



Reiterleben Reiterwelten

Zielgruppen zwischen Reitweisen,
Motiven und der Liebe zum Pferd

Herausgeber



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN
Lehrstuhl "Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte"
Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung
Platz der Göttinger Sieben 5, 37075 Göttingen

HORSEFUTUREPANEL UG (haftungsbeschränkt)
Weender Landstraße 6, 37073 Göttingen

DIETZ & CONSORTEN AGENTUR FÜR GUTE KOMMUNIKATION GMBH
Schellingstraße 10a, 22089 Hamburg

UNTER MITARBEIT VON

Dr. Maike Kayser

Lisette Ahrens, Karen Arlt, Manuela Behrens, Christina Bendfeld, Ferdinand Claußen,
Franziska Engel, Aileen Ernst, Nils Höper, Sarah Kühl, Ines Rottwilm, Sarah Schneider,
Christian Schulz-Wiemann, Luisa von Allwoerden, Daphne Wachholz, Jana Wendt



AUTOREN

Christina Ikingier
Dr. Christina Münch
Katharina Wiegand
Prof. Dr. Achim Spiller



Vorwort

Die deutsche Pferdebranche hat sich in vielerlei Hinsicht gewandelt und weiterentwickelt. In den letzten 45 Jahren sind nicht nur neue Rassen auf dem Markt erschienen - ebenso wurden neue Formen der Pferdehaltung entdeckt und Reitweisen aus aller Welt erfreuen sich wachsender Beliebtheit.

Trotz all der Neuerungen und Weiterentwicklungen liegen Marktdaten über die Pferdesportler von heute, ihre Vorlieben, Wünsche und Motive nur vereinzelt vor. Unternehmen, Dienstleistern und Institutionen der Pferdebranche fehlt deshalb die nötige Informationsgrundlage für eine zielgruppenorientierte Kundenansprache, die für ein effektives Marketing und für eine strategische und nachhaltige Unternehmensausrichtung notwendig ist, die wiederum wirtschaftlichen Erfolg in wettbewerbsintensiven Märkten sicherstellt.

Um Marktdaten bereitzustellen, haben die Georg-August-Universität Göttingen (Lehrstuhl Marketing für Agrarprodukte und Lebensmittel, Prof. Dr. Achim Spiller), die HorseFuturePanel UG und Studierende des Masterstudiengangs Pferdewissenschaften gemeinsam mehr als 2.500 Pferdesportler zu ihren Motiven, Meinungen und Aktivitäten rund um das Thema Pferd befragt. Aus den Ergebnissen wird deutlich, welche hohe Bedeutung der Zielgruppensegmentierung im Pferdsport zukommt: Neben einigen klaren Gemeinsamkeiten nahezu aller Pferdesportler zeigen sich grundlegende Unterschiede in den Ansprüchen und Einstellungen zum Leben mit dem Hobby Pferd.

Aus der Vielzahl der Möglichkeiten, Menschen anhand spezieller Merkmale in Zielgruppen einzuteilen – sei es etwa nach ihrem Alter, ihrer Herkunft oder ihrer Konsumausrichtung – haben wir uns dazu entschieden, eine Segmentierung der Probanden auf Basis der Reitweisen durchzuführen. Dieser Ansatz erscheint zunächst wenig innovativ, da in der Praxis eine Einteilung auf Basis der Disziplinen oder Reitweisen ohnehin erfolgt. Das Neue an dem gewählten Ansatz ist aber, dass hier erstmals eine auf die spezifischen Reitweisen bezogene Charakterisierung der Pferdesportler auf Basis ihrer Aktivitäten, Interessen, Meinungen und Werte erfolgt ist. Wir haben festgestellt, dass sich die Vertreter der verschiedenen Reitweisen sehr darin unterscheiden, welche persönlichen Ziele sie haben und wie sie ihre Freizeit mit dem Partner Pferd verbringen.

Die Ergebnisse liefern Vereinen, Betrieben, Institutionen und Unternehmen gleichermaßen spannende Ansätze und Möglichkeiten für eine zielgruppenspezifische Kundenansprache und die Entwicklung eines kundengerechten Produkt- und Dienstleistungsportfolios.

Prof. Dr. Achim Spiller

Inhalt

Hintergrund 5

Zeitleiste zur Entwicklung des Pferdesports in Deutschland 7

DIE REITER VON HEUTE: EINE GROSSE GEMEINSCHAFT?

Reiten ist etwas ganz Besonderes – Gemeinsamkeiten der Reiter 8

Alle einer Meinung? – Unterschiede der Reiter 12

Turnier- oder Freizeitreiter? Oder beides? 14

EIN SPORT, VIELE REITWEISEN? 20

Klassische Reiter 20

Gangpferdereiter 24

Distanzreiter 28

Westernreiter 32

Barockreiter 36

Zusammenfassung, Ausblick 40

Handlungsempfehlungen für die Praxis 42

Beispiele für Zielgruppenanalysen 44

Methodischer Hintergrund 52

Herausgeber, Kontakt 54

Quellenverzeichnis 58

Hintergrund

Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum Western- und Vielseitigkeitspferde so selten im selben Stall untergebracht werden oder wie es kommt, dass viele Barockreiter ihre Pferde zwar bis zur Hohen Schule ausbilden, aber niemals auf ein Dressurturnier fahren, um ihr Können in Wettbewerben unter Beweis zu stellen?

Wieso trifft man viele Gangpferdereiter auch bei Regen außerhalb der Reithalle an? Und kann es tatsächlich sein, dass ein Distanzreiter es gar nicht wichtig findet, ob er als erster oder als letzter ins Ziel kommt? Welcher Reitweise gehen Sie nach – und könnten Sie uns erklären, warum es gerade diese ist?

60 Prozent der Reiter stimmen der Aussage zu, dass zwischen den Vertretern der verschiedenen Reitweisen Unterschiede bestehen.

...das sehen wir auch so. Aber wodurch unterscheiden sich die 3,67 Millionen Reiter in Deutschland?

QUELLE:
AWA 2012

Wir haben Antworten auf diese Fragen gesucht und dafür mehr als 2.500 Pferdesportler nicht nur nach ihrer Reitweise, sondern auch nach ihren Motiven für den Reitsport, ihren Vorstellungen von schönen Stunden auf dem Pferderücken und vielen weiteren Aspekten ihres Reiterlebens befragt. Dabei wurde klar: Die Reiter einzelner Reitweisen haben einerseits große Gemeinsamkeiten, andererseits unterscheiden sie sich in ihren Wünschen und Überzeugungen stark voneinander. Die Wahl der Reitweise ist oftmals Ausdruck der ganz persönlichen Wert- und Lebensvorstellungen der Pferdesportler und bietet eine spannende Grundlage, um die einzelnen Gruppen genauer unter die Lupe zu nehmen. Und genau das haben wir getan. Die Ergebnisse sind in dieser Broschüre zusammengefasst.

Unsere Ergebnisse können allen Pferdebegeisterten dabei helfen, andere Reitweisen und ihre Mitglieder kennenzulernen. Den Reitern der klassischen Disziplinen Dressur, Springen und Vielseitigkeit widmen wir dafür ebenso ein eigenes Kapitel wie den Western-, Distanz-, Barock- und Gangpferdereitern. Denn Reiter haben oftmals keine genaue Vorstellung davon, wie Vertreter anderer Reitweisen eigentlich denken - oft dominieren Vorurteile. Umso wichtiger ist es, über den Tellerrand zu sehen, mit Vorurteilen aufzuräumen und die Vielfalt im Pferdesport als Chance zu betrachten. Als Chance, voneinander zu lernen und im besten Falle die Gemeinsamkeiten zu entdecken, die verbinden - denn ein Ergebnis unserer Studie können wir an dieser Stelle schon verraten: Trotz aller Unterschiede ist für Reiter aller Disziplinen die Liebe zum Pferd das Hauptmotiv für die Ausübung ihres Hobbys.

Weil die Vielfalt im Pferdesport auch für Anbieter von Produkten und Dienstleistungen neue Aufgaben mit sich bringt, zeigen wir, wie sich die gewonnenen Informationen gewinnbringend in die Praxis übertragen lassen. Hat man erst einmal herausgefunden, wodurch einzelne Zielgruppen besonders hervorstechen, können darauf aufbauend Produkte entwickelt werden, die den Bedürfnissen dieser Gruppe entsprechen oder es kann festgestellt werden, auf welchem Weg sich Kundengruppen am einfachsten erreichen lassen. Im abschließenden Kapitel dieser Broschüre sind dazu beispielhaft einige konkrete Fragestellungen angeführt. Neben unterschiedlichen Modellen zur Einteilung der Reiter in Abhängigkeit ihres Kaufverhaltens geht es dabei außerdem um mögliche Zielgruppen für Hersteller von Sicherheitsprodukten sowie um zukunftsweisende Strategien für Reitvereine.

Viel Spaß beim Lesen!

Modernisierungsprozesse in Militär und Landwirtschaft führten zu einem drastischen Rückgang des deutschen Pferdebestandes. Der Tiefpunkt der Pferdepopulation in Deutschland wurde in den 60er Jahren des vergangenen Jahrhunderts erreicht.

KLASSISCHE DISZIPLINEN Nach und nach entwickelte sich die Reiterei in Deutschland zur sportlichen Freizeitbeschäftigung der Menschen. Die klassischen Disziplinen Dressur, Springen, Vielseitigkeit und Fahren gehen auf diese Zeit zurück. Der Turniersport dieser Disziplinen wird von der **Deutschen Reiterlichen Vereinigung e.V. (FN)** organisiert, die 1905 gegründet wurde.

- 730.000 Vereinsmitglieder
- 55.500 Persönliche Mitglieder,
- 17 Landesverbände, 7.700 Vereine
- 3.600 Turnierveranstaltungen pro Jahr

GANGPFERDEREITEN Der Import der ersten Islandpferde in den 1960er Jahren kann nicht nur als Anfang der Gangpferdereiterei hierzulande betrachtet werden, sondern brachte mit den robusten kleinen Pferden und ihrer ganzjährigen Weidehaltung bis dahin kaum bekannte Aspekte des Pferdesports und der Pferdehaltung nach Deutschland.

Gründung des ersten Islandpferde-Ponyclubs, heute Islandpferde- Reiter- und Züchterverband e.V. (IPZV)

- 22.000 Mitglieder
- 12 Landesverbände, 140 Vereine
- 60 Turnierveranstaltungen pro Jahr
- 60.000 Islandpferde

Der erste deutsche Distanzritt wurde von einer kleinen Gruppe Pferdesportler – damals noch nicht in einem Verband organisiert – auf einer Strecke von 50 km in Anklam ausgetragen.

Die Equitana, die erste „Fachausstellung für Reitsport, Freizeitreiten und Pferdehaltung“ findet alle zwei Jahre in Essen statt. Mittlerweile ist sie mit mehr als 200.000 Besuchern die größte Pferdemesse der Welt. Sie klärt nicht nur über neue Reitweisen und Rassen auf, sondern bietet auch Informationen über Trends in der Zucht, Stalltechnik und Pferdehaltung und gibt so wegweisende Impulse für die gesamte Reitsportbranche in Deutschland. Ihre Gründung im Jahre 1972 spiegelt rückblickend die vielfältigen neuen Bewegungen wider, die in dieser Zeit in der deutschen Reitsportszene in Gang kamen.

1960



1967

1969

1972

Zeitleiste zur Entwicklung des Pferdesports in Deutschland

Seit Mitte der 1960er Jahre wurden in Deutschland nach und nach immer mehr eigene Verbände für die unterschiedlichen Reitweisen gegründet.

Der Blick auf die Geschichte der Reitweisen liefert spannende Zusammenhänge zur heutigen Situation.

1973

Die **Vereinigung der Freizeitreiter und –fahrer in Deutschland (VDF)** wurde 1973 gegründet. Anlass dafür war es in erster Linie, das Recht auf freies Reiten in Wald und Flur zu erhalten und zu fördern. Heute ist die VDF in 12 Landesverbänden organisiert und hat über 60.000 Mitglieder.

1976

Gründung des Vereins Deutscher Distanzreiter und –fahrer e.V. (VDD)

- 2.000 Mitglieder, 15 Regionalgruppen
- 140 Turnierveranstaltungen pro Jahr

DISTANZREITEN Sieben Jahre nach der oben beschriebenen Pilotveranstaltung des Deutschen Distanzsports war es 1976 soweit, der VDD wurde gegründet. Vor allem die tierärztlichen Streckenkontrollen konnten dadurch in einen klaren Rahmen gebracht werden.

1976

Gründung der Westernreiter Union Deutschland e.V. (EWU)

- 8.000 Mitglieder, 15 Landesverbände
- 140 Turnierveranstaltungen pro Jahr
- 20.000 gemeldete Turnierpferde jedoch Gesamtstammpferdezahl nicht bekannt

WESTERNREITEN Das Westernreiten geht auf die Arbeitsreiterei der amerikanischen Rinderhirten zurück, wurde jedoch in der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts vermehrt auch von Europäern als alternative Reitweise zu den klassischen Disziplinen entdeckt.

1988

Gründung der Internationalen Interessengemeinschaft für Töltende Pferde e.V. (IGT), seit 1991 **Internationale Gangpferdevereinigung e.V. (IGV)**

GANGPFERDEREITEN Nach und nach wurden neben den Islandpferden auch weitere Gangpferderassen in Deutschland immer bekannter. Neben dem IPZV entstand die allgemeine Gangpferdevereinigung IGV.

2004

Gründung des Bundesverbands für klassisch-barocke Reiterei Deutschland e.V.

- junger Zusammenschluss
- bisher 3 Landesverbände

BAROCKREITEN Die Wurzeln der Barockreiterei reichen zurück bis in das 16. Jahrhundert. Aktuell erfreut sich diese alte Lehre wieder wachsender Beliebtheit, was sich unter anderem in der Gründung eines eigenen Verbands im Jahr 2004 widerspiegelt.

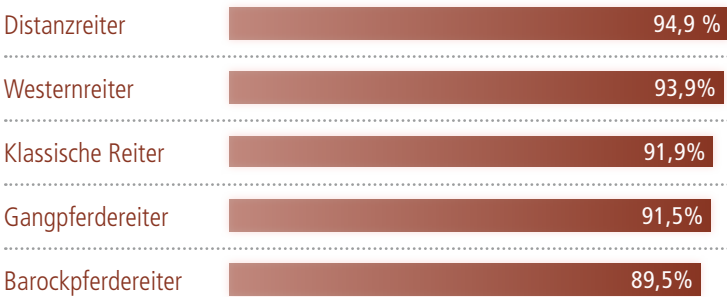
2013



Leistungsniveau und Ausbildung

Nahezu alle Reiter wollen sich nach eigener Aussage beim Reiten verbessern (Abbildung 1) und sind darum bemüht, immer weiter dazuzulernen. Die Schwerpunkte, die die Reiter dabei in ihrer Ausbildung setzen, unterscheiden sich jedoch in Abhängigkeit der Reitweisen und zum Teil auch des Alters der Pferdesportler - wir gehen darauf in den folgenden Kapiteln ein.

Ich will mich beim Reiten immer weiter verbessern!



Beinahe alle Reiter haben es zum Ziel, ihr Können auf dem Pferderücken kontinuierlich zu erweitern, hier gibt es fast keinen Unterschied zwischen den Reitweisen. Fortbildungsangebote aller Art finden so einen großen Markt, sollten aber immer speziell an die Bedürfnisse der Kunden angepasst werden.

