

Wie sieht die Zukunft der Warmblutpferdezucht in der Schweiz aus?

Equi-Scope, Cheval Suisse und ZVCH



EQUI-SCOPE



Zusammenfassung

Dieser Bericht präsentiert die Ergebnisse einer Umfrage unter 232 Züchtern, die zwischen 2019 und 2024 mindestens ein Warmblutfohlen in der Schweiz registriert haben. Ziel der Studie ist es, die Profile, Praktiken, Erwartungen und Perspektiven der Warmblutpferdezucht in einem von wirtschaftlichen, institutionellen und gesellschaftlichen Veränderungen geprägten Kontext besser zu verstehen.

Die Studie gliedert sich in fünf Teile:

- Soziodemografisches und strukturelles Profil der Stichprobe
- Motivationen und Praktiken der Zucht
- Erwartungen an die Verbände
- Wirtschaftliche und regulatorische Herausforderungen
- Zukunftsvision für die Branche und das Schweizer Warmblutpferd

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Zucht überwiegend auf kleinen Familienbetrieben basiert, die von Leidenschaft und Eigenbedarf geprägt sind. Die Qualität des Schweizer Warmblutpferdes ist anerkannt, aber seine Vermarktung und sein Image müssten gestärkt werden, um eine nachhaltige Wirtschaftlichkeit zu gewährleisten. Hohe Kosten, raumplanerische Zwänge und ein unzureichender Generationswechsel scheinen die grössten Herausforderungen zu sein.

Auf institutioneller Ebene wünschen sich viele Züchter eine klarere und besser koordinierte Zusammenarbeit zwischen den nationalen Organisationen, um die Sichtbarkeit, Effizienz und Vertretung der Branche zu stärken.

Die Ergebnisse legen Initiativen nahe, die die Förderung, die Vermarktung, die Übertragung von Zuchtbetrieben und die Unterstützung der Akteure stärken. Eine gemeinsame Strategie erscheint unerlässlich, um die Zukunft des Warmblutpferdes in der Schweiz zu sichern und seine Position im nationalen und internationalen Sport zu stärken.

Inhaltsverzeichnis

Wie sieht die Zukunft der Warmblutzucht in der Schweiz aus?	1
1. Einleitung	7
2. Ziele	9
3. Material und Methoden	10
4. Vorstellung der Stichprobe	12
4.1 Geschlecht der Befragten	12
4.2 Alter der Befragten	12
4.3 Wohnort der Befragten	13
4.4 Status als Pferdezüchter	14
4.5 Werdegang und Ausbildung im Bereich Pferdehaltung	15
4.6 Erfahrung/Jahre in der Zucht	16
4.7 Durchschnittliche Anzahl der pro Jahr gezüchteten Fohlen	17
4.8 Organisation und an der Zucht beteiligte Personen	18
4.9 Status des Befragten in der Zucht	19
4.10 Mitgliedschaft in Verbänden und Vereinigungen	20
4.11 Zusammenfassung der Darstellung der Stichprobe	24
5. Darstellung und Analyse der Ergebnisse	25
5.1 Beweggründe für die Zucht	26
5.2 Auswahl der Zuchttiere	28
5.3 Nachwuchs und junge Züchter	30
5.4 Von einem Zuchtverband erwartete Dienstleistungen	34
5.5 Zuchtmethoden	41
5.6 Kommunikation der Verbände	42
5.7 Kosten und Standort	45
5.8 Image und Zukunft des Schweizer Warmblutpferdes	49
5.9 Rechtlicher und landwirtschaftlicher Rahmen	51
5.10 Zukunftsvision	55

6. Zusammenfassung und allgemeine Diskussion	58
6.1 Stärken der Branche	58
6.2 Schwächen und strukturelle Herausforderungen	59
6.3 Governance der Branche und geäußerte Erwartungen	59
6.4 Perspektiven für die Nachhaltigkeit der Branche	59
6.5 Empfehlungen	60
6.6 Grenzen der Studie	60
7. Schlussfolgerung	61

Liste der Tabellen

Tabelle 1 : Vorstellung der Stichprobe (kontaktierte Züchter und erhaltene Antworten)	10
Tabelle 2 : Verteilung nach Alter der Befragten	13
Tabelle 3 : Aufschlüsselung nach Wohnkanton	14
Tabelle 4 : Von den Befragten genannte Ausbildungskategorien	16
Tabelle 5 : Kategorisierung der Antworten zu den Personen, die den Züchter bei seiner Tätigkeit begleiten	19
Tabelle 6 : Kategorisierung der Antworten „Sonstiges“ zum Status in der Pferdezucht	20
Tabelle 7 : Grund für die Mitgliedschaft in einem Zuchtverband	22
Tabelle 8 : Gründe für die Nichtmitgliedschaft in einem Zuchtverband	22
Tabelle 9 : Verteilung der Teilnehmer auf die verschiedenen Zuchtverbände und Beispiele für angegebene Gründe	23
Tabelle 10 : Motivation für die Zucht – nach Bedeutung der Befragten	26
Tabelle 11 : Auswahl der Zuchttiere und bevorzugte Quellen	28
Tabelle 12 : Verteilung der Antworten „Sonstiges“ und Beispiele aus den Kommentaren	30
Tabelle 13 : Bewertung der bevorzugten Kommunikationskanäle	33
Tabelle 14 : Kategorisierung der Antworten „Sonstiges“ und Beispiele	33
Tabelle 15 : Bewertung der Dienstleistungen/Leistungen eines Verbandes	35
Tabelle 16 : Qualitative Analyse der Kommentare der Teilnehmer zu den Dienstleistungen eines Verbandes	36
Tabelle 17 : Gewünschte Höhe des Mitgliedsbeitrags eines Verbandes	38

Tabelle 18 : Bedeutung verschiedener Dienstleistungen, die durch einen Jahresbeitrag abgedeckt werden könnten	38
Tabelle 19 : Kategorisierung der gewünschten Leistungen und zugehörige Beispiele	40
Tabelle 20 : Bewertung der Aufzuchtmethoden	42
Tabelle 21 : Zu verstärkende Kommunikationskanäle	44
Tabelle 22 : Bewertung der zu verstärkende Kanäle und angeführte Beispiele	45
Tabelle 23 : Bewertung der wahrgenommenen Wirksamkeit der Kommunikationskanäle	45
Tabelle 24 : Genannte Motivation für eine Erziehung im Ausland	48
Tabelle 25 : Bereitschaft, mehr zu bezahlen	48
Tabelle 26 : Image und Zukunft des Schweizer Warmblutpferdes – Bewertung verschiedener Eigenschaften	50
Tabelle 27 : Verbesserungsfaktoren zur Aufwertung des Schweizer Warmblutpferdes	51
Tabelle 28 : Bewertung der Zuchtbarrieren	52
Tabelle 29 : Bewertung der Zuchtbarrieren – qualitative Elemente	53

Liste der Abbildungen

Abbildung 1: Geschlechterverteilung der Befragten	12
Abbildung 2 : Verteilung nach Wohnortregion	13
Abbildung 3 : Verteilung der Stichprobe nach Züchterstatus	15
Abbildung 4 : Ausbildung im Bereich Pferdehaltung	15
Abbildung 5: Aufteilung nach Jahren der Zuchtpraxis	17
Abbildung 6: Durchschnittliche Anzahl der pro Jahr aufgezogenen Fohlen	17
Abbildung 7: Allein oder mit Hilfe einer anderen Person züchten	18
Abbildung 8: Verteilung der Antworten der Personen, die mit „Nein“ geantwortet haben, und Angabe der Person, die sie bei der Zuchtaktivität begleitet	18
Abbildung 9: Status des Befragten in der Pferdezucht	19
Abbildung 10: Verteilung der Stichprobe nach Mitgliedschaft in einem Zuchtverband	21
Abbildung 11: Verteilung der Stichprobe nach Mitgliedschaft der Teilnehmer in Zuchtverbänden	23
Abbildung 12: Beweggründe für die Zucht und angegebene Gründe	27
Abbildung 13: Bei der Auswahl des Zuchttieres verwendete Hilfsmittel	28
Abbildung 14: Verteilung der Antworten zum Thema „Beteiligung eines Jugendlichen an der Zucht“	31
Abbildung 15: Verteilung der in der Zucht engagierten „jungen Menschen“ nach Altersgruppen	32

Abbildung 16: Zufriedenheit mit der Kommunikation	43
Abbildung 17: Durchschnittliches Budget pro Fohlen bis zu einem Alter von 3 Jahren	46
Abbildung 18: Absicht der Züchter, im Ausland zu züchten	47
Abbildung 19: Unterstützung der Züchter für eine verstärkte Zusammenarbeit	53
Abbildung 20: Unterstützung einer Subvention für die Zucht von Halbblütern	55

Anmerkung zur Form

Zur Erleichterung der Lesbarkeit ist dieser Bericht in männlicher Form verfasst. Die verwendeten Formulierungen beziehen sich unterschiedslos auf Personen beider Geschlechter.

Autoren/Mitwirkende

Clara Ackermann – Beauftragt mit der Durchführung dieser Studie

Stéphane Montavon – Vizepräsident von Equi-scope

1. Einleitung

Die Zukunft der Warmblutpferdezucht in der Schweiz befindet sich derzeit in einer heiklen Phase, die von vielfältigen und teilweise widersprüchlichen Herausforderungen geprägt ist. Die Schweizer Züchter, die sich seit Generationen mit Leidenschaft und Engagement der Selektion und Verbesserung ihrer Zuchtlinien widmen, haben grosse Erwartungen an die Zukunft, müssen sich jedoch mit einem komplexen institutionellen und regulatorischen Umfeld auseinandersetzen. Zu den grössten Herausforderungen zählt die Koexistenz zweier in direktem Wettbewerb stehender Verbände für die Zucht von Warmblutpferden, die die Strukturierung und kohärente Förderung der Branche erschwert und manchmal zu einer Zersplitterung der Anstrengungen und Ressourcen führt. Während jeder Verband versucht, seine Standards, Methoden und Ziele zu fördern, sehen sich die Züchter mit einer fragmentierten Verbandslandschaft konfrontiert, die die Vereinheitlichung einer nationalen Strategie verlangsamt und die Wirkung ihrer gemeinsamen Stimme verwässert.

Darüber hinaus fügt die Intervention des Bundes eine wirtschaftliche und politische Dimension hinzu, die Fragen aufwirft. Die Züchter, die in der Vergangenheit von Subventionen zur Förderung der Zucht und zum Schutz der Artenvielfalt bei Pferden profitiert haben, befürchten heute einen wahrscheinlichen Rückgang dieser staatlichen Beihilfen. Die erklärte Absicht des Bundes, seine finanziellen Beiträge zu reduzieren, ist Teil einer strengen Haushaltspolitik, könnte jedoch den Sektor nachhaltig schwächen. Vor dem Hintergrund steigender Produktionskosten und einer stark eingeschränkten Rentabilität der Zucht könnte diese Kürzung der Subventionen direkte Auswirkungen auf die Qualität und den Fortbestand der Warmblutzucht haben.

Neben diesen institutionellen und finanziellen Herausforderungen belasten auch die Auflagen im Zusammenhang mit dem Tierschutz und der Raumplanung die Tätigkeit der Züchter erheblich. Die Schweiz, ein Land, das sich für den Schutz seiner Umwelt und das Wohlergehen der Tiere einsetzt, schreibt strenge Vorschriften für die Haltungsbedingungen, die Achtung der Naturräume und die Bewirtschaftung der Weiden vor. Diese Vorschriften sind zwar aus ethischen und ökologischen Gründen gerechtfertigt, können jedoch zusätzliche Belastungen für die Züchter mit sich bringen, sei es in Form von direkten Kosten oder von Einschränkungen bei der Erweiterung der für die Zucht genutzten Flächen. Darüber hinaus schränkt der zunehmende Druck auf das Land – zwischen Urbanisierung, Infrastruktur und Schutzgebieten – die Möglichkeit ein, geeignete Anlagen zu errichten und den Pferden ein optimales Lebensumfeld zu garantieren.

In diesem sich wandelnden und anspruchsvollen Umfeld streben die Schweizer Warmblutzüchter nach einem stabileren und nachhaltigeren Gleichgewicht. Sie wünschen sich eine bessere Zusammenarbeit zwischen den Verbänden, um ihre Kräfte zu bündeln und die anerkannte Qualität ihrer Produktion wirksamer zur Geltung zu bringen. Ausserdem wünschen sie sich eine angemessene öffentliche Unterstützung, die den wirtschaftlichen und ökologischen Herausforderungen gerecht wird, um die Zukunftsfähigkeit ihres Berufs zu sichern. Schliesslich hoffen sie, dass sich die Vorschriften in Richtung einer pragmatischen Harmonie entwickeln, die ethische Anforderungen, Naturschutz und die tägliche Realität der

Zucht in Einklang bringt. Dies wird der Schlüssel sein, um eine erfolgreiche Zukunft für diesen für das Schweizer Pferdewesen symbolträchtigen Wirtschaftszweig zu gewährleisten, der Tradition, Leidenschaft und sportliche Spitzenleistungen vereint.

2. Ziele

Das Hauptziel der Studie ist es, die aktuelle Situation und die Zukunftsperspektiven der Warmblutzucht in der Schweiz zu analysieren, basierend auf einer repräsentativen Stichprobe von Züchtern, die entweder Mitglied eines anerkannten nationalen Verbandes sind – dem Zuchtverband CH-Sportpferde (ZVCH) und Cheval Suisse – oder nicht.

Genauer gesagt verfolgt sie folgende Ziele:

- Beschreibung des soziodemografischen und strukturellen Profils der Warmblutpferdezüchter in der Schweiz (Alter, Ausbildung, Status, Grösse und Art des Betriebs).
- Identifizierung der Motivationen und Einschränkungen im Zusammenhang mit der Zucht (Produktionsziele, Rentabilität, Zugang zu Ressourcen, Zufriedenheit mit den bestehenden Strukturen).
- Analyse der Verbandszugehörigkeit und der Wahrnehmung der Züchter gegenüber den beiden nationalen Organisationen (ZVCH und Cheval Suisse).
- Vergleich der Erwartungen und Bedürfnisse der Züchter entsprechend ihrem Profil (Sprachregion, Art der Tätigkeit, Grad der Beteiligung).
- Sammeln von Vorschlägen und Perspektiven zur Stärkung der Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Warmblut-Branche.

Diese Ziele entsprechen dem gemeinsamen Wunsch der Partner (Cheval Suisse und ZVCH), die tatsächlichen Bedürfnisse der Züchter besser zu verstehen, ihre Dienstleistungen anzupassen und ihre Zusammenarbeit für eine nachhaltige Entwicklung der Branche zu verstärken. Equi-Scope spielte eine treibende Rolle in dem Projekt, indem es für eine vorbildliche Koordination zwischen den Partnern sorgte und den reibungslosen Ablauf sowie die Kohärenz des gesamten Prozesses sicherstellte.

3. Material und Methoden

Der Fragebogen wurde gemeinsam von den drei Projektpartnern – ZVCH, Cheval Suisse und Equi-Scope – erstellt, um die Vielfalt der Standpunkte und Bedürfnisse vor Ort bestmöglich widerzuspiegeln.

Er wurde am 4. September 2025 von Identitas SA an die Züchter verschickt, die zwischen 2019 und 2024 ein Warmblutfohlen in der nationalen Datenbank AGATE registriert hatten. Insgesamt wurden 1330 E-Mails verschickt, davon 946 auf Deutsch und 384 auf Französisch. 9 Empfänger befanden sich im Ausland, die übrigen in der Schweiz. Eine erste Erinnerung wurde am 23. September 2025 verschickt, gefolgt von einer zusätzlichen Verbreitung über soziale Netzwerke und die Kommunikationskanäle der institutionellen Partner (Cheval Suisse, ZVCH und Equi-scope). Die Datenerhebung wurde am 15. Oktober 2025 abgeschlossen.

Der Fragebogen, der online und in Papierform verfügbar war, enthielt Multiple-Choice-Fragen und Felder für freie Kommentare. Die Verbreitung der Umfrage erfolgte durch Identitas SA, die die Einladung mit dem Link und dem QR-Code versandte. Die über Microsoft Forms gesammelten Antworten wurden anschliessend in konsolidierter Form gemäss dem Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG) verarbeitet.

Insgesamt gingen 232 Antworten ein, davon 174 auf Deutsch und 58 auf Französisch (darunter drei in Papierform). Dies entspricht einer Rücklaufquote von insgesamt 17,4 %, was für eine Umfrage dieser Art ein sehr zufriedenstellendes Ergebnis ist.

Sprache	Kontaktierte Züchter	Eingegangene Antworten	Anteil der Antworten
Deutschsprachige	946	174	75,0
Französischsprachige	384	58	25,0
Gesamt	1 330	232	100

Tabelle 1 : Darstellung der Stichprobe (kontaktierte Züchter und erhaltene Antworten)

Qualitätskontrollen haben bestätigt, dass keine doppelt ausgefüllten und keine inkonsistenten oder unvollständigen Fragebögen vorliegen. Die sprachliche Verteilung der Befragten entspricht weitgehend derjenigen der kontaktierten Population, wodurch eine gute geografische und sprachliche Vertretung gewährleistet ist.

Auf der Grundlage des Austauschs mit dem Verantwortlichen von Identitas SA umfasst die erhaltene Stichprobe etwa jeden sechsten Züchter der Gesamtpopulation, der zwischen 2019 und 2024 ein Warmblutfohlen registriert hat. Diese Stichprobe kann somit als solide und repräsentativ für die statistische Analyse angesehen werden. Die verwendete Datenbank spiegelt alle in diesem Zeitraum aktiven Züchter wider, was etwa 3.800 registrierten Warmblutfohlen entspricht, die sich auf fast 70 verschiedene Rassen verteilen. Von diesen Züchtern haben etwa 60 % nur ein einziges Fohlen registriert, während etwa 150 besonders aktive Züchter bis zu zehn Fohlen pro Jahr gemeldet haben. Diese letzte Gruppe bildet den Hauptkern und ist am repräsentativsten für die Branche.

Die Daten wurden einer deskriptiven Analyse zu explorativen Zwecken unterzogen, die mit Hilfe von Standard-Statistiktools (Microsoft Excel) durchgeführt wurde. Die Auswertungen

beschränken sich auf deskriptive statistische Daten (Anzahl, Häufigkeiten, Prozentsätze), um die wichtigsten beobachteten Trends herauszuarbeiten. Dieser Ansatz gewährleistet die Transparenz und Reproduzierbarkeit der Analyse.

Methodischer Hinweis

Um die Zuverlässigkeit der Daten und ihre Konformität mit dem Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG) zu gewährleisten, hat Identitas SA die Verteilung des Fragebogens, die Anonymisierung der Antworten und die erforderlichen technischen Kontrollen sichergestellt. Diese Verfahren garantieren die Integrität des für die Analyse verwendeten Datensatzes.

Ethische Überlegungen

Die Teilnehmer wurden über den freiwilligen, anonymen und vertraulichen Charakter ihrer Teilnahme informiert. Personenbezogene Daten wurden niemals an die Forscher weitergegeben: Nur Identitas SA verfügte über die Kontaktdaten der Befragten. Die Papierfragebögen wurden vor ihrer Eingabe in die digitale Datenbank gesammelt und anonymisiert. Die Datenverarbeitung entspricht in vollem Umfang den Anforderungen des DSG.

4. Vorstellung der Stichprobe

In diesem Abschnitt wird die Zusammensetzung der Stichprobe der 232 befragten Züchter auf der Grundlage der ersten 18 Fragen des Fragebogens beschrieben.

Die unten aufgeführten Ergebnisse ermöglichen es, die wichtigsten soziodemografischen und strukturellen Profile der Teilnehmer zu charakterisieren (Geschlecht, Alter, Region, Art des Betriebs, Grösse des Pferdebestands usw.).

4.1 Geschlecht der Befragten

Die Stichprobe besteht mehrheitlich aus Frauen (61,6 %) gegenüber 37,9 % Männern, während nur eine Person (0,4 %) ihr Geschlecht nicht angegeben hat. Diese Ergebnisse bestätigen die seit rund dreissig Jahren in der Schweiz zu beobachtende zunehmende Feminisierung des Pferdesektors, insbesondere in den Bereichen Ausbildung, Management und Sport. In der eigentlichen Zucht ist diese Entwicklung jedoch weniger ausgeprägt, da die familiären und beruflichen Strukturen dort oft weiterhin von Männern dominiert werden.

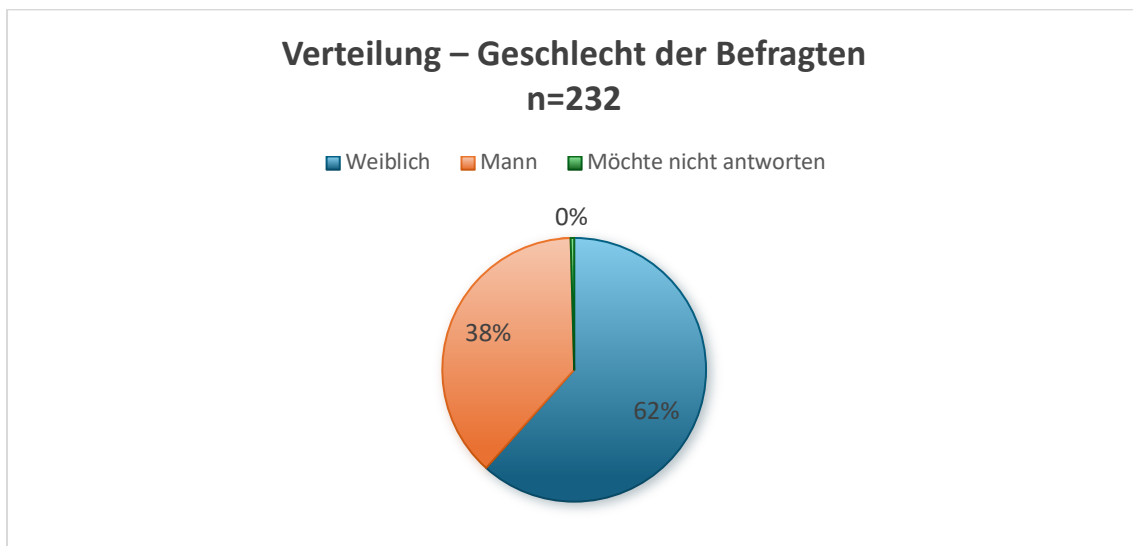


Abbildung 1 : Geschlechterverteilung der Befragten

Der hohe Frauenanteil unter den Befragten spiegelt möglicherweise eine stärkere Beteiligung von Frauen an der Zucht, dem Management oder der Vermarktung von Pferden wider und zeugt von einer zunehmenden Öffnung der Zuchtbranche für eine grössere Vielfalt an Profilen.

