

e horses

Von Pferdemen- schen und Menschen mit Pferden

Lena Büker und
Ullrich Kasselmann
über die Zukunft
des Pferdemarkts

Reichweitende Entscheidung

Jens Hilbert über den
Pferdeverkauf

Starke Marke

Neel-Heinrich Schoof
und die Trakehner

Entweder-Oder

Katharina Hemmer und
Gerrit Nieberg im Interview

Ludgers

Das Pferdefutter.

QUALITÄT FÜTTERN AUS ÜBERZEUGUNG

MEHR BESTELLEN UND SPAREN

Tolle Rabatte auf alle unsere Kraftfutter.

Jetzt auch
im Abo
sparen



→ Im Abo -0,50 € pro Sack sparen schon ab 1. Sack

→ Ab 10 Säcke -0,50 € Rabatt pro Sack

IHR 10€ GUTSCHEINCODE

Ehorses24

Der Code „Ehorses24“ ist ab 40 € Einkaufswert und nur 1x pro Kunde einlösbar.

Gutscheincode, Rabatte und Staffelpreise gültig auf UVP im Onlineshop unter: www.ludgers.de, gültig bis 31.07.2025.

www.ludgers.de

intro



Liebe Leserinnen und Leser,

dafür, dass es in diesem Magazin um Pferde und den Reitsport geht, ist erstaunlich oft das Wort Marke gefallen. Trakehnerverband Zuchtleiter Neel-Heinrich Schoof etwa berichtet davon, dass durch die Reinzucht der Trakehner ihre Marke deutlich zu erkennen ist – und sich somit unterscheidet und von anderen Zuchtverbänden absetzt. Auch im Gespräch mit Springreiter Jens Hilbert haben wir über Pferde und Marken gesprochen, und darüber, ob man diese möglichst exklusiv halten sollte (seine Meinung dazu lesen Sie auf den Seiten 30 bis 33, das Interview mit Neel-Heinrich Schoof ab Seite 22).

2024 wird ehorses 25 Jahre alt. Ich bin seit zwölf Jahren Teil des Teams und habe viele Meilensteine auf dem Weg zum nun weltweit größten Pferdemarkt begleitet. Das war manchmal chaotisch, oft herausfordernd – aber immer spannend! Als kleines Start-up hat alles begonnen, so richtig hat kaum jemand an die Idee geglaubt. Wie das Tempo beim Taschentuch ist ehorses zum Deonym für Online-Pferdehandel geworden. Erfolgreich in über zehn Ländern, ein Gesamthandelsvolumen von rund 290 Millionen Euro und ein Team aus 30 Personen, das sich mit großer Begeisterung dafür einsetzt, dass dank unserer Portale monatlich tausende Pferde und Hunde neue Besitzerinnen und Besitzer finden. Die ganze Story lesen Sie ab Seite 8.

Für die Zukunft unserer Marke ehorses haben wir noch viel vor! Ob weiteres internationales Wachstum, eine engere Begleitung sowohl von Verkäufern als auch von Käufern, ein eigenes Payment, professionelle Wissensvermittlung: Langweilig wird es bei uns nicht. Vor allem auch deshalb, weil sich der Markt in einem stetigen Wandel befindet – Social Licence, GOT, um nur mal zwei Stichworte zu nennen – und sich diese Veränderungen immer auch unmittelbar auf unser Unternehmen auswirken. Nicht zuletzt waren sie auch der Grund für dieses Magazin, das ganz bewusst „analog“ daherkommt. Die große Frage lautet: Wie sieht der Pferdemarkt der Zukunft aus? Wir haben sie auch unserem Gesellschafter Ullrich Kasselmann gestellt. Denn wenn einer das weiß, dann er!

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihre

Lena Bükler
Geschäftsführerin ehorses

25 Jahre
ehorses

01

intro

- 3 **Editorial**
Lena Büker über ehorses und mehr
- 6 **Entweder-Oder**
Gerrit Nieberg und Katharina Hemmer müssen sich entscheiden!

story

- 8 **Vom Zweifeln zum Staunen**
25 Jahre ehorses – die Story

26



interview

- 18 **„Das Pferd muss im absoluten Mittelpunkt stehen“**
Ein Gespräch mit Ullrich Kasselmann
- 22 **5 Fragen an**
Trakehner Zuchtleiter Neel-Heinrich Schoof

info

- 26 **Früh versichern lohnt sich**
Pferdeversicherungen im Praxis-Check
- 28 **EQUITANA 2025**
Den Reitsport in die Zukunft bringen

22



„Digitale Unterstützung wird in der Vermarktung immer wichtiger.“

portrait

- 30 **Eine reichweitende Entscheidung**
Jens Hilbert über Commi & Co.

outro

- 34 **Kontakt**
Impressum

30



08

„Das Pferd muss im absoluten Mittelpunkt stehen.“



07



entweder-oder

intro

Gerrit Nieberg



Foto: Patricia Welp

Spätestens seit seinem Sieg beim CHIO Aachen 2022 kennt ihn jeder, der auch nur entfernt etwas mit Pferden zu tun hat: Gerrit Nieberg. Der 30-jährige Springreiter ist in Sachen Erfolg längst aus dem Schatten seines Vaters getreten. Gemeinsame Sache machen die beiden weiterhin: Das Gut Berl im westfälischen Sendenhorst ist nicht nur ein renommierter Ausbildungs- und Verkaufsstall, sondern auch ein echter Familienbetrieb.

Kaffee am Tisch oder Coffee To Go?

Lieber eine heiße Schokolade am Tisch.

Sofa oder Küchentisch?

Sofa.

Helene Fischer oder Elton John?

Helene Fischer, ich war schon zweimal auf einem Konzert.

Turnieressen: Pizza oder Mantaplatte?

Mantaplatte, ist einfach Gewohnheit.

Leder- oder Fellpflege?

Lederpflege.

Ho oder Hü? (Schrittausritt oder Galopptraining?)

Schrittausritt, ist sowohl für mich als auch für die Pferde eine schöne Abwechslung.

Pferdeverkauf: Foto oder Video?

Video, wäre aber schön, wenn es auch übers Foto gehen würde.

Chaps oder Stiefel?

Definitiv Stiefel.

Samstag oder Sonntag?

Sonntag – weil da immer die Großen Preise sind.

Text- oder Sprachnachricht?

Eher Text.

Stute oder Wallach?

Wallach.

Nutella mit oder ohne Butter?

Definitiv mit Butter.

Berge oder Meer?

Meer.

Vorsicht oder Nachsicht?

Vorsicht ist besser als Nachsicht.

Entspannung oder Abenteuer?

Entspannung, Abenteuer habe ich im Alltag genug.

Pedigree oder Platzierungen?

Platzierungen, auf dem Papier kann man nicht reiten ...

Limo oder Limoncello?

Limo, außer der Limoncello ist eiskalt.

„Ohne Fleiß kein Preis“ oder „Mut zur Lücke“?

Ohne Fleiß kein Preis.

Frühstück oder Abendessen?

Frühstück und Abendessen; ich kann auf beides nur schlecht verzichten.

Queen Dalera oder King Edward?

Ganz klar King Edward.

intro

Trippelbarre oder Traversalverschiebung? Gerrit Nieberg und Katharina Hemmer stellen sich den ehorses Entweder-Oder Fragen!

Kaffee am Tisch oder Coffee To Go?

Weder noch – ich mag tatsächlich überhaupt keinen Kaffee.

Sofa oder Küchentisch?

Küchentisch – ich finde es oftmals sehr gemütlich, zusammen in der Küche zu sitzen.

Helene Fischer oder Elton John?

Elton John.

Turnieressen: Pizza oder Mantaplatte?

Meistens weder noch ... Aber wenn, dann die Mantaplatte.

Leder- oder Fellpflege?

Fellpflege. Ich verbringe die Zeit lieber mit den Pferden als mit dem Equipment.

Ho oder Hü? (Schrittausritt oder Galopptraining?)

Ho – am liebsten ganz gemütlich und in Begleitung von Freunden.

Pferdeverkauf: Foto oder Video?

Video – ist deutlich aussagekräftiger als ein Bild.

Chaps oder Stiefel?

Stiefel.

Samstag oder Sonntag?

Samstag. Wenn kein Turnier ist, reite ich vormittags und verbringe den restlichen Tag entspannt mit meinen Freunden oder der Familie.

Text- oder Sprachnachricht?

Sprachnachricht, einfach aus Bequemlichkeit.

Stute oder Wallach?

Da habe ich keine Präferenz. Für mich kommt es individuell auf den Charakter an.

Nutella mit oder ohne Butter?

Mit!

Berge oder Meer?

Meer. Wenn ich Urlaub mache, dann muss es entspannt und warm sein. Da ist das Meer optimal.

Vorsicht oder Nachsicht?