ABBILDUNG 1: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen der Aussage „Ich will mich beim Reiten immer weiter verbessern.“ zustimmen. Dargestellt ist die Zustimmung der Reiter in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“]. N= 2.581

Eigene Pferde

Für die Vertreter aller Reitweisen sind die Gesundheit und das Wohlbefinden ihrer Pferde sehr wichtige Themen und es besteht eine hohe Bereitschaft, in beides zu investieren. Mit 98 Prozent stimmen nahezu alle Reiter der Aussage zu, dass ihnen ein guter Tierarzt für ihr Pferd wichtig ist. Um das Wohlbefinden ihrer Pferde zu sichern, nimmt der größte Teil der Pferdesportler auch das Thema Fütterung sehr ernst. So interessieren sich **90 Prozent der Pferdebegeisterten für das Thema Fütterung** und sind bereit, zusätzliche Futtermittel einzusetzen, wenn sie dadurch das Wohlbefinden ihres Pferdes steigern können.

QUELLE
HFP 2011

Hinsichtlich ihrer Vorlieben zur Haltung ihrer Pferde unterscheiden sich die Reiter: Je nach Reitweise werden die Pferde häufiger in einem Pensionsstall untergebracht oder in Eigenregie gehalten. Für eine gute Unterbringung ihres Pferdes geben nach eigener Aussage 79 Prozent – und somit die breite Mehrheit - aller Pferdesportler gerne Geld aus.

Die Medien stellen den Pferdesport oft als kommerziell dar und unterstellen, die Pferde würden als Sportgeräte betrachtet und auch als solche behandelt – sei es nun durch das Erreichen von Erfolgen durch Medikamenteneinsatz und Ausbildungszwänge oder den Austausch von Pferden, die keine ausreichende Leistung bringen. Unsere Befragung zeigt: Das trifft auf die meisten Pferdesportler nicht zu!

Drei Viertel aller Pferdebegeisterten halten eine umfassende Versicherung ihrer Pferde für sehr wichtig.

91 Prozent geben an, dass für sie nicht der sportliche Gedanke, sondern die Liebe zum Pferd im Vordergrund steht

70 Prozent der Pferdesportler würden ihr Pferd auch dann nicht verkaufen, wenn es sie von der Leistung her nicht mehr weiterbringt

Pferdesport ist persönlichkeitsprägend –
über alle Disziplinen hinweg beurteilen sich die Reiter als

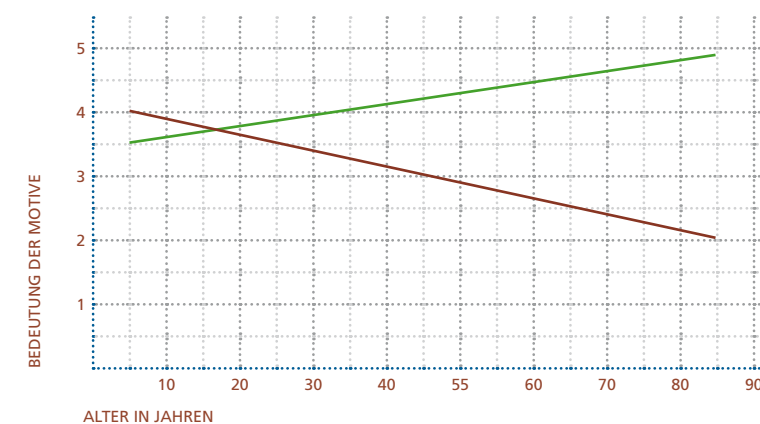
- ✓ Verantwortungsbewusst
- ✓ Loyal
- ✓ Zuverlässig



Alle einer Meinung?

Nein! Auf den ersten Blick haben Pferdesportler zwar viele Gemeinsamkeiten - so konnte aufgezeigt werden, dass es Aspekte wie z.B. die Liebe zum Pferd gibt, in denen sich so gut wie alle einig sind. Wenn man aber genauer hinsieht, fallen Unterschiede auf: Diese erstrecken sich von den Ansprüchen an Ausrüstungsgegenstände über die Meinung zu den Anforderungen an Haltungssysteme bis hin zu den Vorlieben, wie und wo es am schönsten ist, Zeit mit dem Kameraden Pferd zu verbringen. Beispielsweise lassen sich anhand des Alters der Reiter und Reiterinnen eindeutige Unterschiede hinsichtlich ihrer Motive für den Pferdesport feststellen. Je älter die Reiter sind, desto wichtiger ist ihnen das Naturerlebnis beim Reiten. Der leistungssportliche Gedanke und das Interesse an Turnierteilnahmen hingegen nimmt mit steigendem Alter ab (Abbildung 2).

Bedeutung des Alters für die Motive Naturerlebnis und Sport



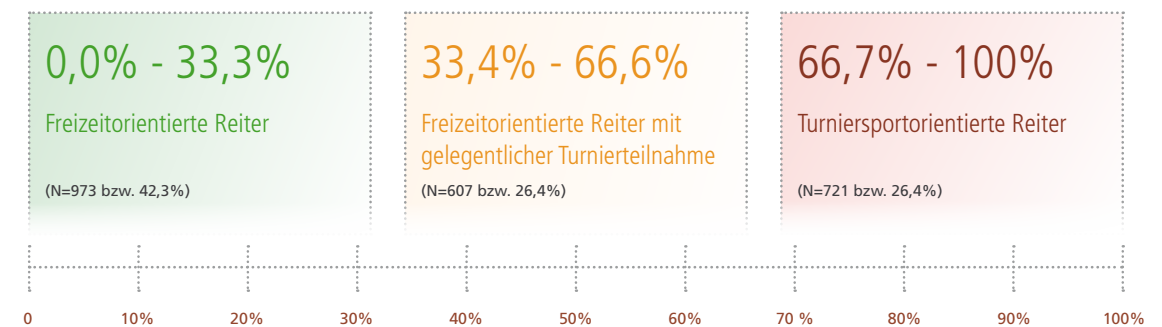
Während die Bedeutung des sportlichen Aspekts des Reitens für die meisten Personen mit höherem Alter abnimmt, wird das Naturerlebnis als Motiv für den Pferdesport zunehmend wichtiger.

ABBILDUNG 2: Die Abbildung zeigt, wie sich die Bedeutung der beiden Reitsportmotive „Naturerlebnis“ und „Sport“ in Abhängigkeit des Alters der Reiter verändert. Frage: „Warum reiten Sie? Was ist Ihnen beim Reiten besonders wichtig, was nicht so sehr?“ Dargestellt ist die Bedeutung der Reitsportmotive auf einer 5-stufigen Likert-Skala: Eher unwichtig (1) - Ganz besonders wichtig (5). N(Naturerlebnis)=2579; N(Sport)=2.571



Turnier- oder Freizeitreiter? Oder beides?

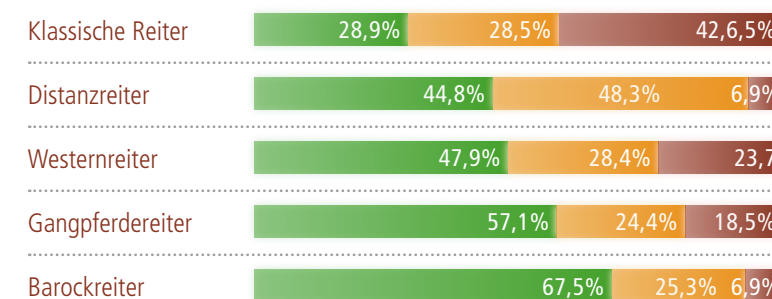
In allen Sparten der Reiterei finden sich Menschen, die aktiv an Turnieren und anderen Wettbewerben teilnehmen - und solche, die daran kein Interesse haben. Die Einteilung in die beiden Kategorien Freizeit- reiter und Turnierreiter wird vielfach praktiziert und dient oftmals als Anlass für Diskussionen oder bildet die Grundlage für Vorurteile. Mittels der vorliegenden Befragung konnte jedoch noch eine weitere Grup- pe Pferdesportler identifiziert werden: Viele Teilnehmer ordneten sich in der Mitte zwischen Freizeitreiter und Turnierreiter ein. Wir haben sie freizeitorientierte Reiter mit gelegentlicher Turnierteilnahme genannt. Diese Gruppe macht je nach Disziplin ein Viertel bis die Hälfte aller Pferdesportler aus (Abbildung X3). Es sollte außerdem bedacht werden, dass der größte Teil der Turnierreiter dem Reitsport ebenfalls in der Freizeit nachgeht und nicht zu den Berufsreitern zählt.



Einteilung der Befragten in freizeitorientierte Reiter, freizeitorientierte Reiter mit gelegentlicher Turnierteilnahme und turniersportorientierte Reiter Im Rahmen der Befragung wurden die Pro- banden gebeten, ihre Freizeit- beziehungsweise Turniersportorientierung einzuschätzen und auf einer Skala von 0 % (Freizeitreiter) bis 100 % (Turnierreiter) einzutragen.

Auf Grundlage dieser Ergebnisse wurden die Kategorien Freizeitorientierter Reiter (0 bis 33,3), Freizeitorientierter Reiter mit gelegentlicher Turnierteilnahme (33,4 bis 66,6) und Turniersport- orientierter Reiter (66,7 bis 100) gebildet.

Freizeit- vs. Turniersportorientierung



Die Anteile der freizeit- und turniersportorientierten Reiter unterscheiden sich je nach Reitweisen.

Der größte Unterschied besteht zwischen den Vertretern der klassischen Disziplinen und den Barockreitern.

■ freizeitorientierte Reiter ■ freizeitorientierte Reiter mit gelegentlicher Turnierteilnahme ■ turniersportorientierte Reiter

ABBILDUNG 3: Das Diagramm zeigt die Einteilung der Reiter (in Prozent) der verschiedenen Reitweisen durch Selbsteinschätzung in die drei Kate- gorien „freizeitorientierte Reiter“, „freizeitorientierte Reiter mit gelegentlicher Turnierteilnahme“ und „turniersportorientierte Reiter“. Frage: „Wenn Sie einmal versuchen sich einzuschätzen: Sehen Sie sich eher als Turnierreiter oder als Freizeitreiter oder liegen Sie eher dazwischen?“. N=1.998

Turnier- und Freizeitreiter unterscheiden sich voneinander.

Das zeigen vor allem die Aussagen der Reiter zu der Zeit, die sie mit ihrem Hobby verbringen, ihrer Art, sich zu informieren und ihren Gründen für den Reitsport. Um die Hauptunterschiede zwischen Turnier- und Freizeitreitern zu verdeutlichen, haben wir die mittlere Gruppe in den folgenden Darstellungen ausgeklammert. So fällt auf, dass diejenigen Reiter, die sich selber als Turnierreiter eingeordnet haben, im Durchschnitt mehr Zeit im Stall verbringen als die Freizeitreiter. Die Hälfte der sich als Turnierreiter einstufenden Probanden gibt an, keine anderen Hobbys außer dem Reiten zu haben (Abbildung 4). Auch in ihrem Informationsverhalten unterscheiden sich die beiden Gruppen. Fast drei Viertel der Turnierreiter geben an, regelmäßig in Fachzeitschriften zu lesen. Bei den Freizeitreitern sind es deutlich weniger. Ein anderes Bild zeigt sich bei Büchern und Messen: Hier liegen jeweils die Freizeitreiter vorne. Für beide Gruppen ist allerdings das Internet die wichtigste Informationsquelle (Abbildung 5)

Reiten ist...

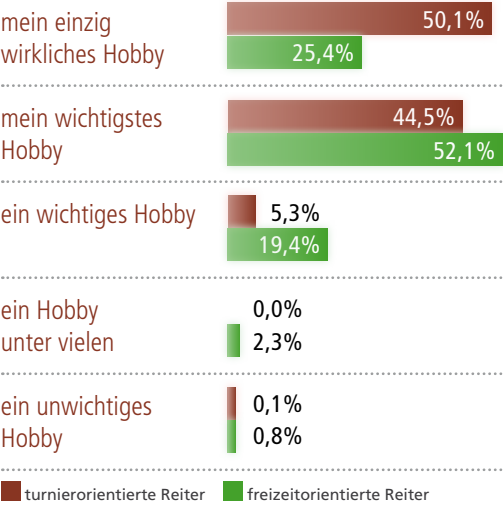


ABBILDUNG 4: Die Darstellung stellt gegenüber, wie wichtig den Freizeit- und den Turnierreitern der Reitsport in Relation zu ihren anderen Hobbys ist. Frage: „Welchen Anteil hat das Reiten an Ihrer (Frei-)Zeit?“ N(turnierorientierte Reiter)=721, N(freizeitorientierte Reiter)=969

Während der Großteil der Freizeitreiter neben dem Pferdesport noch weitere Hobbys hat, gibt über die Hälfte der Turnierreiter an, dass das Reiten ihr einziges Hobby ist.

Welche Informationsquellen nutzen Sie um sich über den Reitsport zu informieren?

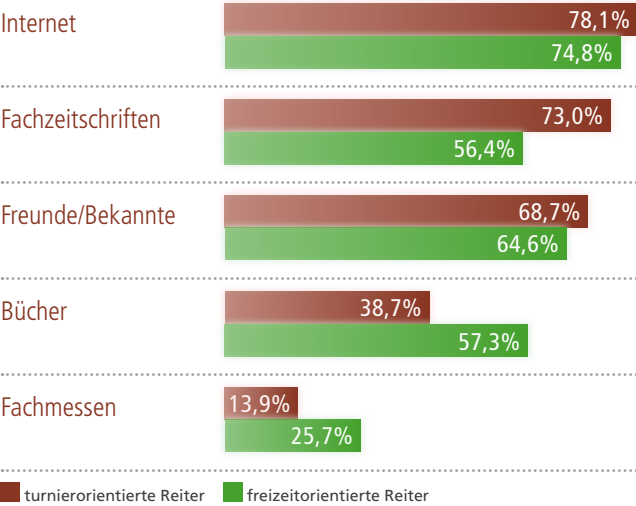


ABBILDUNG 5: Das Diagramm zeigt Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Freizeit- und Turnierreitern in der Nutzung verschiedener Informationsmedien. Frage: „Welche Informationsquellen nutzen Sie dabei?“ (Wenn Sie sich über Pferdethemen informieren.) Dargestellt ist die Nutzungsintensität der einzelnen Medien in % [Top-two-Boxes: „Sehr oft“ und „Oft“]. N(Internet)=2.263, N(Fachzeitschriften)=2.270; N(Freunde/Bekannte)=2.235; N(Bücher)=2.227; N(Fachmessen)=2.201

Das Internet ist für fast alle Reiter eine sehr wichtige Informationsquelle – unabhängig davon, ob sie Freizeit- oder Turnierreiter sind.

Bei den übrigen Informationsmedien sieht es allerdings anders aus!

Für Turnier- und Freizeitreiter ist das Internet eine wichtige Informationsquelle. Turnierreiter lesen außerdem viel in Fachzeitschriften, gehen dafür aber seltener auf Messen als Freizeitreiter.

Motive für das Reiten...

Die größten Gemeinsamkeiten: von Turnierreitern und von Freizeitreitern

Spaß	88,0%	86,5%
Tierliebe	85,9%	87,8%
Gesundheit	52,0%	54,3%

Die größten Unterschiede:

Sport	68,5%	22,5%
Erfolg	50,4%	5,3%
Wettbewerb	41,3%	0,8%
Naturerlebnis	38,3%	76,2%

TABELLE 2: Vergleich von Reitsportmotiven bei Turnier- und Freizeitreitern; dargestellt ist die Bedeutung der jeweiligen Reitsportmotive [Top-two-Boxes: „Besonders wichtig“ und „Wichtig“].

Trotz aller Unterschiede ist die Mehrheit der Reiter der Meinung, dass Freizeit- und Turnierreiter sehr wohl zueinander passen.



Ein Sport - viele Reitweisen?

