

# HORSE BUSINESS

Gdzie biznes łączy się z pasją



[www.horsebusinessclub.pl](http://www.horsebusinessclub.pl)



# Konkurencyjne i nowoczesne rozwiązania finansowe.



W środowisku jeździeckim znany jest powszechnie żart, że aby zostać milionerem, trzeba kupić sobie konia. Pod jednym warunkiem – najpierw trzeba być miliarderem. Są jednak ludzie, którzy od wielu lat udowadniają, że na koniach da się zarobić. Ludzie, którzy mówiąc trywialnie, żyją z koni. Tak, w Polsce. Są wśród nich właściciele ośrodków jeździeckich, hodowcy, zawodnicy, organizatorzy zawodów, producenci i dystrybutorzy różnego rodzaju akcesoriów jeździeckich. Można by tu wymienić jeszcze wielu. Najważniejsze jest jednak to, że łączy ich wszystkich ta sama pasja. Jestem przekonana, że każdy z nich zapytany o to, dlaczego prowadzi właśnie taką działalność odpowie, że po prostu lubi konie. Magazyn Horse Business jest właśnie o nich i dla nich.

W ostatnich latach obserwujemy w Polsce bardzo dynamiczny rozwój przemysłu konnego. Jeździectwo staje się coraz bardziej masowe. Powstają nowe zawody związane z branżą. Tworzą się nowe miejsca pracy. Wszystko wskazuje na to, że za kilka lat podobnie jak w wielu krajach Europy Zachodniej, również w Polsce lokalny przemysł konny będzie generował obrót stanowiący istotny udział w PKB.

Na łamach pisma będziemy prezentować różne działalności z zakresu przemysłu konnego zarówno z kraju, jak i zagranicą. Pokażemy ciekawe biznes plany i case studies. Nie zabraknie również nowinek ze świata. Mam nadzieję, że każdy znajdzie tu coś dla siebie.

Zyczę miłej lektury.

*Agnieszka Kopka*  
redaktor naczelna

# SPIS TREŚCI

## HORSE BUSINESS CLUB

- str. 6 **Horse Business Club**  
Horse Business Club jest odpowiedzią na coraz dynamiczniej rozwijający się w Polsce przemysł konny. Skąd pomysł? Jakie są założenia klubu i plany na przyszłość?
- str. 10 **Potencjał przemysłu konnego w Polsce**  
W wielu krajach jeździectwo należy do najpopularniejszych sportów, a lokalny przemysł konny generuje obrót stanowiący istotny udział w PKB. A jak jest w Polsce?
- str. 16 **Ludzie Horse Business Club**  
O znaczeniu projektu Cavaliada w portfolio Międzynarodowych Targów Poznańskich opowiada Tomasz Kobiński, wiceprezes Zarządu Międzynarodowych Targów Poznańskich, Przewodniczący Komitetu Organizacyjnego CAVALIADY Tour.
- str. 24 **Duma Polski**  
SK Janów Podlaski jest znana na całym świecie głównie z aukcji koni arabskich Pride of Poland. O przygotowaniach do tegorocznej aukcji oraz planach hodowlanych rozmawiamy z Wiceprezesem ANR oraz nowym dyrektorem stadniny.

## UJEŹDŻONY BIZNES

- str. 26 **Horse Coaching**  
Horse Assisted Education to znana od wielu lat na świecie metoda wykorzystywana w procesie kształcenia liderów. Od kilku lat stosowana również w naszym kraju. O tym, jak został „osiodłany” rynek szkoleń w Polsce opowiada Dina Zawadzka.
- str. 32 **Zmienić szpilki na oficerki**  
Dominika Kraśko-Białek – jeszcze niedawno zabiegana bizneswoman, pojawiająca się wielokrotnie w pierwszej dziesiątce najbardziej wpływowych kobiet biznesu w Polsce. Dzisiaj właścicielka jednego z najprężniej działających ośrodków jeździeckich w Europie.

- str. 42 **TwoHearts**  
Two Hearts czyli Dwa Serca, to nazwa kampanii społecznej FEI, wzywającej pasjonatów jeździectwa do wspierania i promowania swojej dyscypliny.
- str. 38 **Z dostawą do domu**  
„Od pucybuta do milionera”, tak można streścić rozmowę z Mariuszem Olesieńskim, właścicielem firmy zajmującej się międzynarodowym transportem koni.
- str. 20 **Plan Rozwoju i Promocji Jeździectwa Powszechnego w Polsce**  
Zwiększenie liczby osób uprawiających sporty konne, rekreację i turystykę konną oraz propagowanie obcowania z końmi jako elementu zdrowego trybu życia, to nowy pomysł Polskiego Związku Jeździeckiego na promocję jeździectwa w Polsce.
- str. 44 **Jeździecka komunikacja marketingowa**  
Organizatorzy zawodów i imprez jeździeckich często zastanawiają co jest przyczyną tak małej frekwencji. Zła pogoda, kontuzje koni, a może niedyspozycja zawodników? W wielu przypadkach problem tkwi zupełnie gdzie indziej i naprawdę wystarczy bardzo niewiele, żeby to zmienić. Trzeba po prostu o tym powiedzieć.

## HODOWLA KONI

- str. 56 **Wartości hodowlane – czy są wartościowe?**  
Bierzemy pod lupę najnowszy ranking ogierów skokowych, opublikowany przez Niemiecką Federację Jeździecką. Sprawdzamy, czy rzeczywiście mamy do czynienia z rzetelną oceną wartości hodowlanych, czy po prostu z modą.

- str. 52 **Co dalej z hodowlą w Janowie**  
Jest duża szansa, że także w Polsce będzie się hodować naprawdę dobre konie do WKKW, a nawet skoków. – mówi w rozmowie z nami nowy dyrektor SK w Janowie prof. Sławomir Pietrzak.

## KOŃ JAKI JEST

- str. 64 **Teoria uczenia się koni: nagradzanie**  
Jeździectwo jest sportem szczególnym, ponieważ o wyniku sportowym decyduje nie sam zawodnik, ale para jeździec – koń. We współczesnym sporcie nikogo już nie dziwi współpraca zawodników z psychologami, ale czy psychika konia i jego przygotowanie mentalne ma jakieś znaczenie w osiągnięciach sportowych? Bez wątpienia tak.

## HORSE LIFE STYLE

- str. 74 **Para glamour**  
Z wizytą u Marco Kutschera i Evy Bitter – niezwykle jeździeckiej pary, którą połączyła wspólna pasja.



Wydawca:  
Fundacja Horse Sport

Redaktor naczelna:  
Agnieszka Kopka

Projekt graficzny i skład:  
Magdalena Adamczewska  
Piotr Walichnowski

Współpraca:  
Międzynarodowe Targi Poznańskie  
Polskie Wydawnictwo Rolnicze

Reklama:  
Katarzyna Probała  
+48 691 029 687  
kontakt@horsesport.pl

Adres redakcji:  
Fundacja Horse Sport  
ul. Stołeczna 250  
05-074 Halinów  
www.horsesport.pl  
+48 505 555 235  
kontakt@horsesport.pl

2  
horse business

# HORSE BUSINESS CLUB

gdzie biznes łączy się z pasją



tekst: AGNIESZKA KOPKA, Fundacja Horse Sport  
zdjęcia: KATARZYNA LICHNOWSKA

Horse Business Club to klub zrzeszający ludzi zawodowo i biznesowo związanych z jeździectwem.

Jego celem jest wymiana kontaktów i doświadczeń, wspieranie rozwoju przemysłu konnego, a także stworzenie okazji do nieformalnych spotkań we wspólnym gronie.



Przemysł konny w Polsce, śladem rynków zachodnich, rozwija się bardzo dynamicznie, a jeździectwo powoli zaczyna być postrzegane jako sport masowy. Szacuje się, że obecnie jeździ konno około 300 tysięcy osób. To mniej więcej tyle, ile gra w tenisa i więcej, niż uprawia żeglarstwo.

Wraz z rozwojem przemysłu konnego powstają nowe zawody, a co za tym idzie miejsca pracy. Analizy przeprowadzone w różnych krajach europejskich wskazują, że ok. 5, a w Polsce 7–8 koni generuje jedno miejsce pracy w przemyśle konnym (biorąc pod uwagę zatrudnienie pośrednie i bezpośrednie).

W Polsce działa aktualnie około 2000 podmiotów gospodarczych zajmujących się sportem, rekreacją i turystyką konną. Większość z nich to nowo powstałe kluby i ośrodki jeździeckie oraz gospodarstwa agroturystyczne, których właścicielami są osoby prywatne. Wśród nich są także dawne państwowe obiekty, które trafiły w prywatne ręce i zostały zmodernizowane.





Rocznie rozgrywanych jest blisko 200 sportowych imprez jeździeckich rangi ogólnopolskiej, ponad 700 zawodów regionalnych i około 500 imprez amatorskich. Polska była i jest również gospodarzem wielu zawodów międzynarodowych, organizowanych na najwyższym poziomie i przyciągających najlepszych zawodników z całego świata.

W odpowiedzi na ten trend, z inicjatywy Międzynarodowych Targów Poznańskich oraz Państwowego Wydawnictwa Rolniczego, powstał klub zrzeszający ludzi zawodowo i biznesowo związanych z jeździectwem. Jego celem jest wymiana kontaktów i doświadczeń, wspieranie rozwoju przemysłu konnego, a także stworzenie okazji do nieformalnych spotkań we wspólnym gronie. Członkostwo w klubie jest bezpłatne i niezobowiązujące.

Uroczysta inauguracja odbyła się w marcu tego roku podczas Cavaliady w Warszawie. Wzięło w niej udział kilkudziesięciu zaproszonych gości, którzy podpisali deklaracje członkowskie Horse Business Club.

Specjalnie dla członków klubu, przy współpracy z Fundacją Horse Sport, jest wydawany magazyn branżowy, który trzymacie właśnie Państwo w ręku, poświęcony w całości biznesowemu aspektowi przemysłu konnego. Na łamach pisma prezentowane są przykłady działalności związanych z branżą jeździecką oraz konkretne business studies. Czytelnicy mogą liczyć na porady specjalistów ds. marketingu i promocji, jak również radców prawnych specjalizujących się w tzw. prawie jeździeckim.

Członkowie Horse Business Club będą mogli wziąć również udział w różnego rodzaju szkoleniach, seminariach i panelach dyskusyjnych poświęconych rozwojowi przemysłu konnego w Polsce.

Głęboko wierzę, że tego typu inicjatywa pomoże w realizacji ciekawych projektów służących naszej wspólnej pasji, jaką jest jeździectwo. W Polsce brakuje przedstawicieli branży jeździeckiej, którzy mogliby mówić wspólnym głosem. ■



# POTENCJAŁ przemysłu konnego W POLSCE



autorzy: dr JACEK ŁOJEK  
Szefowa Główna Gospodarkę Wiekłego  
w Warszawie Wydział Nauk o Ziemi i Geologii  
Katedra Sztuki Hodowli Zwierząt  
prof. dr hab. ZBIGNIEW JAWORSKI  
Przewodniczący Związku Hodowców Koni  
mgr inż. ANDRZEJ STASIŃSKI  
Dyrektor Polskiego Związku Hodowców Koni  
zbiórca: OLIVIA CHMIELEWSKA, dakt.pl

Koń to odwieczny kompan człowieka w dziele rozwoju cywilizacji. Zwiększał mobilność i szybkość przemieszczania się ludzi, z jego udziałem powiększali oni dostęp do zasobów pokarmowych. Umożliwiał człowiekowi postęp w dziedzinie politycznej (związanej z rolą konia w wojsku) i gospodarczej, zwłaszcza w rolnictwie. Miał swój udział w rozprzestrzenianiu towarów i idei. Wykorzystanie jego pracy dawało ludziom więcej czasu na rozwój kultury materialnej i duchowej. Mogłoby się wydawać, że z chwilą wejścia w użycie siły mechanicznej koń stracił na znaczeniu, jednak tak się nie stało.

Konie mają istotne znaczenie ekonomiczne w życiu wielu ludzi. Wykorzystywane są w niektórych rejonach świata jako zwierzęta robocze czy konsumpcyjne oraz spełniają pewne funkcje publiczne w wojsku i policji. Wraz z mechanizacją rolnictwa i transportu znaczenie koni jako zwierząt roboczych w gospodarce Polski straciło znaczenie. Dzisiaj wykorzystanie robocze koni w naszym rolnictwie ma marginalne znaczenie. Jednak zarówno w Polsce, jak i w krajach wysoko rozwiniętych tendencje te nie spowodowały wyeliminowania koni z gospodarki.

W ostatnich dekadach, w niektórych krajach (USA, kraje Unii Europejskiej) obserwuje się wręcz wzrost pogłowia. Dzieje się tak dlatego, że inne formy wykorzystania koni mają gospodarcze, społeczne i ekologiczne implikacje sięgające wiele dalej niż rolnictwo. Najbardziej wzrosła rola konia jako zwierzęcia dostarczającego rozrywki ludziom w różnym wieku. Dzisiaj główne kierunki wykorzystania koni to rekreacja jeździecka, różne formy turystyki konnej, a także bardziej prestiżowe formy wykorzystania jak wyścigi czy sport konny.

## Przemysł konny

Znaczenie koni zaznacza się w wielu płaszczyznach życia, co wiąże się z różnorodnością relacji między człowiekiem a koniem. Dotychczasowy rozwój różnych form jeździectwa masowego w krajach Europy Zachodniej wskazuje na wielkie zapotrzebowanie społeczne na ten rodzaj czynnego wypoczynku. To właśnie masowość różnych form rekreacyjnego wykorzystania konia w krajach przemysłowych uwypukla ekonomiczny i społeczny aspekt utrzymania koni oraz nierozdzielnie z nimi związanego "przemysłu konnego" (horse industry; l'industrie du cheval). To złożony kompleks gospodarczy działający na rzecz hodowli i użytkowania koni, w który zaangażowanych jest wiele stref ekonomicznych (rolnictwo, przemysł, usługi) i specjalności zawodowych. Przemysł konny obejmuje wszystkie działania związane z posiadaniem i użytkowaniem koni oraz dostarczanie dóbr i świadczenie usług związanych z końmi i ich użytkowaniem.



Przemysł konny obejmuje wszystkie działania związane z posiadaniem i użytkowaniem koni oraz dostarczanie dóbr i świadczenie usług związanych z końmi i ich użytkowaniem.

Do najważniejszych z nich należą:

- hodowla i wychów koni,
- trening,
- użytkowanie,
- totalizator wyścigowy,
- obrót końmi,
- produkcja i dystrybucja akcesoriów, pasz, leków i odżywek, sprzętu do pielęgnacji, utrzymania i użytkowania koni,
- transport koni,
- ochrona zdrowia,
- specjalistyczne budownictwo,
- ubezpieczenia,
- wydawnictwa i media, edukacja,
- infrastruktura hodowlana i sportowa oraz inne.

Sprawia to, że przemysł oferuje bardzo zróżnicowane pole działalności zawodowej we wszystkich regionach kraju, zarówno na wsi jak i w obrębie miast. Od typowo rolniczych kierunków zatrudnienia jak hodowca, osoba prowadząca wychów, przygotowująca konie na sprzedaż czy do użytkowania, producent pasz itp., aż po miejskie zawody trenera, instruktora, zawodowego jeźdźcy, personel prowadzący kluby jeździeckie, organizujący wyścigi konne, produkujący sprzęt dla hodowli czy jeździectwa, pracowników wydawnictw o tematyce konńskiej itd.

### Znaczenie koni i przemysłu konnego

Znaczenie koni i przemysłu konnego oraz ich potencjalnych możliwości przejawia się w wielu sferach. Przede wszystkim ekonomicznej, społecznej, ekologicznej, ale również naukowej, kulturowej (tradycje) oraz wartości estetycznych związanych z pięknem sportu jeździeckiego. Jednak trzy główne sfery oddziaływania przemysłu konnego to:

- sfera ekonomiczna,
- sfera społeczna,
- sfera ekologiczna.

### Sfera ekonomiczna

W wielu krajach o nowoczesnej gospodarce, takich jak USA, Anglia, Francja, czy kraje skandynawskie, przemysł koni jest poważnym i produktywnym sektorem ekonomicznym. Oprócz generowania znacznego obrotu, przemysł konny jest podstawą wielu przedsięwzięć gospodarczych zapewniających istotny wkład do lokalnych i narodowych budżetów.

Już same te gospodarcze względy sprawiają, że sektor koni jest doceniany i przyciąga uwagę władz lokalnych i rządowych, mediów i obywateli. Rośnie liczba imprez z końmi (zawody sportowe, wystawy, pokazy, festyny, targi).

W takich krajach, jak Anglia, Szwecja, Francja, Niemcy, gdzie sport i rekreacja jeździecka należą do najpopularniejszych sportów, lokalny przemysł konny generuje obrót stanowiący istotny udział w PKB.

**W wielu krajach, gdzie sport i rekreacja jeździecka należą do najpopularniejszych sportów, lokalny przemysł konny generuje obrót stanowiący istotny udział w PKB.**

Na przykład populacja koni w Niemczech liczy ponad 1,1 mln. Ok. 150 tys. sztuk stanowią klacze matki wpisane do ksiąg hodowlanych ras wierzchowych. Ponad milion hektarów łąk zagospodarowane zostało na użytek klubów jeździeckich i hodowli koni. Niemiec-ka hodowla we właściwy sposób zareagowała na potrzeby rynku, ten zaś pozwolił utworzyć wiele miejsc pracy niezbędnych temu sektorowi gospodarki. Podobnie kształtuje się sytuacja we Francji, w której działa aż 5 400 szkół jeździeckich, 1 800 konskich farm i 80 000 km turystycznych szlaków konnych.

Przykład rozwiniętych krajów Zachodu pokazuje, że rozwój rynku jeździeckiego niesie bardzo duże możliwości dla gospodarki narodowej. W krajach o rozwiniętym sporcie wyścigowym (np. Anglia i Francja) znaczący obrót i przychody dla budżetu państwa generuje także totalizator wyścigowy.

Właściciele i użytkownicy koni stali się ważną grupą konsumentów. Rośnie sprzedaż pasz i artykułów związanych z posiadaniem i użytkowaniem koni. Przedsięwzięcia związane z końmi (np. wykorzystanie ziemi na produkcję pasz, ściółki i pastwiska dla koni) generują coraz większą część dochodów w gospodarstwach wiejskich w całej Europie, częściowo jako substytut zmniejszającej się produkcji mięsa i mleka (związanej np. z kwotowaniem) oraz innych zmian w rolnictwie.

Jedną z możliwych strategii jest tu rozwój usług związanych z końmi jak np.: nauka jazdy lub rekreacja konna, wypas, stajnia (pensjonat), drogi przejażdżek, wynajem koni (wraz z usługami i terenami do jazdy), transport koni, produkcja pasz wysokiej jakości, pośrednictwo w sprzedaży pasz i inne. Te przedsięwzięcia mają duży udział w utrzymaniu i ochronie zatrudnienia na wsi co jest ważne z punktu widzenia tak ekonomicznego, jak i społecznego. W ten sposób rozwój przemysłu konnego stanowi czynnik rozwoju regionalnego i obszarów wiejskich.

W niektórych regionach w naszym kraju hodowla czy też produkcja i utrzymanie koni jest często jednym z wiodących profili gospodarstw rolnych (konie zimnokrwiste). Sytuacja taka występuje na Podlasiu, Lubelszczyźnie, Pomorzu, Mazowszu, Warmii i Mazurach, gdzie hodowla koni zimnokrwistych jest alternatywą dla innej produkcji zwierzęcej. Poza tym, mimo mechanizacji rolnictwa, w wielu rejonach świata zwierzęta pociągowe mają wciąż znaczny udział.

Biorąc pod uwagę:

- sferę użytkowania koni z klubami i ośrodkami jeździeckimi, gospodarstwami agroturystycznymi użytkującymi konie, setkami zawodów i imprez konnych, wyścigami i rekreacją, obrotem końmi,
- sferę hodowli koni ze stadninami i hodowcami,
- rolnictwo – wykorzystanie ziemi na produkcję pasz, ściółki i pastwiska dla tysięcy koni,
- ziemię, wyposażenie, budynki, towary i usługi niezbędne do wyhodowania, utrzymania i użytkowania koni, można zrozumieć, w jaki sposób przemysł konny stanowi wpływowy element, który gdy potraktuje się go całościowo, we wszystkich jego różnorodnych aspektach, wnosi ogromny wkład do gospodarki kraju.

### Sfera społeczna

Rzeczony przemysł konnego należy traktować jako jeden z czynników poprawy jakości życia społeczeństwa i jego przyszłych pokoleń. Choć skala rozwoju zainteresowania jeździectwem w Polsce jest mniejsza niż w zamożnych krajach Zachodniej Europy, warto wykorzystać rozwijające się zainteresowanie naszego społeczeństwa tą formą rekreacji do rozwoju i aktywizacji różnych form

użytkowania konia, w tym turystyki jeździeckiej. Rozwój jeździectwa rekreacyjnego w Polsce oddaje tendencję znaną z krajów zachodnich, zwłaszcza środowisk silnie zurbanizowanych i industrializowanych. Przesyt motoryzacją i współczesnym, miejskim trybem życia, hałasem i pośpiechem właściwym dla życia w wielkich aglomeracjach miejskich, który w tak szybkim tempie obejmuje szerokie kręgi naszego społeczeństwa, owocuje nawrotem do czynnego spędzania wolnego czasu na łonie natury, w tym rekreacyjnej jazdy konnej. W miarę zwiększania się ilości czasu wolnego i wzrostu stopy życiowej społeczeństwa, wzrasta także świadomość, jak istotne jest racjonalne zagospodarowanie tego czasu i jak ważną funkcję prozdrowotną pełni odpowiednio dobrana rekreacja ruchowa.

Liczba osób uprawiających jeździectwo w krajach Zachodniej Europy znacznie przewyższa liczbę koni – 2-4% populacji jeździ konno. W Polsce szacuje się, że ok. 0,4% krajowej populacji jeździ konno (rekreacyjnie i sportowo), czyli ok. 150 000 – 160 000 osób. Przykłady Europy Zachodniej wskazują pozytywny związek między poziomem konsumpcji i zamożności społeczeństwa, a zapotrzebowaniem na usługi jeździeckie.

**Przykłady Europy Zachodniej wskazują pozytywny związek między poziomem konsumpcji i zamożności społeczeństwa, a zapotrzebowaniem na usługi jeździeckie.**

Odniesienie liczby koni do liczby mieszkańców daje zorientowanie w dostępności konia dla użytkowników. Jest on najwyższy w bogatych krajach Unii, jak Dania, Szwecja, Holandia i Belgia (ponad 20 koni/1000 mieszkańców). Symptomy rozwoju jeździectwa rekreacyjnego obserwuje się także w Polsce, o czym świadczy rozrastanie się sektora usług jeździeckich. Jednak czasem spotyka się jeszcze stereotypowe traktowanie jeździectwa jako rozrywki wąskiej grupy bogatych ludzi, co wynika z braku doinformowania o współczesnej roli koni w rozwiniętych krajach Zachodniej Europy i w Polsce. Rosnąca popularność rekreacyjnej jazdy konnej i potencjał drzemący w tej formie spędzania wolnego czasu oraz w całym przemyśle konnym daje dobre prognozy wykorzystania koni w gospodarce naszego kraju tym bardziej, że koszty utrzymania konia w Polsce są nieporównanie niższe niż na Zachodzie. Inny aspekt oddziaływania jeździectwa na sferę społeczną widać w przypadku hipoterapii. Osiągnięcia tej dziedziny wskazują na szczególne walory jazdy konnej, które czynią z niej formę ruchu szczególnie przydatną w leczeniu i rehabilitacji licznych postaci niepełnosprawności. Oddziaływanie przemysłu konnego na sferę społeczną zaznacza się też w sektorze edukacyjnym związanym z hodowlą, użytkowaniem i leczeniem koni. Żywiłowy

wzrost liczby chętnych do jazdy konnej stymuluje rozwój różnych form szkolenia kadr. Większość uczelni rolniczych w kraju posiada studia o specjalności hodowla koni. Fachowców kształcą też technika hodowli koni i studia podyplomowe oraz specjalistyczne kursy zawodowe (np. podkuwaczy). Kursy finansowane przez UE („Kadry przemysłu konnego w województwie mazowieckim”) prowadził Polski Związek Jeździecki we współpracy z Polskim Związkiem Hodowców Koni. Wiele kursów różnych szczebli przygotowuje instruktorów i trenerów jazdy konnej, a także przodowników turystyki górskiej. Istnieją międzynarodowe formy kształcenia w postaci różnych kategorii systemów edukacyjnych, takich jak: „Science” (equine science) – kształcących lekarzy weterynarii, podkuwaczy, fizjoterapeutów, konskich dentystów, żywieniowców, siodlarzy, czy „Sport”: kształcących instruktorów i trenerów, jeźdźców, luzaków. Powstają międzynarodowe sieci współpracy na polu edukacji jak np. European Horse Network. Społeczny aspekt ma też fakt generowania przez przemysł koni miejsc pracy, co wpływa na ograniczanie bezrobocia. Rozwój zapotrzebowania na usługi jeździeckie pociągający za sobą zapotrzebowanie na konie, na pasze dla nich jest w stanie łagodzić skutki bezrobocia na wsi.





Analizy przeprowadzone w różnych krajach europejskich wskazują, że ok. 5, a w Polsce 7–8 koni generuje jedno miejsce pracy w przemyśle konnym (biorąc pod uwagę zatrudnienie pośrednie i bezpośrednie).

Warto zwrócić uwagę na szczególny aspekt społeczny jeździectwa. Na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci zaszła zmiana z wykorzystania konia jako typowo męskiej dziedziny (wykorzystanie koni jako siły roboczej w przemyśle, rolnictwie, w wojsku), na dziedziny w której dominują kobiety. Według różnych badań udział kobiet w użytkowaniu koni wynosi nawet do ok. 80%.

### Sfera ekologii

Konie uważa się za zwierzęta „ekologiczne”, co ma związek z tym, że ich hodowla nie wiąże się z produkcją uciążliwych dla środowiska zanieczyszczeń (jak w hodowli trzody chlewnej czy drobiu), nie jest zmechanizowana i w dużej mierze korzysta z naturalnych pasz. Z kolei naturalnym elementem rekreacji konnej – wyjazdów w teren czy turystyki konnej, jest obcowanie z przyrodą, które uwrażliwia na stan środowiska i uczy o nie dbać. Konie jako zwierzęta pasące się, spełniają istotną rolę w ochronie krajobrazu Europy Północnej, ale także i innych, wrażliwych regionów Europy. W półnaturalnych warunkach, przy zachowaniu odpowiedniego poziomu intensywności wypasu, konie dobrze spełniają tę rolę. Niektóre rasy koni są szczególnie do tego odpowiednie, jak koniki polskie (bagna bieleńskie), konie huculskie (w regionach górskich), stare rasy koni zimnokrwistych i kuców. Prawie wszystkie kraje Unii Europejskiej mają programy rolno-środowiskowe ukierunkowane na ochronę wartościowych biotopów na najbardziej narażonych terenach, w których konie mają do spełnienia ważną rolę. Programy te są ważne także ze względu na ochronę bioróżnorodności – do opisanych celów wykorzystywane są rodzime rasy koni, zagrożone wyginięciem.

