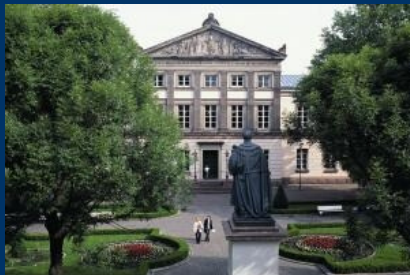


GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT  
GÖTTINGEN



# Erfolgsfaktoren in der Pensionspferdehaltung

Praxisorientierte  
Kundenzufriedenheitsanalysen für  
Pferdepensionsbetriebe



# Ausgangssituation

- Reitsport und Pferdehaltung Wirtschaftszweig mit großem Wachstumspotential
- Vielerorts Umstellung oder Ausweitung landw. Betriebe auf Pensionspferdehaltung
- Markt nähert sich in einigen Regionen der Sättigung
- Kundenzufriedenheit gehört seit 15 Jahren zum Standardrepertoire des Marketings.
- Einsatz von Marktforschung beschränkt sich bisher primär auf Großunternehmen.

## Ziele/Nutzen

- Ermittlung Kundenzufriedenheit
- Durch kundenorientiertes Management und klare Wettbewerbsstrategien können Pensionsnehmer noch stärker an den Betrieb gebunden und neue Kunden hinzugewonnen werden.
- Einzelne Stärken aber auch Schwachstellen des Betriebes werden aus Kundensicht aufgedeckt.

# Arbeitsbereiche

## Kundenbefragung und Betriebskennzahlenerhebung

- Erfolgsfaktoren ermitteln
- Stärken und Schwächen der einzelnen Betriebe bestimmen

## Sammlung der Daten aller Betriebe

- Betriebsvergleich (Benchmark) möglich

## Analyse der Leistungsfähigkeit der einzelnen Betriebe zu vergleichbaren Betrieben

- realistische Lösungskonzepte ableiten

Teilnehmende Betriebe erhalten einen kostenlosen, umfangreichen Ergebnisbericht

# Vorgehensweise

- Anschreiben der Mitgliedsbetriebe des Landesverband Pferdesportverband Berlin-Brandenburg
- Betriebe mit  $\geq 25$  Pensionspferden
- Zusenden des Betriebsleiterfragebogens und der Kundenfragebögen
- Auswertung und Erstellung eines Ergebnisberichts
  - Stärken- und Schwächenanalyse, Vergleich mit dem Durchschnitt aller Betriebe und dem besten Betrieb, Handlungsempfehlungen in Form eines detaillierten Ergebnisberichts
- Ableitung genereller Schlussfolgerungen

# Inhalt der Fragebögen

## Kundenfragebogen:

- Gesamtzufriedenheitsfragen, Fragen zu versch. Kernleistungselementen (z.B. Weidemanagement, Fütterung, Beratung und Service, Atmosphäre des Betriebes, etc.)

## Betriebsleiterfragebogen:

- Betriebskennzahlenerhebung, Fragen zu Haltungsformen, Standortfragen, Konkurrenzsituation, Leistungsangebot und Fragen zur Unternehmerpersönlichkeit.

Alle Daten werden anonym behandelt!