Die Vielfalt im Pferdesport zeigt sich im Alltag besonders an den verschiedenen Reitweisen. Neben der Organisation in speziellen Verbänden gibt es eigene Veranstaltungen, auf denen die jeweiligen Vertreter der Reitweisen in der Regel unter sich bleiben. So kommt es, dass auch unter Pferdesportlern über Reiter anderer Reitweisen oftmals wenig Wissen vorliegt.

Jede Reitsportdisziplin hat Besonderheiten, die sich häufig aus ihrer Entstehung und ihrem ursprünglichen Zweck ableiten und aus denen sich spezielle Ansprüche oder Einstellungen ihrer Reiter erklären lassen. Auf den folgenden Seiten stellen wir die Vertreter der klassischen Disziplinen, des Gangpferde- und Distanzreitens sowie die Western- und Barockreiter vor. Bereits der Blick auf die Anteile der Vereinsmitglieder innerhalb der Reitweisen zeigt, wie sehr die Strukturen sich unterscheiden (Abbildung 6). Die Reiter der klassischen Disziplinen sind mit über 70 Prozent zu einem überdurchschnittlich hohen Teil in Vereinen organisiert, wohingegen bei den Western- und Barockreitern jeweils nur knapp ein Drittel der Reiter Mitglied in einem Reitverein sind.

Vereinsmitgliedschaft

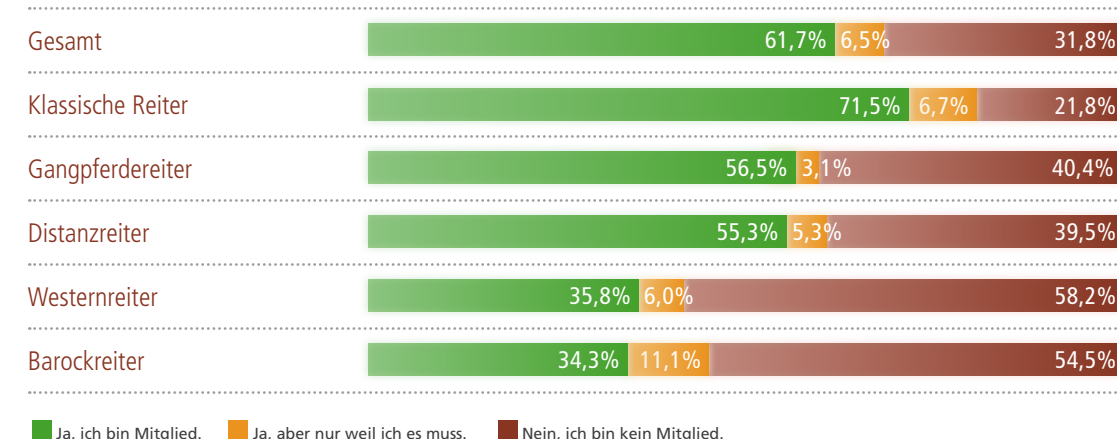


ABBILDUNG 6: Die Abbildung zeigt den Anteil an Vereins- und Nichtvereinsmitgliedern unter den Vertretern der einzelnen Reitweisen, sowie den Anteil an Reitern, die nur Mitglied in einem Verein sind, weil sie das Gefühl haben, es zu müssen. Frage: „Sind Sie Mitglied in einem Reitverein?“ N=2.577

Das Reiten im Verein ist traditionell besonders mit den klassischen Disziplinen verknüpft. Entsprechend ist bei den Reitern der klassischen Disziplinen der Anteil der Reiter mit Vereinsmitgliedschaft bis heute am höchsten.

Fünf Reiter mit ihren Pferden –
und fünf ganz unterschiedliche Bilder.



? Wer weiß, welche Ziele diese Reiter verfolgen?



Klassische Reiter

Zu dieser Gruppe gehören diejenigen Reiter, die ausschließlich die Disziplinen Dressur, Springen, Vielseitigkeit, Fahren oder eine Kombination dieser Disziplinen ausüben.

Der klassische Reitsport ist in seiner heutigen Form als Freizeitsport nach und nach aus der europäischen Militärreiterei sowie dem traditionellen englischen Jagdsport hervorgegangen. Das Reiten im Militär diente praktischen Zwecken und gebraucht wurden dafür Pferde, die in der Bahn, vor allem aber im Gelände zuverlässig, schnell und wendig auf feine Hilfen reagierten. Diese Ziele der Pferdeausbildung sind der klassischen Reitweise bis heute erhalten geblieben – ebenso das Zuchtziel vieler Warmblutrassen, die ihren Ursprung in der Zucht geeigneter Pferde für das Militär hatten. Die klassischen Reitweisen haben die größte Präsenz in den Medien und sind im Gegensatz zu den anderen Reitweisen Teil der Olympischen Sommerspiele – und das seit 100 Jahren. So kommt es, dass die klassischen Disziplinen in erster Linie das Bild des Pferdesports in den Köpfen vieler Nicht-Reiter prägen.

QUELLE
fn-dokr.de

Der Dachverband aller Pferdesportler klassischer Disziplinen ist in Deutschland die Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (FN), die mit 17 Landesverbänden flächendeckend organisiert ist und die weltweit größte Pferdesportvereinigung darstellt.

Leistungsniveau und Ausbildung

Hinsichtlich der Einschätzung ihres Leistungsniveaus liegen die Reiter der klassischen Disziplinen verglichen mit den Vertretern der anderen Reitweisen im Mittelfeld. Mit fast 70 Prozent stimmen die Vertreter dieser Disziplinen allerdings am stärksten der Aussage zu, dass auch für den Reiter hartes Training zum Reiten dazugehört. Knapp 30 Prozent geben an, sich als Leistungssportler zu betrachten – auch dieser Wert ist höher als bei den anderen Reitweisen.

Für fast drei Viertel der klassischen Reiter gehört hartes Training für den Reiter zum Reiten dazu.

Sportliche Ausrichtung, Besuch von Pferdesportveranstaltungen

Der turniermäßige Wettbewerb hat in dieser Reitweise eine lange Tradition, und bis heute sind die Anhänger der klassischen Disziplinen diejenigen Reiter, die am stärksten turnierorientiert sind. Etwas mehr als 40 Prozent der klassischen Reiter sehen sich als turniersportorientierte Reiter, weitere 30 Prozent nehmen immerhin gelegentlich an Turnieren teil. Auch der Besuch von Reitsportveranstaltungen als Zuschauer steht für über die Hälfte der klassischen Reiter regelmäßig auf ihrem Freizeitprogramm. Aus diesen Ergebnissen zeigt sich, dass der sportliche, auf Wettbewerb und Erfolge ausgerichtete Gedanke aus früheren Zeiten sich in dieser Reitweise bis heute erhalten hat – wenn auch gleichzeitig deutlich wird, dass es ebenso Vertreter der klassischen Reitweise gibt, die die Zeit mit ihren Pferden am liebsten fernab von Turnieren verbringen.

Mit über 50 Prozent besuchen die Vertreter der klassischen Disziplinen deutlich häufiger als diejenigen der anderen Reitweisen Reitturniere und andere Pferdesportveranstaltungen.

Eigene Pferde

Fast die Hälfte aller klassischen Reiter gibt an, klare Rassepräferenzen beim Pferdekauf zu haben – immerhin 38 Prozent legen auch Wert auf die Abstammung. Die Pferde werden sehr häufig in einem Pensionsstall untergebracht; Selbstversorger finden sich bei klassischen Reitern selten.

Einkaufsverhalten und Ausgaben

Hinsichtlich der Ausrüstung von Pferd und Reiter zeigt sich diese Reitergruppe markenbewusster als die übrigen Reitweisen, nur etwa die Hälfte der klassischen Reiter sagt von sich selbst, nicht so sehr auf Marken zu achten (Abbildung 7). Etwas mehr als die Hälfte der klassischen Reiter gibt an, gerne tolle Sachen für ihre Pferde zu kaufen – und immerhin einem Viertel ist es nach eigener Aussage wichtig, dass die Ausrüstung farblich zusammen passt. Auch geben die Reiter der klassischen Disziplinen am meisten Geld für die Unterbringung ihrer Pferde aus

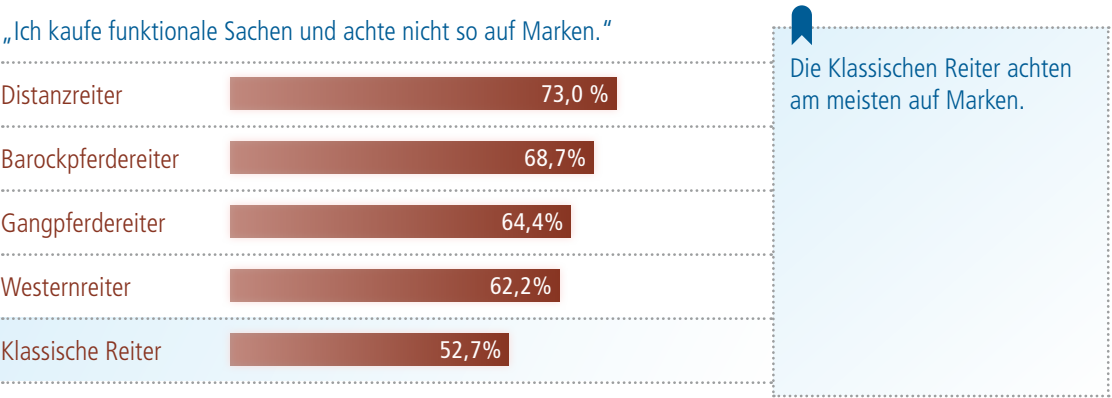


ABBILDUNG 7: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen der Aussage „Ich kaufe funktionale Sachen und achte nicht so auf Marken.“ zustimmen. Dargestellt ist die Zustimmung in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“]. N=2.580

Organisationsmitgliedschaft, Einstellung zum Verein

Viele Reiter der klassischen Disziplinen sind in Vereinen organisiert – der Anteil ist mit fast 80 Prozent größer als bei allen anderen Reitweisen. Auch die Einstellung der Reiter gegenüber Vereinen ist positiver als bei denjenigen der anderen Reitweisen (Abbildung 8).

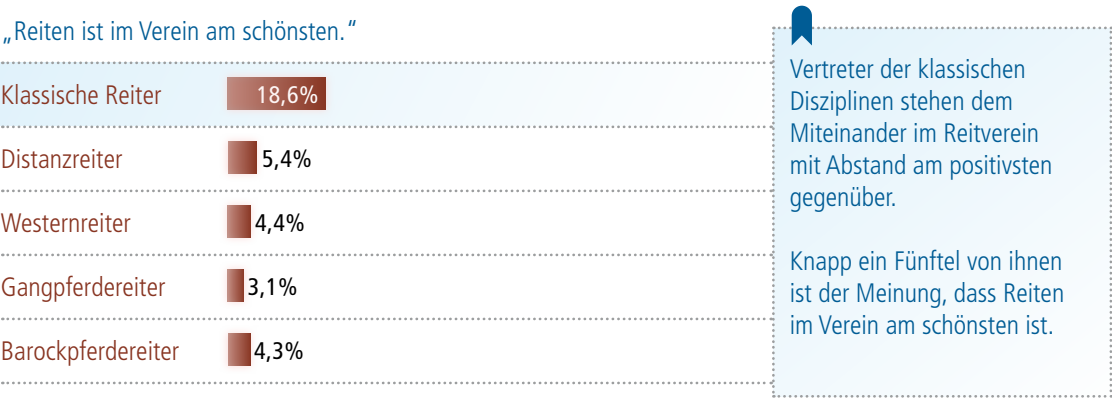


ABBILDUNG 8: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen der Aussage „Reiten ist im Verein am schönsten.“ zustimmen. Dargestellt ist die Zustimmung in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“]. N=2.545

Einstellung zur FN bzw. zum Verein/Verband	Trifft zu
Alternative Reitsportverbände (Westernverband, Freizeitreiter, Distanzreiter) sind wichtig.	62,1%
Wie bewerten Sie die FN? – Sehr gut/Gut.	48,3%
Die FN setzt sich für die Reiter ein.	31,0%
Die FN tut nichts für die Basis.	17,5%
Ein Verein bindet mich zu sehr.	14,4%

TABELLE 3: Die Einstellung der klassischen Reiter zur FN bzw. zum Verein/Verband; dargestellt ist die Zustimmung in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“; N = 1.779].

Informationsquellen, Informationslevel

Klassische Reiter nutzen sehr häufig das Internet, um sich über pferdesportliche Themen zu informieren. Weit oben rangieren bei ihnen außerdem Zeitschriften sowie Freunde und Bekannte, um sich zu informieren. Auch ihr Verein und Verbände kommen für sie als Informationsquellen in Frage, darüber hinaus besuchen sie oft Reitsportveranstaltungen oder schauen Reitsportübertragungen im Fernsehen an. Die TV-Nutzung ist in dieser Gruppe von allen Reitweisen deutlich am höchsten, was sich daraus erklären kann, dass die klassischen Disziplinen die größte Präsenz in den Fernsehübertragungen haben.

Motive, Charakterisierung

Obwohl der sportliche Gedanke bei ihnen häufig im Vordergrund steht und Wettbewerb wie auch Erfolg für sie wichtige Motive für die Ausübung des Reitsports sind, legen die Vertreter der klassischen Disziplinen dennoch großen Wert auf das Naturerlebnis beim Reiten. Aspekte wie Geselligkeit und das Zusammensein mit Gleichgesinnten nehmen für sie einen hohen Stellenwert ein. Bei den Reitern der klassischen Disziplinen fällt auf, dass sie im Vergleich mit den anderen Reitweisen am häufigsten aus einer Familie stammen, in der geritten wurde und wird. Der traditionelle Aspekt des Reitsports ist für sie wichtiger als für Gang-, Distanz- und Westernreiter.

Klassische Reiter ...

- ✓ sind gesellige Vereinsfreunde
- ✓ gehen gerne zum Zuschauen auf Reitsportveranstaltungen
- ✓ sind wettbewerbs- sowie turnierorientiert und markenbewusst



Gangpferdereiter

Gangpferde erfreuen sich wachsender Beliebtheit in Deutschland. Neben den Grundgangarten Schritt, Trab und Galopp verfügen Gangpferde zusätzlich noch über mindestens eine weitere Spezialgangart. Beispiele dafür sind Tölt und Rennpass, die durch die in Deutschland weit verbreiteten Islandpferde bekannt wurden. Auch südamerikanische Rassen wie das Paso Peruano haben spezielle Gangarten und erfreuen sich in Deutschland wachsender Beliebtheit. Für Turnierambitionierte gibt es jeweils eigene Turniere, auf denen rassespezifische Gang- und Rittigkeitsprüfungen ausgeschrieben werden.

QUELLE
ipzv.de

Mit den Islandpferden – die aus einer tausend Jahre alten Reinzucht im rauen nordatlantischen Klima hervorgegangen sind – hat in der Mitte des vergangenen Jahrhunderts gewissermaßen auch die Offenstallhaltung in Deutschland Einzug erhalten. Der Import der ersten Pferde aus Island brachte viele bis dato unbekannte Aspekte in die von den klassischen Disziplinen geprägte, in Vereinen organisierte deutsche Pferdeszene. Die kleinformatischen, teils fünfgängigen Pferde, ganzjährige Weidehaltung und Reiter, die zum Teil weder nach Vereinsmitgliedschaften noch nach Reithallen strebten, haben vielerorts Diskussionen ausgelöst. Rückblickend können diese Umbrüche als Anfänge der Freizeitreiterei hierzulande angesehen werden. Eine wichtige Wegbereiterin dieser Entwicklungen war Ursula Bruns, Mitbegründerin der Vereinigung der Freizeitreiter und –fahrer in Deutschland e.V. (VDF). Seit 1988 gibt es in Deutschland neben dem 1967 gegründeten Verband der Islandpferdereiter und -züchter e.V. die Internationale Gangpferdevereinigung e. V. Dies spiegelt die kontinuierliche Entwicklung hin zu einer größeren Rassenvielfalt innerhalb der Gangreiterei wider.