### Perspektywy rozwoju przemysłu konnego w Polsce

Świadczy o tym jego potencjał i dotychczasowa dynamika rozwoju. Koniecznym warunkiem jest zwiększenie udziału społeczeństwa w rekreacji jeździeckiej poprzez promocję koni i upowszechnianie jeździectwa rekreacyjnego. Pociągnie to za sobą budowanie rynku dla polskich koni. Szanse na wzrost zainteresowania Polaków jazdą konną, jako dziedziną rekreacji ruchowej wynikają choćby z takich przesłanek, jak rosnąca świadomość zdrowotna, możliwości konsolidacji rodziny wokół wspólnego hobby, moda na ekologię, poprawa statusu materialnego. Mamy dobry punkt wyjścia do wykorzystania i powiększenia potencjału drzemącego w szerokim, rekreacyjnym użytkowaniu koni oraz w trwającym już ponad 10 lat, intensywnym tworzeniu „przemysłu konińskiego”. Do tego Polska ma bardzo dobre warunki. Nasze atuty w tym względzie to: liczne i zmieniające się w odpowiednim kierunku pogłowie koni liczące obecnie ponad 300 tys. sztuk, sprzyjające warunki przyrodnicze i hodowlane, długoletnie tradycje hodowlane, struktury organizacyjne i kadry, brak zewnętrznych ograniczeń produkcji, społeczna akceptacja dla hodowli i użytkowania koni. Krajowa hodowla zarodowa stanowi wystarczającą bazę dla rozwoju jeździectwa i przemysłu konnego w Polsce. Nasze rasy koni wierzchowych (konie szlachetne półkrwi, wielkopolskie, małopolskie) są dobrze przystosowane do użytkowania w jeździectwie masowym – rekreacyjnym i na niższych poziomach sportu jeździeckiego. Wyhodowanie konia sportowego wysokiej klasy wymaga zazwyczaj wykorzystania reproduktorów zagranicznych. Głównym produktem krajowego przemysłu konnego o największej reputacji na świecie jest koń czystej krwi arabskiej. Jednak zagraniczne rynki zainteresowane są także innymi końmi wyhodowanymi w Polsce. Za granicą są wyspecjalizowani dilerzy naszych koni. Udana dla nas okazała się aukcja FENCES we Francji w końcu 2011 r. – jedno z najważniejszych wydarzeń w obrocie końmi skokowymi. Skład koni biorących udział w najwyższej rangi zawodach w powożeniu zaprzęgami parokonnymi

wskazuje, jak doskonałą markę mają nasze konie zaprzęgowe. Przykładem, że jesteśmy w stanie hodować konie sportowe światowego formatu, będące „lokomotywnymi” promującymi krajową hodowlę mogą być takie konie, jak sytuujące się wysoko w światowych rankingach koni ujeżdżeniowych Randon, Martini, Ekwador, Wag. W wyścigach przez przeszkody, międzynarodowe sukcesy osiągnęły konie pełnej krwi angielskiej takie jak Tiumen (trzykrotnie z rzędu zwyciężał w Wielkiej Pardubickiej), a także inne konieprzeszkodowe jak Masini czy Janosz. Tak więc, krajowa hodowla jest w stanie dochować się koni sportowych dużego formatu. Jednak do zaistnienia na konkurencyjnych, silnych rynkach zagranicznych niezbędne jest podnoszenie poziomu naszego sportu jeździeckiego i będąca jego efektem promocja polskich koni poprzez ich wyniki sportowe. Innym, poza końmi arabskimi, eksportowym produktem krajowego przemysłu konnego może być turystyka jeździecka, stającą się coraz popularniejszą formą aktywnego wypoczynku na terenach niezurbanizowanych. Turystyka jeździecka jest jedną z najbardziej naturalnych dróg upowszechniania i rozwoju jeździectwa, wyjścia z użytkowaniem koni do szerszych grup społeczeństwa. Jest przy tym szansą na rozwój środowiska wiejskiego, zdyspersyfikowanie jego aktywności i otwarcie na nowe możliwości. Turystyka jeździecka kreuje miejsca pracy i odkrywa nowy potencjał dla społeczności wiejskich. Generuje dochód hodowców koni, właścicieli ośrodków jeździeckich, zaplecza noclegowego i gastronomicznego, zapewnia zbytu producentom pasz itp. Pozwala chronić dawne, zanikające zawody związane z hodowlą i użytkowaniem koni jak kowalstwo i podkownictwo, rymarstwo, produkcja powozów i innych elementów jeździeckiego wyposażenia. Turystyka konna jest też działalnością proekologiczną, gdyż jest nierozłącznie związana ze środowiskiem przyrodniczym.



Turystyka jeździecka jest dobrze rozwiniętym działem współczesnego przemysłu turystycznego w Wielkiej Brytanii, USA, Irlandii, Francji, Hiszpanii, Rumunii, Węgier i innych krajach. Dziedzina ta w tych krajach obrosła w rozbudowany przemysł spełniający wymagania odnośnie profesjonalnych instruktorów, przygotowania koni, infrastruktury, innowacji, usług wysokiej jakości i ochrony środowiska. W Polsce turystyka konna daje możliwość odwiedzenia ciekawych zakątków kraju, w których bywa mało osób, a środowisko nie zostało mocno przekształcone przez człowieka. Takiej formie spędzania wolnego czasu sprzyjają walory przyrodnicze naszego kraju, na którym industrializacja nie wywarła tak dużego piętna jak na krajach Europy Zachodniej, w których trudno znaleźć tereny wolne od ogrodzeń, nie poprzecinane gęstą siecią dróg i autostrad, i gdzie trudno uprawiać jeździectwo poza ośrodkami i klubami jeździeckimi. Uprawianiu turystyki jeździeckiej sprzyjają obszary o małych wpływach cywilizacyjnych, z zachowaną równowagą ekologiczną, o naturalnym górskim, pojeziernym lub nadmorskim krajobrazie.

### Turystyczne regiony

Przykładem potwierdzającym te przesłanki jest rozwój turystyki i rekreacji jeździeckiej na Mazurach, Pomorzu i w Karpatach. Szczególnie korzystne warunki pod tym względem panują m.in. w Bieszczadach i Beskidzie Niskim z ich trudno dostępnymi, niemal dziewiczymi terenami o dzikiej przyrodzie. Górską turystyką jeździecką łącząc dwa oblicza – wrażliwość na piękno gór i pasję do koni, oferuje doskonałe możliwości poznawania takich obszarów oraz intymnego i harmonijnego obcowania z przyrodą o naturalnym, górskim krajobrazie. Wysoka jakość środowiska w Polsce przekłada się na wzrost atrakcyjności turystycznej naszego kraju.

### Atuty polskiej przyrody

Nasza przyroda nie jest jeszcze w tak dużym stopniu zdegradowana i skażona industrializacją. Oprócz dużego pogłowia koni odpowiednich do prowadzenia rekreacji i turystyki, atutem naszego kraju jest znaczna różnorodność biologiczna i krajobrazowa. Lasy, góry, jeziora, morze, wiele nieuregulowanych jeszcze rzek i urozmaicony krajobraz wiejski, to doskonałe warunki do uprawiania jeździectwa na łonie przyrody. Turystyka i rekreacja konna na łonie przyrody, a także agroturystyka z udziałem koni, mogą stanowić cenny produkt polskiego przemysłu konińskiego. Jest to czynnik wzrostu międzynarodowej konkurencyjności Polski jako cel podróży turystów z bardziej rozwiniętych gospodarczo krajów Europy Zachodniej. W Polsce mają oni możliwość uprawiania turystyki i rekreacji jeździeckiej na terenach, do których nie mają dostępu w swoich krajach. Jak wynika z powyższych rozważań, istnieją silne przesłanki i odpowiednie warunki do rozwoju przemysłu konnego w Polsce, zwiększania jego ekonomicznej wartości i wkładu do kulturowego, społecznego, edukacyjnego, zdrowotnego i sportowego życia kraju. Trzeba doskonalić warunki do wykorzystania tego potencjału i wspierać rozwój przedsiębiorczości w tym sektorze. ■

Wywiad z Tomaszem Kobierskim,  
wiceprezesem Zarządu  
Międzynarodowych  
Targów Poznańskich,  
Przewodniczącym  
Komitetu  
Organizacyjnego  
CAVALIADY Tour,  
pomysłodawcą  
Horse Business Club.

Tekst: RENATA HILLE  
Zdjęcia: OLIVIA CHMIELEWSKA, equista.pl

# Projekt Cavaliada



## Skąd zainteresowanie Międzynarodowych Targów Poznańskich jeździectwem?

Międzynarodowe Targi Poznańskie od lat są związane z jeździectwem. Zawody odbywają się w halach MTP od 20 lat. W latach 50. sponsorowaliśmy także CSIO rozgrywane na poznańskiej Woli. Stukot końskich kopyt było słychać już 95 lat temu, od samego początku założenia targów. W bliskim sąsiedztwie stacjonował 15. Pułk Ułanów Poznańskich. Dziś w tym miejscu znajduje się magazyn przeszkód Cavaliady. Historia Międzynarodowych Targów Poznańskich spletała się z końmi. To temat bliski sercu w naszej firmie. Już od 95 lat promujemy Poznań na arenie międzynarodowej i uważamy, że między innymi jeździectwo jest świetną wizytówką miasta.

## Cavaliada to odwrótność sposobu działania MTP. Zazwyczaj to impreza towarzyszy targom, a nie na odwrót.

Portfolio i działalność Międzynarodowych Targów Poznańskich z roku na rok się powiększa. To prawda, że przede wszystkim jesteśmy kojarzeni jako organizator targów. Przygotowanie wydarzeń targowych daje nam wiedzę o możliwościach naszego zespołu i jego mocnych stronach. Dlatego już od kilku dobrych lat wycho-

dzimy poza utarte ścieżki. Dwukrotnie mieliśmy okazję współpracować z Sekretariatem Konwencji Narodów Zjednoczonych ds. Zmian Klimatu. Pierwszy raz podczas Konferencji Klimatycznej ONZ (COP13) w 2009 r. na terenie MTP i drugi raz na Stadionie Narodowym w Warszawie (COP19) w 2013 roku, gdzie przygotowaliśmy całą infrastrukturę. Ponadto byliśmy odpowiedzialni za organizację i obsługę wydarzeń międzynarodowych w czasie Prezydencji Polski w Radzie Unii Europejskiej w drugiej połowie 2011 r., z których część odbyła się na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Dysponujemy najnowocześniejszą salą widowiskowo-koncertową w Polsce – Salą Ziemi, przystosowaną do organizacji sympozjów, koncertów i innych wydarzeń poza targowych. Nie mogę powiedzieć, że Cavaliada jest odwrótnością sposobu działania Międzynarodowych Targów Poznańskich, ponieważ podobnych wydarzeń jest bardzo wiele.

## Jakie znaczenie w portfolio MTP ma Cavaliada?

Jak już powiedziałem, Cavaliada jest tylko ułamkiem naszych możliwości. To wydarzenie jest jednak wyjątkowe i ma szczególne znaczenie w naszym portfolio. Łączy w sobie wielkie emocje, sport i zasady fair play. W takiej atmosferze łatwiej budować relacje z wystawcami,



zwiedzającymi i partnerami. Każde miasto, w którym odbywa się Cavaliada przez cztery dni wypełnione jest pozytywną energią. W mediach społecznościowych Cavaliada trwa cały rok. Nasz projekt gromadzi wokół siebie zarówno fanów jeździectwa, jak również wielopokoleniowe rodziny. To społecznie cenne wydarzenie, bo tak samo bawi i dostarcza radości odwiedzającym, jak i edukuje oraz zwraca uwagę na relacje człowieka ze zwierzętami.

#### **Dlaczego właśnie ten sport, a nie na przykład tenis czy piłka nożna, która ma zdecydowanie większą liczbę odbiorców?**

Nierozważne byłoby zaprzepaścić pozytywną energię i skojarzenia, które na przestrzeni lat wytworzyły się wokół jeździectwa i Międzynarodowych Targów Poznańskich. Jak już powiedziałem zapraszamy do siebie całe rodziny i tworzymy unikalną społeczność. To jest fantastyczne. Jeździectwo i targi spotły się nierozdzielnie tak samo, jak konie wpisały w historię Polski. Jeździectwo jest sportem o wymiarze ponad kulturowym, kojarzonym z elegancją, prestiżem i klasą premium. I takie od 95 lat są Międzynarodowe Targi Poznańskie.



#### **Wydaje się, że projekt przeszedł najsmielsze oczekiwania. Zaczęło się od jednej lokalizacji, teraz jest ich już kilka.**

To prawda. Fenomen Cavaliady nas pozytywnie zaskoczył. Jesteśmy komercyjną firmą, dlatego po szczegółowej analizie projektu uznaliśmy, że można, a wręcz trzeba iść do przodu i go rozwijać. Jak widać dobrze oceniliśmy potencjał tego wydarzenia. Zresztą liczby mówią same za siebie. Kiedy w 2009 roku Cavaliada odbywała się tylko w Poznaniu, na towarzyszących jej targach sprzętu i akcesoriów jeździeckich wystawiły się 44 firmy. Cztery lata później wystawców było już 100. Jeszcze większą dynamiką towarzyszyła liczbie zwiedzających. Do roku 2010 liczba gości nie przekraczała siedmiu tysięcy. W 2011 i 2012 roku Cavaliadę w Poznaniu odwiedziło już 26 tysięcy osób. Ten wzrost był efektem nie tylko większej atrakcyjności wydarzenia, ale również owocem intensywnych działań promocyjnych, które z roku na rok nabierały rozpędu. Ostatecznie w sezonie 2015/2016 na parkurach zobaczyliśmy łącznie 1200 koni i bez mała 500 zawodników, którzy wygrali łącznie 1,4 miliona złotych. W Poznaniu, Lublinie i Warszawie zawodnikom kibicowało łącznie aż 69 tysięcy osób.

#### **Z jednej strony środowisko jeździeckie z pewnością cieszy sukces Cavaliady, z drugiej jednak MTP może „zagłuszać” innych organizatorów imprez tej rangi.**

Wydaje mi się, że wpływ Cavaliady jest wręcz odwrotny. Moim zdaniem dzięki niej udało się rozwinąć w Polsce również inne zawody jeździeckie. Dała raczej pewnego rodzaju impuls i zmotywowała do działania organizatorów podobnych wydarzeń. Cavaliada pojawiła się sześć lat temu. To był trudny moment. W Polsce szalał kryzys, który spowodował, że wielu sprawdzonych organizatorów wydarzeń jeździeckich zniknęło ze sceny. Kiedy wpisano Cavaliadę do kalendarza centralnego Polskiego Związku Jeździeckiego sceptycy nie wierzyli, że nam się uda. Jak widać kryzys nas ominął, a sukces Cavaliady przełożył się pośrednio na zmianę patrzenia na jeździectwo i samą promocję tego sportu.

Kiedy zaczęliśmy frekwencja publiczności na podobnych imprezach nie była imponująca. Wiedzieliśmy, że tym wydarzeniom czegoś brakuje. Wzięliśmy pod lupę program i zaczęliśmy go urozmaicać. Trafiliśmy w dziesiątkę z formułą imprezy, która teraz podoba się tak samo oddanym fanom jeździectwa, jak i osobom chcącym po prostu spędzić weekend w ciekawy sposób. Bardzo ważni są dla nas także zawodnicy. Staramy się budować wokół zawodów dobrą atmosferę, słuchamy uwag jeźdźców startujących na Cavaliadzie i przez cały czas próbujemy wszystko doskonalić.

#### **Jakie są plany na kolejne 5 lat?**

W kolejnych latach będziemy stawiać na jakość, a nie na ilość. Wiąże się to między innymi z podwyższeniem rangi zawodów. Poza tym od dawna jesteśmy gotowi do przeprowadzenia Finału Pucharu Świata! A takiej promocji Polski i polskiego jeździectwa jeszcze nigdy w historii naszego kraju nie było! Mam nadzieję, że to się uda w niedalekiej przyszłości. ■



Oferujemy szeroki wybór drzew o różnych parametrach



Zapewniamy szeroki asortyment krzewów liściastych oraz iglastych



Posiadamy nowoczesny, przestronny plac szybkiej sprzedaży



Aktualna oferta na stronie [www.byczkowscy.pl](http://www.byczkowscy.pl)



Glinka Duch., ul. Słowackiego 15  
62-025 Kostrzyn Wlkp.  
tel.: + 48 61 818 80 55, fax: + 48 61 817 84 60  
[www.byczkowscy.pl](http://www.byczkowscy.pl)

# Plan Rozwoju i Promocji Jeździectwa Powszechnego w Polsce na lata 2016-2020



**P**lan Rozwoju i Promocji Jeździectwa Powszechnego (zwany dalej „Planem”) przedstawia obszary działań, które mają na celu zwiększenie zainteresowania jeździectwem powszechnym i czynnym uprawianiem jeździectwa.

Jeździectwo powszechne rozumiane jest jako wszelkie podejmowane działania związane i kojarzone z końmi, w tym sport masowy, jazdy rekreacyjne, turystyczne, profilaktyka zdrowotna/rehabilitacja. Realizacja założeń Planu ma przyczynić się do podkreślenia wyjątkowości dyscypliny jeździeckiej w relacji człowiek-konń i najszerzego ze wszystkich rodzajów sportów działania na sferę edukacyjną, społeczną (zwłaszcza podniesienie samooceny, zapobieganie wykluczeniu społecznemu i uzależnieniom), gospodarczo-turystyczną (podniesienie atrakcyjności terenów, możliwość uzyskiwania dodatkowych dochodów, wykonywanie zawodów związanych z szeroko pojętą

branżą konną) i prozdrowotne (większa sprawność fizyczna, przeciwdziałanie chorobom cywilizacyjnym). Plan zakłada utworzenie Polskiej Akademii Rozwoju i Promocji Jeździectwa Powszechnego pod auspicjami Polskiego Związku Jeździeckiego, która będzie pełniła zadania jednostki wdrożeniowej na poziomie krajowego koordynatora działań zgodnych z przyjętymi kierunkami niniejszego planu. Plan będzie poddawany bieżącej aktualizacji w ramach prowadzonych konsultacji ze wszystkimi zainteresowanymi stronami. Przeprowadzenie konsultacji w takiej formie ma szansę na dotarcie do szerokiego kręgu osób zainteresowanych rozwojem jeździectwa w Polsce, tworząc szerokie forum dyskusji, wymiany myśli i poglądów. Po przeprowadzonych konsultacjach zostaną opracowane szczegółowe programy wdrożeniowe przyjętych założeń.

## Cele realizacji planu do 2020 roku

### Cel główny

Zwiększenie liczby osób uprawiających sporty konne, rekreację i turystykę konną oraz propagowanie obcowania z końmi jako elementu zdrowego trybu życia.

### Cele operacyjne:

#### Cel 1. Edukacja i promocja profilaktyki zdrowotnej

- Zadania:
- 1.1. Przygotowanie scenariusza lekcji pokazowej w szkołach
  - 1.2. Przygotowanie materiałów edukacyjnych dla szkół i ośrodków jeździeckich
  - 1.3. Prace systemowe przy wdrażaniu programu WF na koniach
  - 1.4. Prace systemowe przy tworzeniu i promocji sekcji jeździectwa oraz rozwoju szkolnych klubów sportowych
  - 1.5. Przygotowanie programu świadomego uprawiania jeździectwa oraz obcowania z końmi przez całe życie
  - 1.6. Przygotowanie programu dla osób starszych i zagrożonych wykluczeniem społecznym
  - 1.7. Przygotowanie programu gimnastyki korekcyjnej oraz fitness na koniu

#### Cel 2. Zwiększenie kompetencji kadr i jakości świadczonych usług

- Zadania:
- 2.1. Wdrażanie podstawowych kanonów jeździeckich
  - 2.2. Szkolenia i kursy pedagogiczne dla instruktorów i trenerów jeździectwa
  - 2.3. Wdrażanie nowoczesnych narzędzi marketingowych i sprzedażowych usług jeździeckich
  - 2.4. Wspieranie szkolnictwa w zakresie zawodu jeźdźcy i realizacja kursów zawodowych
  - 2.5. Popularyzacja działań w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej związanej z jeździectwem

#### Cel 3. Promocja produktu jakim jest jeździectwo

- Zadania:
- 3.1. Przygotowanie zestandaryzowanych materiałów edukacyjnych (np. makiety, plakaty, broszury, foldery, książki)
  - 3.2. Stworzenie i aktualizacja systemu informacji i komunikacji o możliwościach uprawiania jazdy konnej
  - 3.3. Obrandowanie certyfikowanych ośrodków i klubów jeździeckich marką Polskiego Związku Jeździeckiego
  - 3.4. Uruchomienie i prowadzenie strefy kibica
  - 3.5. Promocja dobrych praktyk w zakresie jeździectwa i turystyki konnej

#### Cel 4. Wypracowanie zasad selekcji koni rekreacyjnych

- Zadania:
- 4.1. Opracowanie i aktualizacja zasad selekcji koni do rekreacji, hipoterapii i turystyki konnej
  - 4.2. Opracowanie i aktualizacja programów szkoleniowych dla koni przeznaczonych do małego sportu, rekreacji, turystyki konnej oraz lekcji wychowania fizycznego
  - 4.3. Współpraca z PZH w zakresie tworzenia programu hodowlanego koni do rekreacji

#### Cel 5. Utworzenie Polskiej Akademii Rozwoju i Promocji Jeździectwa Powszechnego pod auspicjami Polskiego Związku Jeździeckiego

##### Zadania:

- 5.1. Wdrażanie celów planu rozwoju i promocji jeździectwa powszechnego
- 5.2. Kreowanie i inicjowanie nowych form i narzędzi w zakresie podnoszenia jakości polskiego jeździectwa
- 5.3. Prowadzenie działalności promocyjnej, edukacyjnej i szkoleniowej
- 5.4. Wspieranie i popularyzacja zawodów towarzyskich, amatorskich i masowych imprez rekreacyjnych z udziałem koni
- 5.5. Krzewienie pamięci historii jeździectwa polskiego
- 5.6. Realizowanie projektów badawczych i rozwojowych
- 5.7. Współpraca międzynarodowa

## Zasady wdrażania

Założenia planu będą wdrażane przez partnerów biorących udział w realizacji poszczególnych celów planu. Plan będzie aktualizowany w zależności od potrzeb, jednak nie rzadziej niż raz w roku. Instrumenty finansowania planu

Fundusze krajowe i dotacje unijne np.:

- 1.1. Regionalne Programy Operacyjne na lata 2014–2020
- 1.2. Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020
  - 1.2.1. Środki w ramach Lokalnej Grupy Działania:
    - a) podejmowanie działalności gospodarczej
    - b) dywersyfikacja źródeł dochodu w gospodarstwie
    - c) rozwijanie przedsiębiorstw (w tym projekty grantowe)
  - 1.2.2. Modernizacja gospodarstw rolnych
  - 1.2.3. Premie na rozpoczęcie działalności pozarolniczej
- 1.3. Powiatowe Urzędy Pracy
  - 1.3.1. Kursy zawodowe
  - 1.3.2. Projekty stażowe i dla bezrobotnych
  - 1.3.3. Dotacje na podjęcie działalności gospodarczej
- 1.4. Ministerstwo Sportu i Turystyki
  - 1.4.1. Sport powszechny
- 1.5. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej
  - 1.5.1. Fundusz Inicjatyw Obywatelskich
- 1.6. Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój
- 1.7. Fundusze Gminne, Powiatowe, Marszałkowskie/Wojewódzkie Powiatowe Centrum Pomocy Rodzinie,
- 1.8. Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (rodziny dysfunkcyjne, osoby zagrożone wykluczeniem społecznym i zawodowym)
- 1.9. Środki własne
- 2.0. Sponsorzy

## Partnerzy

Wojewódzkie związki jeździeckie, kluby i ośrodki jeździeckie, Polski Związek Hodowców Koní, szkoły i jednostki naukowe, związki i organizacje pozarządowe, media, administracja rządowa i samorządowa, osoby fizyczne i osoby prawne, ochotnicze hufce pracy, polskie towarzystwo turystyki konnej, organizacje międzynarodowe.

## Mocne i słabe strony jeździectwa powszechnego w Polsce

### MOCNE STRONY

### SŁABE STRONY

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duża liczba ośrodków jeździeckich (ok. 3 tys.)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zbyt niski stopień identyfikacji ośrodków i klubów z marką PZJ.</li> <li>• Zbyt dużo ośrodków i klubów jeździeckich funkcjonuje poza strukturami PZJ.</li> <li>• Zbyt niski stopień zaufania do PZJ.</li> <li>• Brak konsolidacji ośrodków.</li> <li>• Brak odpowiedniej liczby koni do rekreacji w poszczególnych ośrodkach.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dostateczna liczba instruktorów</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zbyt niski poziom wiedzy instruktorów, zwłaszcza instruktorów rekreacji.</li> <li>• Brak skonsolidowania środowiska instruktorów i środowiska trenerskiego.</li> <li>• Niewypracowane stanowisko dotyczące szkoleniowców, ich ścieżki kariery w związku z deregulacją zawodu.</li> <li>• Brak listy aktywnych szkoleniowców.</li> <li>• Brak wpływu aktywnych trenerów na zmiany w systemie szkolenia.</li> <li>• Brak oferty dla aktywnych trenerów i właściwego doszkalania ich za pomocą kontaktów z najlepszymi trenerami polskimi i zagranicznymi.</li> <li>• Brak jednolitego systemu szkolenia podstawowego – poniżej brązowej odznaki.</li> </ul>                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duża liczba szlaków konnych w atrakcyjnych regionach Polski</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak menedżerów i zarządzających szlakami, które ponadto są wykorzystywane w bardzo małym stopniu.</li> <li>• Brak specjalistów od turystyki aktywnej konnej i profesjonalnie stworzonych produktów turystycznych z tym związanych, wynikających m.in. z braku takiego kierunku na wyższych uczelniach.</li> <li>• Niewystarczająca znajomość języków obcych u organizatorów turystyki konnej i wynikająca stąd obawa przed gośćmi zagranicznymi.</li> <li>• Brak oferty w zakresie kształcenia specjalistów na wyższych uczelniach.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duże zapotrzebowanie klientów na naukę jazdy konnej</li> <li>• Duży potencjał zainteresowanej jazdy konną młodzieży (mogłoby być ok. 300 tys. osób w ramach lekcji WF)</li> <li>• Duża liczba amatorów realizująca swoją wizję jeździectwa, zawody amatorskie, towarzyskie rekonstrukcje historyczne, turnieje rycerskie, łuczniczo-konne itp.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak programów wspomagających uprawianie jazdy konnej niezależnie od sytuacji materialnej.</li> <li>• Brak edukacji i konieczność podnoszenia świadomości o plusach jeździectwa w zakresie rozwoju motoryki dużej i małej, poprawa wzorca ruchu itp.</li> <li>• Brak możliwości uprawiania jeździectwa w ofercie klubów szkolnych, sekcji jeździeckich, drużyn harcerskich i innych tzw. niekomercyjnych.</li> <li>• Brak oferty skierowanej do różnych grup społecznych (m.in. osób w podeszłym wieku, niepełnosprawnych ruchowo itp.).</li> <li>• Brak skoordynowanych programów działań różnych instytucji.</li> <li>• Niski poziom zachowywania bezpieczeństwa podczas prowadzonych jazd konnych (kask i kamizelka jako podstawa).</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobry poziom organizacyjny zawodów międzynarodowych</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak promocji polskiej oferty jeździectwa powszechnego na zawodach (tzw. oferta dla wszystkich).</li> <li>• Zbyt słaba promocja polskich jeźdźców i ras koni.</li> <li>• Brak czytelnej oferty jeździeckiej skierowanej do sektora sponsorskiego, który chciałby wykorzystać zalety jeździectwa.</li> <li>• Brak oferty jeździeckiej skierowanej do odbiorcy zagranicznego uwzględniającej naszą odrębność i narodowy charakter jeździectwa.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duży potencjał w ośrodkach jeździeckich chcących organizować zawody towarzyskie i pokazy propagujące jeździectwo</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak wypracowanych stanowisk przez PZJ i WZJ do tego typu imprez.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terenowa struktura PZJ vs. WZJ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niewykorzystany potencjał organizacyjny WZJ.</li> <li>• Zbyt niski poziom realizacji przez WZJ przyjętej strategii działań przez PZJ.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bogata tradycja i duże osiągnięcia w okresie międzywojennym, powojennym i obecnym</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niski poziom wiedzy na temat osiągnięć polskiej ekwitali.</li> <li>• Brak właściwego wykorzystania wizerunku starych i nowych mistrzów do kreowania właściwych postaw i kształtowania swojej kariery przez osoby uprawiające jeździectwo.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobra współpraca pomiędzy PZJ i PZHK</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak koni do rekreacji dla wszystkich i dla małego sportu dla dzieci i młodzieży.</li> <li>• Częsty zły dobór koni lub kuców dla dzieci.</li> <li>• 3 Mały stopień wykorzystania do szeroko pojętej rekreacji koni dostępnych w Polsce (zimnokrwistych, koników polskich i huculów).</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bardzo dynamicznie rozwijające się branża jeździecka.</li> <li>• Powstanie zawodu jeździec.</li> <li>• Pozytywny i mocny wpływ na gospodarkę - jeden koń generuje m.in. trzy miejsca pracy.</li> </ul>                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak odpowiedniej promocji i skonsolidowania branży jeździeckiej.</li> <li>• Brak kształcenia uczniów w dawnych zawodach, ginących m.in. masztalerz, starszy masztalerz, podkoniuszy, koniuszy, powożący (fiakr), rymarz, podkucwacz.</li> <li>• Zbyt mało jest prowadzonych działań mających na celu upowszechnianie wiedzy nt. jeździectwa, sportów konnych.</li> <li>• Błędne przekonanie o zbyt dużym niebezpieczeństwie związanym z uprawianiem sportu jeździeckiego.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                             |