4.2 Alter der Befragten

Die Mehrheit der befragten Züchter gehört zur Altersgruppe der 46- bis 60-Jährigen (39,2 %), gefolgt von den 31- bis 45-Jährigen (31,5 %). Die unter 30-Jährigen machen nur einen geringen Anteil (8,2 %) der Stichprobe aus, während 21,1 % der Befragten über 60 Jahre alt sind. Diese Ergebnisse spiegeln eine insgesamt erfahrene Population mit einem geringen Anteil junger Züchter wider.

Kategorie	Bestand	%	Geschätztes Durchschnittsalter
Unter 30	19	8,2 %	25
31–45 Jahre	73	31,5 %	38
46–60 Jahre	91	39,2 %	53
Über 60 Jahre*	49	21,1%	65
Gesamt (n)	232	100%	≈48,5

Tabelle 2 : Verteilung nach Alter der Befragten

*Offene Kategorie: Der Wert von 65 Jahren entspricht einer indikativen Schätzung des Medianalters.

Das geschätzte Medianalter der Stichprobe liegt bei etwa 48,5 Jahren, was ein Profil von überwiegend reifen Züchtern widerspiegelt. Der geringe Anteil von Jugendlichen unter 30 Jahren unterstreicht einen begrenzten Generationswechsel, der als strategische Herausforderung für die Nachhaltigkeit der Warmblutzucht in der Schweiz angesehen wird.

4.3 Wohnkanton der Befragten

Die Mehrheit der Befragten stammt aus dem Mittelland/Plateau (44,8 %), gefolgt von der Westschweiz (28,9 %) und der Ostschweiz (25,4 %). Diese Verteilung spiegelt die geografische Struktur der Warmblutpferdezucht in der Schweiz wider, die sich historisch auf die Kantone des Mittellandes konzentriert, wo sich der Grossteil der Zuchtinfrastrukturen, Wettbewerbe und Reproduktionszentren befindet.

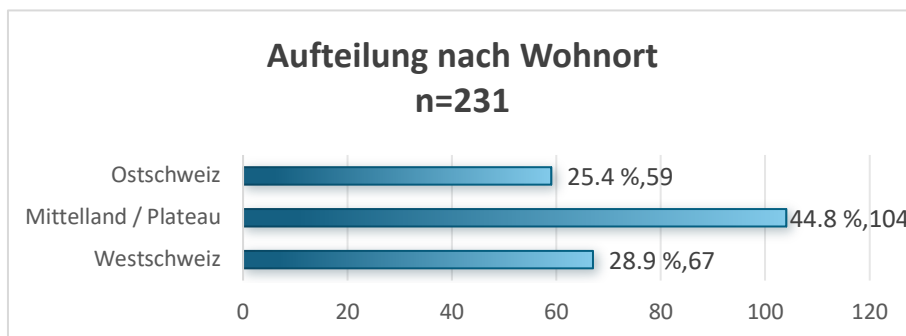


Abbildung 2 : Verteilung nach Wohnort

Kanton	Bestand	% der Gesamtzahl
Bern	56	24,1 %
Waadt	21	9,1 %
Freiburg	18	7,8 %
Jura	18	7,8 %
Luzern	18	7,8 %
St. Gallen	17	7,3 %
Zürich	17	7,3 %
Aargau	13	5,6 %
Solothurn	11	4,7 %
Thurgau	10	4,3
Basel-Landschaft	5	2,2 %
Graubünden	5	2,2 %
Neuchâtel	5	2,2 %
Zug	4	1,7 %
Genf	3	1,3 %
Schwyz	3	1,3 %
Wallis	2	0,9 %
Appenzell	1	0,4 %
Schaffhausen	1	0,4 %
Basel-Stadt	1	0,4 %
Nidwalden	1	0,4 %
Obwalden	1	0,4 %
Sonstiges (Tippfehler)	1	0,4
Gesamt	232	100,0

Tabelle 3 : Aufteilung nach Wohnkanton

4.4 Status als Züchter

Die Mehrheit der Befragten (69,8 %) betrachtet die Pferdezucht als Hobby oder Leidenschaft, während etwa ein Fünftel (20,7 %) sie als Nebentätigkeit zu einem anderen Beruf ausübt. Nur 9,5 % der befragten Züchter geben an, die Zucht als Haupttätigkeit auszuüben.

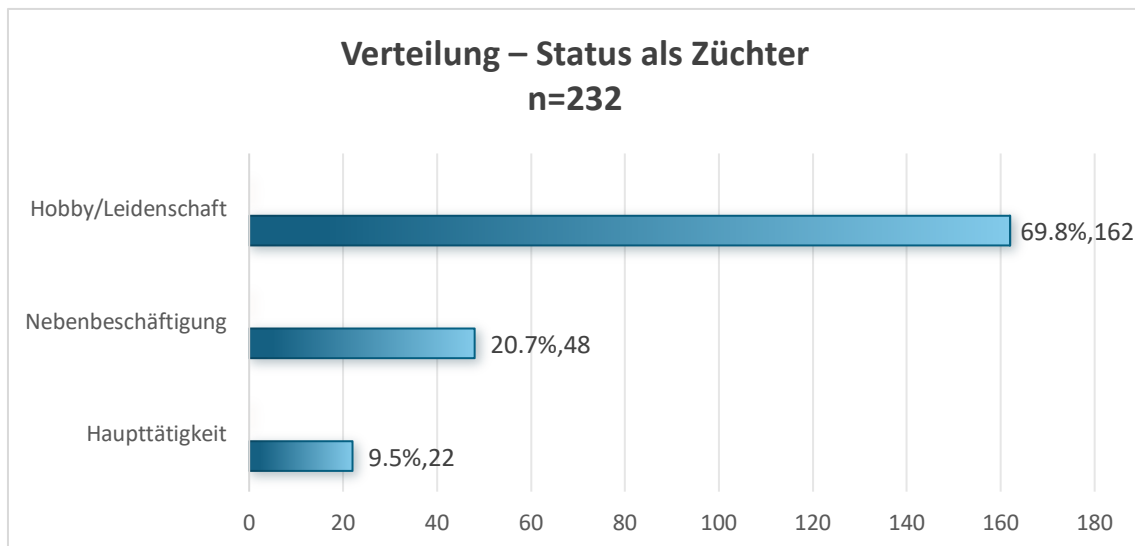


Abbildung 3 : Verteilung der Stichprobe nach Züchterstatus

Diese Ergebnisse bestätigen, dass die überwiegende Mehrheit der Warmblutpferdezüchter in der Schweiz ihre Tätigkeit nicht professionell ausübt, sondern oft eher aus persönlichem Interesse, Familientradition oder Leidenschaft für Pferde als aus wirtschaftlichen Erwägungen. Diese Struktur spiegelt ein weitgehend amateurhaftes Zuchtgefüge wider, das für das Schweizer Modell charakteristisch ist, wo die Produktion auf einer Vielzahl kleiner Zuchtbetriebe basiert, die oft in gemischte oder Freizeitlandwirtschaften integriert sind.

4.5 Werdegang und Ausbildungen im Zusammenhang mit Pferden

Etwas mehr als ein Drittel der Befragten (40,9 %) gibt an, über eine Ausbildung im Pferdebereich zu verfügen, während fast sechs von zehn (59,1 %) keine solche Ausbildung absolviert haben. Diese Verteilung zeigt, dass die meisten Züchter keine spezielle Ausbildung haben und ihre Erfahrung vor allem auf Praxis, Tradition oder Leidenschaft basiert, während ein geringerer Anteil qualifizierte Fachleute sind, die formale Kompetenzen im Pferdebereich erworben haben.

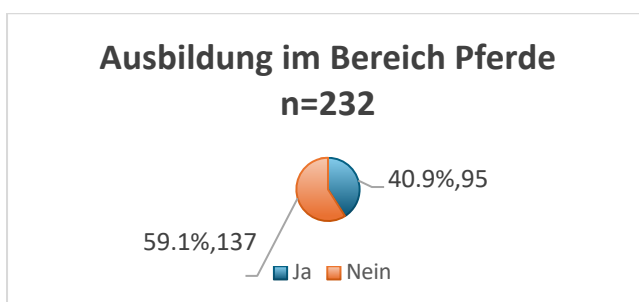


Abbildung 4 : Ausbildung im Bereich Pferdehaltung

Von den 95 Befragten mit Ausbildung hat die Mehrheit (37,9 %) einen EFZ oder eine berufliche Ausbildung im Pferdebereich (EFZ, Équigarde, EFZ-Pferdeberufe) absolviert, was die zentrale Rolle der fachlichen Grundausbildung für die Professionalisierung des Sektors bestätigt. Landwirtschaftliche Ausbildungen machen 25,3 % der Ausbildungswege aus, was die enge

Verbindung zwischen der Pferdezucht und der traditionellen Landwirtschaft unterstreicht, die oft in Familienbetrieben ausgeübt wird.

Universitäre oder technische Ausbildungen in Agronomie, Pferdewissenschaften oder Veterinärmedizin machen 16,8 % der Befragten aus, was auf eine Kerngruppe hochqualifizierter Profile in den Bereichen Forschung, Beratung oder Tiergesundheit hindeutet. Schliesslich haben 20 % der Befragten mit Ausbildung eine sportliche Ausbildung, eine Trainerausbildung oder andere technische Spezialisierungen (Hufschmied, Therapeut, Richter, Pferdepfleger) absolviert, was die Vielfalt der im Pferdebereich eingesetzten Kompetenzen verdeutlicht.

Hauptkategorie	Beispiele für enthaltene Antworten	Anzahl	% (von 95)
EFZ oder berufliche Ausbildung im Pferdebereich (EFZ / Pferdepfleger / Reiter)	Pferdepfleger, EFZ, Reiterin, Pferdefachmann, Spezialist im Pferdebereich	36	37,9 %
Landwirtschaftliche Ausbildung	Landwirt, Meisterlandwirt, Landwirtschaftsschule	24	25,3 %
Universitäre oder technische Ausbildung in Agronomie / Pferdewissenschaften / Veterinärmedizin	Tierarzt, Agronom ETH/ETHZ, Bachelor in Agronomie, B.Sc. Pferdewissenschaften	16	16,8 %
Sportausbildung / Trainerausbildung / J+S-Leiterausbildung	Trainer, J+S-Leiterin, Reitwart (Trainer B), Vereinsleiter SVPS	11	11,6 %
Weitere Spezialisierungen (Hufschmied, Therapeut, Pferdepfleger, Richter)	Hufschmied, Tiertherapeut, Pferdepfleger, Richter, Pferdephysiotherapeut	8	8,4 %
Gesamt (Befragte mit Ausbildung)	—	95	100

Tabelle 4 : Von den Befragten genannte Ausbildungskategorien

Insgesamt basiert die Zucht von Warmblutpferden in der Schweiz auf vielfältigen Ausbildungswegen, die anerkannte Ausbildungen im Pferdesektor, traditionelle landwirtschaftliche Profile und neuere Spezialisierungen in den Bereichen Sport, Gesundheit oder Tierschutz kombinieren.

4.6 Erfahrung/Jahre in der Zucht von Warmblütern

Die Mehrheit der befragten Züchter (65,5 %) ist seit mehr als zehn Jahren in der Zucht tätig, was auf ein hohes Mass an Erfahrung und eine grosse Stabilität innerhalb der Branche hindeutet. Züchter mit fünf bis zehn Jahren Berufserfahrung machen 15,1 % der Stichprobe aus, während 19,4 % seit weniger als fünf Jahren tätig sind.

Diese Verteilung steht im Einklang mit der zuvor dargestellten Altersstruktur: Die Dominanz von Züchtern über 45 Jahren spiegelt sich in der umfangreichen Erfahrung wider, die in der Branche gesammelt wurde. Sie zeigt eine überwiegend etablierte und erfahrene Züchterpopulation, aber auch einen begrenzten Generationswechsel, der bereits in der Altersverteilung erkennbar ist. Die Präsenz neuer Züchter, wenn auch in der Minderheit, lässt jedoch eine Dynamik des Generationswechsels erkennen, die von jüngeren oder kürzlich ausgebildeten Profilen getragen wird.

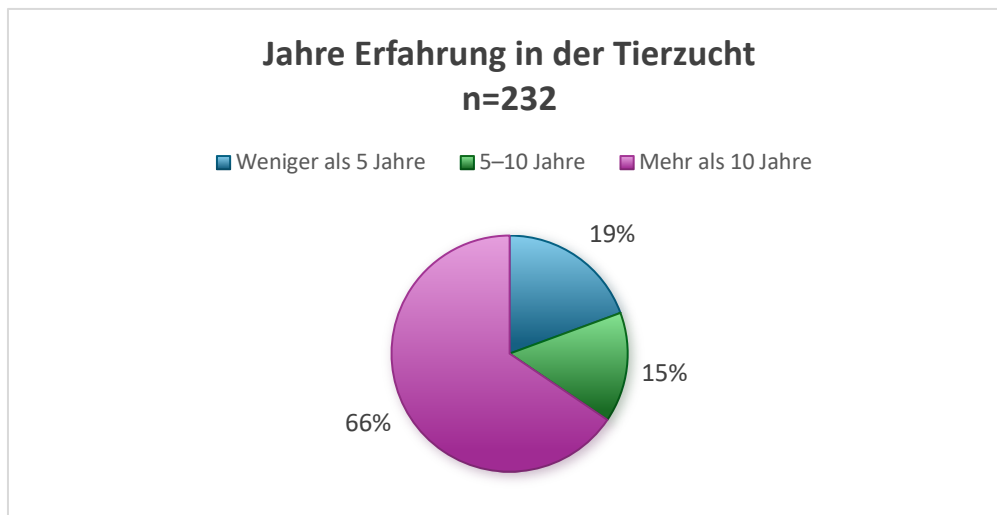


Abbildung 5 : Verteilung nach Jahren der Tätigkeit in der Pferdezucht

4.7 Durchschnittliche Anzahl der pro Jahr aufgezogenen Fohlen

Die Mehrheit der Züchter (69,4 %) gibt an, durchschnittlich ein Fohlen pro Jahr zu züchten, während 22 % zwei bis drei Fohlen züchten. Grössere Zuchtbetriebe, die vier bis fünf Fohlen oder mehr als fünf Fohlen pro Jahr produzieren, machen 3 % bzw. 5,6 % der Stichprobe aus.

Diese Verteilung bestätigt die Vorherrschaft kleiner Familien- oder Hobbyzuchtbetriebe, in denen die Produktion begrenzt, aber regelmässig ist. Sie steht im Einklang mit der demografischen Struktur und dem Alter der Züchter: eine erfahrene Population, die oft schon seit langem ansässig ist, deren Produktionsvolumen jedoch bescheiden bleibt.

Insgesamt verdeutlichen diese Ergebnisse den extensiven und nicht intensiven Charakter der Warmblutpferdezucht in der Schweiz, wo Selektion und Qualität Vorrang vor Quantität haben.

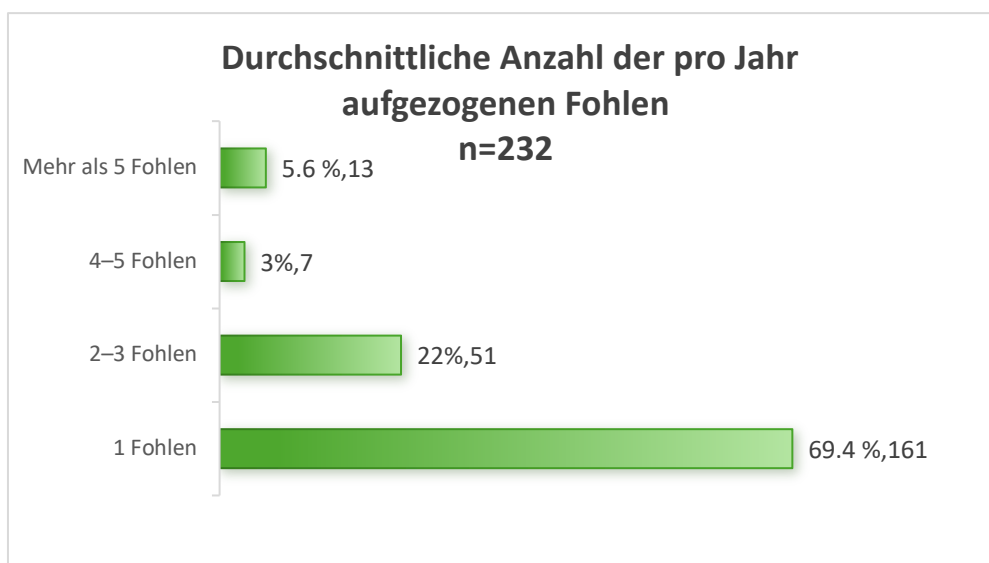


Abbildung 6 : Durchschnittliche Anzahl der pro Jahr gezüchteten Fohlen

4.8 Organisation und an der Zucht beteiligte Personen

Die Mehrheit der Befragten (63,4 %) züchtet ihre Pferde alleine, während 36,6 % angeben, diese Tätigkeit mit anderen Personen zu teilen. Diese überwiegend autonome Organisation spiegelt die typische Struktur der Warmblutpferdezucht in der Schweiz wider, die oft privat, in kleinem Rahmen und auf persönlicher Basis betrieben wird.

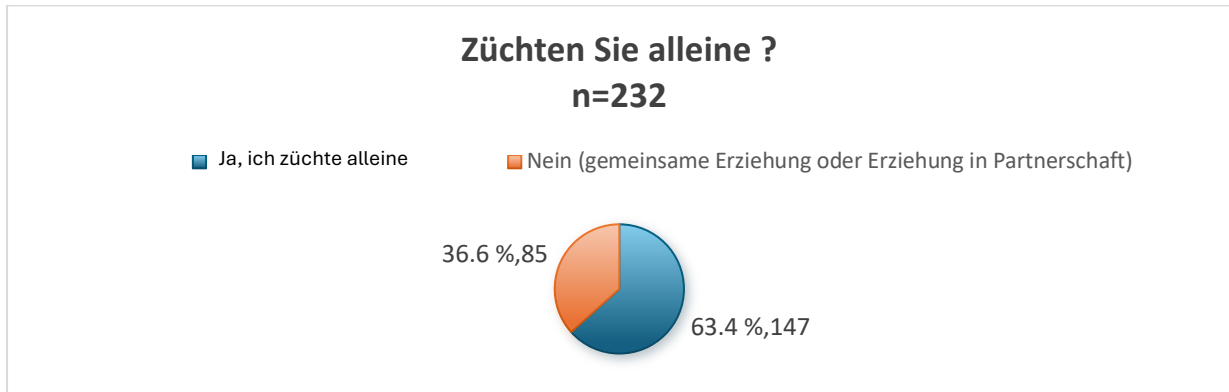


Abbildung 7 : Allein oder mit Hilfe anderer züchten

Von den Züchtern, die mit anderen zusammenarbeiten (n = 85), tun dies die meisten mit ihrem Partner (57,6 %), gefolgt von einem älteren Familienmitglied (16,5 %) oder einem jüngeren Familienmitglied (9,4 %). Die Zusammenarbeit mit Personen ausserhalb der Familie ist nach wie vor selten (3,5 %), obwohl 12,9 % andere Formen der Zusammenarbeit, wie Freunde, Miteigentümer oder Züchtergemeinschaften, angeben.

Von allen Landwirten geben 36,6 % an, ihre landwirtschaftliche Tätigkeit mit anderen Personen zu teilen (n = 85). Von denjenigen, die die Art dieser Zusammenarbeit angegeben haben (n = 23), nennen die meisten ein Familienmitglied (43,5 %), was die zentrale Rolle der Familie bei der Bewirtschaftung der Tierhaltung bestätigt. Partner machen 13 % der Fälle aus, während 8,7 % sowohl Familie als auch Partner einbeziehen. Externe Kooperationen (Freunde, Kollegen, Pensionsgäste) und kollektive Formen wie Pferdezuchtgenossenschaften bleiben in der Minderheit (8,7 % bzw. 4,3 %). Schliesslich gab etwa ein Fünftel (21,7 %) der Befragten keine Zusammenarbeit an oder gab an, allein zu züchten.