Vorsicht – lieber im Voraus planen, anstatt mich nachher zu ärgern.

Entspannung oder Abenteuer?

Entspannung kann als Ausgleich nie schaden, wenn man dann dazu kommt.

Pedigree oder Platzierungen?

Platzierungen. „Auf dem Papier kann man nicht reiten“, oder wie heißt das so schön.

Limo oder Limoncello?

Eigentlich Limo, aber je nach Anlass darf es auch mal ein Limoncello sein.

„Ohne Fleiß kein Preis“ oder „Mut zur Lücke“?

Fleiß zahlt sich meiner Erfahrung nach immer aus.

Frühstück oder Abendessen?

Abendessen, das Frühstück spare ich mir normalerweise.

Queen Dalera oder King Edward?

Beides Ausnahmepferde, aber Dalera finde ich besonders beeindruckend. Ihre Leichtigkeit ist einfach bestechend.

Katharina Hemmer

Die St. Georg betitelte sie kürzlich als die „Durchstarterin der Saison“: Katharina Hemmer. Mit Denoix PCH, den sie von Hubertus Schmidt übernommen hat, ist die 29-jährige Dressurreiterin erfolgreich im Grand Prix und Grand Prix Special unterwegs und Teil des Perspektivkaders 2024. Sportlich zuhause ist die gelernte Pferdewirtin auf dem Schmidt'schen Fleyenhof in Borchen.



Foto: Lisa Krieger

Vom Zweifeln zum Staunen

25 Jahre
ehorses

Wenn Lena Büker früher von ihrem neuen Job erzählte, blickte sie bei ihrem Gegenüber nicht selten auf gerunzelte Stirnfalten. Pferde im Internet zu verkaufen – so eine Schnapsidee! Das kann doch gar nicht funktionieren, hier zählt doch der persönliche Kontakt, der gute, alte Handschlag. Zweifler allerorts. Das war vor fast zwölf Jahren. Heute wird „ehorses“ fünfmal häufiger gegoogelt als „Pferd kaufen“. ehorses.de gehört zu den reichweitenstärksten Websites aller Reitsportseiten weltweit. Und doch sind es nicht nur die Zahlen, anhand derer sich die Erfolgsstory erzählen lässt. Es sind vor allem die Emotionen, die Lena Büker und ihr Team seit vielen Jahren zusammenschweißen und dazu motivieren, ständig neue Ideen zu entwickeln und den Weg auf der Erfolgsspur niemals langweilig werden zu lassen!

Text: Svenja Dierker
Fotos: Oliver Pracht, ehorses

PS und PS

Gegründet wurde ehorses im Jahr 1999 von Gjevdet Zeciri. Übrigens selbst weder Pferdebesitzer noch Reiter ... Vielleicht war das auch ganz gut so – hatte er doch so ausreichend Abstand zu dieser sehr analog tickenden Branche. Zum Thema Pferd kam er über seinen Wohnort – Warendorf – und seine damalige reitsportbegeisterte Freundin. Inspiriert von aufstrebenden Portalen wie mobile.de formte sich seine

Geschäftsidee: Was für PS erfolgreich ist, muss doch auch für echte Pferdestärken funktionieren!

Ein paar Jahre lang plätscherte das Geschäft vor sich hin. Nicht ohne Erfolg, aber eben auch nicht marktrelevant. ehorses – den Namen kannten nur wenige Insider. So war es auch nicht verwunderlich, dass für Lena Büker – damals noch Nachwuchsführungskraft bei der FN – ein Jobangebot hier

wenig attraktiv schien. Fahrt nahm die Sache auf, als das Medienhaus NOZ MEDIEN im Zuge seiner Wachstumsstrategie auf das Unternehmen aufmerksam wurde und sich 2011 mit der Mehrheit beteiligte. Ideengeber hierfür war kein Geringerer als Ullrich Kassermann, der sich in diesem Zuge auch selbst als strategischer Partner an ehorses beteiligte. Spätestens jetzt stand fest: Das kann was werden!

Beginn der internationalen Expansion
2020

Gründung edogs
2017

Workshop Aufsatteln im Online-Marketing
2015

Umzug aufs Rittergut Osthoff
2013

Einstieg NOZ und Ullrich Kasselmann
2011

Gründung durch Gjevdet Zeciri
1999



Das ehorses Erscheinungsbild hat sich über die Jahre in Bedienerfreundlichkeit und Optik weiterentwickelt. Die Version auf dem Tablet war bis Ende 2014 live, darauf folgte das aktuelle Design (iMac). Für das Jahr 2024 erwartet die Nutzer ein Re-Design (Mobile).

Vom Startup zum Marktführer

Was fehlte, waren nun noch die richtigen Leute, um aus dem kleinen Betrieb aus Gründer und Entwickler eine „richtige“ Firma zu machen. Lena erkannte das Potenzial, das sich durch die neuen Gesellschafter auftat, und stieg zunächst als Marketing Managerin ein. Nach kurzer Zeit widmete sich der Gründer einer neuen Aufgabe, Lena wurde zur Geschäftsführerin. 2013 folgte der Umzug in den alten Speicher auf dem Kasselmann'schen Rittergut Osthoff. Man brauchte Platz, das Team wurde stetig größer. Aus dem Dreimann-Betrieb

wurden 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aus einem Unternehmen zwei. Auf edogs.de werden seit 2017 auch Hunde online gehandelt. Heute ist ehorses weltweit Marktführer; täglich werden rund 280 neue Verkaufspferde eingestellt Alle 20 Minuten wird ein Pferd über ehorses verkauft – und wer sich bei dieser Aussage an die Werbung einer bekannten Online-Partnervermittlung erinnert, der tut dies zu Recht: Erfolgsberater in den strategisch so wichtigen Jahren war kein Geringerer als Parship-Gründer Andreas Arntzen.

Alle **20** Minuten wird ein Pferd als „verkauft“ markiert

Klarer Auftrag, prompte Ausführung

Eine gute Idee, solvente Investoren, top Berater und ein motiviertes Team – kommt da der Erfolg dann von selbst? Keineswegs. „Außer unseren Gesellschaftern haben nur wenige an die Geschäftsidee geglaubt“, erinnert sich Lena an ihre Anfangszeit und lacht. ehorses mangelte es nicht nur an Bekanntheit, sondern vor allem an Akzeptanz. Wie sollte man das ändern? Sämtliches Know-how im Online-Marketing ist obsolet, wenn die Zielgruppe beim Wort Email an Küchenschirr denkt. Also musste man raus: auf die Veranstaltungen, Turniere, Zuchtshows. Flagge zeigen, wann immer es geht. Und das machten Lena und ihr Team. „Anfangs wollte kein einziger Zuchtverband und schon mal gar kein Züchter mit uns zusammenarbeiten“, erzählt Lena. „Keinesfalls sollte ein Oldenburger in der gleichen Suche auftauchen wie ein Hannoveraner – das war ein echtes No Go.“ Sie schmunzelt bei der Erinnerung: „Heute sind sie alle dabei!“ Wenn auch nach wie vor nicht unbedingt auf der Website: Wir haben vor kurzem noch eine Postkarte bekommen von einem Züchter: Liebes ehorses Team, ich suche dies ich verkaufe das, dazu 50 Euro und ne Packung Merci.“ Klarer Auftrag, prompte Ausführung. Nach dem Erfolg ein ehrlicher Dank per Telefon. Dazu eine Gänsehaut und die Extraportion Gewissheit: „Wir

können wirklich jedem helfen.“ Natürlich ist der „alte Schlag“ mittlerweile die Ausnahme. Aber auch heute noch ist die Branche unterdigitalisiert und bei so manchem ihrer Premium Verkäufer landen E-Mails noch immer im Nirvana. „Dann machen wir es eben per WhatsApp“ sagt Lena schulterzuckend. Akzeptanz statt Kampf gegen Windmühlen.

Heute kommt man beim Pferdekauf und -verkauf an ehorses nicht mehr vorbei. Das haben nicht nur die Zuchtverbände verstanden, von denen mittlerweile fast alle erfolgreich mit ehorses zusammenarbeiten. Auch viele Reiterinnen und Reiter im Profisport bieten ihre Pferde auf dem Online-Marktplatz an. Auf Rassen, Sparten oder Preisklassen ist man dabei nicht festgelegt. An der Spitze geht das meiste noch „unter der Hand“ – für alles andere gibt es ehorses. Von Distanzpony bis Dressurcrack, vom Fohlen bis zum Vollblut, von Traber bis Tinker. Auch Deckhengste finden mittlerweile statt, die Zucht ist neben dem Sport- und Freizeitreiten eine wichtige Säule für ehorses geworden. Und das weit über Deutschland und Europa hinaus. „Wenn ein Züchter dank uns plötzlich ein Pony nach Thailand verkaufen kann, dann liegen auch für ihn die Vorteile auf der Hand.“



Auf unzähligen Sport- und Zucht-Events ist ehorses seit 2013 vertreten. Der direkte Austausch mit den Kunden ist bis heute sehr bereichernd für den Marktplatz.

