



BACHELORARBEIT

Frau
Nadine Lutz

Reittourismus in Deutschland

**Das Potenzial des Special Interest
Tourismus in Deutschland. Eine
Untersuchung am Beispiel des
Reittourismus.**

BACHELORARBEIT

Reittourismus in Deutschland

Das Potenzial des Special Interest Tourismus in Deutschland. Eine Untersuchung am Beispiel des Reittourismus.

Autorin:
Nadine Lutz

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
BM14sT3-B

Erstprüfer:
Professor Doktor Ekehard Krah

Zweitprüfer:
Thomas Hoefels

Einreichung:
Mannheim, 09.01.2017

BACHELOR THESIS

Equestrian tourism in Germany.

The potential of special interest tourism in Germany. An examination of equestrian tourism.

author:
Nadine Lutz

course of studies:
Business Management

seminar group:
BM14sT3-B

first examiner:
Professor Doctor Eckehard Krah

second examiner:
Thomas Hoefels

submission:
Mannheim, 09.01.2017

Bibliografische Angaben

Lutz, Nadine

Reittourismus in Deutschland. Das Potenzial des Special Interest Tourismus. Eine Untersuchung am Beispiel des Reittourismus.

Equestrian tourism in Germany. The potential of Special Interest Tourism. A study using the example of the equestrian tourism.

50 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

In der vorliegenden Arbeit wird anhand der erhobenen Daten und den eigenen Kenntnissen der Autorin, das Potenzial des Reittourismus dargestellt. Ziel ist es, zu erfahren, ob sich der Reittourismus in den ländlichen Raum integrieren lässt und welche Anforderungen ein Betrieb und die umliegende Destination benötigt, um die Zielgruppe Reiter und Reittouristen anzusprechen.

Da es kaum Zahlen und Informationen zum Thema Reittourismus gibt, wurden diverse Experten auf diesem Bereich interviewt, um Chancen und Potenzial zu beurteilen.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
1 Einleitung.....	1
2 Definition	3
2.1 Special Interest Tourismus.....	3
2.2 Tourismuswirtschaft und Tourismusmarketing.....	4
2.2.1 Globale Entwicklung und Strukturen	5
2.2.2 Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland.....	7
2.2.3 Zielgruppe Reiter	9
3 Pferdewirtschaft	12
3.1 Entwicklung und Strukturen des Wirtschaftsfaktors Pferd.....	12
3.2 Abgrenzungsmerkmale	14
3.2.1 Breitensport und Freizeitsport	14
3.2.2 Leistungssport.....	15
3.3 Freizeitfaktor Pferd	16
4 Reittourismus	19
4.1 Bedeutung des Pferdes im Reittourismus.....	21
4.2 Trends im Reittourismus	23
4.3 Destinationen	26
4.4 Zielgruppe Reittouristen	30
4.5 Marketing und Marketinginstrumente	32
5 Reittourismus in der Pfalz	34
5.1 Die Pfalz und ihre Reitgebiete	34
5.2 Praxisbeispiele	36
5.2.1 Longhorn Ranch	36
<i>Destination</i>	37
<i>Strukturen und Daten</i>	38
<i>Marketing</i>	39
<i>Freizeitfaktor</i>	39
5.2.2 Schönbachhof.....	40
<i>Destination</i>	41

<i>Struktur und Daten</i>	42
<i>Marketing</i>	43
<i>Freizeitfaktor</i>	43
5.2.3 Bewertender Vergleich der Betriebe	44
6 Handlungsempfehlungen	46
7 Literatur- und Quellenverzeichnis	49
Eigenständigkeitserklärung	IX

Abkürzungsverzeichnis

BTE	Büro für Tourismus- und Erholungsplanung
S.I.T.	Special Interest Tourismus
UNWTO	Welttourismusorganisation
IS	Islamischer Staat
FN	Fédération Equestre National
USP	Unique Selling Proposition
LWaldG	Landeswaldgesetz
LFoG	Landesforstgesetz
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Präferierte Urlaubsunterkunft	8
Abbildung 2 Einstiegsalter beim Reiten	10
Abbildung 3 Pferde, auf denen geritten wird	11
Abbildung 4 Formen des Reiturlaubs	20
Abbildung 5 Bevorzugte Reitweisen	25
Abbildung 6 Freizeitaktivitäten im Reiturlaub	29
Abbildung 7 Übersicht über die Zielgruppe Reittouristen	32
Abbildung 8 Weinlandschaft Pfalz	36
Abbildung 9 Longhorn Ranch 1	36
Abbildung 10 Longhorn Ranch 2	37
Abbildung 11 Zimmer Longhorn Ranch	39
Abbildung 12 Schönbach Hof 1	40
Abbildung 13 Schönbach Hof 2	41

1 Einleitung

Zielsetzung

Fokus der Arbeit liegt auf dem Reittourismus in Deutschland und dem wachsenden Potenzial als Reiterland. Dazu soll die Ausarbeitung der Praxisbeispiele aus der Region Rheinland-Pfalz einen ausschlaggebenden Aspekt beitragen. Zusätzlich gibt der bewertende Vergleich der Betriebe einen Einblick in die reittouristischen Angebotsformen. Ebenso werden die bisherigen reittouristischen Angebote aufgegriffen, um den Reitern die Möglichkeiten der Urlaubsgestaltung mit Pferd aufzuzeigen.

Darüber hinaus wird die steigende Nachfrage im Bereich des Reittourismus und des Wanderreitens verdeutlicht. Durch die Praxisbeispiele sollen auch die wesentlichen Kernelemente für eine erfolgreiche Wanderreitstation dargestellt werden. Ein weiteres Ziel ist es die bestehenden Wanderreitformen und das Potenzial der Zielgruppe aufzuzeigen. Durch die genaue Zielgruppendefinition soll das wachsende Interesse am Reittourismus wiedergespiegelt werden.

Die Arbeit soll auf die Perspektiven des Reittourismus in landwirtschaftlichen Regionen in Deutschland hinweisen. Auch werden die Anforderungen und Erwartungen des Gastes bzw. des Reiters an die Destination, dem Reitbetrieb sowie der Unterkunft erarbeitet.

Ausgangssituation

Früher wurde das Pferd als Arbeitstier in der Landwirtschaft oder im Militär eingesetzt. Nach und nach bekam das Tier mehr Bedeutung in der Freizeitgestaltung der Menschen. Mittlerweile steigt das Interesse an reittouristischen Aktivitäten, wie Besuche auf der Pferdemesse, Reitturnieren oder Pferdeshows. Mit zunehmender Nachfrage steigt auch die Zahl der Angebote auf dem Markt. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf dem Wanderreit-tourismus. Der Reittourismus ist eine naturbezogene Tourismusform, welche in den letzten Jahren immer mehr an Gewicht gewonnen hat. Diese Form des Tourismus wurde jedoch kaum erforscht. Aus diesem Grund gibt es kaum Untersuchungen über das Verhalten und die Gewohnheiten sowie Reisezahlen der Wanderreiter. Dies ist ein Grund wieso der Schwerpunkt der Arbeit in der Analyse und Bewertung zweier pferdebezogener Beherbergungsunternehmen liegt. Die Praxisbeispiele sind zum einen die Longhorn Ranch in Schönau-Gebüg, ein Hotel Garni mit angegliedertem privaten Pferdebetrieb und der Schönbach Hof in Silz, ein typischer Reitbetrieb mit Gästepension. Ausgewählt wurden die Betriebe, da sie sich in ihrer Struktur sehr voneinander unterscheiden. Beide Unternehmen bieten ihren Gästen die Möglichkeit Wanderritte zu unternehmen und den Urlaub mit dem Pferd zu verbringen. Jedoch erstreckt sich das Angebot des erst genannten Be-

etriebes ausschließlich auf den Urlaub mit dem eigenen Pferd, im zweiten Beispiel wird zusätzlich die Möglichkeit geboten mit einem Schulpferd des Reiterbetriebes zu reiten. Um weitere Daten erheben zu können wurden sechs Experten für die Arbeit befragt. Zu den Befragten gehören:

- Frau Ulrike Franke, Leitung des Geschäftsfeldes Reittourismus beim BTE, Büro für Tourismus- und Erholungsplanung
- Frau Andrea Reichrath, Vorsitzende der Organisation Saarland im Sattel
- Frau Mirjam Deponte, Projektleiterin des Pro Agro e.V. Förderung des ländlichen Raumes Brandenburg-Berlin e. V.
- Frau Ute Mushardt, Vorsitzende der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e. V.
- Frau Dr. Christina Münch, Geschäftsführerin des Horse Future Panel UG
- Herr David Wewetzer, Leiter des Bundesarbeitskreises Marketing bei der Vereinigung der Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland e.V..

Aufbau der Arbeit

Die Bachelorarbeit ist in vier Kapitel gegliedert in denen das Thema Reittourismus in Deutschland dem Leser nähergebracht wird. Im ersten Kapitel werden allgemeine Begriffe im Bereich des Tourismus erläutert. Das zweite Kapitel ist die Einführung in das Bachelorthema, mit den Aspekten der Pferdewirtschaft, dem Pferd als Freizeitfaktor sowie die Abgrenzung von Freizeit- und Leistungssport, um die Bedeutung des Pferdes im Urlaub zu verdeutlichen. Im dritten Kapitel wird der Reittourismus aufgegriffen, dessen Formen, Trends sowie die benötigte Destination für den Reiter beschrieben.

Um die Öffentlichkeit und die Pferdeinteressierten auf den Urlaub mit Pferd aufmerksam zu machen, wird auch der Bereich des Marketings und die genutzten Marketing-Instrumente beleuchtet. Abschließend werden die Praxisbeispiele genauer betrachtet. Durch die Ausarbeitung der Daten über Anreisezahlen oder Übernachtungsdauer der Praxisbeispiele kann die stetig wachsende Nachfrage des Reittourismus, im Bereich Wanderreiten, nachvollzogen werden.

2 Definition

2.1 Special Interest Tourismus

Von Special Interest Tourismus (S.I.T.) spricht man, wenn die Reisemotivation und Reiseentscheidung weitgehend von einem speziellen Interesse des Reisenden bestimmt wird (vgl. Hannich 2008, 49). Ein Special Interest Tourist verlässt für einen bestimmten Zeitraum seinen gewöhnlichen Aufenthaltsort.

Somit fallen alle Reisen, bei denen sich ein Reisender zum Beispiel mit einem Pferd auf einem Wanderritt befindet oder sich in seinem Urlaub auf einem Reiterhof aufhält, in die Kategorie des Reittourismus. Der Reittourismus ist eine Art des Special Interest Tourismus, denn auch hier dient die Reise einem bestimmten Interesse, in diesem Fall steht das Pferd im Mittelpunkt des Geschehens.

Es gibt keinen Unterschied zwischen dem Special Interest Touristen und dem eigentlichen Touristen. Beide Personen treten eine Reise an und eine Reise ist immer eine vorübergehende Ortsveränderung, die stets an ihren Ausgangspunkt zurückführt (vgl. Linne 2016, 9). Es macht keinen Unterschied ob der Tourist sich erholen will oder einen Reiterurlaub bucht. Jeder Gast verfolgt ein bestimmtes Interesse und Bedürfnis, welches er durch seinen geplanten Urlaub befriedigen will.

Jedoch kann durch genauere Betrachtung und Berücksichtigung von weiteren Faktoren, wie Reisemotivation des Gastes oder dessen genaueren Bedürfnisse, der S.I.T weiter eingegrenzt und definiert werden.

Unter dem Begriff des S.I.T fallen alle Urlaubsformen, die ein zentrales Interesse befolgen, welches durch die Reise befriedigt wird (vgl. Hannich 2008, 49). Es gibt viele verschiedene Arten des S.I.T. wie zum Beispiel den schon genannt Reittourismus oder auch den Sport-, Kultur- und Bildungstourismus, aber auch Nischenmärkte wie der Weintourismus zählen dazu.

Ein S.I.T. kann mehrere Beweggründe für diese besondere Art des Tourismus haben. So ist der Reittourist nicht nur am Pferdesport interessiert, sondern auch an der Natur, womit er auch in den Bereich des Naturtouristen fällt. Dies zeigt wie breit der S.I.T. gefächert ist und wie weitreichend die Definition gehalten werden muss.

2.2 Tourismuswirtschaft und Tourismusmarketing

Tourismuswirtschaft

Das Ziel von Tourismuswirtschaft ist die Zufriedenheit der Touristen, Erhalt der Sehenswürdigkeiten und der Umwelt sowie den größtmöglichen Profit durch den Tourismus zu erzielen.

„Die Tourismuswirtschaft umfasst alle Unternehmungen, die mit der Erstellung von touristischen Leistungen befasst sind. Diese können im Zusammenhang mit der Reiseplanung, der Reisevermittlung, der Reiseorganisation, der Beförderung oder der Unterbringung stehen“ (vgl. Adjouri/ Büttner 2008, 24).

Der Tourismus ist eine der weltweit größten Branchen. Der Grund dafür ist, dass ein touristisches Angebot aus vielen verschiedenen Teilleistungen besteht. Setzt man diese Teilleistungen zu einer Leistung zusammen, bekommt der Gast einen Gesamteindruck von der Region sowie von seinem geplanten Urlaub. Für die Touristen ist dieser wichtig, hierbei helfen sowohl die typischen Unternehmen, wie Hotels und Reiseveranstalter als auch die indirekt vom Tourismus profitierenden Betriebe, wie der Bäcker, der die Hotels mit Brötchen beliefert, die Restaurants und auch die handwerklichen Betriebe, welche für die Instandhaltungsmaßnahmen der Unterkünfte sorgen.

Eine gute Zusammenarbeit der einzelnen Betriebe, ob ein direkter oder indirekter Bezug zum Tourismus besteht, ist ausschlaggebend für die Wahrnehmung des Reiseerlebnisses. Je besser die Reise erlebt wird, desto positiver wirkt sich dies auf die Region aus. Denn nur durch glückliche Gäste, kann sich eine Destination weiterentwickeln und wird damit gefördert.

Tourismusmarketing

Tourismusmarketing beschäftigt sich mit der Nachfrage und den Bedürfnissen der Touristen und deren Befriedigung. Die Dienstleister müssen die Bedürfnisse ihrer Kunden kennen, um ihr Angebot auf sie abstimmen zu können.

„Marketing ist die bewusste, marktorientierte Führung des gesamten Unternehmens oder [ein] marktorientiertes Entscheidungsverhalten in der Unternehmung. In der klassischen Interpretation bedeutet Marketing die Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potenziellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten“ (vgl. Heribert Meffert).

Im Bereich Tourismus wird der Verkauf von Dienstleistungen beworben. Wie bereits in Kapitel 2.1 erwähnt, besteht das Produkt Tourismus aus vielen einzelnen Leistungen. Aus diesem Grund ist die Zusammenarbeit der im Tourismus tätigen Unternehmen einer Re-

gion wichtig, um ein gemeinsames Angebot entwickeln zu können und dieses zu vermarkten. Für das Tourismusmarketing spielt die Destination selbst eine große Rolle, denn diese soll von dem Gast als Urlaubsregion ausgewählt werden. Da es heute für den Urlauber eine Vielzahl an Möglichkeiten zum Verreisen gibt, ist eine ausgeklügelte Marketingstrategie sehr wichtig. Um den Prozess des Tourismusmarketings zu optimieren, teilt man den gesamten Bereich in das Innere- und Äußere Marketing auf. Das innere Marketing beschäftigt sich mit Produktentwicklungen und der Qualitätssicherung der Produkte, wie z.B. die Neuerschließungen und Instandhaltung der Reiterwege. Das äußere Marketing kümmert sich um den Bekanntheitsgrad, das Image der Destination und die Kommunikationspolitik (vgl. Dreyer/ Linne 2016, 28). Daneben beschäftigt sich das äußere Marketing auch mit den einzelnen Analysemethoden, um sich und sein Umfeld exakter bestimmen zu können und seine Marketinginstrumente auf die gewählte Zielgruppe abzustimmen. Um den Marketingprozess optimal zu gestalten, muss das Marketingteam seine Zielgruppe genau bestimmen können. Je genauer die Analyse, desto gezielter kann das Marketing angesetzt werden.

Ziel aller Marketingmaßnahmen ist es, ein Produkt zu entwickeln, das die größtmögliche Deckung der Erwartungen des Touristen (Zielgruppe) erzielt und dieses in geeigneter Weise kommuniziert.

2.2.1 Globale Entwicklung und Strukturen

Die Globalisierung eröffnet unterschiedliche Gesichtspunkte im Tourismus, man betrachtet die Entstehung „Globaler Tourismusk Märkte“ bis hin zum globalen Reservierungssystem (vgl. Petermann 1999). Durch den großen Wettbewerbsdruck im internationalen Tourismusmarkt können Reisende heute aus einer großen Vielfalt an attraktiven Angeboten auswählen. Deshalb konkurrieren sämtliche Reiseziele stark miteinander. Demzufolge wird es für das einzelne Reiseziel immer wichtiger, dem Bedürfnis ihrer Zielgruppe nach zu gehen. Ein immer breiter werdender Markt zielt auf den Gesundheits- und Wellnesstouristen ab. Durch den medizinischen Fortschritt steigt das durchschnittliche Alter der Menschen immer weiter an. Um dem gerecht zu werden, müssen barrierefreie Angebote ausgebaut und erweitert werden (vgl. Globale Entwicklung). In mehrjährigen Studien untersuchte die Welttourismusorganisation (UNWTO) das Wachstumspotenzial der Tourismusbranche. Dabei konnte festgestellt werden, dass der Tourismus die weltweit wichtigste Wachstumsbranche ist und, obwohl Schwankungen mit einhergingen, lagen die Werte immer über den Ergebnissen anderer Branchen (vgl. Globale Entwicklung).

Ein Grund mehr warum „es kaum eine Region gibt, die nicht touristisches Zielgebiet ist“ (vgl. Die dunklen Seiten des globalisierten Tourismus 2002). Festzustellen ist auch, dass Touristen regelmäßig, schneller und immer weiter wegreisen. Die UNWTO hat festgestellt, dass die Anzahl der Auslandstouristen seit 1950 um das Vierzigfache angestiegen ist. Bis 2030 schätzt die Organisation die Zahl der internationalen Touristenankünfte weltweit auf 1,8 Milliarden. Das würde einen Anstieg von rund 60 Prozent zum Jahr 2014 bedeuten, wo 1,138 Milliarden Touristenankünfte gezählt wurden (vgl. Entwicklung des Tourismus). 2015 wurde bereits 1,18 Milliarden grenzüberschreitende Reiseankünfte aufgezeichnet. Dabei beliefen sich die weltweiten Tourismuseinnahmen auf 1,26 Milliarden US-Dollar (vgl. Statista Tourismus weltweit).

Doch welche Kriterien beeinflussen die Wahl des Reiseziels? Früher machte man sich keine Gedanken über die politische Situation oder über Katastrophen die passieren könnten, die Familie fuhr mit dem Auto los und verbrachte den Urlaub am nächstgelegenen Strand. Heute und auch in Zukunft informiert man sich über sein Reiseziel genauer. Relevante Themen sind zum Beispiel die politische Situation oder auch landesspezifische Sicherheitshinweise, wie Terrorwarnungen oder die allgemeine Kriminalitätsrate. Ebenfalls die aktuelle Lage, bzw. Geschehnisse in einem Land sind zu berücksichtigende Faktoren. All diese Informationen sind ausschlaggebend, damit sich der Tourist für eine Destination entscheiden kann (vgl. Landesspezifische Sicherheitshinweise).

