

Sportwissenschaft

The German Journal of Sports Science

Bundesinstitut für Sportwissenschaft | Deutscher Olympischer Sportbund | Deutsche Vereinigung für Sportwissenschaft

Elektronischer Sonderdruck für Claudia Gille

Ein Service von Springer Medizin

Sportwiss 2011 · 41:34–43 · DOI 10.1007/s12662-011-0171-2

© Springer-Verlag 2011

zur nichtkommerziellen Nutzung auf der
privaten Homepage und Institutssite des Autors

Claudia Gille · Susanne Hoischen-Taubner · Achim Spiller

Neue Reitsportmotive jenseits des klassischen Turniersports

Eine empirische Untersuchung

Neue Reitsportmotive jenseits des klassischen Turniersports

Eine empirische Untersuchung

Nicht erst seit den jüngsten Dopingvorfällen befindet sich der traditionell organisierte Pferdesport in Deutschland in einer Krise (Gross, 2009). In der Bestandserhebung der deutschen Spitzenverbände des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) 2008 hat die Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (FN) einen Platz einbüßen müssen und rangiert derzeit auf Platz 8. Im Jahr 2007 wurde sie vom Deutschen Alpenverein überholt, der seit 2005 fast 70.000 Mitglieder dazugewonnen hat. Dagegen hat die FN im selben Zeitraum gut 11.000 Mitglieder verloren (DOSB, 2008), obwohl im Zeitraum 2001 bis 2007 die Zahl der Pferdesportler von 2,9 Mio. auf 3,8 Mio. anstieg (AWA, 2007). Dieser positive Entwicklungstrend im Pferdesport findet offenbar weitgehend außerhalb der klassischen Reitvereine statt. Im Gegensatz zu den klassischen Pferdesportvereinen, die in der FN organisiert sind, konnten jüngere Disziplinen in den vergangenen Jahren in Deutschland hohe Mitgliederzuwächse verzeichnen. In der vorliegenden Studie werden als Vertreter der moderneren Pferdesportdisziplinen das Distanzreiten, das Westernreiten und der Sport mit Islandpferden betrachtet.

Der Reitsport (und die ihn betreibende Klientel) hat sich, wie viele andere Sportarten in Deutschland auch, in den vergangenen Jahrzehnten verändert. Dies hat zur Folge, dass sich Reitvereine und -betriebe auf die Veränderungen der Sportler einstellen müssen. Überdies steht der traditionelle/klassische Reitsport in stetigem Wettbewerb zu anderen Sportarten und Freizeitaktivitäten. Die aktuellen Doping-skandale haben die Situation im Pferdesport weiterhin verschärft (Schade, 2009), so dass die traditionelle Pferdesportbranche zukünftig vor der Aufgabe steht, den klassischen Reitsport für viele Reiter und weitere Interessierte attraktiver zu gestalten und zu vermarkten. Im Hinblick auf den Reitsport liegen für die Nachfragerseite, also den Sportlermarkt, bisher kaum Daten vor (IPSOS, 2003). Insbesondere fehlen Informationen über die verschiedenen Zielgruppen im Bereich des Pferdesports. Durch den verschärften Wettbewerb, nicht nur innerhalb der Reitsportdisziplinen, sondern auch mit anderen Freizeit- und Vergnügungsangeboten und in der Folge sinkender Mitgliederzahlen, ist es für den klassischen Pferdesport von herausragender Bedeutung, kundenorientiert und marktnah zu agieren. Ausgangspunkt dieser Marketingaktivitäten sind dabei die genauen Kenntnisse über die am Markt zu bedienenden Zielgruppen mit ihren individuellen Ansprüchen. Motive des Sporttreibens allgemein wurden

u. a. durch das Institut für Demoskopie Allensbach (2001), Gabler (2002) sowie Opaschowski, Pries und Reinhardt (2006) ermittelt. Vergleichbare Arbeiten für den Pferdesport liegen bis auf die IPSOS-Studie (2001) nicht vor. Die Erhebungen der IPSOS-Studie zielen dabei auf den allgemeinen Reitsport ab, ohne die Kunden differenziert zu betrachten. Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es daher, genauere Informationen über die Motive der einzelnen Zielgruppen im Pferdesport zu gewinnen und diese den einzelnen Reitsparten zuzuordnen. Anhand der Ergebnisse sollen zielgruppenorientierte Handlungsempfehlungen für das Pferdesportmarketing abgeleitet werden.

Wandel des Reitsports

Dem Pferdesport kann unter allen Sportarten seit jeher eine Sonderstellung eingeräumt werden, da hier kein *Sportgerät*, sondern vielmehr ein Lebewesen im Mittelpunkt steht (Löwe, 1988). Durch die verschiedenartige Nutzung des Pferdes haben sich im Laufe der Zeit verschiedene Pferdetypen herausgebildet. In früheren Zeiten lagen die Einsatzgebiete des Pferdes vornehmlich in der Landwirtschaft, im Gewerbe sowie im Militär. Daher stand bei züchterischen Entscheidungen stets der Verwendungszweck des Pferdes als Arbeitstier im Vordergrund. Mit der Technisierung in Landwirtschaft,

Gewerbe und Militär ging ein Nutzungswechsel des Pferdes einher. Mit der Zeit verlagerte sich der Schwerpunkt der Nutzung zunehmend auf den sportlichen Bereich (Basche, 1984). Der Umzüchtungsprozess brachte als Nebeneffekt das Aufleben des Turniersports mit sich. Der turniersportliche Vergleich diente nicht mehr nur als Konkurrenzkampf der Herrenreiter, sondern war zugleich Prüfstein für den Erfolg der gewählten Zuchtselektion (Putscher, 1987). Mit der Zunahme der Freizeit entwickelte sich ein anderes Sportverständnis, wobei das Bild vom Herrenreiter nicht dem modernen Freizeitverhalten entspricht und eine veränderte Klientel nach sich zog. Die heutige und auch zukünftige Aufgabe des Reitsports liegt dagegen primär in der Sport- und Freizeitgestaltung des Menschen (Hartmann, 2006). Die IPSOS-Studie hat ermittelt, dass deutschlandweit insgesamt 1,2 Mio. Menschen regelmäßig reiten und weitere 900.000 Menschen den Wunsch verspüren zu reiten. Insgesamt sind etwa 8,7 Mio. Menschen am Pferdesport interessiert (IPSOS, 2003). Der Pferdesport kann sowohl turnier- als auch freizeitsportlich ausgerichtet sein. Dabei nimmt am klassischen Turniersport nur eine kleine Gruppe von etwa 200.000 Reitern aktiv teil (Miesner, 2003).

Auch der gesellschaftliche Wertewandel, der zu grundlegenden Veränderungen im Sportverständnis führte, ist ein wichtiger Treiber aktueller Entwicklungen im Reitsport. Neben dem Spaß sind Gesundheit, Fitness sowie der Ausgleich zur Arbeit wesentliche Motivationen, um sportlich aktiv zu sein. Heute stehen Sport und Bewegung für neue Erlebnisse und schaffen einen Ausgleich zum Alltag (Albers, 2006; Prahl, 2002). Aus den beschriebenen gesellschaftlichen Veränderungen resultieren Trends im Sport (vgl. **Tab. 1**), die sich auch auf den Pferdesport auswirken.