Bilder unten: ehorses ist seit vielen Jahren Partner der Spoga Horse. Hier informiert Michelle Holtmeyer über die digitalen Trends im Markt.





2015 fand das erste „Aufsatteln im Online Marketing“ statt.



Das ganze Team ist beim Workshop „Aufsatteln im Online Marketing“ eingespannt, gute Laune und Spaß sind garantiert!

Trial-and-Error

Natürlich kann es bei einer solch rasanten Entwicklung nicht immer nur bergauf gehen. Trial-and-Error, Versuch und Irrtum, gehören in einem so dynamischen Umfeld zum Tagesgeschäft; und nicht selten ersetzt „Quick-and-Dirty“ das langwierige bis-zu-Ende-denken einer Sache. Das kann Spaß machen – und auch wahn-sinnig anstrengend sein. Man muss seinen Job schon lieben, um immer wieder neue Ideen zu haben und Auf und Abs einfach auszusitzen, um mal im Fachjargon zu bleiben. Während Corona zum Beispiel herrschte erst große Sorge und Unsicherheit im Team; doch schnell stellte man fest, dass die Pandemie den Reitsport kreativer hat werden lassen und als wahrer Digitalisierungs-Booster wirkte – ehorses hat davon profitiert.

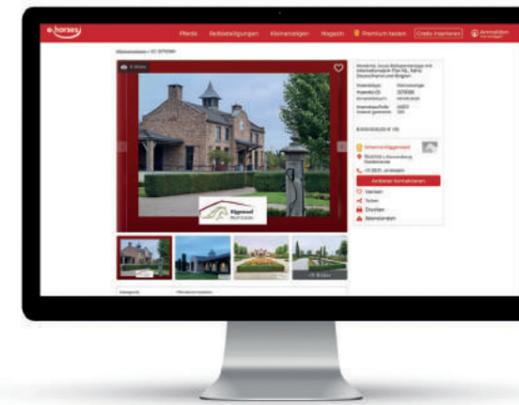
„Ich bin dankbar dafür, dass es ein so emotionales Thema ist, mit dem wir täglich arbeiten“, sagt Lena Büker. „Natürlich waren die letzten Jahre auch anstrengend. In erster Linie jedoch waren sie spannend.“ Lena hat ein Faible für Marketing, fürs Digitale und für

Pferde, beruflich wie privat. Zwei Kinder. Und Durchhaltevermögen. „Wir mussten über den Teller-rand schauen, immer wieder neue Wege ausprobieren, dabei sind wir immer optimistisch geblieben und haben das Ziel nie aus den Augen verloren“, erzählt sie von ihrem persönlichen Erfolgsrezept.

Wissenstransfer und mehr

Einer dieser neuen Wege entstand quasi aus der Not heraus: Aufsatteln im Online-Marketing, die jährlich stattfindende Veranstaltung mit Speakern rund um SEO, Leads und Co. „Wir haben gemerkt, dass unsere Werbekunden hier teilweise noch großen Wissensbedarf haben“, formuliert Lena es diplomatisch. Sie und ihr Team haben das Wissen – und damit hinterm Berg zu halten, passt nicht zur Firmenphilosophie. Im Jahr 2015 lud man deshalb erstmals fünf Speaker und knapp 100 Gäste aufs Rittergut ein. Mit jedem Jahr wurden es mehr Besucher, 2024 referierten sieben Profis über die verschiedensten Themen vor über 200 Gästen, bewusst über die Reitsportbranche hinaus.

Wissen teilen – das ist auch das Stichwort zum aktuellen Thema „Social License“. Dass das für ehorses eine enorme Relevanz hat, versteht sich von selbst: ohne Reiter keine Pferde, ohne Pferde kein Pferdemarkt. Dass der Reitsport vor enormen Herausforderungen steht, ist unumstritten; dass er geradezu kurz vor dem Aus steht, wie Schwarzmaler schwarz malen, daran glaubt man bei ehorses nicht. „Das Thema Pferd ist nach wie vor hoch-emotional und wahn-sinnig präsent in der Gesellschaft“, weiß Lena Büker. Und doch gibt es Veränderungen: „Früher gab es Pferdemenschen, heute gibt es Menschen mit Pferden“. Und das ist erstmal nicht wertend gemeint, es verändert sich einfach nur unglaublich viel, auch durch mehr Transparenz und Kanäle wie Instagram und Co. Es wird zwar viel Wissen vermittelt, allerdings geht das Verständnis füreinander manchmal verloren. Die Digitalisierung hier gut zu nutzen, ist für Lena der Schlüssel. „Wenn sich Menschen ohne viel Pferdewissen ein Pferd kaufen, ist der Leidtragende am Ende das Pferd.“ Das zu verhindern, sieht man bei ehorses als klaren Auftrag. Auf-



weitere Immobilien entdecken



Besucher pro Monat

1 Mio

User nutzen ehorses mobil

75,18%

Durchschnittliche Tage bis zum Verkauf

35

Durchschnittliche neue Inserate/Monat

8.400

Ob fürs Pferd oder für den Reiter: Im ehorses Kleinanzeigen-Portal gibt es es alles, was das (Reiter-)Herz begehrt – jetzt auch Immobilien.

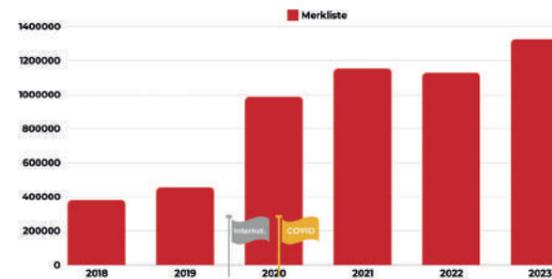
klärung, Webinare, Online-Artikel – Wissenstransfer findet auf allen Wegen statt. „Wir müssen die Leute schlau machen“, sagt Lena. Nur dann kann die große ehorses-Mission erreicht werden: „Wir verbinden die richtigen Pferde mit den richtigen Menschen – weltweit.“

Weltweites Wachstum

Apropos Ziele. Davon gibt es für die Zukunft noch einige. Der besagte Wissenstransfer ist eines davon; beziehungsweise: an so vielen Stellen wie möglich mit dem potenziellen Kunden in Kommunikation zu bleiben. Also auch

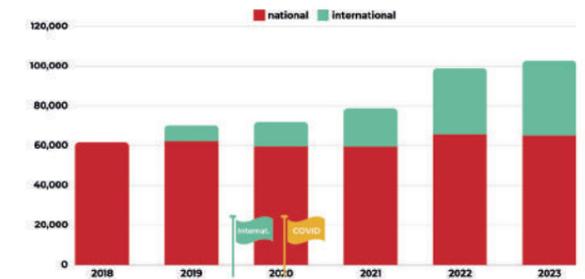
bereits vor dem Verkauf und auch weit über den Kauf hinaus. Natürlich auch, um endlich mehr zu erfahren über den tatsächlichen Käufer – denn da der Kaufabschluss nach wie vor offline erfolgt, weiß man bei ehorses nicht, welches Reiter/Züchter-Pferd-Paar man erfolgreich vermittelt hat. Ein Meilenstein dahin stellt die neue Sicher-Bezahlen-Funktion dar, bekannt von Portalen wie kleinanzeigen und vinted. Sie soll auch für ehorses, und ja, auch für sehr große Summen, funktionieren und wird aktuell getestet. Bei einem Gesamthandelsvolumen von aktuell rund 240 Millionen Euro wahrlich kein kleines Projekt!

Entwicklung der Merkliste



Die Pandemie wirkte als Digitalisierungs-Booster.

Entwicklung der Inserate



Die internationale Wachstums-Strategie geht auf!



Klausurtagung 2023, mit über 30 Mitarbeitern werden das vergangene Jahr reflektiert und neue Projekte für die Zukunft in Angriff genommen.



Das ehorses Team feiert Anfang 2015 das gelungene Re-Design.