Ein Beispiel wäre New York. Nach dem Terroranschlag des 11. September 2001, galt das Land als terroranschlaggefährdet. Unmittelbar nach den Ereignissen konnten wirtschaftliche Folgen des Anschlages festgestellt werden. „Fluggesellschaften klagten über ausbleibende oder stornierte Aufträge. Hotels in New York und in anderen Metropolen [wurden] nicht mehr gebucht, Restaurants blieben leer“ (vgl. Terror und Tourismus 2002). Ungewissheit kam über das Land, da die Dauer der Folgeschäden nicht eingeschätzt werden konnte. Niemand konnte sagen, wie schnell sich das Land von dem Schock erholen und die Nachfrage am touristischen Betrieb wieder anlaufen würde. Sicher zu sagen ist es jedoch, dass ein Land mit höherem Risiko für terroristische Anschläge eine geringere Touristenzahl aufweist als Länder, für die keine Terrorwarnung herausgegeben wird. Ein weiteres Beispiel liefert die Situation in Thailand 2004. Ein Tsunami, der im Westen Thailands wüstete, riss 5.400 Menschen in den Tod. Matthias Rotter, Leiter der „Meier's Weltreisen“ und Mitglied von DER Touristik, sagte, dass sich direkt nach der Naturkatastrophe die Gästezahl drastisch verringerte. Dieser Effekt hielt jedoch nur für die ersten zwei bis drei Jahre an. Danach stiegen die Zahlen schnell wieder. Anfang 2014 wurde

eine Steigerung der Gästezahl von 20 Prozent zum Vorjahr 2013 gemessen (vgl. Raab 2014).

Dem thailändischen Fremdenverkehrsamt zu Folge steigen die Zahlen der Einreisenden in den letzten zehn Jahren stetig an. Die Touristen, welche in Thailand einreisen wollten, wurden nicht dauerhaft von der Naturkatastrophe abgeschreckt. Nichts desto trotz kam es zwischen Januar und November 2014 zu einem deutlichen Rückgang der Touristenzahl. Zurück zu führen war dies laut Rotter auf die Unruhen im November 2013 und dem Militärputsch im Mai 2014. Das Auswärtige Amt in Deutschland erteilte einen Reise- und Sicherheitshinweis für das Reisen nach Thailand. Es sollten weiterhin „Demonstrationen und Menschenansammlungen gemieden werden, da gewaltsame Auseinandersetzungen zwischen Demonstranten und Sicherheitskräften nicht auszuschließen [waren]“ (vgl. Sicherheitshinweis 2016). Nach Rotter wurden die Reisende durch diese Tatsache mehr verunsichert, als durch die Naturkatastrophe selbst (vgl. Raab 2014).

Um den Punkt der politischen Situation weiter aufgreifen zu können, bietet 2016 die Türkei ein weiteres Beispiel. 2016 musste die Türkei einen „Saisonstart ohne Urlauber“ (vgl. Urlaub 2016) vermelden. Obwohl die Region Antalya für einen Strandurlaub prädestiniert ist, musste man feststellen, dass sich kaum ein Urlauber dorthin verirrt hatte. Sonst wimmelte der Strand von Urlaubern aus Russland oder Deutschland. Doch die russischen Gäste blieben aus, als der russische Präsident Wladimir Putin, wegen des Abschusses eines Kampfflugzeuges, Sanktionen gegen die Türkei beschlossen hatte (vgl. Urlaub 2016). Zusätzliche Anschläge der Terrormiliz Islamischer Staat (IS) auf Touristen in Istanbul vertrieb den Rest der potenziellen Touristen. Welche Ausmaße die Terroranschläge und die politische Konsequenz Russlands auf den Tourismus hat, zeigte sich in den Statistiken der Gästezahlen wieder. Die Türkei musste einen Rückgang von 22,9 Prozent der anreisenden Touristen verkraften. Händler, Hoteliers und andere touristische Unternehmen schoben die Schuld auf die Außenpolitik, den Terrorismus und das schlechte Image des türkischen Präsidenten Recep Tayyip Erdogan (vgl. Urlaub 2016). Dies zeigt, dass auch politische Entscheidungen sowie Naturkatastrophen oder die Kriminalitätsrate Einfluss auf die Tourismusbranche haben kann.

2.2.2 Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland

Die Touristikbranche in Deutschland ist ein stetig wachsender Bereich, welcher für die Beschäftigungsrate und auch für die Bruttowertschöpfungskette eine wichtige Rolle spielt.

Um die Bedeutung des Tourismusmarktes aufzuzeigen, werden im folgenden Text aussagekräftige Kennzahlen, aus den Jahren 2005 bis 2015 genannt.

Im Jahr 2005 wurden in Deutschland bereits 120,6 Millionen Gäste gezählt (vgl. Tourismus Deutschland 2005). Damals wie heute sind die ausländischen Gäste ein wichtiger Bestandteil des deutschen Tourismusmarktes. Jedoch wächst der Anteil der Binnentouristen auch immer weiter an. Binnentouristen sind Gäste, die in ihrem eigenen Land, in dem sie wohnen, verreisen. Ein Beispiel wäre der deutsche Tourist, der innerhalb Deutschland eine Reise antritt. Die Übernachtungsrate ausländischer Gäste macht einen Anteil von 17,8 Prozent, gemessen an der Anzahl der Gesamtreisenden, aus. Berlin, Rheinland-Pfalz und Bremen waren dabei die beliebtesten Reiseziele ausländischer Gäste in Deutschland (vgl. Tourismus Deutschland 2005).

Im Jahr 2014 wurden bereits 424 Millionen Übernachtungen von in- und ausländischen Gästen gezählt. Gegenüber dem Jahr 2013 vermerkte man einen Anstieg von drei Prozent im Bereich der Inlandtouristen (348,5 Millionen) und einen Zuwachs von fünf Prozent bei den ausländischen Gästen (75,5 Millionen) (vgl. Statistik Übernachtungen).

Im Jahr 2015 stiegen die Übernachtungszahlen auf 436,2 Millionen (vgl. Deutscher Tourismusverband 2015). Zurzeit kann Deutschland rund 2.500 Reiseveranstalter, knapp 10.000 Reisebüros und ca. 4.800 Busunternehmen, die sich auf Fern- und Nahreisen spezialisiert haben, vorweisen. Zusätzlich gibt es etwa 222.000 Unternehmen im Gastgewerbe, davon 45.040 Beherbergungsunternehmen, wie Hotels, Jugendherbergen und auch Gästezimmer mit Frühstück.

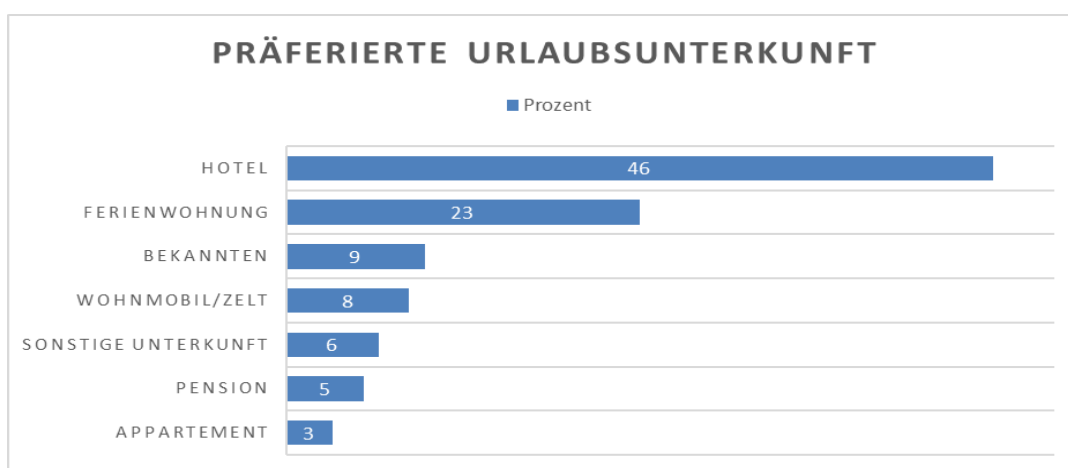


Abbildung 1 Präferierte Urlaubsunterkunft

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Deutscher Tourismusverband 2015, 15.12.2016

Hotels sind mit 46 Prozent die beliebteste Art der Unterkunft. Darauf folgen Ferienwohnungen mit 23 Prozent, die Unterkunft bei Bekannten mit neun Prozent und mit acht Prozent Wohnmobile oder auch Zelte. Fünf Prozent entfallen auf Pensionen, drei Prozent auf Appartements und sechs Prozent auf sonstige Unterkunftsmöglichkeiten (siehe Abb.1).

Zusätzlich zu diesen Urlaubsunterkünften kommen noch rund 176.800 gastronomische Unternehmen hinzu, die sich um das Wohl der Gäste kümmern (vgl. Wirtschaftsfaktor Tourismus). Der Gesamtkonsum der Gäste in Deutschland beträgt 278,3 Milliarden Euro (Stand 2010), davon werden ca. 87 Prozent der Ausgaben von inländischen Gästen getätigt. Diese Ausgaben entfallen auf Gaststätten- und Beherbergungsleistungen sowie Dienstleistungen in den Bereichen Sport, Erholung, Gesundheit, Freizeit und Kultur.

„Aus der Herstellung der von Touristen in Deutschland nachgefragten Güter und Dienstleistungen resultiert im Jahr 2010 eine Beschäftigung von 2,9 Millionen Erwerbstätigen“ (vgl. Rösner/ Stockert 2012, 9). In der Touristikbranche sind insgesamt 4,9 Millionen Menschen direkt oder indirekt tätig. Das macht sieben Prozent aller Erwerbstätigen in Deutschland aus. Der deutsche Tourismusverband fand heraus, dass der Tourismus 4,4 Prozent, ca. 97 Milliarden Euro, in der Bruttowertschöpfungskette ausmacht (vgl. Deutscher Tourismusverband 2015). „Die Bruttowertschöpfungskette ist der Gesamtwert aller produzierten Waren und Dienstleistungen, abzüglich der sogenannten Vorleistungen. Das sind alle Waren und Dienstleistungen, die während der Produktion verarbeitet oder verbraucht wurden“ (Ettel 2010).

Im Vergleich zur gesamten Europäischen Union (EU) gehört Deutschland zu den zehn beliebtesten Urlaubsländern. An den Übernachtungszahlen gemessen liegt Deutschland mit 6,2 Prozent der Gesamtübernachtungszahl in der EU auf dem sechsten Platz. Spitzenreiter ist Spanien mit 21,5 Prozent, gefolgt von Italien mit 15,5 Prozent, Frankreich 10,8 Prozent, das Vereinigte Königreich 8,7 Prozent und Österreich mit 6,5 Prozent, Stand 2014 (vgl. Übernachtungszahlen EU und Deutschland). Insgesamt zählte man 2014 in der EU rund 570.000 Beherbergungsbetriebe mit knapp 31 Millionen erfassten Betten. Mit 45.040 Beherbergungsbetrieben macht Deutschland 7,9 Prozent aller Unternehmen in der EU aus (vgl. Vergleich EU und Deutschland).

2.2.3 Zielgruppe Reiter

„Die Zielgruppen von heute können nicht mehr ausschließlich über demographische Merkmale wie Alter, Einkommen oder Geschlecht definiert werden. Aufgrund der Individu-

alisierung der Gesellschaft und neuer Lebensstile nimmt die Vielfalt der Zielgruppen und Urlaubsansprüche zu“ (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 169).

Dennoch wird anhand der erhobenen Daten des BTE versucht die Zielgruppe genauer einzugrenzen.

„Die Studie ‚Marktanalyse Pferdesportler in Deutschland 2001‘ der Marktforschungsinstitutes IPSOS im Auftrag der Deutschen Reiterlichen Vereinigung (FN) hat ergeben, dass in Deutschland rund 124 Millionen Menschen (ab 14 Jahre) regelmäßig reiten“ (vgl. Tennstedt 2008, 14).

Reiter entscheiden sich früh für ihr Hobby (siehe Abb.2).

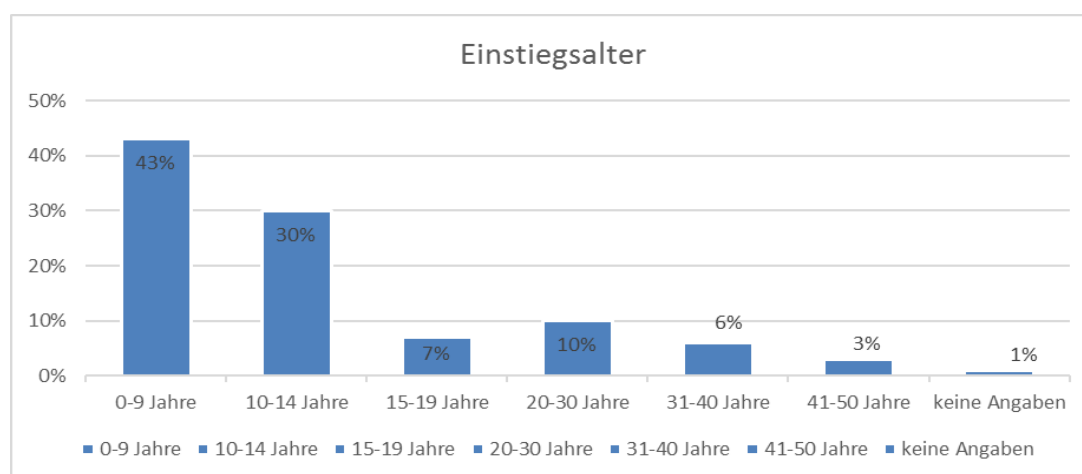


Abbildung 2 Einstiegsalter beim Reiten

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 36

Wie man anhand der Darstellung erkennen kann, ist das Reiten durch ein frühes Einstiegsalter geprägt. Mit zunehmenden Alter bis zu 19 Jahren sinkt das Interesse an dem zeitintensiven Hobby. Der leichte Anstieg in der Altersgruppe zwischen 20 und 30 Jahren ist durch Neueinsteiger oder Wiedereinsteiger zu erklären. Diese Gruppe sitzt oft nicht zum ersten Mal auf einem Pferd. Bei ihnen wurde das Hobby zwischenzeitlich vernachlässigt, was verschiedene Gründe haben kann. Bis Anfang/ Mitte 20 wurde die Schule, das Studium oder die Berufsausbildung beendet, in dieser Zeit hatten die betroffenen Personen eventuell nicht genügend Geld oder Zeit, der Freizeitbeschäftigung nachzugehen. Doch jetzt, wo das Leben in geregelten Bahnen verläuft, kann dem Reitsport wieder nachgegangen werden. Das sind die Wiedereinsteiger, die sich tendenziell eher ein eigenes Pferd kaufen als Neueinsteiger, die sich erst an das Tier herantasten müssen (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 36).

Auch wenn das Reiten ein kostenintensives Hobby ist, finden sich hier alle Gesellschaftsschichten wieder. Teilt man die Reiter in das Sinus Milieu ein, so kann man sagen, dass sie zur Mittel- oder zur oberen Mittelschicht gehören, die sich selbst verwirklichen wollen. Hauptsächlich unterscheidet man zwischen drei Typen von Reitern. Dem Turnierreiter, bei dem Prestige und Erfolg im Vordergrund steht, der Freizeitreiter, der die Natur erleben und sich mit dem Pferd erholen will und dem Pferdeinteressierten, der sich eher passiv am Reiten oder der Pferdehaltung beteiligt. Diese sind nicht durch das Alter in Gruppen einzugrenzen. In der folgenden Übersicht werden die Pferde benannt, auf denen die Zielgruppe reitet.

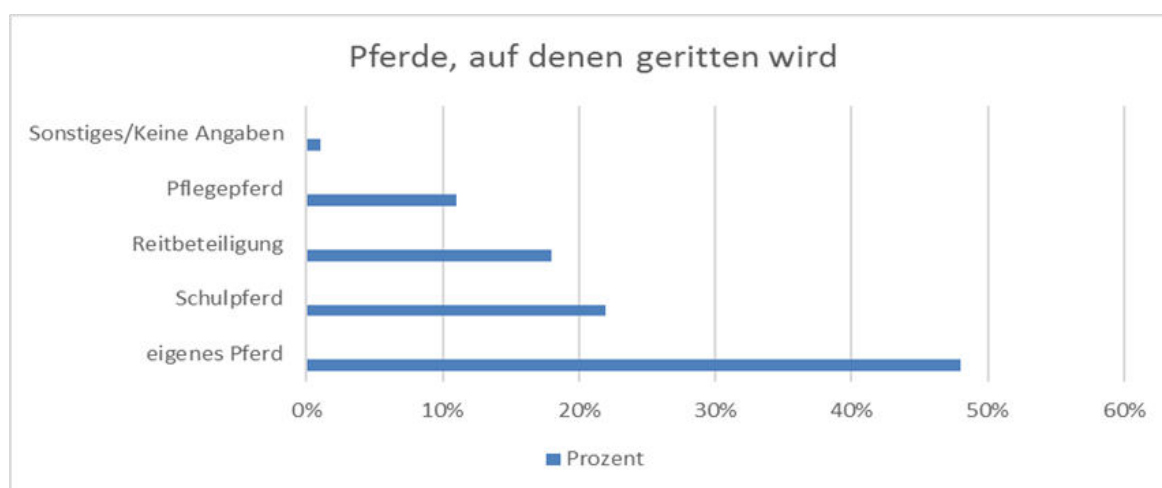


Abbildung 3 Pferde, auf denen geritten wird

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 36

Wie man erkennen kann, besitzt der Großteil der Zielgruppe ein eigenes Pferd. Trotz der vielen Möglichkeiten, auch ohne eigenem Pferd an reiterlichen Aktivitäten teilzunehmen, überwiegt der Anteil der befragten Personen mit 48 Prozent.

Hat man kein eigenes Tier, hat der Reiter die Möglichkeit, sich eines Pflegepferds oder einer Reitbeteiligung anzunehmen. Bei dem Pflegepferd muss, wie der Name schon sagt, das Tier umsorgt und gepflegt werden. Der Pfleger kann unter Aufsicht mit dem Tier arbeiten und es reiten. Bei der Reitbeteiligung ist der Reiter eigenständiger und packt bei allen Eventualitäten mit an. Wie auch der Besitzer trägt die Reitbeteiligung die Verantwortung für das Tier und kann alleine Ausreiten gehen. Andere nehmen am Reitunterricht oder an geführten Ausritten teil. Dies geschieht meist mit einem Schulpferd, welches man sich zum Beispiel bei einem Reiterhof „ausleihen“ kann. Der Reiter des Schulpferdes geht keine weiteren Verpflichtungen ein. Allgemein kann man sagen, dass Pferdebesitzer mehr Zeit im Stall verbringen als Pferdeinteressierte oder Reiter ohne eigenes Pferd. Denn für

viele Reiter ist der Reitsport nicht nur ein Trend, den sie eine Zeit lang verfolgen, sondern ein Hobby auf Lebenszeit.

Mit den voran gegangenen Daten lässt sich nun die Zielgruppe eingrenzen. Der typische Reiter ist weiblich und zwischen fünf und 70 Jahre alt. Das Durchschnittsalter liegt bei ca. 30 Jahren. Die reiterliche Erfahrung beträgt etwa 20 Jahre. „Die prozentuale Zuwachsrate im Jahr 2002 betrug 1,54%“ (vgl. Tennstedt 2008, 14). Die überwiegende Mehrheit der Reiter ist freizeitorientiert. Meistens liegt die Stallung nicht weiter als zehn Kilometer vom eigentlichen Wohnort entfernt, was regelmäßige Besuche vereinfachen. Der Reiter geht mindestens einmal die Woche reiten und verbringt dann mehr als drei Stunden bei ihrem eigenen Pferd (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 31-34). Ebenso typisch für die Zielgruppe ist es, außerhalb ihres Reithobbys sportlich anderweitig aktiv zu sein, wie zum Beispiel dem Radsport oder dem Tanzen nach zu gehen. Dies sind für den Reiter beliebte Formen der Freizeitgestaltung.

