



GESAMTKONZEPT

Tag der offenen Stalltüre 2026

SWISS Horse Professionals (SHP) x Swiss Equestrian (SE)

Titel des Dokuments Konzept „Tag der offenen Stalltüre 2026“

Version 1.0

Datum 26. November 2026

Autor **Stefan Richter**, Vorstandsmitglied SWISS Horse Professionals

Organisation SWISS Horse Professionals (SHP)

Kooperationspartner Swiss Equestrian

Dokumenttyp Strategisches Gesamtkonzept

Vertraulichkeit Intern / zur Abstimmung in SE & SHP

Einleitung

Der **Tag der offenen Stalltüre 2026** ist eine schweizweite Gemeinschaftsinitiative von **Swiss Equestrian (SE)** und **SWISS Horse Professionals (SHP)**. Ziel ist es, der Bevölkerung einen unverfälschten, unmittelbaren und fachlich fundierten Einblick in die moderne Schweizer Pferdewelt zu geben – und damit Vertrauen, Verständnis und Wertschätzung für die professionelle Arbeit mit Pferden zu stärken.

Der Anlass reagiert auf zwei gleichzeitig existierende Realitäten: Einerseits auf das grosse Interesse der Bevölkerung an Pferden, insbesondere von Familien, Kindern und Schulen. Andererseits auf die mediale Präsenz von Negativbeispielen aus dem internationalen Spitzensport. Diese Bilder prägen die öffentliche Wahrnehmung, stehen aber in keinerlei Zusammenhang mit der verantwortungsvollen, alltagsorientierten und tierwohlbasierten Arbeit, wie sie in Schweizer Betrieben tagtäglich gelebt wird.

Der Tag der offenen Stalltüre schafft hier Klarheit – nicht durch Argumente, sondern durch erlebbare Realität.

Die Rollenverteilung ist dabei bewusst gewählt:

- **Swiss Equestrian** fungiert als nationaler Multiplikator, Absender der übergeordneten Botschaft und Garant für Reichweite, Kohärenz und politische Sichtbarkeit.
- **SWISS Horse Professionals** liefern die fachliche Substanz, Standards, Ausbildungsinhalte und die professionelle Vermittlung.
- **Die teilnehmenden Betriebe** öffnen ihre Türen, zeigen ihre Praxis und machen erlebbar, was moderne Pferdehaltung, Ausbildung und tägliche Arbeit bedeuten.

Das Leitmotiv 2026 lautet:

„Faszination Pferd – hautnah, authentisch, verantwortungsvoll.“

Im Zentrum stehen Tierwohl, Transparenz, Ausbildungskompetenz und die Nähe zwischen Menschen und Pferd. Lernende übernehmen Verantwortung in Planung und Durchführung (IPERKA), Fachpersonen zeigen Haltung und Know-how und Besucher erleben die Vielfalt der Schweizer Pferdewelt direkt vor Ort.

Die Kampagne stärkt das Vertrauen in die Branche, entschärft den Diskurs rund um die negativen Bilder und Schlagzeilen aus social media, fördert Nachwuchs und Berufsbildung und schafft eine verbindende Wirkung über Verbände, Betriebe und Disziplinen hinweg.

Mit der gemeinsamen Durchführung 2026 entsteht erstmals ein gesamtschweizerischer, breit abgestützter Auftritt einer Branche, die ihre Verantwortung sichtbar lebt – offen, professionell und zukunftsorientiert.