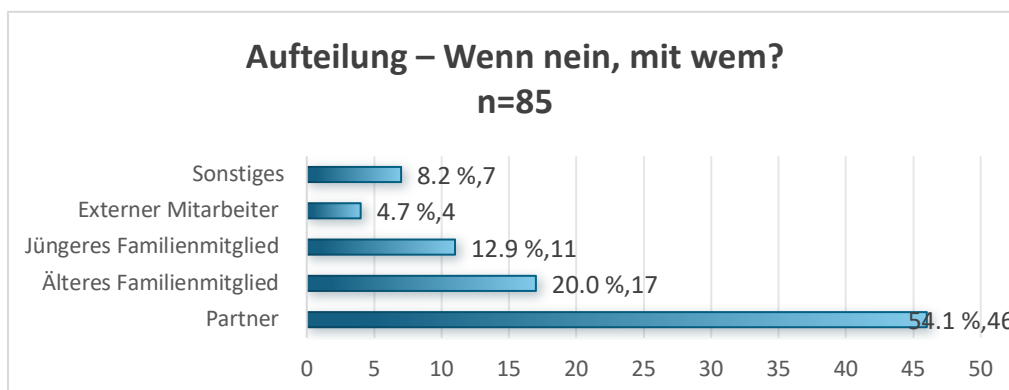


Abbildung 8 : Verteilung der Antworten der Personen, die mit „Nein“ geantwortet und angegeben haben, wer sie bei der Tierzucht unterstützt

Kategorie	Beispiele für enthaltene Antworten	Bestand	% von 23
Keine / keine Angabe	Keine, Nein, „-“, „-“, Falsches Pflichtfeld	5	21,7
Partner	Ehemann, Ehefrau, Partner	3	13,0 %
Familie (Eltern, Geschwister, Kinder, die ganze Familie)	Familie, Eltern, Geschwister, Kinder, ganze Familie, Vater, Mutter	10	43,5 %
Familie und Partner zusammen	Familie und Partner, Partner + Mutter + Tochter	2	8,7
Mitarbeiter oder Dritte	Kollegen, Pferdebesitzer oder Pensionsgäste	2	8,7 %
Andere kollektive Formen	Zuchtverband	1	4,3 %
Gesamt	—	23	100

Tabelle 5 : Kategorisierung der Antworten zu den Personen, die den Züchter bei seiner Tätigkeit unterstützen

Insgesamt zeigen diese Ergebnisse, dass die Zucht von Warmblutpferden in der Schweiz in erster Linie auf familiären oder individuellen Strukturen basiert. Die zentrale Rolle der Familie und des Paares in der täglichen Organisation der Zucht spiegelt eine Arbeitsweise wider, die auf Nähe, Vertrauen und generationsübergreifender Weitergabe basiert.

4.9 Status des Befragten in der Zucht

Fast sieben von zehn Befragten (68,1 %) bezeichnen sich als Hauptzüchter, die die Verantwortung für Entscheidungen im Zusammenhang mit der Zucht übernehmen. Dieser hohe Anteil bestätigt, dass der Fragebogen überwiegend von Personen ausgefüllt wurde, die direkt an der Leitung und Ausrichtung ihrer Struktur beteiligt sind.

Mitzüchter machen 11,2 % der Stichprobe aus, während sich 15,5 % in erster Linie als Reiter oder Nutzer betrachten, die in die Zucht involviert sind, was eine gewisse Durchlässigkeit zwischen den Rollen von Besitzer, Reiter und Züchter in der Warmblutzucht widerspiegelt. Schliesslich haben sich 4,7 % der Befragten der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet.

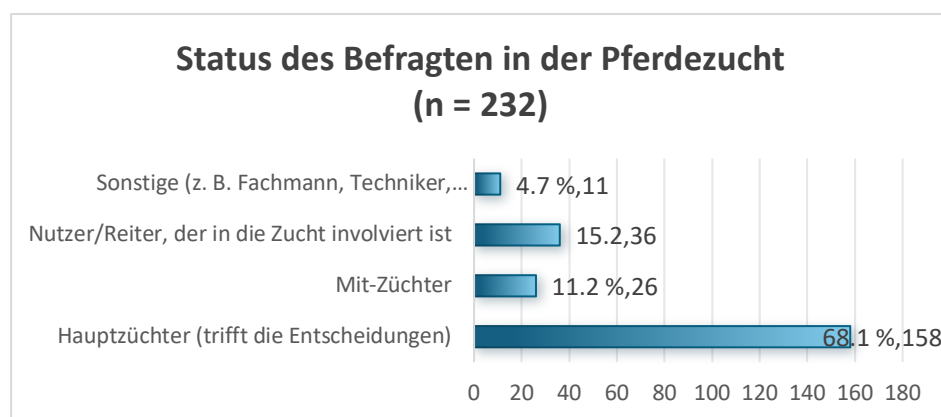


Abbildung 9 : Status des Befragten in der Pferdezucht

Die Analyse der von den Befragten gemachten Angaben zeigt eine grosse Vielfalt an Situationen: 36,5 % geben an, dass es sich um eine Familienzucht oder eine Zucht mit gemeinschaftlichen Entscheidungen handelt, 26,9 % um eine Freizeit- oder Zucht für den

persönlichen Gebrauch und 13,5 % um eine teilweise oder spezifische berufliche Tätigkeit. Etwa 23 % der Antworten entsprechen Einzelfällen oder sind nicht verwertbar.

Details zu den Antworten „Sonstiges“ zum Status in der Pferdezucht

Zusammengefasste Kategorie	Beispiele für enthaltene Antworten	Bestand	% von 52
Familienbetrieb oder gemeinschaftliche Entscheidung	<i>In der Familie, Die ganze Familie hat ein Mitspracherecht, Gemeinsame Entscheidung, Familienbetrieb aus verschiedenen Zweigen des Pferdesports, Vater, Teilweise meine Tochter, Hauptzüchter mit Partner und Eltern</i>	19	36,5
Freizeit- oder Eigenzucht	<i>Freizeit, Zucht für den Eigenbedarf, Eigenbedarf, Zucht für Eigenbesitz, Zucht für den Eigengebrauch, 1 Fohlen als Nachzucht..., Besitzerin von Stuten..., Zucht für den Sport</i>	14	26,9 %
Spezifische/teilweise berufliche Tätigkeit	<i>Professioneller Reitlehrer, Zucht für den Sport, professionelle Reiterin</i>	7	13,5
Einzelfälle oder nicht verwertbare Fälle	<i>-, ., Keine, Ungültiges Pflichtfeld, Nein, Xx, 0, ?, Person, Keine, Keine andere</i>	12	23,1 %
Gesamt	—	52	100

Tabelle 6 : Kategorisierung der Antworten „Sonstiges“ zum Status in der Pferdezucht

Diese Ergebnisse unterstreichen die Vielfalt der Profile in diesem Sektor: Während sich die Mehrheit der Befragten in einer klaren Entscheidungsfunktion wiederfindet, übt ein nicht unerheblicher Teil die Zucht in einem flexibleren, kollektiven oder familiären Rahmen aus. Diese Vielfalt spiegelt den hybriden Charakter der Warmblutpferdezucht in der Schweiz wider, die sich an der Schnittstelle zwischen Freizeit, Leidenschaft und beruflicher Tätigkeit befindet.

Methodischer Hinweis:

Unter den Befragten, die bei der Frage nach ihrem Status in der Zucht die Kategorie «Sonstiges» ausgewählt haben, wurden 52 unterschiedliche Kommentare abgegeben. Die Analyse dieser Antworten zeigt eine grosse Vielfalt an Situationen: 36,5 % geben eine familiäre oder kollektiv geführte Zucht an, 26,9 % eine Freizeit- oder Selbstversorgerzucht und 13,5 % eine berufliche Teil- oder Spezialtätigkeit. Etwa 23 % der Antworten entsprechen Einzelfällen oder sind nicht verwertbar.

Die angegebenen Zahlen sind das Ergebnis einer thematischen Zusammenfassung der offenen Antworten, wobei einige mehrere Elemente kombinieren (z. B. die gleichzeitige Erwähnung des Partners und der Familie). Diese Zahlen sind daher als Richtwerte zu interpretieren, ermöglichen jedoch die Ermittlung der wichtigsten Trends, die von den Befragten in ihren freien Antworten zum Ausdruck gebracht wurden.

4.10 Vereinszugehörigkeit und Mitgliedschaften

Eine sehr grosse Mehrheit der Befragten (91,8 %) gibt an, einem Zuchtverband anzugehören, während nur 8,2 % keiner Mitgliedschaft angehören. Diese besonders hohe Mitgliedschaftsquote unterstreicht die Bedeutung kollektiver Strukturen in der

Warmblutzucht, wo die Mitgliedschaft in einem Verband eine weit verbreitete Norm zu sein scheint.

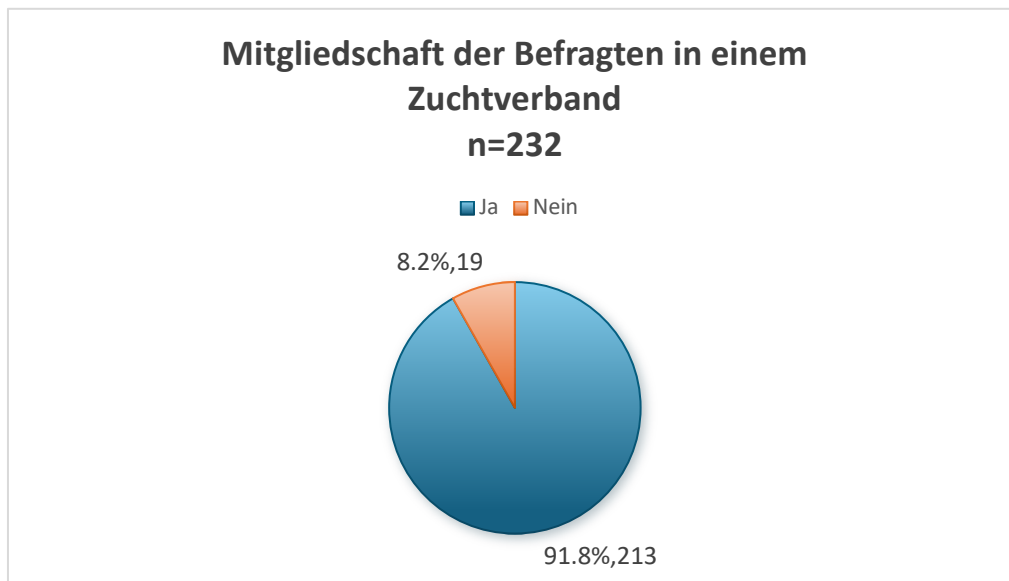


Abbildung 10 : Verteilung der Stichprobe nach Mitgliedschaft in einem Zuchtverband

Von den 213 Befragten, die angaben, Mitglied eines Zuchtverbands zu sein, gaben nur sehr wenige den Grund für ihre Mitgliedschaft an. Es gab nur einen einzigen expliziten Kommentar, der darauf hinwies, dass die Mitgliedschaft in erster Linie einem administrativen Bedarf entspricht, insbesondere um die offizielle Registrierung und Rückverfolgbarkeit der Fohlen zu gewährleisten.

Dies bestätigt, dass die Mitgliedschaft für die Züchter in erster Linie eine formale oder regulatorische Notwendigkeit und weniger eine persönliche Motivation ist. Es ist jedoch wahrscheinlich, dass angesichts der Geschichte und der etablierten Gepflogenheiten in der Branche auch die traditionelle Dimension der Verbandszugehörigkeit eine Rolle spielt.

Kategorie	Grund für die Mitgliedschaft	Mitglieder	% der Kommentare (1/20)	% der 232 Befragten
Verwaltung / Abstammungsscheine	„Um Papiere für die Fohlen zu bekommen“	1	5	0,43
—	Kein anderer Grund unter den 213 angegeben Ja	—	—	—
Gesamtzahl der kommentierten Beitritte	—	1	5 %	0,43

Tabelle 7 : Gründe für die Mitgliedschaft in einem Zuchtverband

Umgekehrt gaben 19 Befragte an, nicht Mitglied eines Zuchtverbands zu sein, wobei die überwiegende Mehrheit von ihnen eine Begründung dafür angab. Die Gründe sind vielfältig: finanzielle Gründe, administrative Auflagen, fehlender Bedarf, geografische Aspekte, Einstellung der Zucht oder indirekte Mitgliedschaft über ein Familienmitglied. Die folgende

Tabelle zeigt die wichtigsten Kategorien sowie ein konkretes Beispiel für jeden Grund, das direkt aus den gesammelten Kommentaren übernommen wurde.

Zusammengefasste Kategorie	Konkrete Beispiele aus den Kommentaren	Bestand	% (von 19)
1. Geografie / Pferde im Ausland	„Unsere Pferde sind in Frankreich“; „Ich war in Deutschland Mitglied.“	2	10,50 %
2. Finanzielle Gründe / Kosten	„Ich habe nur ein Fohlen gezüchtet ... relativ hoher Beitrag“; „ausländische Stute. Finanzielle Gründe“.	2	10,50
3. Bürokratie / Rigidität	„Der Ansatz der Schweizer Verbände ist überreguliert und zu starr.“	1	5,30 %
4. Kein Bedarf/kein Mehrwert	„Nicht notwendig“; „Sehe keinen Mehrwert Mitglied zu sein.“	2	10,50 %
5. Einstellung/Pause der Zucht/Tod der Stute	„Ich züchte nicht mehr“; „Hat den Verein verlassen... nach dem Tod der Zuchtstute“; „Zur Zeit kein Fohlen geplant...“; „Aufgabe der Zucht“	4	21,00 %
6. Freizeit / nicht berufliche Tätigkeit	„Freizeit und Hobby“	1	5,30 %
7. Unrentabilität der Tierhaltung	„Es lohnt sich nicht“; „Da schwierig kostendeckend zu verkaufen“	2	10,50 %
8. Häufiger Wechsel der Vereinigung	„Er wechselt immer wieder“	1	5,30 %
9. Nicht anerkannte Struktur (Pässe)	„Der Trakehnerverband CH ist nicht anerkannt ...“	1	5,30 %
10. Familiäre Gründe (ein anderes Mitglied tritt an meiner Stelle bei)	„Familienmitglied ist Mitglied“; „Vater ist Mitglied“	2	10,50 %
11. Einmalige Aktivität / ein einziges Fohlen	„Einmalige Belegung der Stute“	1	5,30 %
12. Fehlende Informationen	„Keine Ahnung“	1	5,30 %
GESAMT NEIN (mit Kommentar)	—	19	100

Tabelle 8 : Gründe für die Nichtmitgliedschaft in einem Zuchtverband

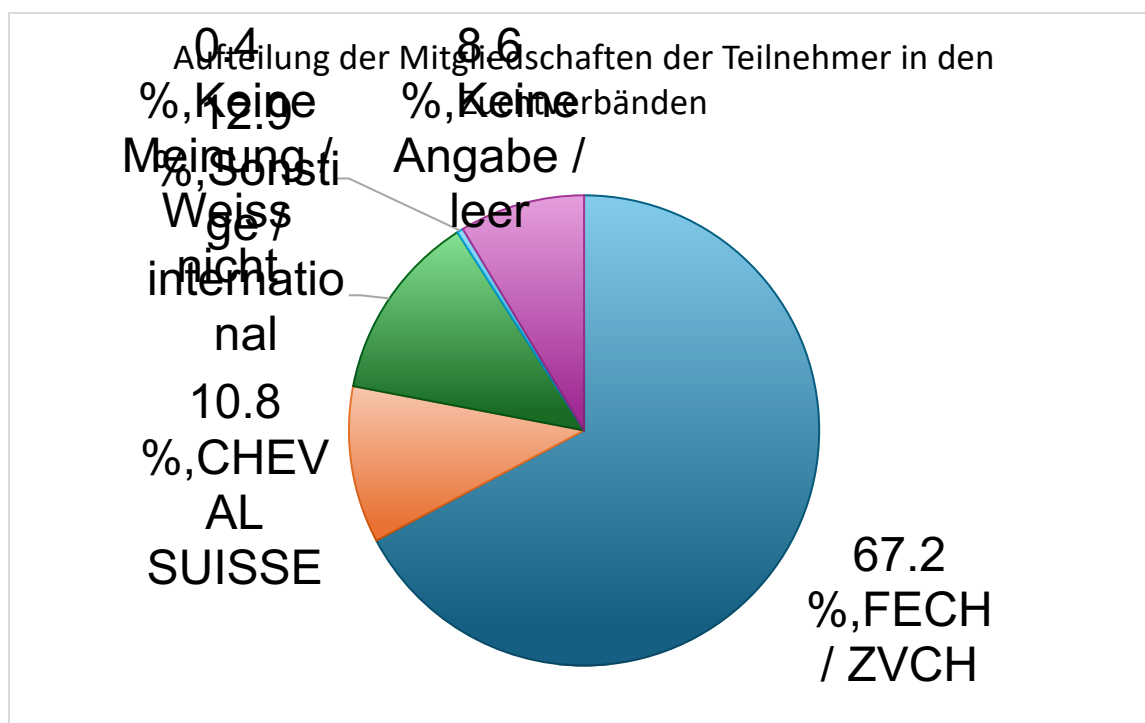


Abbildung 11 : Verteilung der Stichprobe der Mitgliedschaften der Teilnehmer in Zuchtverbänden

Kategorie	Bestand	%	Beispiele / Originalzitate
FECH / ZVCH	156	67,2	„Denn nur ein Verband (bleibt treu)“; „Ich möchte ein weltweit anerkanntes Dokument“; „Es hätte nie zu einer Spaltung der Verbände kommen dürfen...“; „Denn nur ein Verband (bleibt treu)“
CHEVAL SUISSE	25	10,8	„Aufgeschlossenheit und Praxisnähe“; „Die Papiere eines Pferdes sind wichtig, um Seriosität zu beweisen“; „Ich bin beiden angeschlossen ... weil es dumm ist, nur eines zu haben“
Sonstiges/International	30	12,9	„Oldenburg“; „Hannoveraner“; „KWPN“; „Holsteiner Verband“; „Westfälisches Pferdestammbuch“; „Meine Stute ist eine Zuchtstute des Verbandes Holstein“
Keine Meinung/ausserhalb des Rahmens	21	9,1	„Weiss nicht / Keine Meinung“; leeres Feld; „Ihre Frage macht keinen Sinn“

Tabelle 9 : Verteilung der Teilnehmer auf die verschiedenen Zuchtverbände und Beispiele für die angegebenen Gründe

Die Ergebnisse zeigen eine deutliche Dominanz des ZVCH, dem mehr als zwei Drittel der Befragten angehören. Diese starke Konzentration spiegelt die zentrale Stellung des historischen Verbandes in der Strukturierung der Warmblutzucht in der Schweiz wider. Die Gründe für diese Zugehörigkeit liegen sowohl in der Kontinuität («treu bleiben») und der administrativen Kohärenz als auch im Wunsch nach international anerkannten Dokumenten, was die Bedeutung der Rückverfolgbarkeit und Legitimität der Papiere in der Branche bestätigt.

Gleichzeitig wendet sich ein nicht unerheblicher Teil der Züchter Cheval Suisse zu, ermutigt durch eine offenere oder pragmatischere Wahrnehmung der Arbeitsweise („Aufgeschlossenheit“, „wichtig, um Seriosität zu beweisen“, „Mitglied bei beiden“). Schliesslich zeigt die bemerkenswerte Präsenz internationaler Verbände (Oldenburg, KWPN, Holstein, Westfälischer Verband usw.) die Vielfalt der Zuchtstrategien, insbesondere unter den Akteuren, die auf sportliche Leistungen oder transnationale Märkte ausgerichtet sind. Insgesamt zeugt dies von einem Gleichgewicht zwischen nationaler Verankerung und Offenheit gegenüber ausländischen Modellen, je nach den Bedürfnissen, Werten oder Ambitionen der Züchter.

4.11 Zusammenfassung der Stichprobenpräsentation

Die Stichprobe von 232 Befragten bietet einen genauen, soliden und repräsentativen Überblick über die Züchter, die zwischen 2019 und 2024 mindestens ein Warmblutfohlen in der Schweiz registriert haben. Sie spiegelt die aktuelle Struktur der Branche wider: eine erfahrene, vielfältige Population, die jedoch durch eine fortschreitende Überalterung und einen geringen Nachwuchs gekennzeichnet ist.

Eine weitgehend feminisierte und erfahrene Branche

Frauen machen 61,6 % der Befragten aus, was ihre zentrale Rolle im täglichen Betrieb der Zuchtbetriebe sowohl in der Verwaltung als auch in der Betreuung der Fohlen bestätigt. Auch wenn dieser Anteil nicht unbedingt alle vor Ort ausgeführten Aufgaben widerspiegelt, zeugt er doch von ihrer entscheidenden Mitwirkung bei Zuchtentscheidungen.

Das geschätzte Durchschnittsalter liegt bei etwa 48,5 Jahren, wobei fast 70 % der Befragten über 45 Jahre alt sind. Der Anteil der unter 30-Jährigen ist mit 8,2 % nach wie vor gering, was eine grosse Herausforderung für den Nachwuchs darstellt. Darüber hinaus sind 65,5 % der Züchter seit mehr als zehn Jahren in der Zucht tätig, was auf ein hohes Mass an Erfahrung und eine grosse Stabilität innerhalb der Branche hindeutet.

Eine Branche, die auf kleinen Familienbetrieben basiert

Die Mehrheit der Züchter produziert nur ein Fohlen pro Jahr (69,4 %), was ein weitgehend extensives und nicht intensives Modell bestätigt. Die Zucht wird hauptsächlich als Freizeitbeschäftigung oder aus Leidenschaft betrieben (fast 70 %), oft in familiären Strukturen: 63,4 % der Befragten arbeiten allein, und unter denen, die zusammenarbeiten, spielen der Partner oder Familienmitglieder eine Schlüsselrolle.