3 Pferdewirtschaft

3.1 Entwicklung und Strukturen des Wirtschaftsfaktors Pferd

Früher galt das Pferd als Arbeits- und Transporttier. Das Pferd wurde für den Ackerbau und die Bewirtschaftung der Felder benötigt oder wurde für militärische Zwecke gezüchtet. Nach der Mechanisierung der 1950er Jahre wurde das Nutztier nicht mehr gebraucht. Somit sank auch die Population der Tiere im Land. Als die Freizeit zunehmend bedeutender für den Menschen wurde, entdeckte er das Pferd als Freizeitpartner. Mit der Zeit entwickelte sich der Reitsport zum Breitensport und das Tier bekam immer mehr Beachtung in der Wirtschaft. Heute ist die Pferdewirtschaft ein steigender Wirtschaftszweig. Noch ist der Bereich des Reittourismus in Deutschland ein Nischenmarkt, jedoch steigt die Nachfrage nach individuellen Reitangeboten. Deshalb gibt es mittlerweile diverse Projekte zur Förderung des Reittourismus und immer mehr Angebote auf dem Markt (vgl. Rein/ Schuler/ Franke 2012, 193). Für viele landwirtschaftliche Betriebe und Regionen ist dies durch die Pensionspferdehaltung oder die Unterbringung von Wanderreitern auf dem Hof eine weitere Einnahmequelle geworden. Zudem bietet das Pferd weitere Möglichkeiten, Einnahmen zu erzielen. Dazu zählen die Pferdezüchtung, die in Deutschland immer mehr an Bedeutung gewinnt, der Reitunterricht, die Reitpädagogik, das therapeutische Reiten oder auch Ausbildungsmaßnahmen (vgl. Das Pferd vom Arbeitstier zum Freizeitpartner). Wei-

tere Einkünfte werden durch die Haltung, die Erzeugung des Futtermittels sowie der Herstellung der Ausrüstung für Pferde und Reiter gewonnen. Diese Beispiele gelten jedoch nur für direkt im Reitsport tätigen Betrieben oder Personen. Indirekt von der Pferdewirtschaft profitieren Versicherungen, die Gastronomie sowie der Tourismus.

„Der Begriff Wirtschaft bezeichnet im ursprünglichen Sinne die Betrachtung aller personeller und materieller Aufwendungen und Erträge, die dazu dienen, den Unterhalt des Menschen zu sichern“ (vgl. Wirtschaftsfaktor). Im Allgemeinen ist es schwierig, genaue Zahlen über den Pferdesport und den Reittourismus herauszufinden, denn der Reittourismus gehört zu den bisher kaum erforschten Bereichen der Tourismuswirtschaft“ (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 23). Jedoch versuchen unterschiedliche Reitverbände wie die Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. Fédération Equestre National (FN) und der BTE verschiedene Kennzahlen über die Wirtschaftlichkeit des Reittourismus festzuhalten. Die FN hat durch ihre Forschung herausgefunden, dass die Pferdepopulation in Deutschland gestiegen ist. Zurzeit zählt Deutschland rund 1,2 Millionen Pferde und Ponys. Auf diese Pferde treffen 1,7 Millionen Menschen, die den Reitsport regelmäßig nachgehen. Zusätzlich sind es noch 2,52 Millionen Menschen, die Interesse am Pferd und am Pferdesport zeigen, sich jedoch nicht regelmäßig mit dem Thema auseinandersetzen (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 23).

Der Gesamtumsatz der Pferdewirtschaft liegt bei rund fünf bis sieben Milliarden Euro (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 26). Verrechnet man die Anzahl der Pferde und der Reiter miteinander, kann man sagen, dass drei bis vier Pferde einen Arbeitsplatz sichern. Dies bedeutet wiederum, dass der jetzige Pferdebestand in Deutschland ca. 300.000 Arbeitsplätze schafft, ob der Betrieb direkt oder indirekt mit dem Pferdesport oder Pferdetourismus zu tun hat. Weitere Forschungen haben ergeben, dass alle am Reitsport beteiligten Personen, ob Turnierreiter oder freizeitorientierter Reiter, jährlich bis zu 2,6 Milliarden Euro für die Haltung ihrer Pferde ausgeben. Umgerechnet sind es rund 200 Euro im Monat, die der Reiter in sein Hobby durchschnittlich investiert (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 26). Das ist auch der Grund, warum der Wirtschaftsfaktor Pferd mehr als 10.000 Firmen, Handwerksbetriebe und Dienstleistungsunternehmen indirekt oder auch direkt beschäftigt. Weitere Einnahmequellen bilden die 1,6 Millionen Tonnen Futtergetreide und 1,8 Millionen Tonnen Heu und Stroh, die jährlich gebraucht werden. Ebenfalls am Gesamtumsatzes sind die Pferdeauktionen der Zuchtverbände in Deutschland beteiligt. Denn es herrscht eine weltweite Nachfrage für Pferde aus deutscher Zucht. Zur FN gehören 25 Zuchtverbände, die „im Jahr 2014, 898 Reitpferde zu einem Durchschnittspreis von 21.394 Euro versteigert [wurden]. Der Gesamtumsatz die-

ser Auktionen betrug 19.211.812 Euro“ (vgl. Pressemitteilung der FN; Zahlen, Daten und Fakten).

Darüber hinaus sind die Veranstaltungen rund ums Pferd eine weitere wichtige Einnahmequelle. Darunter fallen nicht nur Messen und Weiterbildungsveranstaltungen, sondern auch Turniere und Pferdeshows. „Als Standort internationaler Turniere und Wettbewerbe rund um das Pferd finden in Deutschland jährlich zwischen 3.000 und 4.000 Turnierveranstaltungen mit 60.000 bis 90.000 Prüfungen oder Wettbewerben und knapp zwei Millionen Startern statt“ (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 25). Auch viele kleine landwirtschaftliche Betriebe profitieren aus den Umsätzen der Pferdewirtschaft und sind für sie eine unverzichtbare Einnahmequelle geworden.

Eine Studie aus Niedersachsen belegt, dass sechs Prozent der Übernachtungen einen reittouristischen Bezug haben. Bei rund 41 Millionen Übernachtungen mit einem jeweiligen durchschnittlichen Gesamtausgabesatz von 106 Euro pro Tag ergibt sich ein „reittouristischer Umsatz“ von über 260 Millionen Euro im Jahr (vgl. Wirtschaftsfaktor Pferd). Im Vergleich zum Gesamtumsatz der Pferdewirtschaft ist dies ein geringer Betrag. Damit ist das Potenzial des Reittourismus noch nicht ganz ausgeschöpft. Wie man an den Zahlen erkennen kann, sorgt der Reittourismus, die Pferdehaltung und auch der Reitsport für Einkommen und Arbeitsplätze.

Für die Zukunft sollte die Zielgruppe der Wiedereinsteiger in den Reitsport durch preisgünstigere Angebote gefördert werden, dadurch wird automatisch auch der Einstieg finanziell erleichtert.

Die Zielgruppe der Reiter wird immer anspruchsvoller und erwartet einen reibungslosen Serviceablauf. Durch Kombinationsangebote, die zum Beispiel den Reitunterricht und Tagesausritte mit weiteren Freizeitaktivitäten verbinden, können neue Gäste gewonnen werden (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 194-195).

3.2 Abgrenzungsmerkmale

3.2.1 Breitensport und Freizeitsport

Im Breitensport geht es um sportliche Aktivitäten, die nicht leistungsorientiert sind, sondern dem Sportler Spaß und Freude bereitet. „Damit grenzt sich der Breitensport vom wettkampforientierten und trainingsintensiven Leistungssport ab. Breitensport wird häufig in der Freizeit [deshalb auch Freizeitsport genannt] betrieben, umfasst aber auch Schulsport und Betriebssport“ (vgl. Definition Breitensport). Wie erwähnt spielt der Spaß am

Sport eine wichtige Rolle. Es geht um die Freude, das Vergnügen in der Gemeinschaft, um den Ausgleich zum Alltagsstress, die Erholung und die körperliche Gesundheit.

Der Freizeitsport „dient zur Freizeitgestaltung und zur Pflege von sozialen Kontakten. Dabei liegt der Schwerpunkt auf dem Spaß an der Bewegung und man verpflichtet sich nicht zu regelmäßigen Training und zur Teilnahme an Wettkämpfen“ (vgl. Leistungssport Honecke).

Ein freizeitorientierter Sport ist meist nicht an Altersgrenzen gebunden. Wie man am Einstiegsalter der Reiter erkennen kann, gilt diese Aussage auch für den Reitsport. Die Bedeutung des Begriffes „Breitensport“ impliziert, dass die jeweilige Sportart auf die breite Masse der Bevölkerung ausgelegt ist. Somit kann jede Altersgruppe und auch jedes Geschlecht diese ausüben. Speziell beim Reiten zählen folgende Arten zum Breitensport: „Reiten lernen, Ausreiten, Wanderreiten, Orientierungsreiten oder auch Urlaub mit dem Pferd über Reiten als Gesundheitssport bis zu verschiedenen breitensportlichen Veranstaltungen wie Bundespferdefestival, Freizeitpferdechampionat oder dem PM-Schulpferdecup“ (vgl. Pferde aktuell). Dieser Sport führt oft zu einer individualisierten Entwicklung und Entfaltung der Persönlichkeit, zur Verbesserung der sozialen Interaktion oder auch Kommunikation.

3.2.2 Leistungssport

Im Leistungssport dreht es sich um die Vorbereitung auf den Wettkampf und den Wettkampf selbst. „Leistungssport ist ein ständiges Training mit steter Reizsteigerung zur Erzielung von permanenter Leistungssteigerung, verbunden mit regelmäßigem Abrufen der Leistung auf Wettkämpfen. Der Leistungssport nimmt einen Großteil der Zeit des Sportlers ein. In manchen Sportarten wird er sogar als Beruf ausgeübt, in anderen zusätzlich zur beruflichen Tätigkeit. In vielen Fällen wird er auch nach der sportlichen Karriere zum Beruf“ (vgl. Leistungssport Honecke).

Ziel des Leistungssportes ist die Suche nach der öffentlichen Anerkennung, das Gewinnen von Auszeichnungen oder auch das Streben nach neuen Rekorden und dem Geldverdienst. Auch beim Leistungssport gibt es keine Altersbegrenzung. Da hierbei permanent Leistung abgerufen werden muss, werden dem menschlichen Körper im fortgeschrittenen Alter Grenzen gesetzt.

Das Training selbst ist in allen Leistungssportarten zielgerichtet, planmäßig und organisiert, um die Bewegungsabläufe zu optimieren und automatisieren. Leistungssportarten sind nicht nur zeitintensiv sondern auch kostspielig. Im Bereich des Reitsports zählen un-

ter anderem das Voltigieren, das Springreiten oder auch Dressurreiten zu den Leistungssportarten. Diese Reitformen sind auf Wettkämpfen sehr stark vertreten und auch hier ist ein leistungsintensives Training von Nöten, um sich im Wettkampf hervorheben zu können.

3.3 Freizeitfaktor Pferd

In diesem Kapitel wird erläutert, welchen Aktivitäten der Pferdehalter nachgehen muss, wie dieser den Bedürfnissen des Tieres gerecht wird und welche Kosten ihn erwarten. Sogleich werden die notwendigen Maßnahmen genannt, um dem Tier ein artgerechtes Leben bieten zu können.

Ein wesentlicher Aspekt der Tierhaltung ist es, dass der Pferdebesitzer Kenntnisse über die Haltung, Pflege und Fütterungsbedürfnisse besitzt. Dies ist im Paragraph 2 des Tierschutzgesetzes geregelt. In den Gesetzbestimmungen zur Pferdehaltung werden die Bedürfnisse zur Ernährung, Pflege und Unterbringung erläutert (vgl. Tierschutzgesetz). Die benötigten Informationen können vom Halter aus Informationsbroschüren oder Lehrgängen erworben werden. Dieses Wissen kann man sich eigenständig aneignen, wohingegen das richtige Reiten nur in professionellen Reitstunden erlernt werden kann.

Wichtig zu wissen ist es, dass das Pferd in der Natur lebt und ein typisches Herdentier ist. Die Haltung eines einzigen Pferdes ist nicht artgerecht, daher sollten mindestens zwei Pferde zusammengestellt werden. Besonders wichtig ist es, für Fohlen und Jungtiere in einer Gruppe zu stehen, denn diese Zeit ist relevant für ihre Entwicklung. Pferde benötigen die tägliche Bewegung. Ob es ein Ausritt, Bodenarbeit oder der freie Weidegang ist, spielt keine Rolle. Der entscheidende Punkt ist die Bewegung selbst, denn nur so wird der Stoffwechsel, die Lungentätigkeit und auch der Muskelaufbau angeregt (vgl. Pferdehaltung).

Die Unterbringung für das Tier ist ein weiterer Gesichtspunkt, der betrachtet werden muss. Hier unterscheidet man in Boxenhaltung, wobei das Tier jeden Tag auf die Weide geführt und abends wieder in die Box gestellt wird, und der Offenstallhaltung, bei dem das Tier dauerhaft Zugang zur Weide hat und selbst entscheidet, ob es im Stall oder draußen stehen möchte. Ein zusätzlicher Nutzen des Stalles ist es, dass das Tier vor Sonneneinstrahlung, Regen und Wind geschützt ist. Viele Freizeitreiter halten ihre Tiere im Offenstall, um sie so artgerecht wie möglich zu betreuen. Turnierreiter wählen häufig die Boxenhaltung, da die Gefahr von Verletzungen durch andere Tiere geringer ist. Es muss

jedoch gewährleistet sein, dass sich die Tiere zu mindestens hören, riechen und sehen können, dies ist in der Regel durch Gitter zwischen den Boxen möglich.

Die Größe des Pferdes muss beim Bau der Unterkunft sowohl bei der Offenstallhaltung, als auch bei der Boxenstallhaltung berücksichtigt werden. Dabei sind folgende Richtwerte pro Pferd zu beachten: die Deckenhöhe wird errechnet, indem das Stockmaß (Widerristhöhe) des Pferdes mit 1,5 Metern multipliziert wird. Bei der Stand- bzw. Liegefläche multipliziert man das Stockmaß mit zwei Metern und kommt somit auf eine bestimmte Fläche. Für den Stall eines Pferdes mit 1,5 Metern Stockmaß ergibt sich somit eine Liegefläche von 3 Quadratmetern und einer Mindeststallhöhe von 2,25 Metern. Das gewährleistet dem Tier ausreichend Platz, um sich hinzulegen und zu wälzen (im Liegen hin und her zu drehen). Dazu muss der Stallboden immer weich und trocken sein. Dies erreicht man durch das Einstreuen von Stroh, Säge- oder Holzspäne. Um Krankheiten vorzubeugen, ist eine tägliche Reinigung, sprich das Entsorgen des anfallenden Mistes, die Säuberung der Wassertränke und der Erneuerung des Liegematerials notwendig (vgl. Tierschutz). Dazu sollte der Halter mehrere Stunden täglich einplanen.

Welche Kosten erwarten den Reiter um ein Tier artgerecht zu halten und welche weitere Kosten kommen auf ihn zu? Der Reiter, der nur ein Pflegepferd besitzt, kann mit einer monatlichen Abgabe von ca. 30 Euro rechnen. Zu seinen Aufgaben gehören die Pflege des Pferdes und das Reinigen der Stallungen. Der Besitzer einer Reitbeteiligung hat einen monatlichen Aufwand in Höhe von 50 bis 70 Euro. Seine Aufgaben unterscheiden sich nicht von denen eines Pflegepferdbesitzers, jedoch hat er die Möglichkeit, eigenständig mit dem Pferd reiten zu gehen. Der Pferdeinteressierte, der nur am Reitunterricht auf einem Schulpferd teilnimmt, kann mit 25 Euro pro Stunde rechnen. Dafür hat er keine weiteren Verpflichtungen gegenüber dem Tier. Bei einem Pferdebesitzer, der sich für das Freizeitreiten entschieden hat, müssen andere Faktoren und somit auch weitere Kosten berücksichtigt werden.

Bevor man sich ein eigenes Pferd zulegt, muss man folgende Grundvoraussetzungen schaffen. Es entstehen Kosten für die Unterbringung eines eigenen Pferdes. Stellt man das eigene Pferd auf einen Reiterhof unter, kann man mit einer Monatsmiete bis zu 300 Euro für Unterbringung und Verpflegung rechnen. Schließt man sich keinem Reiterhof an, sondern baut seinen eigenen Stall, in diesem Beispiel ein Offenstall, muss der Halter Kosten für Material im Wert von mindestens 1000 Euro kalkulieren. Je nachdem, ob der Pferdehalter viel in Eigenleistung erbaut oder sich kostenpflichtige Hilfe holt, kann der Preis variieren. Meist ist der Offenstall und auch die Weiden durch einen Zaun von der umliegenden Umgebung abgegrenzt. Der Zaun besteht entweder aus Holz, Metallrohren oder

einem Elektrozaun. Die Wahl des Materials hängt meist von der Umgebung selbst ab. Befindet sich der Stall in der Nähe einer Straße oder einer Wohnsiedlung, so wird ein Elektrozaun benötigt. Dieser hält andere Tiere oder auch Personen davon ab, auf die Koppel/Weide zu gehen. Für das Tier und den Menschen muss der Zaun gut sichtbar sein. Die Höhe des Zauns ist abhängig von der Größe des Pferdes. Je größer das Tier, desto höher der Zaun. Hier fallen zusätzliche Kosten von ca. 660 Euro an, dies beinhaltet die Litzen, Holzpfosten, Isolatoren und ein Weidezaungerät, welches den Zaun unter Strom setzt. Auch hier kann der Preis variieren, je nachdem, wie viele Grundstücke der Halter besitzt und einzäunen muss.

Gut für die Haltung wäre es mindestens ein Grundstück zu besitzen, auf dem das Tier im Sommer grasen kann. Gibt es auf dieser Sommerweide keine Möglichkeit für das Pferd, um sich unter zu stellen, z.B. einen Baum, muss ein Weidezelt gekauft werden, was erneute Kosten von 700 Euro verursacht. Ein weiterer Kostenfaktor stellt die Ausstattung des Pferdes dar. Durchschnittlich gibt der Pferdebesitzer für die Grundausstattung bis zu 950 Euro aus. Das sind die Kosten für Sattel, Sattelpad, Trense mit Gebiss und Zügel, eine Decke sowie die benötigten Pflegemittel wie Bürsten und Hufauskratzer. Somit kommt man auf Gesamtkosten von 3.150 Euro, bevor das Pferd kommen kann. Dies sind einmalige Kosten, die auf den Pferdebesitzer zukommen, wenn man die Verschleißerscheinungen außer Acht lässt. Für die persönliche Ausrüstung des Reiters wie zum Beispiel Reiterhosen, -stiefel, -helm, -jacken und auch Handschuhe, können Kosten von mindestens 500 Euro anfallen. Darüber hinaus entstehen Fixkosten, die jedes Jahr auf den Halter zukommen. Diese werden in der folgenden Tabelle aufgezählt.

Fixkosten für ein Pferd im Jahr:

Pacht für Grundstücke (ca. 150 m ² pro Pferd)	300 Euro
Futter(Heu) im Winter	400 Euro
Zusatzfutter (Hafer, Korn, Karotten, Äpfel)	100 Euro
Einstreumittel (Stroh)	150 Euro
Hufschmied	280 Euro
Tierarzt	60 Euro
Haftpflicht- und Tierarztversicherung	150 Euro
Gesamt	1.140 Euro

(vgl. Fixkosten Pferdehaltung)

Grundsätzlich kann man sagen, dass für das Futter im Winter und die Weideflächen im Sommer mit knapp 700 Euro im Jahr gerechnet werden muss. Die Kosten für Pacht und Futter kann je nach Standort oder Art der Haltung von dem gegebenen Beispiel abweichen. „In Städten und Ballungsgebieten ist der Unterhalt oft teurer, während die Offenstallhaltung in ländlichen Gegenden etwas günstiger ausfällt“ (vgl. Fixkosten Pferdehaltung).

Weitere Fixkosten entstehen durch regelmäßige Besuche des Hufschmiedes. Einmal im Quartal sollte dieser die Hufe des Pferdes ausschneiden und gegebenenfalls die Hufe beschlagen. Nur für das Ausschneiden der Hufe fallen pro Besuch des Hufschmiedes 70 Euro an, dadurch entstehen weitere Kosten von insgesamt 280 Euro pro Jahr. Zudem belaufen sich die Fixkosten für den Tierarzt auf mindestens 60 Euro im Jahr. Der Preis setzt sich zusammen durch die zweimal im Jahr fällige Wurmkur für ca. 20 Euro und einer Impfung für auch ca. 20 Euro. Dazu kommen noch Kosten für die Haftpflichtversicherung und Tierarztversicherung, was im Jahr ca. 200 Euro ausmachen (vgl. Pferdehaltung).