## Harmonogram realizacji planu

Cel główny planu: Zwiększenie liczby osób uprawiających sporty konne, rekreację i turystykę konną oraz propagowanie obcowania z koniami jako elementu zdrowego trybu życia

| TERMINY                                                                                                                                                        | III | IV | V | VI | VII | VIII | IX | X | XI | XII | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|---|----|-----|------|----|---|----|-----|------|------|------|
| Konsultacje i aktualizacja planu                                                                                                                               | •   | •  | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| Cel 1. Edukacja i promocja profilaktyki zdrowotnej                                                                                                             |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 1.1 Przygotowanie scenariusza lekcji pokazowej w szkołach                                                                                                      |     | •  |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 1.2 Przygotowanie materiałów edukacyjnych dla szkół i ośrodków jeździeckich                                                                                    |     | •  | • | •  |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 1.3 Prace systemowe przy wdrażaniu programu WF na koniach                                                                                                      | •   | •  | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 1.4 Prace systemowe przy tworzeniu i promocji sekcji jeździectwa oraz rozwoju szkolnych klubów sportowych                                                      | •   | •  | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 1.5 Przygotowanie programu świadomego uprawiania jeździectwa oraz obcowania z koniami przez całe życie                                                         |     | •  | • | •  |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 1.6 Przygotowanie programu dla osób starszych i zagrożonych wykluczeniem społecznym                                                                            |     |    |   |    | •   | •    | •  | • |    |     |      |      |      |
| 1.7 Przygotowanie programu gimnastyki korekcyjnej oraz fitness na koniu                                                                                        |     |    |   |    | •   | •    | •  | • |    |     |      |      |      |
| Cel 2. Zwiększenie kompetencji kadr i jakości świadczonych usług                                                                                               |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 2.1 Wdrażanie podstawowych kanonów jeździeckich – dotyczy kadr, klubów i ośrodków nie certyfikowanych przez Polski Związek Jeździecki                          |     |    | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 2.2 Szkolenia i kursy pedagogiczne dla instruktorów i trenerów jeździectwa                                                                                     |     |    | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 2.3 Wdrażanie nowoczesnych narzędzi marketingowych i sprzedażowych usług jeździeckich                                                                          |     |    |   |    | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 2.4 Wspieranie szkolnictwa w zakresie zawodu jeździec i realizacja kursów zawodowych                                                                           |     | •  | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 2.5 Popularyzacja działań w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej związanej z jeździectwem                                               |     |    | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| Cel 3. Promocja produktu jakim jest jeździectwo                                                                                                                |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 3.1 Przygotowanie zestandaryzowanych materiałów edukacyjnych (np. makiet, broszury, foldery)                                                                   |     | •  | • | •  | •   | •    |    |   |    |     |      |      |      |
| 3.2 Stworzenie i aktualizacja systemu informacji i komunikacji o możliwościach uprawiania jazdy konnej                                                         |     |    | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 3.3 Obradowanie certyfikowanych ośrodków i klubów jeździeckich marką Polskiego Związku Jeździeckiego                                                           |     |    |   |    |     |      | •  | • | •  | •   |      |      |      |
| 3.4 Uruchomienie i prowadzenie strefy kibica polskiego jeździectwa                                                                                             |     |    |   |    |     | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 3.5 Promocja dobrych praktyk w zakresie jeździectwa i turystyki konnej                                                                                         |     |    | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| Cel 4. Wypracowanie zasad selekcji koni przeznaczonych do rekreacji                                                                                            |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 4.1 Opracowanie i aktualizacja programów szkoleniowych dla koni przeznaczonych do małego sportu, rekreacji, turystyki konnej oraz lekcji wychowania fizycznego |     |    |   |    |     |      | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 4.2 Opracowanie i aktualizacja programów szkoleniowych dla koni przeznaczonych do rekreacji i turystyki konnej                                                 |     |    |   |    |     |      | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 4.3 Współpraca z Polskim Związkiem Hodowców Koni w zakresie tworzenia programu hodowlanego koni do rekreacji                                                   |     |    |   |    |     |      | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| Cel 5. Utworzenie Polskiej Akademii Rozwoju i Promocji Jeździectwa Powszechnego pod auspicjami Polskiego Związku Jeździeckiego                                 |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 5.1 Wdrażanie celów planu rozwoju i promocji jeździectwa powszechnego                                                                                          |     | •  | • | •  | •   | •    | •  | • | •  | •   | •    | •    | •    |
| 5.2 Kreowanie i inicjowanie nowych form i narzędzi w zakresie podnoszenia jakości polskiego jeździectwa                                                        |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 5.3 Prowadzenie działalności promocyjnej, edukacyjnej i szkoleniowej                                                                                           |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 5.4 Wspieranie i popularyzacja zawodów towarzyskich, amatorskich i masowych imprez rekreacyjnych z udziałem koni                                               |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 5.5 Krzewienie pamięci historii jeździectwa polskiego                                                                                                          |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 5.6 Realizowanie projektów badawczych i rozwojowych                                                                                                            |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |
| 5.7 Współpraca międzynarodowa                                                                                                                                  |     |    |   |    |     |      |    |   |    |     |      |      |      |

# DUMA POLSKI

Tekst: MAGDALENA CHOMIKOWSKA  
Zdjęcia: EWA IMIELSKA-HEBDA

**P**ride of Poland (ang. Duma Polski) – coroczna aukcja koni arabskich, odbywająca się w Janowie Podlaskim, tuż po Narodowym Pokazie Koni Arabskich. Licytowane na niej konie pochodzą z polskich hodowli: Stadnin Koni w Janowie Podlaskim i Michałowie, Stada Ogierów w Białce oraz z prywatnych hodowli. Pierwsza aukcja koni arabskich w Janowie Podlaskim została zorganizowana w 1970 roku. Nazwa Pride of Poland została jej nadana w roku 2001. Aukcja w Janowie Podlaskim stała się z czasem swoistym barometrem światowych cen wierzchowców, kształtującym podaż i popyt na konie arabskie. Do 2007 roku łącznie, na janowskiej aukcji zlicytowanych zostało ponad 1300 koni. Najwyższe ceny na aukcji licytowane były w latach 80. XX wieku. Wtedy to padały rekordy cenowe: ogier El Paso został sprzedany za 1 milion dolarów, ogier Bando za 806 tys. dolarów, ogier Deficyt I za 609 tys. USD., a ogier Banat I za 525 tys. USD. W 2007 roku, podczas Aukcji Pride of Poland, najwyższą cenę, 300 tys. euro, uzyskali klacz Pieta. Zakupiła ją Shirley Watts, żona perkusisty z zespołu The Rolling Stones, Charliego Wattsa. Inne dwa konie sprzedane na tej aukcji, to klacze: Zulejka za 205 tys. euro i Altona za 180 tys. euro. Obydwie sprzedano do Belgii. Agencja Nieruchomości Rolnych, będąca właścicielem państwowych stadnin koni, oszacowała, że roczne wpływy z Aukcji Pride of Poland w latach 2003-2007 wyniosły ok. 1 mln euro. Organizatorem Pride of Poland był przez wiele lat Polturf. W 2016 roku aukcję ma zorganizować stadnina w Janowie we współpracy z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi.



**Jak działają spółki należące do Skarbu Państwa?**  
Spółki w portfelu zasobów Skarbu Państwa, nad którymi nadzór ma Agencja Nieruchomości Rolnych mają trochę odmienne działanie niż tradycyjne spółki prawa handlowego. W większości są to spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, jednak ich celem nie jest tylko osiągnięcie zysku, ale także mają funkcję misyjną. Działają w oparciu o ustawę o różnorodności, zgodnie z którą musimy utrzymywać pewne gatunki roślin czy rasy zwierząt, które w normalnej gospodarce rynkowej już nie funkcjonują. Nie możemy mówić o stuprocentowych spółkach handlowych. Forma prawna została narzucona taka, a nie inna, aczkolwiek funkcja misyjna jest tutaj kluczowa. W związku z tym nie przywiązujemy większej uwagi do wyników finansowych, co oczywiście nie oznacza, że nie musi się to bilansować i zamykać.

**W ślad za rozwojem jeździectwa na świecie również w Polsce zwiększa się zapotrzebowanie na konie do rekreacji, turystyki konnej i sportu. Janów Podlaski to zupełnie inna nisza.**

Od wielu lat obserwujemy bardzo duży wzrost zainteresowania rekreacją konną i mam tu na myśli zarówno jazdę wierzchem, jak również zaprzęgi. Wynika to ze wzbogacenia się społeczeństwa. Zamożność społeczeństwa powoduje zainteresowanie tymi najbardziej elitarnymi sposobami aktywnego wypoczynku i sportem. Tym zakresem hodowli koni zajmują się kluby jeździeckie funkcjonujące przy spółkach. Jeśli chodzi o Janów Podlaski, Michałów czy Białkę, mówimy głównie o koniach pokazowych, które bardziej cieszą oko niż pozwalają wypoczywać. To ponad 200 lat tradycji hodowli konia arabskiego w Polsce. Oczywiście nie należy zapominać też o tym, że araby są bardzo dzielne i wytrzymałe. Ostatnio profesor Chmiel upomniała mnie za dywagację na temat tego, że araby są piękne na zewnątrz, a nieco słabsze w środku. Na tych koniach jeździli przecież Beduiini, doskonale sprawdzają się także w długodystansowych biegach i na wyścigach.

Ale wracając do spółek. Na konie pokazowe z linii hodowlanych w stadninach typu Janów, Michałów czy Białka zawsze było największe zapotrzebowanie i na tym te stadniny najwięcej zarabiała. Teraz ten trend trochę się odwraca. Arabi, chociażby z Michałowa, startują z dużymi sukcesami w gonitwach. Gdzieś ten środek ciężkości się przenosi z piękna na wytrzymałość. Na razie w tych wiodących spółkach jednak oceniane jest bardziej piękno niż walory użytkowe.

**Jakie jest pogłowie koni pokazowych?**

W Janowie jest w tym momencie około 500 koni, z czego 400 koni arabskich. Tylko w tym roku urodziło się około 100 źrebaków.

**Jaki jest stosunek hodowli do sprzedaży?**

Równowaga między produkcją a sprzedażą jest zachowana. Stadniny mają określone możliwości chowu chociażby w związku z ograniczoną liczbą miejsca. Działają to jak w normalnej produkcji. Część idzie na odtworzenie stada, część jest przeznaczona do sprzedaży, a najlepsze konie zostają do rozrodu lub dzierżawy. To jest jak w normalnej hodowli zwierząt domowych i użytkowych.



**Już niedługo Pride of Poland. Jeszcze niedawno w mediach było głośno, że aukcja jest zagrożona.**

Przed wszystkim trzeba podkreślić, że od tych wspomnianych lat 70-tych aukcją zajmuje się Janów Podlaski. Marka stadniny jest znana na całym świecie. Niemalże jako brand wszędzie funkcjonuje słynna wieża zegarowa. W tym roku nastąpiła zmiana wykonawcy. Właściciel miał wiele zastrzeżeń co do samego sposobu przeprowadzania aukcji, szczególnie do kierownictwa Janowa Podlaskiego. Były też zastrzeżenia do sposobu zarządzania stadniną już nie w kontekście legendy hodowli polskiego konia arabskiego, ale codziennego funkcjonowania obiektu. Przed wszystkim brak ładu korporacyjnego. Postanowiliśmy ukroć niejasności i brak procedur. I tak się stało. Technicznym wykonawcą aukcji są w tym roku Międzynarodowe Targi Poznańskie. Jeśli chodzi o opóźnienia, to mity. Katalog został wydany kilka dni wcześniej niż zwykle. Do tego doszedł folder wydany z dużym wyprzedzeniem, zawierający całą listę koni wystawianych zarówno na aukcji Pride of Poland, jak i tej cichej aukcji poniedziałkowej. Poszła wkładka do Tutti Arabi, której nigdy nie było. Zainteresowanie aukcją Pride of Poland jest ogromne. Szejk jednej z czołowych stadnin, której nazwy nie będę wymieniał, zadeklarował chęć sponsorowania naszej aukcji. Przywiezie na pokaz dwa swoje konie, ale w katalogu ma już upatrzonych kilka kolejnych, które będzie chciał licytować. Jestem spoza środowiska i patrzę na wszystko bardzo obiektywnie. Dopóki będę na swoim stanowisku nie pozwolę na różnego rodzaju patologie, które do tej pory miały miejsce. Takie zresztą wytyczne mam od Ministra. Wbrew opiniom niektórych nieżyczliwych wierzę, że Pride of Poland będzie ogromnym sukcesem. Widzę, jak wiele osób przekonuje się do naszej koncepcji. Niech wygrają najlepsi. Należy się tylko cieszyć, że w Polsce jest wielu prywatnych hodowców i właścicieli koni arabskich. Dzięki temu pójdzie fama w świat, że u nas są najlepsze araby na świecie. Nie tylko te z państwowych hodowli. Stadniny powinny trzymać linie, dbać o czystość rasy i wyznaczać trendy, a reszta musi być w prywatnych rękach. Jeśli Polacy mogą na tym zarabiać, to dlaczego im tego zabraniać czy ograniczać? ■

# Horse coaching

W 2010 roku powstała marka Open by Horses zajmująca się realizacją szkoleń prowadzonych w oparciu o koncept Horse Assisted Education.

tekst: DINA ZAWADZKA  
zdjęcia: EWA JANICKA, PIOTR GOMUŁKA-SUBIEKTIF



Jak to się stało, że specjaliści od rozwijania kompetencji miękkich sięgnęli po pomoc do końskich trenerów? Jak przez ostatnie 6 lat kształtowała się świadomość klientów biznesowych w tym zakresie w Polsce? Co to jest Horse Assisted Education i z czym to się je?

Open – Grupa Dobrych Trenerów jest konsorcjum szkoleniowo-doradczym, które istnieje na rynku usług szkoleniowych od 20 lat. Firma rodzinna z wyrobioną marką, zrzesza trenerów z dużym doświadczeniem i absolutnych pasjonatów. Specjalizuje się głównie w prowadzeniu projektów długofalowych z zarządzania, sprzedaży i negocjacji dla firm oraz zakładów pracy. Kiedy pierwszy raz usłyszałam o Horse Assisted Education, miałam za sobą już wiele lat pracy w branży szkoleniowej i całe życie spędzone wśród koni. Metoda ta, wykorzystywana jest w procesie kształcenia liderów od ponad 20 lat w Stanach Zjednoczonych i Zachodniej Europie.

Mimo tego podeszłam do zagadnienia z dużą rezerwą. Zachodziły we mnie obawy, że to będzie kolejna próba uatrakcyjnienia szkoleń dla firm, które już są znudzone wyjazdami integracyjnymi na spływy kajakowe i wspinanie się po drzewach. Przez 15 lat bycia czynnym zawodnikiem w dyscyplinie jeździeckiej skoków przez przeszkody myślałam, że o koniach wiem całkiem sporo. W pracy powtarzałam ludziom, że komunikacja nie jest nauką, tylko sztuką, więc doskonalenie tej płaszczyzny jest możliwe przez cały czas. Idąc tym tropem i wychodząc z założenia, że jako trener powinnam wyrabiać sobie opinię na tematy dotyczące mojej pracy doświadczając ich na własnej skórze, postanowiłam przyjrzeć się bliżej zagadnieniu horse coachingu. W 2008 roku pojechałam na warsztaty

realizowane w asyście koni i doznałam olśnienia. Okazało się, że to jest brakujące ogniwo do tego, czym zajmowałam się w branży szkoleniowej od 7 lat. Nie mogłam uwierzyć, że miałam przez całe życie pod nosem tak wspaniałych nauczycieli i tego nie dostrzegłam.

Horse Assisted Education to metoda wykorzystywana w procesie kształcenia liderów od ponad 20 lat w Stanach Zjednoczonych i Zachodniej Europie.

Edukacja w asyście koni nazywana przez nas „Konie uczą Ludzi”, to możliwość wykorzystania koni, jako odbicia naszych intencji, emocji i postaw. Przebywając w przestrzeni z koniem i realizując z nim konkretne zadania, uczestnik ma okazję przyjrzeć się swoim sposobom reagowania na różne sytuacje i temu, jak jest odbierany przez innych. To, w jaki sposób nawiązujemy kontakt, jak staramy się wpłynąć na partnera interakcji, co wnosimy i jak odnajdujemy się emocjonalnie oraz intencjonalnie w różnych sytuacjach społecznych jest kluczowym czynnikiem w efektywnej komunikacji. Jednak tym razem w realizowanych ćwiczeniach naszym partnerem nie jest człowiek lecz koń.

Zwierzęta znacznie szybciej reagują na zmiany niż człowiek. Wynika to z tego, że ludzie działają w dużej mierze analitycznie, rozumowo, a to zajmuje więcej czasu niż działanie instynktowne. Badania porównawcze wykazują, że zachowania socjalne koni w porównaniu do wszystkich udomowionych zwierząt są prawdopodobnie najbardziej zbliżone do zachowań ludzi.





Zachowania socjalne koni w porównaniu do wszystkich udomowionych zwierząt są prawdopodobnie najbardziej zbliżone do zachowań ludzi.

Końskie zachowania społeczne zostały tak ukształtowane, aby pomóc gatunkowi przetrwać. Konie są niezwykle wrażliwe na sygnały płynące z otoczenia. Ich czułość na komunikaty niewerbalne przekazywane przez człowieka to nie wszystko. Konie bezbłędnie odczytują nasze intencje, poziom energii, a w swoim zachowaniu, tym swoistym „feedbacku” – pokazują w jaki sposób nas przyjmują. Dodatkowym ważnym aspektem jest ich inteligencja społeczna wynikająca z „mentalności stadnej”. Jedyną ich obroną jest ucieczka, a bycie w stadzie to warunek przetrwania. Poprzez proces udomowienia koń jest gotowy zaakceptować człowieka jako członka swojego „stada” i reaguje na jego zachowania tak, jak odpowiedziałby na zachowanie innego, końskiego towarzysza. To w uproszczeniu oznacza, że stają się doskonałym medium odzwierciedlającym każdą zmianę w relacji.

Konie mają tyle samo różnych indywidualnych osobowości, fizycznych możliwości i ograniczeń, ile ludzie, którzy z nimi pracują. Dają natychmiastową i absolutnie zobiektywizowaną informację zwrotną, która uświadamia nam co powinniśmy zmienić w naszej postawie

i zachowaniu, aby osiągnąć partnerstwo w dążeniu do założonego celu. Bardzo dokładnie wyczuwają poziom zaufania człowieka do siebie i świadomości sytuacji. Nie potrafią przeoczyć prawdziwych emocji. Błyskawicznie wyczuwają niespójność pomiędzy zachowaniem, a emocjami.

Współpraca z końmi oparta na dobrowolności, wymaga od nas jednoznacznej komunikacji, szczerości, zaufania oraz zorientowania na cel, a bezpośrednie obcowanie z nimi wyzwala w ludziach własną inicjatywę, kreatywność oraz uczy opanowania.

Zaraz po mojej przygodzie z pierwszym szkoleniem w asyście koni pojechałam na kurs trenerski. Zostałam certyfikowanym trenerem Horse Assisted Education i mogłam już sama realizować szkolenia z końmi. Jednak dla mnie to było za mało. W głębi duszy czułam, że chcę wyciągnąć z tej metody jeszcze więcej. Moja świętej pamięci mama, również jeździec, trener biznesu i coach, z którą razem prowadziliśmy szkolenia, od razu zauważyła, że jeśli w odpowiedni sposób połączymy nasze wieloletnie doświadczenie jako trenerów biznesu z horse coachingiem, to powstanie szkolenie w pełni spełniające nasze oczekiwania.

Pół roku później powstał nasz autorski koncept Open by Horses, który moim zdaniem idzie o krok dalej w rozwoju kompetencji i pozwala uczestnikom na bardziej zrozumiałe transfer doświadczeń do życia codziennego. Jednak przede wszystkim jest profesjonalnie przygotowanym narzędziem w oparciu o potrzeby pracowników firm, dotyczące takich obszarów jak przywództwo, komunikacja, teambuilding i zarządzanie zmianą.

Horse coaching to profesjonalnie przygotowane narzędzie w oparciu o potrzeby pracowników firm, dotyczące takich obszarów jak przywództwo, komunikacja, teambuilding i zarządzanie zmianą.

Należy podkreślić to, że na szkoleniu z końmi zwierzęta grają główną rolę, jednak bez odpowiedniego prowadzenia uczestników przez cały proces trudno jest zakotwiczyć u nich zmianę na dłuższą. Open by Horses oparte na koncepcie Horse Assisted Education jest metodą wzbogaconą o świadomą pracę nad przekonaniami i postawą, a zajęcia są realizowane przez trenerów, a nie przez facilitatorów, jak ma to miejsce w szkoleniach HAE. Przy czym jeden i drugi sposób prowadzenia szkoleń z końmi jest dobry i ma swoich odbiorców. Ja zajmuję się prowadzeniem szkoleń głównie dla



biznesu. Chcąc wykorzystać narzędzie jakim jest horse coaching do realizowania efektywnych warsztatów diagnostycznych, zdawałam sobie sprawę, że liczenie jedynie na głęboką refleksyjność grupy nie sprawdzi się w przypadku moich odbiorców. Klienci oczekują, żeby inwestycja w szkolenie dla pracowników przyniosła wymierne efekty, które przełożą się bezpośrednio na wyniki. Satysfakcja uczestników z przyjemnego wyjazdu i głębokiego przeżycia to jedno, ale spowodowanie, by zdobyte doświadczenia stały się motorem do zmiany działania, niwelowania niepożądanych postaw i wzmacniania pożądanых musi iść w parze. W 2010 roku zaczęliśmy realizować warsztaty „Train the Trainer Open by Horses”. Odbędzie się V edycja i obecnie w Polsce pracuje 26 trenerów na naszej licencji. Część z nich rozpoczęła własne działalności, część pozostała w ścisłym zespole Open by Horses.

Dzisiaj mogę z pełną odpowiedzialnością powiedzieć, że uczenie się od koni jest faktycznie doskonałym i niezastąpionym narzędziem w procesie kształcenia liderów i podnoszenia kompetencji. Nie tylko pracowników w korporacjach, ale absolutnie wszystkich ludzi, którzy chcą się rozwijać i mają umysł otwarty na zmianę. W zasadzie powinnam zastąpić słowo „otwarty” na „odważny”, ponieważ przez ostatnie lata stykając się z końmi uczącymi ludzi, muszę przyznać, że udział w tym szkoleniu i pozwolenie sobie na tak silne doświadczanie siebie wymaga ogromnej odwagi mentalnej.

Uczenie się od koni jest faktycznie doskonałym i niezastąpionym narzędziem w procesie kształcenia liderów i podnoszenia kompetencji.

Na naszych warsztatach uczestnicy nie wsiadają na konie, nie wykonują żadnych czynności pielęgnacyjnych. Wszystkie ćwiczenia są wykonywane „z ziemi”. Ogromnym wyzwaniem jest zaproszenie do realizacji wspólnego zadania osobnika, który waży wielokrotnie więcej niż my i nie mówi naszym językiem. Człowiek gubi się kiedy nie ma na kogoś wyraźnego wpływu, ani argumentów w postaci przysłowiowego kija i marchewki. Uczestnicy pracują z różnymi końmi. Są też ćwiczenia, w których wybierają sobie końskiego partnera do współpracy według własnych kryteriów.

Podczas takiego doświadczenia ludzie przekonują się, że skuteczność w komunikacji, przywództwie, budowaniu relacji, współpracy, itp. jest w większym stopniu zależna od nich niż im się wydawało. Ten sam koń z jedną osobą współpracuje, a z inną w tym samym ćwiczeniu – nie, albo robi to inaczej. I dokładnie, tak jak w życiu – nieważne co nas spotyka, ważne co my z tym dalej zrobimy. Tak samo w ćwiczeniach z końmi. Nie ma znaczenia na jakiego towarzysza trafisz, bo nie zawsze mamy w życiu wybór. Najważniejsze co ty z tym zrobisz.

W ciągu ostatnich 4 lat  
zespół Open by Horses  
przeszkolił:

Ponad 180 osób z 15  
dużych firm i korporacji

Ponad 50 osób z 7 małych  
przedsiębiorstw

Ponad 800 osób  
na otwartych szkoleniach  
indywidualnych

Ponad 120 osób  
na otwartych warsztatach  
rodzinnych

Ponad 80 dzieci  
na warsztatach dla  
najmłodszych

26 osób na warsztatach  
Train the Trainer  
Open by Horses



Uczestnicy z reguły bardzo dobrze zapamiętują te doznania, gdyż jest ono połączone z silnymi emocjami. W efekcie te osoby mają potem dużą motywację, aby wprowadzać zmiany do swojego zachowania w środowisku pracy i w życiu pozazawodowym. Myślę, że dzieje się tak głównie dlatego, że informację zwrotną otrzymuje się od konia, a nie od innego człowieka, który filtruje wszystko przez swoje przekonania i maski społeczne. Taki feedback, jak się okazuje, jest chętniej przyswajany, bo przecież z koniem ciężko się dyskutuje.

W Polsce firmy dopiero dojrzejają do sięgania po innowacyjne rozwiązania. I chociaż szkolenia w asyście koni są już na rynku od dawna, wciąż budzą duży sceptycyzm. Trudno się zresztą dziwić. Ostatecznie łatwiej jest sięgnąć po znane, sprawdzone rozwiązania, niż ryzykować nadwyższenie budżetu inwestując w warsztaty ze zwierzętami.

Jednak otwartość na to zagadnienie rośnie. Głównym powodem na razie jest fakt, że wszystko już było. I jeśli nie zaproponujemy ludziom czegoś innego, bardziej inspirującego, ubranego w nowe doświadczenia, to kolejne projekty edukacyjne będą traciły na efektywności trafiając na zmęczonych i znudzonych uczestników, których firma wysłała na kolejne szkolenie. Drugi powód to Ci, którzy już się o to otarli i mówią, że warto.

W Polsce firmy dopiero dojrzejają do sięgania po innowacyjne rozwiązania. I chociaż szkolenia w asyście koni są już na rynku od dawna, wciąż budzą duży sceptycyzm. Ciężko się zresztą dziwić.

Moi klienci już wiedzą, że było warto, a nowych od początku namawiam, żeby przy projektowaniu ścieżki rozwojowej dla pracowników wzięli pod uwagę warsztaty, którym zrealizują diagnozę kompetencji, jednocześnie wyciągną ludzi z monotonnego procesu uczenia się i wprowadzą na bardziej namacalny. To może być warsztat z przywództwa i komunikacji, motywowania, zarządzania zmianą lub wyjazd o silnym charakterze integracyjnym. Tak jak ma to miejsce przy regularnych szkoleniach na sali, w zależności od odbiorców i środowiska pracy realizujemy badanie potrzeb i projektujemy warsztaty pod konkretną grupę docelową. Prowadziliśmy największy projekt w Polsce realizowany metodą Horse Assisted Education, organizowany w ramach „Kadr Przemysłu Końskiego” dla województwa mazowieckiego, w trakcie którego przeszkoliliśmy

prawie 400 osób z komunikacji i budowania relacji. Przeprowadziłam dziesiątki szkoleń z przywództwa dla firm i osób indywidualnych. Nasze szkolenia z końmi były włączane do większych projektów, realizowanych dla jednych z wiodących firm motoryzacyjnych, obuwniczych, papierniczych i HR-owych w Polsce.