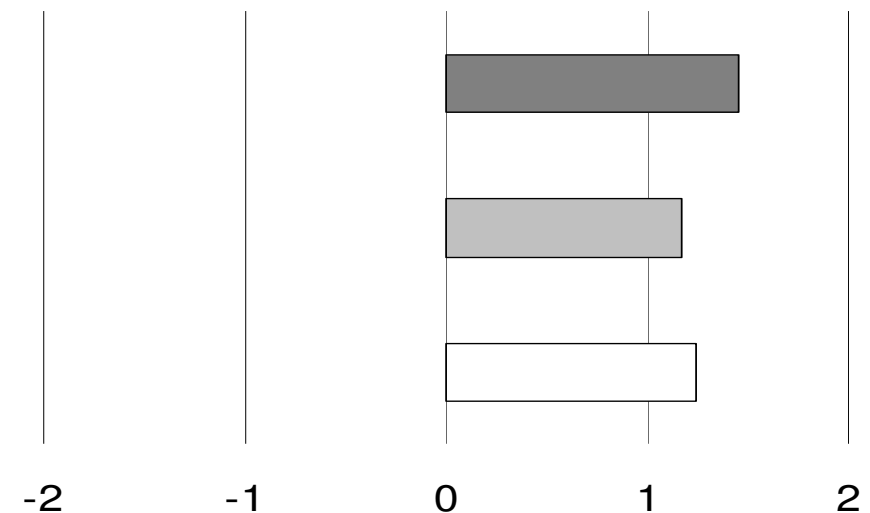
## Bereits geführte Studie

- Pilotstudie
  - Im Zeitraum von August 2006 bis Februar 2007
- Untersuchung von 11 Pensionsbetrieben in verschiedenen Regionen Deutschlands
  - Ø 35 Pensionspferde/Betrieb
  - Ø 35 ha Weidefläche/Betrieb
- Insgesamt wurden 199 Kunden befragt
  - Ø 18 befragte Pensionsnehmer pro Betrieb
- Befragung der Betriebsleiter

# Auszug aus einem Ergebnisbericht

**Frage 2:** *Wie zufrieden sind Sie mit dem Stall an sich?*

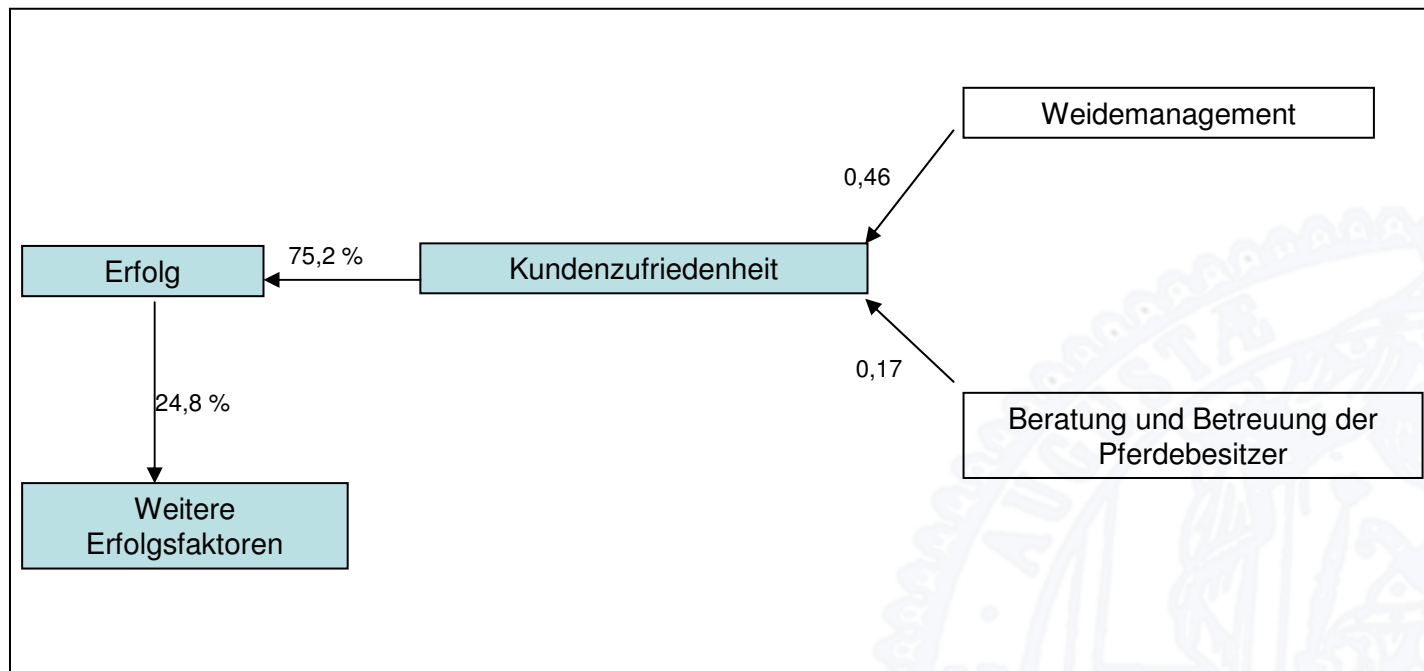
- *Leistungsstärkster Betrieb: 1,45*
- *Ihr Betrieb: 1,17*
- *Gesamt: 1,24*



