International. 11: 20–31.

SFV, 2013a. Statuts et règlements. Fédération suisse du franches-montagnes, Avenches, Suisse.

SFV, 2013b. Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision, BDO AG, http://www.fm-ch.ch/de/verband/jahresberichte.html, abgerufen am 03.12.2014.

SFV, 2014a. Mündliche Mitteilung von Stéphane Klopfenstein vom 2.12.2014.

SFV, 2014b. Mitteilung von Stéphane Klopfenstein per Email vom 16.12.2014.

Signer-Hasler H., Flury C., Haase B., Burger D., Simianer H., Leeb T., Rieder S., 2012. A genome-wide association study reveals loci influencing height and other conformation traits in horses. In: PLoS One, Jg. 7, H. 5, S. e37282.

Signer-Hasler H.; Neuditschko M.; Koch Chr.; Froidevaux S.; Flury Chr.; Burger D.; Leeb T.; Rieder S., 2014. A chromosomal region on ECA13 is associated with maxillary prognathism in horses. In: PLoS One, Jg. 9, H. 1, S. e86607. Online verfügbar unter doi:10.1371/journal.pone.0086607.

Signer-Hasler H., 2014. Analysis of large scale SNP data for breeding, diversity and selection purposes in the Swiss Franches-Montagnes horse breed. PhD Thesis. Graduate School for Cellular and Biomedical Sciences University of Bern, Switzerland.

SNG, 2012. Vollkostenberechnungen Pferdeaufzucht, Beratungsstelle Pferd, Schweizer Nationalgestüt, Avenches.

Surchat M., 2011. Die Volkswirtschaft, 6/2011. Langfristige Szenarien für das BIP der Schweiz.

TVD, 2012, 2013, 2014. Daten der Tierverkehrsdatenbank, betrieben durch die Identitas AG.

Zingg M., 2014. Förderung der Tierzucht – Rechnung 2013, Budget 2014. Bundesamt für Landwirtschaft, 20. März 2014, http://www.blw.admin.ch/themen/00013/00082/00087/index.html?lang=de, abgerufen am 17. Juni 2014.

Anhang

Anhang I: “Massnahmenkatalog“

Arbeitsgruppe
« Strategie zur Erhaltung des Freibergerpferds »

Massnahmenkatalog

1) Vorbemerkungen

Allgemeine Lage

In der Einleitung müssen zwei Themen erwähnt werden, die die Art und Weise der Behandlung der Problematik der Rassenerhaltung des Freibergers massgeblich bestimmen. Es handelt sich um die nicht vorhandene wirtschaftliche Rentabilität der Zucht und die schier unüberwindbaren finanziellen Einschränkungen, denen man sich beim Export Schweizer Pferde gegenübergestellt sieht.

Die Pferdezucht der Freibergerrasse erwirtschaftet selten eine positive Bruttomarge, solange sie nicht mit einer anderen Aktivität, wie Reittourismus oder Pensionspferdehaltung kombiniert wird. Diese Feststellung wird von mehreren Informationsquellen bestätigt. Weil viele Züchter ihre Zucht erwerbsmässig betreiben, muss in einer Zukunftsvision unter allen Umständen auch eine wirtschaftliche Komponente berücksichtigt werden.

Die Erhaltung der Freibergerrasse setzt die Erschliessung externer Märkte voraus. Nun sind die Exportbedingungen in die Nachbarländer der Schweiz geradezu abschreckend, sowohl für den Schweizer Verkäufer als auch den europäischen Käufer. Beispiele zeigen, dass die Exportkosten (MWST, Zolltarife, Verzollungskosten etc.) zwischen 30 und 43% des Verkaufspreises ausmachen, wobei der Freiberger im Ausland sowieso schon als teures Freizeitpferd gilt.

Finanzierung der Massnahmen

Eine Strategie zur Erhaltung der Rasse kann keine ausreichenden Resultate liefern, und ist sogar zum Scheitern verurteilt, wenn die zusätzlichen finanziellen Mittel nicht aufgebracht werden können.

Sie müssen aus der Richtung der Direktzahlungen kommen, die ca. Fr. 60 Mio. umfassen, zum einen durch die Aufhebung diverser Beiträge für Pferdezuchtbetriebe im Rahmen der AP 2014 – 2017 eingespart wurden und zum anderen durch Erhöhung der Importabgaben der Pferde erzielt werden.

Inhalt des Berichts

Der Bericht der AG müsste mit der Beschreibung des Ist-Zustands der FM-Zucht in der Schweiz und Deutschland (Personal- und Pferdebestand, Wirtschaft, Marktlage, Technik etc.), sowie einem Katalog der aktuellen Massnahmen in allen Tätigkeitsbereichen (Zucht, Förderung, Vermarktung, Berufsbildung, Beratung etc.), die sowohl von privater als auch öffentlicher Seite unternommen werden, beginnen

Die Züchter werden eine gemeinsame Vision und die daraus resultierende Strategie nur dann akzeptieren, wenn sich ein ehrlich vorhandener Wille zur Verbesserung der Rentabilität der Freibergerzucht klar abzeichnet. Dieser Wille muss sich im ganzen Bericht, sowohl in der Vision als auch in der gesamten Strategie und den in Erwägung gezogenen Massnahmen widerspiegeln.

Komplementarität der Strategie

Die vorliegende Strategie sollte die « Strategie 2020 des Freibergerverbands », die am 28. April 2011 von der Delegiertenversammlung des SFV verabschiedet wurde, ergänzen, aber nicht ersetzen

2) Empfohlene Massnahmen

Schweizerisches Nationalgestüt

Die Hauptaufgaben des SNG liegen im Besonderen in folgenden Bereichen:

- Professionnelle Ausbildung ;
- Vermarktung des FM-Pferds ;
- Die Zucht;
- Die Forschung ;
- Die Beratung

Die professionnelle Ausbildung

Die Grund- als auch die Weiterbildung muss in allen FM-interessierten Kreisen verbessert werden. Diese müssen in verschiedenen Regionen des Landes dezentralisiert werden und auf die noch zu definierenden Bedürfnisse neu ausgerichtet werden

Die Vermarktung des FM-Pferds.