Leistungsniveau und Ausbildung

Die Gangpferdereiter sind größtenteils der Meinung, dass Reiten nicht unbedingt mit hartem Training für den Reiter verbunden ist. Dennoch ist den meisten von ihnen – wie auch den Reitern anderer Reitweisen – die stetige Verbesserung des eigenen Könnens wichtig. Über die Hälfte der Gangpferdereiter ordnet ihr eigenes Leistungsniveau genau in der Mitte zwischen „sehr hoch“ und „sehr niedrig“ ein.

Sportliche Ausrichtung, Besuch von Pferdesportveranstaltungen

Leistungsgedanken und Turnierteilnahmen sind für den größten Teil der Gangpferdereiter unwichtig. Lediglich 11 Prozent der Gangpferdereiter betrachten sich selbst als Leistungssportler, fast 60 Prozent hingegen sind reine Freizeitreiter ohne Turnierambitionen. Ein Drittel der Gangpferdereiter gibt aber an, häufig Pferdesportveranstaltungen als Zuschauer zu besuchen.

Gangpferdereiter halten ihre Pferde deutlich häufiger als andere Pferdesportler als Selbstversorger.

Eigene Pferde

Gangpferdereiter besitzen oft mehrere Pferde und halten diese Pferde häufiger als die Pferdesportler der anderen Reitweisen als Selbstversorger. Der Aussage, dass es immer noch zu viele Reiter gibt, die ihre Tiere nicht artgerecht halten, stimmen 86 Prozent der Gangpferdereiter zu. Sie lehnen außerdem die Haltung von Pferden in Einzelboxen am stärksten ab (Abbildung 9) – die Einstellungen aus den Anfängen der deutschen Islandpferdeszene haben sich also hier seit den 1960er Jahren gehalten.

Einzelboxen müssten eigentlich aus Tierschutzgründen verboten werden.

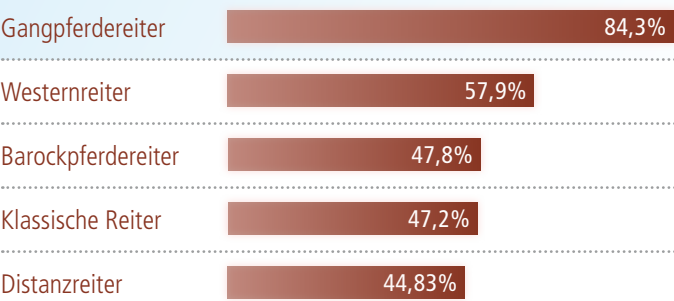
Gangpferdereiter	42,9%
Distanzreiter	40,5%
Barockpferdereiter	37,4%
Westernreiter	29,6%
Klassische Reiter	14,5%

Knapp 43 Prozent der Gangpferdereiter sehen die Haltung von Pferden in Einzelboxen sehr kritisch.

ABBILDUNG 9: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen der Aussage „Einzelboxen müssten eigentlich aus Tierschutzgründen verboten werden.“ zustimmen. Dargestellt ist die Zustimmung in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“]. N=2.570

Aufgrund der unterschiedlichen, genetisch veranlagten Gangarten der Pferde ist es nicht verwunderlich, dass für Gangpferdereiter die Rasse und auch die Abstammung eines Pferdes beim Kauf eine wichtige Rolle spielen – so geben knapp 85 Prozent von ihnen an, klare Präferenzen hinsichtlich der Rasse ihres Pferdes zu haben. Damit lassen die Gangpferdereiter die Vertreter der anderen Reitweisen weit hinter sich (Abbildung 10).

Ich habe klare Präferenzen, was die Rasse meines Pferdes angeht.



Wenig überraschend: Für die allermeisten Gangpferdereiter ist die Rasse ihres Pferdes ein sehr wichtiges Kriterium.

ABBILDUNG 10: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen der Aussage „Ich habe klare Präferenzen, was die Rasse meines Pferdes angeht.“ zustimmen. Dargestellt ist die Zustimmung der Reiter in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“]. N=1.860

Einkaufsverhalten und Ausgaben

Die Mehrheit der Gangpferdereiter gibt an, funktionale Sachen zu kaufen und nicht so sehr auf Marken zu achten.

Kaufverhalten	Trifft zu
Ich kaufe funktionale Sachen und achte nicht so auf Marken.	64,4%
Ich kaufe gerne tolle Sachen für mein Pferd.	40,4%
Ich kaufe auch Reitsportartikel bei Aldi oder Lidl.	33,1%
Ich achte darauf, dass bei der Ausrüstung farblich alles zusammen passt.	22,4%
Ich kaufe bevorzugt bei Firmen, die den Reitsport fördern.	5,5%

TABELLE 4: Kaufverhalten der Gangpferdereiter; dargestellt ist die Zustimmung der Reiter zu den einzelnen Aussagen in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“; N=163].

Organisationsmitgliedschaft, Einstellung zum Verein

Beinahe 60 Prozent der Gangpferdereiter sind in Vereinen organisiert – knapp ein Viertel stimmt hingegen der Aussage zu, dass ein Verein zu sehr bindet. Während die Einstellung der Gangpferdereiter zur Deutschen Reiterlichen Vereinigung e.V. (FN) verhalten ist, stimmt mit 87 Prozent die große Mehrheit der Gangreiter der Aussage zu, dass alternative Reitsportverbände wichtig sind.

Informationsquellen, Informationslevel

78 Prozent der Gangpferdereiter geben an, sich viel über Pferdethemen zu informieren. Dabei nutzen 67 Prozent unter ihnen Fachbücher, gefolgt von Zeitschriften und Expertenrat. Auch bei Gangpferdereitern ist das Internet das am intensivsten genutzte Informationsmedium – 77 Prozent nutzen es häufig bis sehr oft als Informationsquelle für ihr Hobby. Wenig genutzt wird das Fernsehen, was vermutlich auch daran liegt, dass die Berichterstattung über den Gangpferdesport im TV nicht sehr umfangreich ist. Wenn auch nur 22 Prozent angeben, häufig auf Messen zu gehen, so sind dennoch die Gangpferdereiter hier neben den Barockreitern am häufigsten anzutreffen.

Motive, Charakterisierung

Leistungsgedanken sind weniger verbreitet, für die Gangpferdereiter steht das Naturerlebnis beim Reiten im Vordergrund. Entspannung und Geselligkeit sind entscheidende Motive vieler Gangpferdereiter für Ihr Hobby, denen harmonische Ritte durch Wald und Feld zumeist mehr bedeuten als das Trainieren von Lektionen. Die Mehrheit unter ihnen beschreibt sich als freiheitsliebend und

Gangpferdereiter ...

- ✓ sind in der Mehrzahl Freizeitreiter ohne Turnierambitionen
- ✓ sind oft Besitzer mehrerer Pferde
- ✓ legen Wert auf Rasse und Abstammung ihrer Pferde
- ✓ finden Funktionalität wichtiger als Marken
- ✓ lieben Naturerlebnis, Entspannung und Geselligkeit



Distanzreiter

Auch der Distanzsport hat Wurzeln in der militärischen Reiterei, denn die ersten Langstreckenritte dienten vor knapp hundert Jahren dem sportlichen Wettstreit berittener Offiziere. Nachdem er sich zunächst in Amerika zum Freizeitsport entwickelte, gelangte der Distanzsport in dieser Form auch nach Europa.

QUELLE
vdd-aktuell.de

Der Verband Deutscher Distanzreiter und -fahrer e.V. wurde 1976 gegründet und organisiert bundesweit Distanzritte verschiedener Längen- und Schwierigkeitsgrade. Während im Breitensport eine große Rassenvielfalt zu beobachten ist, werden im Spitzensport größtenteils arabische Pferde eingesetzt. Weltweit liegt das Distanzreiten heute besonders dank Sponsoren aus dem mittleren Osten hinsichtlich der Entwicklung und der Zahl der jährlichen Veranstaltungen auf Platz zwei hinter dem Springreiten.

Leistungsniveau und Ausbildung

Knapp ein Viertel aller Distanzreiter sieht sich selbst als Leistungssportler, neun von zehn wollen sich reitertlich stetig verbessern. Der Aussage, dass hartes Training für den Reiter zum Pferdesport dazugehört, stimmt die Mehrheit der Distanzreiter ebenfalls zu. In diesen Aussagen spiegeln sich die Anforderungen wider, die das Überwinden langer Strecken stellt: Genügend Kondition von Pferd und Reiter sind unabdingbar, um die Ritte mit ihren Strecken- und Zielkontrollen erfolgreich zu absolvieren.

Lediglich 7 Prozent der Distanzreiter sehen sich selber als rein turniersportorientierte Reiter – fast die Hälfte jedoch sind freizeitorientierte Reiter mit gelegentlicher Turnierteilnahme

Sportliche Ausrichtung, Besuch von Pferdesportveranstaltungen

Die Gruppe der Distanzreiter weist den niedrigsten Anteil an Reitern auf, die sich selbst als stark turniersportorientiert einstufen – gleichzeitig nehmen aber fast 50 Prozent gelegentlich an Wettbewerben teil, damit mehr als bei allen anderen Reitweisen. Dieser mit Abstand höchste Anteil der „freizeitorientierten Reiter mit gelegentlicher Turnierteilnahme“ (s. Erläuterung Seite 15) ist der Tatsache geschuldet, dass sich die Zugehörigkeit zu der Reitweise vor allem durch die Teilnahme an Distanzritten ergibt. Auf diesen oft breitensportlichen Ritten stehen das sichere Absolvieren der Strecke mit gesundem Pferd und das Dabeisein im Vordergrund, während die Konkurrenz zwischen den Teilnehmern in den Hintergrund rückt. 45 Prozent der Distanzreiter geben an, regelmäßig als Besucher auf Reitsportveranstaltungen unterwegs zu sein – das ist der zweithöchste Wert nach den Reitern der klassischen Disziplinen.

Eigene Pferde

Distanzreiter legen im Vergleich zu den Vertretern der anderen Reitweisen den geringsten Wert darauf, ob ihre Pferde einer bestimmten Rasse angehören. Diese Offenheit spiegelt sich auch in der Aussage des Verbands der Deutschen Distanzreiter und -fahrer wider, der ausdrücklich allen Rassen offen gegenübersteht. Ein Drittel der Distanzreiter hält seine Pferde in einem eigenen Haltungssystem, der Großteil der Pferde wird in Pensionsställen untergebracht. Beinahe 90 Prozent der Distanzreiter sind der Meinung, dass viele Pferde von ihren Besitzern nicht artgerecht gehalten werden.

Einkaufsverhalten und Ausgaben

Distanzreiter legen Wert auf funktionale Sachen, nicht so wichtig hingegen erscheinen für 73 Prozent von ihnen Marken. Gut die Hälfte der Distanzreiter kauft auch Reitsportartikel bei Discounter wie Aldi oder Lidl – und beinahe ebenso viele Reiter geben an, generell gerne tolle Sachen für ihr Pferd zu kaufen. Dass die Ausrüstung farblich zusammenpasst, ist außerdem für ein Drittel aller Distanzreiter ein wichtiger Aspekt – damit liegen sie klar vorn! (Abbildung 11)

Ich achte darauf, dass bei der Ausrüstung farblich alles zusammenpasst.

Distanzreiter	33,3%
Klassische Reiter	25,2%
Westernreiter	24,1%
Gangpferdereiter	22,4%
Barockpferdereiter	15,2%

Mehr als die Reiter der anderen Disziplinen legen Distanzreiter Wert auf eine farblich abgestimmte Ausrüstung.

ABBILDUNG 11: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen der Aussage „Ich achte darauf, dass bei der Ausrüstung farblich alles zusammen passt.“ zustimmen. Dargestellt ist die Zustimmung der Reiter in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“]. N=2.575

Kaufverhalten	Trifft zu
Ich kaufe funktionale Sachen und achte nicht so auf Marken.	73,0%
Ich kaufe auch Reitsportartikel bei Aldi oder Lidl.	50,0%
Ich kaufe gerne tolle Sachen für mein Pferd.	48,6%
Ich achte darauf, dass bei der Ausrüstung farblich alles zusammen passt.	33,3%
Ich kaufe bevorzugt bei Firmen, die den Reitsport fördern.	13,9%

TABELLE 5: Kaufverhalten der Distanzreiter; dargestellt ist die Zustimmung der Reiter zu den einzelnen Aussagen in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“; N=38].

Organisationsmitgliedschaft, Einstellung zum Verein

Über 60 Prozent der Distanzreiter sind Mitglied in einem Pferdesportverein – dies ist der zweitgrößte Anteil nach den klassischen Reitern. Ähnlich wie die Gangpferdereiter stehen die Distanzreiter der FN größtenteils neutral gegenüber. Über 80 Prozent finden aber alternative Verbände wichtig oder sehr wichtig.

Informationsquellen, Informationslevel

Auch bei den Distanzreitern führt das Internet die Beliebtheitsskala der Informationsquellen mit 83 Prozent an. 56 Prozent geben außerdem an, sich häufig über Zeitschriften zu informieren. Der Anteil von 32 Prozent derjenigen, die häufig bis sehr häufig ihren Verein oder Verband als Informationsquelle nutzen, scheint zunächst gering – ist aber verglichen mit den anderen Reitweisen als hoher Wert einzustufen (Abbildung 12). Lediglich 14 Prozent der Distanzreiter hingegen informieren sich über die Teilnahme an Lehrgängen.

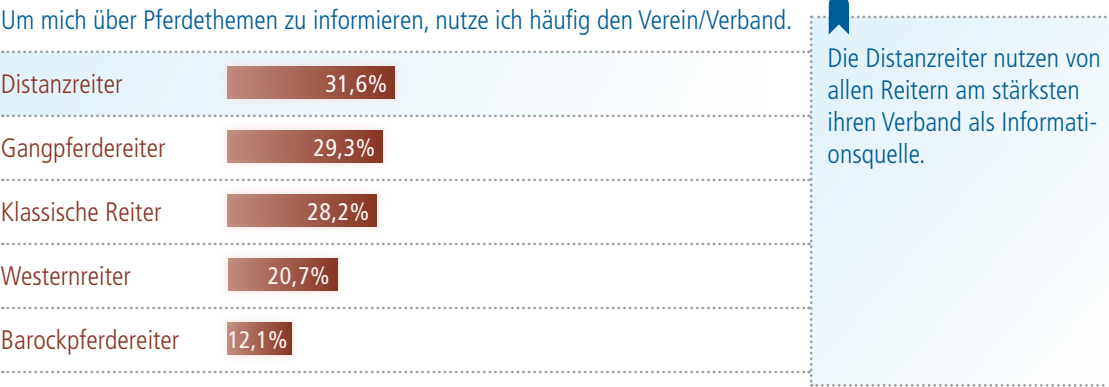


ABBILDUNG 12: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen häufig ihren Verein oder Verband nutzen, um sich über Pferdethemen zu informieren. Frage: „Welche Informationsquellen nutzen Sie dabei? Verein/Verband.“ Die Nutzungshäufigkeit ist dargestellt in % [Top-two-Boxes: „Sehr oft“ und „Häufig“]. N=2.430

Motive

Naturerlebnis, Sport und Entspannung rangieren bei den Distanzreitern ganz oben bei den Motiven für Ihr Hobby (Abbildung 13). Am wenigsten von allen Reitweisen legen sie nach eigener Aussage Wert auf Anerkennung und Erfolg. Fast 95 Prozent geben an, ihrem Sport nachzugehen, um vom Alltag abzuschalten. Damit liegen die Distanzreiter klar vor den anderen Reitweisen. Im Vergleich zu den Reitern der klassischen Disziplinen beschreiben sie sich außerdem selbst als umweltbewusster und weniger erfolgsorientiert.