Die Ausbildungsprofile sind vielfältig, aber 40,9 % der Befragten verfügen über eine Ausbildung im Bereich Pferde oder Landwirtschaft, was auf eine solide Kompetenzbasis hindeutet. Der grösste Anteil entfällt auf berufliche Ausbildungen im Pferdebereich (EFZ, Equigarde, Pferdepfleger/in, Reitlehrer/in).

Eine ausgewogene und repräsentative geografische Verteilung. Die Befragten kommen aus der gesamten Schweiz, wobei das Mittelland (44,8 %) dominiert, gefolgt von der Westschweiz (28,9 %) und der Ostschweiz (25,4 %). Diese Verteilung spiegelt die historische Verbreitung der

Warmblutzucht in gemischten Agrarregionen wider und bestätigt die gute territoriale Repräsentativität der Stichprobe.

Sehr starke Vereinszugehörigkeit, aber unterschiedliche Motivationen

Die grosse Mehrheit der Teilnehmer (91,8 %) ist Mitglied eines Zuchtverbands. Allerdings gab nur einer der 213 angeschlossenen Züchter einen expliziten Grund an – im Zusammenhang mit der Beschaffung offizieller Papiere für die Fohlen –, was bestätigt, dass die Mitgliedschaft eher als administrative Verpflichtung denn als bewusste Entscheidung angesehen wird.

Im Gegensatz dazu gaben die 19 nicht angeschlossenen Züchter eine Vielzahl von Begründungen an: Kosten, mangelnder Mehrwert, administrativer Aufwand, punktuelle Tätigkeit, vorübergehende Einstellung der Zucht, geografische Lage oder die Tatsache, dass bereits ein Familienmitglied Mitglied ist.

Diese vielfältigen Gründe zeugen von einer Branche, in der sich die meisten Akteure an den institutionellen Rahmen halten, während eine Minderheit Vorbehalte oder sehr konkrete Hindernisse für eine Mitgliedschaft äussert.

5. Präsentation und Analyse der Ergebnisse

In diesem Abschnitt werden die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage unter aktiven Warmblutpferdezüchtern in der Schweiz zwischen 2019 und 2024 vorgestellt. Die Daten werden nach den Hauptthemen der Umfrage analysiert: Motivationen, Auswahl der Zuchttiere, Zuchtmethoden, erwartete Dienstleistungen, Kommunikation, Kosten, rechtlicher

Rahmen und Zukunftsvision. Die Grafiken werden von kurzen Erläuterungen begleitet, um allgemeine Trends und die wichtigsten Erkenntnisse für die Branche aufzuzeigen.

5.1 Motivationen für die Zucht

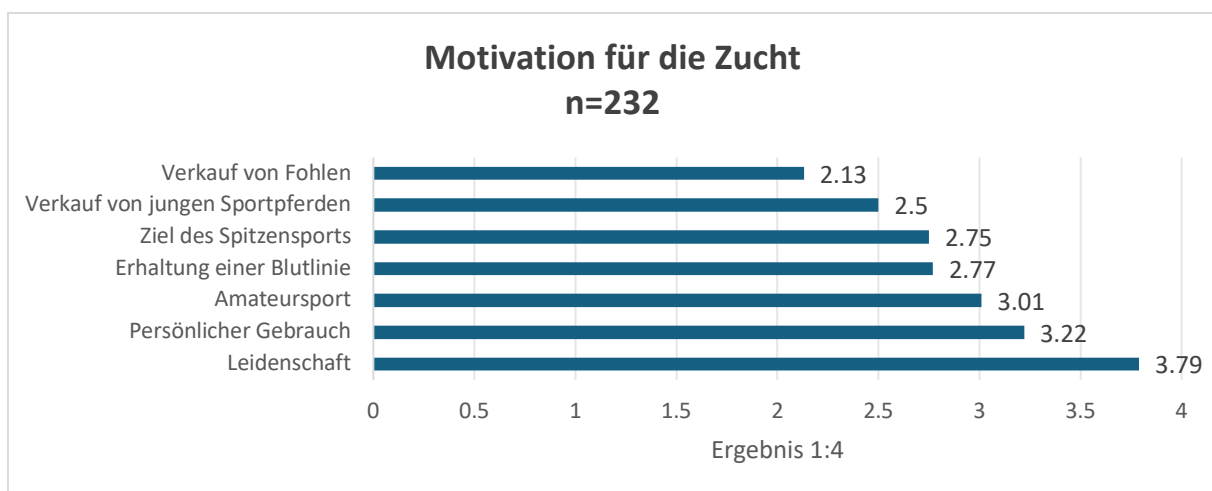
Frage der Umfrage: Was sind Ihre Hauptmotive für die Pferdezucht?

Die befragten Züchter bewerteten die Bedeutung verschiedener Motivationen auf einer Skala von 1 bis 4, wobei 1 eine geringe Bedeutung und 4 eine sehr hohe Bedeutung bedeutet. Die folgende Tabelle zeigt den Durchschnitt der Antworten sowie den Anteil der Befragten, die die niedrigsten und höchsten Bedeutungsstufen vergeben haben. Die Tabelle veranschaulicht die vollständige Verteilung der Antworten für jeden Punkt:

Motivation	Durchschnitt	Median	Standardabweichung	% sehr wichtig (4)	% ziemlich wichtig (3)	% wenig wichtig (2)	% nicht wichtig (1)
Leidenschaft	3,79	4	0,59	85,8 % (n=199)	10,3 % (n=24)	1,3 % (n=3)	2,6 % (n=6)
Persönlicher Gebrauch	3,22	4	0,97	50,9 % (n=118)	29,3 % (n=68)	10,8 % (n=25)	9,1 % (n=21)
Amateursport	3,01	3	0,98	37,9 % (n=88)	36,2 % (n=84)	15,1 % (n=35)	10,8 % (n=25)
Erhaltung einer Linie	2,77	3	1,16	37,1 % (n=86)	23,7 % (n=55)	18,1 % (n=42)	21,1 % (n=49)
Hochleistungssport	2,75	3	1,06	31,0 % (n=72)	28,4 % (n=66)	25,0 % (n=58)	15,5 % (n=36)
Verkauf von Jungpferden	2,50	3	1,11	22,0 % (n=51)	32,8 % (n=76)	18,5 % (n=43)	26,7 % (n=62)
Verkauf von Fohlen	2,13	2	1,14	18,5 % (n=43)	15,9 % (n=37)	25,4 % (n=59)	40,1 % (n=93)

Tabelle 10 : Motivation für die Tierhaltung – nach Bedeutung der Befragten

(n=232)



Vorherrschende Motivationen: vor allem Leidenschaft und Freizeitbeschäftigung

Die Tierhaltung wird in erster Linie von nicht-wirtschaftlichen Beweggründen geleitet:

Leidenschaft ist mit Abstand die wichtigste Motivation: 85,8 % geben eine Bewertung von 4 (Durchschnitt 3,79/4) an, deutlich mehr als bei jedem anderen Kriterium. Der Eigenbedarf folgt mit 50,9 % der Bewertungen von 4 (Durchschnitt 3,22/4). Auch der Amateursport gehört zu den wichtigen Beweggründen (37,9 % der Befragten gaben eine 4 an; Durchschnitt 3,01/4). Diese Ergebnisse zeigen, dass die Tierzucht in erster Linie auf persönlichem Engagement und Freizeitbeschäftigung basiert.

Mittlere Motivationen

Zwei Aspekte scheinen für einen Teil der Züchter wichtig, aber weniger zentral zu sein:

Erhaltung einer Blutlinie: 37,1 % der Bewertungen mit 4 (Durchschnitt 2,77/4)

Hochleistungssport: 31,0 % der Bewertungen 4 (Durchschnitt 2,75/4)

Diese erblichen und sportlichen Motivationen sind zwar vorhanden, prägen jedoch nicht überwiegend die Praxis.

Am wenigsten wichtige Motivationen: kommerzielle Aspekte

Wirtschaftliche Beweggründe liegen eindeutig an letzter Stelle:

Verkauf von Jungpferden: nur 22,0 % der Bewertungen 4 (Durchschnitt 2,50/4).

Verkauf von Fohlen: geringste Motivation mit 40,1 % der Bewertungen 1 und einem Durchschnitt von 2,13/4.

Die Zucht ist also nur selten auf kommerzielle Rentabilität ausgerichtet.

Die Pferdezucht in der Schweiz erscheint in erster Linie als eine leidenschaftliche Freizeitbeschäftigung, bei der das persönliche Engagement (Leidenschaft, privater Gebrauch, Amateursport) im Vordergrund steht. Leistungsziele auf Eliteebene und kommerzielle Motive existieren zwar, sind aber eindeutig zweitrangig. Es ist jedoch anzumerken, dass der Spitzensport von einem bedeutenden Teil der Befragten dennoch als wichtig angesehen wird: 31 % messen ihm höchste Bedeutung bei (Note 4) und 28,4 % hohe Bedeutung (Note 3). Dieser Anteil zeigt, dass dieses Ziel zwar nicht die Haupttriebkraft für die Mehrheit der Zuchtbetriebe ist, aber dennoch eine echte Herausforderung für einen nicht zu vernachlässigenden Teil der Branche darstellt. Diese Nuance relativiert daher die Aussage, dass es sich um ein „sekundäres“ Ziel handelt, und zeigt, dass es für einen Teil der Züchter eine vorhandene und strukturierende Motivation ist.

5.2 Auswahl der Zuchttiere

Frage in der Umfrage: Auf welche Unterlagen stützen Sie sich bei der Auswahl Ihrer Zuchttiere (Stuten und Hengste)?

Die Auswahl der Zuchttiere ist ein zentraler Schritt in der Zucht. Um besser zu verstehen, wie die Züchter ihre Stuten und Hengste auswählen, wurden ihnen verschiedene Informationsquellen vorgeschlagen und auf einer Skala von 1 (nie genutzt) bis 4 (sehr häufig genutzt) bewertet. Ziel ist es, die am häufigsten genutzten Medien zu identifizieren und ihre relative Bedeutung im Entscheidungsprozess zu messen. Die folgende Tabelle zeigt die vollständige Verteilung der Nutzungsgrade für jedes Medium.

Unterstützung	Durchschnitt	Median	Standardabweichung	Sehr häufig verwendet (4)	Häufig verwendet (3)	Selten verwendet (2)	Nie verwendet (1)
Internet (Videos, Datenbanken)	3,40	4	0,73	51,7 % (120)	38,8 % (90)	6,9 % (16)	2,6 % (6)
Tipps von anderen Züchtern	2,67	3	0,88	18,5 % (43)	38,4 % (89)	34,5 % (80)	8,6 % (20)
Kataloge oder Broschüren	2,62	3	0,84	15,5 % (36)	38,4 % (89)	38,4 % (89)	7,8 % (18)
Fachzeitschriften	2,40	2	0,93	13,8 % (32)	29,7 % (69)	39,2 % (91)	17,2 % (40)
Tierärzte	2,21	2	0,98	11,6 % (27)	25,4 % (59)	34,9 % (81)	28,0 % (65)
Zuchtverbände	1,95	2	0,92	6,5 % (15)	20,3 % (47)	35,3 % (82)	37,9 % (88)
Sonstige	1,70	1	1,07	12,5 % (29)	8,2 % (19)	15,1 % (35)	62,9 % (146)

Tabelle 11 : Auswahl der Zuchttiere und bevorzugte Bezugsquellen

(N = 232 Befragte)

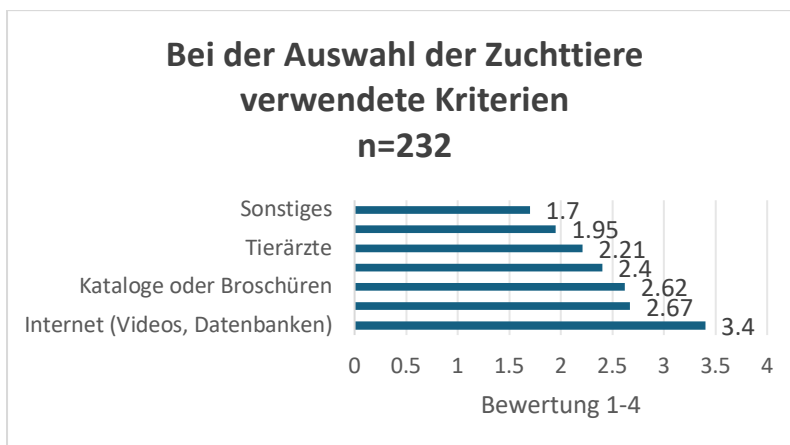


Abbildung 13 : Bei der Auswahl der Zuchttiere verwendete Hilfsmittel

Die Züchter stützen sich bei der Auswahl ihrer Zuchttiere auf eine Vielzahl von Medien, wobei bestimmte Quellen deutlich häufiger genutzt werden.

Am häufigsten verwendete Quellen: Vorherrschaft des Internets

Die am häufigsten genutzte Quelle ist eindeutig das Internet (Videos, Plattformen, Datenbanken), wobei 51,7 % der Befragten angeben, es „sehr häufig“ zu nutzen, und es einen

hohen Durchschnittswert von 3,40/4 erreicht. Wenn man die häufige und sehr häufige Nutzung zusammenfasst, wird das Internet von 90,5 % der Befragten genutzt, was bestätigt, dass digitale Tools eine zentrale Säule für die Bewertung von Hengsten und Stuten und die zunehmende Digitalisierung der Auswahlverfahren darstellen.

Regelmässig genutzte Quellen: Austausch und Dokumentation

Auch die Ratschläge anderer Züchter spielen eine wichtige Rolle (Durchschnitt 2,67/4) und werden von 56,9 % der Befragten häufig oder sehr häufig genutzt. Sie zeugen von der wesentlichen Rolle des sozialen Netzwerks und der praktischen Erfahrung bei der Entscheidungsfindung.

Kataloge und Broschüren werden ebenfalls regelmässig genutzt (Durchschnitt 2,62/4), 53,9 % der Züchter konsultieren sie häufig oder sehr häufig. Sie kombinieren technische Informationen und eine visuelle Präsentation der Zuchttiere.

Zuchtverbände weisen einen niedrigeren Durchschnittswert auf (1,95/4) und 26,8 % der Befragten geben an, diese häufig oder sehr häufig zu nutzen. Sie bleiben somit eine relevante Quelle, sind jedoch eher spezialisiert und werden weniger genutzt als digitale Medien oder der direkte Austausch.

Weniger genutzte Quellen

Tierärzte werden eher punktuell konsultiert (Durchschnitt 2,21/4), wobei 37,0 % der Befragten sie häufig oder sehr häufig in Anspruch nehmen, wahrscheinlich eher in Bezug auf bestimmte Aspekte wie Gesundheit, Fruchtbarkeit oder spezifische Analysen als für eine allgemeine Auswahl.

Fachzeitschriften nehmen eine Zwischenposition ein: Mit einem Durchschnitt von 2,40/4 werden sie häufiger genutzt als Zuchtverbände, spielen aber nach wie vor eine weniger zentrale Rolle als der direkte Austausch oder Kataloge. Ihre hohe Seltenheitsrate (39,2 %) deutet jedoch darauf hin, dass ihre Bedeutung zugunsten leichter zugänglicher und aktuellerer digitaler Medien tendenziell abnimmt.

Die Kategorie „Sonstiges“ wird mit einem Durchschnitt von 1,70/4 am wenigsten genutzt, wobei 62,9 % der Befragten angaben, sie nie zu nutzen. Von den 89 Personen, die diese Option angekreuzt haben, konnten 75 verwertbare Textantworten analysiert werden, während 14 Antworten (Zeichensetzung, leere Felder oder nicht informative Angaben) nicht berücksichtigt werden konnten. Diese relativ hohe Quote an qualitativen Nichtantworten bestätigt, dass die wichtigsten Informationsquellen, die für die Auswahl der Zuchttiere relevant sind, durch die im Fragebogen angebotenen Optionen bereits gut abgedeckt waren.

Die Auswertung der 75 verwertbaren Antworten zeigt mehrere strukturierte Trends. Die am häufigsten genannte Kategorie ist die direkte Beobachtung der Zuchttiere und ihrer Nachkommen (26,7 %), sei es bei Besuchen in Hengststationen, bei Wettbewerben oder bei Bewertungen vor Ort. An zweiter Stelle stehen das persönliche Empfinden und die Intuition des Züchters (20,0 %), was die Bedeutung der gesammelten Erfahrung und des individuellen Urteilsvermögens widerspiegelt.

Kategorie	Anzahl	% (von 75)	Beispiele aus den Kommentaren
Direkte Beobachtung / Feld	20	26,7	„Produkte auf der Rennbahn sehen“, „auf dem Turniergelände“, „Hengste vor Ort gesehen“, „Besuch bei Hengsthalden“
Empfinden / persönliche Erfahrung	15	20,0 %	„Mein Gefühl“, „Eigenes Züchtergefühl“, „Bauchgefühl“, „persönlicher Eindruck“
Soziales Netzwerk / Kollegen / Gleichaltrige	14	18,7 %	„Kollegen“, „Reiter“, „Ausbilder“, „Meinungen anderer Züchter“, „persönliche Kontakte zu Reitern“
Leistungen / sportliche Ergebnisse	10	13,3 %	„Ergebnisse/Leistungen“, „Nachkommen bei Turnieren gesehen“, „sportliche Leistungen“, „Sportprüfungen“
Institutionen / Zuchtbücher / offizielle Strukturen	6	8,0 %	„Holsteiner Verband“, „Zangersheide“, „Katalog ZVCH“, „Hengstkörungen“
Digitale Medien / soziale Netzwerke	5	6,7 %	„über das Internet“, „HorseSelect“, „Facebook/Instagram“, „Züchtergruppen“
Sonstige individuelle Kriterien	5	6,7 %	„Unsere eigenen Hengste“, „Zuchtperde“, „hängt von der Nachfrage der Käufer ab“

Tabelle 12 : Verteilung der Antworten „Sonstiges“ und Beispiele aus den Kommentaren

Das berufliche und soziale Netzwerk (18,7 %) – Kollegen aus der Zucht, Reiter, Ausbilder oder Fachkontakte – ist ebenfalls eine wichtige Informationsquelle. Die sportlichen Leistungen und Ergebnisse der Zuchttiere oder ihrer Nachkommen machen 13,3 % der Antworten aus, während Zuchtbücher, offizielle Einrichtungen und Zulassungen 8 % ausmachen. Digitale Medien (Fachwebsites, soziale Netzwerke, Zuchtplattformen) tauchen in 6,7 % der Fälle auf. Schliesslich beziehen sich 6,7 % der Antworten auf individuelle Situationen (z. B. Züchter, die über eigene Hengste verfügen).

Insgesamt zeigen die Antworten unter «Sonstiges», dass die Züchter die formellen Informationsquellen durch Praktiken aus der Praxis, persönliche Erfahrungen und ihr berufliches Netzwerk ergänzen. Diese Vielfalt zeugt von einem Auswahlprozess für Zuchttiere, der empirische Beobachtungen, direkte Kontakte und individuelles Fachwissen kombiniert.

5.3 Nachwuchs und junge Züchter

Präsenz und Verteilung nach Altersgruppen

Frage in der Umfrage: Gibt es in Ihrem Umfeld einen jungen Menschen, der in der Zucht tätig ist (Familie, Praktikant, Partner, Sonstiges)? Wenn ja, wie alt ist er/sie und welche Rolle spielt er/sie in Ihrem Betrieb?

Etwas mehr als 40 % der Betriebe geben an, dass ein Jugendlicher an den Aktivitäten beteiligt ist, während fast 60 % derzeit keinen aktiven Nachwuchs haben. Unter den Betrieben mit Jugendlichen deckt das angegebene Alter ein breites Spektrum ab, das von der frühen Kindheit bis zum frühen Erwachsenenalter reicht. Am stärksten vertreten sind die Altersgruppen 0–12 Jahre und 25–34 Jahre: Die Jüngsten übernehmen vor allem kleine Aufgaben oder lernen den

Betrieb kennen, während die jungen Erwachsenen regelmässige Aufgaben übernehmen oder bereits eine Übernahme ins Auge fassen.

Die ausgeübten Funktionen spiegeln diese Vielfalt des Engagements wider. Sie reichen von der Arbeit mit oder der Förderung von jungen Pferden über die regelmässige Ausübung des Reitsports bis hin zur Teilnahme an der täglichen Pflege, der Mithilfe bei den Stallarbeiten, der Mitwirkung bei der Zuchtentscheidung oder der Vorbereitung auf die Nachfolge im Betrieb.

Insgesamt zeigt sich ein sowohl schrittweises als auch familiäres Engagement, bei dem die Beteiligung früh beginnt, mit der Erfahrung zunimmt und sich zu strukturierteren Verantwortlichkeiten entwickelt. Die Ergebnisse unterstreichen, wie wichtig es ist, den generationsübergreifenden Transfer zu unterstützen und die Massnahmen zu verstärken, die es jungen Menschen ermöglichen, sich dauerhaft in der Zuchtbranche zu engagieren – eine zentrale Herausforderung für die Kontinuität und Dynamik des Sektors.