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG	3
1. AUSGANGSLAGE	6
2. GRUNDPRINZIP DER KAMPAGNE	6
3. LEITMOTIV 2026	7
4. STRATEGISCHE ZIELE	7
4.1 ZIELE FÜR DIE ÖFFENTLICHKEIT	7
4.2 ZIELE FÜR SWISS EQUESTRIAN	7
4.3 ZIELE FÜR SWISS HORSE PROFESSIONALS	7
5. KERNBOTSCHAFTEN	8
5.1 HAUPTBOTSCHAFT AN DIE ÖFFENTLICHKEIT	8
5.2 ABGRENZENDE BOTSCHAFT (OHNE ANGRIF, OHNE VERTEIDIGUNGSPPOSITION)	8
5.3 BOTSCHAFT AN MEDIEN & POLITIK	8
6. THEMATISCHE SCHWERPUNKTE DES ANLASSES	8
6.1 TIERWOHL IM ALLTAG	8
6.2 BERUFSWELT & AUSBILDUNG	8
6.3 ERLEBNIS PFERD – NÄHE SCHAFFEN	9
6.4 VIELFALT DER SCHWEIZER PFERDEWELT	9
7. ORGANISATIONSSTRUKTUR 2026	9
7.1 GEMEINSAME STEUERGRUPPE SHP x SE	9
7.2 TEILNEHMENDE BETRIEBE	10
8. QUALITÄTSSTANDARDS FÜR TEILNEHMENDE STÄLLE	10
8.1 PFLICHTSTANDARDS	10
8.2 EMPFOHLENE INHALTE	10
9. KOMMUNIKATION	11
9.1 ROLLE SWISS EQUESTRIAN	11
9.2 ROLLE SHP	11
9.3 KOMMUNIKATION DER BETRIEBE	11
10. BEISPIELPROGRAMME (BAUKASTENARTIG)	12
10.1 AUSBILDUNGSORIENTIERT	12
10.2 FAMILIENFREUNDLICH (MODELL KOLBENHOF)	12
10.3 TIERWOHL & HALTUNG (MODELL BIRKENHOF)	12
11. SPONSORING & PARTNERING	13



12. POLITISCHE EINBETTUNG	13
13. EVALUATIONSKONZEPT	14
14. ERWARTETE WIRKUNG 2026	14
15. SCHLUSSBILD DER KAMPAGNE	15
VORBEREITUNG (MONAT 1–2) MIT AKTIONSPLAN.....	16
PLANUNG (MONAT 2-4).....	16
UMSETZUNG (MONAT 4 – 11).....	16

1. Ausgangslage

2025 zeigte die erstmalige schweizweite Durchführung des „Tag der offenen Stalltüre“, initiiert durch die SWISS Horse Professionals (SHP), ein starkes öffentliches Interesse an authentischen Einblicken in die Pferdebranche. Überdurchschnittliche Besucherzahlen – wie die rund 200 Gäste auf dem Kolbenhof Zürich – sowie positive Rückmeldungen aus Medien und Bevölkerung bestätigen den gesellschaftlichen Bedarf nach Transparenz und Verständnis.

Gleichzeitig steht die gesamte Pferdebranche unter starker Beobachtung: Negativbilder aus social Media erzeugen einen verzerrten und emotional aufgeladenen Eindruck, der mit der alltäglichen, seriösen und verantwortungsvollen Berufspraxis tausender Fachpersonen in der Schweiz wenig gemein hat.

Der „Tag der offenen Stalltüre“ ist der wirksamste Weg, diese beiden Ebenen sichtbar zu trennen – und zwar nicht durch Argumentation, sondern durch gelebte Realität.

Für 2026 soll der Anlass weiter professionalisiert, verbreitert und in enger Partnerschaft mit **Swiss Equestrian** durchgeführt werden.

2. Grundprinzip der Kampagne

Swiss Equestrian
nationaler Multiplikator („Lautsprecher“)

SWISS Horse Professionals
Fachkompetenz & Inhalte

Die Betriebe
Erlebnis & gelebte Praxis

Diese Rollenverteilung schafft Glaubwürdigkeit, Reichweite und politische Wirkung – ohne die fachliche Basis zu verwässern.

SE gibt der Kampagne die nationale Stimme, SHP liefert das berufliche Fundament, die Betriebe zeigen die Realität.