Sie muss in der Schweiz um im Ausland intensiviert werden - eine Aufgabe von höchster Wichtigkeit. Das SNG muss dazu beitragen, das Image des FM-Pferds zu verbessern und zu verbreiten, indem es an Veranstaltungen teilnimmt, die die Vielseitigkeit des FM-Pferds richtig zur Geltung bringen. In diesem Sinn ist die

Präsentation von Hengstgespannen, das spektakulärste Werbeinstrument, mit ausschliesslich privaten Geldern nur schwierig durchzuführen.

Die Zucht

Das SNG hält ca. 50 Hengste und trägt so entscheidend zur genetischen Vielfalt der Rasse, der Qualität der Hengszucht bei und trägt Sorge, dass in der gesamten Schweiz Hengste zur Verfügung stehen.

Die Forschung

Eine vielschichtige und spezifische Forschung in der FM-Rasse ist wichtig für deren Erhalt und Weiterentwicklung. Die Untersuchungen sollen auch Fragen betreff Markt und Werbung beinhalten.

Die Beratung

Die Mittel der Beratung, sei es für die Züchter (Beratungsbüro SNG) oder den SFV müssen verstärkt werden. AGRIDEA hat in seinem Pflichtenheft die Beratung im Bereich Pferdehaltung und –zucht gestrichen. Es ist jetzt zwingend notwendig, dass diese Funktion ausgebaut wird.

Märkte

Die breite und grosszügige Liberalisierung des Schweizer Pferdemarkts stellt die inländische Zucht vor echte, wenn nicht sogar unüberwindbare Schwierigkeiten. Um die negativen Auswirkungen zu begrenzen, müssten folgende Massnahmen ergriffen werden.

- Einführung eines **Exportbeitrags für FM-Pferde** (min. Fr. 1‘000.—pro exportiertes Pferd) um wenigstens teilweise die verschiedenen Abgaben aufzufangen, die die Schweizer Züchter oder die europäischen Käufer gezahlt haben und die mehr als 30% des Verkaufspreises des Pferds ausmachen.

- Reduzierung des **Importkontingents** der Equiden in die Schweiz ohne Importabgaben zum Satz des Kontingents der WHO (3322 Köpfe)

- Erhöhung der **Abgaben für importierte Equiden** im Rahmen des Kontingents der WHO in Höhe der von Schweizer Züchtern bezahlten Exportabgaben (MWST und Zollabgaben), der Erlös dieser Erhöhung muss der Unterstützung der Schweizer Zucht zugutekommen.

- Bindung der **Equidenimporte an den Absatz einheimischer Produktion,** so wie die Bundeskammern für Fleischimport entschieden haben

Werbung

Die Verkaufsförderung muss in der Schweiz und im Ausland intensiviert werden. Zu diesem Zweck muss ein spezieller Marketingplan erarbeitet werden gültig für die Dauer von fünf Jahren. Die Finanzierung muss integral vom Bund getragen werden.

Nach Ablauf dieses fünfjährigen Plans wird eine Bilanz der Lage erstellt.

Stutenprämien

Es ist unumgänglich, einen ausreichenden Stutenbestand zu wahren, um den Fortbestand der Zucht und somit der Rasse zu gewährleisten.

Die Stutenprämie muss beibehalten werden, obwohl sie regelmässig der Kritik aus Kreisen des Tierschutzes ausgesetzt ist. Beim derzeitigen Stand der Dinge existiert keine bessere Lösung zur Unterstützung der Züchter und Stutenhalter. Eine Prämie für dreijährige Pferde ginge nicht an die Züchter sondern an die für die Ausbildung zuständige Person.

Diese Prämie müsste mindestens bis zur Stabilisierung des Bestands erhöht werden.

Andere Beiträger zur Zucht und Aufwertung der Rasse

Die Streichung der gezielten Beiträge (Beiträge zur Tierhaltung unter schwierigen Bedingungen und Beiträge für Raufutter verzehrende Tiere) im Rahmen der AP 2014-2017 wirkt sich kurzfristig negativ auf die Entwicklung der Bestände der FM-Pferde aus.

In Zukunft sollten die zwei folgenden Prinzipien bei der öffentlichen Zuchtunterstützung angewendet werden:

- Unterstützung der FM-Zucht durch **gezielte und genau festgelegte Massnahmen** für jedes Pferd
- Zuerkennung von **Beiträgen nach Mass** je nach den vom Züchter getroffenen Entscheidungen

Zudem sind Massnahmen zur Förderung der Zucht und der Ausbildung, einschliesslich der **Abnahme der Anzahl Schlachtfohlen** - unerlässlich

Neue Beiträge müssen eingeführt werden, gebunden an die Konformität zum Zuchtziel (Verwandtschaftsgrad, Blutverwandtschaft, Charakterbewertung etc.)

und je nach erreichtem Prüfungs- oder Wettkampfresultaten (Sport und Freizeit, Feldtest, Stationstest etc.).

Andere Massnahmen

Verschiedene andere Massnahmen sind denkbar, zum Beispiel eine Verbesserung der Strukturen des SFV, Anreize für die Kantone zur Förderung des FM-Pferds sowie der Verzicht auf neue Vorschriften im Bereich der Zucht.

Verbesserung der Strukturen des SFV

Der SFV besteht aus Kollektivmitgliedern. Sein Handeln basiert auf dem intensiven Engagement der Zuchtgenossenschaften und – organisationen zur Imagepflege des FM-Pferds, wie zum Beispiel FM-Western. Die Identifizierung der Delegierten der Mitgliederorganisationen mit dem Verband ist oft schwach. Daraus ergeben sich oft Nachteile, die die Aktivitäten des SFV erschweren und die Effizienz aller unternommenen Anstrengungen abschwächen.

Die Öffnung für Einzelmitglieder wäre empfehlenswert, aber eine solche Operation ist nur schwer umsetzbar und vereinbar mit der den Genossenschaften aktuell zugeteilten Rolle. Eine realistische Lösung wäre, dass die Genossenschaften Delegierte für die Versammlung des SFV namentlich beauftragen, auf eine bestimmt festgelegte Zeit, mit dem Ziel, dass diese enger mit dem Verband zusammenarbeiten und über mehr Informationen verfügen können.