In seinen Ausführungen beschreibt Freyer (2003) u. a. eine wachsende Sportbetätigung als zunehmende Konkurrenz zu anderen Freizeitbeschäftigungen und den Sport als Käufermarkt mit daraus resultierender Bedeutung des Sportmarketings. Schubert (2008) schildert verschiedene Aufgabenbereiche für das Sportmarketing. Im Zusammenhang mit der vor-

Sportwiss 2011 · 41:34–43 DOI 10.1007/s12662-011-0171-2
© Springer-Verlag 2011

Claudia Gille · Susanne Hoischen-Taubner · Achim Spiller **Neue Reitsportmotive jenseits des klassischen Turniersports. Eine empirische Untersuchung**

Zusammenfassung

Während die traditionellen Pferdesportdisziplinen Dressur- und Springreiten Mitglieder verlieren, haben sich weitere Pferdesportarten in Deutschland etabliert und erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit den Hintergründen dieser Entwicklung. In einer empirischen Untersuchung wurden 1814 Reiter zu ihren Reitmotiven befragt. Mit Hilfe von Hauptkomponenten- und Clusteranalyse wurde eine Typologie gebildet, die ein differenziertes Bild der Motive verschiedener Reitergruppen ermöglicht. Während die leistungsorientierten Reiter eher in klassischen Reitsportdisziplinen vertreten sind, dominieren in moderneren Reitsportdisziplinen vor allem Genussmotive. Insgesamt entwickelt sich der

Trend im Reitsport deutlich vom *Drill in der Reitbahn* hin zu mehr Entspannung, Erholung und Selbstverwirklichung. Der Wunsch, in der Freizeit Leistung zu bringen, sich mit anderen zu messen und Erfolg zu haben, ist nur noch für einen kleineren Teil der Pferdesportler bedeutsam. Aus der Verteilung der Motive ergeben sich neue Herausforderungen für den organisierten Reitsport, um den Spagat zwischen den Anforderungen der leistungsorientierten Sportreiter und den Erholungssuchenden zu meistern.

Schlüsselwörter

Pferdesport · Reitergruppen · Motivforschung · Hauptkomponentenanalyse · Clusteranalyse

New equestrian motives beyond the traditional sport tournament. An empirical survey

Abstract

While the traditional equestrian disciplines of dressage and show jumping are losing members, other equestrian sports have become established in Germany and are enjoying increasing popularity. This empirical study examines the background behind this trend. A total of 1,814 horse riders were asked about their motives for riding. By applying factor and cluster analysis, a typology of riders was developed in order to reveal differences in motives between these groups. The performance-orientated riders are more represented in the classic equestrian disciplines, while the newer equestrian disciplines are mostly dominated by motives of pleasure. Over-

all, there is a clear trend towards more relaxation, recreation and self-fulfillment in equestrian sports. The desire to achieve success and to compete with others in one's leisure time only remains important for a small proportion of riders. Therefore, riding clubs must try to balance the demands of performance-oriented and leisure riders and apply target group marketing to expand and to secure their member base.

Keywords

Equine sports · Equestrian groups · Motive survey · Factor analysis · Cluster analysis

Tab. 1 Ausgewählte Trends im Sport. (Mod. nach Freyer, 2001 u. 2003; Quack, 2001; Stumm, 2004)

Freyer 2001 u. 2003	Quack 2001	Stumm 2004
Trend zum Spaß Vom Quälen zum Genießen	Das steigende Anspruchsniveau der Konsumenten	Vom Indoor-Sport zur Outdoor-Variante
Trend zur Bewegungs- und Körperkultur Lustvolle Bewegung, Ästhetik, Spiel, Gesundheit, Gemeinschaftserlebnis	Der zunehmende Wunsch nach Individualität	Vom normierten zum unnormierten Sport
Trend zum Sport als Abenteuer Erlebnis, Action, Grenzen austesten	Die komplexen Motiv- und Aktivitätsbündel	Vom großen Mannschafts- zum kleinen Gruppensport
Trend zum Sportevent Inszenierung des Sports, Sport sehen und erleben	Die ständige Diversifizierung der Zielgruppen	Vom geschützten zum risikoreicheren Sport
		Vom Verein zum unverbindlichen Sport

Tab. 2 Motive zum Sporttreiben

Allensbacher Berichte „Fit durch Sport“ (2001)	Gabler (2002)	Opaschowski, Pries u. Reinhardt (2006)
Bewegungsausgleich	Spaß	Spaß
Förderung der Gesundheit	Bewegungsfreude	Gesundheit
Körperliche Fitness	Sichwohlfühlen	Fitness
Spaß	Ausgleich	Stress Abbau
Figurbewusstsein	Fitness	Bewegungsmangel
Geselligkeit/Gemeinschaft	Gesundheit	Ausgleich zur Arbeit
Stressabbau	Entspannung	Sichwohlfühlen
Entspannung	Stressabbau	Mit anderen Menschen zusammen sein
Leistung und Erfolg	Reiz der Sportart	Gut für die Figur
	körperliche Anstrengung	Körperliche Herausforderung
	Sport in der Natur	Zeitvertreib
	Sportliches Können verbessern	Erfolgsenerlebnis
	Freude	Gruppenerlebnis haben
	Sportliche Ziele	Stärkung des Selbstvertrauens
	Spannendes erleben	Körpererfahrung
	Sich mit anderen messen	Nette Leute kennenlernen
	Soziale Anerkennung	Freunde gewinnen
	Nervenkitzel	

liegenden Arbeit sind besonders zwei von Bedeutung. Zum einen die Zielgruppenorientierung mit der Festlegung von und der Ausrichtung auf Zielgruppen im Sinne von Marktsegmenten. Zum anderen Marktforschung und Qualitätsmanagement, um Motive, Interessen und Ansprüche der Kunden zu ermitteln und die Kundenzufriedenheit zu messen.

In der Literatur wird den Motiven als Antrieb für menschliches Handeln eine große Bedeutung beigemessen. „Motive erklären die Ursachen und Beweggründe (das ‚Warum?‘) menschlichen Handelns.“ Sie basieren auf Emotionen und sind zielgerichtet (Dreyer, 2004). Als ein Motiv des Sporttreibens wird nach Mullin et al. (2007) das *Leistungs- und Selbstwertgefühl* genannt. Dieses Motiv wird beschrieben mit: „The notion of winning does matter,

for players and fans.“ Daneben werden weitere Motive, wie z. B. *Erlernen neuer Fähigkeiten, Gesundheit und Fitness, Spaß und Feiern* oder das *Zugehörigkeitsgefühl*, angeführt (ebd).

Albers (2006) sieht im Vergleich mit älteren Befragungsergebnissen einen Rückgang des Spaßmotivs für das Sporttreiben und eine wachsende Bedeutung von Gesundheit und Fitness sowie Ausgleich von Bewegungsmangel. Die Erholung, besonders in der Natur, gewinnt an Bedeutung (Albers, 2006). Bei den von Gabler (2002) im Rahmen einer empirischen Untersuchung im Jahr 2001 ermittelten Motiven steht der Spaß deutlich an erster Stelle. Bewegungsfreude, Ausgleich, Fitness und Gesundheit sind ebenfalls starke Motive. Auch in den Ergebnissen des BAT Freizeit-Forschungsinstituts

aus dem Jahr 2006 liegt der Spaß als Motiv deutlich vor allen anderen genannten Motiven. Sport dient aber auch zum Stressabbau, dem Ausgleich von Bewegungsmängeln und als Ausgleich zur Arbeit. Die Ergebnisse dieser aktuellen Studien zeigen, dass das moderne Freizeitverhalten deutlich im Gegensatz zu der lange Zeit herrschenden Herrenreiterkultur im Reitsport steht. Durch den Wandel der Klientel ist es unabdingbar, genauere Informationen über die Zielgruppen zu ermitteln.

Fragestellung

Sportangebote stehen in wachsender Konkurrenz zueinander und zu anderen Freizeitangeboten (Agricola, 2001; Opaschowski, 2006; Schubert, 2008; Wöhler, 2005). Auf dem Pferdesportmarkt gibt es verschiedene Anbieter und Organisationen, die von den Pferdesportlern unterschiedlich nachgefragt werden. Sie haben in der Wahrnehmung der Konsumenten (der Pferdesportler) ein eigenständiges und unverwechselbares Profil. Die Pferdesport betreibende Klientel hat sich – gesellschaftlichen Trends folgend – verändert. Es muss im Interesse des Pferdesportsektors liegen, umfassende Informationen über seine Klientel zu erfahren. Um Informationen über die Zielgruppen zu gewinnen, wurde eine Befragung durchgeführt, wobei die Befragten ihren aktuellen Motivlagen entsprechend in verschiedene Klientelgruppen eingeteilt werden. Die Marktsegmentierung soll für die relevanten Organisationen (z. B. Sportvereine und Verbände) konkrete Handlungsempfehlungen für die Ausrichtung ihres Sports, die Öffentlichkeitsarbeit und den Umgang mit den Mitgliedern geben.