Skala von -2: sehr unzufrieden bis 2: sehr zufrieden;  
Mittelwertberechnung



# Ausgewählte Ergebnisse



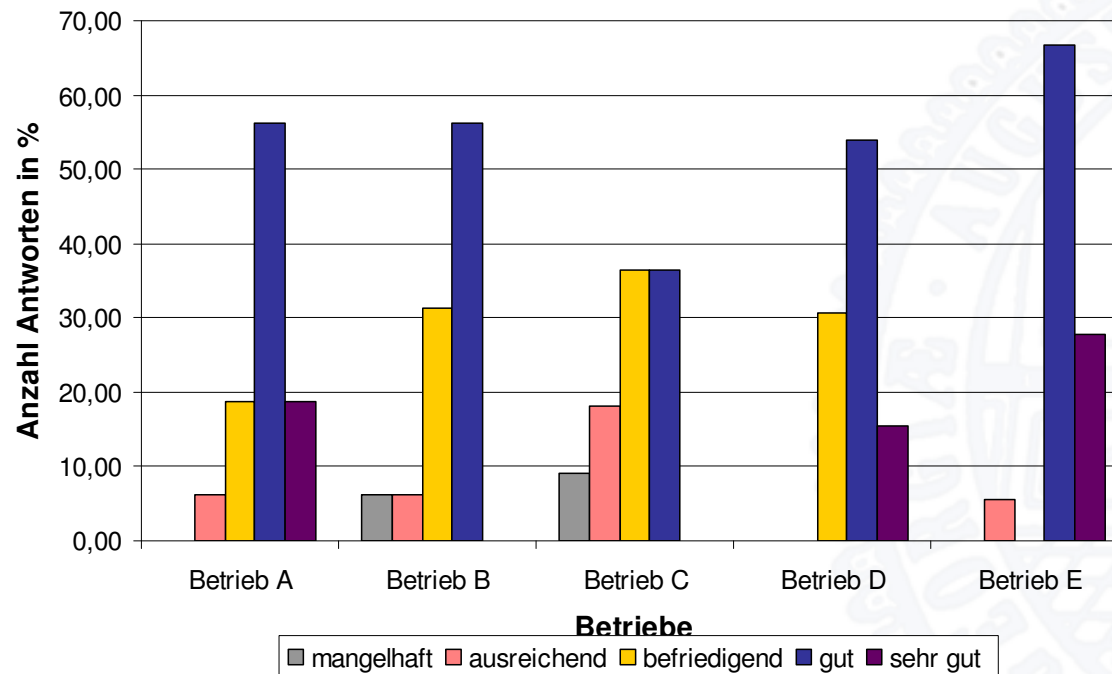
Quelle: Eigene Berechnung

- 75,2 % der Kundenzufriedenheit werden durch das „Weidemanagement“ und die „Betreuung und Beratung der Pferdebesitzer“ bestimmt.