Rechnet man alle Fixkosten zusammen, kommt man auf eine Summe von 1.440 Euro für ein Pferd. Wie jedoch bereits erwähnt, ist es nicht möglich ein Pferd alleine artgerecht zu halten, denn das Tier ist ein Herdentier und benötigt seine Artgenossen um sich herum. Somit ist es abzusehen, dass der Pferdebesitzer mindestens zwei Pferde halten muss und sich seine Gesamtfixkosten auf 2.880 Euro im Jahr belaufen. In diesem Fall geht man davon aus, dass es sich um einen Stall handelt, der in einer ländlicheren Region liegt. Im Vergleich zur Boxenhaltung auf einem Reiterhof, wobei Kosten von 3.600 Euro entstehen, ist die Haltung in einem Offenstall mit zwei Pferden günstiger.

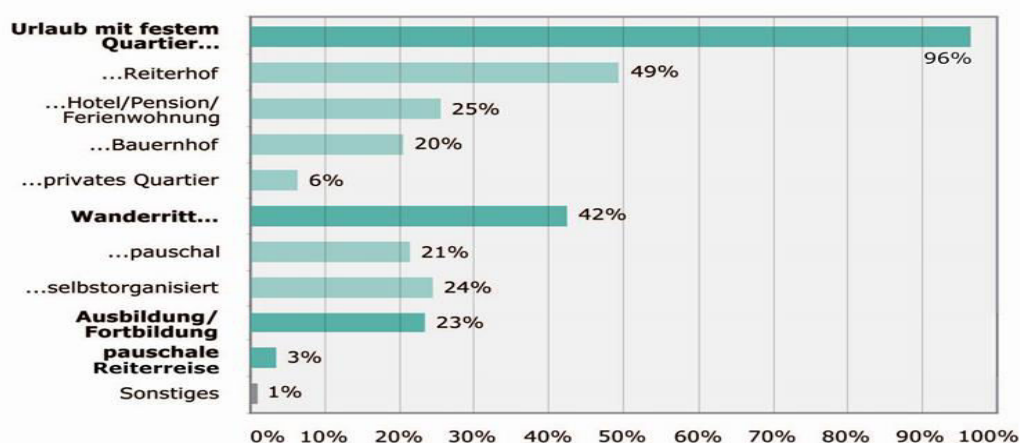
4 Reittourismus

Im Urlaub selbst steht die Zeit mit dem Pferd im Vordergrund, deshalb versteht man unter dem Begriff Reittourismus das Reiten als Freizeittätigkeit und „das passive Interesse am Pferdesport oder am Umgang mit Pferden, z.B. der Besuch von Veranstaltungen zum Thema Pferd (Turniere, Pferdemeßen, Zuchtschauen, usw.)“ (vgl. Tennstedt 2008, 11). Der Reitunterricht sowie die berufliche Beschäftigung mit dem Tier gehören nicht zum Reittourismus, denn es sind nicht alltägliche touristische Aktivitäten rund um das Pferd.

Wie in der Definition erwähnt, handelt es sich beim Reittourismus hauptsächlich um einen pferdebezogenen Urlaub. Es gibt verschiedene Formen des Reittourismus, dazu gehören auch die Kinderferien auf dem Reiterhof mit oder ohne Eltern. Im Normalfall verbringen

die Kinder den Urlaub ohne ihre Eltern. Die Reiterferien beinhalten ein kinder- und jugendfreundliches Rahmenprogramm mit verschiedenen Gruppenaktivitäten rund ums Pferd. Der Kinderurlaub wird oft als Pauschalangebot gebucht, welcher die feste Unterkunft, die Verpflegung und das Rahmenprogramm beinhaltet. Zusätzlich gibt es noch verschiedene Einrichtungen, in denen die Kinder ihre Freizeit verbringen können.

In der folgenden Abbildung werden die unterschiedlichen Formen des Reiturlaubs dargestellt.



Quelle: BTE, Befragung 2008; n = 327 Reiter, die einen Reiturlaub gemacht haben
Frage: "Welche Art Reiturlaub haben Sie bereits gemacht?"; Mehrfachnennungen möglich

Abbildung 4 Formen des Reiturlaubs

Quelle: 1 Interviewfrage; Antwort Ulrike Franke

Wie man erkennen kann, haben 96 Prozent der Befragten einen Reiterurlaub mit festen Quartier verbracht. Die bevorzugten Unterkünfte waren der Reiterhof, ein Hotel oder eine Pension sowie der Bauernhof. 42 Prozent der befragten Reiter nahmen an einem Wanderritt teil, davon nutzten 21 Prozent ein Pauschalangebot und 24 Prozent organisierten den Ritt selbst. Ein geringerer Anteil von 23 Prozent sind die Gäste, die eine Ausbildungs- oder Fortbildungsreise unternehmen. Im nachfolgenden Text wird genauer auf die Urlaubsformen eingegangen.

Die oben erwähnte Form des Urlaubes im festen Quartier ist verbunden mit täglichen Ausritten, die jeden Abend zur gleichen Unterkunft zurückführen. Oft werden diese Reisen von einem Veranstalter oder einem Reiterhof geplant und durchgeführt. Die Ausritte werden in der Reiterszene „Sternritte“ genannt. Es können Ganz- oder auch Halbtagesritte sein, die sternförmig von einer festen Unterkunft ausgehen und abwechslungsreiche Wegstrecken in der Umgebung erschließen (vgl. Rickert/ Schwarzbart 2013, 18).

Eine andere Form des Reiturlaubes mit fester Unterkunft können den Schwerpunkt der Ausbildung haben. Die Reiter bilden sich mit ihren Pferden in unterschiedlichen Kursen weiter, zum Beispiel in der Bodenarbeit, dem Geländereiten oder der Kutschfahrt.

Eine weitere Variation des Reittourismus ist der Wanderritt mit ständig wechselnden Schlafplätzen. Es werden täglich neue Unterkünfte bezogen, die entlang des Reitweges liegen. Die Länge des Wanderrittes ist oft von der Umgebung abhängig und von der Anzahl der Wanderreitstationen. Um solch einen Ritt antreten zu können, muss der Reiter die Leistungsfähigkeit seines Pferdes und sich selbst kennen. Denn nur so kann er einschätzen, wie lange der Weg bis zur nächsten Station sein darf, um das Tier nicht zu überlasten.

4.1 Bedeutung des Pferdes im Reittourismus

Das Pferd hat eine besondere Bedeutung im Reittourismus. Reiter verbinden viele Emotionen mit dem Tier, denn oft verbringt der Besitzer mehrere Stunden täglich mit der Pflege und dem Training. Viele Pferdesportbegeisterte sagen auch, dass der Reitsport mit keiner anderen Sportart verglichen werden kann (vgl. IPSOS- Studie). Dies ist ein Grund dafür, dass das Pferd im S.I.T. eine immer größer werdende Rolle spielt. Auch der Anteil am freizeitorientierten Reiten prägt sich immer weiter aus. Dies beweist die IPSOS Marktanalyse der FN zum Reitsport. „Befragt wurden insgesamt 7.200 Menschen ab 14 Jahren in den Zielgruppen [Reit-] Vereinsmitglieder, nicht organisierte, ehemalige und potentielle Pferdesportler“ (vgl. IPSOS-Studie). 68 Prozent der befragten Mitglieder und 59 Prozent der Nicht-Mitglieder sind gefesselt von der Idee des Freizeit- und Ausreitens. Großes Interesse besteht auch am Westernreiten, welches oft den Eindruck des freien Reitens vermittelt. Ein wichtiger Gesichtspunkt für die Mitglieder und Nicht-Mitglieder ist die Arbeit mit und rund um das Pferd. Dazu gehören Stallarbeiten und die Pflege des Tieres (vgl. IPSOS-Studie). Somit steht das Pferd nicht nur im Privatleben im Mittelpunkt, sondern auch im Bereich des Reittourismus.

Ist der Reiter nicht mit eigenem Pferd unterwegs, ist die Zuordnung des Pferdes bei einem Wanderritt von großer Relevanz. Viele Wanderreitstationen bieten ausgebildete Schulpferde als Leihpferde für Tagesausritte an. Meistens sind diese Personen in einem festen Quartier untergebracht. Sie reiten einen ganzen Tag mit dem Leihpferd. Ein typischer Wanderreiter bringt sein eigenes Pferd mit. In diesem Fall stellt sich die Frage der Zuordnung nicht, andernfalls ist es wichtig, dass der Charakter des Tieres auf die Fähigkeiten und Kenntnisse des Reiters abgestimmt wird. „Das impliziert, dass hierfür genaue Kennt-

nisse der Charaktereigenschaften und Eigenheiten des einzelnen Pferdes nötig sind. Die Pferde wiederum sollten verlässlich sein und ein ausgeglichenes Temperament besitzen“ (vgl. Rickert/ Schwarzbart 2013, 84). Die Harmonie und Kommunikation zwischen dem Pferd und Reiter muss stimmen, um den Reiturlaub zu einem unvergesslichen Erlebnis zu machen.

Ebenso relevant für einen harmonischen Ritt ist die Reitweise. Schulpferde werden weitestgehend nur in einer Reitweise eingelernt, zum Beispiel dem Westernreiten oder auch der englischen Reitweise. Hier unterscheidet sich nicht nur die Art des Reitens, sondern auch das gesamte Equipment. Von Trense bis hin zum Sattel ähnelt sich kein Stück. Kennt der Reiter nur die Westernreitweise und den dazugehörigen Sattel, wird er mit einem englisch eingerittenen Pferd nicht zurechtkommen und keinen Wanderritt überstehen. Um jedem gerecht zu werden, sollte dieser Punkt vor Antreten des Urlaubs geklärt werden. Kommt der Gast mit seinem eigenen Pferd, sollte er sich und das Tier auf jegliche Eventualitäten vorbereiten. Die anvisierten Orte, die bereist werden sollen, sind für Reiter und Tier unbekanntes Terrain. Befindet sich der Wohnsitz in einer Berglandschaft, so wird der Urlaub meist in einer anderen Destination bevorzugt, wo es zum Beispiel Meer und Strand gibt. Demzufolge ist die Umgebung und dessen Reitmöglichkeiten wegweisend für Reiter und Pferd.

Damit das Tier auf alles vorbereitet ist, ist ein abwechslungsreiches Training notwendig. Dringend erforderlich sind Kenntnisse über das Reiseziel und dessen Gegebenheiten, wie Landschaft oder Bodenbeschaffenheit, um das Pferd optimal trainieren zu können. Denn je mehr man von der Zieldestination weiß, desto besser kann man die Trainingsmethoden auf das Tier anpassen. Die Urlaubsdestination könnten die Berge, der Strand und das Meer sein, wo man täglich neue Wege entdecken kann und neue Leute kennen lernt oder dem Alltag entflieht. Der Urlaub soll einzigartig werden durch zum Beispiel dem Baden am See mit dem Pferd oder das Reiten auf dem schneebedeckten Berg (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 159-161). Ungleiche Geländeformen, Böden und Hindernisse erschweren dem Tier das Gehen, wenn es nicht auf die Situation vorbereitet wurde. Am besten sollte mit dem Training so früh wie möglich begonnen werden, denn das ist nicht nur die Vorbereitung auf den Wanderritt, sondern hilft auch, die Neugier und den Arbeits-eifer des Pferdes zu bewahren. Zusätzlich steigert man das Vertrauen und die Bindung zwischen Pferd und Reiter, sowie die Ausdauer und Trittsicherheit im Gelände (vgl. Rath 2013).

Für eine Ausbildung zum geeigneten Wanderreitpferd ist die Grundausbildung Voraussetzung. Auch sollte das Training immer dem Ausbildungsstand des Pferdes angepasst wer-

den. Bringt man Variationen schon im Alltag des Pferdes mit ein, z.B. mit unterschiedlichen Spielzeugen oder sich wechselnden Futterstellen, hilft es dem Tier bei Wanderritten sich schneller auf eine neue Situation einzulassen und Ruhe zu bewahren. Immer wechselnde Arbeitsplätze wie die Reithalle, dem freien Gelände oder dem Round-Pen, sind weitere Möglichkeiten, den Alltag zu gestalten. Allgemein sollten Reiter und Pferd offen für Neues sein, sei es eine neue Trainingsmethode oder ein neuer Reitweg, der noch nicht erkundet wurde. Das Pferd muss sich in allen Lagen auf seinen Besitzer verlassen können. Dadurch wird die Neugier, Kondition und der Arbeitseifer sowie die psychische und physische Belastbarkeit erhöht (vgl. Rath 2013). Durch gemeinsames Bewältigen von Hindernissen wird das Vertrauen in den Reiter zum Pferd gestärkt. Somit sind außergewöhnliche Situationen, wie das Reiten am Strand oder Baden im See, kleinere Hindernisse, die zu meistern sind.

Um die bestmögliche Vorbereitung zu gewährleisten, sollte nicht erst zwei bis drei Wochen vor Antritt der Reise angefangen werden zu trainieren. Der Aufbau von Muskeln und Ausdauer ist wie beim Menschen ein längerfristiger Prozess. Angefangen mit wöchentlichen Tagesausritten von mehreren Stunden, bis hin zu regelmäßigen Steigerungen durch immer länger werdender Trapp- und Galoppstecken, bieten dem Pferd die benötigten Trainingsphasen. Umso mehr Strecken getestet und fremde Umgebungen erforscht werden, desto gelassener und ruhiger tritt das Pferd neuen Situationen entgegen (vgl. Rath 2013).

Je nach Vorbereitung und Erziehung eignet sich jedes Pferd für einen Wanderritt, ob Hengst, Wallach oder Stute. Beim Hengst wird die Unterbringung oft zu einem Problem, denn er kann nicht einfach in eine Herde oder neben einer Stute untergebracht werden. Dem Wallach, ein kastriertes männliches Pferd, fehlt oft der Elan und die Motivation, ist jedoch vom Wesen her mit allen verträglich. Von Stuten sagt man, sie seien die ausdauerndsten Pferde, jedoch sind sie sehr störrisch und zickig. Jedes Geschlecht bringt Vor- und Nachteile mit sich, deshalb ist die Wahl des Tieres nicht unbedingt von Größe oder Geschlecht, sondern ausschließlich vom Trainingsstand, dessen Fähigkeiten im Gelände und dem Vertrauen des Reiters abhängig (vgl. Mechelhoff 2012).

4.2 Trends im Reittourismus

Um besser auf die reittouristischen Trends eingehen zu können, wird die Entwicklung im Tourismus im folgenden Text mit einbezogen. Denn „viele Trends im Reittourismus hän-

gen mit den übergeordneten touristischen Entwicklungen zusammen“ (vgl. Behrens-Egge/Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 165).

Der heutige Tourist wird immer älter und erfahrener. Er hat schon viel mehr gesehen, ist oft verreist und ist immer auf der Suche nach etwas Neuem. Umso schwieriger wird es den Reittouristen in eine Nische zu stecken. Es kann sein, dass er sich heute für einen Urlaub mit dem Pferd in freier Natur entscheidet und morgen ein drei Sterne Hotel mit Stallung und Wellness-Programm bucht. Durch die hohen Ansprüche des Gastes muss der Anbieter immer vielfältiger werden. Dies ist auch der Grund, wieso Frau Ulrike Franke vom BTE der Meinung ist, dass die Kombinationen von Reiturlaub und Wellness an Beliebtheit zunehmen wird (vgl. 3. Interviewfrage; Antwort Ulrike Franke). Der Reiter benötigt einen flexibel zusammenstellbaren Urlaub. So steigern viele verschiedene Produkte oder auch Dienstleistungen, die er je nach Bedarf dazu buchen kann, die Attraktivität der Destination. Die Flexibilität eines Unternehmens ist wichtig, um sich erfolgreich auf dem Markt positionieren zu können.

Ein wichtiger Trend ist die Gesundheitsförderung und das Erleben der Natur. Denn heutzutage darf es bei keinem Urlaub an Bewegung mangeln. Dies sind optimale Voraussetzungen für den Reitsport, welcher als gesundheitsfördernd anerkannt wurde. Der Tourist treibt Sport, erlebt die Natur, kann sich erholen und muss auf keinen Komfort verzichten. „Zurück zur Natur und Nachhaltigkeit sind touristische Trends, die sich im Reiturlaub gut verwirklichen lassen“ (vgl. 3. Interviewfrage; Antwort Ulrike Franke).

Zusätzlich kann der Gast vor dem High-Tech-Trend flüchten. Durch den Drang, wegen der Arbeit oder auch sonst immer und überall vernetzt sein zu müssen, entwickelt sich der Gegentrend. Anstatt immer Online zu sein und Wissen zu müssen, was überall los ist, suchen die Touristen häufiger die Ruhe. Sie benötigen einen Ort der Erholung, abgeschottet von der Außenwelt und dem alltäglichen Stress. Die Natur bietet dafür den perfekten Platz. Aus diesem Gegentrend profitiert der Reittourismus.

Ebenso wird die Nachfrage nach Kinder-Reiterferien zunehmen, denn durch das Pferd soll das Kind die Nähe zur Natur neu aufbauen (vgl. 3. Interviewfrage, Antwort Dr. Christina Münch).

Auch im Reitsport spürt man die Entwicklung des Reittourismus. Denn die Nachfrage am Reitsport wie Dressurreiten, Voltigieren, Spring-, Galopp- oder auch Trabreiten gehen stetig zurück. Dafür steigt die Nachfrage sowie das Angebot am Freizeitreiten.

„Im Vordergrund steht das Erlebnis mit dem Pferd und nicht die Höchstleistung im Turniersport (vgl. Himmel 2008, 23).

Ein Beispiel für das Freizeitreiten ist das Westernreiten. Es spiegelt das leichte, lockere und auch freie Leben mit dem Pferd wieder. Für den Reiter ist es interessanter geworden, die Natur auf dem Rücken eines Pferdes zu entdecken.

Die BTE Befragung 2008 zeigt, dass das Potenzial des Freizeitsports ansatzweise größer oder gleich groß ist wie das Interesse am traditionellen Reitsport.

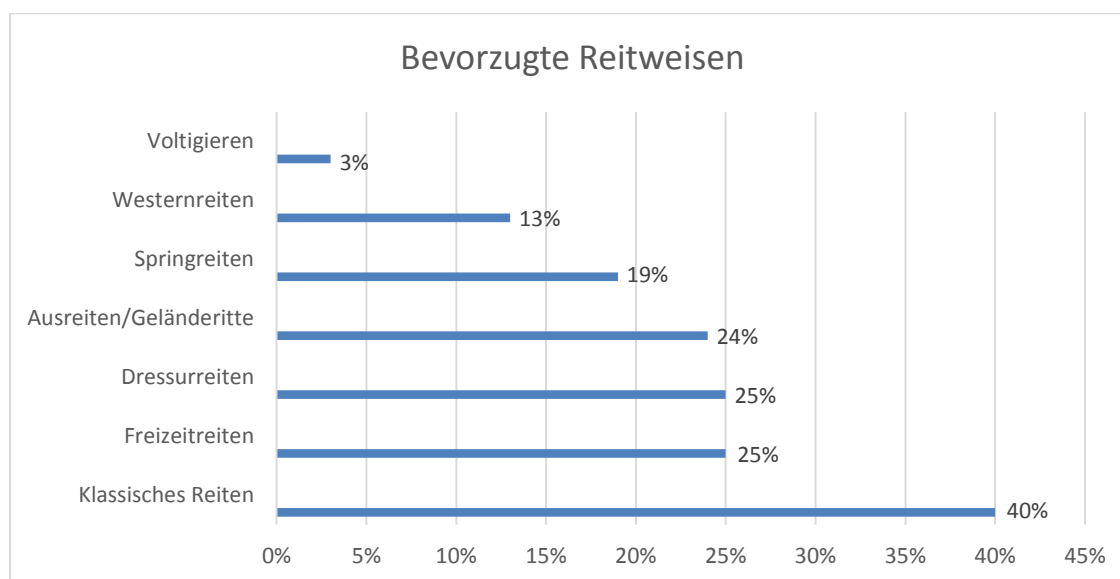


Abbildung 5 Bevorzugte Reitweisen

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 45

Begriffsdefinitionen: Das Voltigieren, hierbei werden „turnerisch-gymnastische Übungen auf dem Pferd ausgeführt“ (vgl. Definition Voltigieren). „Das Westernreiten ist eine Form des Pferdesports, die im Ursprung auf das spanische Vaqueroreiten (Arbeitsreiten) zurückgeht und sich an die Arbeitsweise der Cowboys anlehnt“ (Gruarin 2012). Die Sportart Springreiten erklärt sich von selbst. Hier müssen Reiter und Pferd gemeinsam in einem Parcours über Hindernisse springen. Dressurreiten gewährleistet die gymnastische Ausbildung des Tieres sowie dessen Gehorsam in allen Gangarten. Zum Dressurreiten wird auch das klassische Reiten gezählt. Der Unterschied besteht darin, dass die Dressur in Verbindung zur erfolgreichen Teilnahme an einem Turnier steht, wobei das klassische Reiten keinen großen Wert auf Turnierleistungen legt. Zuletzt werden noch die Geländereiter und auch die Freizeitreiter aufgelistet. „...Westernreiter [unternehmen] Ausritte, und Freizeitreiter reiten mit ihrem Pferd auf dem Platz Dressur oder machen Bodenarbeit“ (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 44). Er ist ein Freizeitreiter, da er den Sport in der Freizeit ausübt.