Methode

Die Studie basiert auf einer Onlinebefragung, die im Januar und Februar 2009 durchgeführt wurde. Insgesamt konnten 1814 ausgefüllte Fragebögen in die Auswertung einfließen. Da die aktiven Pferdesportler mit einem Durchschnittsalter von ca. 29 Jahren sowie überdurchschnittlichem Einkommen und Bildung (IPSOS, 2003) eine online-affine Zielgruppe darstellen, wurde das Verfahren der Onlinebefragung gewählt. Besondere Vorteile des

gewählten Befragungsverfahren sind die Einsatzmöglichkeiten insbesondere in experimentellen und explorativen Befragungen (Kotler & Bliemel, 2001), die Möglichkeit der relativ kostengünstigen Realisierung und eine große Reichweite. Um die große Bandbreite an Reitern verschiedener Reitweisen zu erfassen, wurde die Umfrage auf Webseiten verschiedener Pferdesportfachzeitschriften, z. B. *Reiter Revue* und *St. Georg*, und in Pferdeforen, z. B. <http://www.fjordforum.de> und <http://www.mein-islandpferd.de>, verlinkt. Allerdings ist auf die methodenbedingten Grenzen der Stichprobe hinzuweisen. Aufgrund des nicht kontrollierbaren Auswahlverfahrens können über die Größe der identifizierten Cluster keine verlässlichen Aussagen getroffen werden. Hierzu wäre eine repräsentative Stichprobe notwendig.

Die zu bewertenden Statements und Merkmale wurden überwiegend auf einer 5-stufigen Skala von 100% bis 0% Zustimmung zur Aussage abgefragt (Brace, 2004). Bei der Gesamtuntersuchung handelt es sich um eine explorative Studie, deren Hauptaugenmerk auf der nonverbalen Imagemessung lag. Um die Ergebnisse der nonverbalen Imagemessung präzisieren zu können, wurde daneben ein Fragebogenkonstrukt errichtet. Der Schwerpunkt des vorliegenden Beitrags liegt in der schriftlichen Befragung der Reiter. Dabei wurden Ergebnisse aus einer vorgeschalteten qualitativen Befragung, einer Literaturrecherche im allgemeinen Sportbereich und der IPSOS-Studie der FN (IPSOS, 2003) als Grundlage für die Fragebogenkonzeption genutzt. Die Motive aus der qualitativen Vorerhebung und der IPSOS-Studie sind in **Tab. 3** abgebildet.

Für die Untersuchung der verschiedenen Images der Pferdesportdisziplinen wurden 5 möglichst unterschiedliche Pferdesportarten ausgewählt. Als Vertreter des traditionellen Pferdesports wurden der Spring- und Dressursport gewählt. Es sind die größten klassischen Pferdesportdisziplinen innerhalb der FN, die auch den stärksten Turniersportanteil aufweisen. Für die moderneren Pferdesportdisziplinen in Deutschland stehen der Westernreitersport, der Sport mit Islandpferden und der Distanzsport. Das Westernreiten hat seinen Ursprung in der Gebrauchsreiterei der nordamerikanischen Viehhir-

Tab. 3 Motive für Pferdesport; qualitative Voruntersuchung und IPSOS (2003)

Motive aus Expertengesprächen und Auskünften von Pferdesportlern	Motive aus der FN-Marktanalyse (Auswahl)
Etwas mit Pferden machen	Umgang mit dem Pferd
Spaß	Natur erleben
Natur erleben	Entspannung/Abschalten
Erfolg haben	Sportliche Fitness
Entspannung	Gemeinschaft, Geselligkeit
Anerkennung	Spaß haben
Gesundheit/Fitness	Leistung bringen
Kraft und Geschwindigkeit erleben	

Tab. 4 Alter der Probanden (n=1814)

	M	SD	Median	Gesamtanteil
Weiblich	30,8	10,2	29	93%
Männlich	40,9	12,4	44	7%
Gesamt	31,6	10,7	29	100%

M Mittelwert, SD Standardabweichung.

ten, die mit großen Rinderherden arbeiteten. Ziel der Westernausbildung ist ein Pferd, das zuverlässig auf geringe Reiterhilfen reagiert und sich am losen Zügel, ideal bei einhändiger Zügelführung reiten lässt. Das Isländerpferd gehört zu den Wegbereitern des Freizeitreitens und der Robustpferdehaltung in offenen Laufställen. Neben den drei Grundgangarten des Pferdes verfügt das Islandpferd über zwei weitere Grundgangarten (Pass und Tölt), die es einmalig machen. Der Distanzsport ist der Marathon unter den Pferdesportarten als Ausdauerprüfung über Streckenlängen zwischen 25 und 160 km pro Tag.

Die Umfrage wurde mit der Open-Source-Applikation LimeSurvey, Version 1.71+ und 1.72 erstellt und durchgeführt. Um prinzipielle Antworttendenzen zu minimieren, wurden die Items von Frage zu Frage, aber auch in den einzelnen Umfragen randomisiert. Die Auswertung der Umfrage erfolgte mit dem Programm SPSS 17.0.

Ergebnisse

Etwas mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer ist über 30 Jahre alt. Dennoch stellen die 20- bis 29-Jährigen die größte Altersgruppe dar. Der Reitsport ist ein von Frauen dominierter Sport (IPSOS, 2003). Dies zeigt sich auch in der vorliegenden Studie, in der der Frauenanteil bei 93% liegt. Der Anteil der Männer steigt in den höheren Altersklassen an. Die Hälfte

der männlichen Umfrageteilnehmer ist 44 Jahre oder älter. Die Altersverteilung der Umfrageteilnehmer wird in **Tab. 4** aufgeführt.

Fast alle Umfrageteilnehmer haben einen engen Bezug zum Pferdesport. Etwa 90% der Befragten sind aktive Reiter,¹ wobei etwa 80% der Pferdesportler mindestens ein Pferd besitzen. An der Umfrage haben sich Pferdesportler aus allen abgefragten Disziplinen beteiligt. Etwa drei Viertel der Umfrageteilnehmer sind Mitglied in einem für diese Pferdesportarten zuständigen und der FN angeschlossenen Verein. Ein Viertel der Befragten gehört keinem Verein an.

Für über 90% der Befragten sind die Freude am Pferd und der Umgang mit dem Pferd wichtige Motive, ebenso wie der Spaß am Pferdesport und der Wohlfühlaspekt. Weitere wichtige Motive sind die Entspannung und der Wunsch, in der Natur zu sein. In der direkten Abfrage werden Prestige und soziale Anerkennung als Motive deutlich abgelehnt. Die ermittelten starken Motive für den Pferdesport sind in **Tab. 5** aufgeführt. Im Vergleich zu den in der Literatur angegebenen, allgemeinen Motiven des Sporttreibens (Opaschowski, Pries & Reinhardt, 2006; Gabler, 2002) fallen einige Unterschiede auf (vgl. **Tab. 2**). Entgegen der Verwendung von Sportgeräten anderer Sportarten, übt das Pferd als Lebewesen

¹ Frage: „Ich reite regelmäßig.“

Tab. 5 Starke und schwache Motive im Pferdesport (vorgegebene Kategorien; n=1814)

Starke Motive	Zustimmung*
...aus Freude am Pferd. ²	99%
Pferdesport bedeutet für mich vor allem Spaß. ³	93%
Für mich ist der Umgang mit dem Pferd das Wesentliche am Pferdesport. ³	93%
...damit ich mich wohl fühle. ²	92%
...zur Entspannung. ²	85%
Für mich ist es wichtig, mit dem Pferd draußen in der Natur zu sein. ³	74%
...als Ausgleich zur Arbeit. ²	67%
Pferdesport hält mich fit. ³	65%
Körpererfahrung. ⁴	61%
Selbstverwirklichung. ⁴	56%
Ich schätze die Geselligkeit und Gemeinschaft. ³	52%
Etwas Spannendes erleben. ⁴	50%

*Antwortkategorie 100% und 75%.

²Frage: „Warum betreiben Sie Pferdesport? Bitte geben Sie an, wie stark die im Folgenden genannten Motive auf Sie zutreffen.“ Ich betreibe Pferdesport, (...).