W zeszłym roku w ramach „Europejskiego Funduszu Społecznego” i programu „Aktywizacja osób młodych pozostających bez pracy w m. st. Warszawa” Urząd Pracy pozwolił na 100% refundacji dla uczestnika naszego kursu „Train the Trainer”. Oznacza to, że uczenie się od koni zaczęło być oficjalną, akceptowaną przez instytucję państwową, formą kształcenia ludzi dorosłych poszukujących pracy.

Prowadziłam największy projekt w Polsce realizowany metodą Horse Assisted Education organizowany w ramach „Kadr Przemysłu Końskiego” dla Województwa Mazowieckiego w ramach którego przeszkoliliśmy prawie 400 osób z komunikacji i budowania relacji. Przeprowadziłam dziesiątki szkoleń z komunikacji i przywództwa dla firm i osób indywidualnych. Nasze szkolenia z końmi były włączane do większych projektów realizowanych dla jednych z największych firm motoryzacyjnych, obuwniczych, papierniczych i hr-owych w Polsce. W zeszłym roku W ramach Europejskie-

go Funduszu Społecznego i programu „Aktywizacja osób młodych pozostających bez pracy w m. st. Warszawa” Urząd Pracy pozwolił na 100% refundacji dla uczestnika naszego kursu Train the Trainer. Oznacza to, że uczenie się od koni zaczęło być oficjalną, akceptowaną przez instytucję państwową formą kształcenia ludzi dorosłych poszukujących pracy.

Uczenie się od koni zaczęło być oficjalną, akceptowaną przez instytucję państwową, formą kształcenia ludzi dorosłych poszukujących pracy.

Uczenie się od koni zaczęło być oficjalną, akceptowaną przez instytucję państwową formą kształcenia ludzi dorosłych poszukujących pracy.

Ludzie wysyłani przez swoją firmę na warsztaty z końmi przyjeżdżają potem do nas prywatnie na rodzinne szkolenia ze swoimi partnerami lub z dziećmi. To jest dla mnie największa satysfakcja i swoiste potwierdzenie tego, że nie można przecenić tego doświadczenia. ■



O swoim „końskim” biznesie opowiada Dominika Kraśko-Białek, właścicielka Centuriona – największego i najprężniej działającego ośrodka jeździeckiego w Polsce, specjalizującego się w dyscyplinie ujeżdżenia. Jeszcze niedawno zabiegana bizneswoman, wielokrotnie w dziesiątce najbardziej wpływowych kobiet biznesu w Polsce, zasiadająca w zarządach międzynarodowych korporacji w Polsce i Europie.



### Jak to się zaczęło?

Dawno, dawno temu, sześciolatnia dziewczynka, córka dwóch profesorów psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, mieszkająca wraz z rodzicami w małym mieszkaniu na Ursynowie, w ramach urozmaicania wolnej niedzieli została zabrana przez mamę „zobaczyć koniki”, na sąsiadujący Tor Wyścigów Konnych Służewiec. Postawiła na siwego konia, który jej się najbardziej podobał. Ten koń zupełnie przypadkowo wygrał gonitwę.

Pierwszy kontakt z końmi miał wpływ na całe jej życie, choć jeszcze wtedy nie miała o tym pojęcia. Ośrodek jeździecki TKKF-u znajdujący się 5 minut pieszo od osiedla, na którym później zamieszkali, to początek przygody z końmi. Wtedy też obiecała sobie, że w przyszłości będzie miała własną stajnię, taką wymarzoną, idealną, i że już zawsze będzie jeździć konno. Lekcje odrabiała w przerwach, codziennie spędzała mnóstwo czasu w stajni. Na początku pracowała za naukę jazdy, miała coraz więcej obowiązków w stajni, coraz więcej koni do jeżdżenia, potem były pierwsze zawody, a stajnia stała się drugim domem. Właściwie pierwszym... w domu tylko spała. Warunek był jeden – celujące oceny w szkole. Motywacja była wystarczająca, aby ukończyć podstawówkę ze średnią 5.0 i dostać się do elitarnego Liceum im. Stefana Batorego.

W wieku 17 lat wyjechała do Stanów, gdzie skończyła szkołę średnią. Potem powróciła do Polski, gdzie ukończyła studia zaoczne na Wydziale Zarządzania UW. Pierwszą pracę dostała w wieku 19 lat i miała dużo szczęścia, bo był to okres, w którym na polski rynek wchodziły wszystkie międzynarodowe korporacje. Szukały młodych, ambitnych z ambicjami, głodnych sukcesu i gotowych na bardzo ciężką pracę. Z jej amerykańskim doświadczeniem – pasowała idealnie. I tak po kilku latach pracy w Pepsico, w wieku 26 lat była najmłodszym w historii koncernu, europejskim menedżerem pracującym w centrali firmy w Londynie. Jazda konna spadła na drugi plan, choć starała się przynajmniej dwa razy w tygodniu wsiadać na konia. Po powrocie do Polski, zaczęła pracę w kolejnej amerykańskiej korporacji.

Była pierwszą kobietą w zarządzie firmy Goodyear w kraju. Po kilku latach ponownie wyjechała, tym razem do Brukseli, gdzie opiekowała się 86 krajami w Europie, Bliskim Wschodzie i Afryce.

### Czy można w międzyczasie wybudować w Polsce ośrodek jeździecki? Można.

„Byłam już po 30-tce, bardziej świadoma upływu czasu, lecz pamiętająca wciąż o marzeniu z dzieciństwa, które się nigdy nie zmieniło. Obserwowałam zmiany w Polsce, nie straciłam kontaktu z branżą, patrzyłam na stopniowy rozwój rynku jeździeckiego, robiłam analizy konkurencji i przygotowywałam strategię dla miejsca, które chciałam stworzyć. Nadarzyła się okazja zakupu ziemi pod Warszawą i sześć miesięcy później, na przełomie 2006/2007 roku spełniło się moje marzenie – powstał Centurion, którego nazwa pochodzi od imienia pierwszego konia, w którym byłam potwornie zakochana jako dziecko”.

Ale Dominika nie odeszła ze świata biznesu wraz z powstaniem jej stajni. Powróciła na stałe do Polski i zasiadła w zarządzie brytyjskiego giganta ubezpieczeniowego Avivy. Pod jednym warunkiem – nie będzie pełniła europejskich funkcji i będzie pracować tylko w Polsce. To pozwoliło jej na codzienne jeżdżenie konno po pracy, zakup własnych koni, powrót do bardziej intensywnych treningów i ponownych startów w zawodach.

„Przed 40-tką człowiek zaczyna się zastanawiać już bardzo poważnie co dalej robić ze swoim życiem. Miałam wspaniałą pracę w zespole, który uwielbiałam, robiłam dość szybką karierę zawodową, ale ciągnęło mnie do jeździectwa. Jestem perfekcjonistką i zawsze bardzo uparcie dążę do wyznaczonych celów. Wiedziałam, że jeśli myślę o profesjonalnym jeździectwie, to jest to ostatni dzwonek aby zostać zawodowym jeźdźcą i trenerem. Bałam się tej decyzji i dość długo do niej dojrzywałam. Nie znałam innego świata niż ten, który wypełnił mi 20 lat życia, czyli świata korporacji. Z drugiej strony byłam bardzo spełnionym człowiekiem, udowodniłam sobie, że bez problemu radzę sobie w świecie biznesu, nawet będąc kobietą”.

## Zamienić szpilki na oficerki

Tekst: AGNIESZKA KOPKA  
Zdjęcia: OLIVIA CHMIELEWSKA, equista.pl

Dzisiaj jeździectwo w Polsce jest w rękach prywatnych inwestorów i od kilkunastu lat obserwujemy jego bardzo dynamiczny rozwój. Aktualnie funkcjonuje około 1500 podmiotów zajmujących się sportem, rekreacją i turystyką konną. Szacuje się, że na chwilę obecną około 300 tysięcy osób jeździ konno, z czego blisko 4 tysiące to zawodnicy. Można powiedzieć, że to wciąż bardzo mało, ale jednocześnie przytoczmy historię dwóch przedstawicieli handlowych firmy produkującej buty, którzy pojechali do Afryki. Jeden z nich napisał

raport do centrali: „wracam, tu nie ma rynku zbytu, nikt nie chodzi w butach”, a drugi: „jest tu ogromny potencjał, przysyłajcie cały kontener, tu nikt nie ma butów”. Polska jest miejscem, na które również warto zwrócić uwagę. Pojawia się coraz więcej naprawdę dobrych, młodych koni, kupowanych głównie od sąsiadujących Niemiec. Polscy zawodnicy coraz częściej pojawiają się na międzynarodowych zawodach, a ośrodki wybudowane w Polsce nie odbiegają standardem od najlepszych ośrodków na świecie.



Zgodnie z zasadą „teraz albo nigdy”, podjęła ryzyko i odeszła z Avivy, aby w pełni oddać się swojej pasji. Pamięta, że była zachwycona i przerażona jednocześnie. Nie była pewna czy sobie poradzi, jak rozwinie się ośrodek.

Czy wiecie, że ja dopiero po sześciu miesiącach od zostawienia „Mordoru na Domaniewskiej” zjadłam pierwsze prawdziwe śniadanie? Mój żółdek wcześniej nie akceptował tego posiłku. Po raz pierwszy od 20 lat nie miałam nad sobą szefa, mogłam bezkarnie pójść rano na grzyby i z radości pisałam w lesie, bo to środa, a nie weekend i są grzyby!

### Marzenie stało się rzeczywistością.

Rzeczywistością, czyli ciężką codzienną pracą – opieką nad końmi, treningami, pracą 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu przez 365 dni w roku. Konie nie uznają wolnych dni, urlopów, wymagają codziennej opieki, karmienia i zajmowania się nimi. To życie, w którym eleganckie garsonki i szpilki zostały zamienione na bryczesy i oficerki.

## Życie w którym eleganckie garsonki i szpilki zostały zamienione na bryczesy i oficerki.

Ośrodek Centurion zorganizował i nadal organizuje ponad 100 szkoleń z najlepszymi trenerami, którzy do niego regularnie przyjeżdżają. To zaczęło przynosić efekty i pierwsze sukcesy. Zawodnicy Centuriona i ich konie stawali się coraz lepsi, sportowy charakter klubu, a jednocześnie atmosfera wspólnej pracy i miłego spędzania czasu z końmi, budowały pozycję lidera w Polsce. Tak już trzy lata z rzędu Centurion zdobył pierwsze miejsce w rankingu PZJ.

### Co szczególnego jest w Centurionie, czego nie ma w innych polskich ośrodkach?

Przede wszystkim nastawienie na szkolenie. Na co dzień w ośrodku pracuje trzech wykwalifikowanych szkoleniowców, którzy znakomicie się uzupełniają. Jeźdźcy i konie są w regularnym treningu. W stajni znajdziecie naprawdę utalentowane konie po najlepszych reproduktorach na świecie, np.: De Niro, Vivaldi, Furst Henrich, Sandro Hit, Ron William, Donnerhall, Christ, Quatterback czy Ampere oraz zawodników we wszystkich kategoriach wiekowych, regularnie startujących zarówno w kraju, jak i za granicą.

„Z pozoru sam środek niewiele różni się od innych polskich ośrodków. Przestronne stajnie, infrastruktura, czy choćby profesjonalne podłogi, są dzisiaj standardem w Polsce, jednak w naszym przypadku sukcesem jest sposób organizacji pracy i jasno sprecyzowane założenia, jakim ma służyć to miejsce. Nie chcemy organizować zawodów, ani bawić się w sport przez małe „s”. Naszym celem jest przede wszystkim szkolenie, podnoszenie kwalifikacji polskich jeźdźców, a także stworzenie polskim zawodnikom okna na świat. Dlatego też współpracujemy z najlepszymi trenerami na świecie”.

## Naszym celem jest przede wszystkim szkolenie, podnoszenie kwalifikacji polskich jeźdźców, a także stworzenie polskim zawodnikom „okna na świat”.

Doświadczenie zdobyte w świecie korporacji przeniosła na zarządzanie ośrodkiem. Przygotowany biznes plan, klarowna strategia i wypełnienie niszy na rynku zapewniły sukces i rozpoznawalność nie tylko w Polsce, ale również powoli w Europie.

### Infrastruktura ośrodka.

Ośrodek położony jest w sercu kraju nieopodal Warszawy. Lokalizacja została wybrana pod kątem bliskości do lotniska i tras szybkiego ruchu. Wszystko zostało zaprojektowane tak, aby zapewnić maksymalny komfort jeźdźcom i koniom. Za wyjątkiem stajni konsultacyjnej,

krytej karuzeli i lonżowników, cała infrastruktura mieści się pod jednym dachem. Sercem ośrodka jest kryta ujeżdżalnia o wymiarach 80x30 m, wokół której są stajnie i całe zaplecze. We wszystkich stajniach są duże siodłarnie, myjki, paszarnie i zaplecze dla zawodników. Do dyspozycji klientów są także place zewnętrzne oraz bezpieczne padoki dla koni. Oczywiście ośrodek dysponuje również bazą noclegową dla trenerów i przyjezdnych jeźdźców.

„Centurion jest ośrodkiem typowo szkoleniowym, działa jak dobrze naoliwiona maszyna, każdy pracownik wie, co należy do jego obowiązków, konie mają wspaniałą opiekę, a zawodnicy optymalne warunki do treningów. Cały czas inwestujemy w poprawianie infrastruktury. Mamy wspaniałych juniorów, którzy są przyszłością tej dyscypliny. To zaszczyt móc uczestniczyć w ich sportowym życiu i obserwować jak się rozwijają.

Konie kształtują charakter, uczą dyscypliny, pokory, samokontroli, bardzo systematycznej pracy i ciągłej próby porozumienia ze zwierzęciem, które przecież jest oddzielną istotą, z którą musimy współpracować, a nie ją zdominować. Patrząc na naszą młodzież, która dzięki koniom nie ma czasu na głupoty, mam nadzieję, że coraz więcej rodziców zrozumie, że odciągnięcie dzieci od wirtualnego świata gier komputerowych, portali społecznościowych i rozwój w tym kierunku, kontakt z końmi oraz związany z tym wysiłek fizyczny, jest najlepszą inwestycją w nich, jako ludzi i pozwoli ukształtować ich przyszłość. A dodatkowo zdrowa, sportowa rywalizacja i wzajemna motywacja do osiągnięcia coraz lepszych wyników tworzą niepowtarzalny zespół ludzi, połączony wspólną pasją i miłością do tych zjawiskowych zwierząt.

Każdy koń jest inny, ma swój charakter, upodobania, predyspozycje. Proces jego wyszkolenia trwa przynajmniej 6 lat, aby doprowadzić go do najwyższego poziomu, czyli Grand Prix. Coraz więcej koni szkolonych w Centurionie znajduje nowych właścicieli nie tylko w Polsce, ale również na świecie. Dwa konie, które sprzedaliśmy będą startowały w Rio, dwa kolejne, młodsze, które wyjechały do Anglii i Japonii są szykowane przez nowych właścicieli na Olimpiadę w Tokio. To bardzo cieszy, że nasza praca zostaje doceniona”.



Dwa konie, które sprzedaliśmy będą startowały w Rio, dwa kolejne, młodsze, które wyjechały do Anglii i Japonii są szykowane przez nowych właścicieli na Olimpiadę w Tokio.

### Co dalej?

„Najważniejsze, to nigdy się nie zatrzymać, stać się szkolicą, być lepszym jeźdźcą, lepszym szkoleniowcem. Jeździectwo, to jedyny sport olimpijski, w którym kobiety i mężczyźni konkurują między sobą. To jedyny sport, w którym człowiek nie polega tylko na sobie, a wyniki sportowe osiąga tylko dzięki współpracy z żywą istotą – również sportowcem, czteronożnym partnerem – koniem. Jeździectwo to sport, który można uprawiać bez względu na wiek. Podczas Olimpiady w Londynie, jej najstarszy uczestnik to Japończyk startujący w konkurencji ujeżdżenia, który miał 72 lata! Teraz szykuje się do występów w Rio De Janeiro. Tak sobie myślę, że jeszcze nic straconego. Olimpiada to kolejne marzenie, które mam nadzieję kiedyś się spełni”. ■



**MIĘDZY MORZEM  
A JEZIOREM**



*Baltica Heaven*  
ROGOWO

**APARTAMENTY  
NA SPRZEDAŻ**

- » Ogródki, tarasy
- » Miejsce postojowe w cenie
- » Instalacja kominkowa
- » 15 km od Kołobrzegu
- » Całoroczny charakter
- » Strefa relaksu
- » Bezpośrednie dojście do plaży
- » Spokój i bliskość natury

Zadzwoń +48 506 007 924



**baltica-heaven.pl**



## Z DOSTAWĄ „DO DOMU”

Rozmowa z Mariuszem Olesińskim – właścicielem firmy zajmującej się transportem koni na międzynarodową skalę.

Tekst: AGNIESZKA KOPKA  
Zdjęcia: ARCHIWUM FIRMY

**Volteo Horse Service to nie jest zwykła firma transportowa?**  
To kiedyś była stricte firma transportowa. Od tego zaczynałem. Dzisiaj to kompleksowa usługa, która polega na przetransportowaniu konia z dokumentami z kraju X do kraju Y. Zakres usługi tak naprawdę zależy od klienta i warunków, jakie musimy spełnić.

**Skąd i dokąd najczęściej wozicie konie?**  
Kiedyś najczęściej przez nas kupowała Azja Średnia. Dzisiaj to się trochę zmieniło. Generalnie cały Wschód aż do Mongolii, Uzbekistanu, Tadżykistanu, Kazachstanu i Kirgizji. Pojawily się przesłanki, że będziemy realizować zlecenie dla klienta z Chin. Ocieramy się też o Japonię. Jesteśmy pomostem między Azją a Europą. Oczywiście świadczymy nasze usługi również do Stanów Zjednoczonych, Kanady,

Urugwaju, Ameryki Południowej, Argentyny, Brazylii. Tutaj przewożymy głównie konie do gry w polo. Mieliśmy również zlecenie zrealizowane z Madagaskaru. Najintensywniej i najdłużej, bo od ponad dziesięciu lat, współpracujemy z Ukrainą. Nie można też zapomnieć o Białorusi. Generalnie nasi Klienci są w całym bloku wschodnim.

### A jakie konie najczęściej wozicie?

Sześćdziesiąt procent naszej działalności to transport koni wyścigowych. Wynika to z faktu, że koni wyścigowych sprzedaje się najwięcej, a w związku z tym także najwięcej przewozi. Wyścigi to chyba najstarszy ze sportów konnych. Wyścigi są organizowane na całym świecie, a każdy z właścicieli ma ambicję, żeby ich konie ścigały się w najbardziej prestiżowych gonitwach. Często na drugim końcu świata. I tu pojawia się zadanie dla nas. Sami mamy konie wyścigowe. Jeszcze w zeszłym roku były trzy. W tym momencie mamy jednego, z którym wiążemy duże nadzieje, i rozglądamy się za kolejnymi.

### Konie wyścigowe to pomysł na biznes czy raczej drogie hobby?

Powiem tak... dobrze jest łączyć przyjemne z pożytecznym. Fajnie jest mieć pasję, ale życie nauczyło mnie, że dobrze jest ją trochę skomercjalizować. Doskonale zdaje sobie sprawę z tego ile kosztuje utrzymanie konia. Kiedyś miałem przygodę z własną stajnią, która miała bawić tylko mnie i służyć jako

zaplecze Bogdanowi Kubiakowi – zawodnikowi skoków, którego w tamtym czasie sponsorowaliśmy. Zaczęło się od jednego czy dwóch koni. Ocknałem się przy dwunastym i szybko zredukowałem stadko (śmieje się Mariusz). Kolejnym ciekawym doświadczeniem było stworzenie i zarządzanie stajnią wyścigową oraz prowadzenie hodowli koni wyścigowych dla naszego klienta z Ukrainy. To kilkuletnie doświadczenie dało mi bardzo dużo. Współpracowałem wtedy z najlepszym polskim trenerem Panem Andrzejem Walickim, dzięki któremu zdobyłem bezcenną wiedzę o wyścigach i trochę inne spojrzenie na ten sport.

### Powiedziałeś wcześniej „kupują przez nas”. Co to znaczy?

Występujemy też jako agent na aukcjach. Jako agent naszego klienta. Aukcje są zawsze on-line. Jesteśmy na telefonie albo mamy po prostu ustalone z góry budżety i dokonujemy zakupów w imieniu klienta na aukcjach na całym świecie.

### Z dostawą „do domu”?

Tak, z dostawą do domu z kompletem dokumentów.

### Firma hybryda. Skąd pomysł na taką działalność?

Firma cały czas ewoluuje. Transport koni to nie wszystko. Wchodzimy na rynek hodowli i zaczynamy sprzedawać nasienia ogierów. Stawiamy na ogiery z najwyższej półki – pierwsza piątka z Top10 międzynarodowych rankingów





ogierów. Na dzień dzisiejszy jesteśmy już oficjalnym sprzedawcą nasienia Corneta Obolenskigo. Na jesieni będziemy mieli Comme il faut i jeszcze jednego z pierwszej trójki, ale ponieważ rozmowy jeszcze trwają nie zdradzę jego imienia, żeby nie zapeszyć.

#### Ale od początku. Jak się zaczęło?

Przez ponad piętnaście lat zajmowałem się handlem samochodami używanymi. Miałem kilka komisów w Warszawie. Z jeździectwem jestem związany od zawsze. Miałem swoje konie i startowałem amatorsko. Jeden z moich znajomych, któremu sprzedawałem ciężarówkę namówił mnie, żebym wziął w rozliczeniu jego stary koniowóz. Pomyślałem, że skoro i tak mam konie, to może mi się przyda. Jeździłem nim wyłącznie ze swoimi końmi, a z uwagi, że była aż na siedem koni, przy okazji woziłem jeszcze konie znajomych. W ten sposób po prostu pomniejszałem sobie koszty wyjazdu na zawody. Można powiedzieć, że wprowadziłem przez to trochę zdrowego rozsądku do tego i tak drogiego sportu. Powiedziałbym nawet, że szalonego pod tym względem. Po jakimś czasie dojrzałem do decyzji o zamknięciu swojego samochodowego interesu. Wiedziałem, że w tym obszarze już dalej nie powalczę i nie będę się rozwijał. Miałem koniowóz, szybko dokupiłem kolejny i zacząłem komercyjnie świadczyć usługi transportowe. Okazało się, że w Polsce nie ma takiego „dużego” przewoźnika jak ja. Na ogół ludzie mieli po prostu dwukonne przyczepy albo niewielkie busy. Zacząłem szukać jakiegoś większego odbiorcy i firm budżetowych. Przez cztery lata obsługiwałem na przykład Szwadron Kawalerii Wojska Polskiego. Naszym klientem była również firma Sobieski Jumping Team. Bardzo miłe

wspominam ten okres. Później „wyjechałem” w Europę, oczywiście w międzyczasie świadcząc również usługi w Polsce. Dosłownie wyjechałem, bo sam na początku pracowałem jako kierowca. Konsekwencją, ciężką pracą i uporem w dążeniu do celu udało mi się rozwinąć firmę na większą skalę. I tak rozwijamy się do dzisiaj.

#### Konkurencji nie było, jak zaczynałeś.

##### A jak jest teraz?

Nigdy nie uważałem się za monopolistę. Konkurencja zawsze jest i była. Mniejsza, większa, ale jest i powinna być dla zdrowia rynku. Rzeczywiście dzisiaj jesteśmy chyba największą firmą transportową na polskim rynku. Takie firmy jak my są głównie w Anglii, Irlandii, Francji, Niemczech. Z wieloma z nich zresztą współpracujemy. Na dzień dzisiejszy dysponujemy czterema samochodami, piąty jest w budowie. Średnio przewozimy 700-800 koni rocznie. To dane do końca 2015 roku. Każdy samochód przejeżdża rocznie około 80-100 tysięcy kilometrów.

#### A ile osób firma zatrudnia?

Firma nie jest duża, ale właśnie mam przed oczami ostatnią listę płac (śmieje się Mariusz). Niedawno był koniec miesiąca i wypłacałem wynagrodzenie pracownikom. Na ten moment firma zatrudnia dziewięć osób. Na jesieni, kiedy ruch jest zdecydowanie większy, zatrudniamy jeszcze kilka.

#### Jakie masz plany biznesowe w perspektywie najbliższych trzech lat?

Potrzeby są i były zawsze. Pierwszą z nich było odświeżenie taboru samochodowego i do tego dążyłem

bardzo konsekwentnie. Praktycznie co roku kupowaliśmy nowsze auto. Mamy w taborze również nowe samochody, między innymi busa, jednak cały czas inwestujemy w większe ciężarówki. To wszystko po to, żeby pomniejszyć koszty utrzymania firmy. Wiadomo, że nowszy samochód mniej się psuje, im mniejsza emisja spalin, tym mniejsze opłaty drogowe i tak dalej. W zeszłym roku kupiliśmy Scanię, która w tym momencie jest w zabudowie. Mam nadzieję, że przez najbliższe trzy lata nie dotknę się do samochodów i będę mógł się skupić na zainwestowaniu w infrastrukturę. Planuję umieścić biuro, bazę samochodów z podstawową obsługą serwisową i może w przyszłości stajnię w jednym miejscu. Dlatego planuję kupić kawałek placu. To jest nasz cel. Na tę chwilę korzystamy z bazy tranzytowej w podwarszawskim Aromerze. Może nie uda się zrealizować wszystkiego w stu procentach w perspektywie najbliższych trzech lat, ale przynajmniej spróbujemy kupić ziemię.

#### Przez swoją działalność masz kontakt ze światem. Jak oceniasz potencjał przemysłu konnego w Polsce w porównaniu do innych krajów?

Trudno niestety cały czas to porównywać, bo nadal za bardzo odstajemy. W zeszłym roku byłem na Mistrzostwach Europy w Aachen. Wcześniej miałem okazję uczestniczyć w niejednych międzynarodowych zawodach, natomiast nigdy tej rangi. Mam pełną świadomość, że zobaczyłem zaledwie skrawek tego świata. Nie wiem ile lat nam jeszcze zajmie, żeby dogonić Zachód. Myślę, że ciągnie się za nami brzemień II Wojny Światowej i późniejszej polityki, gdzie sport konny, jako sport arystokratyczny nie był „modny”. Ciężko

powiedzieć, czy w ogóle uda się nam dogonić Zachód. Niemniej jednak rozwój przemysłu konnego w Polsce jest dynamiczny i bez wątpienia idzie w dobrą stronę.

#### Wspomniałeś o tym, że wchodzicie w rynek hodowli koni. Czy sami też hodujecie konie?

Mamy własną małą hodowlę i kilka koni w treningu. W tym momencie mamy cztery klacze i drugie pokolenie źrebiąt, z tego jeden źrebiak właśnie po Cornet Obolensky. Własna hodowla okazała się też świetnym sposobem na dotarcie do potencjalnych klientów. Wożymy nasze źrebięta na te same aukcje, co nasi klienci. Trzymamy nasze klacze-matki w tych samych stajniach, co nasi klienci. Spotykamy się na różnych wydarzeniach hodowlanych. I biorąc pod uwagę to, że korzystamy z usług stajni w zachodniej Europie jestem na bieżąco ze wszystkimi nowinkami świata jeździeckiego i hodowlanego. To bardzo pomaga, a zarazem mobilizuje. ■





# TwoHearts

tekst: AGNIESZKA KOPKA  
zdjęcia: FEI

Jeździectwo jest wyjątkowe. To jedyny sport olimpijski, w którym partnerem człowieka jest zwierzę. To sport oparty na niezwyklej relacji oraz wzajemnym szacunku i zaufaniu.

