



Tourismusmanagement
Regionalentwicklung

Der sächsische Reittourismus

Präsentation

Moritzburg, 16. September 2008

Prof. Dr. Hartmut Rein

Dr. Reiner Erdmann

Melanie Pundre

Tagesordnung

- **Begrüßung**
- **Einführung:**
 - Definition Reittourismus
 - Untersuchungsmethodik
- **Struktur der sächsischen Pferde haltenden Betriebe mit reittouristischer Ausrichtung**
- **Regionalökonomische Analyse**
- **Nachfragebewertung/Marktposition**
- **Handlungsempfehlungen**
- **Diskussion**

Definition Reittourismus

- **Lt. „Sachsen mit Pferd“ :**

„die aktive und passive Beschäftigung mit dem Pferd während des Urlaubs (einschließlich Kremserfahrten und Veranstaltungen)“

- **Im Rahmen der Studie ist darüber hinaus die Summe aller "betrieblichen Angebote rund ums Pferd" von besonderer Bedeutung. Dies beinhaltet:**

- Pensionspferdehaltung, landwirtschaftlicher Service für Reiter,
- Ausbildungsangebote für Pferd und Reiter,
- Serviceleistungen für Reitbetriebe: Hufschmied, Tierarzt, Futtermittel; Handwerk, Dienstleistung und Vorleistungen für Reitbetriebe (= touristische Multiplikator-Effekte),
- Pferdezucht und Serviceleistungen für Zuchtbetriebe,
- Reiterfreundliche Gastronomie,
- Pferdesportveranstaltungen und Events "rund ums Pferd".

Datenerhebung

Betriebsbefragungen

- Landesweiter Fragebogen, bei 556 angeschriebenen Adressen in Sachsen Rücklauf von über **59% (n=326)**
- Betriebswirtschaftliche Aspekte: bei 94 angeschriebenen Adressen in den Beispielregionen Antworten von **ca. 36% (n=34)**

Bundesweite Kundenbefragung (n=785)

- Reiter
- Reitsportinteressierte

Qualitative Expertenbefragung (n=23)

- Reitreiseveranstalter
- Reiterliche Organisationen
- Fachpresse, Journalisten
- Touristische Organisationen
- Wissenschaft und Politik

Weitere Recherchen

- Zum Radtourismus in Sachsen
- Reittourismus in Deutschland

Analyse

Marktposition Sächsischer Reittourismus

- Der deutsche Reittourismusmarkt
- Der sächsische Reittourismusmarkt

Fazit

Regionalökonomische Analyse

- Tourismus als Wirtschaftsfaktor in Sachsen
- Regionalökonomische Effekte in den Beispielregionen Muldentalkreis und Vogtlandkreis und in Sachsen
 - Übernachtungstourismus
 - Tagestourismus
 - Sonstige Effekte „rund ums Pferd“
 - Ökonomie der Betriebe

- Vergleich mit dem Radtourismus

Fazit

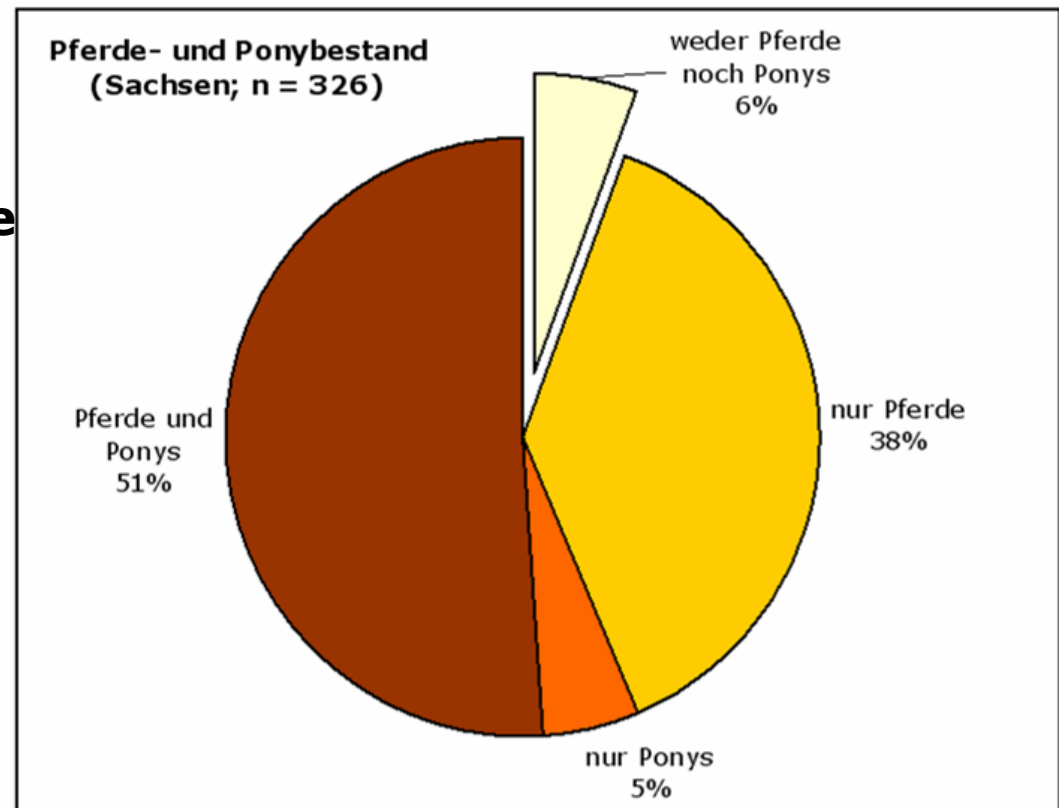
Empfehlungen zur Neuausrichtung des sächsischen Reittourismus