Wie Abbildung 5 zeigt, sind es 40 Prozent der Befragten, die sich für das klassische Reiten interessieren. Direkt darauf folgt der Freizeitsport mit 25 Prozent mit steigender Tendenz. Gleichauf liegt das Interesse am Dressurreiten. 24 Prozent der Befragten gehen ausschließlich auf Ausritte oder Geländerritte. Mittlerweile sind es 13 Prozent der Befragten, die das Westernreiten praktizieren. Wesentlich weniger Reiter befassen sich noch mit dem Voltigieren, dem Springreiten oder anderen wettkampftauglichen Reitstilen. Wie David Wewetzer festgestellt hat, steigt die Nachfrage am Reitunterricht, jedoch ohne Interesse an einer Turnierteilnahme (vgl. 3 Interviewfrage, Antwort David Wewetzer).

Reiten an sich ist ein „Lifestyle-Trend“ oder auch „Life-Time-Trend“ (vgl. IPSOS-Studie). Dies ist ein Trend für das ganze Leben bzw. für einen längeren Lebensabschnitt. Viele Reiter, die früh in den Reitsport einsteigen, verfolgen diesen Trend. Sie entscheiden sich meist für ein eigenes Pferd, sind bereit, mehr Zeit und Geld in ihr Hobby zu investieren als ein gewöhnlicher Reiter. Der Lifestyle-Reiter will so viel Zeit wie möglich mit dem Pferd verbringen. Somit kommt auch ein gemeinsamer Urlaub in Frage. Der Lifestyle-Trend bezieht sich auf den Freizeitsport, nicht nur auf das Westernreiten, sondern auch auf die alternative Freizeitgestaltung mit dem Pferd. Je nach Lebenseinstellung des Reiters kann auch ein Ritterspiel mit dem Tier ein positives Lebensgefühl schaffen. Egal, welche Richtung der Freizeitreiter einschlägt, der Druck, Leistung zu erbringen fällt weg und geht dem Trend der Erholung nach.

4.3 Destinationen

Eine Destination ist ein Reiseziel oder ein geographischer Raum, in dem sich der Tourist freiwillig aufhält. „Die Destination stellt die Wettbewerbseinheit im Tourismus dar. Die Destination definiert sich demnach als Zielgebiet und Produkt für eine bestimmte Zielgruppe, das über Angebot aller Leistungen, die der Gast während seines Aufenthaltes zur Bedürfnisbefriedigung nachfragt, verfügt“ (vgl. Fischer 2009, 65). Für die Verwaltung ist das Destinationsmanagement zuständig. Sie kümmern sich um die Bündelung der Akteure sowie deren Leistungen. Sie sorgen sich darum, dass die Kernleistungen wie zum Beispiel die Hotellerie, die Gastronomie aber auch die Anbieter touristischer Leistungen zusammenarbeiten und nicht miteinander konkurrieren. Zusätzlich sorgen sie für die Koordinierung der Aufgaben und die Kommunikation zwischen den Leistungsträgern (vgl. Fischer 2009, 72). Das Destinationsmanagement wird immer wichtiger, damit sich die Region auf dem Markt optimal positionieren kann und, um sich einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen.

Um als Destination für den Reiter in Frage zu kommen, spielt das reittouristische Angebot eine große Rolle. Jedoch gibt es auch viele unterschiedliche Einflussfaktoren, die Auswirkungen über die Wahl haben. Zuerst sollte sich die Destination über Ihre Zielgruppe bewusst werden und, ob diese in ihr Ortsbild passt. Deshalb stellt sich die Frage, ob der Reit- oder der Messe- bzw. der Konferenztourist in die Destination passt. Bei zu unterschiedlichen Zielgruppen gestaltet sich die Integration von reittouristischen Angeboten schwer. Denn Reiter kommen oft in schmutziger und nasser Kleidung, was von anderen Gästen als störend empfunden wird (vgl. Himmel 2008, 45). Um jeder Zielgruppe in einer Destination gerecht werden zu können, sollte man auf dessen Homogenität achten. Beispielsweise passen die Zielgruppen Reiter, Wanderer und Radfahrer gut zusammen. „Die Destination kann als System betrachtet werden, das aus einer Menge von Elementen besteht, die in Beziehung zueinander stehen“ (vgl. Fischer 2009, 65). So muss nicht nur das Angebot der Destination aufeinander abgestimmt sein, sondern auch die Zielgruppe muss zueinander passen.

Wie aus dem Marktanalyse Buch „Tourismus rund ums Pferd“ zu lesen ist, stehen die reittouristischen Angebote im Mittelpunkt der Destination. Hier stellen sich die Fragen nach der Unterkunft des Pferdes und dem Reiter, der Verpflegungsmöglichkeit und den Serviceleistungen. Ein wichtiger Aspekt ist auch das Angebot der bereitbaren Wege und der Vielfalt an unterschiedlichen Routen und Reitzielen (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 54). Auch die Destination selbst steht im Vordergrund, die Wege rund um den Aufenthaltsort, z.B. eines Reiterhofes oder einer Reiterranch, sollten optimal für Pferd und Reiter ausgelegt sein. Um als Region in Deutschland für den „Pferdetourismus geeignet sein zu können, benötigt man keine speziell angelegten und kostspieligen Wege oder ein bestimmtes Relief. Reiten ist auf fast jedem natürlichen Untergrund möglich“ (vgl. Destination). Für den Reiter und das Pferd sind lange Graswege, Sandwege oder auch naturfester Boden geeignet. Gemieden werden häufig harte, steinige Böden oder auch mit Kies ausgeschüttete Wege. Eine abwechslungsreiche Landschaft mit Flachland sowie Gebirge oder auch kulturelle Orte ziehen die Reittouristen an. Auch andere Umweltfaktoren haben eine Bedeutung in der Wahl der Destination. So erschweren große Temperaturschwankungen die Planung eines Wanderrittes oder auch den gesamten Urlaub zu Pferd. Auch die Infrastruktur der Region spielt eine Rolle, denn das Reiseziel sollte für den Gast einfach zu erreichen sein (vgl. 2 Interviewfrage; Antwort Dr. Christina Münch).

Die Unterkunft für Pferd und Reiter ist oft eine Kernleistung in einem Reiterurlaub und somit ein wesentlicher Aspekt, um als Destination in Frage zu kommen. Die gute Versorgung des Pferdes ist dem Reiter wichtiger als die eigene. Deshalb „benötigt ein reittouris-

tischer Betrieb je nach Angebot und Zielgruppe besondere Infrastrukturen (Ställe, Weiden, Paddocks, Anbindemöglichkeiten, Reitplatz usw.) und vor allem auch Kenntnisse über die artgerechte Unterbringung der Tiere“ (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 58). Ist das eigene Tier gut untergebracht, folgt die Wahl der eigenen Unterkunft. Diese sollte wenn möglich nah beim Pferd sein, sodass der Reiter im Notfall direkt vor Ort ist. Die Art der Unterkunft kann kaum unterschiedlicher sein, von Wanderreitstationen mit Übernachtung im Heulager und Offenstallhaltung für die Pferde, bis hin zum Reithotel mit eigenem Empfangsbereich, hochwertigem Zimmer und Einzelbox für das Tier. In diesen Betrieben steht das Pferd und dessen Versorgung im Mittelpunkt. Zusätzlich gibt es die reiterfreundlichen Unterbringungen und Gastronomiebetriebe. Hier steht nicht das Tier, sondern die Verpflegung und Unterbringungen des Reiters im Vordergrund. „Diese Betriebe halten aber zusätzlich gewisse Infrastrukturen und Service für die Unterbringung von Gastpferden bereit, beispielsweise Gastpferdeboxen oder Anbindevorrichtungen für die Pferde während der Rast der Reiter“ (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 58).

Bei reiterfreundlichen Gastronomiebetrieben setzt man voraus, dass der Reiter und sein Tier stets willkommen sind und bestens versorgt werden. Solche Betriebe sollten immer eine Anbindemöglichkeit und Wasserstelle/-eimer bereitstehen haben. Für Gastronomiebetriebe ist es wichtig, Sitzplätze in Sichtweite der Tiere zu stellen und Geräte zur Beseitigung des anfallenden Mistes zu besitzen. Die Kooperation zwischen den Reitbetrieben und den Freizeitaktivitäten ist wichtig, um den Ansprüchen der Gäste gerecht zu werden. Die Destination soll nicht nur für den Reiter selbst in Frage kommen, sondern auch für Freunde, Bekannte oder Familienmitglieder, die an Pferden und reittouristischen Angeboten interessiert sind. Somit wird das Potenzial des Reittourismus weitreichender ausgeschöpft. Durch die Kooperation der Betriebe können gemeinschaftliche Angebote geschaffen werden, um somit das Image und den Bekanntheitsgrad als pferdefreundliche Destination besser verbreiten und vermarkten zu können (vgl. 2 Interviewfrage, Antwort David Wewetzer).

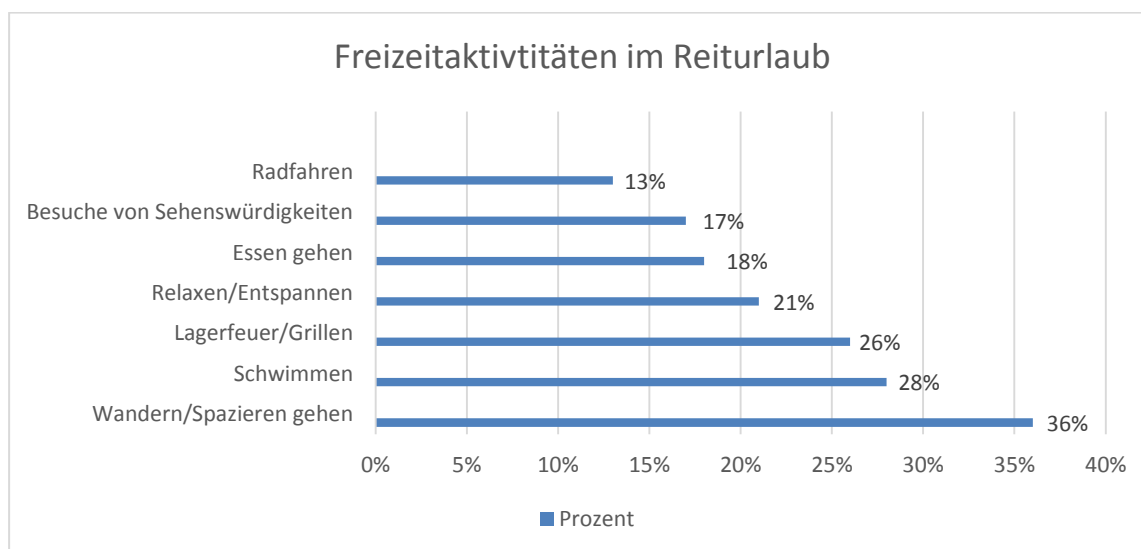


Abbildung 6 Freizeitaktivitäten im Reiturlaub

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 97

Die vorhergehende Abbildung zeigt die beliebtesten Freizeitaktivitäten der Personen im Reiterurlaub auf.

Wie man erkennen kann, ist dem Reiter ein ausgewogenes und vielfältiges Freizeitangebot, vor allem mit einem Bezug zur Natur, auch im Urlaub wichtig.

Ein weiterer Einflussfaktor, welches eine Destination ausmacht, sind die gesetzlichen Rahmenbedingungen. Da es für Deutschland keine einheitlichen gesetzlichen Regelungen gibt, was das Reiten und Fahren mit Kutschen angeht, gibt es eine Vielzahl von unterschiedlichen Regelungen auf Bundes-, Landes-, Kreis- und Kommunalebene (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009 55). In Rheinland-Pfalz gilt z.B. das Landeswaldgesetz (LWaldG) und in Nordrhein-Westfalen das Landesforstgesetz (LFoG). Das LWaldG in Rheinland-Pfalz besagt, dass Reiten auf Waldwegen, Straßen, Privat- und Wirtschaftswegen grundsätzlich erlaubt ist. Deshalb ist dieses Bundesland als reiterfreundliche Region ausgezeichnet. Nur das Fahren und Abstellen von Kutschen oder Pferdeschlitten bedarf der Zustimmung des Waldbesitzers (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 207). Im Gegensatz dazu eignen sich die Regionen Nordrhein-Westfalen, Mecklenburg-Vorpommern sowie Sachsen weniger als Reiseziel für Reiter. Denn das jeweilige Forstgesetz kann die Wahl der Wege sehr stark einschränken. Hier dürfen Wanderwege, Wanderpfade sowie Sport- und Lehrpfade nicht als Reiterwege gekennzeichnet werden (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 207). Somit ist für eine ländliche Region nicht nur die Umgebung selbst ausschlaggebend für die Wahl als Urlaubsziel, sondern auch die reiterlichen Regularien.

Geeignete Regionen sind zum Beispiel Hessen, Bayern, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und, wie schon genannt, Rheinland-Pfalz. All diese Bundesländer sind in Bezug auf das Landeswaldgesetz dem Reiter entgegenkommend und reiterfreundlich eingestellt.

Zusammenfassend kann man sagen, dass es, wie David Wewetzer sagt, drei wesentliche Aspekte für eine Destination gibt. Dies ist zum einen das Landschaftsbild, mit seinen verschiedenen Sehenswürdigkeiten und unterschiedlichen Reitrouten, zum andern ist es das jeweilige Forstrecht. Weiterhin ist die Gesamtheit der Region und seine Angebote zu beachten. Der letzte Aspekt bezieht sich auf die Kooperationen zwischen den Betrieben. Je mehr Möglichkeiten dem Reiter geboten werden, desto interessanter wird die Urlaubsregion (vgl. 2 Interviewfrage; Antwort David Wewetzer).

4.4 Zielgruppe Reittouristen

Der Reittourist ist ein S.I.T., der seine Reise danach ausrichtet, so viel Zeit wie möglich mit dem Pferd zu verbringen. Zu den pferdebezogenen Aktivitäten zählen Ausritte, Reitunterricht oder auch Weiterbildungsmaßnahmen über das Pferd.

Zur Zielgruppe der Reittouristen gehören alle Reiter sowie Pferdeinteressierte, Kinder bzw. Jugendliche und auch Familienmitglieder, die eine besondere Affinität zum Pferd haben. Die Personen können nochmals in aktive und passive Reittouristen eingeteilt werden. Der aktive Reittourist nimmt an reiterlichen Tätigkeiten teil und sucht den direkten Kontakt zum Pferd. Auch hier gibt es unterschiedliche Formen, die sich in ihrem Reitmotive, der Art der Unterkunft und auch den erforderlichen reiterlichen Fähigkeiten unterscheiden (vgl. Rickert/ Schwarzbart 2013, 16). „Der passive Reittourist ist lediglich Beobachter oder Teilnehmer [einer] pferdebezogenen Aktivität, tritt meist aber nicht in direkten Kontakt zum Tier. Hierbei wird außerdem keine Reiterfahrung oder spezielle Reitbekleidung benötigt“ (vgl. Rickert/ Schwarzbart 2013, 20). Oftmals sind es Veranstaltungen wie Pferdeshows oder Messen und Verkaufsveranstaltungen von Zuchtpferden, die der passive Reittourist besucht.

Typische Reiter verbringen ihren Reiturlaub mit dem eigenen Pferd. Hierbei plant der Reiter seinen eigenen Wanderritt oder schließt sich einer organisierten Reitergruppe an. Diese Reise geht meist länger als zwei Tage. Oft sind es Frauen, die an organisierten Reiterreisen teilnehmen. Sie schätzen das Naturerlebnis und das „sichere Abenteuer“. Die Reittouristen sind meist Reiter, die ihr Hobby intensiv betreiben und mehrere Male in der Woche mit ihrem eigenen Pferd in ihrer Heimat einen Ausritt machen. Diese Art von Reise tritt kein Reiter alleine an, es sind Gruppenaktivitäten, die gerne mit Freunden, Bekannten

oder auch mit Familienmitgliedern angetreten werden. Zum einen gibt es die Tages-Reittouristen sowie die Pferdeinteressierten, die sich für geführte Tagesausritte, Kutschfahrten und Pferdeausstellungen interessieren, am Tag der offenen Tür in einem Pferdebetrieb teilnehmen oder auch ein Reitturnier besuchen. Diese sind vergleichbar mit den passiven Reittouristen. Auch sie sind eine wichtige Zielgruppe, denn sie interessieren sich für das Tier und für Aktivitäten mit dem Pferd. Bei ihnen steht das Tier nicht im Mittelpunkt der Urlaubsreise, dennoch planen sie Tätigkeiten mit dem Pferd ein (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 31). Der Tagestourist sowie der Pferdeinteressierte ähneln sich in ihren Absichten und sind wirtschaftlich gesehen ein wichtiger Bestandteil des Reittourismus. Denn diese Zielgruppe erweist ungenutztes Potenzial im Bereich Urlaub mit dem Pferd.

Eine weitere Gruppe, der man Beachtung schenken sollte, sind die Reiter, die sich nur für Weiterbildungen und Seminare interessieren und auf Pferdemesen oder auch Zuchtausstellungen gehen. Sie legen weite Strecken zurück, um an verschiedene Veranstaltungen teilnehmen zu können.

Auch die jugendlichen Reittouristen sind in der Zielgruppenrecherche mit einbezogen. Jugendliche zwischen sechs und 16 Jahre, gehen ohne ihre Eltern in betreute Reiterferien auf einem Reiterhof. Sie sind pferdeinteressiert, haben Spaß an der Natur und auch an Gruppenaktivitäten. Am häufigsten sind es Mädchen, die ihre Ferienzeit auf dem Reiterhof verbringen. Eine weitere Möglichkeit ist es, dass die gesamte Familie einen Reiterurlaub plant. Hierbei ist ausschlaggebend, dass mindestens eine Person ein größeres Interesse am Pferd zeigt. Diese Gruppe von Reittouristen haben meist keine eigenen Pferde, sondern leihen sich die Tiere auf dem Reiterhof. Zu guter Letzt gibt es noch den Turnierteilnehmer, der zu den Tagesreittouristen zählt. Er verlässt regelmäßig seinen gewöhnlichen Aufenthaltsort und reist an die unterschiedlichen Turnieraustragungsorte (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 33). Die nachfolgende Darstellung zeigt eine Übersicht der Zielgruppe.