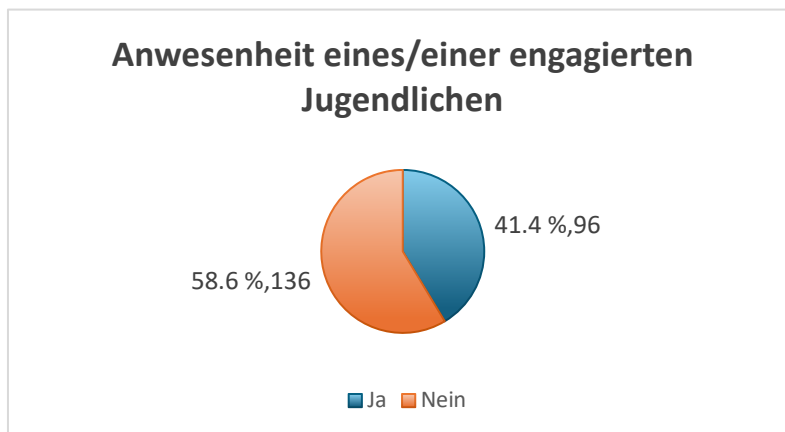
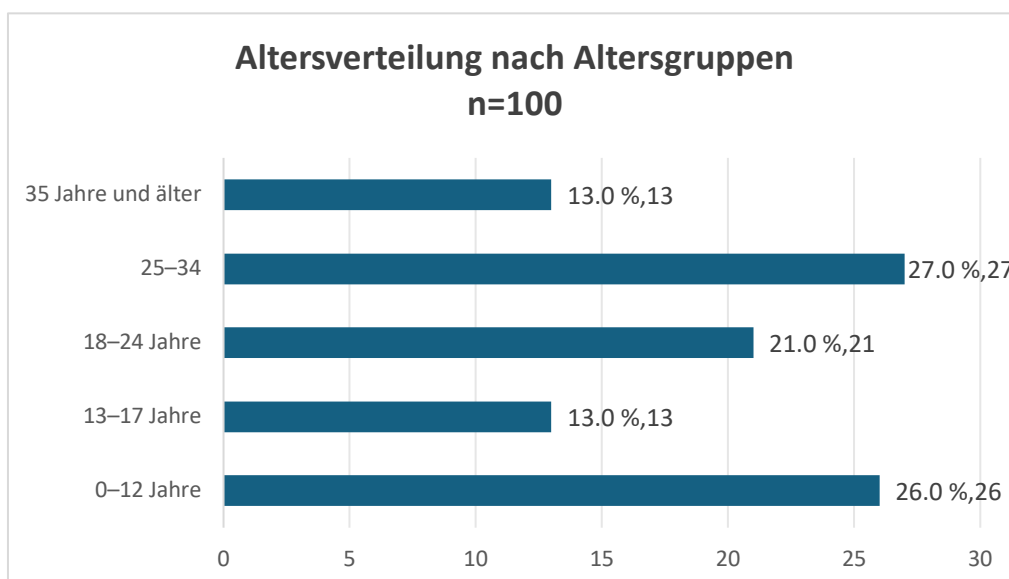


Abbildung 14 : Verteilung der Antworten zum Thema „Beteiligung junger Menschen an der Tierhaltung“



Analyse der Kanäle zur Gewinnung junger und neuer Züchter

Frage der Umfrage: Inwieweit sind Ihrer Meinung nach die folgenden Kanäle geeignet, um neue Züchter oder junge Menschen, die sich für die Landwirtschaft interessieren, zu erreichen?

In diesem Abschnitt wird die Bewertung der Teilnehmer hinsichtlich der Kanäle vorgestellt, die als geeignet angesehen werden, um junge oder neue Züchter für die Branche zu gewinnen. Die Analyse basiert auf 232 Antworten für die Bewertungsskala und 57 verwertbaren Kommentaren in der Kategorie „Sonstiges“.

Attraktivität der Kanäle nach Meinung der Teilnehmer

Die Ergebnisse zeigen eine deutliche Präferenz für sichtbare, soziale und praxisbezogene Ansätze. Soziale Netzwerke scheinen der leistungstärkste Kanal zu sein ($M = 3,44/4$), gefolgt von Veranstaltungen und Wettbewerben ($M = 3,22/4$). Diese beiden Hebel erzielen zusammen 87 % positive Bewertungen (ziemlich bis sehr gut geeignet) und bieten sowohl eine hohe Sichtbarkeit als auch direkten Kontakt zu Pferden und Akteuren der Branche.

Partnerschaften mit Landwirtschaftsschulen und Ausbildungsgängen erzielen durchschnittliche Werte ($2,83/4$), was auf ein nützliches, aber weniger entscheidendes Interesse hindeutet. Informationskampagnen werden als weniger wirkungsvoll bewertet ($2,72/4$). Schliesslich weist die Kategorie „Sonstiges“ einen deutlich niedrigeren Durchschnittswert auf ($1,71/4$), was vor allem eine Vielfalt von Standpunkten ohne starken Konsens widerspiegelt.

	Durchschnitt (/4)	Stufe 4 – Sehr gut geeignet	Stufe 3 – Ziemlich geeignet	Stufe 2 – Wenig geeignet	Stufe 1 – Überhaupt nicht geeignet
Soziale Netzwerke	3,44	140 (60,3 %)	62 (26,7 %)	21 (9,1 %)	9 (3,9 %)
Veranstaltungen/Wettbewerbe	3,22	90 (38,8 %)	112 (48,3 %)	21 (9,1 %)	9 (3,9 %)
Partnerschaften zwischen Schulen und Landwirtschaft	2,83	53 (22,8 %)	99 (42,7 %)	67 (28,9 %)	13 (5,6 %)
Kurse/Schulungen	2,83	52 (22,4 %)	100 (43,1 %)	69 (29,7 %)	11 (4,7 %)
Informationskampagnen	2,72	34 (14,7 %)	112 (48,3 %)	74 (31,9 %)	12 (5,2 %)
Sonstige	1,71	24 (10,3 %)	27 (11,6 %)	36 (15,5 %)	142 (61,2 %)

Tabelle 13 : Bewertung der bevorzugten Kommunikationskanäle

(N=232 Antworten)

Kategorie (exklusiv)	Anzahl (n)	% der verwertbaren Antworten	Beispiel für wörtliche Zitate
Ausbau des menschlichen Netzwerks & Mentoring	15	26,3	„Junge Menschen brauchen ein Netzwerk in der Viehzucht.“
Reitvereine und Reitzentren	11	19,3 %	„Über Lehrer, Reitvereine“
Praktika / Besichtigungen /	9	15,8 %	„Einblick in die Tierhaltung – die beste Schule“
Pädagogik / Auswahl erklären	7	12,3 %	„Erläuterung der Bewertungen bei Zucht Wettbewerben“
Kombinierte Sport- und Zuchtveranstaltungen	5	8,8 %	„Zuchtschauen bei Sport Wettbewerben“
Moderne Kommunikation / Influencer	3	5,3	„Influencer“, die in der Zucht tätig sind
Strukturelle Unterstützung / Institutionen	3	5,3	„Programme für junge Menschen entwickeln“
Sonstige verschiedene Ideen	4	7,0 %	„Förderung junger Pferde mit jungen Reitern“

Tabelle 13 : Kategorisierung der Antworten „Sonstiges“ und Beispiele

Analyse der Kommentare „Sonstiges“ (n = 74 ausgewertet)

Von den insgesamt 232 Befragten wurden 74 verwertbare Kommentare kodiert, wodurch zusätzliche Elemente zu den im Fragebogen vorgeschlagenen Kanälen identifiziert werden konnten. Aus dieser Analyse ergeben sich drei Hauptdimensionen:

1) Lernen durch Praxis und Kontakt mit dem Terrain

Ein erheblicher Teil der Kommentare betont die Notwendigkeit von Immersionsmassnahmen: Besuche von Zuchtbetrieben, Teilnahme an Zuchtaktivitäten oder Wettbewerben.

Diese Elemente werden als entscheidend für die Vermittlung von Kompetenzen im Bereich der Fortpflanzung und Selektion angesehen.

Repräsentative Auszüge:

„Immersion in die Tierhaltung, die beste Schule“

„Teilnahme an Wettbewerben und Pflege“

2) Bedeutung bestehender Beziehungsnetzwerke

Mehrere Befragte betonen die strukturierende Rolle zwischenmenschlicher Kontakte für die Integration in die Branche: Begleitung durch erfahrene Züchter, Sportstrukturen, lokale Vereinsnetzwerke. Diese Dimension verweist auf die Bedeutung des sozialen Kapitals für den Zugang zur Tierhaltung.

Repräsentative Auszüge:

„Junge Menschen brauchen ein Netzwerk in der Pferdezucht“

„Über Lehrer und Reitvereine gehen“

3) Gezielte Kommunikation und Nutzung digitaler Tools

Soziale Netzwerke werden als unverzichtbarer Kanal genannt, um die junge Generation zu erreichen, was die quantitativen Ergebnisse ergänzt. Der Vorschlag, in der Branche bekannte Persönlichkeiten einzubeziehen, wird ebenfalls aufgegriffen.

Repräsentative Auszüge:

„Junge Menschen sind sehr aktiv in sozialen Netzwerken.“

„Influencer, die sich aktiv für die Reproduktion einsetzen“

Die Analyse zeigt, dass sich die Vorschläge der Befragten auf drei sich ergänzende Hebel konzentrieren:

Praxis: Erwerb von Kompetenzen in realen Situationen

Netzwerke: Mobilisierung des Beziehungskapitals für die Integration,

Kommunikation: Anpassung an die digitalen Gewohnheiten neuer Zielgruppen.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass Strategien zur Sensibilisierung, die als wirksam empfunden werden, auf einer Kombination aus konkreter Erfahrung, menschlicher Begleitung und digitaler Sichtbarkeit beruhen, was mit den in anderen Agrarsektoren beobachteten Trends übereinstimmt.

Insgesamt zieht die Branche Nachwuchskräfte an, wenn sie moderne Sichtbarkeit (soziale Netzwerke), Präsenz vor Ort (Wettbewerbe, Tierhaltung) und Wissensvermittlung (Begleitung durch erfahrene Pferdezüchter) miteinander verbindet. Es ist die Verbindung von Kommunikation und Praxis, die ein echtes Engagement auslöst.

5.4 Von einem Zuchtverband erwartete Dienstleistungen

Frage in der Umfrage: Welche Dienstleistungen halten Sie für einen Zuchtverband für wichtig?

Mit dieser Frage sollten die wichtigsten Erwartungen der Züchter an die Dienstleistungen eines Zuchtverbands ermittelt werden. Die Befragten bewerteten die Bedeutung verschiedener Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Führung von Zuchtbüchern, der Begleitung der Selektion, dem Zugang zu Informationen und der Vertretung des Sektors. Die nachstehend dargestellten Ergebnisse basieren auf 232 vollständigen Antworten, die auf einer Skala von 1 (nicht wichtig) bis 4 (sehr wichtig) bewertet wurden.

Dienstleistung	Durchschnitt (/4)	% Sehr wichtig (4)	% Ziemlich wichtig (3)	% Wenig wichtig (2)	% Nicht wichtig (1)
Ausstellung von Ursprungsdokumenten	3,72	72,0	24,1	2,6	1,3
Zugang zu Daten (Index, Abstammung, Leistungen)	3,64	68,1	26,7	3,9	1,3
Klare Vorschriften (Genetik, Rückverfolgbarkeit, Samen Gut)	3,60	64,2	29,3	5,2	1,3
Politische Vertretung der Pferdezucht-Lobby	3,54	60,8	30,6	6,0	2,6
DNA-Überprüfung	3,51	59,1	33,6	6,0	1,3
Auswahl- und Zuchtprüfungen	3,45	57,3	32,3	7,3	3,0
Auswahlhinweise	3,17	41,8	38,8	13,4	6,0
Katalog der Hengste	3,06	38,4	38,4	17,2	6,0
Unterstützung bei der Vermarktung	2,90	33,6	35,8	21,1	9,5
Teilnahme an internationalen Wettbewerben	2,48	21,6 %	31,9	27,6	18,9

Tabelle 15 : Bewertung der Dienstleistungen/Leistungen eines Verbandes

Die wichtigsten Dienstleistungen sind laut den Befragten der offizielle Rahmen und die Verwaltung der Zuchtdaten, wobei mehr als 60 % der Antworten „sehr wichtig“ lauteten. Im Gegensatz dazu scheinen Dienstleistungen im Zusammenhang mit internationalen Wettbewerben und der Unterstützung der Vermarktung weniger Priorität zu haben.

Von den 232 gesammelten Antworten enthielten 105 verwertbare Vorschläge (45 %), während 123 ausdrücklich angaben, dass kein Bedarf bestehe oder keine nützlichen Inhalte enthalten seien (53 %). Vier Antworten waren völlig leer. Die qualitative Analyse konzentrierte sich daher auf die aussagekräftigen Antworten. Da einige davon mehrere unterschiedliche Ideen enthielten, wurde jeder Vorschlag separat kodiert, um die geäusserten Erwartungen vollständig widerzuspiegeln.

Thema	Geschätzter Anteil der Antworten	Arten der damit verbundenen Anfragen
Vermarktung von Pferden	≈ 35 %	Auktionen, Marketingunterstützung, Verkaufsplattform, Verkaufshilfe, bessere Sichtbarkeit im Ausland
Zusammenarbeit der Branche	≈ 25 %	Zusammenschluss von Verbänden, bessere Kommunikation, politische Interessenvertretung
Digitalisierung und Modernisierung der Dienstleistungen	≈ 20 %	Online-Anmeldungen, aktualisierte Website, regelmässige Informationen, vereinfachte Verwaltungsprozesse

Thema	Geschätzter Anteil der Antworten	Arten der damit verbundenen Anfragen
Zucht & genetische Verbesserung	≈ 20 %	Gesundheit / Transparenz in Bezug auf Krankheiten, Unterstützung bedrohter Linien, Zugang zu ausländischen Zuchthengsten, Fachwissen in der Beurteilung
Ausbildung & Begleitung	≈ 15 %	Unterstützung bei der Förderung junger Pferde, Anfängerkurse, externes Fachwissen
Finanzielle und regulatorische Unterstützung	≈ 15 %	Kostenreduktion (Deckgenehmigungen, Verpflichtungen), landwirtschaftliche Unterstützung, angepasste Raumplanung
Aufwertung des Schweizer Warmblüters und nationale Identität	≈ 10 %	Präsenz bei Grossveranstaltungen, nationales Marketing, Schutz vor ausländischer Konkurrenz
Nicht erforderlich	≈ 8–10 %	Volle Zufriedenheit mit den aktuellen Dienstleistungen

Tabelle 16 : Qualitative Analyse der Kommentare der Teilnehmer zu den Dienstleistungen eines Verbandes

Methodische Anmerkung

Mehrere der geäusserten Bedürfnisse betreffen übergreifende Themen. Dies gilt beispielsweise für *die Unterstützung der Landwirtschaft* oder *die Raumplanung*, die sowohl den Rechtsrahmen als auch die wirtschaftlichen Bedingungen und die Zusammenarbeit der Branche betreffen. Um die Verständlichkeit der Analyse zu gewährleisten, wurden diese Elemente in die Hauptkategorie „Finanzielle und regulatorische Unterstützung“ eingeordnet, wobei ihre sektorübergreifende Dimension berücksichtigt wurde.

Queranalyse: Bedeutung der Dienstleistungen und geäusserten Bedürfnisse

Der Vergleich der quantitativen und qualitativen Ergebnisse zeigt einen interessanten Kontrast in den Erwartungen der Züchter. Die am besten bewerteten Dienstleistungen betreffen vor allem Elemente, die für den Betrieb einer Zucht unverzichtbar sind: Rückverfolgbarkeit der Herkunft, Zugang zu Daten und rechtlicher Rahmen. Dabei handelt es sich um Leistungen, die einstimmig als wesentlich anerkannt sind und bereits von den bestehenden Organisationen zufriedenstellend erbracht werden.

Bei der Betrachtung der freien Kommentare ändert sich die Dynamik: Die Befragten äussern sich überwiegend zu Bereichen, in denen sie konkrete Mängel oder Schwierigkeiten sehen. Das Thema der Vermarktungsunterstützung scheint dabei am häufigsten angesprochen zu werden. Die Züchter äussern den Wunsch nach einer besseren Sichtbarkeit ihrer Pferde, neuen Absatzmöglichkeiten und einer Aufwertung des Schweizer Warmbluts gegenüber der ausländischen Konkurrenz.

Diese Diskrepanz ist kein Widerspruch, sondern spiegelt die Komplementarität zweier Arten von Erwartungen wider:

- einerseits die Grundlagen des Berufs, die solide bleiben müssen;
- auf der anderen Seite die neuen Bedürfnisse, die in direktem Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit der Zucht stehen.

Die Ergebnisse zeigen somit zwei Ebenen von Erwartungen auf: die Aufrechterhaltung eines zuverlässigen und den internationalen Standards entsprechenden Zuchtumfelds und die notwendige Unterstützung, um die Vermarktung des Zuchtprodukts auf dem Markt sicherzustellen.

So ist die Vermarktung vielleicht nicht die Dienstleistung, die „theoretisch“ als die wichtigste angesehen wird, aber sie stellt den wichtigsten Hebel für Verbesserungen und eine vorrangige Herausforderung für die Zukunft dar. Die Arbeit in diesem Bereich würde es ermöglichen, einer stark geäusserten Nachfrage gerecht zu werden und die Fähigkeit der Züchter zu stärken, von ihrer Tätigkeit zu leben.

Diese Feststellung unterstreicht die Notwendigkeit, die traditionellen Aufgaben eines Zuchtverbands durch Dienstleistungen zu ergänzen, die in direkterem Zusammenhang mit der Schaffung von wirtschaftlichem Mehrwert stehen, um die Zukunft der Branche in einem Umfeld des internationalen Wettbewerbs und des zunehmenden strukturellen Drucks zu sichern.

Gewünschte Höhe des Beitrags für einen Zuchtverband

Frage in der Umfrage: Jahresbeitrag für einen Zuchtverband Gewünschte Höhe des Beitrags

Beitragsklasse	Bestand	% der Gesamtzahl
Weniger als 100 CHF	93	40,1
100 bis 200 CHF	126	54,3
200 bis 300 CHF	11	4,7 %
Über 300 CHF	2	0,9 %
Gesamt	232	100

Tabelle 17 : Gewünschter Beitrag für einen Verband

Mehr als die Hälfte der Befragten (54 %) erklärt sich bereit, einen Beitrag zwischen 100 und 200 CHF zu zahlen. Darüber hinaus bevorzugen 40 % einen Beitrag von weniger als 100 CHF, während nur eine Minderheit (weniger als 6 %) einen Betrag von mehr als 200 CHF akzeptieren würde. Diese Ergebnisse lassen vermuten, dass ein Beitragsmodell von etwa 150 CHF einen akzeptablen Kompromiss zwischen Erschwinglichkeit und Finanzierung der erwarteten Dienstleistungen darstellen könnte.

Bedeutung der im Beitrag eines Zuchtverbands enthaltenen Dienstleistungen

Die Befragten bewerteten die Bedeutung verschiedener Dienstleistungen, die durch den Jahresbeitrag abgedeckt werden könnten. Die Ergebnisse zeigen eine hohe Erwartungshaltung hinsichtlich der Aufrechterhaltung grundlegender Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Registrierung von Equiden.

Dienstleistung	Durchschnitt (/4)	% Sehr wichtig (4)	% Ziemlich wichtig (3)	% Wenig wichtig (2)	% Nicht wichtig (1)
Keine – alle Dienstleistungen müssen gemäss dem Tarif in Rechnung gestellt werden.	2,52	15,2 %	41,6 %	23,8	19,5
Registrierung eines Fohlens (Stammbaumzertifikat + Pass)	3,72	73,7 %	24,1	2,2	0,0
Registrierung von Zuchtstuten	3,46	58,6 %	30,6	8,6	2,2
Bewertung des Äusseren von Stuten/Fohlen	3,04	35,3	38,0	22,4	4,3
Organisation von Veranstaltungen (Präsentationen, Feldtests usw.)	3,25	44,8	39,2	12,1	3,9
Unterstützung bei der Vermarktung	3,13	44,4 %	29,7	20,7	5,2
Sonstige	1,62	13,5 %	5,7	10,0	70,7

Tabelle 38 : Bedeutung verschiedener Dienstleistungen, die durch einen Jahresbeitrag abgedeckt werden könnten

Ergänzende Analyse (beschreibender Trend)

Eine deskriptive Untersuchung der Daten lässt eine gewisse Kohärenz zwischen der gewünschten Beitragshöhe und der Präferenz für eine «Einzelleistungsabrechnung» erkennen. Die Befragten, die einen niedrigeren Beitrag (< 100 CHF) angeben, messen dem „Nutzerprinzip“ häufiger eine hohe Bedeutung bei, während diejenigen, die einen höheren Beitrag in Betracht ziehen, eher bereit sind, bestimmte Leistungen im Jahresbeitrag enthalten zu haben. Diese Beobachtung ist als allgemeiner Trend zu interpretieren, ohne Anspruch auf den Nachweis eines formalen statistischen Zusammenhangs, entsprechend dem explorativen Charakter des Fragebogens.

Die Dienstleistungen im Zusammenhang mit der amtlichen Registrierung von Equiden heben sich deutlich ab:

- Die Registrierung von Fohlen wird von fast 74 % der Züchter als wesentlich angesehen.

- Die Registrierung von Stuten und die Exterieurbeurteilung stehen ebenfalls ganz oben auf der Rangliste.

Die Organisation von Veranstaltungen erhält einen hohen Stellenwert, was bestätigt, dass sie als wichtiger Hebel für die Aufwertung des Pferdebestands angesehen wird.