Struktur der sächsischen Pferde haltenden Betriebe mit reittouristischer Ausrichtung

Pferde- und Ponybestand

- **Insgesamt ca. 29.000 Pferde in Sachsen**
- **etwas mehr als die Hälfte der befragten Betriebe hält sowohl Pferde als auch Ponys**



Quelle: Befragung LfL/BTE 2007

Pferde- und Ponybestand in den Betrieben

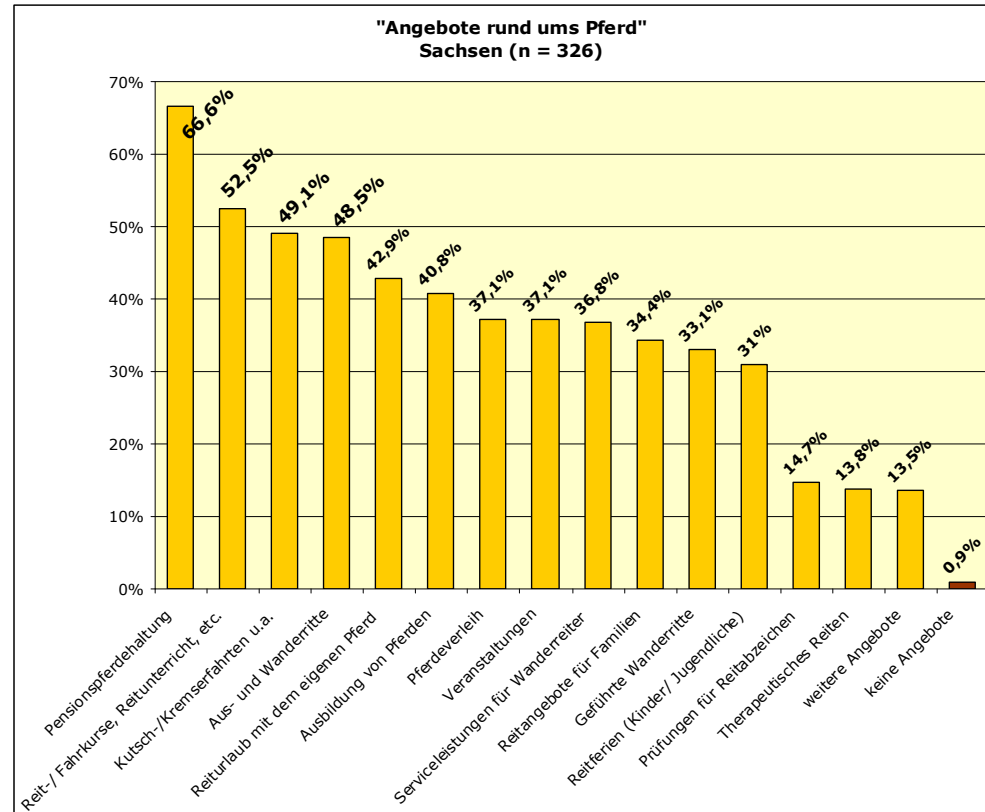
	Ø Sachsen	
Pferde/Ponys pro Pferdehaltendem Betrieb	11 (10,83)	n = 308
Reitgewohnte Pferde/Ponys für Reitgäste pro Pferdehaltendem Betrieb	6 (5,78)	n = 308