# Ausgewählte Ergebnisse

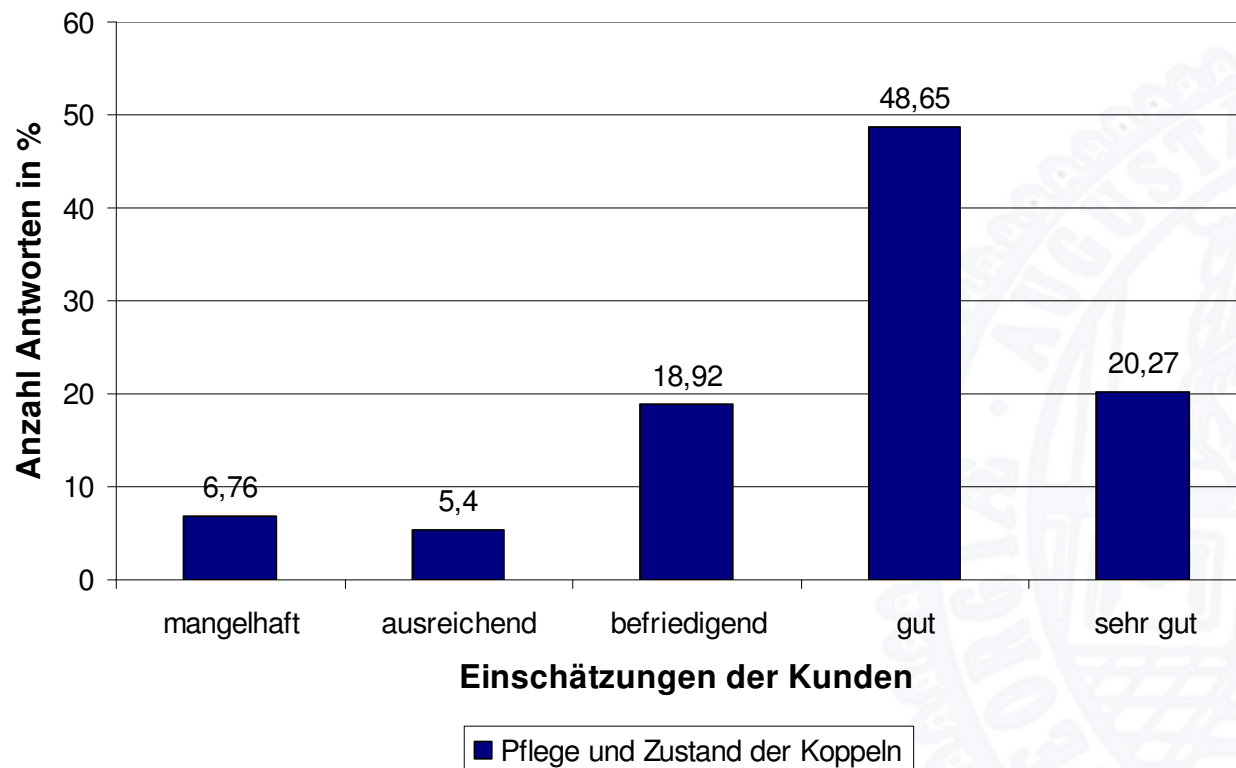
- **Beurteilung der Preisgestaltung durch die Kunden**
- Drei von 5 ausgewählten Betriebe erreichen im Mittel eine „gute“ Einschätzung
- Betrieb C erreicht im Mittel nur ein „befriedigend“

	Betrieb A	Betrieb B	Betrieb C	Betrieb D	Betrieb E
$\bar{x}$	0,88	0,38	0,00	0,85	1,17
$\pm SD$	0,81	0,89	1,00	0,69	0,71