Vom Alltag abzuschalten ist für die Reiter aller Reitweisen ein sehr wichtiges Motiv – für die Distanzreiter gilt das jedoch ganz besonders: 95 Prozent stimmen hier zu.

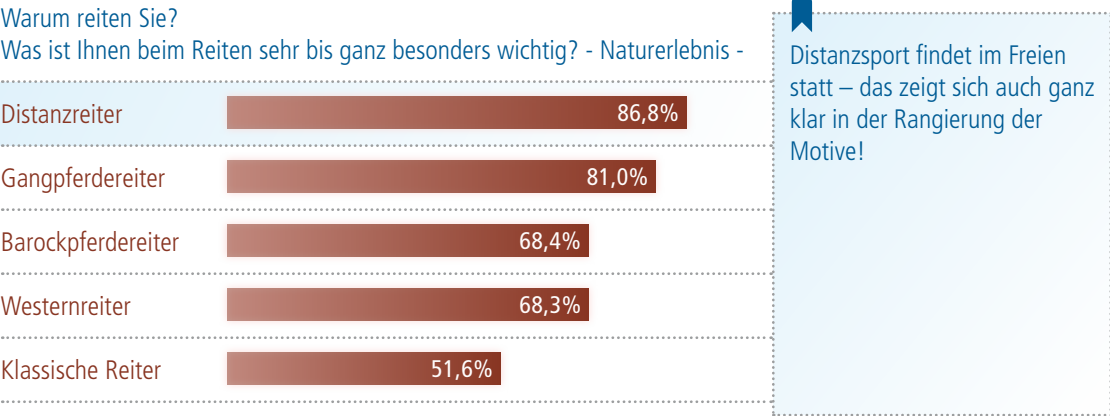


ABBILDUNG 13: Das Diagramm zeigt, für wie viel Prozent der Reiter der einzelnen Reitweisen das „Naturerlebnis“ ein wichtiges Motiv darstellt. Frage: „Warum reiten Sie? Was ist Ihnen beim Reiten besonders wichtig, was nicht so sehr? - Naturerlebnis“ Dargestellt ist die Bedeutung des Motivs in % [Top-two-Boxes: „Ganz besonders wichtig“ und „Sehr wichtig“]. N=2.579

Distanzreiter...

- ✓ stehen allen Pferderassen offen gegenüber
- ✓ legen Wert auf Funktionalität und farbliche Abgestimmtheit der Ausrüstung
- ✓ suchen beim Reiten Naturerlebnis, Sport, Entspannung und das Abschalten vom Alltag
- ✓ sind stark über ihren Verband organisiert

Westernreiter

Das Westernreiten geht ursprünglich auf die Gebrauchsreiterei nordamerikanischer Rinderhirten zurück, die mit Hilfe ihrer Pferde große Herden bewachen und treiben mussten. Diese Cowboys mussten oftmals viele Stunden des Tages im Sattel verbringen und es kam bei der Arbeit mit den Herden immer wieder zu Situationen, in denen sie darauf angewiesen waren, dass ihre Pferde möglichst selbstständig mitarbeiteten. Sich daraus ergebende Ansprüche an die Ausrüstung und die Ausbildung der Pferde prägen diese Reitweise bis heute. In Turnierprüfungen werden heute noch diejenigen Eigenschaften von den Pferden verlangt, die in der Arbeit mit den Rinderherden erforderlich sind. In Amerika wurden Rassen speziell auf ihre Eignung zum Rinderhüten hin gezüchtet, ein typisches Westernpferd ist das Quarter Horse.

Der Dachverband der Westernreiter in Deutschland ist die Erste Westernreiter Union Deutschland e.V., deren Turniere für Pferde aller Rassen sowie in der niedrigsten Leistungsklasse auch für Nichtmitglieder offen sind.

Geselligkeit

Entspannung

Leistungsniveau und Ausbildung

Lediglich 13 Prozent der Westernreiter sehen sich selber als Leistungssportler. Jeder zweite unter ihnen ordnet sein Können im mittlerem Leistungsbereich ein – und wie in den übrigen Reitweisen haben mit über 90 Prozent beinahe alle Westernreiter das Ziel, sich reiterlich weiter zu verbessern.

Sportliche Ausrichtung, Besuch von Pferdesportveranstaltungen

Über die Hälfte der Westernreiter nimmt gelegentlich oder regelmäßig an Wettbewerben teil. Der Anteil rein turnierorientierter Reiter liegt bei 24 Prozent und ist der zweithöchste hinter den klassischen Reitern. Zwei Drittel der Westernreiter geben an, sich nicht als Leistungssportler zu sehen; 48 Prozent sind freizeitorientierte Reiter ohne jegliche Turnierambitionen. Regelmäßige Besucher von Reitsportveranstaltungen sind nach eigener Angabe 34 Prozent der Westernreiter.

Eigene Pferde

Hinsichtlich ihrer Pferdewahl geben knapp 60 Prozent der Westernreiter an, klare Rassepräferenzen zu haben – nach den Gangpferdereitern ist das der zweithöchste Wert. Circa ein Drittel der Westernreiter hält seine Pferde als Selbstversorger; die meisten Pferde sind in Pensionsställen untergebracht. 89 Prozent sind der Meinung, dass viele Reiter ihre Pferde nicht artgerecht halten. Der Aussage, dass die Tierschutzdiskussion im Reitsport übertrieben wird, stehen 68 Prozent der Westernreiter ablehnend gegenüber.

Tierschutz	Trifft zu
Es gibt immer noch zu viele Reiter, die ihre Tiere nicht artgerecht halten.	88,6%
Der Tierschutz spielt bei Reitern eine zu geringe Rolle.	46,1%
Einzelboxen müssten eigentlich aus Tierschutzgründen verboten werden.	29,6%
Die Tierschutzdiskussion im Reitsport wird übertrieben.	4,6%

TABELLE 6: Tierschutzbewusstsein der Westernreiter; dargestellt ist die Zustimmung der Reiter zu den einzelnen Aussagen in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“; N=520].

Ausgaben und Einkaufsverhalten

Bei der Wahl ihrer Ausrüstung legen mit 62 Prozent die meisten Westernreiter großen Wert auf Funktionalität – diese Eigenschaft führt die Tradition der Reitweise fort, denn die Cowboys sind auf ihren vielstündigen Tagesritten darauf angewiesen, dass die mitgeführten Materialien ihren Zweck in jeder Situation erfüllen. Dennoch sagen fast 40 Prozent der Westernreiter von sich, beim Einkauf auch auf Marken zu achten und mehr als die Hälfte gibt an, mit Freude tolle Sachen für ihre Pferde anzuschaffen.

Die Westernreiter haben den höchsten Anteil an Reitern, die nicht Mitglied in einem Verein sind – diese machen mit fast 60 Prozent den Großteil aller Vertreter dieser Reitweise aus!

Kaufverhalten	Trifft zu
Ich kaufe funktionale Sachen und achte nicht so auf Marken.	62,2%
Ich kaufe gerne tolle Sachen für mein Pferd.	51,3%
Ich kaufe auch Reitsportartikel bei Aldi oder Lidl.	37,9%
Ich achte darauf, dass bei der Ausrüstung farblich alles zusammen passt.	24,1%
Ich kaufe bevorzugt bei Firmen, die den Reitsport fördern.	8,5%

TABELLE 7: Kaufverhalten der Westernreiter; dargestellt ist die Zustimmung der Reiter zu den einzelnen Aussagen in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“; N=520].

Organisationsmitgliedschaft, Einstellung zum Verein

Bei den Westernreitern findet sich der geringste Anteil an Personen, die in Vereinen organisiert sind. Mit 42 Prozent sind das nur knapp halb so viele Vereinsmitglieder wie in den klassischen Disziplinen - obwohl der Anteil der Turnierreiter lediglich um 20 Prozent geringer ausfällt. Ein möglicher Grund ist, dass für die Turnierprüfungen der niedrigsten Leistungsklasse im Westernsport eine Mitgliedschaft keine Notwendigkeit ist. Die Zustimmung zur Wichtigkeit alternativer Reitsportverbände ist auch bei den Westernreitern mit 88 Prozent beinahe ungeteilt.

Informationsquellen, Informationslevel

Über 85 Prozent der Westernreiter nutzen regelmäßig das Internet als Informationsquelle, damit liegen sie über den Reitern der anderen Reitweisen. Fernsehen und Zeitschriften nutzen Westernreiter hingegen seltener, und lediglich 20 Prozent geben an, regelmäßig Informationen über ihren Verband zu beziehen. Weitere wichtige Informationsquellen stellen Freunde und Bekannte sowie Bücher dar (70 bzw. 58 Prozent).

Motive

Den meisten Westernreitern geht es – neben dem sportlichen Aspekt des Reitens – in ihrer Freizeit in erster Linie um ein entspanntes Naturerlebnis sowie das Zusammensein mit dem Pferd. Faktoren wie Geselligkeit und Treffen mit Freunden sind für sie ebenso von großer Bedeutung. Westernreiter beschreiben sich in der Mehrheit als freiheitsliebend und wenig ehrgeizig. Tierschutz und Tierliebe sind für sie, wie für die Reiter der anderen Reitweisen auch, wichtige Themen. Die Motive Spaß und Partnerschaft mit dem Pferd, die von allen Reitern als sehr wichtig angesehen werden, werden von den Westernreitern am höchsten bewertet.

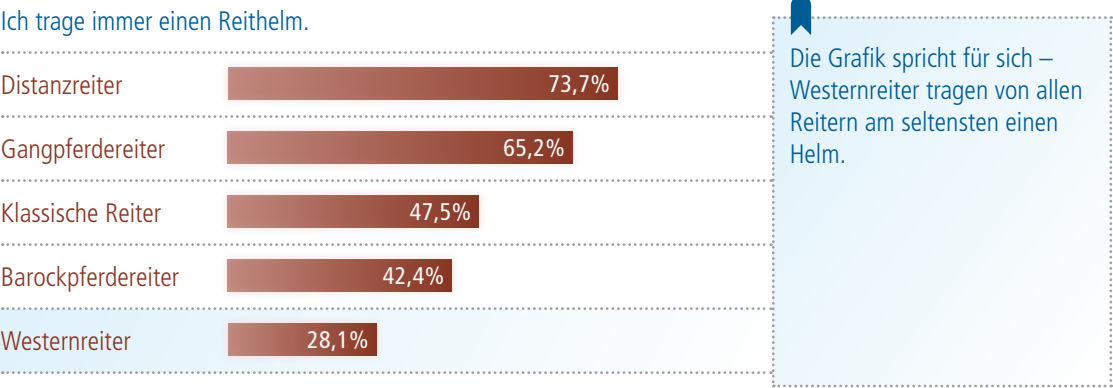


ABBILDUNG 14: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen der Aussage „Ich trage immer einen Reithelm.“ Dargestellt ist die Zustimmung der Reiter in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“]. N=2.581

Westernreiter...

- ✓ sind von den alternativen Reitweisen am turniersportorientiertesten
- ✓ informieren sich viel über das Internet
- ✓ legen Wert auf die Partnerschaft mit dem Pferd und Geselligkeit
- ✓ sind freiheitsliebend



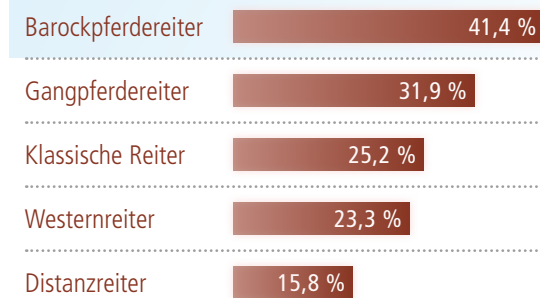
Barockreiter

Das Barockreiten hat seinen Ursprung im 16. Jahrhundert. Die Lektionen der hohen Schule waren damals Bestandteil der Ausbildung der Pferde für den Kriegeinsatz und dienten der Verteidigung. Später wurde die Barocke Reitkunst zur stilvollen Beschäftigung der Herrscher und Könige. Heutzutage erfreuen sich diese alten Lehren und das Reiten auf Barockpferden einer wiederkehrenden Beliebtheit, so dass im Jahr 2004 ein eigener Verband – der Bundesverband für Klassisch-barocke Reiterei Deutschland e.V. – gegründet wurde. Einzelne Veranstalter organisieren inzwischen reine Barockpferdeturniere und –cups, die sowohl Pflicht- wie auch Kürprogramme beinhalten. Typische Barockpferde sind Kladruher und Lipizzaner sowie die spanischen Rassen Lusitano und Andalusier.

Leistungsniveau und Ausbildung

Im Vergleich zu den Reitern der anderen Reitweisen nehmen der Turniersport allgemein und die Bedeutung des Leistungsgedanken für die Barockreiter den geringsten Stellenwert ein. Dennoch haben sie von allen Reitweisen die höchste Selbsteinschätzung ihres reiterlichen Könnens (Abbildungen 15 und 16) und geben außerdem zu fast 80 Prozent an, viel in ihre Reitausbildung zu investieren. Dass Turnierteilnahmen für die allermeisten Barockreiter nicht wichtig sind, bedeutet also nicht, dass sie keinen Wert auf gutes Reiten und die stetige Verbesserung ihres Könnens legen – ganz im Gegenteil!

Wie würden Sie Ihr Leistungsniveaueinschätzen? - hoch -



Die Barockreiter schätzen sich von allen Reitweisen zwar am leistungsstärksten ein, sehen ihr Reiten aber nicht als Leistungssport an.

ABBILDUNG 15: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen ihr eigenes Leistungsniveau als „hoch“ einstufen würden. Frage: „In den unterschiedlichen Reitsport-Disziplinen wird das Leistungsniveau in verschiedene Klassen unterteilt. Wie würden Sie Ihr Leistungsniveau einschätzen?“ Dargestellt ist die Selbsteinschätzung der Reiter in % [Top-two-Boxes: „Sehr hohes Niveau“ und „Hohes Niveau“]. N=2.584

Ich betrachte mich als Leistungssportler

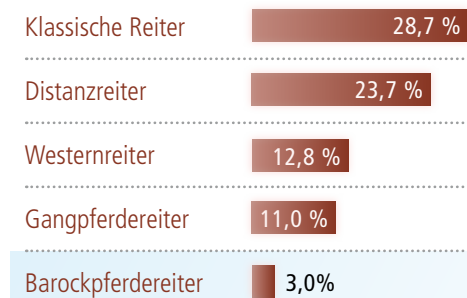


ABBILDUNG 16: Das Diagramm stellt dar, wie viel Prozent der Vertreter der einzelnen Reitweisen der Aussage „Ich betrachte mich als Leistungssportler.“ zustimmen. Dargestellt ist die Zustimmung der Reiter in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“]. N=2.574

Sportliche Ausrichtung, Besuch von Pferdesportveranstaltungen

In dieser Reitweise finden sich mit Abstand die meisten Reiter, die sich selbst als reine Freizeitreiter bezeichnen – insgesamt sind es 68 Prozent der Barockreiter. Hinzu kommen weitere 25 Prozent, die sich als freizeitorientierte Reiter mit gelegentlicher Turnierteilnahme einstufen. Es bleibt nur ein kleiner Anteil von 7 Prozent der Barockreiter, die sich als turniersportorientiert sehen. Beim Besuch von Reitturnieren und anderen Pferdesportveranstaltungen als Zuschauer bleiben die Barockreiter mit deutlichem Abstand hinter den anderen Reitweisen zurück: Lediglich 12 Prozent geben an, in ihrer Freizeit häufig auf solche Veranstaltungen zu gehen. Zum Vergleich: In den anderen Reitweisen liegen die Werte zwischen 30 und 52 Prozent.