Das zweite Ziel ist nicht minder gewaltig: „In Deutschland sind wir jetzt die Größten, jetzt müssen wir international agieren, damit gerade die Verkäufer noch besseren Zugang zu Absatzmärkten haben“, formuliert Lena die weltweite Wachstumsstrategie für die nächsten Jahre. Auf einem guten Weg ist man definitiv: Im europäischen Ausland, Ländern wie Österreich, die Niederlande, Frankreich, Polen und Italien ist ehorses längst gesetzt und auch in den USA verzeichnet man starke Wachstumsraten. Und das

längst nicht mehr nur über die eigene Plattform, auch hier spielt Social Media eine Rolle: „Ich habe auf TikTok über 40 ehorses Kanäle gefunden und war natürlich erstmal skeptisch“, sagt Lena. Der Skepsis folgte die Überraschung und schließlich die Begeisterung: „Da stellen weltweit junge Menschen den ganzen Tag lang inserierte Verkaufspferde vor! Sie nehmen auch Suchanfragen von Followern an und scannen unser Angebot dementsprechend. Die machen im Grunde unser Marketing – und das super authentisch!“

Super authentisch ist auch das Team hinter ehorses. Marketing und Brand Manager, Sales Experts und Grafik Designer – eine bunte Mischung aus Bauch- und Zahlenmenschen, Kreativen und Analytikern. Was sie alle eint? Die Liebe zum Pferd. Zumindest in beruflicher Hinsicht!

Werde Teil des ehorses Team, einfach hier scannen und bewerben.



Der wunderschöne Speicher auf dem Gestüt Osthoff wurde 2013 bezogen.



2020 ergab sich die großartige Möglichkeit einer Erweiterung durch das Schafstall-Gebäude.



Wir verbinden Mensch & Pferd – WELTWEIT



Comme il faut x Carismo

Springen Wallach
11 Jahre Oldenburger

€40.000 - €70.000



Nespresso x Zucchero

Dressur Wallach
9 Jahre KWPN

Preis auf Anfrage



Grand Prix Pferd

Dressur Stute
10 Jahre PRE

ab €100.000



Metall x De Niro

Dressur Wallach
11 Jahre Dt. Sportpferd

ab €100.000



FEI Pony von Dallmyr K.

Dressur Wallach
4 Jahre Dt. Reitpony

€40.000 - €70.000



FS Concorde x Orchard d'Avranches

Dressur Wallach
13 Jahre Dt. Reitpony

€70.000 - €100.000



Bellany x De Martino

Dressur Hengst
1 Jahr Oldenburger

€15.500



Ihr Gutschein
25€
Rabattcode:
MAGAZIN25

DIREKT EINLÖSEN & SPAREN

Barauszahlung oder Kombination mit anderen Gutscheinen ist nicht möglich. Pro Person kann nur ein Gutschein eingelöst werden.

Bei UNS finden Sie auch die passende IMMOBILIE



Einzigartiges Anwesen

Bauernhaus 8 ha
Freistehend Baarlo

Preis auf Anfrage



Hochwertige Reitanlage

35-40 Pferde Spa
3 ha Reithalle

Preis auf Anfrage



Exklusives Gestüt

Alleinlage 12,4 ha
Bayern Landsitz

€5.490.000



Anwesen im spanischen Naturpark

Bauernhof 13 ha
Sevilla Pool

€825.000



Zufrieden?

Das sagen ehorses Kundinnen und Kunden.



„Unsere digitale Vermarktung erfolgt mittlerweile ausschließlich über ehorses. Über 50 Prozent unserer Verkaufspferde werden jährlich über die Plattform verkauft, auch international. Wir schätzen die hohe Qualität der Anfragen, die über ehorses eingehen, und setzen in der Zukunft weiterhin auf den Marktführer.“

Rene Mencke vom Gestüt Ganschow, ehorses Kunde seit 2008



„ehorses ist für uns seit über einem Jahrzehnt ein starker Vermarktungspartner. Die Qualität, Schnelligkeit und die internationale Reichweite überzeugen uns stets, und wir freuen uns über den wachsenden Kundenkreis weltweit!“

Veronika & Arendt Wieghaus-Vorwerk, ehorses Kunden seit 2012

„ehorses hat sich etabliert: Das Einstellen der Pferde ist schnell und problemlos. Besonders beeindruckt mich die Möglichkeit, Pferde in mehreren Sprachen anzubieten – ein echter Fortschritt. ehorses ist die einzige Plattform, die sich über Jahre etabliert und weiterentwickelt hat. Auch internationale Kontakte konnten wir über ehorses knüpfen.“



Julia Kathmann, Vermarktungsleitung/Sales Managerin bei Dressurpferde Ludwig Kathmann, ehorse Kundin seit 2008



„Anfangs habe ich ehorses belächelt und gedacht, dass es sich um eine Plattform für günstigere Pferde handelt. Doch meine Meinung hat sich gewandelt: Auch hochpreisige Pferde lassen sich sehr gut über ehorses verkaufen. Dabei sind gutes Foto- und Videomaterial entscheidend, um die Pferde bestmöglich zu präsentieren. Mein besonderes Highlight ist ein Kontakt mit sehr geschätzten Kunden aus Finnland, der über ehorses entstand und bis heute besteht. Die Kunden haben bereits mehrere Pferde bei uns gekauft.“

Dieter Schmidt vom Zuchtob Schmidt, ehorses Kunde seit 2011



ALLSPAN
german | horse

Qualitäts-Einstreu aus der Natur

Allspan German Horse ist Ihr verlässlicher Hersteller
und Lieferant für hochwertige Einstreuprodukte.



hohe
Saugfähigkeit



optimaler
Boxenkomfort



nahezu keim- &
staubfrei



hervorragende
Stall-Hygiene



Die vielfältige Produktpalette umfasst neben **holzbasierten Einstreuprodukten**
auch **Leinenstroh, Strohpellets, Hanfeinstreu** sowie weitere.

„Das Pferd muss im absoluten Mittelpunkt stehen.“

Ulrich Kasselmann ist Pferdemensch durch und durch. Als strategischer Partner spielt er auch für ehorses eine zentrale Rolle. Ein Gespräch über Traditionen, Noten und neue Ideen.

Interview: Svenja Dierker

Fotos: Oliver Pracht

Wie blicken Sie aktuell auf den Pferdemarkt, Herr Kasselmann?

Der Pferdemarkt als solcher expandiert unwahrscheinlich stark in Ländern, in denen wir bislang gar nicht geglaubt haben, dass da geritten wird! Hier bei uns hat die Pandemie Spuren hinterlassen. Viele Leute sind aggressiver geworden, man merkt das vor allem im Bereich Social Media: Menschen werden diskreditiert, das ist auch in unserem Sport ein Thema. Aber der Markt als solcher ist okay.

Gilt das auch für den Breitensport?

Hier ist die Bereitschaft, sich ein Pferd zu kaufen, natürlich eine große Entscheidung. Das war sie aber immer schon, denke ich. Pferde werden ja auch aus erzieherischen Gründen gekauft: Die Eltern wissen einfach um die vielen Vorteile, die der Umgang mit den Tieren ihren Kindern bringt.

Sie sind gut aufgehoben. Das merkt man deutlich in den kleineren Reitställen. Ich habe ja noch einen Ponyhof hier in der Nähe, da gibt es nach wie vor eine riesengroße Nachfrage. Aber eben nur für eine gewisse Zeit – in der Pubertät, im 14., 15. Lebensjahr, springen viele Kinder wieder ab. Diese Gruppe muss man auffangen, neu motivieren. Nach dem Ponyreiten muss es weitergehen. Da ist auch die FN gefragt, Hilfe zu stellen und Angebote zu machen.

Sie schaffen ein solches Angebot mit dem Sparkassen-Cup, einer Serie von Reiterwettbewerben, die bei Horses & Dreams ihr Finale findet ...

... genau! Das machen wir schon jahrelang und bei mir persönlich mit nicht nachlassender Begeisterung! Das ist schon gut!

Sie sprachen es eben selbst an: In Deutschland kriselt es gerade, mag man denken. Sie kommen viel rum – besteht die Gefahr,

gutes Reiten ans Ausland zu verlieren?

Der deutsche Reitsport hat ein sehr breites Fundament. Durch unsere Traditionen und Reitlehren, die wir schon jahrhundertlang pflegen, ist er sehr gefestigt. Das haben die anderen Nationen nicht; dieser Vorsprung lässt sich nicht so einfach aufholen. Aber natürlich stimmt es, dass andere Nationen versuchen, die sportlichen Erfolge an sich zu ziehen und auf deutsches Know-how zurückzugreifen.

Was können Pferdemenschen wie Sie aktuell tun, um das Image des deutschen Reitsports wieder zu verbessern?

Wir müssen einfach ganz normal weiterarbeiten. Wir sprachen eben über Tradition – diese gilt es zu erhalten und nicht zu denken, wir müssten in der Reitlehre etwas Neues erfinden. Es gibt keinen ‚modernen Reitsport‘ und es gibt keinen ‚klassischen Reitsport‘. Es gibt einen Sport mit Ethik und





Empathie für Pferde und für Tiere. Neue Ideen sollten nicht an der Reitlehre ansetzen, sondern den Zeitgeist aufgreifen und den Reitsport in diesem Sinne ‚modern‘ halten, wenn man so will. Wenn wir das mit Leben füllen und uns nicht von anderen Leuten hetzen lassen, dann haben wir eine ganz gute Chance.

Was für Ideen könnten das sein?