**W**iele osób zupełnie nic nie wie o jeździectwie. Trzeba pamiętać, że jest wiele sportów, które próbują się dobić do drzwi Igrzysk Olimpijskich. Skateboarding, surfing czy wspinaczka wysokogórska mają już niemal gwarancję obecności na IO w Tokio, ponieważ są postrzegane jako sporty modne, fajne i sexy. Wy wiecie, że wasza dyscyplina też jest wspaniała. Macie swoich stałych fanów. Niestety jest ich zdecydowanie za mało. Potrzebujecie szerszej i młodszej publiczności. To nie jest sytuacja kryzysowa. To nie jest dla was moment rozpacz, ale czas bogaty w możliwości – powiedział podczas Olimpijskiego Forum Sportowego Alan Abrahamson, przewodniczący Międzynarodowego Olimpijskiego Komitetu Prasowego.



Kto widział już spot promujący tę kampanię z pewnością zgodzi się ze mną, że pomysł jest naprawdę niezły. Jeździectwo jest wyjątkowe. To jedyny sport olimpijski, w którym partnerem człowieka jest zwierzę. To sport oparty na niezwyklej relacji i wzajemnym szacunku oraz zaufaniu. Oprócz zwrócenia uwagi na unikalność sportu konnego, kampania kreuje także międzynarodowy symbol – symbol dwóch serc. Genialne w swojej prostocie. Zajrzyjcie koniecznie na youtube.com: #TwoHearts on the #RoadToRio ■

W każdym razie wydaje się, że Międzynarodowa Federacja Jeździecka wzięła sobie słowa Abrahamsona do serca. I to dosłownie do serca. Nowo uruchomiona przez FEI kampania #TwoHearts (dwa serca) wzywa pasjonatów jeździectwa do wspierania swojej dyscypliny i promowania jej podczas zbliżających się igrzysk. Wierzę, że na dużo dłużej.





# JEŹDZIECKA

## komunikacja marketingowa

Każdy z nas z pewnością niejednokrotnie zastanawiał się dlaczego nie wiedział o zawodach albo stajni, która powstała tuż za rogiem. Organizatorów zawodów i imprez jeździeckich często zastanawia co jest przyczyną tak małej frekwencji. Zła pogoda, kontuzje koni, a może niedyspozycja zawodników? W wielu przypadkach problem tkwi zupełnie gdzie indziej i naprawdę wystarczy bardzo niewiele, żeby to zmienić. Trzeba po prostu o tym powiedzieć.

tekst: AGNIESZKA KOPKA  
zdjęcia: OSOBA NIEZNANA

Bill Bernbach, ojciec komunikacji marketingowej powiedział: „Bez względu na to, co chcesz przekazać, prawda nie jest prawdą, o ile ludzie Ci nie wierzą. Ludzie Ci nie uwierzą, jeżeli Cię nie zauważą. Ludzie zauważą Cię tylko wtedy, gdy będziesz się do nich zwracać w niecodzienny i interesujący sposób”.

Zanim zaczniecie się zastanawiać nad tym, co autor miał na myśli, przeczytajcie ten artykuł. Chciałabym się z Wami podzielić doświadczeniem, które zdobyłam przez lata pracy w międzynarodowych korporacjach oraz tym, jak przekulałam to na naszą jeździecką rzeczywistość. Mam nadzieję, że i w Waszym przypadku sprawdzi się to w praktyce. Na początek trochę teorii.

### Co to jest komunikacja marketingowa?

Komunikacja marketingowa to proces przekazywania informacji innym. Aby mówić o komunikacji marketingowej, musi zaistnieć 6 elementów:

- \* Źródło informacji.
- \* Komunikat.
- \* Kanał komunikacji.
- \* Odbiorca.
- \* Proces kodowania.
- \* Proces dekodowania.

Źródło informacji to podmiot (w naszym przypadku organizator imprezy jeździeckiej), który ma do przekazania jakąś informację (w naszym przypadku informację o imprezie jeździeckiej lub zawodach, które organizujemy).

Komunikatem będzie informacja wychodząca ze źródła (czyli informacja o imprezie), która będzie przekazywana przez kanały komunikacji (np. reklamę prasową, stronę internetową, w rozmowie, itp.). Odbiorcą będzie osoba, do której dotrze komunikat (czyli uczestnik naszej imprezy). Proces kodowania to sposób przekazania informacji. Musi być zrozumiały dla odbiorcy. Odbiorca musi go dobrze zdekodować, czyli zrozumieć.

Każdy, kto chce coś komuś zakomunikować, musi przejść przez 3 etapy:

1. Określić cel komunikacji, czyli innymi słowy wiedzieć, co chce się powiedzieć i dlaczego.
2. Przygotować komunikat – stworzyć treść i odpowiednio ją zakodować, czyli napisać czy powiedzieć to w taki sposób, aby był zrozumiały dla odbiorcy.
3. Skutecznie rozdystrybuować komunikat, czyli wybrać takie kanały komunikacji, które zagwarantują nam to, że informacja dotrze do naszych potencjalnych klientów.

### Trzy etapy komunikacji:

1. Określenie celu komunikacji.
2. Przygotowanie komunikatu.
3. Skuteczne rozdystrybuowanie komunikatu.

Zazwyczaj doskonale wiemy co chcemy powiedzieć i jaki mamy cel. Chcemy powiedzieć, że organizujemy

zawody/imprezę jeździecką. Chcemy też, żeby przyjechało jak najwięcej zawodników i widzów. Ale jak to skutecznie przedstawić odbiorcom, którzy są w kręgu naszego zainteresowania? Co musimy zrobić? Nie można zakładać, że ludzie sami będą szukać informacji. To my musimy z nią do nich wyjść.

Przede wszystkim musimy określić i rozpoznać grupę docelową (naszego potencjalnego klienta), czyli ludzi, których chcemy zaprosić na organizowane przez nas wydarzenie. Aby to zrobić, musimy odpowiedzieć sobie na trzy podstawowe pytania:

\* Kto jest naszym klientem?

Musimy wiedzieć jaką dyscyplinę uprawia, czy jest zawodnikiem czy amatorem, w jakim jest wieku, itp.

\* Z jakich mediów korzysta?

Gazety jeździeckie, strony o tematyce jeździeckiej, portale społecznościowe, a może po prostu tablica ogłoszeniowa w stajni?

\* Co jest dla niej atrakcyjne?

Czy nasz klient przyjeżdża, żeby zdobyć nagrodę, nauczyć się czegoś, a może chce miło spędzić czas?

### Grupa docelowa:

1. Kto jest naszym klientem?
2. Z jakich mediów korzysta?
3. Co jest dla niego atrakcyjne?

Jeśli już odpowiemy sobie na pytanie dla kogo organizujemy imprezę, musimy wybrać odpowiedni kanał komunikacji, czyli sposób przekazania tego, co chcemy powiedzieć. Co więcej, musimy o tym powiedzieć tak, aby zostało to zauważone i właściwie zrozumiane przez naszego potencjalnego klienta.

Komunikacja marketingowa to nie tylko reklama w gazecie, czy baner na stronie internetowej. To również doskonały sposób na wypromowanie tego co robimy i zdobycie zaufania naszych obecnych i przyszłych klientów. To szczególnie ważne w przypadku organizatorów, którzy nie chcą zakończyć swojej działalności na jednym wydarzeniu.

Komunikację marketingową możemy podzielić na dwa rodzaje: komunikację formalną i nieformalną. W książkowej nomenklaturze nazywa się to zintegrowaną komunikacją marketingową.

Komunikacja marketingowa formalna to wszystkie działania promocyjne określone w czasie, za które musimy zazwyczaj zapłacić, dobrze je zaplanować i zorganizować. To na przykład reklama prasowa, działania PR (public relations), akwizycja lub list czy e-mail (tzw. komunikacja bezpośrednia) z informacją o organizowanej przez nas imprezie.

Komunikacja marketingowa nieformalna to z kolei działania, które mimo że nie są zaliczane do promocji, mają istotne znaczenie promocyjne. Komunikacji nieformalnej nie da się ująć w ramy czasowe, finansowe, czy organizacyjne. Z doświadczenia mogę powiedzieć, że ta forma komunikacji zdecydowanie bardziej procentuje w przyszłości i kreuje nasz wizerunek, jako organizatora wydarzeń jeździeckich.



Do komunikacji marketingowej nieformalnej zaliczamy między innymi produkt (w naszym przypadku imprezę lub zawody), a dokładniej sposób, w jaki go realizujemy, jego cenę i warunki sprzedaży. Każde zawody i każda impreza jeździecka można zorganizować na dwa sposoby: byle jak, kultywując zasadę „nieważne jak, oby było” i dobrze, z dbałością o najmniejszy szczegół. Wybór zależy od nas.

Istotny jest również wygląd otoczenia (w naszym przypadku ośrodka jeździeckiego lub miejsca, w którym organizujemy naszą imprezę). Jeśli nie macie własnego zaplecza na zorganizowanie imprezy i musicie skorzystać z uprzejmości innych lub wynająć takie miejsce, warto zwrócić uwagę nie tylko na infrastrukturę i estetykę, ale również na aspekty związane z bezpieczeństwem. Sprawdźcie także, czy w danym miejscu na pewno zmieszczą się wszyscy goście, których chcecie zaprosić. Niezmiernie istotna jest lokalizacja. Upewnijcie się czy łatwo jest tam dojechać, czy koniowóz nie utknie gdzieś w szarym polu, czy osoby, które nie mają samochodu będą miały jak dotrzeć na miejsce. Jeśli macie swój własny ośrodek – pomalujcie trawę na zielono.

Komunikacja marketingowa nieformalna, co wielu z Was może zdziwić, to także sposób zachowania pracowników naszej firmy (ich dostępność, kompetencje oraz gotowość do pomocy), sposób załatwiania reklamacji, a także wygląd środków transportu, zawartość i wygląd dokumentów firmowych. W końcu nie bez powodu mówi się, że „jak Cię widzą, tak Cię piszą”. Reasumując – komunikacja marketingowa nieformalna to wszystko to, co nie jest promocją. Wszystko co robimy, wszystko co robią nasi pracownicy i współpracownicy jest odbierane przez otoczenie jako komunikat i buduje opinię na temat naszej firmy lub naszych działań.

## 10 przykazań komunikacji marketingowej

1. Wszystko co firma robi może być komunikatem marketingowym, który zauważy nasz klient. Pamiętajmy, że komunikacja to nie tylko formalna promocja.
2. Każdy komunikat (w tym również zaniechanie informacji) wpływa na opinię na temat tego co robimy lub na wizerunek naszej firmy.
3. Należy uświadomić wszystkim pracownikom oraz współpracownikom, że wizerunek tworzy każdy, a nie tylko reklama w prasie czy w internecie.
4. Każdy komunikat powinien być przez nas świadomie kształtowany (zgodnie z celem, który sobie postawimy i strategią jego realizacji, czyli sposobem wdrożenia naszego celu w życie).
5. Wszystkie komunikaty powinny być spójne i logiczne. Najlepiej, aby jeden wynikał z drugiego lub żeby wzajemnie się uzupełniały.
6. Komunikacja powinna być dostosowana do naszego odbiorcy (grupy docelowej), czyli w naszym przypadku uczestnika imprezy jeździeckiej.
7. Odbiorcą komunikacji marketingowej jest nie tylko sam uczestnik imprezy/zawodów, ale także osoby postronne (na przykład rodzice, znajomi, sponsorzy, itp.), których zdanie wbrew pozorom może mieć w przyszłości ogromne znaczenie.
8. Komunikacja powinna zakładać dialog z odbiorcą, czyli przepływ informacji w obie strony. Jako organizator imprezy jeździeckiej musimy się liczyć z wieloma pytaniami ze strony uczestników i być gotowi na nie odpowiedzieć.
9. Należy stale kontrolować komunikaty marketingowe konkurentów.
10. Należy stale kontrolować reakcje odbiorców na nasze komunikaty, jeśli nie przynoszą pożądanego efektu.



## Jak zaplanować skuteczną komunikację marketingową?

Teoria teorią, a jak to zrobić w praktyce? Postaram się to pokazać na przykładzie pierwszych konsultacji ujeżdżeńiowych, które organizowaliśmy kilka lat temu. Komunikując coś musimy pamiętać o tym, że w obecnych czasach, gdzie na każdym kroku czai się jakaś promocja lub konkurs i wszystko jest najlepsze, ludzie trochę uodpornili się na komunikaty. Drugą kwestią jest to, że jeśli będziemy stale powtarzać to samo, nawet jeśli jest to ważne i interesujące dla naszego odbiorcy, w pewnym momencie przestanie on reagować na nasze komunikaty. Dlatego warto z góry zaplanować co, kiedy i jak chcemy powiedzieć.

W przypadku imprez jeździeckich komunikację marketingową możemy rozpocząć na długo przed samym wydarzeniem. Jeśli jesteśmy pewni, że impreza się odbędzie, mimo, że nie znamy jeszcze na przykład dokładnego terminu czy miejsca, możemy już zacząć mówić o swoim wydarzeniu. Mamy już o czym powiedzieć i możemy to zrobić na wiele sposobów, np.: „Anky van Grunsven przyjedzie do Polski”, „Konsultacje z Anky van Grunsven w Polsce”, „Wielokrotna Mistrzyni Olimpijska będzie trenować polskich zawodników”, itd.

Mimo tego, że nie znamy jeszcze dokładnego terminu i miejsca, w kontekście komunikacji marketingowej mamy bardzo komfortową sytuację, w której możemy dawkać naszym odbiorcom informacje, budując tym samym napięcie i powodując, że ludzie sami zaczęli mówić o tym wydarzeniu. W ten sposób powstaje tzw. marketing szeptany. Ludzie zaczynają powtarzać komunikat bez naszego udziału. W przypadku kliniki z Anky van Grunsven kolejnym pretekstem do powiedzenia o organizowanej przez nas klinice był termin, miejsce oraz zasady udziału.

I znowu możliwych było kilka różnych komunikatów o tym samym wydarzeniu.

„Klinika z Anky van Grunsven odbędzie się 10-11 marca 2011 w Kuźni Nowowiejskiej. Już wkrótce rozpoczniemy sprzedaż biletów”. „Rozpoczynamy przyjmowanie jeźdźców z własnym koniem, którzy chcą wziąć udział w konsultacjach”. „Program konsultacji jest dostępny na [www.horsesport.pl](http://www.horsesport.pl)”, itp.

I znowu powstaje miejsce na marketing szeptany: „Słyszałeś, że klinika z Anky van Grunsven odbędzie się w Kuźni Nowowiejskiej? Czy wiesz gdzie i za ile można kupić bilety?” „Wybierasz się na klinikę z Anky?”, „Czy wiesz kto będzie brał udział z własnym koniem?”.

Do momentu, do którego nie będziemy mieć pewnego kompletu informacji, mającego wpływ na decyzję o wzięciu udziału w wydarzeniu (czyli: co, gdzie, kiedy i za ile), komunikację marketingową możemy oprzeć głównie na własnych nośnikach informacji (własna strona internetowa, znajomi) oraz na ogólnie dostępnych i znanych przez naszych klientów kanałach komunikacji (informacje prasowe, portale społecznościowe, itp.).

Ważne, aby nie wyprzedzać faktów. Lepiej czegoś nie powiedzieć, niż później coś odkręcać. Taka forma gradacji informacji pełni również doskonałą funkcję zapowiedzi wydarzenia oraz buduje napięcie i zwiększa wrażliwość odbiorcy na pojawiające się komunikaty.

W momencie, w którym mamy już wszystkie klocki układanki, czas na reklamę lub informację w prasie czy na materiałach drukowanych (plakat, ulotka, list). Oczywiście, jeśli założyliśmy sobie takie kanały komunikacji. Dlaczego? Ponieważ, to zazwyczaj wiąże się z kosztami wykupienia powierzchni reklamowej (w przypadku reklamy w gazecie lub na stronie



internetowej) druku i dystrybucji (w przypadku np. plakatów czy ulotek). Poza tym jak to się mówi „papier nie kłamie”. Nazywam to komunikacją właściwą.

Dobrze, aby reklamie w prasie, plakatom oraz informacji w Internecie towarzyszyła również komunikacja bezpośrednia w postaci mailingów wysyłanych do osób, które zakupiły bilet. W naszym mailu dziękowaliśmy przede wszystkim za zaufanie, jakim klienci nas obdarzyli jako organizatora, kupując bilet na konsultacje oraz podaliśmy wszystkie informacje organizacyjne i logistyczne (jaki jest program kliniki, jak dojechać do ośrodka, gdzie zostawić samochód, itd.).

Jeśli ktoś myśli, że na tym kończy się plan komunikacji marketingowej dla danego wydarzenia i wystarczy już tylko czekać z założonymi rękami na godzinę zero, jest w błędzie. To dopiero połowa drogi. Niestety bardzo często zapomina się o dwóch pozostałych elementach, a mianowicie o komunikacji podczas samej imprezy oraz o komunikacji po imprezie.

Komunikacja marketingowa podczas imprezy pracuje przede wszystkim na nasz wizerunek, jako organizatora wydarzenia. To doskonały moment na wykorzystanie narzędzi nieformalnej komunikacji marketingowej.

W przypadku kliniki z Anky van Grunsven staraliśmy się zadbać przede wszystkim o to, aby nikt nie miał problemów z trafieniem do ośrodka. Na całej trasie dojazdu (oczywiście z różnych kierunków) zostały umieszczone plansze kierunkowe z logo Horse Sport. Na terenie samego ośrodka oznaczyliśmy wszystkie ważne miejsca: punkty gastronomiczne, toalety, parkingi, wejścia oraz sektory dla widzów i gości VIP. Dodatkowo każdy z uczestników otrzymał wydrukowany program konsultacji wraz ze szczegółową mapą ośrodka.

Najistotniejszym elementem nieformalnej komunikacji marketingowej podczas kliniki z Anky van Grunsven, były dla nas kompetencje pracowników i wolontariuszy, a przede wszystkim ich dyspozycyjność i gotowość odpowiedzi na niemalże każde pytanie uczestników. W końcu to oni byli na pierwszym froncie i mieli bezpośredni kontakt z klientem.

Każda z osób miała wyraźnie określone zadanie. Przygotowaniu tego wydarzenia towarzyszyły długie spotkania całego zespołu, na których przerabialiśmy niemalże w nieskończoność szczegółowy scenariusz imprezy, rozważając różne opcje i szukając najlepszych rozwiązań. Wiem, że wtedy wiele osób nie rozumiało, po co to robimy. Dopiero po zakończeniu kliniki malkontenci przyznali, że gdyby nie te nudne i żmudne spotkania, nie daliby rady.

Niemożliwe jest zorganizowanie imprezy, szczególnie dużej, w pojedynkę. W organizację imprez jeździeckich jest zaangażowanych zwykle bardzo wiele osób (pracownicy biura, stajenni, pracownicy porządkowi, osoby techniczne, bileterzy, i wielu innych). Pamiętaj-

my, że firmę budują ludzie i to oni, w szczególności w przypadku imprez, są naszą wizytówką.

Kolejną rzeczą, o której należy pamiętać, to wygląd i zawartość materiałów szkoleniowych (w przypadku inicjatyw edukacyjnych) i informacyjnych. Organizując nawet najmniejsze zawody, zadbajmy o to, aby listy startowe były estetycznie przygotowane, żeby zawsze były aktualne i dostępne dla uczestników. Zwykła kartka z listą zawodników może być również doskonałym kanałem komunikacji i promocji tego co robimy. Wystarczy umieścić logo ośrodka, adres strony internetowej z podziękowaniem i zaproszeniem na kolejne zawody.

Ostatnim elementem dobrego planu komunikacji marketingowej jest komunikacja po imprezie, która przedłuża „życie” naszego wydarzenia. W przypadku organizowanych przez nas konsultacji to zazwyczaj galeria zdjęć, relacje i podsumowanie kliniki, jak również artykuły, które pojawiają się w prasie branżowej i lokalnych mediach. Należy również podziękować uczestnikom za udział w naszym wydarzeniu.

Konsultacje z Anky van Grunsven, mimo że fizycznie skończyły się 11 marca o godzinie 16:00, w rzeczywistości zakończyły się dopiero w maju.

### Co zrobić, kiedy się nie udaje...

Organizacja imprez, w szczególności jeździeckich, niesie ze sobą bardzo duże ryzyko niepowodzenia. Chyba każdy z nas spotkał się z sytuacją, w której konsultacje lub zawody zostały odwołane. Kontuzje koni, niedyspozycje zawodników, złe warunki pogodowe to coś, na co jako organizator imprezy nie mamy najmniejszego wpływu. Co zrobić, jeśli musimy odwołać imprezę lub zmienić zasady gry w trakcie gry, czyli kiedy na przykład musimy zmienić program, ceny biletów, czy miejsce? Na pewno nie chować głowy w piasek i udawać, że nic się nie stało. Przede wszystkim należy podziękować wszystkim, którzy już zadeklarowali swój udział w wydarzeniu (kupili bilet,

zgłosili się z koniem na zawody/konsultacje) i oficjalnie przeprosić, za zaistniałą sytuację, podając powody zmiany lub odwołania imprezy.

\* Kontaktujemy się z osobami, wobec których mamy zobowiązania.

\* Umieszczamy informację we własnym kanale komunikacji (strona internetowa, plakat) z dokładnym podaniem przyczyny odwołania imprezy oraz informacją co zrobiliśmy, aby nie dopuścić do zaistniałej sytuacji.

\* Wysyłamy informację prasową w kanałach zewnętrznych, najlepiej tych samych, w których informowaliśmy o imprezie.

\* Odpowiadamy na każdy kontakt i zapytanie.

Czas na rozszyfrowanie cytatu Bill'a Bernbach'a: „Bez względu na to, co chcesz przekazać, prawda nie jest prawdą, o ile ludzie Ci nie wierzą.”

Przede wszystkim informacje, które chcemy przekazać muszą być rzetelne i prawdziwe. Tak jak napisałam wcześniej, jeśli nie jesteśmy czegoś pewni, lepiej o tym nie mówić, zamiast pisać później sprostowanie. Odbiorca musi zauważyć komunikat i przede wszystkim go zrozumieć.

Ludzie Ci nie uwierzą, jeżeli Cię nie zauważą. Jeśli wybierzemy zły kanał komunikacji, to nie dotrzemy z informacją do naszego potencjalnego klienta (uczestnika imprezy lub zawodów). Aby wybrać właściwy kanał komunikacji musimy znać naszą grupę docelową i wiedzieć z jakich mediów korzysta. Warto wykorzystywać niekonwencjonalne kanały komunikacji wychodząc do ludzi.

Ludzie zauważą Cię tylko wtedy, gdy będziesz się do nich zwracać w niecodzienny i interesujący sposób.” Przede wszystkim chodzi o to, aby nasz komunikat wyróżnił się spośród innych i żeby był interesujący dla odbiorcy. Tylko wtedy zostanie przez niego zauważony. W przypadku imprez jeździeckich mamy nieco ograniczone możliwości. Tworząc komunikat powinniśmy go różnicować, ponieważ to podtrzymuje zainteresowanie naszych potencjalnych klientów, a komunikat nie ginie w gąszczu innych informacji. ■



Rediscover Music

Technics

## TECHNICS - ODKRYJ MUZYKĘ NA NOWO!

Wprowadzając markę Technics na rynek sięgnięto do pięćdziesięcioletniej tradycji firmy w dziedzinie odtwarzania dźwięku. Połączenie doświadczenia i innowacyjności pozwoliło wprowadzić urządzenia Technics w erę muzyki cyfrowej.

Produkty Technics nie tylko odtwarzają dźwięk - one oplatają słuchacza żywą i dynamiczną muzyką, odgrywając ważną rolę w środowisku miłośników doskonałego brzmienia.

Wierność czystemu dźwiękowi jest kluczowa, a Technics gwarantuje odtwarzanie sygnału audio perfekcyjnie.

EXPERIENCE SOUND AS NEVER BEFORE.  
REDISCOVER MUSIC WITH TECHNICS' NEW HIGH-END  
AUDIO PRODUCTS.



### SYSTEM R1

System R1 składa się z 3 elementów: stereofonicznego wzmacniacza mocy R1, który wyznacza nowy standard dla parametrów wzmacniaczy cyfrowych. Odtwarzacz sieciowy R1 minimalizuje szum dzięki cyfrowemu odwzorowaniu dźwięku. A doskonałe głośniki pozwalają osiągnąć najwyższy poziom odsłuchu.



### GRAMOFON SL 1200

W odpowiedzi na apele fanów z całego świata, zdecydowano się stworzyć nowy gramofon klasy Hi-Fi z napędem bezpośrednim. Wyprodukowany przez firmę Technics, gramofon SL 1200, cieszy się ogromnym uznaniem audiofilów i DJ-ów.



### SERIA C700

Seria C700 składa się z komponentów najwyższej klasy o nowoczesnym wzornictwie. W skład zestawu wchodzi: zintegrowany wzmacniacz, odtwarzacz sieciowy, odtwarzacz CD, oraz system dwudrożnych kolumn generujących przejrzysty i precyzyjny dźwięk.



### SERIA C500 OTTAVA/C550

System micro all in one to wspaniałe rozwiązanie dla ceniących sobie dźwięk wysokiej klasy w harmonii z nowoczesną stylistyką. Oprócz funkcji odtwarzania DLNA, USB i Bluetooth obsługiwane są usługi Spotify\* Connect i vTuner\*. Urządzenie można podłączyć do sieci domowej przy użyciu kabla LAN lub połączenia bezprzewodowego WiFi.



Szczegółowe informacje na temat dostępności produktów i ich parametrów dostępne są pod adresem [www.technics.com/pl](http://www.technics.com/pl)

# Co dalej z hodowlą w Janowie?



tekst: AGNIESZKA KOPKA  
zdjęcia: OLIVIA CHMIELEWSKA, equista.pl

Po 1989 roku w hodowli koni w Polsce zaszły ogromne zmiany. Wiele państwowych stad i stadnin zostało sprywatyzowanych. Zapewniano, że niektóre z nich nie trafią w prywatne ręce, ale tak się nie stało. Części już w ogóle nie ma. O kierunku hodowli koni w SK Janowie Podlaskim opowiada nowo wybrany dyrektor stadniny – prof. Sławomir Pietrzak.

**R**ola stadnin koni po II wojnie światowej była naprawdę ogromna. Hodowano dobre ogiery, które trafiały do stad ogierów i w ten sposób doskonalono całe pogłowie koni w Polsce. Stadniny utrzymywały bardzo dużą liczbę klaczy, więc można było prowadzić rzeczywistą pracę hodowlaną. Oczywiście można mieć zastrzeżenia do kierunków hodowlanych. W Polsce zbyt długo hodowano konia wszechstronnie użytkowego. Z tym problemem mamy też do czynienia w przypadku koni małopolskich.

Moim zdaniem już dawno należało zacząć pewną specjalizację lub wręcz zdecydować, jaki to ma być koń. Kiedy na początku lat 60-tych otwierano Księgę Stadną Koni Małopolskich, to był to pewien zlepek koni różnych odmian między innymi nowosądeckich, kieleckich i lubelskich. Od paru lat funkcjonuje

program ochronny, który według mnie nie przynosi oczekiwanych rezultatów, ponieważ liczba klaczy małopolskich ciągle się zmniejsza. Rolnicy otrzymują dopłaty za hodowanie tych koni według zasad zapisanych w programie. To nie są duże pieniądze, ale biorąc pod uwagę sytuację polskiej wsi, nadal atrakcyjne. Efekt jest niestety taki, że wiele wyhodowanych żrebiąt i młodych koni nie znajduje nabywców i w konsekwencji trafia do rzeźni. Taka droga prowadzi donikąd. Konie małopolskie czy wielkopolskie trzeba przede wszystkim doskonalic i dążyć do tego, aby skutecznie konkurowały z innymi rasami. Niemcy już dawno przekształcili swoją hodowlę. Francuzi i Anglicy również. Na zachodzie hodowane są konie w typie sportowym. Tam pojęcie rasy wręcz się zatarło. Te same ogiery są uznawane przez wiele związków i w wielu różnych krajach.