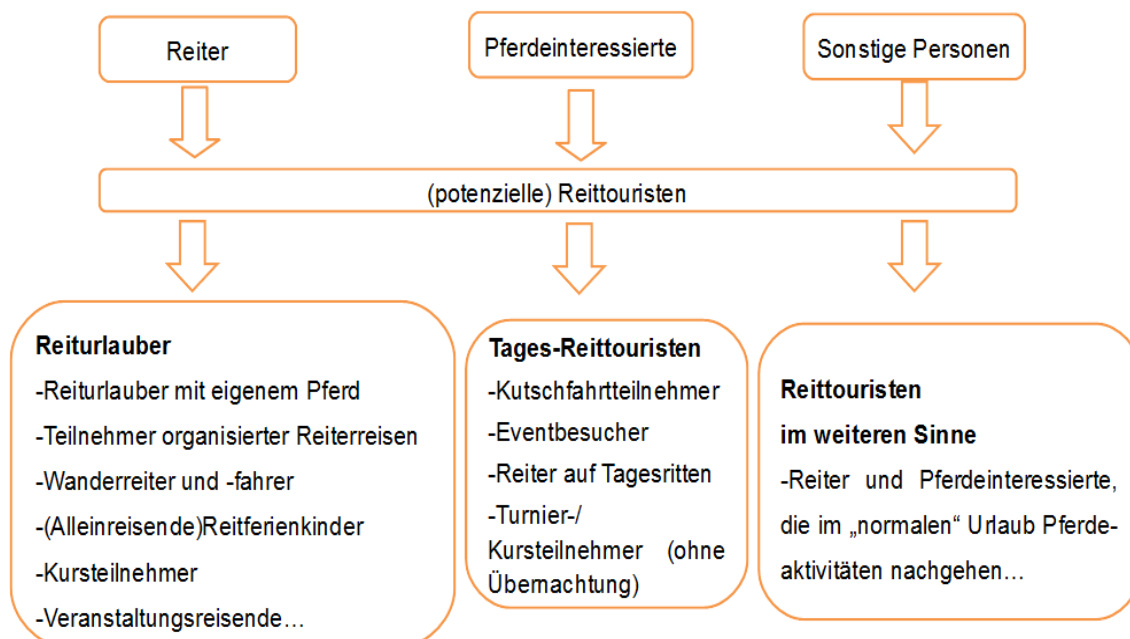


Abbildung 7 Übersicht über die Zielgruppe Reittouristen

Quelle: Eigendarstellung in Anlehnung an Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 31

Hier wird klar, dass der Reittourist nicht nur am Alter festgelegt werden kann. Um den Reittouristen genau definieren zu können, muss man die Bedürfnisse, die Wünsche und die Motivation der Reisenden kennen. Die bekanntesten Reisemotive der Wanderreiter sind der Umgang mit dem Pferd, die Natur mit dem Tier erleben, sich entspannen, die sportliche Fitness und die Gemeinschaft bzw. die Geselligkeit während der Ausritte (vgl. Rickert/ Schwarzbart 2013,83).

4.5 Marketing und Marketinginstrumente

Marketing ist ein Mittel, um die Bedürfnisse der Kunden bzw. Gäste optimal zu erforschen und mittels geeigneter Marketinginstrumente und dessen Cross mediale Vernetzung den Markt besser in Szene zu setzen, neue Märkte zu erschließen und die Bedürfnisse zu befriedigen. Wichtig sind zum Beispiel die Marketinginstrumente wie die Social Media Plattformen (Facebook, Instagram), die eigene Website, Informationsbroschüren, Flyer, Messeauftritte oder auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Eine Möglichkeit, den eigenen Betrieb in einer pferdetouristischen Region zu fördern, ist es, diesen auf einer eigenen Website zu präsentieren. Hier sollten Neuigkeiten über den Betrieb, die aktuellen Wanderreitrouten und alle Informationen rund um das Unternehmen gezeigt werden. Auch sollten sie versuchen, sich in pferdebezogene Medien zu platzieren, um über sich und zum Beispiel bevorstehende Veranstaltungen zu berichten. Durch wei-

tere öffentliche Pressearbeit kann mehr Aufmerksamkeit auf sich gezogen werden. Unter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zählt man auch das Versenden von Newslettern über E-mail an zum Beispiel Vereinsmitglieder oder Zeitschriftenabonnenten. Folglich gehören auch redaktionelle Beiträge in Fachzeitschriften dazu. Die Öffentlichkeit sollte in regelmäßigen Abständen über Neuigkeiten informiert werden, um das Interesse an dem Betrieb aufrecht zu erhalten (vgl. Mirjam Deponte Präsentation).

Zusätzlich zur Pressearbeit oder zur Website ist die Präsenz auf Social Media Plattformen wie Facebook oder Twitter relevant, um ebenfalls jüngere Zielgruppen erreichen zu können. Wie auf der Website sollte etwa die Facebook Seite genutzt werden, um News, Wanderreitertermine, Veranstaltungen oder auch Aus- und Weiterbildungsangebote zu veröffentlichen. Dadurch kann der Inhalt und die Information schneller und weiter gestreut werden. Somit hilft das Soziale Netzwerk bei der Neugewinnung von Interessenten für den Betrieb.

Gleichermaßen sollte der Vertrieb über verschiedene persönliche Kanäle nicht außer Acht gelassen werden, wie der Auftritt auf Messen, Veranstaltungen rund um das Pferd oder auch in Freizeit- und Familieneinrichtungen sowie in der Tourist Information der Region. Hierfür ist es notwendig, die geeigneten Broschüren, Flyer oder auch Werbe-Mappen zur Hand zu haben. Zum einen können es Flyer sein, die auf eine Veranstaltung hinweisen, zum anderen Arrangement-Broschüren, die spezielle Angebote oder auch Sonderpauschalangebote für den Touristen auf einen Blick repräsentieren. Sogleich ist ein Verweis auf die Website nötig, um detaillierte Informationen zu erhalten (vgl. Mirjam Deponte Präsentation).

Ein wichtiges Marketinginstrument im Reittourismus kann der Zusammenschluss von reit-sportlichen Organisationen und touristischen Betrieben sein, die die Vermarktung des Reittourismus fördern. Durch die Vernetzung von verschiedenen Verbänden wie zum Beispiel der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), dem Deutschen Tourismusverband, der FN und der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland kann der Reittourismus auf mehreren Kanälen attraktiver vermarktet werden (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 187). Mit einer gemeinsamen Website könnten auf einen Blick alle reiterlichen Regionen gelistet sein und der Reittourist würde mit einem Klick sämtliche Informationen über die Region seiner Wahl bekommen. Mithilfe der Tourismusverbände wird die Erschließung des Nachfragepotenzials in den Quellenmärkten verbessert. Durch die Erfassung der Quellenmärkte können neue Statistiken über die Zielgruppe Reittouristen erstellt werden (vgl. Mirjam Deponte Präsentation).

Zusätzlich ist die Mitgliedschaft in Organisationen wertvoll, um sich mit Berufskollegen austauschen zu können (vgl. 5 Interviewfrage; Antwort Dr. Christina Münch). Organisationen und Vereine könnten sich um die bundesweite Vernetzung des Pferdetourismus kümmern. Sie könnten vereint auf Messerauftritte gehen und diese planen. Ebenso könnten gemeinsam Broschüren erstellt werden, die über z.B. Tourist-Informationen vertrieben werden. Durch die Unterstützung vieler unterschiedlicher Organisationen wird der Bekanntheitsgrad des Reittourismus gefördert, da Verbände und Organisationen oft mehr Aufmerksamkeit erregen, als ein einzelner Reiterhof. Zumal könnte man bei größeren Veranstaltungen, wie zum Beispiel einer Pferdeauktion, auch ausländische Gäste über das Gesamtangebot des Pferdelandes Deutschland informieren (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 188).

Laut der Marktanalyse des BTE arbeiten z.B. in Frankreich die unterschiedlichen reiterlichen Verbände miteinander auf regionaler Ebene. Sie entwickeln gemeinsam die benötigten Infrastrukturen und die Marketingstrategien. In Österreich haben sich sogar die Reitställe, Hotels und Pensionen mit Reitmöglichkeiten zusammengeschlossen. Sie bilden die sogenannte „Reitarena Austria“. Sie arbeiten eng mit den Tourismusverbänden zusammen, welche gemeinsam mit der Reitarena einen Angebotskatalog erarbeiten und herausgeben (vgl. Behrens-Egge/ Harfst/ Rein/ Scharpf 2009, 186).

Auch David Wewetzer ist der Meinung, dass Betriebe miteinander arbeiten müssen, um den Markt optimal erschließen zu können (vgl. 5 Interviewfrage, Antwort David Wewetzer).

5 Reittourismus in der Pfalz

5.1 Die Pfalz und ihre Reitgebiete

Genauere Zahlen über die Übernachtungsraten, Bettenbelegung oder Anreisen mit oder ohne eigenem Pferd sind für die Pfalz noch nicht bekannt. Jedoch haben sich auf der Website „Pfalz zu Pferd“ schon 26 Wanderreitstationen zusammengetan. Sie sind alle von der FN geprüfte Unterkünfte für Pferd und Reiter. Wichtige Aspekte der Prüfung sind zum Beispiel die Weiden. Diese werden auf ihre Größe, die Stabilität der Einzäunung, die Tore, Tränke bzw. Wasserqualität und deren Schutzmöglichkeit gegen sämtliche Wetterwitterungen getestet. Zusätzlich werden die Anlagen zur Unterbringung der Reiter begutachtet (vgl. FN Richtlinien). Alle Unterbringungsformen für die Pferde erfüllen die

tiergerechte Anforderungen und Richtlinien des Tierschutzgesetzes (vgl. Pfalz zu Pferd). Dies gewährleistet eine optimale Unterbringung in jeder Wanderreitstation. Der Reiter kann aus einer Vielfalt an Unterbringungsmöglichkeiten entscheiden. Von Heuherbergen, Zeltplätzen, Wanderreizimmern bis hin zu einer eigenen Ferienwohnung sind dem Reiter keine Grenzen gesetzt. Für Pferd und Reiter wird eine volle Verpflegungsleistung gewährleistet sowie die Erstversorgungsmöglichkeit in Notfällen. Hierfür findet man in jeder Station die Adresse und Telefonnummer von Tierärzten und Hufschmieden aus der umliegenden Umgebung (vgl. Pfalz zu Pferd).

Allerdings ist die Wanderreitstation nicht das einzige Kriterium bei der Wahl der Pferde-landschaft. Wie schon in der Beschreibung der Zielgruppe erwähnt, spielt die Natur und die geeignete Landschaft eine große Rolle. Die Pfalz bietet eine abwechslungsreiche Landschaft. Unterschiedliche Felsformationen, Burgen und Ruinen sowie das größte zusammenhängende Waldgebiet in Deutschland, machen die Pfalz zu einem geeigneten Reiterland. Zu den vielfältigen Hügellandschaften des Pfälzer Berglandes kommen Wälder, Wiesen und Weinlandschaften hinzu. Überall findet man ausgedehnte Wanderreitrou-ten, weit vernetzte Wegstrecken, die dem Reiter Ruhe und Erholung bieten. Reitwege entlang der Weinreben oder mitten durch Gemüsefelder oder Obstplantagen bieten dem Reiter eine ereignisreiche und zugleich idyllische und friedliche Umgebung. Auf 180.000 Hektar Pferdelandfläche finden Wanderreiter mehr als 150 bewirtschaftete Waldhütten, die sich um die Verpflegung der Reiter und Pferde sorgen.

Damit der Reiter nicht zu viel Arbeit mit der Planung von Reiterrou-ten hat, stellen die Reit-stationen unterschiedliche Routen zu Sehenswürdigkeiten oder zur nächsten Wander-reitstation zur Verfügung. Der Stationsleiter hilft gerne bei der Planung und Organisation von individuellen Wanderausritten (vgl. Pfalz zu Pferd). Nicht nur die Reiterhöfe und deren Umgebung ist reiterfreundlich eingestellt. Darüber hinaus gilt die gesamte Pfalz als reiter-freundliche Region, gemessen an dem LWaldG. Paragraph 22 des LWaldG besagt, dass der Reiter sich im Wald auf Straßen und Waldwegen aufhalten darf. Ebenso dürfen Wald-besitzer die Nutzung der Waldwege einschränken, wenn der Wald und dessen Wege be-einträchtigt werden (vgl. Landeswaldgesetz Pfalz). Im Gegensatz zu vielen anderen Bundesländern, die den Gebrauch der Waldwege beschränkt, befürwortet und unterstützt die Pfalz den Reittourismus.



Abbildung 8 Weinlandschaft Pfalz
Quelle: Weinlandschaft Pfalz, 15.12.2016

5.2 Praxisbeispiele

5.2.1 Longhorn Ranch



Abbildung 9 Longhorn Ranch 1
Quelle: Longhorn Ranch, 15.12.2016

Die Longhorn Ranch ist ein Hotel Garni (nur Frühstück) mit Affinität zur Pferdewelt, welche wie eine kleine Westernstadt aufgebaut ist. Das Hotel besitzt einen angegliederten privaten Pferdebetrieb. Durch die Gestaltung der Räume und der Außenanlage im Westernambiente wird das typische „Cowboy-Feeling“ verbreitet. Der Gast genießt das alte Westernleben mit modernem Komfort. Idyllische und ruhige Plätze am Lagerfeuer oder auf der Veranda laden dazu ein, den Tag gemütlich zu starten und wieder ausklingen zu lassen. Wie in alten Westernfilmen liegt die Ranch außerhalb, umgeben von Wäldern, Wiesen und einem See. Familie Klotz führt die Ranch seit mehreren Jahren und pflegt das typische Landleben. Sie heißen jeden Gast in ihrem Hotel willkommen, ob Mensch, Pferd oder Hund. Die Location bietet nicht nur ein ausgewogenes Angebot für Reiter, sondern auch für Wanderer und Fahrradfahrer. Mit zehn Zimmern, zwei Suiten und einem Schlafraum für bis zu 12 Personen, bietet die Ranch einen Ort für Erholung und Entspannung vor dem alltäglichen Stress (vgl. Longhorn Ranch). Hank Klotz kümmert sich um

seine eigenen Tiere und hilft, wenn gewünscht, auch bei dem Training der Urlaubspferde. Deshalb werden auch keine Pferde vermietet, wer Reiten gehen will, ist verpflichtet, sein eigenes Pferd mitzubringen. Für die Pferde sind Offenstall-Paddocks, Boxen und Weiden vorgesehen. Zusätzlich steht den Reitern ein Round-Pen im Freien, eine kreisförmig abgesteckte Fläche, auf dem man mit dem Pferd arbeiten kann, ein Sandwälzplatz und mehrere große Weideflächen zur Verfügung. Bei der Planung von Tagesausritten zu unterschiedlichen Sehenswürdigkeiten ist das Team der Ranch behilflich, auch bieten sie ab vier Personen geführte Ausritte an.

Da ein Hotel Garni nur die Übernachtung und das Frühstück beinhaltet, können sich die Gäste zum Ende des Tages in einer kleinen Küche entweder selbst verpflegen oder sich ein traditionelles Barbecue zubereiten lassen. Dieses muss separat dazu gebucht werden, welches dann von Herr Klotz persönlich vorbereitet und durchgeführt wird. Bei größeren Gruppen gibt es die Möglichkeit, Livemusik für einen Westernabend zu organisieren. Die Ranch kann als Eventlocation gebucht werden, wie zum Beispiel für Hochzeiten, Familienfeiern oder auch Incentives-Events von größeren Unternehmen. Familie Klotz richtet Feste durchschnittlich für 20 bis 40 Personen aus, wobei die Räumlichkeiten für bis zu 100 Gäste ausgelegt ist. Weitere Angebote sind z.B. die Vermietung des Saloons für bis zu 50 Personen oder die Planung und Durchführung von Tagungen.

Die Ranch sorgt mit seinem gesamten Ambiente für einen erholsamen Urlaub für Mensch und Pferd.



Abbildung 10 Longhorn Ranch 2

Quelle: Longhorn Ranch, 15.12.2016

Destination

Die Longhorn Ranch liegt in Schönau-Gebüg in Rheinland-Pfalz und ist ein Teil des Biosphärenreservats Pfälzerwald-Nordvogesen. Gebüg, mit gerade mal 99 Einwohnern, ist ein kleiner Ortsteil von Schönau, am Fuße des Maimont und liegt nahe der deutsch-

französischen Grenze. Innerhalb von zehn Minuten kann man mit dem Pferd die Grenze zu Frankreich überschreiten und ins Elsass gelangen. Die Umgebung stärkt das Bild der Westernranch. Oft liegen diese abgeschottet von der Stadt, in der Idylle der Landschaft. Gebüg ist umgeben von aufragenden Felsen, Wäldern und Wiesen. Nahegelegene Sehenswürdigkeiten sind z.B. der Maimont mit seinem Friedenskreuz, der keltische Ringwall und die keltische Opferschale. Es gibt diverse Burgruinen, wie die Wasigenstein oder Blumenstein. All diese Sehenswürdigkeiten können über verschiedene Wege erreicht werden. Diverse Hütten und Raststätten sorgen sich um das Wohl aller Gäste. Auch sonstige Freizeitaktivitäten sind innerhalb von 20 bis 30 Minuten bequem mit dem Auto zu erreichen, beispielsweise das Dahner Felsenland, ein Schwimmbad inklusive Saunalandschaft oder auch ein Golfplatz.

Strukturen und Daten

Hank Klotz persönlich gab Einblicke in die Zahlen des letzten Geschäftsjahres. Da die touristischen Aktivitätszeiten saisonbedingt sind, ist die Ranch in den Monaten März bis November sehr gefragt. Aus den Unterlagen wurde ersichtlich, dass es durchschnittlich 60 bis 80 Gäste im Monat sind, die sich auf der Ranch aufhalten und ihren Urlaub verbringen. Das sind ca. 640 Gäste in den acht Monaten. Davon reisen mindestens 20 Prozent mit dem eigenen Pferd an. Die Tendenz dazu ist exponentiell ansteigend, die Nachfrage nach dem Urlaub mit Pferd nimmt auch in der Südwestpfalz zu. Was auch zu erkennen ist, ist das Gäste mit dem Pferd häufig bis zu zehn Tage auf der Ranch verbringen, wobei hingegen die Touristen ohne Pferd meist nur über das Wochenende anreisen. Durchschnittlich sind es 2,5 Übernachtungen pro Gast. Das Doppelzimmer inklusive Frühstück kostet pro Person und Nacht 47 Euro. Reist man mit dem eigenen Pferd an, kostet dies zusätzlich 25 Euro pro Pferd und Nacht. Der Preis beinhaltet die Unterbringung im Offenstall-Paddock, den Weidegang, die Nutzung des Sandplatzes, das Futter und die Reinigung des Stalles. Weitere Kosten für das Barbecue oder einem Abendessen bekommt man auf Anfrage.

Wie bereits erwähnt, lebt die Ranch nicht nur von seinen Übernachtungsgästen und Urlaubspferden. Zusätzlich werden unterschiedliche Events geplant und organisiert, wie zum Beispiel ein Barbecue für 20 bis 40 Personen, welches bis zu 35 Euro pro Person kosten kann. Je nachdem wie üppig das Buffet ausfällt und was gereicht werden soll, kann der Preis variieren. Für die Wintermonate bietet Familie Klotz ihre eigenen Events an, wie das Advents-Barbecue, welches mit oder ohne Übernachtung gebucht werden kann.