Wir könnten zum Beispiel sehr einfach den Stress für die Pferde in den Siegerehrungen reduzieren. Laute Musik und Krawall sind hier für mich nicht mehr angebracht, ein Reitplatz ist kein Konzertsaal und eine Siegerehrung keine Party. Wenn Pferde in der Bahn sind, lassen sich mit klassischer Musik die gleichen Emotionen erzeugen wie mit lauter Pop-Musik, aber um einiges pferdefreundlicher. Wir probieren in diesem Jahr ein neues Format aus: Wir holen die besten drei Reiter der Prüfung in die Bahn, stellen sie auf ein Podium, die Pferde lassen wir bewusst draußen. Und dann nutzen wir die Zeit der Siegerehrung dafür, durch den Einsatz unserer Multimedia-Wände den Zuschauern das siegende Pferd näher zu bringen; es in den absoluten Mittelpunkt zu stellen. Vielleicht kann der Züchter ein paar Worte dazu

sagen, vielleicht gibt es Fotos vom Pferd als Fohlen oder Youngster, von seinem Weg bis zu diesem Erfolg.

Klingt toll. Aber wie wollen Sie das realisieren? Es ist sicher viel Aufwand.

Jeder Reiter, der in die Siegerehrung kommt, ist dazu angehalten, sein Pferd multimedial zu präsentieren. Wir starten das bei Horses & Dreams als Pilotprojekt in der Dressur. Ich bin sehr gespannt, wie es von Reitern und auch von den Zuschauern angenommen wird! Natürlich ist es aufwändiger als bislang, aber neue Ideen erfordern eben immer ein Umdenken. Ich stand damals direkt daneben, als Rembrandt, das Erfolgspferd von Nicole Uphoff, bei einer Siegerehrung von einem anderen Pferd getreten wurde und zwei Jahre ausgefallen ist. Danach haben wir damit angefangen, für die Siegerehrung nur die drei besten Pferde in die Bahn zu holen, um die Enge aufzulösen und den Stress zu reduzieren. Es hat fast drei Jahre gedauert, aber jetzt ist diese Form der Siegerehrung offiziell anerkannt von der FN.

Sie haben sich vor vielen Jahren entschieden, als strategischer Partner bei ehorses einzusteigen.

Was hat Sie bewogen, das Modell zu unterstützen? Sie sind ja eigentlich eher für den anlogenen Pferdehandel bekannt.

Gjevdet Zeciri, der ehorses Gründer, hat mich damals angesprochen. Er war auf der Suche nach Investoren, um seine die Idee weiter auszurollen. Ich habe mich mit meinem Partner Paul Schockemöhle besprochen, er hat gesagt: Wir haben beide keine Ahnung vom Internet, lass' mal lieber. Dann habe ich das Thema dem Medienhaus NOZ MEDIEN empfohlen – und wir haben aus dem Gespräch heraus entschieden, uns hier gemeinsam zu engagieren.

Das war eine gute Entscheidung, wie es scheint. Merken Sie, dass sich der ganze Markt hin zum Digitalen bewegt?

Ja. Der Kunde, der heute kommt, ist besser informiert über mein Pferd als ich! Er kennt alle Videos, sämtliche Turnierergebnisse. Das hat viele Vorteile – aber natürlich auch Nachteile.

Zum Beispiel?

Ein Pferd, das ein- oder zweimal an einem Wassergraben angehalten hat, wird schnell abgeschrieben – auch wenn der Fehler



Auf dem Rittergut Osthoff hat nicht nur ehorses seinen Sitz – auch Kasselmanns Stuten, Fohlen und Jungpferde haben hier ihr Zuhause im Grünen.

vielleicht beim Reiter oder in der Vorbereitung lag. Das ist den Pferden gegenüber nicht immer fair. Jeder kennt die Bewertung, niemand die Umstände – ist vielleicht gerade ein Schirm aufgespannt worden, das Pferd war abgelenkt und daher gabs nur ne 4,0 für den Schritt? Man kann es sich bei einem jungen Pferd kaum noch leisten, eine schlechte Note im Netz stehen zu haben.

Schwer zu ändern, oder?

Doch, das geht. Ich bin ja immer auf der Suche nach neuen Ideen und mittlerweile großer Verfechter davon, weniger Noten zu geben. Ich habe das sogar fürs Bundeschampionat vorgeschlagen: Bis zum fünften Platz platzieren, diese fünf Pferde zu benoten und das auch öffentlich zu machen. Ab dem fünften Platz alles ex

aequo. Noten bleiben ein Leben lang im Netz stehen und eine einzige schlechte Note kommt in jedem Kundengespräch wieder zur Sprache. Wenn man dann von einem Schirm erzählt – das glaubt einem doch kein Mensch. Ich bin dafür, dass die Noten für Besitzer und Reiter als Protokoll rausgegeben, aber nicht veröffentlicht werden. Warum unser Ankumer Dressurclub so erfolgreich ist? Weil wir es hier genauso handhaben.

Eine letzte Frage: Glauben Sie, dass der Reitsport noch olympisch ist in fünf Jahren?

Ich bin ganz sicher. Ein sehr guter Freund von mir ist beim IOC, er hat klipp und klar gesagt, dass der Reitsport absolut nicht zur Disposition steht. Das Thema ist hier reine Angst- und Meinungsmache, die Druck auf die nationalen Komitees aufbaut. Für die nächsten drei olympischen Spiele ist ein Wegfallen des Reitsports in Wirklichkeit kein Thema. Warum auch?

tees aufbaut. Für die nächsten drei olympischen Spiele ist ein Wegfallen des Reitsports in Wirklichkeit kein Thema. Warum auch?

Herr Kasselmann, ich danke Ihnen für das Gespräch.

Horses and Dreams
Entertainment GmbH
www.psi-events.de

Horses & Dreams
www.horses-and-dreams.de

Hof Kasselmann
www.hof-kasselmann.de



Foto: Peter Richterich

5 Fragen

an Neel-Heinrich Schoof
Zuchtleiter und Geschäftsführer
des Trakehner Verbands

Neel-Heinrich Schoof ist seit 2015 im Trakehner Verband aktiv, seit 2017 als stellvertretender Zuchtleiter. Vor einem Jahr hat er die Geschäftsführung übernommen und die Nachfolge des langjährigen Zuchtleiters Lars Gehrman angetreten.

Die Pferdewelt steht aktuell vor großen Herausforderungen. Wie genau sehen diese für Züchter und Verbände aus?

Herausforderungen gibt es tatsächlich aktuell einige. Über die Zuchtverbände hinweg ist eine Abnahme der bedeckten Stuten zu beobachten und die allgemeine Akzeptanz des Reitsports ist natürlich auch in der Zucht ein Thema. Vor diesem Hintergrund besteht sicherlich eine wesentliche Herausforderung darin, die Motivation der Züchter bei schwierigeren Rahmenbedingungen zu erhalten. Die allgemeine Kostenentwicklung und insbesondere die GOT (Gebührenordnung für Tierärzte, d. Red.) sind wichtige Themen, die die Züchter derzeit zurückhaltender agieren lassen. Ein weiterer viel diskutierter Punkt ist auch die Marktnachfrage; allerdings stellen wir fest, dass Reitpferde nach wie vor gut nachge-

fragt sind – egal ob Turnier-, Amateur- oder Freizeitpferde. Insbesondere der Fohlenmarkt ist aber spezieller geworden – ohne repräsentatives Foto- und Videomaterial wird es einfach schwer. Daher kooperieren wir hier seit vielen Jahren mit ehorses und bieten als Service bundesweite Foto- und Videotermine an. Die Fohlenverkäufer können auf diesen Veranstaltungen ihre Nachzucht vorstellen. Dabei können sie auf den Terminen den Einflecht- und Vorfürserservice der Jungzüchter nutzen und erhalten im Nachgang der Veranstaltung die Möglichkeit, das erstellte Foto- und Videomaterial zu bestellen. Zusätzlich bietet der Trakehner Verband an, das verkäufliche Fohlen in der eigenen Verkaufsbörse, im Verbandsmagazin DER TRAKEHNER und auf ehorses zu inserieren. Dieser „Einstellservice“ bzw. das Gesamtkonzept wird sehr gut angenommen. Zusammenfassend ist einfach festzustellen, dass die Vermarktungschancen zunehmen, wenn das Fohlen optimal in Szene gesetzt wird.

„Digitale Unterstützung wird in der Vermarktung immer wichtiger.“

Neel-Heinrich Schoof
Foto: Jutta Bauerschmitt

Ein Blick zurück, einer nach vorn: Wie hat sich die Zucht in den letzten Jahren verändert und was wird in den nächsten Jahren wichtig?