Po II wojnie światowej liczba koni we wszystkich krajach malała (zaniechano ich używania w formacjach wojskowych i w rolnictwie), ale tylko do pewnego momentu. W Polsce niestety nadal się zmniejsza, co wynika ze znacznego jeszcze udziału koni zimnokrwistych i różnych mieszańców. Na dzień dzisiejszy szacuje się, że w Polsce jest około 300 tysięcy koni, z czego prawie 60% stanowią konie zimnokrwiste. Dla porównania w Niemczech pogłowie koni szacuje się na 1,5 miliona. Inny przykład – taka mała Holandia, którą świetnie pamiętam z początku lat siedemdziesiątych. Wówczas było tam 45 tysięcy koni, a w tym momencie jest ich ponad 700 tysięcy. I nie są to konie zimnokrwiste, ale szlachetne w doskonałym typie sportowym. Kiedyś konie hanowerskie, holenderskie czy oldenburskie przypominały nasze konie śląskie w starym typie. W tej chwili to zupełnie inne zwierzęta. Na przełomie lat 80. i 90-tych byłem w Niemczech. Przez ponad osiem miesięcy trenowałem tam młode ogiery i uczestniczyłem w ich próbach dzielności. Już wtedy konie holenderskie świetnie skakały. To było tyle lat temu, a przecież nadal wszystko idzie do przodu. Polska pod względem hodowli koni sportowych jest niestety daleko w tyle.

**Polska pod względem hodowli koni sportowych jest niestety daleko w tyle.**

Polski Związek Hodowców Koni twierdzi, że jeszcze nie czas, aby klacze miały obowiązkowe próby dzielności. Pytam się – kiedy? Za 50 kolejnych lat? Przecież poziom

hodowli wcale nie zależy tylko od dobrych ogierów. W tej chwili każdy może sobie sprowadzić nasienie najlepszych ogierów z całego świata, ale to wcale nie oznacza, że od razu urodzą mu się dobre konie. Średnia wartość polskich klaczy niestety odbiega in minus od tych zagranicznych. I to jest właśnie wyzwanie.

Wracając do konia małopolskiego. W ostatnich latach bardzo zmieniło się WKKW. Nie ma już próby stajowej, nie ma dróg i ścieżek, a próba terenowa wymaga mniejszego wysiłku i wytrzymałości od konia. Po zmianach tych przepisów natychmiast na rynku koni do WKKW pojawiły się konie hodowli niemieckiej, które wygrywają wiele zawodów najwyższej rangi. Jest coraz większe zapotrzebowanie na konie tego typu. Mój kolega Elmar Lesch, znany zawodnik WKKW, organizuje co roku dwie aukcje i poszukuje także w Polsce dobrych koni do WKKW. Mówię to dlatego, że właśnie na bazie angloaraba z Janowa można coś sensownego wyhodować. Podejrzewam, że aby zdążyć za światem, trzeba ten proces przyspieszyć. Można to zrobić między innymi przez użycie bardzo dobrych i sprawdzonych ogierów w dobrym typie: hanowerskich, holenderskich, a być może i oldenburskich. Trudno w tej chwili powiedzieć, jak one się będą łączyły z naszymi klaczami. Niemcom i w wielu innych krajach to się udaje, więc jest duża szansa, że także w Polsce będzie się hodować naprawdę dobre konie do WKKW, a nawet skoków.

**Jest duża szansa, że także w Polsce będzie się hodować naprawdę dobre konie do WKKW, a nawet skoków.**

Trzeba jednak zacząć działać. Jeśli nic nie będziemy robić w tym kierunku i nadal będziemy wymyślać powody do ochrony ras rodzimych, to zostaniemy w tyle. Świat na nas nie poczeka.

Do konkursu na stanowiska Prezesa SK w Janowie zgłosiłem się w ostatniej chwili. Wszystko zaczęło się od tego, że zostałem zaproszony do uczestnictwa w radzie do spraw hodowli koni, którą powołał Minister Rolnictwa. Pomyślałem sobie, że to może być pewna szansa, aby taką stadninę koni jak Janów Podlaski, z prawie



200-letnią tradycją, utrzymać. To nasze dobro narodowe. Nie tylko dla nas, ale przede wszystkim dla naszych pokoleń. To jest szalenie ważne. Proszę zobaczyć ile dobrych stadnin upadło. Przykładem jest Posadowo, które zaczęło hodować naprawdę niezłe konie sportowe. I nagle prywatyzacja. Skończyło się.

Trzeba ratować cenny materiał hodowlany, działać zgodnie z planem, aby jak w przypadku Janowa, utrzymać wysoką markę, rozwijać ją i doskonalić.

Na pierwszym zebraniu rady powiedziałem, że to dobrze, że powstała taka rada, ale niech coś jeszcze z tego wynika. Jeśli chcemy produkować dobre konie musi zostać opracowana strategia hodowlana. Do tej pory celem było sprzedanie wszystkiego. Oczywiście prywatyzacja sama w sobie nie jest zła, ale pod warunkiem, że wszystko trafia w odpowiednie ręce. Na świecie jest sporo świetnie funkcjonujących prywatnych stad i stadnin. Niestety w Polsce mamy wiele negatywnych przykładów. Nie tędy droga. Trzeba dbać i ratować cenny materiał hodowlany. Nie można działać chaotycznie, tylko zgodnie z planem, który ma służyć temu, żeby tak jak w przypadku Janowa, utrzymać tę wysoką markę, rozwijać ją i doskonalić.

Leon Melchior przez wiele lat walczył o utworzenie księgi Zangersheide. Teraz to konie uznawane za jedne z najlepszych koni sportowych na świecie. On na przykład nie bał się inbrodu. Dlaczego o tym mówię. Funkcjonuje wiele mitów. Inbred wcale nie ma tak negatywnego wpływu na konie, jak jest to naukowo stwierdzone w przypadku świń czy bydła. Dzisiaj jest cała masa różnych możliwości. Biotechnologia jest bardzo rozwinięta. Inbred, wyplukiwanie zarodków, dzięki czemu od jednej klaczy można uzyskać więcej źrebiąt. Trzeba tylko spojrzeć na to z nieco innej perspektywy.

Wracając do koni arabskich. Janów przechodził różne burzliwe okresy. Wiele koni zginęło podczas I i II wojny światowej. Przez wiele lat araby były aktywnie wykorzystywane między innymi w hodowli koni półkrwi. Pamiętam jeszcze czasy, kiedy w SO w Białce było wiele ogierów półkrwi arabskiej. Teraz nie ma ani jednego. W związku holsztyńskim czasem używano arabów do osuszenia tkanki. Kiedyś było dla nich zastosowanie. Dlatego Niemcy zdecydowali się na próby dzielności ogierów arabskich, które nie różniły się od prób dla innych ras. Arabi byli sprawdzani zarówno w ujeżdżeniu, skokach, jak i próbie terenowej. Dopiero na tej podstawie kwalifikowano ogierów. I to jest bardzo słusze założenie. Uważam, że ta selekcja arabów jest potrzebna. Nie należy oczywiście zapominać o bukiecie arabskim, ruchu i tak dalej. Jeśli te konie mają służyć kolejnym pokoleniom, to muszą zostać rzeczywiście zagospodarowane. Na świecie na przykład jest rozwinięta hodowla arabów do rajdów długodystansowych. To prawda, że są może troszkę w innym typie od tych z Janowa, ale mają za to wybitną wytrzymałość. Beduini udomowili te konie nie po to, żeby się im przyglądać,



ale żeby na nich jeździć, walczyć i przemierzać ogromne odległości.

Patrząc na hodowlę koni czystej krwi w Polsce, można zauważyć dużo sztuczności. Jest na to wytłumaczenie. Każdy chce zaprezentować konia jak najlepiej, ale nie możemy mówić o ocenie przez sędziów ruchu, bo de facto nie ocenia się ani stępa, ani galopu, tylko klusa. I to często bardzo sztuczny klus. Wiemy doskonale na przykładzie koni półkrwi, że gdyby którykolwiek chodził z ogonem zadartym do góry, to nie otrzymałby dobrych ocen, ponieważ to świadczy tylko o tym, że koń jest spięty i pokazuje ruch, którego tak naprawdę nie ma. Takie są fakty.

Ciekawym pomysłem są Mistrzostwa Europy Sportowych Koni Arabskich. To jest coś nowego i trzeba się temu uważnie przyjrzeć, a jeśli już zdecydujemy się iść w tym kierunku, stworzyć jakąś perspektywę i działać. W ubiegłym roku ekipa Danii zaprezentowała ogiera arabskiego Zonyx, który bardzo dobrze pokazał się pod jeźdźcem w konkursach ujeżdżenia uzyskując noty powyżej 70%. Reklamowany był przez stadninę, która specjalizuje się w hodowli koni arabskich do ujeżdżenia. W zeszłym roku do Danii został sprzedany Echo Apollo Kai Dębińskiej, bo dobrze się ruszał. Mamy tutaj szansę, tylko trzeba szybko działać.

Jestem zdania, że trzeba utrzymać cenne linie ogierów i klaczy arabskich, ale nie można przestać myśleć o tym, co będzie za kilkadziesiąt lat.

Jestem zdania, że trzeba utrzymać cenne linie ogierów i klaczy arabskich, ale nie można przestać myśleć o tym, co będzie za kilkadziesiąt lat. Wszyscy się upajają kwotami za jakie są sprzedawane araby na aukcji. Niektórzy myślą, że taka stadnina to kopalnia złota, a tak naprawdę udaje się sprzedać tylko pojedyncze egzemplarze, podczas gdy przez cały rok trzeba utrzymać stado liczące 300, a nawet więcej koni. Nikt w stadninach, które są spółkami z ograniczoną odpowiedzialnością nie będzie dopłacał do ich utrzymania. Te konie trzeba trenować i sprzedawać jako pewien produkt, a nie surowiec. Tylko nieliczne araby dobrze się prezentują podczas pokazów i uzyskują dobre ceny na aukcjach. A co z resztą? Co dalej? Uważam, że tutaj też mamy duże pole do popisu. Niech startują w rajdach. Szejkwowie bardzo chętnie kupują konie chodzące dystanse powyżej 120 kilometrów. Z drugiej strony mamy Mistrzostwa Europy Sportowych Koni Arabskich. Są araby, które dobrze się ruszają także pod jeźdźcem. Tylko aby móc wyłowić takie konie, trzeba je sprawdzać i przede wszystkim umiejętnie trenować w stadninie. Tylko wtedy jest szansa dobrej sprzedaży. ■

**ZCB OW CZARY**  
CERAMIKA BUDOWLANA

**TERMoton**  
**P+W 25 DIAMENT**

$\lambda=0,170W/(mK)$

**Najcieplejszy  
pustak ceramiczny  
w Polsce\***

Wysokie parametry cieplno wilgotnościowe, bardzo dobra paroprzepuszczalność i parochłonność oraz wysoka akumulacja ciepła i izolacyjność akustyczna czynią z Pustaka Ceramicznego TERMoton DIAMENT najlepszy produkt dostępny na Polskim Rynku.

\*DOTYCZY PUSTAKÓW O GRUBOŚCI 25CM  
NA ZAPRAWIE TRADYCYJNEJ LUB CIEPŁOCHRONNEJ  
PIONOWO DRAŻONY PRZEZNACZONY NA ŚCIANY  
WEWNĘTRZNE I ZEWNĘTRZNE ZABEZPIECZONE TYNKIEM.

Wymiary: 325 x 250 x 235 i Klasa: 15  
Ilość sztuk na m<sup>2</sup> przy grubości ściany 250mm: 12,5 sztuk  
Norma: PN-EN 771-1



**WWW.OWCZARY.PL**

ZAKŁAD CERAMIKI BUDOWLANEJ "OWCZARY"  
R.E.R. STEPIEN SPÓŁKA JAWNA  
OWCZARY 28c, 26-341 MNISZKÓW  
TEL: +48 44 756-10-74, FAX: +48 44 756-11-74



# Wartości hodowlane CZY SĄ WARTOŚCIOWE?

tekst: CHRISTOPHER HECTOR  
tłumaczenie: AGNIESZKA KOPKA  
zdjęcia: KIKI BEELITZ

Już drugi rok z rzędu Stakkato Gold (Stakkato / Werther) jest numerem jeden w rankingu Niemieckiej Federacji Jeździeckiej skokowych reproduktorów.

„Potwierdzeniem wysokiej wartości hodowlanej tego ogiera są świetne wyniki jego młodego potomstwa, które z powodzeniem startuje w konkursach międzynarodowych. Na 122 koni chodzących w sporcie, 34 z powodzeniem startuje w skokach na poziomie klasy C. Trzeba dodać, że najstarsze potomstwo ma dopiero dziesięć lat. Dziewięć z nich jest sklasyfikowanych w raporcie ogierów hanowerskich z dorobkiem z wygranych co najmniej 15 000 euro. Kolejne siedem znajdziemy w światowym rankingu WBFSH. Shorapur od matki po Drosselklang II, na której przez ostatnie dwa lata startował z powodzeniem Irlandczyk Kevin Babington, została uznana za jedną z najlepszych hanowerskich klaczy zeszłego roku. Henrik von Eckermann niedawno zaczął jeździć na Sansibarze po Stakkato Gold / Wolkenstein II. Para była idealnie zgrana, czego dowiedli podczas eliminacji do Pucharu Świata w Stuttgarcie i Grand Prix Doha (Global World Champions Tour). Sansibar ma zaledwie dziewięć lat. Stakkato Gold już plasuje się w grupie najlepszych pięćdziesięciu reproduktorów skokowych w światowym rankingu WBFSH. Mam nadzieję, że nie tylko będziemy o nim słyszeć, ale także nasi hodowcy będą go wykorzystywać w swoich programach hodowlanych.” – pisze Ludwig Christmann w swoim corocznym przeglądzie hodowlanym *The Hanoverian*.

Nie byłem przekonany, kiedy Stakkato Gold został po raz pierwszy okrzyknięty najlepszym ogierem. I nadal nie jestem. Historia pokazuje, że ogiery wszechczasów były wspaniałymi sportowcami, a kontuzja Stakkato Gold uniemożliwiła nam zobaczenie na co tak naprawdę stać tego konia na parkurze. Bardzo wcześnie został wycofany do hodowli. Pamiętamy go właściwie tylko z Neumünster z konkursów dla młodych koni.



Ogier Don Schufro



Shorapur wygrała w tym roku trzy razy, ale za każdym razem w 3-gwiazdkowych zawodach. Zwyciężyła Grand Prix w Lexington, ale tak na dobrą sprawę nie miała tam zbyt dużej konkurencji. No może za wyjątkiem Royce Margie Engel (Café au Lait / Grandilott). Wygrana w Pucharze Narodów w Olbia była bardziej imponująca. Dwa czyste przejazdy pozwoliły na pokonanie między innymi drużyny amerykańskiej z Beezie Madden i Simonem na czele oraz silnej ekipy z Kanady w składzie: Yann Candel, Tiffany Foster, Ian Millar i Eric Lamaze.

Nie rozumiem do końca fenomenu Stakkato Gold. Bez wątpienia jest ciekawy i obiecujący. Dla porównania For Pleasure (Furioso II / Grannus), który sam dwukrotnie startował na Igrzyskach Olimpijskich, dał trzy fenomenalne żrebaki, które brały udział w zeszłorocznych Mistrzostwach Świata, a mimo tego został oceniony gorzej niż Stakkato Gold (dostał 26 punktów mniej). For Pleasure bez wątpienia był sprawdzonym reproduktorem.

Ojciec Stakkato Gold – Stakkato jest w rankingu na trzecim miejscu (165 pkt.) zaraz po Perigueux po Perpignon (Pilot / Watzmann) z matki po Stakkato (166 pkt.). Sam Perpignon nie był najlepszy, ale przekazywał bezcenne geny swojego ojca. Pilot dawał doskonale klacze, ale znalezienie ogiera, który podtrzymałby jego linię było bardzo trudne.

Perigueux świetnie rozpoczął ten rok wygrywając 3-gwiazdkowe Glock's Grand Prix. Jego starsze potomstwo, w sumie osiem koni startujących w zeszłym sezonie, też nieźle się zapowiada. Bez wątpienia to ogier wart uwagi, ale czy na tym etapie jego kariery naprawdę powinien być sklasyfikowany przed swoim dziadkiem Stakkato albo Cornetem, czy choćby osławionym synem Obolenskiego – Comme il faut?

Victor Timoschenko i Valentine Nechyporenko z Ukrainy, miłośnicy skoków przez przeszkody i przyszli hodowcy koni sportowych, przyjechali do Niemiec szukać pomocy w znalezieniu dobrego ogiera do hodowli. I znaleźli. Polecono im wyhodowanego w Belgii Windows Costerveld van het (po holenderskim Clintonie odnoszącym świetne wyniki zarówno w sporcie, jak i hodowli, i matce po Heartbreaker), któremu na Ukrainie zmieniono imię na Cornet Obolensky.

Po dwóch latach skontaktowali się z Ludgerem Beerbaumem i wynegocjowali pokrycie wspaniałej Ratiny Z. Tak na świat przyszedł Comme il faut. W tym samym czasie namówili Harli Seifert na pokrycie klacz z linii Couleur Rubin – Grannuschka po Grannusie. Tak urodził się Congress, uznany zarówno w sporcie, jak i hodowli. Zgodnie z kontraktem oba żrebaki zostały własnością panów Timoschenko i Nechyporenko.



Comme il faut bardzo dobrze pokazał się pod Marcusem Ehningiem zajmując czołowe miejsca w Grand Prix w Dortmundzie, Rzymie, Oslo i Helsinkach. Niestety plany hodowlane związane z tym ogierem przeszkodziły w dalszej karierze sportowej. Jego pierwsze 6-letnie potomstwo bardzo dobrze się zapowiada.

**Już drugi rok z rzędu Stakkato Gold (Stakkato / Werther) jest numerem jeden w rankingu Niemieckiej Federacji Jeździeckiej skokowych reproduktorów.**

Pierwsza dziesiątka rankingu Niemieckiej Federacji Jeździeckiej (FN) kończy się na dwóch niekwestionowanych gwiazdach i trzech ogierach, które chyba są błędem statystycznym. Na piątym miejscu z wynikiem 162 punktów jest Comte (Contendro / Granulit). Wartość hodowlana tego ogiera została określona chyba głównie





na podstawie osiągnięć jego matki. Sam nigdy nie wystartował w wyższych konkursach, a jego najstarsze potomstwo (7-letnie), nie miało jeszcze okazji się zaprezentować.

Wspaniały Heartbreaker (Nimmerdor / Silvano) jest na siódmej pozycji z wynikiem 161 pkt. ex aquo z Cloney (Contender / Lascadell), kolejnym ogierem ocenionym na podstawie dobrze pokazującej się matki. Jego potomstwo jest jeszcze za młode, a sam, mimo dobrej oceny przydatności do skoków, nigdy nie pokazał się na poziomie międzynarodowym.

Później mamy wielkiego skoczka Diamant de Sémilly (Le Tot de Sémilly / Elf III) ocenionego na 159 punktów podobnie, o ile się nie mylę, jak Chacco Chacco (Chacco-Blue / Stakkato / Furioso II). W 2010 Chacco Chacco był drugi w teście przydatności do skoków organizowanym w Adelheidsdorf i był jeżdżony przez Andreasa Knipplinga. Największym osiągnięciem w karierze Chacco Chacco's było wygranie w 2014 roku w Ebreichsdorf rundy koni 7-letnich. Nie wygląda na to, żeby startował w zeszłym roku, a mimo tego jest sklasyfikowany wyżej niż Baloubet du Rouet, Contendro, Escudo, For Pleasure i Numero Uno? To chyba jakiś żart.

Nie wygląda to dużo lepiej w przypadku koni ujeżdżeniowych. Mam wrażenie, że to co określa się mianem poważnego narzędzia, które ma pomagać hodowcom w doborze odpowiedniego ogiera, stało się porostu przeglądem tegorocznych trendów i niewiele ma

wspólnego z rzeczywistością. W czołówce jest tylko jeden ogier, który faktycznie startował z powodzeniem w konkursach Grand Prix. To Don Schufro, ojciec Weihegold, wschodzącej gwiazdy niemieckiej sceny ujeżdżeniowej, na którym Isabell Werth wygrała przed chwilą w Amsterdamie Freestyle World Cup.

Fürstenball (Fürst Heinrich / Donnerhall) z indeksem hodowlanym 173. Przebiekny ogier. W 2011 wygrał Bundeschampionate. Pierwsze żrebaki po nim przysły na świat sześć lat temu i zaczynają pierwsze starty. Według Ludwika 136 z nich wzięło już udział w zawodach na poziomie minimum L. 106 wróciło do domu przynajmniej z jednym flot. To z pewnością konkretne dane, ale żeby naprawdę potwierdzić realną wartość hodowlaną tego ogiera, musimy przekonać się, jak poradzą sobie na wyższym poziomie.

Nie wierzyłem kiedy w zeszłym roku ogier Lissaro został ogłoszony niemieckim numerem jeden ujeżdżenia. W tym roku jest drugi z indeksem 173 i nadal nie podzielałem entuzjazmu Ludwika. Oto co mówi: „Ogier wciąż z powodzeniem startuje w konkursach ujeżdżenia pod Wolfhard Witte z państwowej stadniny Celle. Para ma na swoim koncie dwanaście zwycięstw na poziomie od Inter I do Grand Prix. Większość z nich była w 2015 roku. Na wysoką ocenę wartości hodowlanej tego ogiera składają się poszczególne wskaźniki, między innymi dziedziczność ruchu (163 pkt) i jeźdźność (150 pkt). 59 z 79 koni po Lissaro ma już za sobą pierwsze konkursy w ujeżdżeniu, w których zajęły premiowane miejsca. Lissaro został także bardzo





dobrze oceniony za skoki (130 punktów). Statystyki potwierdzają jego przydatność również do tej konkurencji. Trzy konie, najstarszy miał w zeszłym roku sześć lat, mają już na swoim koncie bardzo udane starty na poziomie klasy C."

Obiektywnie na to patrząc wydaje mi się, że Lissaro nie będzie dawał ujeżdżeniowych koni Grand Prix, ale być może pojawi się po nim kilka niezłych koni do WKWK.

Na trzecim miejscu jest Vivaldi. Ten kasztan był kolejnym dobrze zapowiadającym się ogierem wysłanym do Hansa-Petera Minderhoud z przeznaczeniem do Grand Prix. Jak jeden z wielu zatrzymał się na poziomie Świętego Jerzego i poszedł do hodowli. W 2014 roku Vivaldi pojawia się jako reproduktor koni ujeżdżeniowych sklasyfikowany na 6. miejscu w księdze KWPN z indeksem 147. W 2015 ma już 146 punktów. W 2014 roku było po nim 612 czterolatków, z czego tylko 115 pokazało się na zawodach, co daje niecałe 20%. W tym roku podczas pokazu koni rasy KWPN otrzymał specjalne wyróżnienie (Keur) z adnotacją, że daje dobre młode konie sprawdzające się w sporcie, jak również uznane ogiery i zwycięzców wystaw.

Don Shufro jest na czwartym miejscu z wynikiem 167. Później jest Bordeaux (United / Gribaldi) i Don Juan de Hus (Jazz / Krack C) – oba po 166, Quaterhall (Quaterback

/ Donnerhall) - 165, Spörken (Sir Donnerhall / Lauries Crusador xx) - 164, L'Espoir (Lord Loxley / Warkant) i Real Diamond (Rohdiamant / Weltmeyer) po 162.

Żaden z nich nie doszedł do poziomu Grand Prix, ale ponad połowa z nich stanowi albo można kupić ich nasienie u Paula Schockemöhle.

Poza pierwszą dziesiątką z kolei są Belissimo, De Niro, Diamond Hit i Don Frederico. Każdy z nich dał świetne potomstwo.

Kiedy rozmawia się z ludźmi odpowiedzialnymi w Niemczech za hodowlę wydawać by się mogło, że martwi ich ta "hodowlana moda". Tymczasem Niemiecka Federacja Jeździecka poprzez określanie wartości hodowlanych powoduje, że właściciele klaczy rezygnują z krycia sprawdzonymi ogierami na rzecz niesprawdzonego potomstwa "modnych" ogierów.

Byłem wielokrotnie krytykowany za to, że nie doceniam wartości przyszłych reproduktorów. Wydaje mi się jednak, że wiele z nich to wschodzące gwiazdy, które szybko gasną. Przykładem może być Sir Donnerhall (Sandro Hit / Donnerhall), który był przez chwilę numerem jeden rankingów federacji, a sześć lat później nie był w stanie wejść nawet do pierwszej dziesiątki.

I tu rodzi się pytanie, co tak naprawdę jest oceniane? ■





## Teoria uczenia się koni w praktyce.

Jeździectwo jest sportem szczególnym, ponieważ o wyniku sportowym decyduje nie sam zawodnik, ale para jeździec – koń. We współczesnym sporcie nikogo już nie dziwi współpraca zawodników z psychologami, ale czy psychika konia i jego przygotowanie mentalne ma jakieś znaczenie w osiągnięciach sportowych? Bez wątplenia tak.

tekst: MONIKA GIEDROJC  
psycholog zwierząt ze specjalnością  
stosowana psychologia koni, instruktor  
sportu jeździeckiego ze specjalnością  
ujeżdżenia i skoków przez przeszkody,  
zawodnik i sędzia II klasy ujeżdżenia,  
egzaminator na odznaki jeździeckie,  
zawodowo zajmuje się treningiem koni  
i jeźdźców.  
zdjęcia: OLIVIA CHMIELEWSKA, equista.pl

**D**ziesiątki lat badań nad osobowością sportowców pokazują, że największe sukcesy odnoszą ludzie pewni siebie, silnie zmotywowani, potrafiący utrzymać koncentrację na zadaniu, kontrolujący emocje i stres [1]. Chociaż podejście psychologiczne do zwierzęcia różni się znacznie od podejścia do człowieka, jednak doświadczeni jeźdźcy dobrze wiedzą, ile pracy trzeba włożyć w konia niezmotywowanego do współpracy, lękliwego, niepewnego lub nadmiernie pewnego siebie, nieskoncentrowanego na zadaniach, czy próbującego przejmować kontrolę. Nierzadko wybitnie uzdolnione konie nie są w stanie wykazać się dostatecznie w sporcie tylko dlatego, że są uważane za „trudne”. Na każdym poziomie uprawiania jeździectwa zdarzają się konie sprawiające problemy, które mogą wynikać z niezrozumienia żądań lub z braku zaufania do człowieka. Ich szkolenie trwa znacznie dłużej, mogą też stwarzać zagrożenie dla siebie i jeźdźcy.

Potrzeba psychologicznego podejścia do koni doprowadziła do powstania „jeździectwa naturalnego”, którego główne założenia opierają się na partnerstwie, współpracy, zaufaniu i poszanowaniu potrzeb tych zwierząt. Naturalne jeździectwo, zyskując coraz większą popularność, stało się alternatywą dla jeździectwa klasycznego, przyciągając rzesze rozczarowanych klasycznymi metodami miłośników koni. Podejście do pracy z końmi okazało się na tyle odmienne, że powstał swego rodzaju spór pomiędzy „klasycami” i „naturalistami”, w którym strony zarzucają sobie wzajemnie niewłaściwe traktowanie koni. Jeździectwo klasyczne obwiniane jest o całkowity brak uwzględnienia ich psychicznych potrzeb i zmuszanie do nienaturalnych zachowań, w jeździectwie naturalnym natomiast, jego przeciwnicy widzą brutalnie działające liny i haltery, bezsensowne ganieianie i „pseudopsychologiczne” podejście.