Eigene Pferde

Knapp die Hälfte der Barockreiter gibt an, klare Vorlieben hinsichtlich der Rasse ihrer Pferde zu haben. Die Abstammung jedoch hat im Vergleich zu den Vertretern der anderen Reitweisen den geringsten Einfluss auf die Kaufentscheidung – lediglich 20 Prozent der Barockreiter achten darauf. Die Barockreiter zeichnen sich durch ein ausgeprägtes Tierschutzbewusstsein aus. Sie sind vielfach der Meinung, dass der Reitsport im Allgemeinen zu kommerziell sei und der Tierschutz gleichzeitig eine zu geringe Rolle spielt. Mehr als zwei Drittel von ihnen sind der Meinung, dass der Leistungssport heutzutage nicht mehr pferdegerecht ist. Mit dieser Bewertung liegen sie um 20 bis 40 Prozent über den Vertretern aller anderen Reitweisen.

Statistisch gesehen haben Barockreiter mit durchschnittlich 16 bis 19 Kilometern eine längere Anfahrt zur Reitanlage als die Vertreter der anderen Reitweisen.

Einkaufsverhalten und Ausgaben

Bei der Wahl ihrer Ausrüstung legen die Barockreiter mehr Wert auf Funktionalität als auf Marken.

Kaufverhalten	Trifft zu
Ich kaufe funktionale Sachen und achte nicht so auf Marken.	68,7%
Ich kaufe gerne tolle Sachen für mein Pferd.	37,4%
Ich kaufe auch Reitsportartikel bei Aldi oder Lidl.	36,1%
Ich achte darauf, dass bei der Ausrüstung farblich alles zusammen passt.	15,2%
Ich kaufe bevorzugt bei Firmen, die den Reitsport fördern.	7,1%

TABELLE 8: Kaufverhalten der Barockreiter; dargestellt ist die Zustimmung der Reiter zu den einzelnen Aussagen in % [Top-two-Boxes: „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“; N=99].

Organisationsmitgliedschaft, Einstellung zum Verein

Von den Barockreitern ist der geringste Anteil der Teilnehmer in einem Reitverein organisiert. Mit gerade 34 Prozent sind nur etwa halb so viele im Verein organisiert wie in den klassischen Disziplinen. Dazu passt, dass nur ein gutes Viertel der Barockreiter die Aussage „Ein Verein bindet mich zu sehr“ ablehnt. Der gesellige Aspekt des Reitsports, der bei anderen Reitweisen einen wichtigen Stellenwert einnimmt, wird von den Barockreitern geringer bewertet. Über die Hälfte der Barockreiter stehen zudem der FN kritisch gegenüber.

Fast zwei Drittel der Barockreiter halten es für nötig, mehr als 10.000 Euro für ein Pferd auszugeben.

Informationsquellen und Informationslevel

Auch die Barockreiter informieren sich an erster Stelle durch das Internet. Darüber hinaus spielen für sie vor allem Fachbücher eine große Rolle, um sich weiterzubilden oder zu informieren (73 Prozent) – während TV, Vereine und Messen von untergeordneter Bedeutung sind. Barockreiter informieren sich außerdem häufiger als andere Reiter über den Expertenaustausch und Lehrgänge (36 Prozent). Generell sagen über 80 Prozent der Barockpferdereiter von sich, dass sie sich intensiv über ihr Hobby informieren.

Motive

Bei den Barockpferdereitern handelt es sich oftmals um Individualisten, die im Rahmen ihrer pferdesportlichen Aktivität weniger die Geselligkeit und den Austausch mit Freunden suchen als vielmehr das ästhetisch-kulturelle Pferdesporterlebnis. Über 60 Prozent geben an, sich beim Reiten selbst verwirklichen zu wollen. Die Zustimmung zu der Aussage „Reiten verkörpert klassische Werte“ ist von allen Reitweisen bei den Barockreitern am höchsten, die Ästhetik als Teilaspekt des Reitens wird von fast 40 Prozent der Barockreiter als wichtig oder sehr wichtig bewertet. Damit unterscheiden sie sich deutlich von allen anderen Reitweisen (Abbildung 17). Wettbewerb rangiert bei den Motiven der Barockreiter für den Reitsport weit unten.

Warum reiten Sie?
Was ist Ihnen beim Reiten sehr bis ganz besonders wichtig? - Ästhetik -

Barockpferdereiter	39,69 %
Klassische Reiter	22,3 %
Gangpferdereiter	21,9 %
Westernreiter	15,4 %
Distanzreiter	13,2 %

Es kann gesagt werden, dass den Barockreitern hinsichtlich ihrer Motive für das Reiten eine gewisse Sonderrolle zukommt – hier am Beispiel der Ästhetik dargestellt.

ABBILDUNG 17: Das Diagramm zeigt, für wie viel Prozent der Reiter der einzelnen Reitweisen die „Ästhetik“ ein wichtiges Motiv darstellt. Frage: „Warum reiten Sie? Was ist Ihnen beim Reiten besonders wichtig, was nicht so sehr? - Ästhetik.“ Dargestellt ist die Bedeutung des Motivs in % [Top-two-Boxes: „Ganz besonders wichtig“ und „Sehr wichtig“]. N=2.543

Barockreiter...

- ✓ haben ein hohes reiterliches Niveau bei geringem Turniersportinteresse
- ✓ haben den größten Anteil reiner Freizeitreiter
- ✓ zeigen ein ausgeprägtes Tierschutzbewusstsein
- ✓ legen viel Wert auf Ästhetik und Kultur
- ✓ finden Geselligkeit und Wettbewerb nicht so wichtig; sie sind Individualisten

Zusammenfassung und Ausblick

Jede der betrachteten Reitweisen hat charakteristische Merkmale, die sich oftmals aus ihren Ursprüngen erklären lassen und die letztendlich auch mit Unterschieden zwischen den jeweiligen Reitergruppen einhergehen. Bei den Reitern der einzelnen Reitweisen lassen sich Unterschiede feststellen, wenn es etwa um ihre Motive für den Reitsport oder Vorlieben hinsichtlich der Ausrüstung geht. Ebenso hervorzuheben ist aber auch, dass in Bezug auf die grundsätzliche Einstellung zum Reiten und besonders die Verbundenheit zum Pferd keine Abstufungen zwischen den Reitern feststellbar sind. Die Unterschiede zeigen jedoch, welche große Bedeutung dem zielgruppenspezifischem Marketing im Reitsport zukommt.

Der Pferdesport hat hinsichtlich der Erfassung von Marktdaten großen Nachholbedarf gegenüber anderen Branchen. Zukünftig wird die Aufgabe darin bestehen, der wachsenden Vielfalt im Pferdesport mittels spezifischer Kunden- und Marktanalysen zu begegnen, um Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Dienstleistern mittels aktueller Marktdaten eine Grundlage für strategisches Marketing zu liefern. Der hier gewählte Ansatz kann daher als Auftaktstudie betrachtet werden und gibt einen Einblick in die Möglichkeiten des Informationsgewinns mit Hilfe von Marktforschung.



Klassische Disziplinen

Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (FN)
Freiherr-von-Langen-Straße 13
48231 Warendorf

Telefon: 02581 – 63 62 - 0
Fax: 02581 – 62 14 4

fn@fn-dokr.de
www.pferd-aktuell.de



Gangpferdereiter

Islandpferde-Reiter- und Züchterverband e.V.
Bundesgeschäftsstelle, Postfach 1220
31159 Bad Salzdetfurth

Tel.: 05063 – 27 15 66
Fax: 05063 – 27 15 67

geschaeftsstelle@ipzv.de
www.ipzv.de

Internationale Gangpferde-Vereinigung e.V.
c/o Herrn Jochen Schumacher
Frankenstr. 37
48734 Reken

Tel.: 02864 – 24 34
Fax: 02864 -58 60

info@igvonline.de
www.igvonline.de



Distanzreiter

Verein Deutscher Distanzreiter und -fahrer e.V.
Schustehrusstr. 16
10585 Berlin

Tel.: 030 – 30 64 98 51
Fax: 030 – 21 14 28 76

geschaeftsstelle@vddaktuell.de
www.vdd-aktuell.de



Westernreiter

Erste Westernreiterunion Deutschland e.V.
Freiherr-von-Langen-Str. 8a
48231 Warendorf

Tel.: 02581 – 92 84 60
Fax: 02581 – 92 84 625

info@ewu-bund.de
www.westernreiter.com



Barockpferdereiter

Bundesverband für klassisch-barocke Reiterei e.V.
Dorfstraße 46
30938 Fuhrberg

richardhinrichs@hotmail.com
www.bfkbr.de

Hinweise und Empfehlungen zur Kommunikation/Ansprache



Klassische Reiter

- mit sportlichen Motiven werben, auch Geselligkeit und Tradition als wichtige Aspekte
- gut auf Turnieren und weiteren Veranstaltungen erreichbar
- Viele sind Vereins- FNMitglieder: Werben über PM-Forum, Ansprache über Landesverbände denkbar
- Internet, Zeitschriften u. TV sind viel genutzt Medien



Gangpferdereiter

- für Werbegestaltung Gangpferde nutzen
- auf Natur- und Freiheitsmotive ausrichten
- gut erreichbar über entsprechende Internetseiten sowie Bücher, Zeitschriften und Messen



Distanzreiter

- informieren sich viel über Vereine und den eigenen Verband, auch Internet, Bücher und Zeitschriften
- mit den Motiven Naturerlebnis und Entspannung werben
- reiterlich sehr engagiert, häufige Teilnahme an Wettbewerben
- hoher Organisationsgrad im Verband



Westernreiter

- sehr internetaffin
- Kommunikation über Zeitschriften, Bücher möglich, weniger über TV und kaum über Verband
- Motive für Werbebotschaft: Tierschutz und -liebe, Natur, Freiheit, Geselligkeit



Barockpferdereiter

- wichtige Motive: Ästhetik, klassische Werte, Tradition
- Verein ist unwichtig, besser: Individualität betonen
- Neben dem Internet v.a. Bücher, Zeitschriften, Experten und Lehrgänge (Sponsoring von Veranstaltungen denkbar, um die Zielgruppe zu erreichen)
- Sind neben Gangpferdereitern häufiger auf Messen anzutreffen als die anderen Gruppen

Hinweise für Angebot, weitere Besonderheiten

Klassische Reiter

- Pferdehaltende Betriebe sollten Pensionsställe sein, die gut ausgebaute Sportanlagen bieten und so kontinuierliches Training ermöglichen
- Betriebe und Vereine sollten außerdem ggf. ein eigenes Turnier veranstalten

Gangpferdereiter

- Sind vor allem Selbstversorger und Halter mehrerer Pferde; Markt für Stalltechnik zur Gruppenhaltung
- Stallbetreiber von Offenställen können z.B. Pferdehaltern anbieten, gegen Reduzierung der Einstellkosten möglichst viele Aufgaben bei der Versorgung der Pferde zu übernehmen

Distanzreiter

- Pensionsbetriebe: Reiter haben Interesse daran, in der Versorgung der Pferde mitzuwirken und die Pferd in Offenställen unterzubringen
- spezialisierte Pensionsbetriebe brauchen ein möglichst angrenzendes, großes Ausreitgelände
- Funktionalität der Produkte sollte für diese Gruppe in den Vordergrund gestellt werden, Ausrüstung sollte farblich abstimbar sein
- interessante Gruppe für Anbieter von Sicherheitsprodukten

Westernreiter

- Funktionalität von Produkten sollte in den Vordergrund gestellt werden
- Tierschutz hat hohe Relevanz, Marketing und Produkte sollten darauf ausgelegt werden

Barockpferdereiter

- Funktionalität ist wichtig
- Reiter sind auch umweltbewusst, außerdem sehr empfindlich gegenüber Kommerzialisierung und Tierschutzfragen

Handlungsempfehlungen für die Praxis

Nachdem die Pferdesportler der verschiedenen Reitweisen vorgestellt wurden, haben wir an dieser Stelle die wichtigsten Erkenntnisse zur Ansprache und zu den Wünschen der Reitergruppen zusammengetragen. Auf den Seiten 44 bis 50 dienen darüber hinaus einige konkrete Beispiele der Zielgruppenanalyse dazu, Anregungen für Übertragungen in die Praxis zu geben.



Beispiele für Zielgruppenanalysen

Die Liste der Branchen, die mit dem Pferdesport zu tun haben, ist lang - und reicht von der Futtermittelindustrie über Stallbaufirmen und Reitartikelhersteller bis hin zu Hufschmieden, Tierärzten und Reitlehrern. Zielgruppenanalysen sind für alle Branchen sinnvoll – die konkrete Herangehensweise muss dabei allerdings jeweils sorgfältig an die Fragestellung angepasst werden. Die nachfolgend aufgeführten Beispiele geben einen Hinweis darauf, wie vielseitig Zielgruppenanalysen anwendbar sind - die Möglichkeiten zeigen sich so bunt gemischt wie der Pferdesport selbst.

Zielgruppen für Reitartikelhersteller

Für Hersteller von Reitartikeln macht es Sinn, einzelne Kundengruppen und vor allem deren Wünsche zu identifizieren. So kann beispielsweise herausgefunden werden, ob die Reiter eher dazu bereit sind, für hohe Qualität einen höheren Preis zu bezahlen oder ob vielleicht vielmehr von der Mehrheit der Reiter kurzlebigere aber günstige Produkte in den jeweiligen Farben der Saison gefordert werden. Es lassen sich dabei verschiedene Ansätze zur Gruppenbeschreibung verfolgen, von denen hier drei in studentischen Projektarbeiten erarbeitete Modelle vorgestellt werden.

Luisa von Allwoerden, Ferdinand Claußen, Nils Höper:

Zielgruppenanalyse in der Reitsportbranche

Im Hinblick auf zielgruppenorientiertes Marketing ist es für Unternehmen der Reitsportbranche interessant, einen Überblick über die Zahlungsbereitschaft der Reiter zu erhalten. Die durchgeführte Umfrage ermöglicht es, einen nach Leistungsintensität und Disziplin aufgeschlüsselten Überblick über die Zahlungsbereitschaft der Reiter zu erhalten. Eine wichtige Erkenntnis liegt darin, dass das Leistungsniveau der Reiter hinsichtlich ihrer Zahlungsbereitschaft eine höhere Bedeutung hat als die ausgeübte Disziplin.

Prägnante Unterschiede konnten in der Zahlungsbereitschaft der Freizeit- und Sportreiter festgestellt werden. Den größten Kostenfaktor bei den Sportreitern stellen die allgemeinen Kosten für den Reitsport dar – bei den Freizeitreitern überwiegen hingegen die Kosten für die Unterbringung des Pferdes. Besonders hervorzuheben ist, dass die absolute Zahlungsbereitschaft der Sportreiter in beiden Bereichen die der Freizeitreiter übertrifft. Aus diesen Erkenntnissen ergeben sich z.B. für Reitsportausrüster wichtige Spezialisierungstendenzen. Eine wichtige Zielgruppe stellen beispielsweise die Springreiter dar, weil in diesem Bereich anteilig am meisten Sportreiter zu verzeichnen sind.

monatlichen Kosten für die Unterbringung

	Im Durchschnitt	< 150€	151€ – 250€	251€ – 350€	351€ – 450€	> 451€
Freizeitreiter	195 €	37,3%	35,9%	21,9%	4,1%	0,8%
Sportreiter	246 €	17,7%	35,7%	32,9%	10,1%	3,6%

Allg. monatliche Ausgaben (Ausrüstung, Unterricht...)