Quelle: Befragung LfL/BTE 2007

Reittouristisches Angebot in Sachsen: Betriebe „rund ums Pferd“ I

■ Angebotsschwerpunkte in den befragten Betrieben:

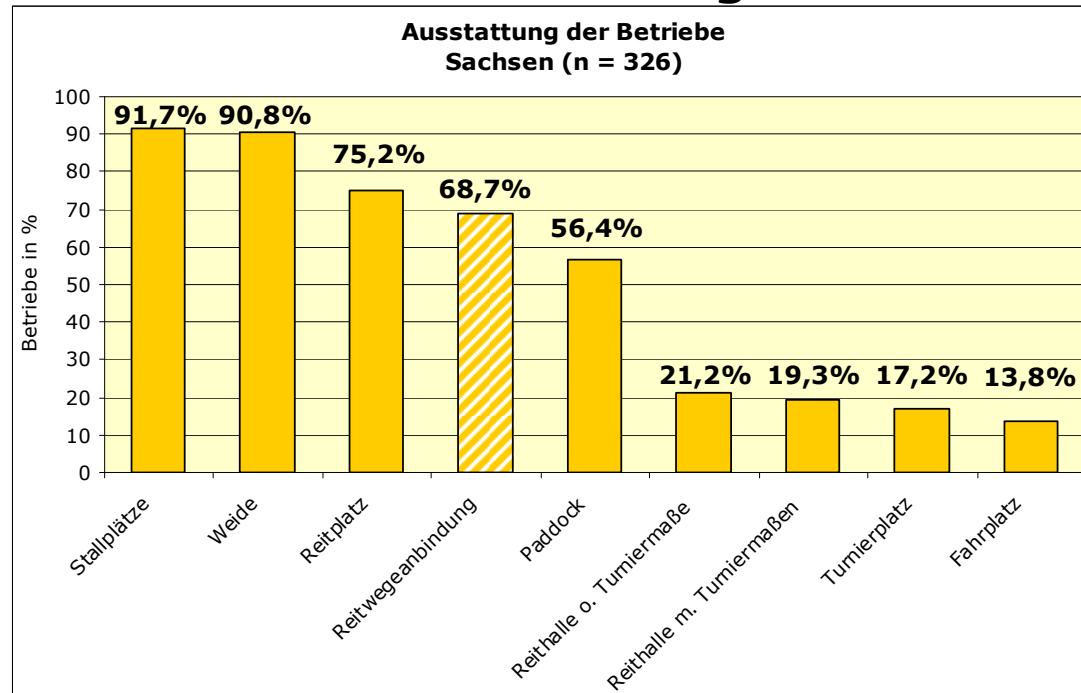
1. Pensionspferdehaltung
2. Reit-/Fahrkurse und
Reitunterricht
3. Kutsch- und
Kremserfahrten
4. Aus- und Wanderritte



Quelle: Befragung LfL/BTE 2007, Mehrfachnennungen möglich

Reittouristisches Angebot in Sachsen: Betriebe „rund ums Pferd“ II

- Ungewöhnlich viele Betriebe haben einen Reitplatz (75,2%) und/oder Reithalle (ca. 40%) – zum Vergleich Landkreis Celle in Niedersachsen: 50% Platz, 30% Halle
- Fast 70% der Betriebe verfügen über eine Reitweegeanbindung, gleichzeitig sind aber auch 30% nicht ans Wegenetz angebunden



Quelle: Befragung LfL/BTE 2007, Mehrfachnennungen möglich

Infrastruktur

Anbieter

- **53% der Betriebe beteiligen sich an der Ausweisung und Betreuung**
- **Jeweils 40% der Betriebe gaben an, dass:**
 - Reitwegenetz sei in den letzten Jahren dichter geworden
 - Anbindung der Betriebe habe sich verbessert
- **Ein ähnlich großer Teil beschreibt auch, es habe sich in beiden Bereichen nichts geändert**