Aktivitäten der Kantone

Das Resultat der Pferdezuchtpolitik des Kantons Jura zeigt deutlich, dass die Kantone eine wichtige Rolle bei der Erhaltung der FM-Rasse spielen können. Die übrigen Kantone, oder wenigstens die, die einen grossen FM-Bestand haben, sollten ermuntert werden, auch politische Massnahmen für die FM-Zucht zu ergreifen.

Vorschriften der öffentlichen Hand

Jedes Mal, wenn neue öffentliche Vorschriften in Kraft treten, verursachen sie Druck auf die in der Schweiz gezüchteten Pferde. In Zukunft wäre es förderlich, auf alle neuen kurzfristigen Einschränkungen zu verzichten und die neuen Vorschriften mittelfristig auf ein striktes Minimum zur reduzieren.

3. Schlusbemerkung

Die Argumentation und Begründung für die vorgeschlagenen Massnahmen werden in der Arbeitsgruppe zu gegebener Zeit erörtert werden.

Anhang II: Strategie 2020 des SFV

Strategie 2020

des Schweizerischen Freibergerzuchtverbandes

Konstitutiver Grundsatz : Entwicklung / Förderung der Rasse Freiberger

Am 28. April 2011 in Riedholz
von den Delegierten des SFZV genehmigt

I. Vorbemerkungen

Aus mancherlei Gründen, die im Folgenden erläutert werden, ist die Definition einer Strategie 2020 für den SFZV sinnvoll und nutzbringend.

Der SFZV ist auf zahlreichen Gebieten aktiv, weshalb auch sein Aktionsbereich gross ist. Gewisse Aktivitäten haben kurzfristige Konsequenzen; andere hingegen wirken erst mittel- oder langfristig. Letztere müssen aufgrund von präzisen Leitlinien und klar definierten Zielen entschieden und realisiert werden. Sonst besteht das Risiko, dass die Massnahmen mit den angestrebten Zielen nicht übereinstimmen oder ihnen sogar zuwiderlaufen. Die Strategie soll also eine koordinierte und kohärente Aktion ermöglichen.

Der SFZV liefert Dienstleistungen an zahlreiche Akteure aus der Pferdebranche. Er muss deshalb laufend ihre Bedürfnisse evaluieren und jederzeit ihre Erwartungen optimal erfüllen. Eine Strategie hat die Bedürfnisse ihrer Leistungserbringer zu definieren und sie muss zu einer umfassenden Information beitragen. Auch soll sie eine effiziente Organisation vorsehen, damit die Kosten für die erbrachten Dienstleistungen für alle erschwinglich bleiben.

Schlussendlich umfasst der SFZV zahlreiche Organe. Damit diese ordnungsgemäss funktionieren können, müssen die Aufgaben jedes Organs genau umschrieben werden und ein wirksames und transparentes Informationssystem muss errichtet werden. Bei den Mitarbeitern, im Vorstand, den Kommissionen, dem Richterkollegium und auch bei den Verantwortlichen der Zuchtgenossenschaften kommen häufige Mutationen vor. Die SFZV Strategie soll für alle Personen, die früher oder später in der Pferdebranche Verantwortungen übernehmen werden, eine wertvolle Informationsquelle sein. Auch für eine wohlüberlegte Lenkung und Entwicklung der Zucht im Ausland ist eine Strategie mehr und mehr unentbehrlich.

II. Ausgangssituation

Das vorliegende Dokument schlägt eine globale Strategie, ein Leitbild des Verbands für einen Zeitraum von rund zehn Jahren vor. Die Strategie fusst auf vier strategischen Achsen. Für jede Achse sind verschiedene Ziele aufgezählt, welche mit zahlreichen ausgewählten Massnahmen erreicht werden sollen.

Es ist in diesem Rahmen wichtig, die Ziele in messbare Werte zu fassen (z. B.: bis 2020 soll die Anzahl der gedeckten Stuten auf 3'800 steigen; die Vorgabe "der Stutenbestand wird vergrössert" wäre also zu präzisieren). In der demokratisch organisierten Struktur des SFZV muss der Weg, der zum Ziel führt, deutlich aufgezeigt werden. Deshalb müssen die Massnahmen genau definiert werden, und die erhofften Auswirkungen müssen detailliert angegeben werden. Diese Vorarbeiten sind für ein gutes Verständnis der getroffenen Massnahmen nötig und sind Voraussetzung für die Unterstützung und breite Zustimmung von Züchtern und Pferdenutzern.

Die Gestaltung der SFZV Strategie 2020 stützt sich auf die rechtlichen Bestimmungen und Verordnungen, welche zurzeit die schweizerische Zucht im Allgemeinen und die Pferdezucht im Besonderen regeln.

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die öffentliche Unterstützung der Pferdezucht – ob finanzieller oder logistischer Art – in Zukunft nicht zunehmen wird. Ausserdem wird sehr wahrscheinlich sowohl national wie international die Tendenz zur Liberalisierung der Märkte weiterhin steigen.

Da es sich um aktuelle Fragen handelt, die von den Interventionen der öffentlichen Hand im Bereich der Freiberger Zucht betroffen sind, werden folgende Szenarien entworfen:

1. Nationalgestüt (SNG)
   Das SNG wird weiterhin vom Bund geführt; seine Aufgabenbereiche sind Forschung, Ausbildung, biologische Vielfalt und Förderung der Freiberger Zucht. Einsparungen in der Höhe von 10% sind wahrscheinlich; um sie zu erzielen, müssen im Wesentlichen die aktuellen Tätigkeiten rationalisiert und neue Dienstleistungen angeboten werden.

2. Beiträge an die Zucht
   Es ist mit einer Kürzung von 10 – 15% bei den Unterstützungsmassnahmen zugunsten der Zuchtorganisationen zur rechnen. Für den SFZV würde dies Einnahmenseinbussen von 120‘000. - bis 180‘000. - Franken bedeuten. Es ist jedoch schwierig abzuschätzen, ob weitere Budgetkürzungen erfolgen werden.