3. Leitmotiv 2026

„Faszination Pferd – hautnah, authentisch, verantwortungsvoll.“

Dieses Motto verbindet drei Kernthemen:

1. **Tierwohl & professionelle Pferdehaltung**
2. **Transparenz & Alltag der Berufsleute**
3. **Nähe & Emotionalität – Pferd erleben statt diskutieren**

4. Strategische Ziele

4.1 Ziele für die Öffentlichkeit

- Verständnis schaffen, wie moderne Schweizer Pferdehaltung wirklich aussieht
- Vertrauen in Berufsleute, Reitbetriebe und die Branche stärken
- Den medial verzerrten Bildern aus social Media eine faktische Alltagsrealität entgegensetzen
- Familien, Kinder und Interessierte für Pferde, Bewegung und Natur begeistern

4.2 Ziele für Swiss Equestrian

- Positionierung als verantwortungsvoller, zukunftsorientierter Dachverband
- Verstärkung der Verbindung zwischen Sport, Ausbildung und Berufsalltag
- Politische Wirkungskraft durch transparente Branchenkommunikation
- Neue Zielgruppen erreichen (Familien, Schulen, Nicht-Reiter)

4.3 Ziele für SWISS Horse Professionals

- Sichtbarkeit der Berufsbilder und Ausbildung stärken
- Lernende im Sinne der Handlungskompetenzen einbinden (IPERKA)
- Mitgliedsbetriebe unterstützen und weiter professionalisieren
- Dialog mit Bevölkerung, Medien und Politik fördern
- Vereinbarkeit von Tierschutz und Freude am Tier als vereinbar zeigen

5. Kernbotschaften

5.1 Hauptbotschaft an die Öffentlichkeit

„So arbeiten professionelle Pferdefachpersonen in der Schweiz – fundiert, tierwohlorientiert und transparent.“

5.2 Abgrenzende Botschaft (ohne Angriff, ohne Verteidigungsposition)

„Die negativen Bilder aus den sozialen Medien haben nichts mit der täglichen Arbeit tausender Schweizer Pferdeprofis zu tun.“

Diese Botschaft wird nicht sprachlich diskutiert – sie wird durch das Erlebnis vor Ort sichtbar.

5.3 Botschaft an Medien & Politik

„Wir öffnen die Stalltüren, damit Sie selbst sehen, wie verantwortungsvoll und professionell unsere Branche arbeitet.“

Diese offene Haltung entzieht emotionalisierten Debatten die Grundlage.

6. Thematische Schwerpunkte des Anlasses

6.1 Tierwohl im Alltag

- Gruppenhaltung, Bewegungsstall, Fütterung, Hufpflege, Ethologie
- Vermittlung praktischer Fakten statt abstrakter Diskussionen

6.2 Berufswelt & Ausbildung

- Lehrreicher und informativer Postenlauf nach IPERKA
- Demonstration der Handlungskompetenzen der EFZ-Ausbildung (Unterricht am und auf dem Pferd, incl. Ausbildung von Reitern und Pferden)
- Lernende als aktive Gastgeberinnen und Gastgeber

6.3 Erlebnis Pferd – Nähe schaffen

- Ponyreiten, Voltige, Pflegeposten
- Mitmachstationen für alle Altersklassen
- Niederschwelliger Zugang, Freude & Verständlichkeit

6.4 Vielfalt der Schweizer Pferdewelt

- Dressur, Springen, Fahren, Bodenarbeit, Jungpferdeausbildung
- Inkl. Freizeitpferde, Therapie, Landwirtschaftsbetriebe

7. Organisationsstruktur 2026

7.1 Gemeinsame Steuergruppe SHP x SE

Zusammensetzung:

- Co-Leitung (1× SHP, 1× SE)
- Kommunikation
- Sponsoring & Partnerschaften
- Qualitätsstandards
- Politik & Stakeholder
- Regionenkoordination
- Nachwuchs/Berufsbildung

7.2 Teilnehmende Betriebe

Jeder Betrieb führt:

- ein eigenes Organisationskomitee
(kann auch eine ein/e gut unterstützte/r Lernende/r sein)
- eine Planung nach IPERKA
- eine Mindestanzahl an lehrreichen Posten
- ein klar kommuniziertes Tagesprogramm
- ein Sicherheits- und Besucherführungskonzept
- korrekte Freigaben für Fotomaterial

