

Bericht der Vermarktungskommission

Präsident: Markus Brägger
Mitglieder: Beat Limacher, Ernst Hunziker, Hans Guldiman, Alain Jeanneret
Protokoll: Ernst Hunziker
Galopade: Theres Hauri

Die Nachfrage nach dem Freiberger ist weiterhin als sehr gut zu beurteilen. Es wurden 357 Freiberger exportiert. Es waren 50 zwei bis dreijährige und 307 drei bis siebenjährige. Dies sind lediglich 6 weniger als im Vorjahr.

Von den 357 exportierten Freibergern gingen 144 nach Deutschland, 118 nach Frankreich, 53 nach Belgien und einzelne in verschiedene andere Länder.

Die Galopade nahm an 9 Ausstellungen und Anlässen teil. Diese Ausstellungen sind äusserst wichtig, damit in Ländern mit enormen Marktpotenzial unser Freiberger einem breiten Publikum vorgestellt werden kann. Diese Werbung bedarf in Zukunft eines grösseren Budgets um die gekürzten Bundesbeiträge aufzufangen.

Die ausgestellten Pferde fanden rasch einen neuen Besitzer. Auch die 296 Anfragen übers Internet, welche an die regionalen Verkaufslisten weitergeleitet wurden, zeugen für eine lebhaftere Nachfrage nach dem Freiberger. Die Verwendung laut Auswertung ergab 42% Familie, 23% Fahren, 17% Dressur, 9% Western, 10% Springen. Gesucht wurden 52% Wallache, 44% Stuten und 4% Hengste.

Etwas problematischer sehe ich die Tendenz, dass immer mehr Fohlen ins Ausland verkauft werden. Es bleibt nur zu hoffen, dass sie gute Ausbilder bekommen, damit sie schlussendlich nicht negative Werbung hinterlassen. Ich würde mir wünschen, dass unsere Fohlen in der Schweiz am Zuchtprogramm teilnehmen und mit absolviertem Feldtest exportiert werden. Gerade diesem Feldtest haben wir es zu verdanken, dass unser Freiberger einen Leistungsausweis auch bezüglich Charaktereigenschaften erhält. Die charakterlichen Eigenschaften des FM am Feldtest müssen natürlich weiter entwickelt und verfeinert werden.

1120 Freiberger haben am Feldtest teilgenommen. Diese Feldtest-Plätze sind ein wichtiger Eckpfeiler zur Vermarktung unseres Pferdes.

Die Charakterstärke des Freibergers, welche wir auch zu vermarkten wissen, ziehen auch Käufer an, die nicht sehr viel Erfahrung im Umgang mit Pferden haben. Für diese Käuferschaft bedarf es einer guten und ehrlichen Beratung, die am Schluss nicht unbedingt ein Verkauf zum Ziel haben darf.

Wir dürfen weiter am Rezept des vielfältigen Freibergers festhalten. Nicht zu vergessen sind solche, die das Potenzial haben, sich im Sport in Szene zu setzen. Mit dieser Zuchtstrategie bin ich überzeugt, dass der Freiberger immer seinen Käufer findet.

Ins Auge fassen werden wir eine Korrektur der Tarife für Inserate im Freibergermagazin nach unten.

Der Freibergerstand an den inländischen Anlässen Agasul, BEA 2008, Journée d'élevage HNS, Marché-Concours 2008 und Swiss Expo 2008 erzielte mit dem Verkauf der Boutiqueartikel einen erfreulichen Umsatz von knapp Fr. 20'000.-

Ebenfalls war die Tombola am FM- National ein voller Erfolg. Die 15'000 Lose konnten verkauft werden und die Preise fanden Ihren Gewinner.

Zum Schluss möchte ich allen danken, die sich für die Vermarktung des Freibergers eingesetzt haben. Ein ganz besonderer Dank gilt der Galopade, die ohne finanzielle Unterstützung vom SFZV funktioniert.

Markus Brägger
Präsident der Vermarktungskommission