3. Beiträge an die Erhaltung der Rasse
   Mittelfristig, ja sogar langfristig werden diese Beiträge sehr wahrscheinlich beibehalten.

4. TVD- Equiden
   In zwei Jahren müssen die Pferde in dieser Datenbank registriert sein.

III. Statistik der Freiberger Zucht (2010)

Gesamtpopulation der Freiberger Pferde (Schätzung) :	25'000 Stück
Anzahl gedeckte Stuten (Schätzung) :	3'385 Stück
Anzahl lebende und aktive Hengste :	195 Stück
Anzahl identifizierte Fohlen :	2’564 Stück
Anzahl neue kategorisierte Stuten :	618 Stück

IV. Für die Strategiebestimmung wesentliche Tätigkeitsbereiche

Folgende Bereiche bilden die strategischen Achsen der Strategie:

1. Zucht
2. Vermarktung und Marketing
3. Kompetenzen und Qualifikationen
4. Organisation und Führung des SFZV

Die Zahl der Strategieachsen bleibt aus Gründen der Praxis und der Anschaulichkeit auf das Minimum, in diesem Fall vier beschränkt.

1. Die Zucht

In diesem Bereich können folgende grundsätzlichen Fragen gestellt werden :

1. Zuchtziel: welches Pferd selektionieren?
   a. Typ, Grösse?
   b. Leistungen, Verhalten, Vielseitigkeit?
   c. Gesundheit?
   d. Gewichtung der Selektionskriterien?
   e. Lage und Tolerierung von weissen Abzeichen?

2. Anzahl im Herdebuch eingetragene Tiere. Wie gross sollen bis 2010 die Bestände sein?
   a. Eingetragene Zuchtstuten?
   b. Wie viele davon sollen in der Zucht aktiv sein?
   c. Wie viele Hengste sind nötig, um die Zuchtziele zu erreichen?
   d. Wie gross soll der Remontenbestand sein?
   e. Wie sollen die gesetzten Ziele erreicht werden? Sind Zwischenziele bestimmt? Wie werden die Ergebnisse gemessen?

3. Globale Problematik des Fremdblutes?
   Diese Frage sollte grundsätzlich mit allen Betroffenen debattiert werden; ein Konsens muss gefunden werden und eine langfristige Planung (kommende 20 bis 30 Jahre) muss erfolgen.

4. Evaluation der Qualitäten?
   a. Ist das aktuelle Evaluationssystem zweckmässig, transparent, objektorientiert?
   b. Ist die Rekrutierung und Ausbildung der jeweiligen Richter effizient?
   c. Wer legt die Richtlinien, welche die Richter einhalten müssen, fest?
   d. Wie kann man kontrollieren, ob die Ziele erreicht werden und wer führt die Kontrollen durch?

5. Beziehungen mit dem Ausland?
   a) Welche Beziehungen sollen mit den Züchtern / Besitzern von Freiberger Pferden im Ausland gepflegt werden?
   b) Soll die Zucht im Ausland unterstützt werden?
   c) Soll der SFZV aktiv an der Zucht im Ausland mitwirken?
   d) Kann die Zucht im Ausland ein genetisches Reservoir bilden?
   e) Ist die Bildung einer weltweiten Organisation für den Freiberger sinnvoll?
   f) Welttag des Freibergers am National FM?

6. Forschung/Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Zucht?

7. Zuchtmethoden, Verwendung von Zuchtwerten und genomischer Schätzung des Zuchtwertes?

8. Umsetzung der Forschung in der Praxis?

9. Andere?

2. Vermarktung und Marketing

Im Bereich von Vermarktung und Marketing sind hauptsächlich folgende Fragen von Bedeutung:

1. Ist Marketing eine Aufgabe des Verbandes?
2. Muss der Verband an Ausstellungen im Ausland teilnehmen?
3. Muss der Verband an Shows teilnehmen?
4. Wie gross soll der Marktanteil in der Schweiz sein?
5. Wie gross soll der Marktanteil im Ausland sein?
6. Soll sich der Verband im Bereich Vermarktung engagieren und eine zentralisierte Vermarktung aufbauen?

3. Kompetenzen und Qualifikationen

1. Welchen Ausbildungsbedarf haben Personen, die in der Pferdebranche arbeiten?
2. Sind die aktuellen Ausbildungsgänge ausreichend und fachgerecht?
3. Beteiligen sich genügend Aktive der Pferdebranche an den Ausbildungsgängen?

4. Organisation und Führung des SFZV

Die Organisation muss auf zwei Ebenen begutachtet werden. Einerseits der SFZV in Form einer Vereinigung, welche gemäss ZGB demokratisch organisiert ist. Auf dieser Ebene müssen die verschiedenen Kommissionen (Anzahl, Aufgaben, usw.) und gleichzeitig auch die Kompetenzen der verschiedenen Organe (DV, Geschäftsstelle, Vorstand, Kommissionen) beleuchtet werden.

Anderseits sollten die internen Abläufe und die Schnittstellen beschrieben und klar definiert werden.

Grundsätzliche Fragen sind:

1. Typ der Zugehörigkeit. Genossenschaften / Gesellschaften oder Einzelmitglieder?
2. Welche Funktion übt der Geschäftsführer der Genossenschaft / der Gesellschaft aus?

Zweck des Verbandes ist die möglichst preisgünstige Unterstützung der Züchter bei der Zucht und der Vermarktung ihrer Freiberger Pferde. Hinsichtlich der angebotenen Leistungen des Verbandes tauchen zahlreiche Fragen auf :

1. Welches sind die Bedürfnisse der Züchter und der Nutzer (Art und Gewichtung)?
2. Welche Dienstleistungen erwarten Züchter und Nutzer?
3. Welches Ziel soll mit welchem Produkt erreicht werden (Grundleistung, Zusatzleistung)?
4. Welche Dienstleistungen werden dem Züchter direkt geliefert?
5. Welche Dienstleistungen sind für die Geschäftsführer der Genossenschaften /Gesellschaften bestimmt?
6. Wem werden die Dienstleistungen geliefert? Ausschliesslich den Mitgliedern oder auch anderen Interessierten?
7. Auf welche heutigen Dienstleistungen kann in Zukunft verzichtet werden?
8. Könnten dank Partnerschaften/Zusammenarbeitsverträgen Synergien genutzt werden?
9. Ist die Kostenstruktur bekannt?
10. Was kosten vergleichbare Dienstleistungen auf dem Markt?

11. Welche Produkte werden zum Selbstkostenpreis verrechnet und welche nicht?
12. Wie überprüfen, ob die Produktvorgaben erreicht werden?
13. Andere?

V. Schlussbemerkungen

In Kapitel 3 werden viele Fragen aufgeworfen und die Liste ist sicherlich nicht vollständig. Eine Strategie kann allerdings nicht zu all diesen Fragen Antworten liefern. Aber eine hierarchische Gliederung der Themen in wichtige und weniger wichtige Angelegenheiten erlaubt es, ihren Stellenwert zu bestimmen und damit jene hervorzuheben, wo wichtige Entscheidungen getroffen werden müssen.

Schlussendlich fasst die Strategie ein Maximum an notwendigen Bedingungen zusammen, damit die Zucht des Freiberger Pferdes wirksam weiterentwickelt und gefördert werden kann.

VI. Anhang

Die SFZV Strategie 2020 wird im Anhang als Tabelle dargestellt. Jede der vier strategischen Achsen beinhaltet Ziele und Massnahmen, die zu treffen sind.

Annexe / *Anhang*

Stratégie FSFM 2020

Axes stratégiques

Strategie SFZV 2020

Strategische Achsen

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
1.	**Développer un élevage dynamique et de haute qualité (y compris étranger)**	1.1 Renforcer les caractéristiques spécifiques du cheval FM: caractère, santé, allures, type, etc, en privilégiant l'élevage en race pure.	- Actualiser le but d'élevage selon art. 2 du Programme d'élevage du 17 décembre 2001. - Hiérarchiser les critères de sélection. - Evaluer la pertinence du système d'appréciation de l'extérieur. - Utiliser les valeurs d'élevage et d'autres outils tels que la génomique dans la sélection. - Faire évoluer le test de comportement actuel - Développer de nouveaux tests permettant l'appréciation d'autres traits de caractères tels que l'agressivité ou l'activité
	Eine dynamische und hochwertige Zucht kultivieren (auch im Ausland)	*1.1 Die spezifische Merkmale des Freibergers stärken: Charakter, Gesundheit, Gänge, Typ, usw. und dabei die Reinzucht priorisieren*	- *Das Zuchtziel gemäss Art. 2 des Zuchtprogramms vom 17. Dezember 2001 aktualisieren* - *Die Selektionskriterien hierarchisch gliedern* - *Die Aussagekraft des Systems zur Exterieurbeurteilung evaluieren* - *Bei der Selektion die Zuchtwerte und andere Werkzeuge wie die genomische Selektion anwenden* - *Den aktuellen Verhaltenstest weiterentwickeln* - *Neue Tests erarbeiten, damit weitere Charaktermerkmale wie die Aggressivität oder die Aktivität beurteilt werden können*
		1.2 Sélectionner un cheval polyvalent ayant de bonnes dispositions aux performances en particulier en matière d'attelage et d'équitation.	- Développer les épreuves favorisant et mesurant les aptitudes des chevaux à l'attelage et à l'équitation, en particulier le test en terrain.
		1.2 Ein vielseitiges Pferd selektionieren, das besonders im Fahren und Reiten gute Leistungen erbringen kann	- *Prüfungen, im Besonderen den Feldtest ausarbeiten, welche die Fahr- und Reiteignung der Pferde bevorzugen*

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
		1.3 Garder au minimum 3'400 juments poulinières de manière à assurer le maintien de la race à long terme, idéalement porter le nombre à 3'800 jusqu'en 2020.	- Sensibiliser toutes les personnes concernées par cette problématique (milieux de l'élevage et opinion publique). - Accroître la rentabilité de la garde des juments poulinières en actionnant tous les facteurs qui l'influence: amélioration du prix de vente des chevaux de toute catégorie, réduction des frais de production, adaptation des primes (système et montants), etc. - Prendre en compte les effectifs de chevaux élevés à l'étranger dans la mesure où ils répondent aux critères de sélection FSFM. - Collaborer étroitement avec le HNS dans la gestion des effectifs de juments poulinières.
		1.3 Um die Rasse langfristig zu sichern, mindestens 3'400 Zuchtstuten halten, im Idealfall die Anzahl bis 2020 bis auf 3'800 steigern	- *Alle von dieser Problematik betroffenen Personen (Züchterkreise und öffentliche Meinung) sensibilisieren* - *Die Rentabilität der Haltung von Zuchtstuten verbessern indem alle Einflussfaktoren einbezogen werden: Verbesserung der Verkaufspreise der Pferde in allen Kategorien, Verminderung der Produktionskosten, Anpassung der Prämien (System und Betrag), usw.* - *Den im Ausland gezüchteten Pferdebestand mit einbeziehen, sofern er den Selektionskriterien des SFZV entspricht* - *Enge Mitarbeit mit dem SNG bei der Beaufsichtigung des Zuchtstutenbestandes*

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
		1.4 Garder au minimum 200 étalons reproducteurs de manière à assurer le maintien de la race à long terme ainsi que la diversité des lignées.	- Evaluer la pertinence de la procédure d'approbation des étalons. - Préciser certains critères de sélection des étalons, notamment en recourant aux valeurs d'élevage. - Inventorier les critères éliminatoires dans la procédure d'approbation. - Inventorier l'évolution du nombre des étalons reproducteurs dans chaque lignée d'élevage. - Planifier les besoins de remonte dans chaque lignée en fonction des retraits d'étalons de l'élevage. - Collaborer étroitement avec le HNS dans la gestion des effectifs d'étalons reproducteurs et la répartition géographique des étalons.
		1.4 Um die Rasse und die Vielfalt der Linien langfristig zu sichern, mindestens 200 Zuchthengste halten	- *Die Sachdienlichkeit der Prozedur Hengstkörung evaluieren* - *Indem die Zuchtwerte einbezogen werden, gewisse Selektionskriterien der Hengstselektion genauer formulieren* - *Kriterien, die im Verlauf der Hengstselektion zum Ausschluss führen, in einer Bestandsaufnahme zusammenfassen* - *Für jede Zuchtlinie den Verlauf der Anzahl Zuchthengste in einem Inventar festhalten* - *Für jede Linie den Remontenbedarf je nach Rücktritt eines Zuchthengstes planen* - *Enge Mitarbeit mit dem SNG bei der Beaufsichtigung des Bestandes an Zuchthengsten und der geografischen Verteilung der Hengste*

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
		1.5 Freiner l'augmentation de la consanguinité dans la race	- Sensibiliser et informer les éleveurs concernant les dangers de la consanguinité. - Définir le taux de consanguinité du plus grand nombre possible d'individus constituant la population raciale. - Mettre au point une méthode et des outils permettant de prendre en compte les risques d'accroissement de la consanguinité lors de chaque accouplement.
		1.5 Die Zunahme der Inzucht in der Rasse bremsen	- *Die Züchter für die Gefahren der Inzucht sensibilisieren und darüber informieren* - *Bei möglichst vielen Pferden der Rassenpopulation den Grad der Inzucht ermitteln* - *Eine Methode und Werkzeuge entwickeln, welche bei jeder Paarung das Risiko der Zunahme der Inzucht ermitteln*
		1.6 Favoriser un élevage à l'étranger répondant aux exigences définies par la FSFM.	- Entreprendre toutes les démarches utiles en vue d'uniformiser au plan international les critères et les procédures d'appréciation des pouliches, des hongres et des juments. - Etablir des catégories de qualité des étalons en fonction des systèmes d'approbation en vigueur en Suisse et à l'étranger.
		1.6 Im Ausland eine Zucht begünstigen, welche den Anforderungen des SFZV entspricht	- *Alles unternehmen, damit auf internationaler Ebene die Kriterien und Prozeduren zur Anerkennung von Stutfohlen, Wallachen und Stuten vereinheitlicht werden* - *Qualitätskategorien für Hengste erstellen, die auf den in der Schweiz und im Ausland gültigen Zulassungspraktiken basieren*

	Axes stratégiques / *Strategische Achsen*	Objectifs / *Ziele*	Mesures / *Massnahmen*
2.	**Définir et appliquer une politique de commercialisation et de marketing moderne, coordonnée et collective contribuant à un élevage rentable.**	2.1 Maintenir la part de marché actuelle du FM en Suisse (25 %) de l'ensemble des équidés.	- Analyser la demande sur le marché des équidés en Suisse. - Inventorier les atouts du cheval FM. - Coordonner, voire organiser, une campagne d'information auprès des acquéreurs potentiels de chevaux FM. - Coordonner, voire organiser, la publicité au niveau national. - Coordonner les efforts de commercialisation déployés dans les régions. - Veiller au maintien de mesures de protection du marché suisse des équidés.
	Eine moderne, koordinierte und gemeinschaftliche Vermarktungs- und Marketingpolitik, die zu einer rentablen Zucht beiträgt, definieren und anwenden	*2.1 Den aktuellen Anteil (25 %) der Freiberger am Gesamtbestand aller Equiden beibehalten*	- *Die Nachfrage auf dem Pferdemarkt in der Schweiz analysieren* - *Die Vorzüge des Freibergers in ein Inventar aufnehmen* - *Bei potentiellen Käufern von Freibergern eine Informationskampagne koordinieren oder sogar organisieren* - *Auf nationaler Ebene die Werbung koordinieren oder organisieren* - *Die in den Regionen unternommenen Vermarktungsanstrengungen koordinieren* - *Überwachen, ob die Massnahmen zum Schutz des Pferdemarktes in der Schweiz eingehalten werden*

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
		2.2 Améliorer la rentabilité de l'élevage chevalin.	- Encourager la formation des éleveurs. - Inciter les éleveurs à mettre sur le marché des chevaux mieux formés et plus âgés. - Encourager les éleveurs à utiliser leurs chevaux dans plusieurs domaines de prestations. - Sensibiliser les éleveurs aux risques de la sous-enchère. - Prendre toutes mesures utiles afin d'obtenir un prix de la viande chevaline suisse plus rémunérateur.
		2.2 Die Rentabilität der Pferdezucht verbessern	- *Die Ausbildung der Züchter unterstützen* - *Die Züchter ermuntern, auf dem Markt besser ausgebildete und ältere Pferde anzubieten* - *Die Züchter anspornen, ihre Pferde in mehreren Leistungsbereichen einzusetzen* - *Die Züchter für die Risiken des Preisdumpings sensibilisieren* - *Alle Massnahmen ergreifen, um den Preis für schweizerisches Pferdefleisch zu verbessern*
		2.3 Prospecter de nouveaux marchés à l'étranger.	- Analyser les possibilités de marché à l'étranger. - Coordonner la publicité et la commercialisation à l'étranger. - Eviter les discriminations entre éleveurs suisses et européens sur les marchés. - Mettre en place des structures de commercialisation à l'étranger.
		2.3 Im Ausland neue Märkte ins Auge fassen	- *Mögliche Märkte im Ausland analysieren* - *Die Werbung und Vermarktung im Ausland koordinieren* - *Auf den Märkten eine Benachteiligung von schweizerischen gegenüber europäischen Züchtern vermeiden* - *Im Ausland Verkaufsstrukturen errichten*

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
		2.4 Connaître et suivre l'évolution du marché. *2.4 Die Marktentwicklung kennen und verfolgen*	- Organiser un système d'évaluation des marchés, éventuellement en partenariat avec d'autres instances. - *Ein System der Marktevaluation organisieren, eventuell gemeinsam mit anderen Instanzen*
		2.5 Valoriser de manière optimale le cheval FM. *2.5 Den Freiberger optimal zur Geltung bringen*	- Améliorer la valorisation dans le cadre des manifestations existantes. - Accroître l'impact publicitaire des manifestations organisées par la FSFM. - Tisser un réseau de collaboration avec les organisateurs de manifestations en rapport avec le cheval. - Intensifier la valorisation dans le cadre des épreuves "Sports et loisirs" et "Promotion CH". - Développer de nouvelles épreuves destinées spécifiquement à mettre en valeur le bon caractère et la facilité d'utilisation du cheval - *Den Wert im Rahmen der bestehenden Veranstaltungen steigern* - *Die Anzeigewirkung für die vom SFZV organisierten Veranstaltungen verbessern* - *Die Organisatoren von Pferdeveranstaltungen zusammen vernetzen* - *In den "Sport und Freizeit" und "Promotion CH" Prüfungen die Valorisierung des Pferd verstärken* - *Neue Prüfungen ausarbeiten, wo der ausgeglichene Charakter und die einfache Handhabung des Pferdes besonders zur Geltung kommen*

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
3.	**Promouvoir et soutenir l'acquisition de compétences et de qualifications par toutes les personnes impliquées dans l'élevage et dans les organes de la FSFM.**	3.1 Organiser ou contribuer à l'organisation des filières de formation et de conseil appropriées aux besoins de tous les acteurs de l'élevage chevalin.	- Inventorier les besoins des éleveurs et des utilisateurs de chevaux en matière de formation initiale pratique et théorique. - Inventorier les besoins des éleveurs et des utilisateurs de chevaux en matière de formation continue. - Tisser un réseau de collaboration avec tous les acteurs de la formation. - Veiller à ce que les conditions et les coûts de la formation soient attractifs (formation de proximité, prix des prestations, etc.). - Favoriser l'information des membres des organes FSFM et intensifier la communication et les échanges entre eux. - Favoriser et intensifier le conseil, en particulier zootechnique, aux éleveurs de chevaux FM
	Den Erwerb von Kompetenzen und Qualifikationen bei allen Personen, die in der Zucht und den SFZV Organen tätig sind, fördern und unterstützen	*3.1 Organisation oder Unterstützung der Organisation von Ausbildungsgängen und Beratung, die den Anforderungen aller in der Pferdezucht Beteiligten entsprechen*	- *Erfassung des Bedarfs an praktischer und theoretischer Grundausbildung bei Züchtern und Nutzern* - *Erfassung des Bedarfs an Weiterbildung bei Züchtern und Nutzern* - *Vernetzung aller Akteure im Bereich der Ausbildung* - *Für attraktive Ausbildungsbedingungen und -kosten sorgen (in der Nähe, Preis der Leistungen, etc.)* - *Die Information der Mitglieder von SFZV Organen verbessern, die Kommunikation und den gegenseitigen Austausch intensivieren* - *Die Beratung für die Freibergerzüchter verbessern und intensivieren*

		3.2 Favoriser une participation croissante (+10% par an) d'éleveurs et d'utilisateurs de chevaux aux cours de base dispensés par le HNS. *3.2 Vermehrte Teilnahme (+10% pro Jahr) von Züchtern und Pferdenutzern an den Grundkursen des SNG anstreben*	- Atteindre cet objectif par des campagnes d'information et de sensibilisation. - *Dieses Ziel durch Informations- und Sensibilisierungskampagnen erreichen*
		3.3 Prendre toutes mesures utiles pour disposer en permanence d'un collège de juges hautement qualifiés. *3.3 Alle Massnahmen treffen, um ständig über ein hochqualifiziertes Richterkollegium zu verfügen*	- Exiger la participation au cours "Modèle et allures" et la réussite du test final pour tous les candidats juges. - Exiger la participation au cours ad hoc pour les juges "test en terrain" et les juges "débardage et traction" ainsi que la réussite du test final. - Mettre en place un système efficace de formation continue des juges. - Veiller à un taux d'activité des juges suffisant au maintien d'une bonne pratique et d'une riche expérience. - Elargir le nombre de spécialistes disponibles, notamment en intensifiant la collaboration avec les juges cantonaux. - *Von allen Richterkandidaten die Teilnahme am Kurs " Modell und Gänge" sowie das Bestehen der Schlussprüfung verlangen* - *Von den "Feldtest" Richtern und den "Rücken und Zug" Richtern die Teilnahme an den entsprechenden Kursen sowie das Bestehen der Schlussprüfung verlangen* - *Ein taugliches Weiterbildungssystem für Richter erstellen* - *Bei den Richtern auf genügend Einsätze achten, damit der Erhalt einer ausreichenden Praxis und einer grossen Erfahrung gewährleistet werden kann* - *Die Zahl der verfügbaren Spezialisten durch vermehrte Zusammenarbeit mit den kantonalen Richtern erhöhen*

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
		3.4 Prendre toutes mesures utiles pour disposer en permanence de secrétaires de concours hautement qualifiés. *3.4 Alle erforderlichen Massnahmen treffen, um ständig über hochqualifizierte Schausekretäre zu verfügen*	- Organiser une formation de base pour les secrétaires de concours. - Mettre en place un système efficace de formation continue des secrétaires de concours. - *Eine Grundausbildung für Schausekretäre organisieren* - *Ein taugliches Weiterbildungssystem für Schausekretäre erstellen*
		3.5 Prendre toutes mesures utiles pour disposer en permanence de gérants de syndicats hautement qualifiés. *3.5 Alle erforderlichen Massnahmen treffen, um ständig über hochqualifizierte Geschäftsführer von Genossenschaften zu verfügen*	- Organiser une formation de base pour les gérants de syndicats. - Mettre en place un système efficace de formation continue des gérants de syndicats. - *Eine Grundausbildung für Geschäftsführer von Genossenschaften organisieren* - *Ein taugliches Weiterbildungssystem für Geschäftsführer von Genossenschaften erstellen*

	Axes stratégiques / *Strategische Achsen*	Objectifs / *Ziele*	Mesures / *Massnahmen*
4.	**Organiser et gérer la FSFM de manière efficace et efficiente.** ***Den SFZV wirksam und kosteneffektiv organisieren und führen***	4.1 Associer étroitement les membres de la fédération, les éleveurs et les utilisateurs de chevaux aux activités FSFM. *4.1 Die Mitglieder des Verbands, die Züchter und die Nutzer der Pferde enger in die Aktivitäten des SFZV einbinden*	- Assurer la présence des éleveurs et des utilisateurs de chevaux dans tous les organes de la FSFM. - Intensifier l'information et la communication avec les membres de la FSFM, les éleveurs et les utilisateurs de chevaux. - Renforcer les contacts réguliers avec les membres de la FSFM, à une fréquence à déterminer. - *In allen Organen des SFZV die Anwesenheit von Züchtern und Pferdenutzern sicherstellen* - *Die Information und die Kommunikation mit den Mitgliedern des SFZV, den Züchtern und den Pferdenutzern verstärken* - *Die regelmässigen Kontakte mit den Mitgliedern des SFZV in Abständen, die noch zu definieren sind, intensivieren*
		4.2 Optimiser l'organisation et la gestion de la FSFM. *4.2 Die Organisation und Führung des SFZV optimieren*	- Actualiser les structures et l'organigramme de la FSFM. - Etablir un cahier des tâches pour chaque organe de la FSFM. - Inventorier les prestations attendues des syndicats et notamment des gérants. - Développer une rubrique "Activités du comité" dans le "Journal officiel" FSFM. - Etablir des plans financiers quadriennaux de fonctionnement et d'investissements. - *Die Strukturen und das Organigramm des SFZV aktualisieren* - *Erstellung eines Pflichtenhefts für jedes Organ des SFZV* - *Erfassung der von den Genossenschaften und namentlich deren Geschäftsführern erwarteten Dienstleistungen* - *Errichtung einer Rubrik "Aktivitäten des Vorstands" in der*

			offiziellen SFZV Verbandszeitschrift - *Aufstellung von vierteljährlichen Finanzplänen für den Betrieb und Investitionen*
	Axes stratégiques / *Strategische Achsen*	**Objectifs / *Ziele***	**Mesures / *Massnahmen***
		4.3 Répondre de manière idoine aux besoins et requêtes des clients FSFM.	- Mener une enquête de satisfaction auprès des clients FSFM. - Inventorier et évaluer les besoins des clients FSFM (Nature et quantité). - Sur la base des besoins, définir les priorités des prestations à fournir selon les moyens financiers et en personnel disponibles - Disposer en permanence d'une équipe de gérance qualifiée et motivée. - Favoriser un état d'esprit au sein de l'équipe de gérance caractérisé par la disponibilité et le sens du service.
		4.3 Den Bedürfnissen und Anträgen der SFZV Kunden in geeigneter Weise entsprechen	- *Bei den SFZV Kunden eine Umfrage zur Zufriedenheit durchführen* - *Erfassung und Evaluation der Bedürfnisse der SFZV Kunden (Art und Menge)* - *Bei der Erbringung von Dienstleistungen aufgrund der angemeldeten Bedürfnisse, mit Rücksicht auf unsere finanziellen und personellen Ressourcen Prioritäten setzen* - *Ständig über qualifizierte und motivierte Mitarbeiter auf der Geschäftsstelle verfügen* - *Das Team der Geschäftsstelle ist einsatzbereit und serviceorientiert*

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
		4.4 Consolider l'unité de la FSFM. *4.4 Die Einheit des SFZV verfestigen*.	- Mettre en place des structures et une organisation souples permettant d'intégrer les diverses tendances et orientations enregistrées en élevage, ainsi que les divers courants d'idées. - Définir les buts d'élevage prioritaires et impératifs et ceux susceptibles d'une application plus large et plus souple. - Identifier les avantages de l'unité et en informer les partenaires FSFM. - *Die Strukturen und die Organisation anpassungsfähig gestalten, damit verschiedene bei der Zucht aufkommende Strömungen und Ausrichtungen, oder diverse Trends integriert werden können* - *Die Zuchtziele in vordringliche und zwingende und anderseits untergeordnete, deren Verfolgung nicht obligat und flexibel ist, aufteilen* - *Die Vorteile einer Einheit nachweisen und die SFZV Partner informieren*
		4.5 Travailler en réseau avec les partenaires oeuvrant à la promotion et au développement du cheval FM, en particulier le HNS et l'HESA. *4.5 Vernetzung mit Partnern wie SNG und SHL, die in der Promotion und der Förderung des Freibergers tätig sind*	- Intensifier la collaboration avec le HNS et l'HESA - Intensifier la collaboration avec les autres Fédérations d'élevage - Rétablir des contacts et rechercher des synergies avec les cantons, lesquels intensifient leur action en matière de développement rural. - *Die Zusammenarbeit mit SNG & SHL verstärken* - *Die Zusammenarbeit mit den anderen Zuchtverbänden verstärken* - *Mit jenen Kantonen, die ihre ländliche Entwicklung weiter vorantreiben, Kontakte herstellen und Synergien suchen*

	Axes stratégiques / ***Strategische Achsen***	**Objectifs /** ***Ziele***	**Mesures /** ***Massnahmen***
		4.6 Collaborer à toute action tendant à renforcer la filière chevaline suisse.	- Identifier les intérêts et les problèmes communs aux différentes organisations actives dans l'élevage d'équidés en Suisse. - Collaborer à une adaptation des structures de la filière chevaline suisse propre à la renforcer. - Renforcer la collaboration avec les partenaires de la filière Cheval dans le cadre de l'OFichev (l'Observatoire de la filière suisse du cheval)
		4.6 Kooperation mit allen Unternehmungen, deren Ziel die Aufwertung der schweizerische Pferdebranche ist	- *Die Interessen und gemeinsamen Probleme der verschiedenen in der Schweizerischen Pferdezucht aktiven Organisationen erfassen* - *Mitarbeit bei Strukturanpassungen, die zu einer Stärkung der Pferdebranche führen* - *Innerhalb des OFichev (l'Observatoire de la filière suisse du cheval) die Zusammenarbeit mit den Partnern aus der Pferdebranche verstärken*