³Frage: „Bitte geben Sie an, inwieweit die einzelnen Aussagen auf Sie zutreffen.“

⁴Frage: „Bitte geben Sie an, inwieweit diese Motive für Sie im Zusammenhang zu Pferdesport eine Bedeutung haben.“

Tab. 6 Frei genannte Motive im Pferdesport (n=1632). Frage: „Welches sind ihre stärksten Motive, Pferdesport zu betreiben? Nennen Sie bitte maximal drei Begriffe“

Motiv	Nennungen			Gesamt
	1. Nennung	2. Nennung	3. Nennung	
Pferd	28,8%	7,5%	3,4%	36,7%
Harmonie/Partnerschaft	12,7%	9,0%	4,3%	26,1%
Pferdeliebe	14,0%	3,2%	2,2%	19,4%
Arbeit mit dem Pferd	2,1%	1,8%	1,0%	4,9%
Spaß	24,3%	9,6%	6,2%	40,1%
Ausgleich, Erholung	10,5%	12,0%	10,3%	32,7%
Natur	6,4%	16,1%	8,5%	31,1%
Bewegung, Fitness, Sport	3,7%	9,1%	6,7%	19,6%
Erfolg, Anerkennung	2,9%	6,8%	6,2%	16,0%
Selbstreflexion	3,6%	5,8%	4,8%	14,2%
Soziale Kontakte	1,7%	4,4%	7,4%	13,5%
Herausforderung, Ehrgeiz	2,2%	5,1%	3,7%	11,0%

und Partner in der Ausübung des Hobbys eine besondere Faszination aus. Während bei den in der Literatur genannten Motiven für die Sportausübung Bewegung und Fitness einen relativ hohen Stellenwert haben, messen die Umfrageteilnehmer dem Wohlfühlen und der Entspannung sowie dem Naturbezug als Motive für den Pferdesport große Bedeutung bei.

In einer offenen Frage wurden die Umfrageteilnehmer gebeten, die für sie persönlich wichtigsten Motive für den Pferdesport anzugeben. Für die Auswertung wurden die genannten Motive Hauptbegriffen zugeordnet und in der Reihenfolge ihrer Nennung rangiert. Dem Hauptbegriff *Erfolg, Anerkennung* wurden z. B.

auch *Grenzen überwinden, Lernen, Lernerfolg, Weiterentwickeln* oder *Ziele erreichen* zugeordnet. Es wird deutlich, dass mit *Erfolg* nicht nur der Erfolg in Prüfungen und Wettbewerben gemeint ist. Für einen großen Teil der Befragten haben die Fortschritte in der Pferdeausbildung, die Weiterentwicklung und das Lernen eine große Bedeutung, wobei sie die erreichten Erfolge dabei motivieren. Vielfältig ist auch der Begriff *Selbstreflexion*. In ihm sind Nennungen zusammengefasst, die die Auswirkung des Umgangs mit Pferden auf die eigene Persönlichkeit beschreiben, z. B. *Selbstvertrauen steigern, das Pferd spiegelt den Menschen, Verantwortung übernehmen, vom Pferd lernen*.

Nicht unerwartet ist auch hier, dass das Pferd das am häufigsten genannte Motiv für die Ausübung des Pferdesports ist. Für mehr als die Hälfte der Befragten steht es an erster Stelle. Die Hauptkomponente *Pferd* wird unterschiedlich beschrieben. Häufig tauchen die Begriffe *Harmonie, Partnerschaft* und *Liebe* auf, was die Emotionalität des Themas unterstreicht (■ **Tab. 6**).

Insgesamt wurde das Motiv *Pferd* in knapp 90% der Antworten genannt. An zweiter Stelle stehen die Motive *Spaß* und *Freude*, die in etwa der Hälfte der Antworten angegeben wurden. Die Nennungen der frei genannten Motive sind in ■ **Tab. 6** abgebildet. Auch bei den frei genannten Motiven zum Pferdesport rangieren *Ausgleich* und *Erholung* sowie *Natur* noch vor den unter Bewegung und Fitness zusammengefassten sportlichen Motiven.

In der vorliegenden Untersuchung dient die Clusteranalyse der Abgrenzung von Gruppen mit unterschiedlichen Anforderungen an den Sport. In einer vorgeschalteten Hauptkomponentenanalyse werden inhaltlich wichtige Variablen (geschlossen abgefragte Motive) zu übergreifenden Motiven verdichtet. In der vorliegenden Untersuchung wurde ein Kaiser-Meyer-Olkin-Wert (KMO) von 0,72 ermittelt; die Variablen sind somit geeignet. Die kumulierte Gesamtvarianz der Hauptkomponenten beträgt dabei 67,46%. Zur Extraktion der Hauptkomponenten dient die Hauptkomponentenanalyse. Die Ergebnisse der Hauptkomponentenanalyse sind in ■ **Tab. 7** dargestellt. Insgesamt konnten 5 Hauptkomponenten ermittelt werden.

Im Anschluss wurden die Reiter nach Motivausprägungen (cluster-/diskriminanzanalytisch) in *motiv-homogene* Subgruppen unterschieden. Zur Gruppierung der Umfrageteilnehmer wurden die ersten drei in der Hauptkomponentenanalyse ermittelten Hauptkomponenten als clusterbildende Variablen eingesetzt. Die Hauptkomponenten 4 und 5 wurden nicht einbezogen, da zum einen die Reliabilitätskoeffizienten für diese Hauptkomponenten nicht ausreichend erschienen und zum anderen die in diesen Hauptkomponenten enthaltenen Variablen von allen Teilnehmern ähnlich stark gewichtet werden; sie weisen somit eine geringe Va-

rianz auf und sind nicht zur Bildung von Gruppen geeignet. Es wurde das Verfahren der hierarchischen Clusteranalyse angewendet. Zunächst wurden mit Hilfe der Single-Linkage-Methode 6 Ausreißer ermittelt und aus dem Datensatz entfernt. Aufgrund fehlender Werte wurden weitere 80 Probanden entfernt, so dass zur Identifikation der geeigneten Clusteranzahl 1728 Fälle in die Clusteranalyse einbezogen wurden. Ferner wurde das Elbow-Kriterium als Entscheidungshilfe verwendet. Mit dem Ward-Algorithmus wird zunächst die Anfangspartition berechnet, um dann mit der K-Means-Methode (partitionierendes Verfahren) das Ergebnis zu optimieren. Das Ergebnis der Clusteranalyse wurde abschließend anhand einer Diskriminanzanalyse überprüft. Die in **Tab. 8** skizzierte 4-Cluster-Lösung konnte zu 98,1% durch eine Diskriminanzanalyse bestätigt werden und entspricht damit den Anforderungen (Backhaus et al., 2006). **Tab. 10** bildet die Kennwerte der Clustertrennung ab.

In **Tab. 8** sind neben den clusterbildenden auch Werte der clusterbeschreibenden Variablen abgebildet. Der Vergleich der Mittelwerte erfolgt hier anhand einer einfaktorischen Varianzanalyse (einfaktorielle ANOVA). Unterschiede im Anteil der Nichtwettbewerbsteilnehmer und Organisationsgrad der Reiter (Mitgliedschaft in Vereinen oder unorganisiert) wurden mit Hilfe des χ^2 -Tests überprüft. Für die Darstellung des Alters der Gruppenmitglieder und der Bedeutung ausgewählter Motive wurden die Medianwerte gewählt, da die betrachteten Variablen nicht normalverteilt sind. Gleiche Buchstaben kennzeichnen signifikante Unterschiede auf dem Niveau von $p \leq 0,01$. Die Teststatistik F sowie η^2 sind der **Tab. 9** zu entnehmen.

In **Tab. 11** wird gezeigt, dass sich bei 3 Gruppen 3 Diskriminanzfunktionen bilden.

Im Folgenden werden die 4 Cluster anhand der Ergebnisse der Clusteranalyse beschrieben.