Die Unterstützung bei der Vermarktung wird von einer Mehrheit der Befragten als wichtig erachtet, wenn auch mit grösseren Schwankungen. Dieser Aspekt deckt sich mit den in den offenen Fragen zur wirtschaftlichen Aufwertung der Pferdehaltung in der Schweiz geäusserten Erwartungen. Der Punkt «Keine – alle Dienstleistungen müssen gemäss Tarif abgerechnet werden» erhält einen niedrigeren Durchschnittswert (2,52), was zeigt, dass: Eine Mehrheit der Pferdezüchter möchte nicht, dass alle Dienstleistungen nach Aufwand abgerechnet werden, sondern bevorzugt, dass ein Teil davon in den Beitrag integriert wird. Allerdings zeigen die fast 20 % «nicht wichtig» und 41 % «ziemlich wichtig», dass ein nicht unerheblicher Teil der Mitglieder ein Modell bevorzugt, das strikter auf dem Prinzip «Nutzer zahlt» basiert.

Methodischer Hinweis

Der Punkt „Keine – alle Dienstleistungen müssen nach Tarif abgerechnet werden“ erfordert bei der Interpretation besondere Aufmerksamkeit. Im Gegensatz zu den anderen bewerteten Dienstleistungen bedeutet eine hohe Bewertung hier nicht ein starkes Interesse an der Dienstleistung selbst, sondern im Gegenteil eine Präferenz dafür, dass keine Dienstleistungen im Mitgliedsbeitrag enthalten sind. Eine Antwort der Stufe 4 („sehr wichtig“) bedeutet daher, dass der Befragte es für sehr wichtig hält, dass alle Leistungen nach dem Nutzerprinzip pro Leistung abgerechnet werden. Diese Besonderheit führt zu einer Umkehrung bei der Interpretation der Ergebnisse und wurde in der Analyse berücksichtigt, um Verwirrung zu vermeiden.

Analyse der offenen Antworten zu den im Beitrag enthaltenen Dienstleistungen

Um die Bewertung der von einem Zuchtverband angebotenen Dienstleistungen zu vervollständigen, hatten die Befragten die Möglichkeit, weitere Erwartungen anzugeben, die nicht in der vorgeschlagenen Liste enthalten waren. Diese Frage diente dazu, zusätzliche Bedürfnisse zu ermitteln und die Interpretation der quantitativen Ergebnisse zu unterstützen. Insgesamt nahmen 232 Befragte an dieser Frage teil.

Unter ihnen:

- 116 Antworten leer oder nicht verwertbar waren (50 %)
(z. B. „“, „–“, „X“, technischer Vermerk im Zusammenhang mit dem Pflichtfeld)
- 50 Antworten konnten in der Analyse kodiert werden
- Einige enthielten mehrere Ideen, die separat behandelt wurden

Die geäusserten Vorschläge wurden nach wiederkehrenden Themen gruppiert.

In den offenen Antworten identifizierte Themen

Hauptthema	Geschätzter Prozentsatz der verwertbaren Antworten*	Beispiele für damit verbundene Anfragen
Vermarktung & Sichtbarkeit	~35 %	Auktionen, Marketingunterstützung, bessere internationale Sichtbarkeit, Verkaufsplattformen
Kommunikation & Verbindung zur Öffentlichkeit	~20 %	bessere Information, Videos, Werbung in der breiten Öffentlichkeit
Schulung & Begleitung	~18 %	Ausbildung von Richtern, Kurse für Züchter, Unterstützung für junge Pferde
Sportliche Unterstützung & Leistung	~15 %	Förderung junger Talente, Verbindung zwischen Sport und Zucht, reservierte Schweizer Meisterschaften
Zusammenarbeit	~15 %	Zusammenführung oder Koordinierung von Organisationen, politische Interessenvertretung des Sektors
Digitalisierung & Daten	~10 %	Online-Katalog mit Standards, Datenzugriff, Automatisierung durch Tierärzte
Verwaltungsvereinfachung	~8 %	Bürokratieabbau, klarere Verfahren
Finanzielle Unterstützung	~5 %	zu hohe Kosten für Registrierungsdienste, Bedarf an Beihilfen
Alternative Abrechnungsmethode	~5 %	Grundbeitrag + Tarif je nach in Anspruch genommenen Dienstleistungen
Sonstige Einzelbedürfnisse	<5	Teilnahme an Weltmeisterschaften, nationale Pferdemarkte

Tabelle 19 : Kategorisierung der gewünschten Leistungen und zugehörige Beispiele

* Prozentsatz berechnet auf der Grundlage der verwertbaren Antworten (n ≈ 50).

Da die Vorschläge mehreren Themen zugeordnet werden können, übersteigt die Summe 100 %.

Die Ergebnisse zeigen eine starke Übereinstimmung mit den Feststellungen aus der Frage zur Bedeutung der Dienstleistungen: Die „grundlegenden“ Leistungen sind insgesamt zufriedenstellend, aber die Erwartungen konzentrieren sich auf das, was zur Schaffung von wirtschaftlichem Wert und zur Stärkung der Anerkennung des Schweizer Warmblüters beiträgt.

Genauer gesagt:

Die Vermarktung und Sichtbarkeit der Schweizer Pferdezüchtung sind die am häufigsten genannte Priorität. Die Verbesserung der Beziehung zur Öffentlichkeit scheint eine Herausforderung zu sein, um das Interesse an der Branche aufrechtzuerhalten. Der Sport spielt eine wichtige Rolle bei der Aufwertung des Zuchtprodukts. Die Befragten wünschen sich mehr Kommunikation, Ausbildung und Modernisierung der Instrumente innerhalb der Branche. Schliesslich wird in mehreren Kommentaren die Notwendigkeit eines modularen Beitragsmodells angesprochen, das besser auf das Profil jedes einzelnen Züchters zugeschnitten ist. Diese Perspektiven decken sich mit den in den vorangegangenen Kapiteln hervorgehobenen Herausforderungen:

Die Entwicklung der Branche erfordert eine bessere Verknüpfung zwischen Zucht, Markt und Sichtbarkeit.

Methodischer Hinweis

Ein Grossteil der Antworten (50 %) enthält keine verwertbaren Inhalte, was sich durch die Pflichtangabe dieses Feldes im Umfrage-Tool erklären lässt. Bei der quantitativen Interpretation der Zahlen ist daher Vorsicht geboten. Die Analyse der Kommentare erfolgte anhand einer thematischen Kodierungsmethode, mit der mehrere Vorschläge innerhalb einer Antwort klassifiziert werden konnten.

5.5 Haltungsmethoden

Frage in der Umfrage: Welche Zuchtmethoden wenden Sie an oder wären Sie bereit anzuwenden?

Mit dieser Frage sollte die aktuelle Verwendung oder Akzeptanz verschiedener Reproduktionstechniken in der Schweizer Warmblutzucht dokumentiert werden. Die Teilnehmenden bewerteten jede Methode auf einer Skala von 1 = überhaupt nicht / totale Ablehnung bis 4 = regelmässige Verwendung / klare Zustimmung. Die Anzahl der gültigen Antworten variiert je nach Punkt zwischen 229 und 232.

Präsentation der Ergebnisse

Die Ergebnisse zeigen eine starke Zustimmung zu künstlichen Besamungstechniken, die als die am häufigsten praktizierten oder bevorzugten Methoden erscheinen:

Gekühlter Samen: 58 % regelmässige Verwendung (Durchschnitt 3,51/4)

Frischer Samen: 56 % regelmässige Verwendung (Durchschnitt 3,46/4)

Gefrorener Samen: 57 % regelmässige Verwendung (Durchschnitt 3,44/4)

Diese drei Methoden weisen auch eine sehr geringe Ablehnungsrate auf (weniger als 9 % in Stufe 1), was ihre hohe Legitimität in der aktuellen Zuchtpraxis bestätigt.

Die natürliche Besamung erreicht eine eher mittlere Position (Durchschnitt 2,26/4): Fast zwei Drittel der Befragten lehnen sie ab oder bewerten sie als wenig günstig (insgesamt 65 %), was auf eine weniger systematische Anwendung oder Bedingungen hindeutet, unter denen sie weniger relevant ist.

Am wenigsten akzeptiert sind fortgeschrittene biotechnologische Verfahren:

Embryotransfer: Durchschnitt 2,31/4, aber 59 % auf den Stufen 1–2

OPU/ICSI: 1,81/4, mehrheitliche Ablehnung (84 % in den Stufen 1–2)

Kauf/Verkauf von Embryonen: 1,76/4, höchste Ablehnung (84 % in den Stufen 1–2)

Diese Ergebnisse zeigen, dass diese Techniken, obwohl sie bekannt sind, nach wie vor nur sehr selten angewendet werden und bei einer Mehrheit der Züchter auf grosse Zurückhaltung stossen.

Schliesslich stösst die Option „Keine dieser Methoden“ auf eine hohe Ablehnungsrate (68 % in Stufe 1), was bestätigt, dass die grosse Mehrheit der Befragten mindestens eine der vorgeschlagenen Methoden anwendet oder akzeptieren würde. Dieses Ergebnis wirft jedoch eine Frage der Interpretation auf: Wie kann man Viehzucht betreiben, wenn man alle genannten Techniken ablehnt? Es ist möglich, dass ein Teil der Befragten die Freilaufdeckung als eine von der „natürlichen Paarung“ im Fragebogen unterschiedene Praxis betrachtet hat, was einen Teil dieser atypischen Antworten erklären könnte.

Methode	n	Durchschnitt (/4)	1 – % überhaupt nicht	2 – % eher nicht	3 – % eher günstig	4 – % regelmässige Nutzung
Natürlicher Vorsprung	231	2,26	19,9	45,0	23,8	11,3 %
Befruchtung mit frischem Sperma	232	3,46	2,6 %	4,7	36,6	56,0
Gekühlter Samen	232	3,51	0,9	5,2	35,8	58,2 %
Gefrorenes Sperma	232	3,44	2,2 %	8,2 %	32,8 %	56,9 %
Embryotransfer	232	2,31	22,4	36,6	28,9	12,1 %
OPU / ICSI	232	1,81	38,4 %	46,1 %	11,2	4,3
Kauf/Verkauf von Embryonen	232	1,76	43,1	40,9	12,5	3,4
„Keine dieser Methoden“	229	1,58	68,1	15,3	7,4	9,2

Tabelle 20 : Bewertung der Aufzuchtmethoden

5.6 Kommunikation der Verbände

Frage in der Umfrage: Wie zufrieden sind Sie mit der aktuellen Kommunikation Ihres Verbandes?

Mit dieser Frage sollte die Zufriedenheit der Mitglieder mit der aktuellen Kommunikation ihres Verbandes gemessen werden. Die Befragten konnten ihre Zufriedenheit auf einer qualitativen Skala (von „sehr zufrieden“ bis „sehr unzufrieden“) in Deutsch und Französisch angeben. Insgesamt haben 232 Befragte diesen Aspekt bewertet.

Die aktuelle Kommunikation wird insgesamt als eher zufriedenstellend empfunden, aber eine beträchtliche Anzahl von Zwischenantworten deutet darauf hin, dass die Erwartungen nicht vollständig erfüllt werden und dass es Potenzial für eine Verbesserung der Kommunikation gibt, insbesondere hinsichtlich der Verbreitung von Informationen, die als relevant erachtet werden.

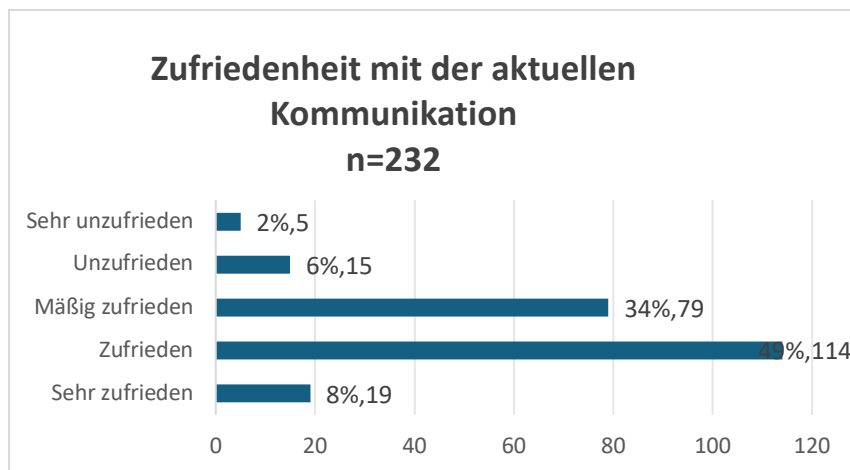


Abbildung16 : Zufriedenheit mit der Kommunikation

Zu verstärkende Kommunikationskanäle

Frage in der Umfrage: Welche Kommunikationskanäle sollten von Ihrem Verband ausgebaut oder verbessert werden?

Mit dieser Frage sollten die Kommunikationskanäle ermittelt werden, deren Ausbau oder Stärkung von den Verbänden als vorrangig angesehen wird. Die Befragten konnten einen oder mehrere Kanäle auswählen und eine freie Option („Sonstiges“) hinzufügen.

Genannter Kanal	Anzahl der Nennungen	% der Befragten
Soziale Netzwerke (Facebook, Instagram usw.)	131	56
E-Mail	94	41
Website der Verbände	90	39 %
Präsenz bei Grossveranstaltungen (Avenches, BEA, OFFA...)	59	25
Regionale Informationsveranstaltungen	47	20
Konferenzen/Webinare	28	12 %
Postsendungen	10	4
Sonstige (z. B. Fachzeitschriften, Sportmarketing, lokale Presse...)	18	8

Tabelle 2130 : Zu verstärkende Kommunikationskanäle

Soziale Netzwerke werden am häufigsten genannt, was den Wunsch nach einer sichtbareren und regelmässigeren Kommunikation widerspiegelt. E-Mails sind ebenfalls ein wichtiges Medium, um direkte und strukturierte Informationen zu erhalten. Die Website wird als Referenzquelle angesehen, die von einer häufigeren Aktualisierung profitieren würde.

Die Präsenz bei Grossveranstaltungen und regionalen Informationsveranstaltungen wird ebenfalls geschätzt, da sie einen direkten Kontakt zu den Mitgliedern ermöglicht. Konferenzen

oder Webinare erhalten mehrere Antworten, was auf ein Interesse an interaktiveren Inhalten hindeutet. Die übrigen Vorschläge bleiben in der Minderheit.

Die Befragten bevorzugen somit eine Kombination aus mehreren Kanälen, die digitale Tools und direkte Begegnungen miteinander verbinden.

Freie Kommentare

Um die Analyse zu ergänzen, konnten die Befragten weitere Bedürfnisse angeben. 62 verwertbare Kommentare wurden thematisch kodiert:

Thematische Kategorie	Anzahl (n)	% der verwertbaren Kommentare	Beispiele für wörtliche Zitate
Soziale Netzwerke	21	34	„Mehr soziale Netzwerke“, „Präsenz auf Facebook/Instagram“
Website/Online-Informationen	20	32	„Verbesserung der Website“, „Mehr Informationen online verfügbar“
E-Mail/Newsletter	18	29	„Kommunikation per E-Mail“, „Informationen per Newsletter“
Präsenz bei Grossveranstaltungen	12	19	„Präsenz in Avenches, BEA ...“
Regionale Informationsveranstaltungen	11	18	„Informationsveranstaltungen“, „Präsenz vor Ort“
Konferenzen/Webinare	10	16 %	„Webinare zur Information“, „Online-Sitzungen“
Kritik an der aktuellen Kommunikation (<i>mangelnde Sichtbarkeit, Schwierigkeiten in der Romandie / D-CH...</i>)	6	10 %	«Der Verband ist nicht sichtbar genug», «Zu stark auf die Deutschschweiz konzentriert»
Vergleiche mit anderen Organisationen	4	6 %	«Cheval Suisse sehr gut, ZVCH weniger», «Oldenbourg sehr professionell»
Allgemeine Vorschläge „Alle Kanäle“	7	11	„Alle Kanäle sind wichtig“, „Mehrere Antworten hätten möglich sein müssen“
Sonstige Einzelantworten	3	5	„Abbau von Bürokratie“, „Weiterbildungen“

Tabelle 22 : Bewertung der zu verstärkenden Kanäle und genannte Beispiele

(Mehrere Themen konnten in einer Antwort vorkommen: Die Summe übersteigt 100 %.)

Die Ergebnisse zeigen den Wunsch, die Sichtbarkeit zu erhöhen, die Verbreitung von Informationen zu verbessern und eine breitere Palette komplementärer Kommunikationsmittel zu nutzen.

Wahrgenommene Wirksamkeit der Kommunikationskanäle

Frage in der Umfrage: Wie effektiv sind Ihrer Meinung nach die folgenden Kanäle für die Informationsvermittlung an Landwirte?

Die Befragten bewerteten die Wirksamkeit verschiedener Kommunikationskanäle auf einer 4-stufigen Skala (1 „überhaupt nicht wirksam“ bis 4 „sehr wirksam“). Es wurden 232 Antworten ausgewertet.

Kommunikationskanal	n	Durchschnitt /4	1 – Überhaupt nicht effektiv	2 – Wenig wirksam	3 – Ziemlich wirksam	4 – Sehr wirksam
Post	231	2,64	14,7	30,3	31,2	23,8 %
E-Mail	232	3,28	1,7	10,8 %	44,8 %	42,7 %
Website des Vereins	231	3,14	2,6	17,7	42,4	37,2 %
Soziale Netzwerke	232	3,05	6,5 %	16,4 %	42,7 %	34,5 %
Konferenzen/Webinare	232	2,53	10,8	36,2	42,2	10,8 %
Lokale Informationsveranstaltungen	232	2,51	11,6 %	40,1	34,1	14,2 %
Veranstaltungen (Avenches, BEA...)	232	2,75	7,3 %	26,3	50,0	16,4

Tabelle 23 : Bewertung der wahrgenommenen Effizienz der Kommunikationskanäle

Die Ergebnisse zur Wirksamkeit der Kommunikationskanäle zeigen eine klare Präferenz für digitale Tools. E-Mails, gefolgt von Websites, werden als das wirksamste Mittel angesehen, um Informationen schnell und vollständig zu übermitteln. Auch soziale Netzwerke werden insgesamt positiv bewertet, was auf ihre wachsende Bedeutung für die Sichtbarkeit der Branche hindeutet.

Lokale Veranstaltungen und Treffen werden geschätzt, aber aufgrund ihrer je nach Region unterschiedlichen Zugänglichkeit als weniger effektiv angesehen. Schliesslich scheint die Post der für die aktuellen Praktiken am wenigsten geeigneter Kanal zu sein, da sie überwiegend als wenig effektiv angesehen wird.

Diese Ergebnisse bestätigen den klaren Wunsch nach einer Modernisierung und Stärkung der digitalen Kommunikation innerhalb der Branche.

5.7 Kosten und Standort

Frage in der Umfrage: Wie hoch ist Ihr durchschnittliches Budget pro Fohlen bis zu einem Alter von 3 Jahren?

Durchschnittliches Budget pro Fohlen bis zum Alter von 3 Jahren

Die Mehrheit der Befragten (72 %) gibt ein durchschnittliches Budget zwischen 10'000 und 20'000 CHF pro Fohlen bis zum Alter von 3 Jahren an. Etwa ein Fünftel (20 %) gibt ein Budget

von weniger als 10'000 CHF an, während eine Minderheit (7 %) mehr als 20'000 CHF ausgibt. Diese Ergebnisse zeigen, dass die Investitionen insgesamt in einem mittleren Bereich liegen, wobei jedoch Unterschiede zwischen den Züchtern bestehen.

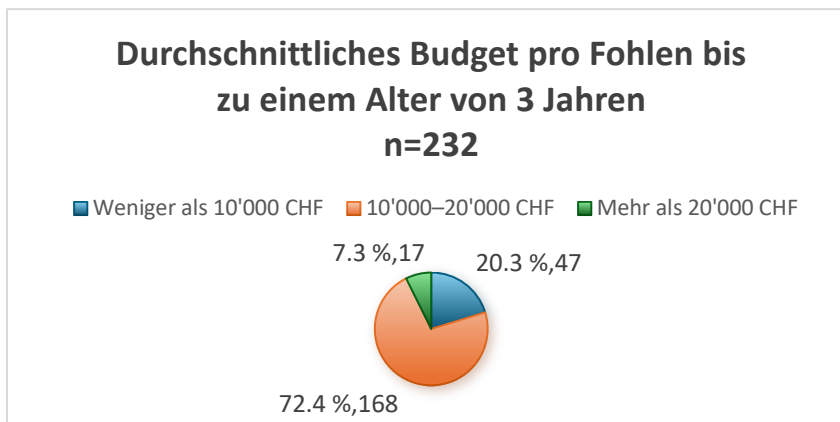


Abbildung 17 : Durchschnittliches Budget pro Fohlen bis zum Alter von 3 Jahren

Methodischer Hinweis

Die angegebenen Kosten können je nach Zuchtmodell (professionell vs. amateurhaft), ausgelagerten Dienstleistungen (Unterbringung, Pflege, Training) und geografischer Lage stark variieren. Es ist auch zu beachten, dass die Formulierung der Frage Interpretationsspielraum liess: Der Begriff „bis zu drei Jahren“ präziserte nicht, ob die Grundausbildung einbezogen werden sollte oder nicht, noch ob sie intern durchgeführt oder einem Fachmann anvertraut wurde. Diese Faktoren können zu erheblichen Unterschieden zwischen den Züchtern führen und erklären zum Teil die Heterogenität der angegebenen Budgets. Die Beträge sind daher eher als durchschnittliche Grössenordnungen und nicht als streng vergleichbare Werte zu interpretieren.

Absicht, im Ausland zu züchten

Frage in der Umfrage: Haben Sie eine Aufzucht im Ausland in Betracht gezogen?

Die Mehrheit der Befragten (64,7 %) gibt an, nicht in Betracht gezogen zu haben, im Ausland zu züchten. Allerdings gibt mehr als ein Drittel (35,3 %) an, bereits darüber nachgedacht zu haben, was zeigt, dass ein nicht unerheblicher Teil der Züchter diese Option als Alternative oder Ergänzung zur Zucht in der Schweiz in Betracht zieht.