Reittouristisches Angebot in Sachsen: Betriebe „rund ums Pferd“ III

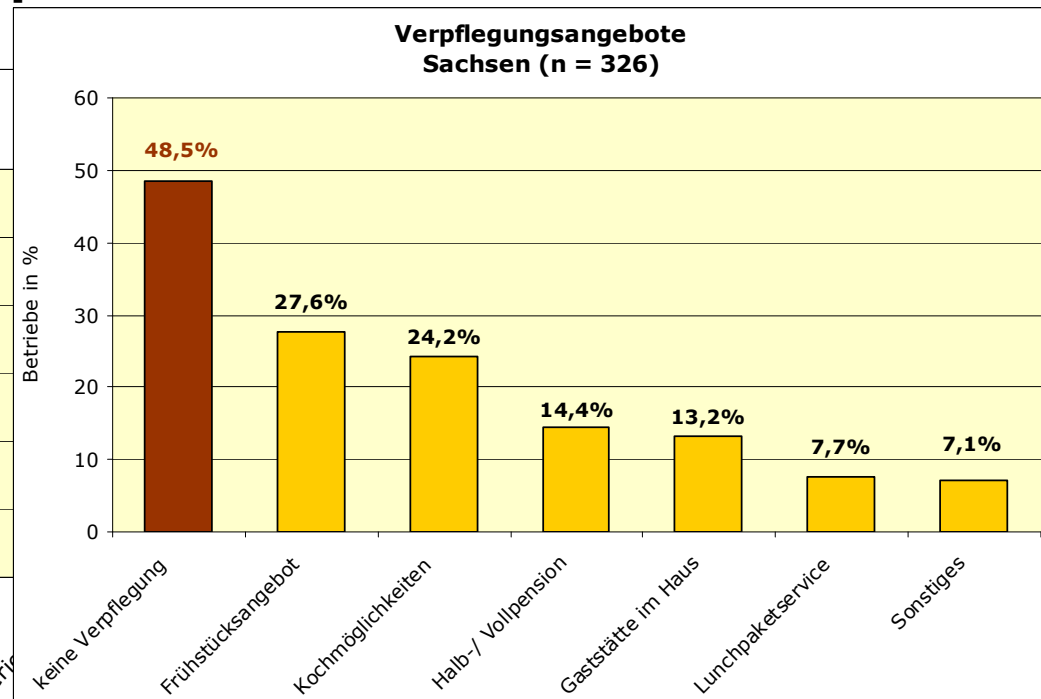
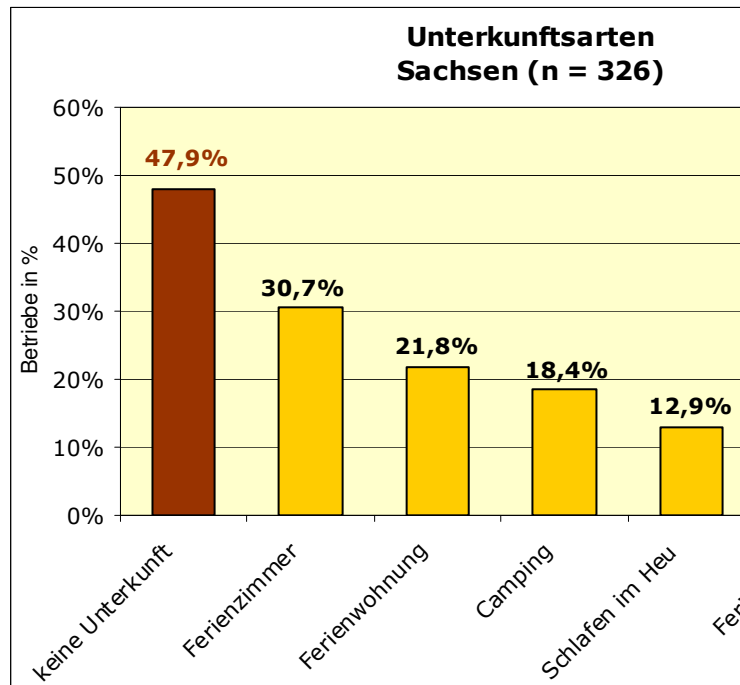
Defizite und Konflikte