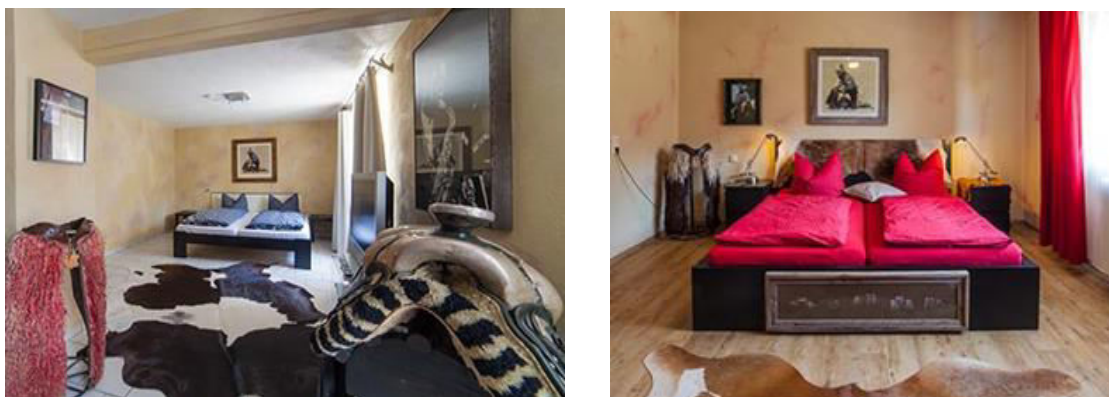


Abbildung 11 Zimmer Longhorn Ranch

Quelle: Longhorn Ranch, 15.12.2016

Marketing

Die Form des Marketings wird immer wichtiger, denn der Wettbewerb wird immer größer. Deshalb gibt es kaum ein Unternehmen, das nicht mehrere Marketing-Plattformen nutzt, um sich zu präsentieren. Doch die Longhorn Ranch ist nur auf ihrer eigenen Website vertreten. In den Anfangszeiten der Ranch hat Familie Klotz noch mehr Werbung geschaltet. Sie wurde in verschiedenen Sendungen ausgestrahlt und es wurde regelmäßig in Zeitungen und Magazinen berichtet, wie zum Beispiel im „Südkurier“ oder in der „Augsburger Allgemeinen Zeitung“. Sein Freund und Kollege, Klaus-Jürgen Guni, schrieb mit ihm das Buch „Mythos Cowboy“. Da Hank und seine Frau 3,5 Jahre in Colorado verbracht haben, ist sein Buch „eine Hommage an Cowboys und Vaqueros, aber auch eine persönliche Geschichte über Hank Klotz und sein Leben, seine Leidenschaft und Faszination mit dem wilden Westen“ (Prestel 2013). Die Website und das Buch sind die einzigen Werbemittel, die genutzt werden. Jedoch helfen seit Jahren auch die Gäste mit, die Ranch zu vermarkten. Durch Mund zu Mund Propaganda breitet sich der Spirit und das Image des Hotels immer weiter aus, ohne Ausgaben für Marketingmaßnahmen. Hierbei dient jeder Gast als „Marketingplattform“.

Freizeitfaktor

Die Ranch hat drei unterschiedliche Gästesegmente. Einer der Kategorien sind die Wanderer und Fahrradfahrer, das zweite Segment besteht aus dem Gruppenurlauber, dieser Gast reist meist für eine Familienfeier oder ein Firmenevent an. Der dritte Reisende ist der Reittourist, der seinen Urlaub auf dem eigenen Pferd verbringt. Als Freizeitfaktor dient die Lage der Ranch. Zeitgleich kann man in zwei Regionen Urlaub machen, zum einen in der Pfalz, zum anderen im Elsass. Rund um die Ranch liegen ca. zehn Burgen und Burgruinen, die die Geschichte und die Kultur der Region widerspiegeln. Zu Fuß, mit dem Fahrrad oder auf dem Rücken eines Pferdes können alle Sehenswürdigkeiten besichtigt

werden. Auf dem Weg dorthin gibt es verschiedene Rastmöglichkeiten für Mensch und Tier. Mit dem Auto ist man schnell in eine andere Ortschaft gefahren, wie Wengelsbach oder Wissembourg. Innerhalb von einer halben Stunde kann der Gast eine neue Landschaft entdecken und eine andere Kultur erleben. Auf der Ranch selbst kann der Gast seine Zeit am Lagerfeuer oder im Saloon verbringen. Zusätzlich kann der Reiter mit seinem Pferd im Round-Pen oder in einem Hindernis-Trail trainieren. Frau und Herr Klotz unterstützen die Reittouristen gerne beim Finden von neuen Hindernissen oder geben Tipps zur Optimierung des Trainings.

5.2.2 Schönbachhof



Abbildung 12 Schönbach Hof 1

Quelle: Schönbach Hof, 15.12.2016

Der Schönbach Hof ist ein typischer Reiterhof und Reitbetrieb mit 13 Pferden und einer dazugehörigen Gästepension. Der Betrieb liegt in Silz, im Landkreis Südlichen Weinstraße. Jutta Müller-Weiland ist Besitzerin des Hofes und gleichzeitig Pferde-Trainerin, Reitlehrerin und auch Vorsitzende der Organisation Pfalz zu Pferd.

Als eingetragene Wanderreitstation dient der Schönbach Hof als Reiseziel vieler Wanderreiter. Ob Reiter mit oder ohne eigenem Pferd oder als Pferdeinteressierter, kommt jeder auf seine Kosten. Denn jeder Gast kann an reittouristischen Aktivitäten wie Tagesausritten oder Geländeritten teilnehmen, da Frau Müller-Weiland sechs ihrer geschulten Pferde für private Ritte zur Verfügung stellt. Jedoch werden alle Ritte mit ihren Pferden von Frau Müller-Weiland persönlich betreut.

Die Reiter, Wanderer oder auch Mountainbiker werden in der Nähe der Stallungen in Einzel- oder Doppelzimmer untergebracht. Die Buchung in der Gästepension inkludiert die Übernachtung sowie das Frühstück und ein gewünschtes Lunchpaket für einen Tagesausflug. Individuell kann für den Abend auch ein Abendessen in der Pension geplant wer-

den. Das Team des Hofes bietet ihren Gästen an, sie in eine nahegelegene Gaststätte zu fahren und auch wieder abzuholen. Kleinigkeiten machen den Charme des Reiterhofes aus und sind Grund für den regelmäßigen Wiederbesuch. Jutta Müller-Weiland bietet nicht nur geführte Wanderritte oder Tagesausritte an, zusätzlich können auch Reiterferien für Kinder und auch Reitunterricht für Anfänger und Fortgeschrittene gebucht werden. Ebenso können die eigenen Pferde zu Frau Müller-Weiland gebracht werden, sie trainiert die Gastpferde und hilft durch Bodenarbeit oder auch Scheutrainning das Tier geländesicher zu machen. Wie schon erwähnt ist für die Verpflegung und Unterkunft der Gäste gesorgt. Doch auch die Pferde haben die Möglichkeit, den Ausflug oder den Urlaub zu genießen. Es stehen für die Unterbringung der Tiere viele Weideflächen, Boxen und auch eine Reithalle mit Sandboden zur Verfügung. Zusätzlich gibt es genügend Platz um Sättel, Decken und Trensen sicher zu verstauen.

Durch die einmalige Lage inmitten des Pfälzer Waldes und seine umliegenden Sehenswürdigkeiten ist der Schönbach Hof ein beliebtes Reiseziel für Wanderer, Mountainbiker und Wanderreiter geworden (vgl. Schönbach Hof).



Abbildung 13 Schönbach Hof 2

Quelle: Schönbach Hof, 15.12.2016

Destination

Silz ist ein staatlich anerkannter Erholungsort mit einer abwechslungsreichen Landschaft. Dazu gehören ausgedehnte Wanderwege, Berge, Wälder und Seen, die zum Baden einladen. Die Ortschaft liegt an der südlichen Weinstraße und gehört zur Verbandsgemeinde Annweiler am Triefels. Sie ist umgeben von zahlreichen Sehenswürdigkeiten, die über unterschiedliche Wander- und Reitrouen zu erreichen sind. In der Nähe von Silz liegt zum Beispiel der „Teufelstisch“, eine Felsformation in Hinterweidenthal oder die Burg St. Pe-

tersberg, westlich von Silz gelegen. Weitere Burgen und Seen befinden sich in unmittelbarer Nähe und sind über verschiedene Wege und Tagesritten zu erreichen. Um die Pfälzer Atmosphäre abzuschließen, zieren mehrere Hütten die Wanderwege, an denen sich der Reiter und auch das Pferd ausruhen können. Die meisten Wege sind weiche Gras- und Waldwege, die geeignet für Reiter und Pferd sind (vgl. Silz). Da inzwischen eine Mountainbike Tour durch Silz hindurchführt, wird der Schönbach Hof nicht nur von Reitern und Wanderern genutzt, sondern ist auch ein Reiseziel für Mountainbiker geworden.

Struktur und Daten

Die Besitzerin der Einrichtung gab Einsichten in die Zahlen des Schönbach Hofes. Durch den strukturellen Wandel der Zielgruppe wurde der Hof und auch die Gästepension einer Veränderung unterzogen. Denn der typische Wanderreiter, der im Heulager oder im Freien übernachten will, gibt es nur noch selten. Die Wünsche und Ansprüche der Gäste steigen stetig an. Zu Beginn waren die Gästezimmer schlicht eingerichtet, mit einem Bett und einem gemeinschaftlichen Badezimmer. Um den Ansprüchen der Gäste gerecht zu werden, wurden im Winter 2015 die Zimmer renoviert. Mit vielen Kleinigkeiten soll der Gast vom Charme des Schönbach Hofes eingenommen werden. Die Gästepension besteht aus vier Doppelzimmer, einem Einzelzimmer und einem Wanderreitzimmer, welches in naher Zukunft zu weiteren Doppelzimmern umgebaut werden soll.

Durchschnittlich sind jeden Monat bis zu 40 Gäste in der Pension untergebracht. Das bedeutet, dass die Gästezimmer über die Wochenenden immer belegt sind. Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Hof hauptsächlich ein Wochenendbetrieb ist. Trotz alledem liegt die durchschnittliche Übernachtungsdauer bei 4,0. Viele Reiter reisen über ein verlängertes Wochenende oder über die Feiertage an. Der Großteil der Gäste bucht direkt eine ganze Woche auf dem Hof. Selten sind mittlerweile Wanderreiter, die nur eine Nacht bleiben, um am Tag darauf zur nächsten Wanderreitstation aufzubrechen. Laut Frau Müller-Weiland reisen ca. 60 Prozent der Reiter mit ihrem eigenen Pferd an. Selten reist ein Reiter alleine, meist kommen sie zu zweit. Jedoch kommt es immer häufiger vor, dass ein Paar mit nur einem Pferd auf den Hof kommt. Der Grund dafür ist, dass nur einer der beiden Gäste tatsächlich reitet und der andere nur ein größeres Interesse am Tier zeigt.

Auf dem Schönbach Hof hat das Paar zwei Möglichkeiten, seinen Urlaub zu verbringen. Zum einen könnte Frau Müller-Weiland eines ihrer Schulpferde für einige Ausritte zur Verfügung stellen. Hierbei würde die Berittführerin selbst die Ritte planen und gemeinsam mit dem Paar antreten. Zum anderen kann der Reiter die Zeit auf dem Rücken des Pferdes verbringen mit Tagesausritten oder mit Einzelunterricht im Westernreiten. Der Partner kann währenddessen einen schönen Tag im Pfälzer Wald zu Fuß verbringen oder sich in

der nahegelegenen Saunalandschaft entspannen. In jeglicher Hinsicht dient der Urlaub zur Erholung und Entspannung mit dem Pferd.

Die Übernachtung im Doppelzimmer kostet die Nacht 40 Euro inklusive Frühstück, das Einzelzimmer 45 Euro. Pro Pferd werden nochmals 15 Euro für die Unterbringung in der Box, im Offenstall oder Weidepaddock mit Verpflegung berechnet. Will man sein Pferd dauerhaft auf dem Hof unterbringen und es von Frau Müller-Weiland trainieren lassen, werden die Kosten individuell mit ihr vereinbart.

Marketing

Um den Bekanntheitsgrad des Hofes zu steigern, repräsentiert sie sich auf zahlreichen Webseiten. Die wichtigste Plattform ist die eigene Website, www.schoenbachhof-pfalz.de. Da Frau Müller-Weiland Gründungsmitglied sowie Vorsitzende der Organisation „Pfalz zu Pferd“ ist, wird der Hof auch auf dieser Website vertreten. Hier werden alle Wanderreitstationen dargestellt, die Mitglied des Vereines sind. Durch die Zusammenarbeit verschiedener pferdebezogener Regionen gründete sich der Verband „Urlaub zu Pferd“ und „Deutschland zu Pferd“. Auch hier ist der Schönbach Hof auf den Webseiten zu finden. Auf allen Seiten befindet sich eine direkte Verbindung zur eigenen Website. Zusätzlich arbeitet der Hof mit dem Tourismusverband Annweiler am Triefels und mit der Dorfgemeinde Silz zusammen. In beiden Fällen bewirbt die Website den Urlaub auf der Wanderreitstation sowie den Urlaub mit dem Pferd.

Ein weiteres Marketing Instrument sind die Messeauftritte. Diese werden von „Pfalz zu Pferd“ organisiert und von allen Mitgliedern durchgeführt. Jede Wanderreitstation wird auf der Messe präsentiert und vorgestellt. Eine bekannte pferdebezogene Messe ist die Equitana, die Weltmesse des Pferdesports. Diese findet alle zwei Jahre statt. 2015 beteiligten sich 850 Aussteller, die von rund 208.000 Besuchern innerhalb von neun Tagen besucht wurde (vgl. Equitana). Trotz der Präsenz auf unterschiedlichen Messen bleibt das Internet primär das wichtigste Werbemittel.

Freizeitfaktor

Der Hauptgrund für die Anreisen ist die Möglichkeit, Urlaub mit dem eigenen Pferd machen zu können. Ebenso ein Grund ist die Landschaft und die Ruhe vor dem alltäglichen Stress. Für Abwechslung ist gesorgt, ob Tagesausritte zu unterschiedlichen Sehenswürdigkeiten oder geführte Themenritte mit Frau Müller-Weiland, bis hin zur Entspannung in der Saunalandschaft.

Für Reiter, Wanderer und Mountainbiker gibt es verschiedene Routen entlang der Südlichen Weinstraße. Auf den Wegen sind diverse pferdefreundliche Gaststätte, die zur Rast einladen. Die Tagesritte oder auch Themenritte werden von der Berittführerin geplant und

durchgeführt. Beispiele hierfür sind die „Raubrittertour“ oder der „Drei-Burgen-Ritt“. Diese führen jeweils an verschiedenen Burgen, Sehenswürdigkeiten und Hütten vorbei. Eine weitere Möglichkeit ist es, ein von Frau Müller-Weiland gestelltes Outdoor-Navigationssystem zu nutzen, um den Tag mit Kultur zu füllen. Auf dem Gerät befinden sich Landschaftskarten, die mit individuellen Routen bespielt werden können. Der Reiter, Wanderer oder auch Biker wird mit dem Navigationsgerät durch die Strecke geführt. Wer noch nicht sicher im Sattel sitzt, kann während des Reiterurlaubes an Westernreitstunden teilnehmen. Zur Erholung stehen den Gästen ein Grillplatz und eine Veranda zur Verfügung. Der Schönbach Hof kooperiert mit verschiedenen Restaurants in der Umgebung, diese bieten dem Gast einen Abhol- und Bring-Service an, damit sich dieser an dem Abend um nichts mehr kümmern muss. Weitere Freizeitaktivitäten für den Reiter können das Wandern, Mountainbike fahren, das Baden am See oder der Besuch im Wild und Wanderpark sein.

5.2.3 Bewertender Vergleich der Betriebe

Die vorangehende Analyse der Praxisbeispiele soll bei der Auswertung und dem Vergleich deren behilflich sein. Der größte Unterschied liegt in der Betriebsform. Die Longhorn Ranch ist ein Hotel Garni mit privater Affinität zum Pferd. Der Schönbach Hof jedoch ist ein gewerblicher Reitbetrieb mit Gästezimmern, bzw. Wanderreitstation. Diese Form des Pferdebetriebes lebt von den Einnahmen aus der Vermietung der Pferde und der Stallungen, der Betreuung und Verpflegung von Fremdpferden oder auch von Reitstunden. Zusätzlich sorgt die Gästepension für eine weitere Einnahmequelle, denn der Unterhalt, die Pflege und die Ausbildung der Pferde ist kosten- und zeitintensiv. Da das Wohl der Tiere das ganze Jahr im Vordergrund steht, sind alle Einnahmequellen von wichtiger Bedeutung. Durch alle Einkünfte müssen die laufenden Kosten der Tiere abgedeckt werden, wie zum Beispiel die Kosten für den Tierarzt, für das Futter und Wasser sowie Einstreu (Stroh), für die Stallboxen. Das Wohlbefinden der Tiere ist relevant für den Erfolg des Reitbetriebes, denn sind die Pferde nicht gesund, können sie nicht an den reittouristischen Angeboten teilnehmen und somit würde die Haupteinnahmequelle des Hofes ausfallen. Das Pferd ist in einem Reiterhof wichtiger Bestandteil des Unternehmens, worauf nicht verzichtet werden kann. Ebenso steht das Tier im Mittelpunkt aller Aktivitäten, was den Ansprüchen der Zielgruppe entspricht.

Im Gegensatz dazu lebt die Ranch hauptsächlich von den Einnahmen des Hotels und der Vermietung der Räumlichkeiten für private und geschäftliche Veranstaltungen. Der private

Pferdebetrieb dient nicht als Einnahmequelle, sondern ist nur ein Hobby der Familie Klotz. Durch die Vermietung von Stallungen und dem Angebot, an geführten Wanderritten bzw. Tagesritten teilzunehmen, ist der Reitbetrieb nur ein kleiner Nebenerwerb für die Ranch. Obwohl auch auf der Ranch das Wohl der Tiere wichtig ist, ist die Existenz nicht von deren Wohlergehen abhängig. Denn auch ohne den Pferdebetrieb würden die Gäste die Hotelzimmer und die Location buchen und somit den Hauptbetrieb am Laufen halten. Somit hat die Ranch nur eine Einnahmequelle, wobei der Schönbach Hof mehrere benötigt, um das Wohl der Tiere sicher zu stellen. Die Attraktivität des Hofes, als Urlaubsziel, steigert sich durch das vielfältige reittouristische Angebot, was durch die durchschnittliche Übernachtungsdauer belegt werden kann. Obwohl beide Betriebe umgeben sind von Sehenswürdigkeiten, die über pferdegeeignete Wege zu erreichen sind, verbringt der Wanderreiter auf dem Schönbach Hof durchschnittlich 4,0 Nächte und der Gast auf der Longhorn Ranch nur 2,5 Nächte. Dies kann ebenso auf den unterschiedlichen Kundenkreis zurückzuführen sein. Denn viele Gäste der Ranch sind Geschäftsleute, die nur über kurze Zeit zu einem Meeting oder einer Firmenveranstaltung anreisen. Im Gegensatz dazu reisen die Reiter des Schönbach Hofes mit ihrem Pferd für mehrere erholsame Urlaubstage an. 20 Prozent der Gäste der Longhorn Ranch reisen mit eigenen Pferden an, diese bleiben häufig bis zu zehn Tagen. Allerdings ist der Wanderreiter nicht die Hauptzielgruppe der Ranch. Dennoch sieht Herr Klotz eine stetige Steigerung und ein großes Potenzial im Bereich des Wanderreittourismus. Auch Frau Müller-Weiland sieht eine Veränderung im Reittourismus. Seit der Gründung von „Pfalz zu Pferd“ nimmt die Nachfrage an reittouristischen Angeboten immer weiter zu. Auch steigt auf dem Schönbach Hof die Nachfrage nach Westernreitunterricht, welcher nicht turnierorientiert ist. Das Interesse der Reittouristen an Tagesausritten und Wanderritten mit eigenem Pferd oder Schulpferden steigt stetig an. Zugleich wuchs die Nachfrage nach der Unterbringung für Mensch und Pferd, um gemeinsam den Urlaub zu verbringen. Die Nähe zum Pferd und somit zu den Stallungen ist ein immer wichtiger werdender Aspekt des Wanderreiters.