Gute Frage! Die globale Pferdezucht wird sich zunehmend ähnlicher, da Hengste und Zuchtstuten nicht nur in ihrem eigenen, sondern auch in zahlreichen anderen Verbänden zugelassen sind. Anhand des Pedigrees kann heute vielfach nicht mehr auf den Zuchtverband geschlossen werden, der für das Pferd den Pass

ausgestellt hat. Da haben wir auf Grundlage der Trakehner Reinzucht ein zunehmendes Alleinstellungsmerkmal und stehen damit für eine bestimmte Marke, die schnell erkennbar ist. Hinzu kommt, dass wir mit TSF Dale-
ra BB und Jessica von Bredow-Werndl, dem aktuell besten Dressurpaar der Welt, die perfekten Markenbotschafter haben. Ich glaube, dass es zukünftig in der Pferdezucht noch wichtiger sein wird, seine Identität und den Wiedererkennungswert zu stärken. Eine andere große Veränderung

ist, dass die bäuerlichen Strukturen weiter abnehmen werden und dafür viele Quereinsteiger, Pferde- und Zuchtinteressierte hinzukommen: Menschen, die Lust auf das Thema Pferd im Allgemeinen und Spaß an der Zucht im Besonderen haben. Allerdings verändert sich mit dieser Entwicklung auch die Erwartungshaltung an einen Pferdezuchtverband.

2

Wie wichtig sind Plattformen wie ehorses für die erfolgreiche Vermarktung von Pferden?

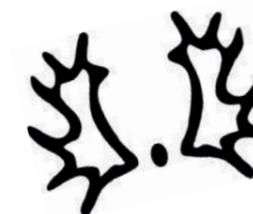
Digitale Unterstützung ist in der Vermarktung nicht mehr wegzudenken. ehorses ist eine breitflächig akzeptierte Plattform mit einer großen Reichweite. Wir sind fester Partner und sind schon vor rund acht Jahren, ich glaube sogar als einer der ersten Verbände überhaupt, mit einer breitflächigen Kooperation auf Basis einer gemeinsamen Pferdebörse gestartet. Seitdem werden alle Trakehner Verkaufspferde, die auf unserer Verbandsseite eingestellt werden, auch auf ehorses angeboten.



Helferinnen und Helfer aus den Zuchtbezirken tragen zum Gelingen der Foto- und Videotermine bei.
Foto: Sigrun Wiecha



Vielseitigkeitssichtung in Luhmühlen mit Julia Krajewski.
Foto: Sigrun Wiecha



4

Auch darüber hinaus funktioniert die Kooperation sehr gut: ehorses engagiert sich zum Beispiel auf dem Trakehner Bundesturnier und dem Hengstmarkt aber auch der eine oder andere Fototermin wurde schon begleitet. Aktuell sind rund 120 Pferde über den Einstellservice des Trakehner Verbands auf ehorses inseriert, hinzu kommen noch die selbsterstellten Inserate. Erfreulich ist, dass statistisch gesehen jeden Tag ein Trakehner Pferd über ehorses verkauft wird.

3

Wie begleiten Sie als Verband diese Veränderungen?

In Zukunft wird es noch mehr die Aufgabe eines Verbandes sein, seine Mitglieder noch ausführlicher über pferde- und zuchtrelevante Themen zu informieren und auf dem Laufenden zu halten. Weitere wichtige Bereiche sind die Vermarktungsunterstützung, Fortbildungen, Zuchtberatung und natürlich eine möglichst

persönliche Betreuung. Mit einigen darüber hinausgehenden Projekten haben wir hier bereits den Fokus auf diese Richtung gelegt. Die Kamingsgespräche mit Erhard Schulte, die live und als Podcast für jeden frei zugänglich sind, informieren anschaulich über die Trakehner Historie und beleuchten insbesondere

die Trakehner Stutenfamilien. Auch die hippologischen Reisen mit Erhard Schulte erfreuen sich einer hohen Beliebtheit.

Daneben erhält das Projekt der Trakehner Pachtstutenbörse, welches unter der Federführung des Zuchtbezirks Rheinland-Pfalz/Saar läuft, großen Zuspruch. Besondere Aushängeschilder mit großer Strahlkraft sind ohne Zweifel unsere Veranstaltungen wie das Trakehner Bundesturnier und natürlich der Trakehner Hengstmarkt.

Ein Erfolgsmodell in sportlicher Hinsicht sind unsere Sichtungsiniciativen, an denen jeder mit seinen drei- bis siebenjährigen Trakehner Dressur- oder Vielseitigkeitspferden teilnehmen kann. Die Trainingstage werden immer von bekannten und fachlich hervorragenden Trainern geleitet. Derzeit laufen die Sichtungstage für die Vielseitigkeit, diese werden von Sophie Leube, Nicolai Aldinger, Andreas Ostholt, Felix Etzel und Jérôme Robiné betreut. Aufbauend hierauf werden besonders veranlagte Pferde zu einem Perspektivlehrgang mit Andreas Ostholt eingeladen. Wer sich aus diesem Pool für das Bundeschampionat qualifiziert, bekommt noch mal eine gesonderte finanzielle Unterstützung. Ziel ist es, über mehrere Schritte Pferd und Reiter bestmöglich auf die sportlichen Herausforderungen vorzubereiten. Die Trakehner Förderorganisationen Trakehner-Turniersport-Gemeinschaft (TTG) und Trakehner Förderverein (TSF) und deren Sponsoren engagieren sich sehr stark und ermöglichen den Pferdebesitzern und Reitern so eine kostenlose Teilnahme beziehungsweise Unterstützung. Natürlich sind bei allen Terminen auch immer Foto- und Videografen dabei, so dass auch hier für verkäufliche Pferde eine entsprechende Unterstützung geleistet werden kann.



Trainingstag bei Andreas Ostholt.
Foto: Lutz Kaiser



Alle Ohren nach vorn beim Foto- und Videotermin für Fohlen. Foto: Stephan Bischoff

Welche Chancen sehen Sie für die Zukunft durch den digitalen Pferdemarkt?

In Sachen Vermarktung gibt es im Grunde zwei weitläufig gängige Modelle: das klassische Vermittlungsgeschäft, bei dem noch mit Handschlag gekauft wird. Und das Auktionsgeschäft, bei dem der Kaufabschluss auch online erfolgen kann. Mit dem Modell des Breeder's Market, welches im Übrigen von ehorses unterstützt wird, haben wir seit einigen Jahren quasi eine Hybridform erfolgreich etabliert. Hier kann man sowohl digital als auch in Präsenz kaufen. Was wir einfach festgestellt haben ist, dass die Interessenten immer ausführlichere Informationen vor der Besichtigung eines potentiellen Kandidaten haben möchten. Das um-

fasst neben den obligatorischen Foto- und Videoaufnahmen und einer exakten Beschreibung auch Röntgenbilder und Turnierauskünfte. All diese Dinge stellen wir den potenziellen Käufern im Vorfeld einer Besichtigung, ähnlich einer reinen Auktion, zur Verfügung. Allerdings wollen viele eben nicht im Rahmen einer klassischen Auktion kaufen und suchen den persönlichen Kontakt zu Verkäufer und Züchter. Ich bin überzeugt, diese digitale Bereitstellung von umfassenden Informationen in Kombination mit dem direkten und persönlichen Kontakt wird zukünftig an Bedeutung gewinnen.

5



Früh versichern lohnt sich!

Foto: iStock

Dr. Felix Garlipp ist ein Pferdeman, privat und auch beruflich: Bei der Uelzener Versicherung ist er zuständig fürs Produktmanagement und Portfoliomanagement in der Sparte Pferdeversicherungen – und das seit mittlerweile zehn Jahren. Mit ehorses spricht er über die Vorteile und Möglichkeiten einer Pferdeversicherung.



Dr. Felix Garlipp ist seit zehn Jahren Pferdeexperte bei der Uelzener Versicherung.

Was für Versicherungen bieten Sie an?

Wir bieten die ganze klassische Bandbreite für Pferde, Hunde und Katzen an, von der Haftpflicht- über die OP-Versicherung bis hin zur vollumfänglichen Krankenversicherung. Dazu auch Zusatzprodukte wie eine Unfallversicherung für Reiterinnen und Reiter oder eine Lebensversicherung für Pferde. Letztere ist zwar vor allem interessant für hoch-

preisige Pferde, aber auch viele Freizeitreiter möchten heute das Risiko, durch einen Unfall oder eine Kolik ihr Pferd zu verlieren, absichern. Der Markt ist hier ganz schön in Bewegung.

Täuscht es, oder boomen Pferdeversicherungen aktuell geradezu?

Die Nachfrage ist deutlich gestiegen, das stimmt. Die Leute rufen vermehrt an und fragen nach einer Rundumabsicherung.