	Im Durchschnitt	< 100€	100€ – 300€	301€ – 600€	601€ – 900€	> 900€
Freizeitreiter	183€	51,8%	34,4%	11,3%	1,3%	1,1%
Sportreiter	305€	22,8%	48,0%	18,3%	4,8%	6,1%

Sarah Schneider, Christina Bendfeld, Daphne Wachholz:

Premium vs. Low-Budget: Charakteristische Merkmale verschiedener Zielgruppen im Reitsport

Die Reiterschaft ist eine vielseitige Gemeinschaft – daher ist es interessant zu wissen, wer die Low- Budget- und wer die Premium-Käufer sind. In welchen Merkmalen unterscheiden sie sich? Mit Hilfe einer Zielgruppensegmentierung anhand der Frage der durchschnittlichen monatlichen Ausgaben für den Pferdesport (Ausrüstung, Unterricht etc.) wurden zwei Gruppen gebildet: Die Low-Budget-Käufer, welche weniger als 100 Euro pro Monat für Ausrüstung ausgeben sowie die Premium-Käufer, die 600 Euro und mehr ausgeben.

LOW-BUDGET-GRUPPE: In dieser Gruppe liegt der Männeranteil bei 7 Prozent. Rund drei Viertel dieser Pferdesportler haben ein niedriges bis mittleres Leistungsniveau. Ihre Motivation für den Reitsport resultiert hauptsächlich aus Spaß, Entspannung und dem Naturerlebnis, während Wettbewerb, Erfolg und „Geld verdienen“ von geringer Bedeutung sind. Rund 64 Prozent der Low-Budget-Reiter besitzen ein eigenes Pferd. Auch wenn rund 40 Prozent der Low-Budget-Gruppe „das Beste für ihr Pferd“ haben wollen, steht doch mit 68 Prozent für den Großteil der Reiter die Funktionalität der Ausrüstung im Vordergrund. Um sich über Pferdethemen zu informieren, sind das Internet sowie Freunde und Bekannte die wichtigsten Informationsquellen.

PREMIUM-GRUPPE: Der Männeranteil ist in der Premium-Gruppe mit 19,9 Prozent deutlich höher. Des Weiteren besitzen 98 Prozent der Premium-Käufer ein eigenes Pferd, davon 83 Prozent sogar mehrere. Die Premium-Reiter suchen neben Spaß und Entspannung im Reitsport auch nach Erfolg, Wettbewerb und Anerkennung. Diese eher sportliche Betrachtung des Reitens sowie der Ehrgeiz können durch das hohe Leistungsniveau bestätigt werden. So liegt dieses bei rund 60 Prozent auf hohem bis sehr hohem Niveau, lediglich 4,8 Prozent reiten auf niedrigem Niveau. Im Hinblick auf das Einkaufsverhalten ist für mehr als die Hälfte das Beste für ihr Pferd gerade gut genug. Zudem ist bei den Premium-Reitern eine starke Tendenz zu fachspezifischen Informationen zu erkennen. Zwar sind Internet und Freunde auch für sie eine wichtige Quelle, jedoch greifen rund zwei Drittel auf Fachzeitschriften und Expertenwissen zurück.

Die Auswertung hat ergeben, dass es bei Reitern unterschiedliche Preisbereitschaften gibt, die sich in verschiedenen Merkmalen unterscheiden. Der Premium-Käufer ist tendenziell der klassische Turnierreiter auf hohem Leistungsniveau. In der Low-Budget-Gruppe sind vorrangig Freizeitreiter, bei denen Spaß und Entspannung im Vordergrund stehen.

	Low-Budget-Käufer (n=1160)	Premium-Budget-Käufer (n=191)
Monatliche Ausgaben für den Pferdesport	<100€	>601€
Anteil männlicher Käufer	7,0%	19,9%
Durchschnittsalter	28,8 Jahre	32,5 Jahre
Nettoeinkommen	Niedriger	Höher
Leistungsniveau	Niedriger	Höher
Anteil Pferdebesitzer	64,2%	98%
Anteil Fremdfinanzierung des Reitsports	18,8%	28,2%
Besuch von Reitsportveranstaltungen	26,1%	69,1%

Karen Arlt, Manuela Behrens, Aileen Ernst:

Haben die Reitsportmotive Auswirkungen auf das Kaufverhalten?

Es wurden fünf Reitergruppen gebildet, die sich hinsichtlich ihres Kaufverhaltens unterschieden. Motive für den Reitsport dienen gemeinsam mit soziodemografischen Merkmalen wie dem Einkommen zur Beschreibung der Gruppen:

„DIE UNABHÄNGIGEN EINZELGÄNGER“: Diese Gruppe reitet aufgrund ihrer Liebe zum Pferd und zur Entspannung. Sie sind diejenigen, die das höchste Einkommen haben, gleichzeitig aber sehr auf Funktionalität und niedrige Preise achten. Ihre Bereitschaft Geld auszugeben ist gering.

„DIE UNBETEILIGTEN REITER“: Bei dieser Gruppe steht kein Motiv besonders im Vordergrund. Die Reiter haben das zweithöchste Einkommen. Der Reitsport nimmt bei ihnen im Vergleich zu den übrigen Gruppen aber den geringsten Stellenwert ein und sie geben nur das Nötigste dafür aus.

„DIE AMBITIONIERTEN TURNIERREITER“: Für sie stehen Erfolg und Wettbewerb an erster Stelle. Daher haben sie auch hohe Kosten für Ausrüstung und Unterbringung und benötigen insgesamt mehr Reitsportartikel als Nichtturnierreiter.

„DIE VIELSEITIGEN SPORTREITER“: Sowohl Wettbewerb, als auch Spaß und Freunde zu treffen sind für diese Gruppe Motive zum Reiten. Trotz ihres geringen Einkommens kaufen sie gerne und markenbewusst ein und haben somit die zweithöchsten Ausgaben.

„DIE GESELLIGEN TIERSCHÜTZER“: Sie reiten, um Freunde zu treffen und aus Tierliebe. Sie haben die geringsten Ausgaben, kaufen funktional ein und sind besonders auf das Wohlbefinden des Pferdes bedacht.

ZUSAMMENFASSEND lässt sich sagen, dass ehrgeizige, erfolgsorientierte Reiter höhere Ausgaben für den Sport haben und eher teure Markenartikel kaufen. Freizeitorientierte Reiter achten hingegen auf Funktionalität und günstige Preise. Je mehr Zeit Reiter mit dem Pferd verbringen, desto mehr geben sie für den Reitsport aus. Das Einkommen spielt hierbei eher eine untergeordnete Rolle.

Potentielle Zielgruppen für Hersteller von Sicherheitsprodukten

An Hand von Reithelmen und Schutzwesten zeigt das folgende Beispiel sehr konkret, wie eine Zielgruppen-analyse aussehen kann.

Franziska Engel, Ines Rottwilm:

Sicherheitsprodukte im Reitsport – Zielgruppenidentifizierung anhand unterschiedlicher Gefahreneinschätzungen

Der Reitsport gehört zu einer der risikoreichsten Sportarten, in der leider immer wieder Unfälle passieren. Auf dem Markt gibt es zahlreiche Unternehmen, die Sicherheitsartikel zur Vermeidung und Prävention von Verletzungen herstellen. Auf Grundlage der vorliegenden Umfrage wurde herausgestellt, welche Zielgrup-pen sich für diese Unternehmen ergeben. Dafür dienten die Statements „Ich trage immer einen Reithelm“, „Ich bin ein eher ängstlicher Reiter“ und „Reiten ist ein Sport mit hohem Risiko“ als Grundlage für die statistische Auswertung.

Über 60 Prozent der Befragten schätzen das Reiten als sehr risikoreich ein. Ebenfalls über die Hälfte geben an, auf dem Pferd immer einen Reithelm zu tragen. Lediglich 8 Prozent der Teilnehmer geben an, ängstlich zu sein. Darüber hinaus ergaben sich folgende Ergebnisse:

- Reiter mit sehr kurzer (unter fünf Jahre) oder sehr langer (über 20 Jahre) Reiterfahrung haben eine sehr viel geringere Risikoeinschätzung als andere.
- Freizeit- und Dressurreiter sind im Mittel ängstlicher als Spring- und Vielseitigkeitsreiter, welche auch weniger oft einen Reithelm tragen.
- Am häufigsten tragen Freizeitreiter beim Reiten einen Helm.
- Frauen tragen sehr viel öfter einen Helm als Männer und schätzen sich auch als ängstlicher ein.
- Die Angst sinkt mit der Dauer der Reiterfahrung.

	lehne ab	teils/teils	stimme zu
„Ich trage immer einen Reithelm.“	26,0%	27,3%	46,6%
„Reiten ist ein Sport mit hohem Risiko.“	8,7% 3	3,0%	58,4%
„Ich bin eher ein ängstlicher Reiter.“	75,1%	17,3%	7,6%

Für Unternehmen, die Sicherheitsartikel für den Reitsport herstellen, ergeben sich somit drei Zielgruppen.

- Reitanfänger, die eher ängstlich sind und Sicherheitsausrüstungen tragen.
- Frauen, die ebenso ängstlicher und vorsichtiger sind, oft einen Helm tragen und deren Verantwortungsbewusstsein höher ist.
- Freizeitreiter, die ebenso zu der risikobewussteren Gruppe zählen und regelmäßig einen Reithelm tragen.

Aktuelle und zukünftige Aufgaben für Reitvereine

Die Gründe der Reiter dafür, ihren Sport auszuüben, werden vielfältiger – und auch die Ansprüche an die Freizeitgestaltung ändern sich. Während die Zahl der Reitweisen ebenso wie das Durchschnittsalter der deutschen Bevölkerung steigt, haben Schüler durch den Trend zur Ganztagschule nachmittags immer weniger Zeit. Die traditionellen Reitvereine merken diese Entwicklungen vor allem dadurch, dass sie seit einigen Jahren mit einem stetigen Mitgliederrückgang zu kämpfen haben. Hier sind eine sorgfältige Analyse der Wünsche aktueller und potentieller Mitglieder und die Entwicklung neuer, zukunftsfähiger Konzepte gefragt, wenn der Entwicklung langfristig entgegengesteuert werden soll. Wie solche Analysen aussehen können und wie sich daraus Handlungsempfehlungen ableiten lassen, zeigen die folgenden zwei Beispiele.

Lisette Ahrens, Christian Schulz-Wiemann:

Zielgruppen für Reitvereine

Vor dem Hintergrund der sinkenden Mitgliederzahlen der unter dem Dach der Deutschen Reiterlichen Vereinigung e.V. organisierten Vereine und Institutionen wurde untersucht, wie der Mitgliederrückgang gestoppt und neue Mitglieder gewonnen werden können. Das Ziel war es, die Motive für den Reitsport, den Stellenwert des Reitsports im Vergleich zu anderen Hobbys sowie die Einstellung zu Verbänden und Vereinen zu untersuchen, um so eine Einteilung der Umfrageteilnehmer in verschiedene Reitsport-Typen vorzunehmen. Nach der statistischen Auswertung der Daten ergaben sich vier Gruppen:

„DIE SPORTLICHEN VEREINSMITGLIEDER“ sind verglichen mit den anderen Gruppen dem Vereinsleben posi-tiver gegenüber eingestellt. Auffallend sind in dieser Gruppe der hohe Männeranteil und ein vergleichsweise hohes Durchschnittsalter.

„DIE AUSGEGLICHENEN PFERDEFREUNDE“ sind vergleichsweise selten Mitglied in einem Reitverein und auch ihre Einstellungen zum Vereinsleben sind nicht als besonders gut einzustufen. Der hohe Frauenanteil der ausgeglichenen Pferdefreunde ist charakterisiert durch die Liebe zum Partner Pferd, den Spaß am Reiten und den Wunsch, im Stall vom Alltag abzuschalten. Diese Gruppe verbringt viel Zeit im Stall, der sportliche Gedanke steht jedoch nicht im Vordergrund.

„DIE GESELLIGEN PFERDELIEBHABER“ haben ebenfalls kein großes Interesse am Vereinsleben und sind daher auch seltener Mitglied in einem Verein. Im Vergleich zu den anderen Gruppen ist für diese Reiter vor allem der gesellige Aspekt ihres Hobbys sehr wichtig.

„DIE LEISTUNGSORIENTIERTEN VIELREITER“ haben den höchsten Anteil von Vereinsmitgliedern. Obwohl ihre Einstellung zum Vereinsleben positiver ist als die der anderen Gruppen, wird die Mitgliedschaft teilweise auch mit dem „Muss“ für Turnierteilnahmen begründet. Ihre Motive sind Erfolg, Wettbewerb und Aner-kennung.

FAZIT: Jeder der ermittelten Reitsport-Typen hat individuelle Präferenzen und Vorstellungen vom Vereinsle-ben, weshalb es für Vereine sehr wichtig ist, ihre Ausgangslage zu analysieren und sich über ihre Zielgruppen bewusst zu werden. Dabei müssen sich Vereine klar darüber werden, welche Zielgruppen sie ansprechen wollen und wie diese erreicht werden können. Vorhandene Vorteile müssen genutzt und sich von der Kon-kurrenz abgehoben werden. Zum Beispiel sollten Aktivitäten für einzelne Zielgruppen angeboten werden, um in Zukunft Mitglieder an einen Verein zu binden und neue Mitglieder zu gewinnen.

Christina Iking, Sarah Kühl, Jana Wendt:

Zusammenhang unterschiedlicher Lebensstile von Reitern und ihrer Einstellung gegenüber der FN und den Vereinen

Die Befragten wurden anhand ihrer Einstellung zur FN und zum Verein in Gruppen eingeteilt. Die Analyse ergab drei Gruppen, die hinsichtlich ihrer Interessen, Meinungen und Werte verglichen wurden.

„DIE VEREINSKRITIKER“: Diese Gruppe steht den Vereinen kritisch gegenüber. Diese Einstellung scheint aus persönlicher Erfahrung und Unzufriedenheit zu resultieren, da immerhin 74 Prozent dieser Gruppe Vereinsmitglied sind. Hinsichtlich der Einstellungen und Werte dieser Gruppe gibt es kaum Auffälligkeiten.