- Routen häufig auf Straßen, in einigen Fällen sogar auf stark befahrenen Bundesstraßen
- Nutzungskonflikte/fehlende Lobby
- Wege mit ungeeignetem Untergrund (z.B. grober Schotter)
- Fehlende Erschließung einzelner Höfe und attraktiver Landschaftsteile (z.B. Seen, Gasthäuser)
- Insgesamt: zu geringes Streckenangebot
- Reiter und Kutschfahrer einzige Nutzergruppe, welche die überwiegend mit öffentlichen Mitteln hergestellten Wald- und Feldwege nicht nutzen dürfen
- Erhobene Reitwegeabgabe nicht gerechtfertigt, da pferdegerechte Herstellung und Pflege der Wege nicht erfolgt



Reittouristisches Angebot in Sachsen: Betriebe „rund ums Pferd“ IV

- Nur die Hälfte der sachsenweit befragten Betriebe verfügt über Unterkünfte, gleiches gilt für Verpflegungsangebote
- Potenziale im gastgewerblichen Angebot sind erst ansatzweise ausgeschöpft!



Quelle: Befragung LfL/BTE 2007, Mehrfachnennungen möglich

Zertifizierung und Qualifizierung

- Nur etwa ein Drittel der befragten Betriebe sind durch „Sachsen mit Pferd“ zertifiziert
- Klassifizierungen im touristischen Bereich selten

	Sachsen (n=326)
Zertifizierung „Sachsen mit Pferd“	93
FN-Prüfung	59
DTV-Klassifizierung	15
DLG-Klassifizierung	9
Qualitätsoffensive „Servicequalität Sachsen“	5
DEHOGA-Klassifizierung	3

Quelle: Befragung LfL/BTE 2007, Mehrfachnennungen möglich

Zertifizierung und Qualifizierung

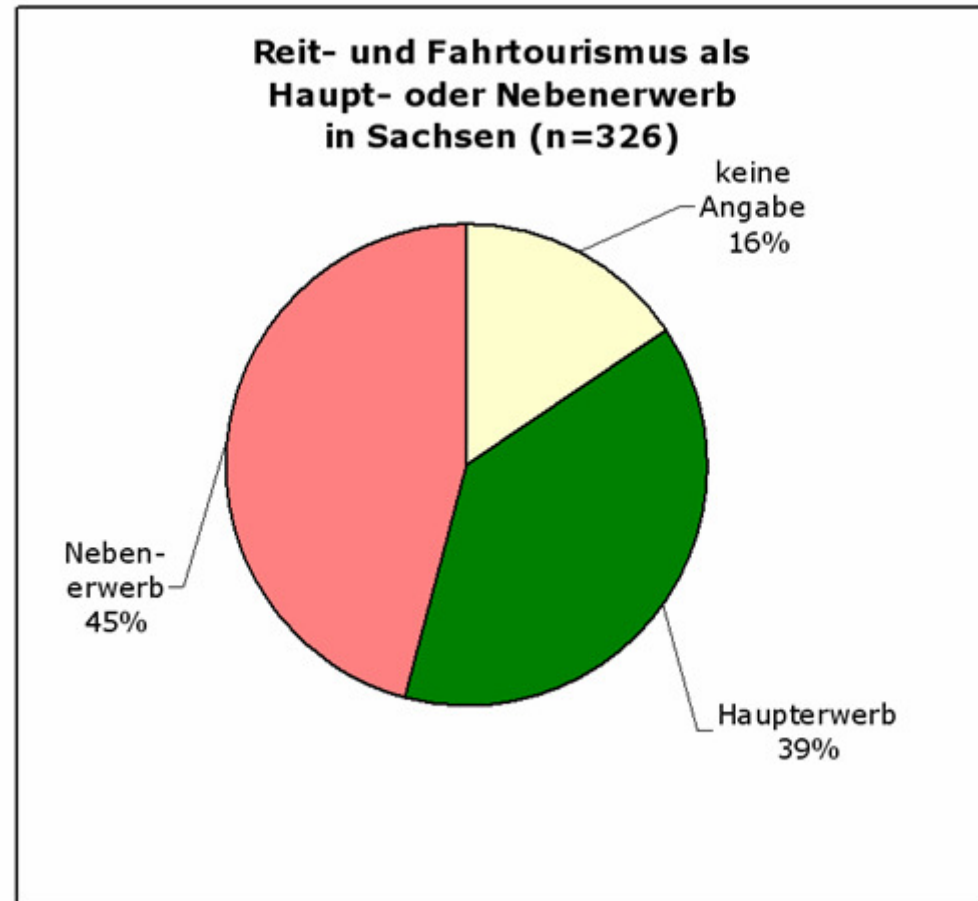
- **Die wenigsten der Befragten sind ausgebildete Trainer (FN), Berittführer, Reitlehrer, Wanderrittführer oder Gespannführer**
- **Mitgliedschaften: hohe Bandbreite pferdeorientierter Institutionen**
- **Qualifikationen oder Engagements im Tourismus sind selten:**
 - in den Beispielregionen sind 4 Betriebe Mitglied in einer touristischen Organisation
 - sachsenweit haben seit 2006 erst 2 Personen den IHK-Zertifikatskurs „Fachkraft für Reittourismus“ absolviert
- **Über die Hälfte der sachsenweit als „SmP“ zertifizierten Betriebe sehen darin keine Vorteile**
- **Quantität nicht gleich Qualität: Fehlen einer ansprechenden Angebotsqualität**