Um die Betriebe weiter bewerten zu können fehlen wichtige interne Daten, jedoch kann zusammenfassend gesagt werden, dass der Schönbach Hof mehr auf die Zielgruppe Reiter und Reittourist eingeht und sich auf diesen spezialisiert. Denn durch die zahlreichen Angebote wie dem Reitunterricht und der Möglichkeit, an geführten Wanderritten teilzunehmen, tragen dazu bei das gesamte Potenzial der Zielgruppe auszuschöpfen und deren Wünschen und Ansprüche gerecht zu werden. Jedoch ist nicht zu bestreiten, dass all diese Einnahmequellen notwendig sind, um den Tieren gerecht zu werden und davon leben zu können. Im Gegensatz dazu kommt das Hotel Garni auch ohne gewerblichen

Reitbetrieb aus und hat so im wesentlichen weniger Fixkosten im Bereich der Pferdehaltung. Durch die fehlenden reittouristischen Angebote wie das Leihen eines Schulpferdes, kann die Ranch nicht das gesamte Potenzial der Zielgruppe ausschöpfen.

6 Handlungsempfehlungen

Anhand der Arbeit lässt sich das wachsende Potenzial der Zielgruppe Reiter und Reittouristen aufzeigen. Auch wird klar, dass Deutschland sich als Reiterland etablieren lässt. In vielen Regionen eignen sich die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Reiter. Zwar wird Deutschland noch nicht ausreichend als Reiturlandsland vermarktet, jedoch bietet das Land schon viele unterschiedliche Destinationen und Produkte an.

Durch die Zielgruppenanalyse erkennt man das Potenzial und das Interesse am Wanderreiten bzw. am Urlaub, in dem das Pferd im Mittelpunkt steht. Die Zahl der Wiedereinsteiger in den Pferdesport und das Interesse am Freizeitreiten steigt immer weiter. Sie weisen das größte ungenutzte Potenzial in der Branche des Reittourismus auf. Somit sind sie die wichtigste Zielgruppe in diesem Bereich. Die Reisemotivation der Reittouristen ist es, so viel Zeit wie möglich mit dem Pferd zu verbringen und die Natur zu genießen. Deshalb kommen nicht nur Reiter und Wiedereinsteiger, sondern auch Pferdeinteressierte als Reiturlandslandsgäste in Frage. Sie haben bis jetzt noch keinen Urlaub mit Pferden in Betracht gezogen, doch durch spezielle Angebote könnte das brachliegende Potenzial der Zielgruppe auch noch genutzt werden. Um als Unterkunft für Reiter und Pferd in Frage zu kommen, muss sich der Betrieb mit den Wünschen und Bedürfnissen der Zielgruppe auseinandersetzen und sein Angebot auf diese abstimmen. Geht man davon aus, dass ein neuer Betrieb in einer noch nicht erschlossenen Destination eröffnet werden soll, muss zuerst eine Standortanalyse durchgeführt werden. Dies geschieht, um herauszufinden, ob sich die Destination für den Wanderreittourismus eignet. Denn der Betrieb alleine reicht nicht aus, um als Urlaubsziel ausgewählt zu werden. Die gesamte Region muss dem Reiter eine große Auswahl an Freizeitmöglichkeiten bieten, wie zum Beispiel kulturelle Angebote, Besuche von Sehenswürdigkeiten, Vielfalt an reiterfreundlichen Restaurants, Wellnessbäder und auch Lagerfeuerstellen.

Zusätzlich zum Freizeitangebot ist die Landschaft ein wesentlicher Aspekt bei der Wahl der Destination. Hier spielen die Wege, die Wanderreitrouen und das Landschaftsbild eine wichtige Rolle. Es wird eine gute Infrastruktur rund um die gewählte Destination be-

nötigt, damit die Anreise für den Gast mit eigenem Pferd nicht zu beschwerlich wird und das Pferd keinem unnötigen Stress ausgesetzt ist. Je einfacher die Fahrt, desto gewillter ist der Reiter, eine längere Strecke auf sich zu nehmen. Wie bereits erwähnt, eignen sich die rechtliche Gesetzgebung in Deutschland, um eine neue Destination als Reiterregion zu vermarkten, bzw. den Reittourismus in die Region zu integrieren. Jedoch kann das jeweilige Landesforstgesetz die Nutzung der Wege für den Reiter einschränken und somit die Attraktivität der Region als Reiterland verringern. Eignen sich jedoch die gesetzlichen Grundlagen, ist es der erste Meilenstein, um sich in der Wanderreiterszene als Reitbetrieb und Wanderreitstation zu etablieren.

Um das Interesse für einen Reitbetrieb mit Gästepension oder ein Hotel mit privater Affinität zu Pferden zu wecken, sollten verschiedene Faktoren in die Planung mit einbezogen werden. Zum Beispiel sollten die Unterkünfte der Reiter in der Nähe der Stallungen sein. Der Gast erwartet einen gewissen Komfort für Pferd und Reiter, auch wenn er eine Wanderreitstation als Unterkunft wählt. Nach einem langen Tag auf dem Rücken eines Pferdes will der Reiter nicht mehr im Heulager nächtigen, sondern bevorzugt ein warmes und bequemes Bett, ein Badezimmer mit frischen Handtüchern und Erfrischungsgetränken auf dem Zimmer, damit der Urlaub auch zu Pferd so komfortabel wie nur möglich wird. Um auf die Gäste und deren Wünsche eingehen zu können, eignet sich ein „Bed and Breakfast“, eine Gästepension, die eine Übernachtung mit Frühstück anbietet. Da der Tagesablauf der Gäste je nach Länge der Ausritte variiert, sind sie auf reiterfreundliche Restaurants und Gaststätten angewiesen. Indem die Gästepension mit den Restaurants kooperieren, kann dem Gast eine zusätzliche Leistung angeboten werden, wie zum Beispiel ein Shuttleservice von der Pension bis zum Restaurant und wieder zurück. Dieses Angebot eignet sich für Wanderreiter, die oftmals ohne Auto unterwegs sind. Jedoch ist dem Reiter die Unterkunft des Tieres wichtiger als seine eigene. Dieser Aspekt ist für Urlauber, die ihr eigenes Pferd mit sich bringen, relevanter als für andere. Bei einem Reitbetrieb sind die Pflege und die Unterbringung der eigenen Tiere ausschlaggebend für den Erfolg als Wanderreitstation. Ist der Stall heruntergekommen und die Pferde nicht gesund, reisen auch keine Gäste an. Für die Gastpferde sollten auf jeden Fall Gastboxen oder Stallungen zur Verfügung stehen. Auch für die Verpflegung der Tiere muss gesorgt sein und der tägliche Weidegang sowie die Nutzung der Reitflächen wie Reithalle oder Round-Pen müssen gewährleistet werden. Nur wer dem Tier, ob Gastpferd oder eigenes, gerecht wird, kann den Reiter überzeugen, seinen Reitbetrieb als Unterkunft im Urlaub zu wählen.

Um den Markt optimal ausschöpfen zu können, sollte jeder Betrieb, der sich auf die Zielgruppe der Wanderreiter spezialisiert hat, auch mit der Thematik der Leihpferde beschäftigen. Auch wenn das Halten von Leihpferden oder auch Schulpferden sehr kosten- und zeitintensiv ist, kann nur so die gesamte Zielgruppe optimal angesprochen werden. Wie man an den Praxisbeispielen erkennen kann, ist der Schönbach Hof auf die Zielgruppe der Reiter und Reittouristen spezialisiert, wohin gegen die Longhorn Ranch mit privatem Reitbetrieb, ohne Leihpferde, den Reiter nicht als Hauptzielgruppe hat. Sie sind nur eine Nebenzielgruppe und bringen dem Besitzer der Ranch eine zusätzliche Einnahmequelle, in dem sie dem Reiter anbieten, sein eigenes Pferd mitzubringen. Für die Unterkunft und Verpflegung der Tiere wird gesorgt. Trotz allem bleibt der Großteil der Zielgruppe unerschlossen.

Will man aber als Reitbetrieb das gesamte Potenzial nutzen und vom Reittourismus leben, sollte man dem Gast die Möglichkeit bieten, sich ein geschultes Pferd ausleihen zu können. Ebenso relevant ist es, dass der Gastreiter an Reitunterrichtsstunden, geführten Wanderritten, Themenritte, Tagesausflüge oder auch Schulungen bzw. Weiterbildungsmaßnahmen teilnehmen kann. Zugleich sind die Vielfalt und die Flexibilität der Angebote für die Zielgruppe wichtig. Schenkt man den Wiedereinsteigern, die durchschnittlich 30 Jahre alt sind, die größte Aufmerksamkeit, ist es z.B. in Bezug auf den Reitunterricht wichtig, dass die Reitschüler zwischen den Tagen und Unterrichtsgruppen variieren können. Somit ist es auch für den Übernachtungsgast auf dem Hof möglich, am Unterricht teilzunehmen. „Durch die Wahlmöglichkeit der Angebote bleiben diese flexibel genug, um sich an die Kunden anzupassen“ (vgl. Rickert/ Schwarzbart 2013, 163). Auch ist es für den Betrieb von Bedeutung, sich einen USP, ein Alleinstellungsmerkmal, zu schaffen, um sich von der Konkurrenz absetzen zu können. Indem der Reiterhof einen namenhaften Gasttrainer organisiert, wie z.B. Monty Roberts, den amerikanischen Pferdeflüsterer, kann dies den Andrang auf den Hof erhöhen. Eignet sich die Region und der Betrieb für den Reittourismus, sollte man sich um die optimale Vermarktung beider kümmern.

Um den Hof auf dem Markt zu positionieren, ist die direkte Vermarktung am wichtigsten. Die eigene Website und der Auftritt auf Social Media Seiten wie Facebook oder Instagram, sind relevante Marketing Instrumente, die den gesamten Betrieb präsentieren. Zusätzlich sind Informationsmaterial wie Broschüren oder Flyer von großer Bedeutung. Ergänzend sind auch Auftritte auf pferdebezogenen Messen und Veranstaltungen, aber auch Anzeigen in Fachzeitschriften und regionalen sowie überregionalen Printmedien.

Durch regelmäßigen Informationsfluss durch den Betrieb wird das Interesse bei Neukunden geweckt und bei dem bereits bestehenden Kunden gesichert.

Durch den Zusammenschluss verschiedener pferdebezogener Vereine und Organisationen kann der Reittourismus und somit auch der Reitbetrieb mehr Aufmerksamkeit erzielen. Dies geschieht durch indirekte Auftritte auf anderen Internetseiten, wie z.B. „Pfalz zu Pferd“, „Deutschland zu Pferd“ oder auch der Auftritt im Tourismusbüro in der Region. Somit hat der Gast verschiedene Anlaufstellen, um Informationen über den Reitbetrieb zu erlangen. Man kann sagen, dass das gesamte Angebot der Region und des Betriebes regelmäßig den Wünschen und Bedürfnissen der Reiter angepasst werden muss, um das gesamte Potenzial der ständig wachsenden Zielgruppe voll ausschöpfen zu können.

Abschließend kann festgestellt werden, dass Potenzial im Bereich des Reittourismus und Wanderreitens besteht, dieses jedoch noch nicht ausreichend abgeschöpft wird. Damit die Branche weiterwachsen und sich entwickeln kann, müssen weitere Maßnahmen zur Förderung des Reittourismus ergriffen werden. Gerade für den ländlichen Raum kann sich der Reittourismus zu einer zusätzlichen Einnahmequelle entwickeln, ohne viel Geld und Zeit in den Aufbau von neuen Wegen und Infrastrukturen zu investieren.

7 Literatur- und Quellenverzeichnis

- Adjouri, Nicholas/ Büttner, Tobias (2008): Marken auf Reisen. Erfolgsstrategien für Marken im Tourismus. Wiesbaden.
- Behrens-Egge, Mathias/ Harfst, Wolfgang/ Rein, Hartmut/ Scharpf, Helmut (2009): Tourismus rund ums Pferd, Marktanalyse BTE. Hannover.
- Dreyer, Axel/ Linne, Martin (2016): Grundwissen Tourismusmarketing. München.
- Fischer, Elisabeth (2009): Das kompetenzorientierte Management der touristischen Destination. Identifikation und Entwicklung kooperativer Kernkompetenzen. Wiesbaden.
- Hannich, Frank (2008): Destinationsmarken im Special Interest Tourismus. Wiesbaden.
- Himmel, Jana (2008): Reittourismus als Baustein einer nachhaltigen Regionalentwicklung. Saarbrücken.
- Linne, Martin (2016): Grundwissen Tourismus. München.
- Rein/Schuler/Franke (2012): Tourismus im ländlichen Raum. In: Rein, Hartmut/ Schuler, Alexander (Hrsg.): Tourismus rund ums Pferd. Wiesbaden, 190-205.

Rickert, Nicole/ Schwarzbart, Daniela (2013): Arten und Formen des internationalen Reittourismus. In: Bochert, Ralf (Hrsg.): Reittourismus. Berlin, 16-21.

Rickert, Nicole/ Schwarzbart, Daniela (2013): Weitere Aspekte des Reittourismus und im Pferdesport. In: Bochert, Ralf (Hrsg.): Reittourismus. Berlin, 83-94.

Rickert, Nicole/ Schwarzbart, Daniela (2013): Fallbeispiel. In: Bochert, Ralf (Hrsg.): Reittourismus. Berlin, 155-170.

Rösner; Jörg-Michael/ Stockert; Nicole (2012): Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland, Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche, Kurzfassung. München.

Tennstedt, Dana (2008): Reittourismus in Deutschland. Analyse der gegenwärtigen Situation und zukünftiger Potenziale. Saarbrücken.

Equitana: https://www.equitana.com/daten_fakten_8.html (17.12.2016)

Das Pferd- Vom Arbeitstier zum Freizeitpartner:

http://www.vierkanthof.info/content/de/ansichten_einsichten_aussichten-pferdewirtschaft/pferdewirtschaft.html (17.12.2016)

Definition Breitensport:

<http://www.franks-laufseite.de/definition-breitensport.html> (17.12.2016)

Definition Voltigieren:

<http://www.pferd-aktuell.de/voltigieren/voltigieren> (17.12.2016)

Destination:

http://www.bte-tourismus.de/_ressources/documents/default/4-153-3-1459256784.pdf (17.12.2016)

Deutscher Tourismusverband 2015:

https://www.bvcd.de/fileadmin/bvcd/9_Zahlen__Daten__Fakten/1_Monatserhebung/MonatserhebungTourismus_2015_12_ZahlenDatenFakten_2015_DTV.pdf (17.12.2016)

Die dunklen Seiten des globalisierten Tourismus 2002:

<http://www.bpb.de/apuz/25892/die-dunklen-seiten-des-globalisierten-tourismus?p=all> (07.11.2016)

Entwicklung des Tourismus:

<http://www.bmwi.de/DE/Themen/Tourismus/entwicklung-des-tourismus.html> (07.11.2016)

Ettel, Anja (2010): Bruttowertschöpfung fasst die Leistungen zusammen.

<https://www.welt.de/wirtschaft/Wirtschaftslexikon/article7096938/Bruttowertschoepfung-fasst-die-Leistung-zusammen.html> (13.12.2016)

Fixkosten Pferdehaltung:

<https://www.tier.tv/pferd/pferdehaltung/fixkosten-beim-pferd> (13.12.2016)

FN Richtlinien:

http://www.pferdesportwestfalen.de/downloads/pdf-dokumente/downloads_fuer_mitgliedsbetriebe/Antrag-Kennzeichnung-Wanderreitstation.pdf (13.12.2016)

Globale Entwicklung:

<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/14/080/1408021.pdf> (07.11.2016)

Gruarin, Stefanie (2012): Westernreiten.

<http://www.equidan.de/definition/westernreiten>(17.12.2016)

Heribert Meffert:

<http://www.derdualestudent.de/definition-marketing.html> (17.12.2016)

IPSOS- Studie: <http://www.wpsv.de/ipsos.htm> (07.11.2016)**Kosten für Equipment:** <https://www.equiva.com/> (07.11.2016)**Landesspezifische Sicherheitshinweise:**

http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/Nodes/BarbadosSicherheit_node.html (17.12.2016)

Landeswaldgesetz Pfalz:

<http://www.wald-rlp.de/unser-wald/waldgesetz.html> (17.12.2016)

Leistungssport Honecke:

<http://www.klausschenck.de/ks/downloads/h31christinaleistungssport.pdf>(17.12.2016)

Long Horn Ranch:

<http://longhornranchpfalz.de/> (17.12.2016)

Mechelhoff, Frank (2012): Wanderreiten- die andere Krone der Reiterei.

http://www.taunusreiter.de/WR_Allgemeines-3.html (17.12.2016)

Pferde aktuell:

<http://www.pferd-aktuell.de/breitensport>(17.12.2016)

Pferdehaltung:

<https://www.lwk-niedersachsen.de/index.cfm/portal/tier/nav/2064/article/28065.html>
(13.12.2016)

Petermann, Thomas (1999): Entwicklung und Folgen des Tourismus Teil II.

<https://www.tab-beim-bundestag.de/de/untersuchungen/u059.html> (17.12.2016)

Prestel, Nicole (2013): Hank Klotz: Der Pfälzer Cowboy.

<http://www.augsburger-allgemeine.de/panorama/Hank-Klotz-Der-Pfaelzer-Cowboy-id26758666.html> (17.12.2016)

Raab, Klaus (2014): Thailand. Reisende können die Lage nicht immer einschätzen.

<http://www.zeit.de/reisen/2014-12/thailand-tsunami-tourismus-putsch> (07.11.2016)

Raths, Kirsten (2013): Mit dem Pferdunterwegs- Expertentipp: Training des Wanderreitpferdes.

<http://www.vfdnet.de/index.php/4474-mit-pferden-unterwegs-expertentipp-training-des-wanderreitpferdes> (17.12.2016)

Schönbach Hof:

<http://www.schoenbachhof-pfalz.de/der-schoenbachhof/preise.html> (17.12.2016)

Sicherheitshinweis (2016):

<https://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/ThailandSicherheit.html> (07.11.2016)

Silz: <http://www.silz.de/tourismus.html> (17.12.2016)**Statista Tourismus weltweit:**

<https://de.statista.com/themen/702/tourismus-weltweit/> (07.11.2016)

Statistik Übernachtungen:

https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2015/02/PD15_041_45412.html(17.12.2016)

Terror und Tourismus (2002):

<http://www.bpb.de/apuz/25879/terror-und-tourismus> (07.11.2016)

Tierschutz:

http://www.tierschutz.com/publikationen/pferde/infothek/mb_pferdesport02.pdf
(23.12.2016)

Tierschutzgesetz:

<http://www.gesetze-im-internet.de/tierschg/BJNR012770972.html> (23.12.2016)

Urlaub (2016):

<http://www.rp-online.de/leben/reisen/news/urlaub-2016-leere-hotels-leere-straende-tuerkei-tourismus-in-der-krise-aid-1.6081170> (07.11.2016)

Übernachtungszahlen EU und Deutschland:

[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Top_10_tourism_destinations_%E2%80%94_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments,_2014_\(million_nights_spent_in_the_country_by_non-residents\)_YB16-de.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Top_10_tourism_destinations_%E2%80%94_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments,_2014_(million_nights_spent_in_the_country_by_non-residents)_YB16-de.png) (13.12.2016)

Vergleich EU und Deutschland:

http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/de
(12.12.2016)

Wartenberg, Erwin (2005): Tourismus in Deutschland 2005: Ankünfte und Übernachtungen nehmen zu:

https://www.destatis.de/DE/Publikationen/WirtschaftStatistik/BinnenhandelGastgewTo urismus/TourismusInDeutschland2005.pdf?__blob=publicationFile (17.12.2016)

Weinlandschaft Pfalz:

<https://www.pfalz.de/sites/default/files/assets/RPT%202010-Pfaelzer%20Weinsteig-74-Leinsweiler.jpg>(17.12.2016)

Wirtschaftsfaktor:

<http://wörterbuchdeutsch.com/de/wirtschaftsfaktor>(17.12.2016)

Wirtschaftsfaktor Pferd:

http://www.hannoveraner.com/fileadmin/user_upload/Verdener-Erklaerung.pdf
(17.12.2016)

Wirtschaftsfaktor Tourismus:

<http://www.bmwi.de/DE/Themen/tourismus,did=478424.html> (17.12.2016)

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname