



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 zu 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 Freiberger 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.

Andererseits 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 Freiburger 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 Freiburger 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.