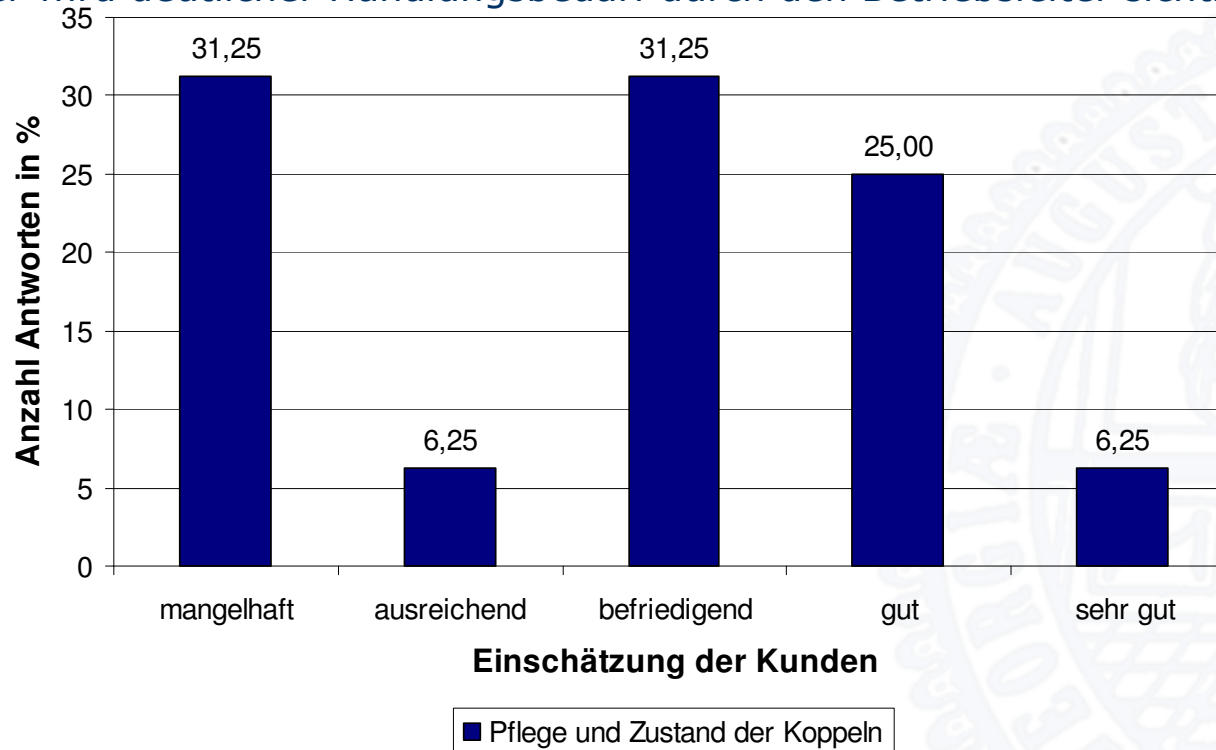
# Ausgewählte Ergebnisse

- **Beurteilung des Zustandes der Weideflächen durch die Kundenseite**
- Gesamtdatensatz:  $\bar{x} = 0,7$  (Einschätzung zw. „befriedigend“ bis „gut“)
- Weidepflege ist als verbesserungswürdig einzustufen



# Ausgewählte Ergebnisse

- **Beurteilung des Zustandes der Weideflächen durch die Kundenseite**
- Betrieb B:  $\bar{x} = -0,31$  (Einschätzung zw. „ausreichend“ bis „befriedigend“)
- Der Betriebsleiter schätzte seinerseits den Zustand der Weiden mit 1, also „gut“ ein.
- Hier wird deutlicher Handlungsbedarf durch den Betriebsleiter sichtbar.



## Fazit

- Umfassende Studie über die Wirtschaftlichkeit der Pensionspferdehaltung unter Berücksichtigung der Kundenseite.
- Betriebswirtschaftliche Kennzahlen und Kundenbewertung lassen einen Rückschluss auf die zentralen Erfolgsfaktoren zu.
- Stärken und Schwächen können für jeden Betrieb individuell analysiert werden.
- Durch die Ergebnisse sind gezielte Marketingmaßnahmen zur Kundenbindung möglich.



Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit.