8. Qualitätsstandards für teilnehmende Ställe

8.1 Pflichtstandards

- Einhaltung der Schweizer Tierschutzverordnung
- Sauberkeit & sichere Infrastruktur
- Fachpersonen vor Ort
- Mindestens zwei edukative Fachposten
- Transparente Darstellung der Haltung
- Einhaltung aller SHP/SE-Kommunikationsrichtlinien
- grenzwertige Inhalte unterlassen

8.2 Empfohlene Inhalte

- Stall- und Infrastruktur-Besichtigungen
- Arbeit mit Pferden
- Bodenarbeitsdemonstrationen
- Umgang & Pflegeposten (Kinder-Putzen etc.)
- Kurzvorträge zu Fütterung, Verhalten, Erste Hilfe
- Unterrichtsdemos (Dressur, Springen, Voltige)
- Auflistung nicht abschliessend

9. Kommunikation

9.1 Rolle Swiss Equestrian

SE übernimmt die nationale Kommunikation:

1. **Medienarbeit** (Schweizweite Pressemitteilung, Medienmappe)
2. **Nationale Landingpage**
3. **Veranstaltungskarte aller Betriebe**
4. **Social-Media-Kampagne**
5. **Kontaktpflege Politik & Verbände**
6. **Botschafter*innen aus Sport und Ausbildung**

SE positioniert sich dabei als **Schutzschirm für die Branche** – und als **Brückenbauer zwischen Sport und Berufswelt**.

9.2 Rolle SHP

- Inhalte, Fachmaterialien, Templates
- Ausbildungsposten / IPERKA-Unterstützung
- Tools für Stallkommunikation
- Qualitätskontrolle und fachliche Beratung

9.3 Kommunikation der Betriebe

Jeder Betrieb erhält ein **Kommunikationspaket von SE**:

- Pressemitteilung (Vorlage SHP)
- Plakat- und Flyerdesign
- Social-Media-Vorlagen
- Checkliste für Lokaljournalismus
- Einladungsliste (Gemeinde, Schulen, Politik, Vereine)

10. Beispielprogramme (baukastenartig)

10.1 Ausbildungsorientiert

- Longieren
- Bodenarbeit
- Futterposten
- Hufschmied / Veterinär
- Jungpferdearbeit
- Demo Dressur / Springen / Unterricht am und auf dem Pferd / Voltige
- Gesprächsrunde mit Lernenden

10.2 Familienfreundlich (Modell Kolbenhof)

- Ponyreiten
- Voltigier-Show
- Parcours für Kinder
- Quiz & Mitmachposten
- Stallführung
- Festwirtschaft

10.3 Tierwohl & Haltung (Modell Birkenhof)

- Gruppenlaufstallführung
- Vortrag „Pferdewohl im Alltag“
- Fütterungsdemonstration
- Freilauf auf dem Platz
- Diskussionsrunde

11. Sponsoring & Partnering

Ziel: Eine solide Finanzierung und erhöhte Sichtbarkeit.

Mögliche Sponsoren (nicht zwingend):

- Futtermittelhersteller
- Agrartechnik
- Versicherungen
- Stallbau & Böden
- Pferdegesundheit
- Händler & Detailhandel
- Transport/Anhänger

Sponsoring-Pakete reichen von nationalen Präsentationspartnern bis zu lokalen Betrieben.

12. Politische Einbettung

Die Kampagne hilft, den Pferdesport und die Pferdeberufe professionell gegenüber Politik und Behörden darzustellen.

Standardmässige Einladungen:

- Gemeindepräsidium
- Kantonsrat / Nationalrat aus der Region
- Präsident*innen lokaler Vereine
- Schulleitungen
- Presse & Lokaljournalisten

Damit wird der Tag der offenen Stalltüre zu einem politischen und gesellschaftlichen **Fenster in die Realität der Pferdebranche.**

13. Evaluationskonzept

Jeder Betrieb liefert ein kurzes Reporting:

- Besucherzahlen
- Rückmeldungen
- Highlights & Herausforderungen
- Verbesserungsvorschläge

SE und SHP erstellen:

- Nationale Gesamtauswertung
- Medienresonanzanalyse
- Erfolgskennzahlen
- Empfehlungen für 2027

14. Erwartete Wirkung 2026

1. **Deutlicher Imagegewinn** der Pferdebranche
2. **Stärkung des Tierwohlverständnisses** in der Bevölkerung
3. **Entschärfung der Debatten rund um die negativen Bilder und Schlagzeilen aus social Media**, ohne diese zu thematisieren
4. **Mehr Nachwuchs**, da Jugendliche Berufe & Pferde aktiv erleben
5. **Bessere politische Akzeptanz** für Pferdehaltungsbetriebe und Reitsport
6. **Gemeinschaftsgefühl & Branchen-Schulterschluss** über Disziplinen und Verbände hinweg

15. Schlussbild der Kampagne

„Wenn wir unsere Türen öffnen, öffnet sich das Verständnis.“

Die Stärke dieser Kampagne liegt nicht in Argumenten, sondern im **Erlebnis**.

Nicht in Rechtfertigungen, sondern in **gelebter Professionalität**.

Nicht im Sport allein, sondern im **Pferd im Mittelpunkt**.

Swiss Equestrian gibt der Initiative die nationale Stimme.

SWISS Horse Professionals geben ihr das fachliche Fundament.

Die Betriebe geben ihr Herz, Authentizität und das Erlebnis.

Bern, 26. November 2025 Vorstand Swiss Horse Professionals



Patricia Volpez Stern

Präsidentin



Christian Willener

Vizepräsident

Hauptverantwortlicher Tag d. o. Stalltüre

Provisorische Zeitplanung

Vorbereitung (Monat 1–2) mit Aktionsplan

- ☐ Konzept bei Swiss Equestrian präsentieren (bis Mitte Feb. 2026)
- ☐ Verantwortlichkeiten für jede Phase festlegen
- ☐ Kommunikationsmatrix mit Marketing erstellen
- ☐ Budget und Termine festlegen
- ☐ Mitglieder und Trägerverbände SE informieren
- ☐ Marketingmaterial erstellen

Planung (Monat 2-4)

- ☐ Information durchführen (incl. Berufsschulen bis Mitte April 2026)
- ☐ Checklisten für Durchführung und Sicherheit bereitstellen
- ☐ Detailplanung vor Ort
- ☐ Ev. Sponsoren akquirieren

Umsetzung (Monat 4 – 11)

- ☐ Druck von Material und Catering organisieren.
- ☐ Intensivwerbung starten.
- ☐ Event durchführen, Feedback sammeln.

Monat	Meilenstein	To-Dos	Verantwortlichkeit
Bis Mitte Feb.	Konzept bei Swiss Equestrian präsentieren	Konzept vorstellen Zuständigkeiten / Möglichkeiten Anpassungen	SHP / SE
Feb. – Mitte April	Verantwortlichkeiten für jede Phase festlegen. Kommunikationsmatrix mit Marketing erstellen. Budgetplanung. Mitglieder informieren	Sitzungstermine organisieren. Gemeinsame Vorlagen erstellen. Möglichkeiten aufzeigen. Vorstellung und Lancierung.	SE mit Trägerverbänden
April	Pressemitteilung Marketingmaterial Social Media	Gesamtschweizerischer Flyer, Möglichkeiten von Werbematerial etc. Checklisten / Sicherheitskonzept	Swiss Equestrian, Präsidenten aller Trägerverbände, OdA Pferdeberufe

Individuelle Umsetzung in den verschiedenen Verbänden und Pferdebetrieben			
	Öffentlichkeitsarbeit, Druck von Material, Regionale Pressemitteilung, Organisation, Durchführung und Detailplanung vor Ort.	Persönliche Betriebs- oder Verbandsflyer	Trägerverbände in eigener Umsetzung
Dez.	Auswertung und Nachbearbeitung	Einzelfeedback und grössere Umfrage bei Verbänden	Swiss Equestrian