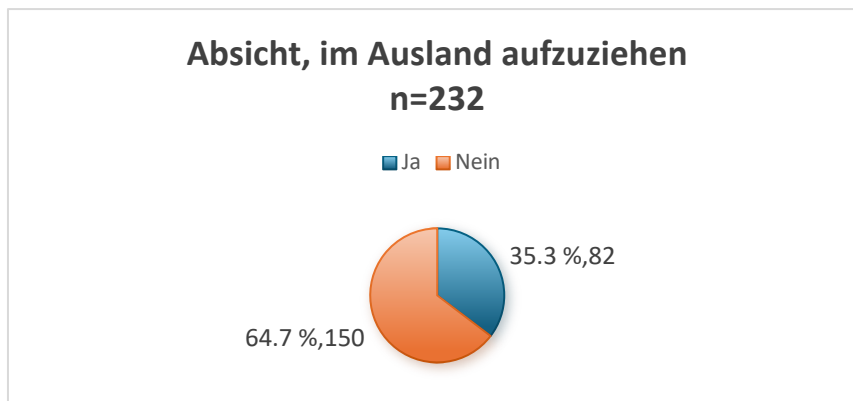


Abbildung 18 : Absicht der Züchter, im Ausland zu züchten

Gründe für eine Zucht im Ausland

Unter den Personen, die eine Viehzucht im Ausland in Betracht gezogen haben (82 auswertbare Kommentare analysiert), konzentrieren sich die genannten Gründe überwiegend auf die Kosten, den Zugang zu Land/Weideland und die Vermarktungsmöglichkeiten.

Thematische Kategorien	Anzahl (n)	Prozentualer Anteil der betroffenen Befragten	Beispiele für wörtliche Zitate (ggf. übersetzt)
Geringere Kosten für die Tierhaltung	61	74	„Die Kosten sind in der Schweiz viel zu hoch“ / „Billiger“
Mehr Platz / Weideflächen	41	50	«Mehr Platz, mehr Weideland»
Bessere Vermarktungsmöglichkeiten	28	34	„Bessere Vermarktung“ / „Mehr Möglichkeiten für junge Pferde“
Erleichterter Zugang zu Zuchtdienstleistungen und Saatgut	22	27	«Einfacherer Zugang zu ausländischem Samen»
Verwaltung / Fristen / Bürokratie in der Schweiz als problematisch empfunden	17	21	„Zu hohe Verwaltungskosten“ / „Zu schwerfällige Verfahren“
Besser entwickelte Kompetenzen / spezialisierte Infrastrukturen	14	17	„Modernste Kliniken“ / „Besseres berufliches Image“
Mangel an Plätzen in der Westschweiz für Zuchtstuten	8	10	„Wenig Optionen in der Westschweiz“
Kritik an den Verbänden/Aufwertung in der Schweiz	7	9	„Vom Schweizer Verband missachtet“ / „Kein Interesse seitens des ZVCH“
Geografische Nähe (Rückkehr ins Heimatland, Wohnsitze, anderswo gekaufte Grundstücke)	5	6 %	„Wir besitzen Grundstücke im Ausland“
Als besser eingeschätzte Aufzuchtbedingungen	5	6	„Gruppen, grosse Flächen“ / „Geeignetes Klima“

Tabelle 24 : Genannte Beweggründe für die Zucht im Ausland

Kontrollfrage: Bereitschaft, mehr zu bezahlen: Analyse, Kohärenz und Schlussfolgerung

Frage in der Umfrage: Wären Sie bereit, für eine hochwertige Dienstleistung mehr zu bezahlen?

Die Kontrollfrage zur Bereitschaft, für eine bessere Dienstleistung mehr zu bezahlen, diente dazu, die Kohärenz der Aussagen der Befragten zu den Leistungen und dem idealen Beitragssatz zu überprüfen. Von den 232 Antworten zeigt sich eine relative Mehrheit offen für eine Kostenanpassung: Fast die Hälfte der Teilnehmer antwortet mit „Vielleicht“, etwa ein Drittel erklärt sich eindeutig mit „Ja“ einverstanden, während etwa ein Viertel jede Erhöhung ablehnt. Diese Verteilung zeigt, dass trotz teilweise hoher Erwartungen an die Dienstleistungen die Bereitschaft, mehr zu bezahlen, unter den Züchtern nach wie vor nuanciert ist.

Antwort	Anzahl (n)	% der Gesamtzahl
Ja	68	29,3 %
Nein	55	23,7 %
Vielleicht	109	47,0 %
Gesamt	232	100

Tabelle 25 : Bereitschaft, mehr zu zahlen

Dieses Ergebnis bestätigt, dass viele Pferdezüchter erkennen, dass die Entwicklung verbesserter Dienstleistungen (insbesondere in den Bereichen Vermarktung, Kommunikation oder Verwaltungsvereinfachung) eine angemessene Finanzierung erfordert. Der hohe Anteil an „Vielleicht“-Antworten deutet jedoch auf wirtschaftliche Vorsicht hin: Die Kosten der Tierhaltung in der Schweiz werden bereits als hoch empfunden, und jede Erhöhung muss mit einem sichtbaren Mehrwert einhergehen.

Methodischer Hinweis – Überprüfung der Kohärenz

Diese Frage dient als Test für die interne Kohärenz mit anderen Punkten des Fragebogens, insbesondere:

- Bedeutung grundlegender Dienstleistungen: sehr hoch
- Hohe Erwartungen an neue Dienstleistungen (Aufwertung des Schweizer Warmbluts, Marketing, Digitalisierung)
- Präferenzen für einen Beitrag von etwa 100–200 CHF

Die Übereinstimmung dieser Antworten zeigt, dass die Befragten:

- den Aufgaben eines Verbandes grosse Bedeutung beimessen, insbesondere solchen mit wirtschaftlicher Auswirkung

- konkrete Verbesserungsbedürfnisse äussern;
- die Idee einer verstärkten Finanzierung akzeptieren, jedoch unter der Voraussetzung einer höheren Servicequalität.

Diese interne Kohärenz untermauert die Zuverlässigkeit der Schlussfolgerungen des Kapitels über die Erwartungen und das Finanzierungsmodell eines Zuchtverbands.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Züchter die Idee, mehr zu bezahlen, nicht ablehnen, jedoch nur, wenn die angebotenen Dienstleistungen einen echten Mehrwert schaffen – sowohl für ihre eigene Tätigkeit als auch für die gesamte Schweizer Branche –, indem sie ihre Arbeit konkret vereinfachen und die Qualität der Dienstleistungen verbessern. Die Akzeptanzmarge ist vorhanden, hängt jedoch von klar erkennbaren qualitativen Verpflichtungen seitens des Verbandes ab.

5.8 Image und Zukunft des Schweizer Warmblutpferdes

Frage in der Umfrage: Wie nehmen Sie das Schweizer Warmblut im Vergleich zu anderen Herkunftsländern (z. B. Deutschland, Frankreich, Belgien usw.) wahr?

Die Befragten bewerteten das Schweizer Warmblut im Vergleich zu anderen europäischen Herkunftsländern anhand von sechs Schlüsselkriterien auf einer Skala von 1 = überhaupt nicht bis 4 = absolut. Diese Analyse zielt darauf ab, die wahrgenommenen Stärken des Schweizer Warmbluts zu identifizieren.

Merkmal	Durchschnitt /4	1 – Überhaupt nicht	2 – Wenig	3 – Ziemlich	4 – Ganz und gar
Qualität des Modells / Morphologie	3,22	1,7	11,6	50,0	36,6
Sportliche Fähigkeiten	3,21	0,9	14,2	47,8	37,1
Temperament	3,24	1,7 %	10,8 %	49,6 %	37,9
Preis-Leistungs-Verhältnis	2,41	13,4 %	44,8 %	28,9	12,9
Leichtigkeit des Verkaufs	2,24	14,2	53,9	25,4	6,5
Markenimage	2,33	14,2 %	46,6	31,0	8,2

Tabelle 26 : Image und Zukunft des Schweizer Warmblutpferdes – Bewertung verschiedener Eigenschaften

Die Ergebnisse zeigen, dass das Schweizer Warmblut von den Befragten insgesamt positiv wahrgenommen wird, insbesondere hinsichtlich seines Temperaments und seines sportlichen Potenzials, die als echte Vorzüge angesehen werden. Auch sein Körperbau wird positiv bewertet und als für den aktuellen Sport geeignet angesehen. Die Aspekte im Zusammenhang mit der kommerziellen Verwertung werden jedoch etwas zurückhaltender bewertet, was

darauf hindeutet, dass es noch Verbesserungspotenzial gibt, um seine Sichtbarkeit, seinen Bekanntheitsgrad und seine Attraktivität auf dem Markt zu steigern.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Schweizer Warmblut anerkannte Qualitäten aufweist und eine bessere Hervorhebung dieser Vorzüge dazu beitragen könnte, seine Position gegenüber der internationalen Konkurrenz zu festigen.

Was müsste verbessert werden, um das Schweizer Warmblutpferd besser zur Geltung zu bringen?

(Mehrfachantworten möglich – eine Antwort kann mehreren Themen zugeordnet sein)

Kategorie (Thema)	Beispiel für ein wörtliches Zitat (neutral)	Anzahl (N)	% der Antworten*
Kosten und wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit	„Die Kosten der Tierhaltung in der Schweiz senken, um wettbewerbsfähig zu bleiben.“	50	23,0
Qualität der Zucht und genetische Selektion	«Verbesserung der Qualität der Zuchtstuten und der Leistungsauswahl.»	35	16,1
Sportliche Leistung und Sichtbarkeit im Wettkampf	«Erhöhung der Präsenz von Schweizer Pferden bei internationalen Wettkämpfen.»	25	11,5 %
Marketing, Kommunikation und Markenimage	«Verbesserung der Kommunikation und Sichtbarkeit des Schweizer Warmbluts, insbesondere in den sozialen Netzwerken.»	24	11,1 %
Ausbildung und Förderung junger Pferde	„Entwicklung von Wettkampfserien speziell für junge Pferde.“	10	4,6
Strukturierung und Zusammenarbeit innerhalb der Branche	„Die Zusammenarbeit zwischen Züchtern, Verbänden und Reitern stärken.“	6	2,8 %
Infrastrukturen und materielle Bedingungen	„Verbesserung der Infrastruktur und der Arbeitsbedingungen für die Zucht und Ausbildung.“	2	0,9 %
Sonstiges/ausserhalb des Rahmens	„Keine zutreffende Antwort / weiss nicht.“	97	44,7

Tabelle 27 : Verbesserungsfaktoren zur Aufwertung des Schweizer Warmblutpferdes

Die Analyse der Verbesserungsvorschläge zeigt mehrere wichtige Hebel auf, um die Wertschätzung des Schweizer Warmblutpferdes zu stärken. Die Befragten betonen insbesondere die Herausforderung der wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit und erwähnen beispielsweise die Notwendigkeit, «die Zuchtkosten in der Schweiz zu senken, um wettbewerbsfähig zu bleiben», oder die Tatsache, dass «Schweizer Pferde im Vergleich zum Ausland zu teuer sind». Die Qualität der Zucht und Selektion wird ebenfalls erwähnt, beispielsweise mit Vorschlägen wie «Verbesserung der Qualität der Zuchtstuten und der Leistungsauswahl» oder «Erleichterung des Zugangs zu leistungsstarken Hengsten».

Die sportliche Präsenz des Schweizer Warmbluts ist ein weiterer Schwerpunkt, mit der Idee, „die Ergebnisse bei internationalen Wettbewerben zu verbessern“ und „Spitzenreiter zu ermutigen, Schweizer Pferde zu reiten“, um dessen Bekanntheitsgrad zu steigern. Schliesslich sehen die Befragten die Notwendigkeit, die Kommunikation und Werbung für die Schweizer Zucht zu intensivieren, beispielsweise durch „Verbesserung der Sichtbarkeit des Schweizer

Warmbluts in den sozialen Netzwerken“ und „stärkere Hervorhebung der Erfolge Schweizer Pferde“.

In geringerem Masse weisen einige auf die Bedeutung einer schrittweisen Aufwertung zu Beginn der sportlichen Karriere hin, insbesondere durch den Vorschlag, „Wettkampfserien für junge Pferde zu entwickeln“. Alle diese Vorschläge verfolgen dasselbe Ziel: den Wert des Schweizer Warmblutpferdes stärker anzuerkennen und seine Attraktivität auf dem nationalen und internationalen Markt zu steigern.

5.9 Rechtlicher und landwirtschaftlicher Rahmen

Frage in der Umfrage: Was sind Ihrer Meinung nach die grössten Hindernisse für die Pferdezucht in der Schweiz?

Die Befragten bewerteten auf einer Skala von 1 = kein Hindernis bis 4 = sehr grosses Hindernis, inwieweit verschiedene Faktoren ein Hindernis für die Zucht in der Schweiz darstellen.

Hindernis	n	Durchschnitt /4	1 – Kein Hindernis	2 – Geringes Hindernis	3 – Erhebliche Barriere	4 – Sehr grosse Barriere
Gesetze zur Raumplanung	232	3,26	4,7	14,7	30,2	50,4 %
Tierschutzgesetze	232	2,39	17,7 %	40,5 %	26,7	15,1 %
Unklare Einstufung des Pferdes (Nutztier vs. Haustier)	232	2,48	19,4	36,6	20,7	23,3 %
Fehlen einer nationalen Strategie	232	3,00	5,6	24,6	34,5	35,3 %
Schwierigkeiten bei der Erkennung von Assoziationen	232	2,71	9,5	33,2	34,1	23,3
Sonstige	230	1,91	62,2 %	7,4	7,4	23,0

Tabelle 28 : Bewertung der Hindernisse für die Pferdezucht

Die Ergebnisse zeigen, dass die Raumplanungsgesetzgebung als das grösste Hindernis wahrgenommen wird (Durchschnitt 3,26/4, wobei mehr als 80 % der Befragten sie als mindestens „wichtig“ einstufen). Das Fehlen einer nationalen Strategie gehört ebenfalls zu den grössten Hindernissen (3,00/4), gefolgt von Schwierigkeiten bei der Anerkennung von Verbänden (2,71/4).

Die Tierschutzgesetzgebung und der zweideutige Status des Pferdes (zwischen Nutztier und Haustier) werden eher als mittelschwere Hindernisse angesehen. Die Kategorie «Sonstiges»

wird mehrheitlich als «kein Hindernis» bewertet, was darauf hindeutet, dass die wichtigsten Hindernisse durch die fünf Hauptpunkte gut erfasst werden.

Zusätzliche Hindernisse für die Pferdezucht in der Schweiz: qualitative Analyse der offenen Antworten

Um ein tieferes Verständnis der Hindernisse zu erlangen, mit denen die Akteure der Pferdezucht in der Schweiz konfrontiert sind, hatten die Befragten die Möglichkeit, weitere Hindernisse anzugeben, die nicht durch die in der geschlossenen Frage vorgeschlagenen Punkte abgedeckt waren. Die gesammelten qualitativen Elemente liefern zusätzliche Erkenntnisse über die regulatorischen, wirtschaftlichen und organisatorischen Herausforderungen, die sich direkt auf die Branche auswirken.

Thema	Anzahl (N)	% der Befragten*	Beispiele für wörtliche Zitate (neutral, ausgewählt)
Zuchtkosten und wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit	46	37,1	„Die Kosten für die Pferdezucht sind hoch und der Export im Vergleich zu den Nachbarländern zu teuer.“ „Eine rentable Pferdezucht ist sehr schwierig.“ „Zu wenig Flächen und zu teuer, wenn man kein Landwirt ist.“
Rechtlicher Status des Pferdes und Raumplanung	33	26,6 %	„Es ist schwierig, ohne Landwirt zu sein: Einschränkungen in landwirtschaftlichen Gebieten.“ „Der Status des Pferdes sollte geklärt werden, um den Verwaltungsaufwand zu begrenzen.“ „Die territorialen Vorschriften sind ein grosses Hindernis.“
Mangelnde Einheitlichkeit und Steuerung der Branche	22	17,7 %	„Zwei nationale Verbände: zu viele Spaltungen, zu wenig Effizienz.“ „Die Organisationen sollten fusionieren, um politisch besser anerkannt zu werden.“ „Mangelnde Zusammenarbeit zwischen den Akteuren.“
Anerkennung und Aufwertung des Berufs des Züchters	17	13,7 %	„Die Arbeit der Landwirte wird nicht ausreichend gewürdigt.“ „Die Käufer sind nicht bereit, einen fairen Preis zu zahlen.“
Marketing, Kommunikation und Marktzugang	13	10,5	«Es mangelt an Kommunikation, um die Schweizer Tierhaltung bekannt zu machen.» «Der Schweizer Markt ist begrenzt, der Verkauf bleibt schwierig.»
Ausbildung, Infrastruktur und technische Unterstützung	9	7,3 %	«Mehr Unterstützung für die Ausbildung und Förderung junger Pferde.» «Mangel an hochwertigen Trainingsangeboten.»
Sonstiges/nichtzutreffend	108	46,5 %	„Keine Anmerkungen / nichtzutreffend.“ „Falsches Pflichtfeld.“

Tabelle 29 : Bewertung der Hindernisse für die Zucht – qualitative Elemente

Die ergänzenden Kommentare zu den geschlossenen Antworten geben einen konkreten Einblick in die Schwierigkeiten, mit denen die Pferdezucht in der Schweiz konfrontiert ist. Die Züchter heben vor allem ein besonders schwieriges wirtschaftliches Umfeld hervor, das durch hohe Produktionskosten und eine geringere Wettbewerbsfähigkeit gegenüber ausländischen Branchen gekennzeichnet ist. Die regulatorischen Auflagen im Zusammenhang mit der Raumplanung und dem rechtlichen Status des Pferdes erhöhen ebenfalls die Komplexität der Aufrechterhaltung einer nachhaltigen Tätigkeit ausserhalb des strengen landwirtschaftlichen Rahmens.

Über diese strukturellen Aspekte hinaus heben die Befragten einen Mangel an institutioneller Einheit, eine unzureichende Anerkennung des Züchterberufs und Kommunikationsbemühungen hervor, die als zu begrenzt angesehen werden, um eine optimale Aufwertung des Schweizer Warmblutpferdes zu gewährleisten. Insgesamt zeugen diese Elemente von einer Branche mit anerkanntem Potenzial, deren Entwicklung jedoch durch wirtschaftliche, politische und organisatorische Herausforderungen gebremst wird, die von den Akteuren vor Ort identifiziert wurden.

Erwartungen der Akteure hinsichtlich einer einheitlichen Steuerung der Warmblutbranche in der Schweiz

Frage in der Umfrage: Halten Sie es angesichts der jährlichen Anzahl von Fohlen für sinnvoll, die Zusammenarbeit zwischen den beiden derzeitigen Verbänden (ZVCH und CHEVAL SUISSE) zu verstärken, um die Warmblutzucht besser zu unterstützen?

Angesichts der geringen jährlichen Geburtenzahl sollte mit dieser Frage ermittelt werden, inwieweit die Züchter eine engere Zusammenarbeit zwischen den beiden Verbänden, die die Warmblüter in der Schweiz vertreten, befürworten.

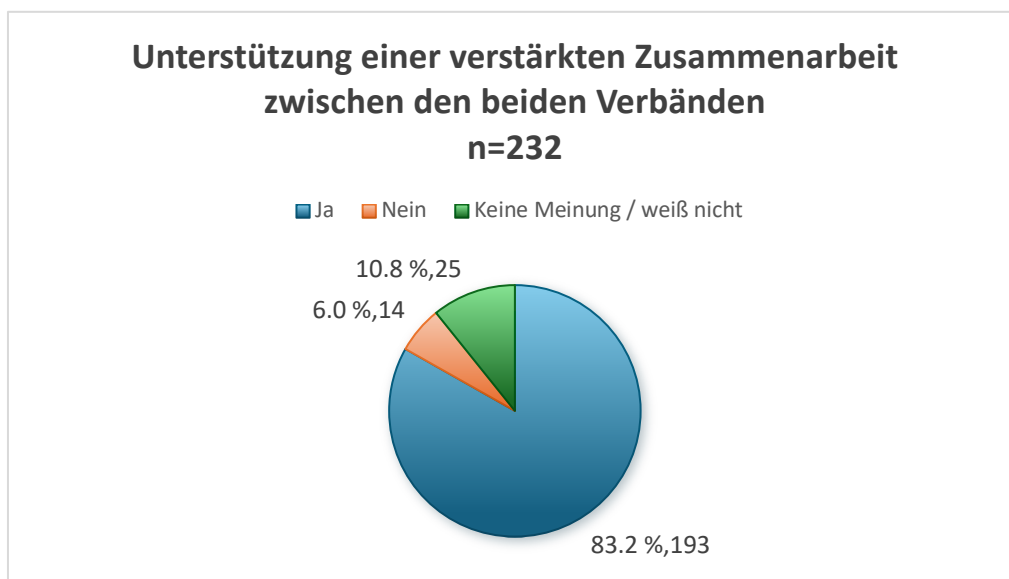


Abbildung 19 : Unterstützung der Züchter für eine verstärkte Zusammenarbeit

Eine sehr grosse Mehrheit der Befragten unterstützt die Idee einer verstärkten institutionellen Zusammenarbeit. Dieses Ergebnis bestätigt die Feststellungen aus den offenen Fragen: Die derzeitige Fragmentierung (ZVCH vs. Cheval Suisse) wird als Hindernis für die Entwicklung des Schweizer Warmbluts angesehen, insbesondere vor dem Hintergrund sinkender Geburtenzahlen und starker ausländischer Konkurrenz.

Die Kreuzanalyse der Daten zeigt zudem, dass diese Erwartung weitgehend geteilt wird, unabhängig vom Status der Befragten in Bezug auf einen Zuchtverband. Unter den Mitgliedern eines Verbandes (91,8 % der Stichprobe) befürworten 86 % eine verstärkte Zusammenarbeit, während die Nichtmitglieder – wenn auch weniger eindeutig – ebenfalls mehrheitlich dafür sind (53 %). Der Widerstand bleibt in beiden Gruppen marginal (etwa 6 % bei den Mitgliedern und 5 % bei den Nichtmitgliedern). Die Nichtmitglieder äussern jedoch mehr Vorbehalte: Fast 42 % von ihnen geben an, keine Meinung zu haben, gegenüber nur 8 % der Mitglieder.

Diese Ergebnisse zeigen, dass der Wunsch nach einer institutionellen Annäherung über die bestehenden organisatorischen Grenzen hinausgeht und eine branchenübergreifende Erwartung darstellt.

Unterstützung für eine Subvention für die Zucht von Warmblütern

Frage in der Umfrage: Befürworten Sie die Idee einer Subvention für die Zucht von Warmblutpferden?

Die Ergebnisse zeigen eine klare Unterstützung für die Einführung oder Verstärkung finanzieller Hilfen für die Zucht von Schweizer Warmblütern: Fast drei Viertel der Befragten sprechen sich für eine Subventionierung aus, während nur knapp 13 % dagegen sind. Diese mehrheitliche Haltung spiegelt die in den vorangegangenen Fragen erwähnten wirtschaftlichen Schwierigkeiten wider, insbesondere die hohen Produktionskosten in der Schweiz und die Konkurrenz durch importierte Pferde, die oft günstiger sind. Der Einsatz öffentlicher Förderinstrumente erscheint daher als ein notwendiger Weg, um den Fortbestand der Zucht zu sichern, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern und die Aufrechterhaltung einer nationalen Produktion zu fördern.

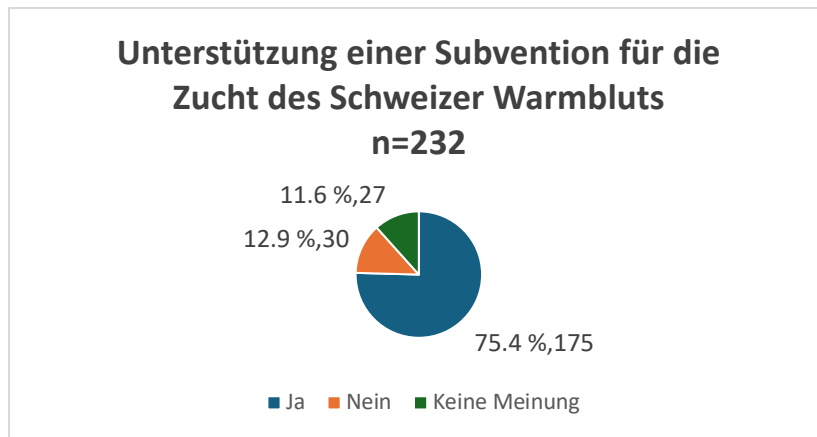


Abbildung 20 : Unterstützung für eine Subventionierung der Warmblutzucht

5.10 Zukunftsvision

Frage aus der Umfrage: Wie sieht Ihre ideale Vision für die Warmblutzucht in der Schweiz in 10 Jahren aus? (Freie Antwort – bitte teilen Sie uns Ihre Werte, Befürchtungen, Hoffnungen und Ideen für die Zukunft mit)

Von den 232 Befragten haben etwa 175 einen Kommentar abgegeben, in dem sie ihre Erwartungen, Prioritäten und Anliegen für die nächsten zehn Jahre zum Ausdruck gebracht haben. Die Antworten zeigen eine klare und ehrgeizige Vision für die Zukunft der Branche, verbunden mit einer starken Verbundenheit mit dem Schweizer Warmblutpferd und dessen Erhalt als nationales Kulturgut.

Die qualitative Analyse zeigt fünf Hauptrichtungen auf, die alle eng mit der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit der Zucht in einem anspruchsvollen internationalen Markt verbunden sind.

1. Stärkung der Bekanntheit und Sichtbarkeit des Schweizer Warmbluts

Eines der Hauptziele, das von den Befragten genannt wurde, ist der Aufbau eines starken Images des Schweizer Warmblutpferdes, das mit den dominierenden europäischen Zuchtbüchern konkurrieren kann. Das Schweizer Warmblutpferd wird als Qualitätsprodukt wahrgenommen, ist jedoch noch nicht ausreichend sichtbar und anerkannt.

Die Befragten wünschen sich insbesondere:

- eine stärkere Präsenz bei grossen Sportveranstaltungen
- eine professionelle und kontinuierliche Marketingstrategie
- eine Aufwertung des Labels „Cheval suisse / CH-Pferd“ als Qualitätszeichen

Beispiele für Originalzitate

«Mehr Schweizer Pferde bei internationalen Wettbewerben.»

«Das Label Cheval suisse / CH-Pferd soll zu einem Qualitätsversprechen werden.»

«Ein besseres Image unserer Pferde, die oft als zu teuer und weniger gut beurteilt werden.»

Dieser Schwerpunkt spiegelt den Wunsch wider, die kommerzielle Attraktivität zu steigern und gleichzeitig die Identität des Produkts zu stärken.

2. Eine einheitliche und kohärente Steuerung der Branche

Die Antworten zeigen einen klaren Bedarf: die institutionelle Fragmentierung muss beendet werden.

Das Nebeneinanderbestehen zweier Strukturen (ZVCH und Cheval Suisse) wird als Hindernis angesehen für:

- die Transparenz der Branche
- die administrative Effizienz
- der politischen Vertretung

Für viele Befragte erscheint eine Fusion oder verstärkte Zusammenarbeit in einem Land mit begrenztem Markt unerlässlich.

Beispiele für wörtliche Zitate

«Ein einziges, starkes und modernes Schweizer Zuchtbuch.»

«Die Fragmentierung beenden: Zwei Verbände für ein kleines Land machen keinen Sinn.»

Dieses Ziel geht auch mit einem besseren Wissensaustausch, einer Vereinfachung der Prozesse und einer besseren Ressourcenverteilung einher.

3. Die Zucht wirtschaftlich rentabel und nachhaltig gestalten

Dieses Thema ist eines der häufigsten Anliegen.

Die Züchter warnen vor:

- die hohen Kosten der Pferdezucht und Ausbildung
- die Konkurrenz durch billigere Importe
- fehlende Fördermechanismen

Ohne spürbare Verbesserungen befürchten einige einen allmählichen Rückgang der Zahl der Zuchtbetriebe und der in der Schweiz geborenen Fohlen.

Beispiele für Originalzitate

„Die Zucht in der Schweiz ist nicht mehr rentabel, es bedarf öffentlicher Unterstützung.“

«Die Zuchtkosten steigen schneller als die Verkaufspreise.»

Die geäusserten Erwartungen beziehen sich also sowohl auf öffentliche Unterstützung, Anpassungen der rechtlichen und zollrechtlichen Rahmenbedingungen als auch auf eine bessere kommerzielle Verwertung.

4. Leistungsfähige, vielseitige und gesunde Pferde züchten

Die Zukunft des Schweizer Warmblutpferdes wird unter dem Gesichtspunkt einer anspruchsvollen Selektion betrachtet, die sportliche Leistungen, guten Charakter, Gesundheit und Nachhaltigkeit umfasst.

Die Befragten äussern auch den Wunsch nach einer besseren Übereinstimmung zwischen:

- der Art der gezüchteten Pferde
- den tatsächlichen Bedürfnissen des Schweizer Marktes (vorrangig Amateursport)

Beispiele für wörtliche Zitate

„Auswahl nach Leistung und Gesundheit.“

„Gute Pferde für Amateure, nicht nur für die Elite.“

Diese Ausrichtung spiegelt nicht nur sportliche Ambitionen wider, sondern auch den Wunsch, der nationalen Nachfrage gerecht zu werden.

5. Modernisierung des rechtlichen und territorialen Umfelds der Zucht

Regulatorische Auflagen werden oft als direktes Hindernis für die Aufrechterhaltung und Weitergabe der Tätigkeit angesehen:

- Schwierigkeiten beim Zugang zu Grundstücken
- Beschränkungen in landwirtschaftlichen Gebieten
- Status des Pferdes in der Agrargesetzgebung

Die Befragten fordern Veränderungen, die den Schutz und die Aufwertung der nationalen Produktion ermöglichen.

Beispiele für wörtliche Zitate

„Anpassung der Gesetzgebung zur Raumplanung.“

„Das Pferd muss als vollwertiges Nutztier anerkannt werden.“

Dieser Punkt spiegelt eine wichtige politische Dimension wider: die Erhaltung des Stellenwerts des Pferdes in der Schweizer Landwirtschaft.

Über die Besonderheiten hinaus drücken alle Antworten eine gemeinsame Feststellung aus: Die Zucht von Warmblütern in der Schweiz kann nur dann fortbestehen und gestärkt werden, wenn die Branche eine gemeinsame strategische Vision verfolgt.

Die ideale Vision für die Praxis lässt sich in vier konvergierenden Zielen zusammenfassen:

Eine konsequent auf Qualität ausgerichtete Zucht: sportliche Leistung, Gesundheit, Nachhaltigkeit.

Eine einheitliche und besser strukturierte Branche, die mit einer Stimme spricht.

Verbesserte Wettbewerbsfähigkeit dank wirtschaftlicher, kommerzieller und institutioneller Unterstützung.

Eine bessere Anerkennung des Schweizer Warmbluts, sowohl in der Schweiz als auch auf internationaler Ebene.

Auch wenn es Bedenken hinsichtlich der Rentabilität und des Nachwuchses gibt, konzentriert sich die allgemeine Diskussion weiterhin auf die Suche nach konkreten Lösungen und den Wunsch, ein nationales Erbe unter Berücksichtigung des Tierschutzes und der Identität des Schweizer Produkts zu bewahren.

6. Zusammenfassung und allgemeine Diskussion

Die Ergebnisse dieser Studie liefern Erkenntnisse über den aktuellen Stand der Warmblutzucht in der Schweiz und ihre Entwicklungsperspektiven. Die beobachteten Trends deuten auf eine Branche hin, die vor allem von Leidenschaft getragen wird und überwiegend auf kleinen Familienbetrieben basiert, aber gleichzeitig mit erheblichen wirtschaftlichen und institutionellen Herausforderungen konfrontiert ist.

6.1 Stärken der Branche

Die gesammelten Antworten zeigen, dass die Branche über einen Kern von stark engagierten und erfahrenen Züchtern verfügt, die über ein grosses Kompetenzkapital verfügen. Die Qualität des Schweizer Warmblutpferdes in Bezug auf Exterieur, Temperament und sportliches Potenzial scheint weithin anerkannt zu sein. Es zeigt sich auch, dass die Branche durch eine deutliche Feminisierung und vielfältige Profile gekennzeichnet ist, was zu ihrer zukünftigen Dynamik beitragen könnte.

Die grosse Mehrheit der Befragten ist einem Zuchtverband angeschlossen, was den Wunsch widerspiegelt, sich in einem strukturierten kollektiven Rahmen zu engagieren. Die grundlegenden Leistungen der Verbände, wie die Verwaltung der Abstammungs- und Zuchtdaten oder die Organisation von Zuchtprüfungen, werden als wesentlich und weitgehend zufriedenstellend angesehen.

6.2 Schwachstellen und strukturelle Herausforderungen

Die Daten lassen vermuten, dass eine der grössten Herausforderungen in der wirtschaftlichen Lebensfähigkeit der Zucht liegt. Die hohen Produktionskosten, die Schwierigkeit, junge Pferde zu einem Preis zu verkaufen, der diese Kosten deckt, und die internationale Konkurrenz belasten die Aufrechterhaltung der Tätigkeit. Der Zugang zu Land und Infrastruktur stellt ebenfalls eine erhebliche Einschränkung dar.

Der Generationswechsel scheint begrenzt zu sein, da der Anteil junger Züchter gering ist. Die Antworten deuten darauf hin, dass es dem Nachwuchs aufgrund finanzieller, administrativer und territorialer Schwierigkeiten schwerfällt, sich dauerhaft zu etablieren.

Die regulatorischen Auflagen, insbesondere im Zusammenhang mit der Raumplanung und dem Status des Pferdes, werden als belastend empfunden. Sie könnten dazu beitragen, die Entwicklung der Branche hin zu professionelleren oder wirtschaftlich tragfähigeren Modellen zu bremsen.

6.3 Zusammenarbeit der Branche und geäusserte Erwartungen

Es scheint, dass die Koexistenz zweier nationaler Organisationen von einem Teil der Züchter als Ursache für eine Streuung der Ressourcen und einen Mangel an externer Transparenz wahrgenommen werden kann. In den offenen Kommentaren erwähnen mehrere Befragte ausdrücklich die Notwendigkeit einer Zusammenlegung oder sogar einer strukturellen Annäherung zwischen der ZVCH und Cheval Suisse. Eine verstärkte strategische Koordination – möglicherweise bis hin zu einer formelleren Annäherung der Organisationen – scheint somit den Erwartungen einer Mehrheit der Befragten zu entsprechen.

Die Erwartungen beziehen sich hauptsächlich auf:

- eine Stärkung der Massnahmen zur Vermarktung und sportlichen Aufwertung,
- eine modernisierte und sichtbarere Kommunikation rund um das Schweizer Warmblut,
- Dienstleistungen, die direkter auf die Wertschöpfung ausgerichtet sind.

6.4 Perspektiven für die Nachhaltigkeit der Branche

Die gesammelten Informationen lassen darauf schliessen, dass die Stärken der Branche (Produktqualität, regionale Verankerung, starkes Engagement) eine solide Grundlage für ihre Zukunft bilden. Ihr Fortbestand hängt jedoch von der kollektiven Fähigkeit ab,

- die Ansiedlung und Bindung des Nachwuchses zu erleichtern,
- die wirtschaftliche und kommerzielle Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern,
- die politische und institutionelle Vertretung zu stärken,
- die Kommunikations- und Vermarktungspraktiken zu modernisieren.

Besondere Aufmerksamkeit scheint erforderlich, um das Schweizer Warmblut auf den Sportmärkten besser zu positionieren, insbesondere in Wachstumsdisziplinen und -segmenten.

6.5 Empfehlungen

Die Daten lassen mehrere mögliche Handlungsansätze erkennen:

- Unterstützung der Vermarktung von Zuchtprodukten durch digitale Tools und spezielle Veranstaltungen,
- Erhöhung der Sichtbarkeit des Schweizer Warmbluts in Wettbewerben und in den Fachmedien,
- Unterstützung der Ausbildung, des Zugangs zu Infrastrukturen und der Weitergabe von Zuchtbetrieben,
- die strategische Zusammenarbeit zwischen den nationalen Verbänden verstärken, um an Effizienz, Sichtbarkeit und institutioneller Repräsentation zu gewinnen, wobei einige Befragte die Idee einer Zusammenlegung – oder sogar einer Fusion – als eine Option betrachten, die die Kohärenz und wirtschaftliche Effizienz der Branche verbessern könnte,
- Verstärkte Aufmerksamkeit für gesetzliche und regulatorische Fragen im Zusammenhang mit Grundbesitz und dem Status des Pferdes.

Diese Vorschläge stellen keine erschöpfende Liste dar, sondern sind Leitlinien, die sich direkt aus den Erwartungen der Züchter ergeben.

6.6 Grenzen der Studie

Bei der Interpretation der Ergebnisse sind bestimmte Grenzen zu berücksichtigen. Die Rücklaufquote spiegelt möglicherweise eine stärkere Beteiligung von Züchtern wider, die sich für die Zukunft der Branche engagieren oder davon betroffen sind. Die Stichprobe umfasst hauptsächlich kleine Betriebe, was die Repräsentativität für eher kommerzielle oder auf den Spitzensport ausgerichtete Modelle einschränken könnte.

Die Daten stammen aus individuellen Angaben, die einen gewissen Anteil an Subjektivität oder kontextuellen Einflüssen enthalten können. Darüber hinaus betrifft die Studie nur Züchter, die zwischen 2019 und 2024 ein Warmblutfohlen registriert haben.

Da die Einladung zur Umfrage von Identitas SA, einer vom Bund beauftragten Organisation, weitergeleitet wurde, haben einige Züchter möglicherweise aufgrund von Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes oder eines gewissen Misstrauens gegenüber offiziellen Institutionen auf eine Teilnahme verzichtet. Dies könnte zu einer gezielten Verzerrung durch Nichtbeantwortung führen.

Diese Einschränkungen stellen jedoch die Relevanz der identifizierten Trends nicht in Frage, sondern laden zu einer vorsichtigen Interpretation ein.

7. Schlussfolgerung

Diese Studie hat einen strukturierten Einblick in die Zukunft der Warmblutpferdezucht in der Schweiz gegeben, indem sie einer bedeutenden Anzahl von aktiven Züchtern im Land eine Stimme gegeben hat. Die Ergebnisse unterstreichen eine Branche, die reich an Engagement, Kompetenzen und Know-how ist, aber mit einem sich wandelnden Umfeld konfrontiert ist, das ihren wirtschaftlichen Fortbestand und ihre Erneuerungsfähigkeit unter Druck setzt.

Die Zucht von Schweizer Halbblütern zeichnet sich durch eine starke Kultur der Leidenschaft aus, die von erfahrenen Züchtern verkörpert wird, die sich für Qualität und die Weitergabe von Wissen zwischen den Generationen einsetzen. Die Vorzüge des Schweizer Warmbluts sind anerkannt: gutes Modell, bewährte sportliche Fähigkeiten, geschätztes Temperament, Vielseitigkeit, die sowohl von Amateurreitern als auch von bestimmten Sportlern geschätzt wird. Diese Eigenschaften sollten in Zukunft eine strategische Säule der Wertsteigerung bilden.

Allerdings könnten mehrere strukturelle Schwächen die Entwicklung des Sektors beeinträchtigen. Produktionskosten, Zugang zu Land, ausländische Konkurrenz, administrative Komplexität und mangelnde politische und kommerzielle Anerkennung des Schweizer Warmbluts werden regelmässig als die wichtigsten Hemmnisse genannt. Der Nachwuchs in der Branche ist nach wie vor unzureichend: Zu wenige junge Menschen

engagieren sich in der Zucht, und die Tätigkeit stützt sich weitgehend auf kleine Familienbetriebe, deren Zukunft von unsicheren Rahmenbedingungen abhängt.

Die gesammelten Antworten lassen vermuten, dass eine strategische Neupositionierung notwendig wäre, um einen nachhaltigen Kurs zu gewährleisten. Viele Züchter verfügen über die Kompetenzen und die Motivation, um in die Zukunft zu blicken, warten jedoch auf klarere und stärkere Signale, insbesondere in Bezug auf wirtschaftliche Unterstützung, administrative Vereinfachung und die Aufwertung des Schweizer Warmbluts auf den Märkten.

Die institutionelle Landschaft scheint eine grosse Herausforderung zu sein. Die befragten Akteure wünschen sich eine stärkere Koordination zwischen den beiden bestehenden nationalen Verbänden oder sogar eine organisatorische Annäherung. Eine einheitliche oder stark aufeinander abgestimmte Führung würde die Sichtbarkeit des Schweizer Zuchtbuchs stärken, die Streuung der Mittel verringern und den politischen und wirtschaftlichen Einfluss der nationalen Zucht erhöhen. Diese Erwartung zeugt von dem Wunsch, ein gemeinsames Branchenprojekt aufzubauen.

Die Ergebnisse zeigen auch bereits identifizierte, aber noch nicht ausreichend optimierte Handlungshebel auf: digitale und mediale Werbung, stärkere Einbindung des Schweizer Warmbluts in den Sport, Entwicklung spezialisierter Absatzmärkte, verstärkte Förderung des Nachwuchses, Innovation in den Wirtschaftsmodellen und bessere Abstimmung mit der Agrar- und Raumordnungspolitik.

Angesichts der Ergebnisse dieser Umfrage scheint es, dass die Branche über wichtige, aber unzureichend genutzte Stärken verfügt. Ihre Fähigkeit, diese Stärken in Wettbewerbsvorteile umzuwandeln, wird weitgehend vom kollektiven Engagement, einer gemeinsamen Vision und einer ehrgeizigen Verwertungsstrategie abhängen.

Dieser Bericht bildet somit eine solide Grundlage für weitere Überlegungen und die Strukturierung abgestimmter Massnahmen. Er könnte durch detaillierte wirtschaftliche Analysen, Studien zu den Vermarktungskanälen oder Umfragen unter Reitern und Käufern ergänzt werden, um das Verständnis des Marktes zu verfeinern und strategische Entscheidungen zu stärken.

Die Zukunft des Schweizer Warmbluts ist nicht nur eine Frage der Aufrechterhaltung einer Tätigkeit: Sie ist eine kulturelle, sportliche und identitätsstiftende Herausforderung für die Schweiz. Durch die Nutzung der Möglichkeiten zur Modernisierung und Zusammenarbeit kann die Branche nicht nur ihr Erbe bewahren, sondern auch ihre Position in der nationalen und internationalen Landschaft stärken.

Eine abgestimmte Entwicklung, die auf Qualität, Einheit und Innovation basiert, scheint der beste Weg zu sein, um eine starke, sichtbare und nachhaltige Schweizer Pferdebranche für die kommenden Jahre zu gewährleisten.