Cluster 1: Leistungsorientierte Pferdesportler

Zum ersten Cluster zählen 468 Personen (27% der Fälle). In dieser Gruppe befinden

Tab. 7 Reitsportmotive als Ergebnis der Hauptkomponentenanalyse; 5-stufige Skala von 100% bis 0% Zustimmung zur Aussage. Erklärte Gesamtvarianz der Hauptkomponentenlösung: 68,11%; KMO: 0,72

Hauptkomponente	Hauptkomponente Variablen	1	2	3	4	5
1 Soziale Kontakte und Gemeinschaftserlebnis Cronbach's Alpha: 0,75	Freunde gewinnen	0,82	0,07	0,02	0,17	0,02
	Ich schätze die Geselligkeit und Gemeinschaft im Pferdesport.	0,80	0,12	0,01	-0,10	0,06
	...weil ich da wichtige Menschen treffe.	0,72	0,02	0,23	-0,04	-0,02
2 Wohlbefinden Cronbach's Alpha: 0,70	Etwas Spannendes erleben	0,61	0,14	0,07	0,26	0,01
	...zur Entspannung.	0,09	0,84	-0,09	0,02	0,19
	...damit ich mich wohl fühle.	0,05	0,78	0,06	0,14	0,25
3 Leistung Cronbach's Alpha: 0,83	...als Ausgleich zur Arbeit.	0,16	0,76	0,03	0,02	-0,12
	Ich möchte vor allem Leistung bringen und Erfolg haben.	0,01	-0,19	0,90	0,04	-0,01
	...weil ich etwas erreichen will.	0,15	0,03	0,89	0,12	-0,06
4 Selbsterfahrung Cronbach's Alpha: 0,50	Körpererfahrung	0,15	0,13	-0,08	0,82	0,04
	Selbstverwirklichung	0,01	0,01	0,29	0,75	0,05
5 Pferdeliebe Cronbach's Alpha: 0,43	...aus Freude am Pferd.	0,01	0,20	0,06	-0,01	0,81
	Für mich ist der Umgang mit dem Pferd das Wesentliche am Pferdesport.	0,03	0,02	-0,12	0,09	0,77

Tab. 8 Beschreibung der Cluster (Clustermittelwerte und Signifikanzen)

Clusterbildende Variablen	Leistungsorientierte Pferdesportler (n=468)	Gesellige Genießer (n=496)	Individuelle Genießer (n=495)	Zufriedene sportlich Aktive (n=269)
Soziale Kontakte und Gemeinschaftserlebnis ^{1***}	M=0,10	M=0,91	M=-0,89	M=-0,22
Wohlbefinden ^{1***}	M=0,22	M=0,32	M=0,45	M=-1,72
Leistungsmotiv ^{1***}	M=1,16	M=-0,56	M=-0,50	M=-0,08
<i>Clusterbeschreibende Variablen</i>				
Altersmedian der Gruppenmitglieder	27,0 ^a	28,0 ^b	36,0 ^{a,b,c}	28,5 ^c
Keine Wettbewerbsteilnahme (Anteil/Cluster) ²	11,8%	37,7%	50,1%	36,8%
Anzahl (standardisierte Residuen)	55 (-8,3)	187 (1,4)	248 (6,1)	99 (0,8)
Nicht organisiert (Anteil/Cluster) ^{3,4}	12,0%	27,6%	35,8%	24,5%
Anzahl (Standardisierte Residuen)	56 (-5,7)	137 (1,1)	177 (4,7)	66 (-0,2)
Spaß ⁵	91,8	94,7 ^a	92,0	83,3
In der Natur sein ⁵	73,8	88,0 ^a	84,9	69,3
Selbstverwirklichung ⁵	77,1	61,2	64,7	63,0
Pferdesport hält mich fit ⁵	79,5	81,9	67,7 ^a	57,5
Körpererfahrung ⁵	66,8	77,1 ^a	68,9	62,4
Soziale Anerkennung ⁵	34,0	28,7	10,1	15,3
Nervenkitzel ⁵	43,5	32,8	14,4	20,1

¹Mittelwerte der standardisierten Hauptkomponenten, ² $\chi^2=164,1$; $df=3$, ³Nicht Mitglied in einem Reitverein, ⁴ $\chi^2=74,2$; $df=3$, ⁵Skalierung: 5-stufige Skala von 100% (vollkommene Übereinstimmung mit der Aussage) bis 0% (keine Übereinstimmung mit der Aussage), ***Signifikanzniveau: $p \leq 0,001$.

den sich die leistungsorientierten Pferdesportler. Die Bedeutung des Leistungsmotivs ist hier charakteristisch. Personen, die zu dieser Gruppe gehören, wollen Leis-

tung erbringen und Erfolg haben. Wohlbefinden und soziale Motive sind durchschnittlich ausgeprägt. Im Vergleich zu den anderen Clustern sind hier die jüngs-

Tab. 9 Freiheitsgrade und Effektstärke

	η^2	F	Signifikanz
Soziale Kontakte und Gemeinschaftserlebnis	0,264	206,09	0,001
Wohlbefinden	0,523	631,39	0,001
Leistungsmotiv	0,538	670,42	0,001

Tab. 10 Wilks- λ der kanonischen Diskriminanzfunktion

Test der Funktion(en)	Wilks- λ	χ^2	df	Signifikanz
1 bis 3	0,100	3973,4	9	0,001
2 bis 3	0,256	2351,7	4	0,001
3	0,541	1060,7	1	0,001

Tab. 11 Strukturmatrix der Diskriminanzanalyse; * $p < 0,05$

Diskriminanzvariablen	Funktion		
	1	2	3
Wohlbefinden	0,916*	0,213	-0,339
Leistungsmotiv	-0,262	0,908*	-0,326
Soziale Kontakte und Gemeinschaftserlebnis	0,179	0,354	0,918*

ten Probanden vertreten. Die Hälfte der Personen in dieser Gruppe ist unter 27 Jahren, nur ein Viertel über 36 Jahre alt. Dies ist auch die Gruppe mit dem größten Anteil von Wettbewerbsteilnehmern und in Vereinen organisierten Pferdesportlern (je 88%). Für die im ersten Cluster zusammengefassten Personen ist die Selbstverwirklichung ein signifikant stärkeres Motiv als für alle anderen Gruppen. Soziale Anerkennung und Nervenkitzel sind für die Probanden von hoher Bedeutung.

Cluster 2: Gesellige Genießer

Das zweite Cluster umfasst 496 Befragte (29% der verarbeiteten Fälle). In dieser Gruppe sind die sozialen Kontakte und das Gemeinschaftserlebnis von besonderer Bedeutung. Leistung und Streben nach Erfolg werden im Vergleich mit den anderen Gruppen am deutlichsten abgelehnt. Das Wohlbefinden hat eine größere Bedeutung als beim ersten Cluster. Mehr als ein Viertel der Personen in dieser Gruppe ist nicht in einem Verein organisiert und fast 40% nehmen an keinerlei Wettbewerben teil. Die Altersverteilung unterscheidet sich nur gering vom ersten Cluster. Für die Mitglieder dieses Clusters steht der Spaß beim Pferdesport im Vordergrund. Es ist ihnen wichtig, in der Natur zu sein. Obwohl der Leistungsaspekt in dieser Gruppe keine starke Rolle

spielt, sind Fitness und Körpererfahrung doch 2 Motive, die von dieser Gruppe höher geschätzt werden als von den Gruppen 3 und 4.

Cluster 3: Individuelle Genießer

Das dritte Cluster (495 Personen, 29% der Fälle) unterscheidet sich von den zuvor beschriebenen auffällig durch die geringe Bedeutung der sozialen Komponente. Der Wunsch nach Geselligkeit und das Motiv, im Pferdesport Freunde zu finden, sind in dieser Gruppe am geringsten ausgeprägt. Leistung spielt ebenso wenig eine Rolle wie für das zweite Cluster. Das persönliche Wohlbefinden hat in diesem Cluster die größte Bedeutung. Diese Gruppe kann daher als *individuelle Genießer* beschrieben werden. Es ist die älteste Gruppe. Die Hälfte ihrer Mitglieder ist mindestens 36 Jahre alt, ein Viertel ist älter als 43 Jahre. Es ist das Cluster mit dem geringsten Organisationsgrad. Insgesamt 36% sind nicht Mitglied in einem der betrachteten Vereine. Die Hälfte der Personen in diesem Cluster nimmt nicht an Wettbewerben teil. Soziale Anerkennung und Nervenkitzel haben für diese Gruppe die geringste Bedeutung. Spaß und Natur sind ihnen ähnlich wichtig wie den geselligen Genießern. Auf Fitness und Körpererfahrung legen sie weniger Wert.

Cluster 4: Zufriedene sportlich Aktive

Das vierte Cluster umfasst 269 Personen und damit 15% der einbezogenen Fälle. Besonders auffallend ist, dass für die Mitglieder dieser Gruppe das Wohlbefinden kein Motiv für den Pferdesport ist. Sie betreiben Reitsport weniger zum Ausgleich zur Arbeit und auch nicht, um sich wohlzufühlen oder zur Entspannung. Geselligkeit hat für diese Probanden mehr Bedeutung als für Cluster 3. Dieses Motiv ist gleichwohl unterdurchschnittlich ausgeprägt. Das Leistungsmotiv ist für diese Gruppe wichtiger als für die Gruppen 2 und 3. Daher kann diese Gruppe als die *zufriedenen sportlich Aktiven* beschrieben werden. Die mittlere Altersstruktur dieser Gruppe unterscheidet sich nicht deutlich von den Clustern 1 und 2, wobei sie stärker streut. Ein Viertel der Mitglieder dieses Clusters ist älter als 42 Jahre. Fitness spielt für diese Gruppe im Vergleich der 4 Cluster die geringste Rolle. Auch der Spaß am Pferdesport und das Naturerlebnis sind für die Mitglieder dieser Gruppe am wenigsten wichtig.

Während also das Pferd an sich, der Spaß am Pferdesport und der Naturbezug als Motive bei fast allen Befragten von großer Bedeutung sind (■ **Abb. 1**), lassen sich anhand der 3 Motive Leistung, Wohlbefinden und soziale Kontakte/Gemeinschaftserlebnis verschiedene Gruppen innerhalb der Pferdesportler bilden, die sich auch in weiteren Kriterien unterscheiden. Die Betrachtung der Motive der Pferdesportler zeigt, dass sich die Trends im Pferdesport, wie bereits einleitend vermutet, in unterschiedlichen Gruppen widerspiegeln.

Motivbündel in den Pferdesportdisziplinen

Weiterführend wird untersucht, welche *Motivbündel* den einzelnen Pferdesportdisziplinen zugeordnet werden. Dazu werden 5 Pferdesportarten näher betrachtet. Die Umfrageteilnehmer haben Angaben zu ihrer Teilnahme an Wettbewerben unterschiedlicher Disziplinen (Frage: „Nehmen Sie an Wettbewerben teil?“) sowie zur Mitgliedschaft in Vereinen (Frage: „Sind Sie Mitglied in einem für diese

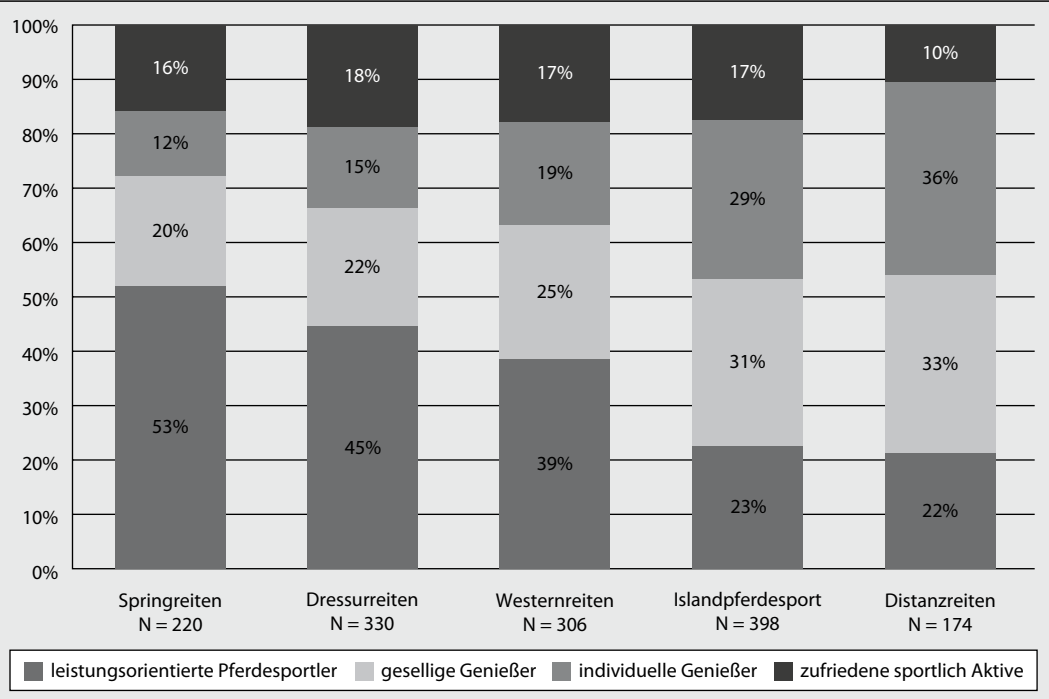


Abb. 1 ► Anteile der Cluster an den Pferdesportarten

Pferdesportarten zuständigen und der FN angeschlossenen Verein: örtlicher Reitverein, Verein Deutscher Distanzreiter und -fahrer e.V., Erste Westernreiter Union Deutschland e.V. und Islandpferde-Reiter- und Züchterverband e.V.“) gemacht. Aufgrund dieser Daten werden sie den Sportarten zugeordnet. Als Aktiver einer Disziplin wurde eingeordnet, wer entweder an Wettbewerben der Disziplin teilnimmt und/oder Mitglied in dem entsprechenden Verein ist. Diese Einteilung erlaubt keine Aussage über die Häufigkeit und Dauer, mit der die Sportart ausgeübt wird. Weil es auch Überschneidungen der Sportarten gibt, kann eine Person auch mehreren Sportarten zugeordnet sein. In einem weiteren Schritt wird untersucht, welche Anteile die 4 ermittelten Cluster an den Pferdesportarten haben. Das Ergebnis ist in **Abb. 1** dargestellt.

Der größte Teil der Springreiter gehört zum Cluster 1, den *leistungsorientierten Pferdesportlern*. Auch unter den Dressurreitern macht dieses Cluster noch fast die Hälfte aus. Bei den Westernreitern haben die Cluster 2 und 3, in denen das Leistungsmotiv keine so große Rolle spielt, einen größeren Anteil als das leistungsorientierte Cluster 1. Im Islandpferde- und Distanzsport sind die Gruppen am stärksten vertreten, denen es um Wohlfühlen, Erholung und Entspannung geht. Ein

Teil sucht diesen Ausgleich vornehmlich in sozialen Gruppen, ein anderer Teil lieber individuell und nichtorganisiert. Von den Distanzreitern gehören nur 10% zum Cluster der *zufriedenen sportlich Aktiven*, die den Pferdesport nicht betreiben, um ihr Wohlbefinden zu steigern. Wenn man nun schaut, wie sich Gruppen mit unterschiedlichen Motivausprägungen auf die Reitsportdisziplinen verteilen, dann lässt sich daraus ableiten, dass es keine eindeutigen Zuordnungen der Cluster zu einzelnen Pferdesportarten gibt. Dennoch sind klare Tendenzen zu erkennen, die eine zielgruppengerechte Ansprache möglich machen und die jeweiligen Motivschwerpunkte der Disziplinen verdeutlichen.

Diskussion

Die Motive im Pferdesport sind vielfältig und gehen über die üblicherweise für Sport genannten Motive hinaus (vgl. **Tab. 1** und **Tab. 2**). Der Kontakt zum Lebewesen Pferd ist eng und sehr emotional. Bei den befragten Pferdesportlern haben besonders die Motive Wohlfühlen, Entspannung sowie Naturbezug eine große Bedeutung. Während das Pferd als Lebewesen, der Spaß am Pferdesport und der Naturbezug als Motive im Pferdesport insgesamt von großer Bedeutung sind, lassen sich anhand der 3 Hauptkom-

ponenten Leistung, Wohlbefinden und soziale Kontakte/Gemeinschaftserlebnisse innerhalb der Pferdesportler bilden, die sich auch in weiteren Kriterien unterscheiden. Den beiden Clustern der *geselligen und individuellen Genießer* lassen sich 58% der Umfrageteilnehmer zuordnen. Beiden Gruppen ist das Wohlbefinden sehr wichtig. Sie betreiben Pferdesport als Ausgleich zur Arbeit, damit sie sich wohlfühlen oder zur Entspannung. Das Leistungsmotiv spielt eine untergeordnete Rolle. Der Gruppe der *leistungsorientierten Sportreiter* gehören 27% der Umfrageteilnehmer an. Für sie steht das Leistungsmotiv klar im Vordergrund. Die mit 16% kleinste Gruppe der *zufriedenen sportlich Aktiven* ist dadurch gekennzeichnet, dass das Wohlbefinden als Motiv für den Pferdesport keine Bedeutung hat.

In **Tab. 1** ist die Entwicklung verschiedener Trends im Sport beschrieben. Diese spiegeln sich in den Ergebnissen der vorliegenden Studie wider. Der zunehmende Wunsch nach Individualität (Quack, 2001) wird in der vorliegenden Untersuchung durch Cluster 3, die *individuellen Genießer*, repräsentiert, das sich von Cluster 2 (*gesellige Genießer*) im Wesentlichen durch die unterschiedliche Bedeutung der sozialen Kontakte und des Gemeinschaftserlebnisses unterscheidet. Für den „Trend zum Spaß, ... vom Quä-

len zum Genießen“ (Freyer, 2001) und die Bedeutung der Hauptkomponente Natur (Stumm, 2004) stehen die Cluster 2 (*gesellige Genießer*) und 3 gemeinsam. Mitglieder dieser Cluster messen den Motiven Entspannung und Natur größere Bedeutung bei.

Die Entwicklung vom normierten zum unnormierten Sport und vom Verein zum unverbindlichen Sport (Stumm, 2004) spiegelt sich insbesondere in Cluster 3 (*individuelle Genießer*) wider, in dem fast 40% der Befragten keinem der abgefragten Vereine angehören und die Hälfte nicht an Wettbewerben teilnimmt. Das erste Cluster (*leistungsorientierte Pferdesportler*) repräsentiert den Trend zum Sportevent, zur Inszenierung des Sports sowie Sport zu sehen und zu erleben (Freyer, 2001). In diesem Cluster ist der Anteil der Wettbewerbsteilnehmer am größten und der Anteil der nichtorganisierten Sportler am geringsten. Selbstverwirklichung, Anerkennung und Nervenzitadel haben in dieser Gruppe die höchsten Werte. Die Vielzahl an Motiven und deren teilweise sehr unterschiedliche Bedeutung spricht für die Veränderung der Zielgruppen und zeigt die Komplexität der Motiv- und Aktivitätsbündel (Quack, 2001).

Die Betrachtung der Verteilung der ermittelten Cluster auf die untersuchten 5 Pferdesportdisziplinen (Abb. 1) zeigt, dass es keine eindeutigen Zuordnungen der Cluster zu einzelnen Pferdesportarten gibt, aber beachtliche Tendenzen zu erkennen sind. In jeder Disziplin sind alle Gruppen, wenn auch unterschiedlich stark, vertreten. Die Anbieter im Pferdesport (z. B. Vereine, Veranstalter, Anbieter von Seminaren, Reitschulen) müssen mit allen Motivclustern rechnen und diesen ggf. gerecht werden.

Aus der ungleichen Verteilung der Motive ergibt sich für Reitvereine das Problem, dass sie den Spagat zwischen den Anforderungen der leistungsorientierten Sportreiter und den Erholungssuchenden meistern müssen. Wer Leistung und Erfolg anstrebt, will seine Erfolge zeigen. Soziale Demonstrationseffekte spielen eine beachtliche Rolle. Für die anderen Reiter entsteht durch die erforderliche größere Öffentlichkeit bezüglich der Leistungen u. U. der Eindruck, dieser Bereich sei in-

nerhalb des Vereins wichtiger als die Interessen der weniger leistungsorientierten Reiter. Erholung und Entspannung haben einen größeren Stellenwert als vor 15 Jahren (Albers, 2006). Der Wunsch, in der Freizeit Leistung zu bringen, sich mit anderen zu messen und Erfolg zu haben, ist nur noch für einen kleineren Teil der Pferdesportler bedeutsam (Freyer, 2003). Die genaue Kenntnis von Motivclustern ermöglicht aber die Orientierung an Zielgruppen innerhalb der Disziplinen mit passenden Angeboten.

Fazit

Reitvereine sind daher gefordert, ihre Angebote für Pferdesportler zu überprüfen, Kernkompetenzen zu erarbeiten und herauszustellen. Ein großer Teil der Pferdesportler kann durch die Hauptkomponente *Geselligkeit* allein nicht mehr angesprochen werden. Aber auch das Leistungsmotiv, das zur Teilnahme an Wettbewerben und Abzeichenlehrgängen beiträgt, ist nur für einen geringen Teil der Pferdesportler von Bedeutung. Angebote der Vereine, die sich an Entspannungs- und Erholungsmotiven orientieren, greifen aktuelle Trends im Sport und der Freizeitentwicklung auf. Für Reitvereine ist es unabdingbar, Reiter nicht nur im Nachreiten von Reitbahnfiguren zu schulen, sondern Wissen zu vermitteln, das ein entspanntes Umgehen mit dem Pferd ermöglicht. Dazu gehört das häufig vernachlässigte Reiten im Gelände. So könnten Reitvereine z. B. häufiger geführte Ausritte in die Umgebung anbieten oder ihren Mitgliedern Karten mit Reitstrecken zur Verfügung stellen. Die GPS-Technologie bietet hier neue Optionen. Die Problematik des Mitgliederchwundes betrifft auch Vereine anderer Sportarten. Um dem Konkurrenzdruck auf dem gesamten Freizeitmarkt zu begegnen, ist es für den organisierten Pferdesport notwendig, aktuelle Trends aufzugreifen und in das Vereinsleben oder die Ausübung der Sportart zu integrieren. Eine weitere interessante Fragestellung wäre die Betrachtung der Anbieterseite. Welche Angebotsstrukturen liegen in den Reitvereinen und -betrieben vor? In diesem Zusammenhang könnten Kundenzufriedenheitsanalysen zu einem

besseren Verständnis der Erwartungshaltung der Reiter beitragen.

Korrespondenzadresse

Dr. Claudia Gille



Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte, Georg-August-Universität Göttingen
Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen
cgille@agr.uni-goettingen.de

Interessenkonflikt. Die korrespondierende Autorin gibt an, dass kein Interessenkonflikt besteht.

Literatur

1. Agricola, S. (2001). *Freizeit: Grundlagen für Planer und Manager*. (Lehr- und Handbücher zum Tourismus, Verkehr und Freizeit). München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
2. Albers, A. (2006). Sport ist in – Entwicklungen und Chancen des Sports in Tourismus und Freizeit. In P. Reuber & P. Schnell (Hrsg.), *Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume: neue Angebote im Tourismus*. (Schriften zu Tourismus und Freizeit, S. 349–359). Berlin: Erich Schmidt Verlag.
3. AWA (2007). *Allensbacher Marktanalyse Werbeträgeranalyse 2007*. Allensbach: Institut für Demoskopie Allensbach.
4. Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2006). *Multivariate Analysemethoden, eine anwendungsorientierte Einführung* (11. Aufl.). Berlin: Springer Verlag.
5. Basche, A. (1984). *Geschichte des Pferdes*. Künzelsan: Sigloch Edition.
6. Brace, I. (2004). *Questionnaire Design. How to plan, structure and write survey material for effective market research*. London: Kogan Page.
7. Deutscher Olympischer Sportbund (2008). *Bestandserhebung 2008 des Deutschen Olympischen Sportbundes* (2. überarb. Aufl.). Frankfurt.
8. Dreyer, H. (2004). Sport und Tourismus. In A. Krüger & A. Dreyer (Hrsg.), *Sportmanagement: eine themenbezogene Einführung* (S. 327–376). München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
9. Freyer, W. (2003). *Sport-Marketing: Handbuch für marktorientiertes Management im Sport*. (3. Aufl.). Dresden: FIT.
10. Freyer, W. (2001). Sport und Tourismus: Megamärkte in der wissenschaftlichen Diskussion. In G. Trosien & M. Dinkel (Hrsg.), *Sport-Tourismus als Wirtschaftsfaktor: Produkte-Branchen-Vernetzung* (S. 32–65). Butzbach-Griedel: Afra.
11. Gabler, H. (2002). *Motive im Sport. Motivationspsychologische Analysen und empirische Studien*. Schorndorf: Hofmann.
12. Gross, A. (2009). *Kader-Auflösung, Doping – Im Reitsport beginnt großes Aufräumen*. Zugriff am 15.12.2009 unter <http://www.welt.de/sport/article3829164/Doping-im-Reitsport-beginnt-grosses-Aufräumen.html>.
13. Hartmann, O. (2006). *Pferdezucht*. Stuttgart: Eugen Ulmer Verlag.
14. Institut für Demoskopie Allensbach (2001). *Fit durch Sport*. Allensbacher Berichte, 2001.

15. IPSOS (2001). *Marktanalyse Pferdesportler in Deutschland 2001*. Zugriff am 25.05.2010 unter <http://www.google.com/cse?cx=005497987986465487712%3A1cktsqso8w&ie=UTF-8&q=ip-sos&sa.x=0&sa.y=0&sa=Suche>.
16. IPSOS (2003). *Faszination Zukunft. Neue Perspektiven im Pferdesport. Die FN Marktanalyse kompakt und kommentiert*. Warendorf: FN Verlag.
17. Kotler, P. & Bliemel, F. (2001). *Marketing-Management* (10. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag.
18. Löwe, H. (1988). *Pferdezucht* (6., neubearb. Aufl.). Stuttgart: Eugen Ulmer Verlag.
19. Miesner, K. (2003). *Neue Pferde braucht das Land? Folgerungen der Marktanalyse. Kongressbericht Faszination Zukunft – Neue Perspektiven im Pferdesport*. Warendorf: FN-Verlag.
20. Mullin, B.J., Hardy, S. & Sutton, W.A. (2007). *Sport Marketing* (3rd ed.). Champaign, Ill.: Human Kinetics.
21. Opaschowski, H.W. (2006). *Einführung in die Freizeitwissenschaft* (4. Aufl.). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
22. Opaschowski, H.W., Pries, M. & Reinhardt, U. (2006). *Freizeitwirtschaft: die Leitökonomie der Zukunft*. Münster: LIT Verlag.
23. Prahl, H.W. (2002). *Soziologie der Freizeit*. Paderborn: UTB Verlag.
24. Putscher, S. (1987). *Pferdezucht und Reiterei im Landkreis Gifhorn*. Wittlingen: Karl Neef Verlag.
25. Quack, H. D. (2001). *Freizeit und Konsum im inszenierten Raum*. Paderborner Geographische Studien, Diss., Univ. Paderborn.
26. Schade, W. (2009). Auf ein Wort. *Der Hannoveraner*. 83(8).
27. Schubert, M. (2008). Besonderheiten des Sports für das Marketing. In A. Hermanns & F. Riedmüller (Hrsg.), *Management-Handbuch Sport-Marketing* (2. Aufl., S. 85–100). München: Vahlen.
28. Stumm, P. (2004). Trendsportarten. In A. Krüger & A. Dreyer (Hrsg.), *Sportmanagement: eine themenbezogene Einführung, Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit* (S. 427–444). München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
29. Wöhler, K. (2005). Ökonomisierung der Freizeit. In R. Popp (Hrsg.), *Zukunft: Freizeit: Wissenschaft, Festschrift zum 65. Geburtstag von Univ. Prof. Dr. Horst W. Opaschowski* (S. 559–570). Wien: LIT Verlag.

Jahrestagung Sportmotorik – Ein Rückblick

„Embodiment: Wahrnehmung – Kognition – Handlung“ – zu diesem Thema traf sich die Sektion Sportmotorik auf ihrer Jahrestagung vom 20. bis 22. Januar 2011 an der Deutschen Sporthochschule Köln. Über die Wechselwirkungen von Körper und Psyche diskutierten 180 nationale und internationale Wissenschaftler sowie Doktoranden und Studenten. Das Spektrum der ebenso interessanten wie auch informativen Vorträge und Poster reichte dabei von „Einfluss von verinnerlichter Bewegungen auf die Gehirnaktivität“ bis zu „Modulierung von komplexen Entscheidungen im Sport“, so dass das Thema „Verkörperung“ von vielen Seiten beleuchtet wurde.

Besonders tiefe Einblicke in neueste Forschungserkenntnisse boten die Hauptvorträge. Zur Eröffnung stellte Ricarda I. Schubotz (Max-Planck-Institut für neurologische Forschung, Köln) vor, wie unser eigenes motorisches System dazu beiträgt, die Bewegung und Handlung von anderen zu antizipieren und somit Ereignisse vorherzusagen. Dabei spezifizierte sie, dass es nicht notwendig ist bereits eigene Bewegungserfahrungen gesammelt zu haben, sondern mentale Simulation genutzt werden kann um Handlungen Anderer zu verstehen. Im zweiten Hauptvortrag beschrieb Sian Beilock (University of Chicago) wie sensomotorische Erfahrungen unsere Wahrnehmung und unser Verständnis von uns und unserer Umwelt beeinflussen und sich auf das Sprachverständnis, die Handlungswahrnehmung und Handlungsvorhersage sowie die Beurteilung von Objekten und Ereignissen in der Umwelt auswirken. Sehen wir ein Objekt in einem Kontext wird dieses sofort in verschiedene theoretische Handlungsmöglichkeiten integriert. Beispielsweise wird erwartet, dass eine Orange, die neben einer Saftpresse liegt, ausgepresst wird. Wird sie dagegen für eine andere Handlung genutzt, zum Beispiel wie ein Ei an der Presse aufgeschlagen, passen Handlung und Objektinformationen nicht zusammen, so dass die Informationen langsamer verarbeitet werden. Kontextspezifische Handlungsmöglichkeiten werden bereits im Kindesalter erlernt und in Abhängigkeit von Erfahrungen erweitert. Im dritten Hauptvortrag erläuterte

Maggie Shiffrar (Rutgers University, NJ) wie individuelle motorische Fähigkeiten die visuelle Wahrnehmung beeinflussen und den Zusammenhang zwischen dem visuellen und dem motorischen System anhand von Bewegungswahrnehmungsstudien. Die Fähigkeit Bewegungsformen zu erkennen wurde mittels „pointlight“ animierten Bewegungen getestet. Dabei zeigte sich, dass wir menschliche Bewegungsformen schneller und genauer identifizieren, als Bewegungen von Tieren und Objekten. Dies ist darauf zurückzuführen, dass wir die menschliche Bewegung am häufigsten beobachten und wir sie mit unserem eigenen Körper imitieren können.

Die Vorträge boten viele Anregungen und Bezüge zu eigenen wissenschaftlichen Arbeiten, so dass sowohl in den Kaffeepausen als auch in einer Podiumsdiskussion intensive Diskussionen geführt wurden. Die unterschiedlichen Beiträge haben deutlich gemacht, Embodiment ist ein interdisziplinäres Thema mit Bezügen zur Sportwissenschaft, Psychologie und Neurowissenschaft. Beeindruckend war aber nicht nur das wissenschaftliche Programm, sondern auch der gelungene Rahmen der Tagung. Perfektion und Einzigartigkeit boten die faszinierenden Showdarbietungen von Sportlern der Spitzenklasse. Im Rahmen des Get-Togethers und bei einem Besuch im Kölner Traditionsbrauhaus standen neben der Kölner Kultur, Vorträge des wissenschaftlichen Nachwuchses von besonderer Qualität im Mittelpunkt. So wurden Lisa Pendt (Universität Gießen, 1. Platz), Florian Loffing (Universität Kassel, 2. Platz) und Johan Koedijker (Universität Bern, 3. Platz) mit dem Reinhard-Daug-Förderpreis ausgezeichnet.

Wir danken Prof. Dr. Dr. Markus Raab, Dr. Thomas Heinen, Dr. Tanja Hohmann, Anne Milek sowie den weiteren Helfern für die gelungene Organisation der Tagung und freuen uns schon jetzt auf ein Wiedersehen in Stuttgart.

*Solveig Vieluf und Eva-Maria Reuter
(Jacobs University Bremen)*