Ein falscher Tritt - und schon ist es passiert. Hier hilft eine OP-Versicherung, Kostenspitzen abzufangen. Foto: Grubärin/Adobe Stock



Wer lange Freunde an seinem Pferd haben will, sollte vorsorgen. Foto: iStock

Auch durch die neue Gebührenordnung für Tierärzte (GOT) werden sie dann mit einem Preis konfrontiert, der aktuell bei rund 400 Euro pro Monat liegt. Dann kommt die Ernüchterung. Ein Weg, den viele Pferdebesitzer aktuell gehen, ist, finanzielle Spitzen abzufangen. Das klappt sehr gut durch eine OP-Versicherung. Diese Sparte hat in letzter Zeit tatsächlich deutliche Zuwächse erfahren.

Für wen lohnt sich eine Pferdeversicherung?

Am Ende muss jeder für sich entscheiden, welche finanziellen Möglichkeiten er hat. Eine Krankenvollversicherung ist ein sehr teures Produkt; da muss sich jeder im Detail anschauen, ob er bereit ist, das Geld dafür auszugeben. Ich persönlich finde, wenn man ein Pferd hält, sollte man sich über die möglichen Kosten im Falle einer Krankheit im Klaren sein und diese auch tragen können. Spitzen abzusichern durch eine OP-Versicherung, das halte ich hingegen für höchst sinnvoll. Auch vor ein paar Jahren schon konnte eine Kolikoperation gern mal zehn, fünfzehntausend Euro kosten, nach oben hin offen. Rechnungen in mittlerer fünfstelliger Höhe waren damals noch

eher selten, heute bekommen wir sie nahezu täglich rein. Eine Pferde-OP-Versicherung ist für jeden ratsam, der dieses große finanzielle Risiko nicht tragen möchte.

Wie wird sich der Markt in Zukunft entwickeln?

Man kann schon feststellen, dass wir durch die GOT einen deutlichen Impact auf den Pferdemarkt haben. Wir hören viele Kunden, die sagen, okay, wir haben ein Pferd, das bekommen wir nun auch hin. Aber ein Neues werden wir uns nicht mehr kaufen. Ich bin sicher, dass wir mit der OP-Versicherung in Zukunft eine recht hohe Abdeckung von 80 bis 90 Prozent haben – diesen Effekt haben wir vor Jahren schon in Skandinavien erlebt, da kann man sich ohne diese Risikoabsicherung kaum noch ein Pferd halten. Im Grunde ist das gut für die Kunden: Je mehr Menschen ihre Pferde versichern, desto attraktiver werden die Prämien.

Wenn ich Interesse an einer Versicherung habe – wie gehe ich vor?

Im Grunde stehen alle relevanten Dinge, alle Prämien und die verschiedenen Module auf unserer Website. Man kann im OP-

Bereich zum Beispiel auf einen günstigen Basis-Schutz setzen, der Notoperationen wie etwa bei Koliken oder Frakturen abdeckt. Oder etwas mehr investieren, um auch beispielsweise Zahnextraktionen oder Gelenk-OPs erstattet zu bekommen. Die Versicherung kann direkt über die Website abgeschlossen werden, oder alternativ auch über einen Berater oder Makler. Am Preis ändert das in der Regel nichts.

Ein Tipp ist noch, sein Pferd möglichst früh zu versichern. Aktuell haben wir noch keine Altersstaffelung, aber auch wir sind hier angehalten, neue Produkte zu entwickeln, die die Absicherung möglichst hoch und die Prämien möglichst geringhalten. Und eine Altersstaffelung wird recht sicher kommen. Wer sein Pferd in jungen Jahren versichert, hat über eine lange Zeit einen gesicherten kontinuierlichen Beitrag.

Mehr Infos zum Pferdekauf finden Sie hier.





Den Reitsport in die Zukunft bringen

EQUITANA 2025 vom 6. bis 12. März in Essen



Gutes Reiten in den Mittelpunkt zu stellen – diesem Konzept bleibt die EQUITANA auch in Zukunft treu.

Die Weltmesse des Pferdesports – das ist die EQUITANA. Nach der pandemie-bedingten Verschiebung kehrt sie im März 2025 in ihren etablierten Zwei-Jahres-Rhythmus zurück. Im Gepäck: Altbewährtes, neue Ideen und ein großes Ziel!



Die richtigen Leute am richtigen Ort



Sarah Walter will die EQUITANA als wertschöpfende Marke stärken.

„In den letzten Jahren haben wir den Shopping- sowie den Familiencharakter der Messe gestärkt“, sagt Sarah Walter, Exhibition Directorin bei RX Deutschland. Sie versichert: „Auch zukünftig wird die EQUITANA hier viel bieten, von Messeschnäppchen über das vielseitige Tagesprogramm bis zur legendären Hop Top Show, die wirklich für alle etwas bietet.“

Jetzt hat sich das Orga-Team neu aufgestellt, mit einer Doppelspitze aus Sarah Walter und Christina Uetz, als Event Directorin zustän-

dig für das Pferde- und Show-Programm. So wird die Messe fit gemacht für gutes Fach- und Business-to-Business-Geschäft. „Wir sind die Weltleitmesse des Pferdesports – die aktuellen Themen Lösen wir nicht nur mit Shoppingangeboten und dem Fünf-Euro-Hufkratzer.“ Sondern mit offener Diskussion, Fachwissen und Blicken über den Tellerand. „Wir wollen die richtigen Leute am richtigen Ort miteinander vernetzen, um so den Reitsport in die Zukunft zu bringen“, formuliert sie das große Ziel.

Fachthemen eine Bühne bieten

Der Messe-Montag sowie der Mittwoch werden zu Fachtagen, an denen Themen für Reitschulbesitzer*innen, Stallbetreiber*innen, Marken und Verbände im Mittelpunkt stehen: Im neuen Fachforum in Halle 3 geht es dann um Wertschöpfungsketten, Preissteigerungen, Marketing. „Wir wollen Themen auf die Bühne bringen, die sonst keine haben“, sagt Walter. Eines davon: die Vielfalt der Reitsportbranche in Sachen Arbeitsplatz und Karriere, jenseits der „Klassiker“ Pferdewirt*in und Co.

Auch die Gesundheitswelt wird neu gedacht und stellt 2025 nicht

nur die Pferdegesundheit in den Mittelpunkt, sondern auch die der Reiter*innen: Fitness, mentale Gesundheit, Ernährung. Das Ziel: mehr Tierwohl durch gesündere Pferdehalter*innen und ein gesundes Mindset in der Arbeit mit dem Pferd. Das soll durch Wissensvermittlung und Fachwissen entstehen. Die Fachthemen werden durch die hochwertigen Ausbildungsabende durch die Woche abgerundet. „Wir wollen Themen auf die Bühne bringen, die sonst keine haben und auch Landwirt*innen aus der Pferdehaltung ein Programm bieten, das zum Austausch und Weiterbilden einlädt“, so Sarah Walter.

Das Wochenende bleibt prädestiniert für Familien, der Messedienstag setzt voll auf das Thema Shopping: Rabatte, Goodies und Prosecco!



Im neuen Fachforum in Halle 3 kommen zahlreiche Themen auf die Bühne.

www.equitana.com

Eine reichweitende Entscheidung

Jens Hilbert über Commi & Co.

Gute Pferde findet man nicht im Internet, die handelt man unter der Hand! – so die landläufige Meinung, wenn es um den Handel hochpreisiger Sportpferde geht. Jens Hilbert, ohnehin ja nicht unbedingt der konventionellste Vertreter der Branche, bewies nun, dass es auch anders geht: Er vermarktete gleich drei seiner erfolgreichen Pferde via ehorses. Seine Bilanz: Besser hätte es nicht laufen können!

Der Traum vom Grand Prix

Jens Hilbert bezeichnet sich selbst als professionellen Amateur. Rund vier Pferde hat er wöchentlich im Training. Er reitet international Zwei- bis Viersterne-Prüfungen, mit seinem derzeitigen Top-Pferd Atlantaz auch mal bis 1.60 m in Balve, Sentower Park und kürzlich auf der Spanien Tour. Und das in aller Regel erfolgreich. Doch bekannt ist er nicht nur für seine Nullrunden: Jens Hilbert ist auch Unternehmer und Speaker, hat einen „Ratgeber für außergewöhnliche Karrieren“ veröffentlicht und an Reality-TV-Formaten wie Shopping Queen, Promi Big Brother oder Dancing on Ice teilgenommen. Eine schillernde Persönlichkeit? Auch. Klar. Natürlich ist Jens Hilberts Leben bunt, das sieht man ja schon an seinem Instagram-Kanal. Und doch ist das Wort „bemerkenswert“ eigentlich viel treffender als der reine Glamour. „Ich bin nicht mit einem goldenen Löffel im Mund geboren“, sagt der beken-



Reiter, Personality und Self-Made-Man: Jens Hilbert

nende Self-Made-Man, der grundsolide im Odenwald aufwuchs und nach einer Bankausbildung noch BWL studierte. „Es waren einfach damals riesengroße Träume von mir, einmal einen Grand Prix reiten zu können, vor einem großen Publikum, und einen tollen LKW zu fahren. All das ist wahr geworden.“

Wer auf lange Sicht erfolgreich reiten möchte, kommt um das gelegentliche An- und Verkaufen von Pferden meist nicht herum. Bei Jens Hilbert ist das nicht anders. Anfragen von nationalen und internationalen Reiterinnen oder Trainern, Kolleginnen oder Besitzern in Bezug auf seine Pferde ist er mittlerweile gewohnt. „Ich bilde meine Pferde grundsolide und gesund aus, manage sie vernünftig und stelle sie auf Turnieren gut vor. Natürlich kommen dann auch mal Anfragen. Mein Netzwerk ist ja groß.“ Und dennoch entschied sich Hilbert im vergangenen Jahr, insgesamt drei seiner Nachwuchshoffnungen auf ehorses zu inserieren.

„Besser hätte es nicht laufen können!“



Foto: Pundo Fotos



„Ich hatte viele Anfragen, allesamt seriös und mit echtem Interesse.“

Commi und Samson - zwei Erfolgspferde, die jetzt einen neuen Reiter zu Erfolgen tragen. Foto: privat

Der meint es ernst!

Warum? „Ich kann nicht alle Pferde behalten“, konstatiert er. „Mein Fokus gilt in Zukunft noch mehr der Großen Tour, daher habe ich mich dazu entschlossen, mich von Commi und Samson zu trennen.“ Commi – Comme il blanc – ist ein neunjähriger – Comme Il Faut x Clarimo Ask-Wallach, der „gute Kumpel Samson“ ein Stolzenberg-Nachkomme. Beide hatte er seit fünfjährig unter dem Sattel, beide präsentierten sich in der letzten Saison außergewöhnlich gut. Beide hatten durchaus das Interesse des Marktes geweckt. Und für beide entschied er sich am Ende doch für eine Vermarktung via ehorses. Warum, wenn sich doch auch aus dem eigenen Netzwerk heraus lukrative Kundinnen und Kunden hätten finden lassen? Die Antwort scheint zunächst einfach: „Reichweite.“ Und doch ist sie am Ende natürlich viel komplexer.

„Im Moment des Geschehens sind alle immer sehr interessiert und rührig“, sagt Hilbert. „Aber irgendwie wurde aus dem Interesse nie etwas Ernstes, ich glaube auch, weil keiner dachte, dass ich das wirklich durchziehe.“ Irgendwann hörte er auf seinen Bauch und stellte die Pferde ins Internet. Und dann kam Bewegung in die Sache. Denn jetzt war klar: Der meint es ernst! Und wer Interesse hat, muss schnell sein!

Zwei auf einen Streich

Auch für Jens Hilbert war das natürlich ein Experiment. Denn auch er hatte das Vorurteil, dass ehorses für hochpreisige Pferde nicht funktioniere. Bestätigt wurde dies jedoch nicht. ehorses teilte das Inserat auf Instagram, er repostete, und zack war da eine 70.000er Reichweite für eine einzige, kleine Annonce. „Die Kombination der Reichweiten hat es gemacht“, ist Jens Hilbert überzeugt. „Durch die Inserate, die dann ja auch in meiner Instagram-Story auftauchten, wurden auch die Springreiter-Kolleginnen und Kollegen wieder hellhörig, denen ich zuvor schon Videos geschickt hatte.“ Und dann ging alles ganz schnell: „Ich hatte viele Anfragen, allesamt seriös und mit echtem Interesse“, berichtet er, selbst überrascht davon.

Eine Familie war es schließlich, die auf die Pferde aufmerksam wurde. Ihr 16-jähriger Sohn probierte zunächst seinen Schimmel aus – und war schnell überzeugt davon, dass Commi das perfekte Pferd für den Einstieg in die nächsthöhere Klasse im Junioren-Springsport sei. Und da man eigentlich auf der



Mit seinem Top-Pferd Atlantaz ist Jens Hilbert im Spitzensport angekommen. Foto: Pundo Fotos

Suche nach zwei Pferden war, zeigte Jens Hilbert auch noch seinen Samson – ein weiteres Match! „Beide Pferde sind jetzt bei so tollen Leuten“, freut er sich heute.

Mit dieser Erfahrung im Gepäck entschied sich Jens Hilbert wenig später, auch seine dreizehnjährige Carrimara zu inserieren. Wieder war die Überraschung in der Szene groß: „Wieso postest du die, ich habe doch gesagt, ich habe Kunden“, war ein Satz, den Jens Hilbert zu der Zeit häufig hörte. Aber: Sein Entschluss zahlte sich erneut aus, die Stute läuft mittlerweile erfolgreich in der Children Tour mit ihrer neuen Schweizer Besitzerin.

Der Wert der Marke

Jens Hilbert kann die Zusammenarbeit mit ehorses nur empfehlen. Er weiß aber auch, warum sich mancher im Profisport noch schwer damit tut. „Die grundsätzliche Sorge ist ja, seine Marke zu entwerten, wenn man Luxusgüter so allgemein zugänglich macht, statt sie exklusiv zu halten. Zum Beispiel indem man Top-Villen bei Immobilienscout inseriert – im Grunde ist es bei den Pferden ja nichts anderes“, erklärt er. „Die Sorge hatte ich anfangs auch, aber sie hat sich überhaupt nicht bewahrheitet. Im Gegenteil: Ich glaube, dass das Internet Marken und Menschen nahbarer und persönlicher macht – und Pferde eben auch.“ Die Kombination aus persönlichen Kontakten, eigener Reichweite und dem ehorses Marketing ist für Jens Hilbert der Schlüssel zum Erfolg in der Sportpferde-Vermarktung. „Das ist einfach eine schöne Kombination – die sich auch an-

dere Top-Ställe marketingtechnisch mal überlegen könnten.“ Wenn es dann noch so ausgeht wie bei Jens Hilbert, der seine Pferde in guten Händen weiß und ihren sportlichen Weg weiterhin mit Spannung verfolgen wird, dann kann man nur von einem Gewinn für alle Seiten sprechen. Und das Fazit ziehen: Vitamin B ist gut. Aber Reichweite ist besser!



Spitzenpferde online vermarkten? Für Jens Hilbert die perfekte Strategie.

Sportpferde auf ehorses:



Fragen? Antworten!



„Sie haben Fragen zum Inserieren oder benötigen Tipps bei der optimalen Präsentation des Inserates? Profitieren Sie von unserem Fachwissen und unserer Erfahrung, um einen reibungslosen und erfolgreichen Verkaufsprozess zu gewährleisten.“

„Mit unseren maßgeschneiderten Werbepaketen bieten Ihnen die perfekte Gelegenheit, Ihre Zielgruppe zu erreichen und Ihre Botschaft effektiv zu verbreiten – egal, ob Sie auf Social Media, E-Mail Marketing, Banner Advertising oder andere digitale Kanäle setzen.“

„Sie haben Fragen oder Ideen für Kooperationen oder Turniersponsorings? Zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren – wir freuen uns darauf, mit Ihnen zusammenzuarbeiten!“



Felix Ortmann
Kundenmanagement
Telefon: +49 5401 88 13 200
Mail: support@ehorses.de



Kira Schwarzkopf
Head of Sales
Mail: k.schwarzkopf@ehorses.de
Telefon +49 176 550 954 48



Stephanie Merklin
Brand Marketing & Kooperationen
Mail: s.merklin@ehorses.de
Telefon: +49 5401 88 13 218

WhatsApp Support:



ehorses Mediakit:



Turniersponsoring:



Impressum

Herausgeber
ehorses GmbH & Co. KG
Rittergut Osthoff 5
49124 Georgsmarienhütte
support@ehorses.de
05401 - 88 13 200

Projektverantwortung
Stephanie Merklin
s.merklin@ehorses.de

Konzept, Text & Design
kraem GmbH, Osnabrück
dialog@kraem.team

Redaktion
Svenja Dierker
Claudia Landwehr

Satz
Dorina Guss
Marleen Ehrenbrink

Druck
Levien Druck, Osnabrück
www.levien.de

Titelfoto
Oliver Pracht



WIR SCHENKEN DIR 10€*

AB 89€ EINKAUFSWERT

CODE: EHORSES24

fundis-reitsport.de

*AKTIONSBEDINGUNGEN

Gültig bis 31.12.2024 ab einem Mindesteinkaufswert in Höhe von 89€. Pro Kunde und Bestellung nur 1x einlösbar. Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen und Gutscheinen. Nicht gültig auf bereits reduzierte Artikel. Es gelten die allgemeinen Gutscheinbedingungen unter fundis-reitsport.de/aktionsbedingungen

**Der weltweit
größte
Pferdemarkt.**

www.ehorses.de