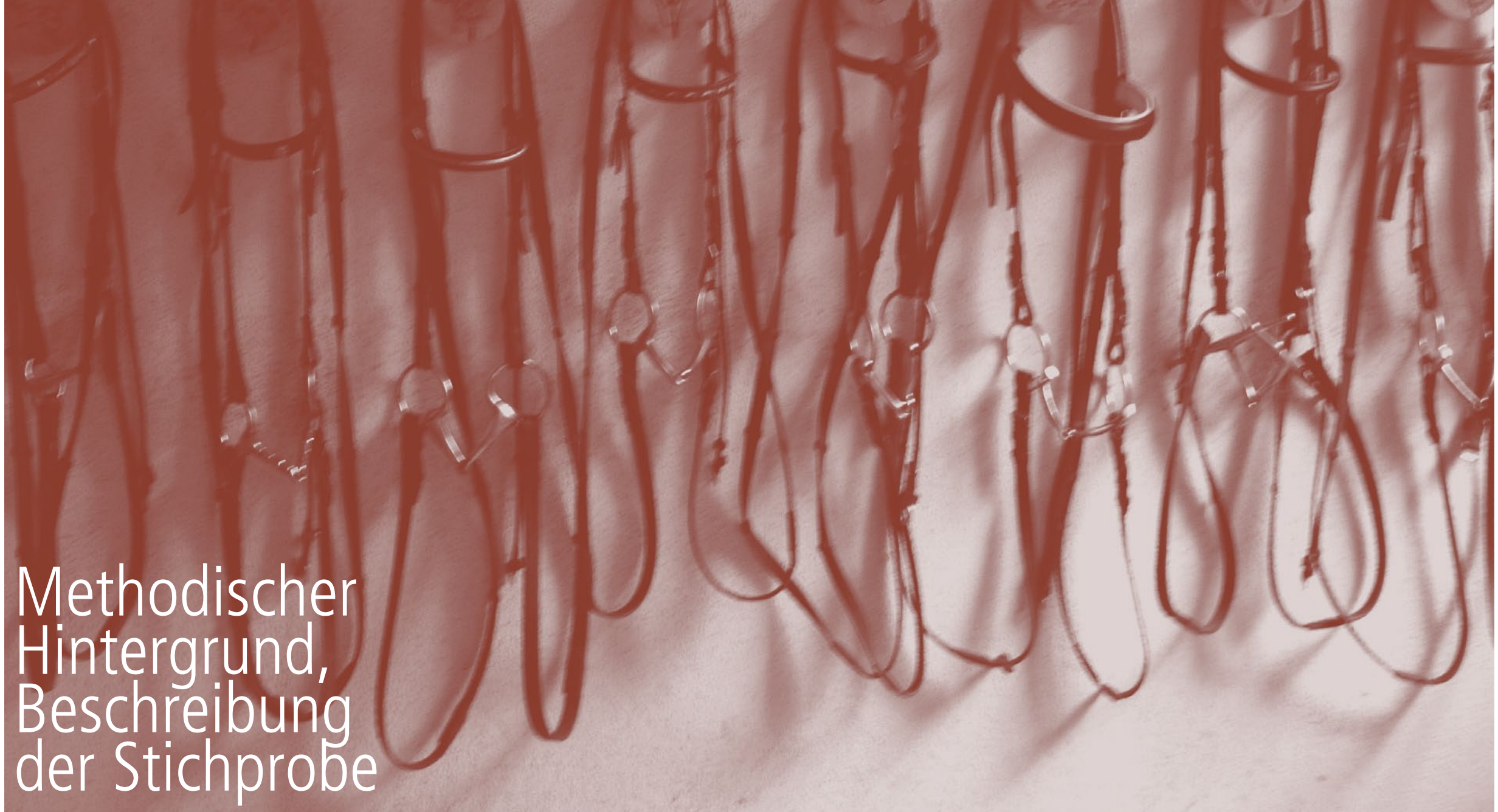
„DIE FN-SKEPTIKER“: Hier überwiegt die negative Einstellung gegenüber der FN. Nur 48 Prozent der Gruppe sind Mitglied in einem Verein. Dabei liegt der Altersdurchschnitt bei dieser Gruppe am höchsten. Es fällt auf, dass es sich hier vor allem um Freizeitreiter und Reiter der neuen Disziplinen handelt. Neben dem Pferd stehen bei dieser Gruppe Werte wie Tierliebe und Freiheit im Vordergrund.

„DIE FN- UND VEREINSFREUNDE“: Mitglieder dieser Gruppe stehen sowohl Vereinen als auch der FN positiv gegenüber. Es handelt sich um die jüngste Gruppe, bei der vor allem sportliche Motive im Vordergrund stehen. Mit 86 Prozent der Gruppe sind hier die meisten Vereinsmitglieder vertreten.

KONSEQUENZEN: Langfristig gilt es für Vereine, sehr unterschiedliche Gruppen von Reitern zu gewinnen und zu binden. Ein Großteil der Vereinsmitglieder ist mit ihrem Verein unzufrieden – hier sollte eine bessere Kommunikation stattfinden und mehr auf die Bedürfnisse der Mitglieder eingegangen werden. Die Ergebnisse vermitteln zudem den Eindruck, dass sich ein negatives Bild der FN auch auf die Einstellung zum Verein zu überträgt und umgekehrt.

Da die FN vor allem mit dem Turniersport in Verbindung gebracht wird, ist sie für die Freizeitreiter weniger interessant. Um diese Gruppe der Reiter als Mitglieder zu gewinnen, sollten nicht nur die Vereine, sondern auch die FN ihr Image in der Öffentlichkeit überdenken. Nicht mit dem Turniersport verbundene Veranstaltungen wie beispielsweise Grillabende oder Seminare zu allgemeinen Pferdethemen wären hier ein guter Anfang.

	Vereinskritiker	FN-Skeptiker	FN-und Vereinsfreunde
Einstellung zur FN	Gut	Schlecht	Gut
Einstellung zum Verein	Schlecht	Neutral	Sehr Gut
Anteil Vereinsmitglieder	Hoher Anteil Vereinsmitglieder	Geringster Anteil an Vereinsmitgliedern	Größter Anteil an Vereinsmitgliedern
Wichtige Motive und Werte	Leistung, Erholung, Tradition, Geselligkeit, Freundschaft	Geselligkeit, Tierliebe, Freundschaft und Verantwortung	Sportliche Werte und Motive wie Erfolg, Wettbewerb...
Turnier- vs. Freizeitorientierung	Mittlere Anteile an Turnier und Freizeitreitern	Größter Anteil an Freizeitreitern	Größter Anteil an Turnierreitern



Methodischer Hintergrund, Beschreibung der Stichprobe

Die dieser Broschüre zu Grunde liegenden Daten entstammen einer am Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte (Prof. Dr. A. Spiller) an der Georg-August-Universität Göttingen entwickelten Umfrage. Studierende des Masterstudiengangs der Pferdewissenschaften haben im Rahmen des Moduls Sport- und Eventmarketing die Befragung im Wintersemester 2011/2012 durchgeführt; sie erfolgte mittels eines Online-Fragebogens. Es wurden Aktivitäten, Interessen, Meinungen und Werte der Teilnehmer erfasst. Die Datengrundlage für die vorliegende Broschüre bildet eine Stichprobe, die insgesamt 2.599 Umfrageteilnehmer umfasst und sich zu 7,3 Prozent aus Männern und zu 92,7 Prozent aus Frauen zusammensetzte. Das Alter der Probanden lag zwischen 12 und 86 Jahren, das durchschnittliche Alter betrug circa 29 Jahre ($SD \pm 10,75$ Jahre).

Einen Volks- bzw. Hauptschulabschluss können 3,3 Prozent der Teilnehmer vorweisen, 25,0 Prozent haben einen Realschulabschluss bzw. die Mittlere Reife und 63,0 Prozent das Fachabitur bzw. Abitur. 1,2 Prozent der Probanden gaben an, (noch) keinen Abschluss zu besitzen. Hinsichtlich des Berufes teilte sich die Stichprobe wie folgt auf die verschiedenen Berufsgruppen auf: 11,5 Prozent bzw. 24,1 Prozent der Teilnehmer entfielen jeweils auf die Berufsgruppen der Schüler bzw. der Studenten. Weitere 6,4 Prozent der Probanden zählen zu den Auszubildenden. Die Stichprobe umfasste außerdem 38,1 Prozent Angestellte; 3,9 Prozent Beamte und 11,2 Prozent Selbstständige. Weitere 0,9 Prozent gaben an, arbeitssuchend zu sein. Die restlichen 3,9 Prozent der Teilnehmer konnten sich keiner der obigen Kategorien zuordnen.

Das durchschnittliche Haushaltsnetto-Einkommen der Befragten lag zwischen 2.000 und 2.999 Euro monatlich. Dabei gab fast ein Viertel der Teilnehmer (22,8 Prozent) an, über ein Netto-Einkommen von weniger als 1.000 Euro pro Monat zu verfügen. Weitere 21,2 Prozent bzw. 13,5 Prozent der Probanden ordneten sich den mittleren Einkommenskategorien von 1.000 bis 1.999 Euro bzw. 2.000 bis 2.999 Euro pro Monat zu. Die beiden höchsten Einkommenskategorien von 3.000 bis 3.999 Euro bzw. mehr als 4.000 Euro pro Monat umfassten jeweils noch 8,9 Prozent bzw. 8,3 Prozent der Probanden. Weitere 25,3 Prozent der Teilnehmer machten in Bezug auf das Netto-Einkommen keine Angaben.

Auf die Frage nach der Haushaltsgröße gaben 24,1 Prozent der Befragten an, in einem Singlehaushalt zu leben. Weitere 27,6 Prozent gaben an, in einem Haushalt mit Partner zu leben, wobei bei 2,1 % Prozent davon die Kinder bereit ausgezogen waren. Weitere 18,0 % Prozent der Probanden ordneten sich der Kategorie „Paar mit Kind(ern)“ zu; 3,3 % Prozent der Befragten (und damit die kleinste Gruppe der Teilnehmer) der Gruppe, „Alleinerziehend mit Kind(ern)“. Die restlichen 10,8 % Prozent bzw. 16,3 % Prozent der Befragten verteilen sich auf die Haushaltsformen der Wohngemeinschaft bzw. des Mehrgenerationenhaushaltes.



Herausgeber,
Kontakt

Lehrstuhl „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“, Georg-August-Universität Göttingen

Prof. Dr. Achim Spiller ist seit 2000 als Professor für Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte am Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Georg-August-Universität Göttingen tätig. Neben dem Marketing im Pferdesport liegen seine Forschungsschwerpunkte in den Bereichen Konsumentenverhalten, Bio-Lebensmittel, Tierwohl aus Marketingsicht, Markenführung, Management im Agribusiness sowie Lebensmittelqualität und -sicherheit.

Prof. Dr. Achim Spiller verfasste zahlreiche Fachpublikationen und Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften. Er ist u. a. Mitglied im wissenschaftlichen Beirat des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz für „Agrarpolitik“, Vorsitzender des wiss. Beirats des Tierwohllabels des Deutschen Tierschutzbundes und Mitglied des Kuratoriums der QS-GmbH Deutschland, des weltweit größten Zertifizierungssystems für Lebensmittel.

Prof. Dr. Achim Spiller studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Duisburg und schloss dort seine Promotion zum Thema ökologieorientierte Produktpolitik ab. Im Anschluss daran war er, bis er seine Professur in Göttingen erhielt, als wissenschaftlicher Assistent im Fachgebiet Marketing an der Universität Duisburg tätig.

www.agrarmarketing.uni-goettingen.de

Prof. Dr. Achim Spiller
a.spiller@agr.uni-goettingen.de

Katharina Wiegand
katharina.wiegand@agr.uni-goettingen.de

Christina Ikinge
c.ikinge@stud.uni-goettingen.de

HorseFuturePanel UG

Die HorseFuturePanel UG hat sich seit ihrem Start in 2010 zu dem führenden Marktforschungsportal für die Reit- und Pferdesportbranche entwickelt. Insgesamt wurden bereits mehr als 30.000 Online-Interviews geführt. Die Kernkompetenzen des HorseFuturePanels liegen in der Entwicklung und Durchführung groß angelegter Marktforschungsstudien unter Pferde- und Reitsportbegeisterten.

Als Spin-Off des Lehrstuhls für Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte an der Georg-August-Universität Göttingen (Prof. Dr. A. Spiller) ist die Kombination anwendungsorientierter Marktforschung mit neusten wissenschaftlichen Erkenntnissen möglich. Diese Kompetenzen helfen bei der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Marktpositionierung unterschiedlichster Kunden aus dem Pferdesportbereich.

www.horsefuturepanel.de
www.marktforschung-pferd.de

Dr. Christina Münch
cmu@horsefuturepanel.de

Dietz und Consorten GmbH Agentur für gute Kommunikation

Wie kommuniziert die Agrar- und Reitsportbranche am besten mit ihren Zielgruppen Landwirte, Reiter und Züchter? Wie, wann und wo soll Kommunikation und Werbung - egal ob Print, Online oder Viral - eingesetzt werden, damit sie die heterogenen Kunden möglichst effektiv und effizient anspricht? Fragen zu denen Dietz & Consorten täglich Lösungen schafft und umsetzt.

Dietz & Consorten - Agentur für gute Kommunikation - ist eine Kommunikations-Agentur die ihren Schwerpunkt auf das Agribusiness und den Reit- und Pferdesport ausgerichtet hat. Und dies seit nunmehr 18 Jahren. Was wir anders machen? Die Grundlage unserer Beratungsleistung bildet das große Zielgruppen Know-how. Daran arbeiten wir hier in Hamburg täglich. Workshops mit den Kunden unserer Kunden, um mehr über die Bedürfnisse, Wünsche und Motivlagen zu erfahren. Dazu der zielgerichtete Einsatz von Marktforschung in der sich ständig verändernden Welt der Kommunikationsmöglichkeiten ist aus unserer Sicht ein Muss für jeden Entscheider.

Um die Touchpoints der Kommunikation zwischen Ihnen bzw. Ihrer Unternehmensleistung und den relevanten Zielgruppen zu sichern, bedienen wir uns zum einen dem kompletten klassischen Instrumentarium, das Sie von einer erfolgsorientierten Agentur für gute Kommunikation erwarten dürfen: Anzeigen, Apps, Corporate Design, Imagebroschüren, Kataloge, Landingpages, Magazine und Websites.

Zum anderen arbeiten wir in der strategischen Phase als ausgebildete Strategieberater, nach der Lehre der Engpass-konzentrierten Strategie (EKS) - Prof. h.c. Wolfgang Mewes. Als einzige Agentur in Europa abstrahieren wir die Inhalte der Lehre und transportieren Sie in die Welt der Kommunikation. Alles um die Kommunikation für unsere Kunden so effektiv und effizient wie möglich - gepaart mit der besten Kreation - umzusetzen.

www.dietz-consorten.de

Dipl.-Ing. Agr. Christian Dietz
c.dietz@di-co.de

Masterstudiengang Pferdewissenschaften an der Uni Göttingen

Die Fakultät für Agrarwissenschaften der Georg-August-Universität bietet seit dem Wintersemester 2006/2007 den Masterstudiengang Pferdewissenschaften an. Dieser Studiengang ist in seiner Ausprägung europaweit einzigartig, unter anderem auch durch die Kooperation der Fakultät für Agrarwissenschaften mit der Tierärztlichen Hochschule Hannover (TiHo) und der Deutschen Reiterlichen Vereinigung e.V. (Warendorf). Mit der Zusammenarbeit dieser bedeutenden Institutionen gelingt die Bündelung der wichtigsten Kernkompetenzen in einer Region, in der das Pferd sowohl im nationalen als auch im internationalen Kontext von besonderer gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Bedeutung ist. In der traditionsreichen Universitätsstadt Göttingen werden wissenschaftlich qualifizierte Nachwuchskräfte für den sich weiter entwickelnden Arbeitsmarkt des Pferdesektors ausgebildet, die nach Eintritt in das Berufsleben bei fachlichen Fragen, Forschungsanregungen und Entwicklungen von Zukunftsprojekten auf eine wissenschaftliche Bezugsbasis zurückgreifen können. Die Bewerbung ist jeweils zum Wintersemester möglich (Frist: 15. Juli), weitere Informationen gibt es unter

www.pferde.uni-goettingen.de

Prof. Dr. Dr. Matthias Gauly
mgauly@uni-goettingen.de



Quellen- verzeichnis

	Veröffentlicht durch	Herkunftsverweis	Veröffentlichungsdatum
AWA 2012	Institut für Demoskopie Allensbach	AWA-Online	Juli 2012
HFP 2012	HorseFuturePanel UG (haftungsbeschränkt)	HFP-Online	Juli 2012
HFP 2011	HorseFuturePanel UG (haftungsbeschränkt)	HFP-Online	März 2011
IPSOS 2001	Institut für	AWA-Online Demoskopie Allensbach	Juli 2012