Dotychczasowe badania naukowe uznają pozytywną rolę naturalnego szkolenia koni (NHT) dowodząc, że skuteczni trenerzy NHT są w stanie do minimum zmniejszyć swoje awersyjne działanie, konie uczą się szybciej, a ich reakcje strachu i stresu znacznie maleją w trakcie procesu szkolenia. Jednak niezbędnym warunkiem do osiągnięcia takich wyników, zarówno w jeździectwie naturalnym jak i klasycznym, jest właściwy poziom umiejętności trenera, ponieważ stosowanie presji musi odpowiadać indywidualnej wrażliwości poszczególnych koni, a jej działanie musi zostać przerwane w odpowiednim momencie aby uniknąć karanía. Trener musi również dać koniowi wystarczająco dużo czasu, aby zwierzę mogło ocenić swoją sytuację

i podjąć niezależną decyzję w formie właściwej reakcji. Zaniedbanie któregośkolwiek z tych warunków może doprowadzać konie do znacznych problemów emocjonalnych, ośpienia, nadpobudliwości lub nadmiernego strachu w relacji koń-człowiek [2]. Pojawia się więc refleksja, że całkowity brak podejścia psychologicznego jest równie niekorzystny w szkoleniu koni jak jego nieumiejętne stosowanie. Tymczasem wyniki przeprowadzonych dotychczas badań wskazują, że wielu trenerom jeździectwa brakuje prawidłowego zrozumienia stosowanych technik treningowych [3]. Podkreśla to potrzebę poszerzenia ich wiedzy, biorąc pod uwagę, że wykwalifikowani trenerzy odgrywają znaczącą rolę w rozpowszechnianiu informacji na temat metod szkolenia. Oczywiście brak wiedzy teoretycznej nie musi wykluczać sukcesów szkoleniowych, jednak jej posiadanie może znacznie poprawić zarówno efekty szkolenia jak i dobrostan koni.

Nie ma nic bardziej praktycznego  
niż dobrze opracowana teoria

Kurt Lewin

Czym zatem jest teoria uczenia się? W odniesieniu do zwierząt przyjmuje się behawiorystyczny kierunek badań psychologicznych. Współczesna wersja behawioryzmu - analiza behawioralna, jest nauką o zachowaniu i czynnikach środowiskowych, które na zachowanie wpływają. Za jej twórcę uważa się Burrhusa F. Skinnera (1904-1990), który jako pierwszy zidentyfikował

i opisał zasady warunkowania instrumentalnego, powszechnie stosowanego w szkoleniu zwierząt. Opracował i wprowadził w życie metodę progresywnej modyfikacji zachowań, którą nazwał kształtowaniem. To, co nazywamy szkoleniem koni jest więc praktycznym zastosowaniem behawiorystycznej teorii uczenia się. Większość procedur treningowych w jeździectwie opiera się na elementarnych formach uczenia się: habituacji (przyzwyczajaniu), sensytyzacji (uwrażliwianiu), warunkowaniu klasycznym i warunkowaniu instrumentalnym. W tym artykule przyjrzymy się dokładniej warunkowaniu instrumentalnemu i związanym z nim procedurom nagradzania.

## Warunkowanie instrumentalne i kwadrat wzmocnień

Warunkowanie instrumentalne, nazywane również sprawczym jest procesem, poprzez który uczymy się, które zachowania są dla nas korzystne, a których należy unikać. Działanie pomocy jeźdźcy jest bodźcem, który wywołuje u konia reakcję. Reakcja ta zawsze ma jakieś konsekwencje, które decydują o prawdopodobieństwie jej powtórzenia w przyszłości. Jeśli z punktu widzenia konia konsekwencje te będą korzystne lub przyjemne, prawdopodobieństwo powtórzenia tych zachowań wzrasta, jeśli niekorzystne lub nieprzyjemne, jest prawdopodobne, że częstość tych zachowań zmaleje [4]. Innymi słowy, możemy wzmacniać zachowania, które chcemy utrwalić i karać te, które są dla nas niepożądane. Warunkowanie instrumentalne może przebiegać w różny sposób, co najbardziej obrazowo przedstawia tzw. kwadrat wzmocnień.

**POZYTYWNE WZMOCNIENIE**  
dodanie pożądaných konsekwencji, np. nagroda w postaci jedzenia, drapanie sprawiające przyjemność

**NEGATYWNE WZMOCNIENIE**  
zabranie niepożądanych konsekwencji, np. odjęcie presji, przerwanie pracy

**POZYTYWNE KARANIE**  
dodanie niepożądanych konsekwencji, np. użycie bata, przeganianie

**NEGATYWNE KARANIE**  
zabranie pożądaných konsekwencji, np. zabranie jedzenia, odprowadzenie od stada

**WYGASZANIE:** zaprzestanie wzmocnienia, np. zaprzestanie nagradzania wyuczonego wcześniej zachowania



Określenia „pozytywne” i „negatywne” okazały się w praktyce o tyle niefortunne, że bywają interpretowane jako „dobre” i „złe”, co wywołuje wiele nieporozumień. Właściwe ich znaczenie ma sens wyłącznie matematyczny, czyli dodanie lub odjęcie.

## Nagradzanie jest podstawą uczenia

Wzmacnianie w uproszczeniu można nazwać nagradzaniem za pożądané zachowanie. Jak wynika z kwadratu wzmocnień, może przebiegać w formie podania nagrody (wzmocnienie pozytywne) lub poprzez zaprzestanie awersyjnego, czyli nieprzyjemnego dla konia działania (wzmocnienie negatywne). W jeździectwie zazwyczaj stosujemy wzmocnienia negatywne, ponieważ każda pomoc jeźdźcy jest mniejszą lub większą presją. Ważne jest, żeby zrozumieć, że nagroda w trakcie szkolenia ma dla konia wartość informacyjną, ponieważ uczy się tych reakcji, które wykonywał w momencie, kiedy presja łydki, wodzy lub dosiada jeźdźcy ustąpiła, odbierając to ustąpienie jako nagrodę. Na przykład, dość częstym problemem jeźdźców jest brak dostatecznej reakcji koni na pomoc łydek.

Rozwiązaniem bywa założenie ostróg lub użycie bata, co jednak zazwyczaj nie poprawia reakcji, a z czasem ostrogi stają się konieczne, żeby wyegzekwować ruch do przodu. Przyczyną jest nieświadome lecz konsekwentne oduczanie prawidłowej reakcji. Jeśli działanie lekkiej łydki nie powoduje ruszenia naprzód jeździec działa mocną łydką, czasem jednocześnie z batem lub ostrogą. W ten sposób sygnałem do ruszenia staje się nie lekka, ale mocna łydka lub co gorsza ostroga lub bat, a związek lekkiej łydki z reakcją słabnie lub zanika. W efekcie łydki (a raczej pięty lub ostrogi) nie przestają działać, zaciskają się na bokach konia i każdy krok jest wymuszany ich działaniem. Lekka łydka przestaje być w ogóle używana, ponieważ nie powoduje żadnej reakcji, a w odczuciu zwierzęcia nieprzyjemna presja nie ustępuje. Zaczyna reagować w sposób, w jaki my reagowalibyśmy, gdyby nasz pracodawca na każde nasze działanie odpowiadał: „nie!”, „złe!”, „staraj się bardziej!”, nie tylko nie chwaliąc, ale nie dając jednocześnie wskazówek co oznaczałoby „dobrze”. Bylibyśmy zdemotywowani, sfrustrowani i niezaangażowani w pracę, nie mówiąc już o jakości wykonania.

## Jak uczyć nagradzając?

Wrażliwość skóry konia jest większa od wrażliwości nie tylko łydki, ale nawet opuszków palców człowieka [5]. Brak reakcji nie oznacza zatem, że nie czuje naszego dotyku, oznacza jedynie, że albo nie rozumie, albo brak mu motywacji do wykonania polecenia. Podczas zajeżdżania młodego konia, kiedy lekka łydka działa na jego boki, z pewnością będzie początkowo próbował zareagować w dowolny sposób, szukając reakcji, która spowoduje ustąpienie presji. Jakikolwiek ruch do przodu powinniśmy natychmiast nagrodzić zaprzestaniem działania, co zmotywuje go do powtarzania tej reakcji. Jakikolwiek ruch naprzód, czyli również w naszej ocenie zbyt wolny, niepewny lub zbyt szybki i gwałtowny. Jeśli ruszenie jest zbyt powolne, a jeździec zamiast przerwać działanie użyje łydki ponownie i co gorsza silniej, koń prawdopodobnie uzna, że ruch do przodu jest reakcją niewłaściwą,



co spowoduje poszukiwanie innej. W przypadku ruszenia zbyt gwałtownego (np. galopem zamiast kłusem), jeśli koń zostanie wstrzymany wodzami, również zostanie za ruch do przodu ukarany. Dlatego należy stopniowo, w kolejnych próbach kształtować reakcję tak, żeby w efekcie odpowiedzi była zadowolająca. Dopiero gdy upewnimy się, że utrwaliśmy właściwe skojarzenie sygnału lekkiej łydki z ruchem do przodu, możemy zacząć nagradzać tylko te reakcje, które bardziej nam odpowiadają, czyli energiczniejsze lub wolniejsze.

Oczywiście jeśli u stępałego na pomoc łydki konia brak jest całkowicie reakcji, czyli po lekkim zadziałaniu po prostu stoi, można wykorzystać ostrogę lub bat, ale w odpowiedni sposób, czyli w kolejności: lekka łydka → brak reakcji konia → ostroga → ruszenie z miejsca → nagroda. Po kilku próbach koń skojarzy, że natychmiast po lekkiej łydce następuje interwencja ostrogi, żeby więc tego uniknąć zaczynamy ruszać zanim nią zadziałamy, czyli: lekka łydka → ruszenie z miejsca → nagroda. Trzeba przy tym pamiętać, że warunkiem wytworzenia właściwego skojarzenia jest zaprzestanie działania dokładnie w momencie wykonania polecenia. Wzmocnienia spóźnione dezorientują konia i utrudniają zrozumienie poleceń. W treningu zwierząt optymalny odstęp czasowy wynosi  $0,5 \pm 0,25$  sekundy, natomiast powyżej 30 sekund siła i prawdopodobieństwo wystąpienia skojarzenia są znacznie niższe [6]. Ważne jest również, aby siła stosowanych przez nas interwencji była adekwatna do poziomu wrażliwości konia. Często lekkie dotknięcie batem tuż za łydką w zupełności wystarcza, o czym łatwo zapomnieć, jeśli jest się sfrustrowanym przez uporczywe „nieposłuszeństwo”. Podstawą skutecznego działania jest więc opanowanie własnych emocji i zrozumienie procesów, które zachodzą w korńskiej głowie. W przypadku koni, które mają już złe doświadczenia związane z batem i ostrogą można wykazać się kreatywnością w znajdowaniu bodźców, które zachęcają do ruchu naprzód (np. jazda od punktu do punktu, wykorzystanie drugiego konia, wyjazd w teren), jednak trzeba pamiętać, że zawsze pierwszym stosowanym sygnałem musi być lekka łydka.

Większość badań porównujących stosowanie negatywnego i pozytywnego wzmocnienia u koni wykazuje brak zasadniczych różnic w szybkości i efektywności uczenia się, niektóre uznają za skuteczniejsze wzmocnienie negatywne. Zgadza się to z praktyką, ponieważ więk-



szość powszechnie stosowanych metod treningowych w jeździectwie opiera się na negatywnym wzmocnieniu. Zauważono jednak, że konie szkolone przy użyciu pozytywnych wzmocnień wykazywały większą motywację do pracy, aktywniej poszukiwały rozwiązań i kontaktu z człowiekiem, wykazywały niższy poziom frustracji i mniej objawów fizjologicznych związanych ze stresem [7] [8] [9]. Oznacza to, że mimo braku różnic w skuteczności tworzenia skojarzeń, pozytywne wzmocnienie ma jednak większą wartość szkoleniową, ponieważ stres, brak uwagi i niski poziom motywacji osłabiają procesy uczenia się. Ma to zasadnicze znaczenie w przypadku pracy z końmi młodymi, wrażliwymi, które w trakcie treningu wykazują wysoki poziom stresu lub w wyniku wcześniejszego niewłaściwego traktowania utraciły motywację do współpracy z człowiekiem. Nawet zrównoważone, sprawne fizycznie i prawidłowo trenowane konie mają zazwyczaj swoje „słabe punkty”, które mogą wydawać się trudne do pokonania i hamują postępy w szkoleniu. Pojawiający się stres i frustracja może prowadzić do obniżenia motywacji konia i nadmiernej presji ze strony jeźdźcy. Warto więc zmodyfikować system treningowy tak, żeby pozytywne wzmocnienie przeważało nad negatywnym. Można to osiągnąć poprzez „wyłapywanie” pozytywów i nagradzanie (pochwałą, jedzeniem) w miejsce zwiększania presji. Pozornie na efekty trzeba będzie dłużej poczekać, ponieważ w tym celu jesteśmy zmuszeni obniżyć wymagania, jednak w praktyce może okazać się, że pożądaný efekt osiągniemy szybciej, ponieważ wzrost motywacji i obniżenie stresu pozwoli na ponowne zwiększenie wymagań.

## Co dla konia jest nagradzające?

To, co dla jednego konia jest nagrodą, dla innego może nią nie być. Na przykład, część koni nie lubi lub obawia się dotyku, głaskanie i przytulanie jest dla nich nieprzyjemne bądź stresujące i chociaż czasem dzielnie znoszą pieszczoty, jednak w tym przypadku sprawiamy przyjemność wyłącznie sobie. W skrócie, nagradzające jest wszystko to, czego koń aktualnie pragnie. W trakcie pracy może to być przerwa, oddanie wody, zaprzestanie żądań. Jeśli natomiast chcemy użyć wzmocnień pozytywnych, może to być cukier, podrapanie sprawiające przyjemność, towarzystwo innych koni, wyjście na trawę. Są to wzmocnienia bezwarunkowe (tzw. pierwotne), czyli bezpośrednio zaspokajające biologiczne potrzeby, takie jak głód, pragnienie, potrzebę komfortu,

eksploracji, ruchu, kontaktów społecznych itp. Zaspokojenie potrzeby powoduje spadek nagradzającej wartości wzmocnienia i odwrotnie, deprywacja potrzeb tę wartość zwiększa. Na przykład, dla „wystanego” w boksie konia potrzeba ruchu może być na tyle silna, że brykanie pod jeźdźcem lub ponoszenie będzie miało wartość silnie nagradzającą, czy tego chcemy, czy nie. Karanie go za to nie ma sensu, ponieważ będzie skłonny tę karę znieść, nawet jeśli wie, że jest nieunikniona. Znacznie łatwiej będzie natomiast skłonić do posłuszeństwa konia, któremu wcześniej zapewnimy odpowiednią przestrzeń i dawkę ruchu.

W jeździectwie stosuje się również wzmocnienia warunkowe (tzw. wtórne), które stają się nagradzające w wyniku skojarzenia ich ze wzmocnieniem pierwotnym. Typowym przykładem jest klepanie po szyi lub pochwała. Dla młodego konia poklepanie lub powiedzenie „dobry koń” nie stanowi żadnej szczególnej wartości. Żeby stały się nagradzające, konieczne jest ich wcześniejsze uwarunkowanie, czyli natychmiast po poklepaniu lub pochwaleniu podanie wzmocnienia bezwarunkowego, najczęściej jedzenia lub przerwy w pracy. Istotną jest przy tym zbieżność w czasie i kolejność, ponieważ warunkowanie zachodzi najskuteczniej, kiedy bodziec warunkowy nieznacznie wyprzedza bezwarunkowy. Mówiąc prościej, oddanie wodzy i późniejsze poklepanie nie zadziała tak, jak poklepanie i natychmiastowe oddanie wodzy. Najpierw chwalimy, potem podajemy cukier, nigdy zaś odwrotnie. Prosty przykładem warunkowania, które zachodzi w sposób niezamierzony jest emocjonalna reakcja konia na poprzedzający karmienie dźwięk taczki z owsem. Dźwięk taczki, początkowo obojętny, zostaje przez konie skojarzony z następującym po nim jedzeniem. Gdyby taczka wydawała dźwięk nie przed, ale po karmieniu z pewnością nie wywoływałaby tej reakcji.

Wzmocnieniem wtórnym może być w zasadzie wszystko, co wcześniej uwarunkujemy. Jeśli np. będzie to słowo „tak”, które jest krótkie, dość wyraziste dla konia i możliwe do zastosowania w każdym momencie, możemy go używać jako „znacznika” wykonywanego przez konia zachowania. W trakcie serii skoków przez przeszkody, wykonywania ciągów w galopie czy lonżowania, praktycznie niemożliwe jest zastosowanie wzmocnienia bezwarunkowego (np. cukru) dokładnie w momencie, kiedy koń wykonuje zadanie w sposób najbardziej nas satysfakcjonujący. Powiedzenie „tak”, kiedy koń np. zbliża się do odskoku lub poprawia jakość ciągu będzie dla niego wzmocnieniem i jednocześnie informacją, czego dokładnie oczekujemy. Żeby słowo „tak” nie straciło wartości nagradzającej wystarczy co jakiś czas skojarzyć je ponownie ze wzmocnieniem bezwarunkowym w sposób, jaki opisałem wyżej. W praktyce jeździeckiej głos jest dodatkową, często wykorzystywaną pomocą, jednak głównym czynnikiem nagradzającym lub karzącym jest łagodny lub ostro brzmiący ton. Informacja, którą w ten sposób przekazujemy nie zawsze jest dla konia wystarczająco precyzyjna w odniesieniu do uczonych elementów. Natomiast w przypadku uwarunkowania konkretnego dźwięku,



jego emocjonalne brzmienie nie jest konieczne, ponieważ (analogicznie do taczki z owsem) wykorzystujemy powstające skojarzenie, które będzie skuteczniejsze, jeśli wybierzemy słowo krótkie, wyraźne, zawsze jednakowo brzmiące i łatwo odróżniane przez konia od innych dźwięków. Ten sam mechanizm z powodzeniem wykorzystuje się w szkoleniu zwierząt (np. delfinów, psów, także koni) stosując kliker, czyli niewielkie, wydające krótki dźwięk urządzenie, które znakomicie ułatwia zwiększenie zastosowania pozytywnych wzmocnień podczas uczenia.

### Putapki nagradzania

Nagradzanie, żeby przynosiło efekty szkoleniowe, należy potraktować jako narzędzie pracy jeźdźcy, wystrzegając się przy tym emocjonalnego podejścia. Uczenie za pomocą podawania nagród, np. w formie jedzenia lub przerw w pracy, może być skuteczne i trwałe, ale pod warunkiem zastosowania prawidłowej procedury stosowania wzmocnień. W przeciwnym wypadku możemy stworzyć „potwora” bezustannie domagającego się nagrody, który nie angażuje się w wykonywanie zadań w przypadku braku wzmocnienia. Stopniowe ograniczanie wzmocnień ma w jeździectwie zasadnicze znaczenie, ponieważ jest, wprawdzie nie jedynym, ale jednym z niezbędnych warunków utrwalenia i niezawodności w powtarzaniu wyuczonych elementów na tym samym poziomie wykonania i z takim samym zaangażowaniem, zwłaszcza w sytuacji próby, jaką jest np. udział w zawodach czy pokazach. W teorii uczenia się procedury te opisane są jako rozkłady wzmocnień.

Naszym celem jest utrzymanie umiejętności konia na określonym poziomie po całkowitym wycofaniu nagród. Żeby to osiągnąć redukujemy stopniowo ich podawanie. Rozkład wzmocnień jest regułą, która określa jak często po określonym wykonaniu danego zadania możemy je nagrodzić. Jeśli to, czego chcemy nauczyć jest dla konia zupełnie nowe, powinniśmy rozpocząć od ciągłego rozkładu wzmocnień, czyli nagroda pojawia się po każdym wykonaniu tego zadania. Jednak przedłużające się każdorazowe nagradzanie lub w zbyt dużych ilościach spowoduje, że wzmocnienie straci swoją wartość i efektywność, a wykonywanie tego ćwiczenia będzie się pogarszało. Podobnie my, gdybyśmy biorąc udział w grze mieli zawsze pewność wygranej nie angażowalibyśmy się zbyt w jakość wykonania.

Minimalizujemy też szansę, że wyuczony w ten sposób element będzie z tą samą jakością powtarzany w innych okolicznościach (np. na zawodach, w obcym dla konia miejscu). Żeby więc tego uniknąć, jako kolejny etap najlepiej przyjąć rozkład o stałych proporcjach, czyli np. nagradzanie co drugiej prawidłowej reakcji konia, następnie co trzeciej itp. Trzeba przy tym pamiętać, że stosując ten rozkład, oprócz zwiększenia zaangażowania konia w pracę, zupełnie prawidłowe są krótkie przerwy w reagowaniu po otrzymaniu wzmocnienia (jeśli sprzedawca dostaje prowizję zawsze po sprzedaniu określonej liczby towaru, jego wydajność na jakiś czas spada po otrzymaniu prowizji). W ostatniej kolejności przyjmujemy więc rozkład o zmiennych proporcjach, w którym nagradzamy w sposób nieregularny, przy czym koń nie wie po ilu wykonaniach zadania otrzyma wzmocnienie (właśnie ten mechanizm powoduje, że gry losowe są dla ludzi tak wciągające). Jest to rozkład najwydajniejszy i najbardziej odporny na wygaszanie, czyli gwarantujący, że zachowanie utrwali się i z czasem będzie wykonywane bez potrzeby nagradzania. Musimy zdecydować jak często i co które wykonanie ćwiczenia przysłuży koniowi nagrodę, przy czym zależy to od doświadczenia i obserwowanych na bieżąco reakcji. Ważne jest, żeby wzmacniać coraz rzadziej, jednak nie dopuszczając do zniechęcenia spowodowanego zbyt długim brakiem nagrody.

### Nie każdy trening czyni mistrza

Koń uczy się nieustannie, przy czym wszystkie nasze zamierzone i niezamierzone działania traktuje tak samo. Zapamiętuje i powtarza te swoje reakcje, które przyniosły mu korzyść w postaci przerwania nieprzyjemnych bodźców (wzmocnienia negatywne) lub te, które zostały nagrodzone (wzmocnienia pozytywne). Kiedy napotykamy na uporczywe, powtarzające się nieposłuszeństwo, chociaż jego przyczyn może być wiele, (np. ból, dyskomfort, lęk, niezrozumienie zadań), warto rozważyć również, że zachowanie to zostało nieświadomie wzmocnione.

Osobiście znam przypadek konia, który jako czterolatek bał się innych koni na ujeżdżalni, zwłaszcza galopujących z przeciwka. Lęk był na tyle silny, że powodował paniczną ucieczkę na drugą stronę placu. Tuż po ucieczce właścicielka zatrzymywała go, głaskała i uspokajała głosem, chcąc w ten sposób złagodzić lęk i stres. Jej działanie, powodowane zrozumiałym współczuciem dla przestraszonego zwierzęcia spowodowało jednak, że chociaż lęk minął, ale zachowanie pozostało, ponieważ było konsekwentnie wzmacniane zatrzymaniem, oddaniem wodzy, przerwą w pracy, głaskaniem i uspokajającym tonem głosu. Po upływie kilku lat, chociaż koń ten potrafi spokojnie i wyraźnie bez objawów stresu przechodzić koło innych koni, jednak często na ujeżdżalni powtarza swoją ucieczkę, która zawsze kończy się zatrzymaniem na drugim końcu placu, czym zapewnia sobie kolejne, podtrzymujące to zachowanie wzmocnienie.

Oczywiście nie można takich zachowań nazwać „cwaniactwem” ani „wyrachowaniem”, ponieważ nie mają nic wspólnego z działaniem do tego stopnia przemyślanym. Jest to efekt powtarzania zachowań przynoszących

wzmocnienie, które w tym przypadku są niekorzystne dla jeźdźcy.

Koń, w przeciwieństwie do jeźdźcy, nie jest zmotywowany do osiągania wysokiego poziomu umiejętności poprzez wzmocniony wysiłek. Jedynym czynnikiem mobilizującym go do zwiększenia zaangażowania w pracę jest uniknięcie nieprzyjemnych bodźców (czyli również działania pomocy) lub uzyskanie nagrody, dlatego wzmocnienie w odpowiednim czasie jest skutecznym narzędziem pracy jeźdźcy. W tym kontekście, przerwanie pracy rozumiane wyłącznie jako odpoczynek w momencie zmęczenia nie ma zastosowania, wręcz przeciwnie, zaprzestaniem pracy podkreślamy ten moment, kiedy koń wykonuje ćwiczenie w sposób najbardziej nas satysfakcjonujący.

Przerwanie zadań poprzez przejście do łatwiejszego ćwiczenia, stęp na długiej wodzy, lub samo oddanie wodzy może trwać krótko, ponieważ koń dobrze rejestruje nawet chwilowe obniżenie napięcia na wodzach. Natomiast przerywanie ćwiczenia w niewłaściwym momencie może być przyczyną pogarszania się jakości wykonania określonych elementów. Jeśli w programie ujeżdżeniowym dany ruch wymagany jest na długim odcinku (np. klus wyciągnięty), lub w sekwencji kroków (np. piruet), błędem jest każdorazowe wymaganie wykonania całości, podczas gdy koń wyraźnie poprawia jakość ruchu na początku lub w połowie, a pod koniec pogarsza. Kończenie ćwiczenia w momencie, kiedy jakość wykonania słabnie uczy konia pogarszania ruchu, ponieważ zapamiętuje on i powtarza to, co zostało wzmocnione. Przerwanie zadań w momencie najlepszego wykonania zagwarantuje możliwość stopniowego przedłużania ćwiczeń bez utraty ich jakości.

### Źródła:

- [1] Karageorghis, C.I., Terry, P.C. (2014). *Psychologia dla sportowców*. Zielonka: Inne spocery.
- [2] Rozempolska-Rucińska, I., Trojan, M., Kosik, E., Próchniak, T., Górecka-Brzda, A. (2013). How "natural" training methods can affect equine mental state? A critical approach – a review. *Animal Science Papers and Reports*, vol. 31 (2013) no. 3, 185-194.
- [3] Warren-Smith, A. K., McGreevy, P.D. (2008). *Equestrian Coach's understanding and application of learning theory in horse training*. *Anthozoos*, 21, 153-162.
- [4] Ostaszewski, P. (2000). *Procesy waronkowania*. W: J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki*. Tom 2 (s. 97-118). Sopot: GWP.
- [5] Saslow, C. A. (2002). Understanding the perceptual world of horses. *Applied Animal Behaviour Science* 76 (2002) 209-224.
- [6] Anderson, J.R. (1998). *Uczenie się i pamięć*. Warszawa: Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne.
- [7] Innes, L., McBride, S. (2008). *Negative versus positive reinforcement: An evaluation of training strategies for rehabilitated horses*. *Applied Animal Behaviour Science* 112 (2008) 357-368.
- [8] Warren-Smith, A., McGreevy P.D. (2007). *Use of positive and negative reinforcement in equitation*. *Animal Welfare*, 2007, 16: 481-488.
- [9] Elmgreen, K., Hendriksen, P. *Horse and dog training: Is there a difference between positive and negative reinforcement concerning effectiveness and stress related symptoms*. Faculty of Science, University of Copenhagen.



# AVANT

## czyli optymalizacja pracy

Rozmowa z przedstawicielem firmy Serafin P.U.H.  
Krzysztofem Siorakiem, zajmującym się koordynacją  
sprzedaży mini ładowarek AVANT.



### Skąd zainteresowanie Państwa firmy rynkiem jeździeckim?

Nasze zainteresowanie stanowi odpowiedź na wzrost popularności tej formy aktywności w Polsce – na rynku jest niewiele firm oferujących najwyższej klasy maszyny, które mogą sprostać efektywnej pracy w stajninach koni. Celem zastosowania naszych maszyn jest przede wszystkim optymalizacja pracy. Tradycyjne rozwiązania to często sprzątanie (np. zamiatanie, usuwanie odchodów itp.) za pomocą ręcznych narzędzi. Taka forma konserwacji najczęściej wymaga zatrudnienia szeregu pracowników. Sposób ten jest nieefektywny i kosztowny. Drugim z rozwiązań spotykanych przez nas w stajninach koni jest na przykład „gromadzenie” różnych maszyn, z których każda jest wyspecjalizowana tylko w jednym zakresie działań. Ten sposób jest nieekonomiczny zarówno pod względami poniesionych kosztów zakupu sprzętu, jak i w kwestii logistyki (organizacja przechowywania, konserwacji i magazynowania takiej ilości maszyn).

### Jak oceniacie Państwo rynek jeździecki w Polsce?

Przemysł konny w Polsce z każdym rokiem rozwija się, a zainteresowanie tą formą aktywności jest coraz większe. Coraz wyżej stawiana jest także poprzeczka w kwestii profesjonalnej obsługi terenu – nasza firma jest w stanie sprostać oczekiwaniom klientów, oferując w tym zakresie najwyższej jakości sprzęt.

### Od kiedy funkcjonujecie Państwo na polskim rynku?

Firma Serafin P.U.H. Andrzej Serafin funkcjonuje na rynku specjalistycznych maszyn rolniczych, budowlanych, ogrodniczych i komunalnych od 2005 roku. Nasze przedsiębiorstwo dystrybuuje sprzęt na terenie Europy Środkowo-Wschodniej.



Jakie produkty przeznaczone do stajni macie Państwo w swoim portfolio?

Trzon naszej oferty stanowi oczywiście wielozadaniowa mini ładowarka AVANT, do której dobieramy odpowiednie narzędzia wymienne. Oferta obejmuje szeroki zakres specjalistycznych narzędzi wymiennych, np. takich jak: równiarka do parkuru, chwytak do balotów czy łyżka do zbierania końskich odchodów. Wymienione powyżej przystawki to narzędzia zaprojektowane specjalnie do pracy na stadninach. Jednak zastosowanie na terenie stadniny znajdą także uniwersalne narzędzia wymienne AVANT, takie jak łyżka do materiałów lekkich czy szczotka do zmiatania. Każde z tych narzędzi wymiennych pozwala niezwykle szybko wykonać czynności pielęgnacyjne. Ponadto w naszej ofercie dla stadnin znajduje się także wiertnica – narzędzie niezbędne podczas stawiania i naprawy ogrodzeń. Zaletą naszych mini ładowarek jest również szeroki asortyment narzędzi wymiennych zobrazowany w ponad 100 stronicowym katalogu.

Jaki wpływ na ergonomię pracy pracowników stajni mają Państwa produkty?

Pneumatyczny fotel operatora, umożliwia amortyzację operatora, co wiąże się z odciążeniem układu mięśniowo-szkieletowego. Umiejscowiony jest on w przedniej części mini ładowarki zatem eliminuje częsty ruch tułowia i karku. Wysięgnik teleskopowy zamontowany na maszynie poza osłą ładowarki, gwarantuje doskonałą widoczność na narzędzie oraz obszar pracy. Joystick wielofunkcyjny, panel kontrolny wskaźników i przełączników pozwala na stałe monitorowanie funkcji ładowarki, co sprawia, że obsługa i kontrola narzędzia pracującego jest łatwa. Atutem jest również możliwość zamontowania kabiny klimatyzowanej, co w sposób znaczący zwiększa komfort pracy operatora.



Ki, co sprawia, że obsługa i kontrola narzędzia pracującego jest łatwa. Atutem jest również możliwość zamontowania kabiny klimatyzowanej, co w sposób znaczący zwiększa komfort pracy operatora.

Kto jest Waszym głównym klientem lub odbiorcą (w kontekście rynku jeździeckiego)?

Do grona naszych klientów należą zarówno prywatni właściciele niewielkich stadnin, jak i renomowane ośrodki jeździeckie.



# Kellfri

KELLFRI SP. Z O.O.  
UL. SKŁĘCZKOWSKA 16  
99-300 KUTNO

TEL. +48 247 221 150  
+48 243 627 630  
e-mail: info@kellfri.pl  
www.kellfri.pl

## RÓWNIARKA DO PODŁOŻA

**28-RBH**  
2.490 zł

- Wymiary 220 x 150 x 85 cm
- Masa 168 kg

**28-RBH220**  
4.790 zł

- Wymiary 220 x 238 x 110 cm
- Masa 251 kg

## KARUZELA

**28-SKM180**  
19.900 zł

- Średnica zewnętrzna 18 m
- Przegrody: 6 sztuk (2x1,5m)
- Prędkość maks. ok. 20km/h
- Prędkość regulowana
- Galwanizowana

## PAŚNIKI DLA KONI

**34-FRB**  
2.290 zł

- Średnica 230 cm
- Podwójnie mocowane ø 43 mm
- Stanowiska 12
- Masa 169 kg

**34-FHBTN**  
3.990 zł

- Podwójnie moc. ø 43 mm
- Stanowiska 12
- Szer. całkowita 200 cm
- Dł. całkowita 200 cm

## PRZYCZEPA DO PRZESZKÓD

**28-VBS+**  
2.690 zł

- Wymiary platformy 250 x 100 cm
- Wysokość platformy nad podłożem 50 cm
- Wysokość: wieszak 150 cm z ramionami o dł. 50 cm
- Długość: z dyszlem 400 cm, bez dyszla 250 cm
- Wys. całkow. 200 cm
- Masa: przyczepa 102 kg, wieszak 26 kg

## PRZYCZEPA Z WYWROTEM

**36-HM130**  
649 zł

- Szer. całkow. 130 cm
- Masa 50 kg

**36-HM170**  
979 zł

- Szer. całkow. 170 cm
- Masa 88 kg

**36-HM210**  
1.090 zł

- Szer. całkow. 210 cm
- Masa 103 kg

## TACZKI

**27-WB260**  
539 zł

- Koła 650-8
- Wymiary 145 x 87 x 60 cm
- Maksymalna ładowność 150 kg

Masa 26 kg  
Objętość 260 l

## PAKIET PRZESZKÓD

**28-HPKTPT**  
4.297 zł

- 22 stojaki
- 6 cavaletti
- 30 drągów
- 60 uchwytów do drągów

## PRZYCZEPA NA WODĘ ATV

**23-VV800**  
3.890 zł

- Szerokość rampy nawadniającej 120 cm
- Wymiary platformy 120 x 80 cm
- Koła 20 x 10.00-8
- Wymiary zbiornika 120 x 80 x 116 cm
- Zbiornik 800 l

## PRZYCZEPKA ROLNICZA

**27-DC**  
790 zł

- Szerokość 84 cm
- Wymiary platformy 150 x 77 x 51 cm z barierą
- Koła 16" x 5"
- Wymiary całkow. 205 x 84 x 97 cm
- Maks. ład. 410 kg
- Wys. całkow. 97 cm
- Dł. całkow. 205 cm
- Masa 58 kg

## FRONT Z DRZWIAMI UCHYLNymi

**28-HBF300EXGP**  
wycena n/p projektu

- Wysokość boku 2265 mm
- Wejście do boku 1200 mm
- Wymiary montażowe 2970 mm
- Długość 3000 mm
- Wysokość wypełnienia drewnem 1300 mm

## FRONT Z DRZWIAMI PRZESUWNYMI

**28-HBF300GP**  
wycena n/p projektu

- Wysokość boku 2264 mm
- Wejście do boku 1200 x 2200 mm
- Wymiary montażowe 2970 mm
- Długość 3000 mm
- Wysokość wypełnienia drewnem 1300 mm

## ŚCIANKA DZIAŁ. Z DESKOWANIEM

**28-HBM300GP**  
wycena n/p projektu

- Wysokość boku 2264 mm
- Wymiary montażowe 2970 mm
- Długość 3000 mm
- Wysokość wypełnienia drewnem 1400 mm

Podane ceny bez podatku VAT. Niektóre elementy urządzeń wymagają ostatecznego montażu przez klienta. Przy zakupach powyżej 3 000 PLN netto koszty dostawy pokrywa Kellfri (w jedno miejsce na terenie Polski).

SPRAWDŹ NASZĄ  
CAŁĄ OFERTĘ NA  
WWW.KELLFRI.PL





# Para glamour

Marco Kutscher to gwiazda światowych parkurów. Eva Bitter z sukcesami startuje w nieco mniejszych zawodach, ale również na międzynarodowym poziomie. W rozmowie z Christopherem Hectorem zapraszają nas do swojego świata.

tekst: CHRISTOPHER HECTOR  
tłumaczenie: ANNA JARZĘBSKA  
zdjęcia: ROZ NEAVE i KIKI BEELITZ

Spotkałem Evę Bitter rok temu, na zawodach w Spangenbergu. Rozmawiałem z nią wtedy o wspaniałym ogierze Stakkato, który miał ogromny wkład w jej jeździecką karierę. Zauważyłem, że Eva jest inteligentna i rozmowna – marzenie dziennikarza (a przy okazji marzenie fotografa).

Mniej więcej w tym samym czasie Marco Kutscher, międzynarodowa gwiazda skoków przez przeszkody, przeprowadził się od Ludgera Beerbauma do Bad Essen, do rodzinnej stajni Ewy. Znając Evę, podejrzewałem, że Marco musi być zupełnie wyjątkowym facetem, ale nie spodziewałem się, że będzie aż tak otwarty i wygadany. Aby dojechać do stajni w Bad Essen, wystarczy kierować się na górujący nad horyzontem komin fabryczny z wielkim napisem „ARGELITH”. Tak nazywa się rodzinna firma Ewy, produkująca płytki ceramiczne. Stajnie, schowane za budynkami przemysłowymi, są bardzo profesjonalne. Bez zbędnego blachtru i pozłoty rozkwita tam prawdziwa sztuka jeździecka.

To nowe dla Ewy i Marco partnerstwo wymagało od nich pewnej reorganizacji. – Marco ma więcej koni niż ja, więc przeniosłam wszystkie swoje na jedną stronę budynku, żeby miał więcej miejsca na drugim końcu – wyjaśnia Eva. Poszło gładko, ale kiedy Marco sprowadził swojego kierownika stajni, zaczęły się schody. Niestety mieli z Evą odmienne wyobrażenia na temat diety, trenowania i padokowania koni.

Miałam wrażenie, że mój dom przestaje być moim domem – wyznaje Eva. Coś należało zmienić. W końcu pracownik Marco odszedł. Zatrudniono nowych ludzi ze Szwecji i Finlandii, a zarządzaniem stajnią zajęła się Eva. Jej receptą na sukces jest praca na zewnątrz i dużo jazdy w terenie.

Marco przekonał się do mojego sposobu opieki nad końmi, chociaż na początku myślał, że to już koniec jego kariery jeździeckiej... – śmieje się Eva. – Teraz widzi, że konie nadal wyglądają dobrze i dobrze skaczą. Według mnie konie powinny być... szczęśliwe, choć brzmi to trochę naiwnie. Powinny lubić swoją pracę. Nie można się ograniczyć do samych ciężkich treningów. Trzeba od czasu do czasu pojechać w teren. Wtedy koniom jest łatwiej znosić to, czego od nich oczekujemy. Chociażby podróż na drugi koniec kontynentu czy trzydniowe starty.

„Według mnie konie powinny być...  
szczęśliwe, choć brzmi to trochę  
naiwnie. Powinny lubić swoją pracę.  
Nie można się ograniczyć do samych  
ciężkich treningów”.

Świetnym urozmaicheniem codziennego treningu jest jazda po pagórkowatym terenie – przekonuje Eva. – Na początku jest im trudno, co widać, a w zasadzie słychać, już na szczycie pierwszego wzniesienia. Poprawa formy przychodzi jednak bardzo szybko. Widać ją także po

muskułaturze. Nie można powiedzieć, że dzięki temu konie lepiej skaczą albo więcej wygrywają. Są stajnie, w których w ogóle nie jeździ się w teren. Na przykład wokół stajni Ludgera nie ma ani lasów, ani żadnych gór, a mimo to konie stamtąd odnoszą olbrzymie sukcesy. Myślę, że można trzymać konie całymi dniami w boksie i dzień w dzień jeździć po placu. To na tyle twarde zwierzęta, że to zniosą. Jednak moim zdaniem, skoro oczekujemy od nich tak dużo, powinniśmy dać coś w zamian. Nigdy nie usłyszymy od naszych koni: „Zapakuj mnie do koniowozu i zabierz na zawody”. A mimo to na nich startujemy. Dlatego właśnie powinniśmy być fair, sprawić, żeby czuły się bezpieczne i wiedziały, co je czeka. Cały swój system pracy z końmi opieram na budowaniu zaufania. Jestem wobec nich w porządku i nie wymagam niczego ponad ich możliwości.

Przez dwa lata trenowałam w stajni Ludgera Beerbauma – kontynuuje Eva. – To była dla mnie niesamowita okazja do doskonalenia umiejętności jeździeckich, a także do podpatrzenia, jak działa profesjonalny team. Miałam tam do dyspozycji całkiem niezłą klacz o imieniu Luna Luna. Niestety nie cieszyła się najlepszym zdrowiem. Zakończyła karierę sportową w wieku 13 lat. Mniej więcej w tym czasie zaczęłam jeździć na Stakkato, który miał wtedy cztery lata. To był pierwszy młody koń w mojej karierze, wcześniej jeździłam wyłącznie na doświadczonych. Po raz pierwszy musiałam uczyć konia od podstaw. Ludger bardzo mi w tym pomógł, za co jestem mu ogromnie wdzięczna.

## W skokach najważniejsze jest ujeżdżenie

Stajnia Ludgera do złudzenia przypomina stajnię ujeżdżeniową. Nikt tam nie skacze, wszyscy w skupieniu jeżdżą po płaskim. Moim zdaniem właśnie o to chodzi w skokach przez przeszkody: o ujeżdżenie. Jasne, że są jeźdźcy tacy jak Gert-Jan Bruggink, potrafiący przejechać cały parkur na koniu, który wygląda, jakby dopiero co ktoś założył mu siodło, a mimo to mający kontrolę. To jest jednak zupełnie inny sposób jazdy – zauważa Eva. – Ja nie mogłabym przejechać parkuru 1,10 m bez poczucia pełnej kontroli. Dlatego cenię sobie pracę ujeżdżeniową.

Oboje z Marco trenujemy z Mannim Kötterem, szkoleniowcem z ogromnym doświadczeniem. Jako bereiter niemieckiej ekipy był między innymi na igrzyskach w Sydney i Atlancie. Przyjeżdża do nas w każdy poniedziałek. Nie jest naszym oficjalnym trenerem i nie jeździ z nami na zawody. Na treningu nie waha się krzyknąć. Jednego dnia wygrywasz 100 tysięcy euro w konkursie GP jak Marco w Valkenswaard, a następnego Manni szybko sprowadza cię na ziemię. Nie prowadzi treningów formułkami z książek. Jest praktykiem i ma niesamowite wyczucie. Czasem mówi coś w rodzaju: „Teraz więcej lewej łydki”, a ty myślisz: „Hej, dlaczego akurat tak?”. Robisz to, o co prosił, i czujesz olbrzymią różnicę. Koń nagle zaczyna iść dużo lepiej. Wiele lat temu Manni sam startował, ale niestety bez większych sukcesów. Zawsze jeździł na trudnych koniach i do dziś takie lubi. Nie przepada na przykład za końmi takimi jak Van Gogh, ponieważ są bardzo łatwe do jazdy. Był w czołówce na zawodach w Akwizgranie i Derbach Hamburga, kilka razy w pierwszej dziesiątce mistrzostw



### Jak Ludger wpłynął na to, jak jeździsz i trenujesz?

Kiedy do niego dołączyłem, miałem już pewne osiągnięcia z młodymi końmi. Byłem ukształtowanym, 24-letnim jeźdźcą. Z pewnością Ludger nauczył mnie wiele, zwłaszcza jeśli chodzi o najwyższy poziom. Spędziłem u niego 15 fantastycznych lat. Miałem sporo szczęścia, że trafiłem do Ludgera. W tamtym czasie miał siedem czy osiem koni na poziomie Grand Prix. Wygrywał co weekend lub przyjeżdżał drugi za Frankiem Sloothaakiem. Sukcesom nie było końca. Dostałem nieco starsze konie, takie jak PS Priamos. Miał swoje lata, ale ciągle był w świetnej formie. Początkowo nie zakładaliśmy moich wyjazdów na międzynarodowe zawody. Ludger chciał, żebym jeździł na młodych koniach, pokazywał je na lokalnych zawodach i czempionatach. Wyszło inaczej. Miałem szczęście, bo już w pierwszym roku mogłem wziąć udział w Pucharze Narodów. Wystartowałem na Priamosie, który już dwukrotnie był na mistrzostwach świata: w Rzymie z Ludgerem i w Hadze z Dirkem Hafemeisterem, a także na czterech finałach Pucharu Świata. Potem pojawił się Montender. Ludger miał tyle starszych koni, że nie miał czasu na ośmiolatka.

Tak sobie teraz myślę, że miałem naprawdę dużo szczęścia w życiu – i dzięki temu jestem teraz tu, gdzie jestem. Potem były kolejne świetne konie: Cash, Controe, Cornet Obolensky. Każdy światowej klasy. Czasem kilka naraz, czasem tylko jeden. Marco Kutscher od 2003 roku startował w Pucharze Narodów z Montenderem. W roku 2007 na Cornecie Obolenskim był w zwycięskiej drużynie w finale Pucharu Narodów w Barcelonie oraz wygrał swoje pierwsze międzynarodowe Grand Prix w Paryżu, Oslo i Turynie. Znalazł się również w kadrze na Igrzyska olimpijskie w Atenach (z Montenderem) i w Pekinie (z Cornetem), a także brał udział w pięciu finałach Pucharu Świata: dwa razy z Cornetem i trzy z Cashem.

### Czy Cornet Obolensky był wyjątkowym koniem?

Był specyficzny. Miał skomplikowany charakter.

### Nie był łatwy?

Nie, nie był. Nie zawsze robił to, o co go prosiłem (w tym momencie oboje wybuchają śmiechem). Mam wiele dobrych wspomnień związanych z Cornetem, ale i sporo takich, które wolałbym wymazać. Miał cztery lata, kiedy zacząłem na nim jeździć. – Opowiedz o pierwszych zawodach – – wtrąca Eva.

### Jeździłeś na koniach po Cornecie. Widzisz jakieś podobieństwa?

Niektóre konie bardzo go przypominają, ale zawsze są jakieś różnice. Zdecydowana większość tych koni potrafi skakać. Niektóre są trudniejsze, inne naprawdę łatwe do jazdy. Myślę, że podobnie jest z potomstwem każdego ogiera.

### PIERWSZE ZAWODY Z CORNETEM:

„Kutscher, masz problem. Ten koń może tego nie przeżyć. W najlepszym wypadku będzie miał pozrywane ścięgna albo złamaną nogę. A ty za chwilę spotkasz się z panem z Ukrainy, który będzie celował do ciebie z kałasznikowa, bo straciłeś jego ogiera stulecia”.

Na pierwsze zawody zabrałem go, kiedy skończył pięć lat. Był mój. Pierwsze w sezonie zawody na zewnątrz. Cornet był dziwny: w domu leniwy, w ogóle nie zachowywał się jak ogier, ale jak się go gdzieś zabrało, to po wyjściu z koniowozu zamieniał się w lwa. Chodził na dwóch nogach, szalał, rżał, nie dawał się kontrolować i zapominał wszystko, czego się wcześniej nauczył. A w domu trzeba było włożyć naprawdę sporo wysiłku, żeby ruszył. Na te zawody zabrałem ze sobą najlepszego luzaka, a koniowóz zaparkowałem w ustronnym miejscu. Do głowy mi nie przyszło, co się za chwilę wydarzy. Wyjeżdżałem konia z ciężarówką i go osiodlałem. Powiedziałem luzakowi, żeby puścił Corneta, kiedy tylko włożę nogę w strzemień. Moim zdaniem nie powinno się unieruchamiać konia w trakcie wsiadania. Lepiej jest, kiedy może ruszyć swobodnie do przodu – Marco śmieje się na wspomnienie tamtego wydarzenia. – Kiedy podnosiłem prawą nogę, Cornet zdążył się już wspiąć, a ponieważ lewą miałem w strzemieniu, mój luzak zrobił to, o co prosiłem: puścił wodze. Wisiałem na szyi konia, a on przeszedł na tylnych nogach dobre 10 metrów. Niestety przed nami pojawiło się ogrodzenie dla owiec, takie niskie. Cornet, z oczami skierowanymi do góry, nie miał szans go zauważyć. Przewrócił się, a ja spadłem. Pamiętam to, jakby zdarzyło się wczoraj. Wtedy Cornet był już sławny, wszyscy o nim mówili. W wieku niecałych trzech lat krył kilkaset klaczy rocznie. Jego właścicielem był bardzo bogaty Ukrainiec.

Kiedy się odwróciłem, zobaczyłem, jak koń się podnosi. Minął mnie, pokonał kolejne ogrodzenie i pogalopował w stronę otwartego pola. Normalnie zwierzęta wracają do koniowozu albo biegną do innych koni. Ale nie on. Przeskoczył następny płot, który miał z 1,40 metra, z zapasem jakichś 80 centymetrów. Po drugiej stronie było głęboko zaorane pole. Ostatnie, co widziałem, to jego ogon w górze nad ogrodzeniem. A później zniknął. Rozpłynął się jak bańka mydlana. Myślę sobie: „Kutscher, masz problem. Ten koń może tego nie przeżyć. W najlepszym wypadku będzie miał pozrywane ścięgna albo złamaną nogę. A ty za chwilę spotkasz się z panem z Ukrainy, który będzie celował do ciebie z kałasznikowa, bo straciłeś jego ogiera stulecia”.

Na szczęście kilometr dalej było pastwisko, gdzie stały konie. Cornet zatrzymał się przy nim i zaczął chodzić wzdłuż ogrodzenia, próbując dostać się do środka. Złapałmy go, polonizowaliśmy, wsiedłem na niego drugi raz, przejechałem swoją klasę, którą zresztą wygraliśmy, i czekałem na kolejny start. Start w konkursie, który był eliminacją do mistrzostw młodych koni. Cornet, jako koń wyhodowany w Belgii, musiał zdobyć przynajmniej osiem punktów. Czekać na swoją kolej, bałem się z niego zsiść, więc spędziłem w siodle półtorej godziny. Na parkurze skakał tak niesamowicie, że pomimo jednej zrzutki zdobył wynik kwalifikacyjny.

Niemiec. Nigdy jednak nie stał się międzynarodową gwiazdą. Za to jest niesamowitym trenerem. Trochę starszowieckim, ale przecież cały system szkoleniowy jest stary. Konie są mniej więcej takie same jak kiedyś, więc po co zmieniać metody treningu?

### Czy praca z Marco zmieniła sposób, w jaki jeździsz?

Uczę się od niego każdego dnia, cały czas go obserwuję. Czasem to bywa trochę frustrujące, szczególnie kiedy widzę, z jaką łatwością robi rzeczy, które ode mnie wymagają naprawdę dużego wysiłku – przyznaje Eva. W tym momencie rozmowy Marco kończy pracę ze swoimi końmi i do nas dołącza. Podobnie jak z Evą, rozmowę często przerywa śmiech. Nie mogę jednak oprzeć się wrażeniu, że Marco ciągle jest myślami przy temacie wymiany personelu w Bad Essen. Jestem związany ze sportem od ponad 20 lat. Pracowałem z różnymi ludźmi. Zdarzały się lata, kiedy wszystko szło gładko, ale i takie, kiedy nie było różowo. W takich chwilach trzeba podejmować trudne decyzje. Życie jest zbyt krótkie. Musisz zdecydować, co jest naprawdę ważne. Podobnie jak Eva myślę, że organizacja naszej stajni jest już na dobrej drodze.

### Urodziłeś się w jeździeckiej rodzinie?

Nie, zupełnie nie. Moja rodzina nie miała nic wspólnego z końmi. Kiedy byliśmy z bratem mali, nasi rodzice szukali dla siebie rozrywki po pracy. Padło na jazdę konną. Zabierali nas do klubu i kiedy oni się uczyli, my jeździliśmy na lonży albo na kucykach. Zaczęliśmy zupełnie od zera. Mieliliśmy zwyczajny jednorodzinny dom, za którym udało się wydźwignąć kawałek ziemi. Po jakimś czasie pojawiły się cztery boksy dla koni. Kiedy skończyłem 16 lat, rzuciłem szkołę i zacząłem pracować w dużej stajni handlowej. Dobrze wspominam tamten czas. Ujeżdżałem od 10 do 15 koni dziennie i co tydzień brałem udział w zawodach. Spędziłem tam ponad pięć lat i bardzo dużo się nauczyłem. W 1997 roku dostałem powołanie do wojska. Normalnie musiałbym spędzić tam cały rok, ale w Niemczech masz wybór. Jeśli jesteś dobry w tym, co robisz, możesz odbyć czterotygodniowe szkolenie podstawowe w wojsku, a następnie razem z końmi przenosisz się do Centrum Przygotowań Olimpijskich w Warendorffie i tam odbywasz resztę służby. Już wtedy miałem kontakt z Ludgerem. Kiedy pod koniec 1999 roku szukał jeźdźcę do swojej stajni, zaproponował mi współpracę. Przyjęcie oferty było bardzo dobrą decyzją.



#### Jakie są twoje następne cele? Myślisz o igrzyskach w Rio?

Tak, ale pojadę tam raczej w innej roli – Marco znów się śmieje. – Wydaje mi się, że w tym momencie nie mam szans na dostanie się do drużyny. Chociaż z drugiej strony nie spodziewałem się na Van Goghu wygrać Grand Prix Global Champions Tour. Może jeśli koń zrobi progres, to jest jakaś szansa. Teraz jednak nasi jeźdźcy i konie są na takim poziomie, że wydaje mi się ona bardzo niewielka.

#### Czy Van Gogh trafił do ciebie jako młody koń?

Nie, zacząłem na nim jeździć rok temu, kiedy przenieśliem się od Ludgera. Znam właścicieli Van Gogha od bardzo dawna. Jeździłem też na jego ojcu, Numero Uno. Numero Uno był przemiłym i przepięknym koniem. Może nie miał największej potęgi skoku, ale wygrywał na poziomie 1,45–1,50 metra i teraz jest bardzo uznanym ogierem.

Van Gogh ma większą potęgę od ojca, lecz jest niestety trochę wolniejszy. Numero Uno był koniem także na konkursy szybkości. Van Gogh niby poprawił się trochę w ostatnich miesiącach, ale nadal nie jest aż tak szybki jak ojciec. Coś za coś, nie można przecieć mieć wszystkiego. Jestem szczęśliwy, że go mam.

#### Kiedy patrzy się na jego chody, to ma się wrażenie, że sprawdziłby się też w ujeżdżeniu.

Umie wszystkie elementy wymagane w Grand Prix: piaffy, passáže i zmiany co tempo. Niestety ja nie potrafię tego na nim zrobić, potrafi to tylko Manni. Cieszę się, że mam tego konia, zwłaszcza że obecnie moje dwa pozostałe, czyli Cornet's Cristallo i Liberty, mają przerwę. Dzięki Van Goghowi mogę nadal startować, walczyć o sukcesy, a przede wszystkim utrzymywać się na pewnym poziomie. A to jest bardzo trudne. ■



## Bramy Novoferm dla rolnictwa i przemysłu

Funkcjonalne i niezawodne rozwiązania:

- do budynków gospodarczych
- do pomieszczeń magazynowych
- do budynków inwentarskich
- do szklarni
- do obiektów przemysłowych

Bramy Novoferm to przede wszystkim **wysokie standardy bezpieczeństwa**, ale także **komfort użytkowania**.

**Elastyczne opcje zabudowy**, różne **warianty wykończenia** powierzchni oraz **szeroki wybór typów sterowania** sprawiają, że nasze bramy wyróżniają się estetyką wykonania oraz funkcjonalnością.

To także rozwiązanie ekonomiczne – **wysokie wartości współczynników termoizolacji** umożliwiają **optymalizację zużycia energii** w gospodarstwie i przemyśle (także rolno-spożywczym).

Oferta Novoferm skierowana do przemysłu i rolnictwa obejmuje m.in.: bramy segmentowe, bramy i kraty rolowane, bramy szybkobieżne, bramy przesuwne przeciwpożarowe, bramy z płaszczem z PVC, systemy przeładunkowe, napędy do bram.

Novoferm Polska Sp. z o.o.  
ul. Obornicka 338, 60-689 Poznań  
tel. 61 827 95 65

[www.novoferm.pl](http://www.novoferm.pl)



**Bramy · Drzwi · Napędy**



[www.horsebusinessclub.pl](http://www.horsebusinessclub.pl)