Marketing und Kooperation

- **TOP Werbeformen der Betriebe:**
 - Mund-zu-Mund-Propaganda, eigene Internetpräsentation
 - teilweise Hausprospekte, Reitwegkarte
- **Kooperationen mit Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben existieren nur ansatzweise**
- **Geringe Kooperationsbereitschaft, da hoher Wettbewerbs- und Preisdruck in Sachsen**
- **Reitbetriebe in Sachsen engagieren sich zu wenig gemeinsam für ihre Interessen, geringer Organisationsgrad**
 - Sachsen: ca. 100 FN Betriebe (B/Bbg. 182, Nds. 461)
- 👉 **Unzureichende Vernetzung, kaum wirkungsvolle Aktivitäten**

Wirtschaftliche Situation I

- **39% betreiben Reit- und Fahrtourismus im Haupterwerb**
- **Fast die Hälfte aller Betriebe (45%) betreiben Reit- und Fahrtourismus im Nebenerwerb**



Quelle: Befragung LfL/BTE 2007

Wirtschaftliche Situation II

- **Sachsenschnitt: 24,5% des Gesamteinkommens durch R+F erwirtschaftet**
- **R+F im Haupterwerb:**
 - durchschnittlich 50,1% des Gesamteinkommens
 - weitere Einkünfte werden durch Landwirtschaft (*die Hälfte der befragten Betriebe*), Pferdezucht (*ca. 40% der befragten Betriebe*) und Beherbergung (*ein Viertel der Betriebe*) erzielt
- **R+F im Nebenerwerb:**
 - durchschnittlich 13,8% des Gesamteinkommens
 - weitere Einkünfte aus Arbeits- und Angestelltenverhältnissen (*über 40% der befragten Betriebe*), Landwirtschaft, Beherbergung, DL, Pferdezucht
- **Mithelfende Personen: Familienangehörige**

Wirtschaftliche Situation III

- Im **Sachsenschnitt** wirtschaften die Betriebe im Bereich **Reittourismus überwiegend nicht kostendeckend**.
- In den **Beispielregionen** ist der **Anteil** der Betriebe, die **nicht kostendeckend** im Reittourismus arbeiten, deutlich **höher als der Anteil** der Betriebe die **positive Ergebnisse** erzielen.
- Obwohl das Segment Reit- und Fahrkurse und Reitunterricht von den Betrieben in den Beispielregionen als nachfragestark eingeschätzt wird, arbeitet der Großteil der Betriebe in diesem Bereich nicht kostendeckend.
- Nicht lohnenswert: Pferdezucht
- **Erfolg versprechend:**

**Pensionspferdehaltung,
Gastronomie und Beherbergung**

Wirtschaftliche Situation IV

- **Betriebe in Sachsen, die sowohl im Reit- als auch im Fahrtourismus kostendeckend wirtschaften:**
 - mehr als die Hälfte bietet Beherbergungs- und Verpflegungsangebote an
 - durchschnittlich werden 14 Pferde und Ponys, davon 8 bis 9 reitgewohnte Pferde und Ponys, gehalten
 - Anzahl der Pferde und Ponys dieser Betriebe ist höher als die durchschnittliche Anzahl der Pferde und Ponys aller befragten Betriebe in Sachsen
 - gehen von einer positiven Nachfrageentwicklungen aus.

Investitionen und Betriebsergebnis

Investitionen seit 1990:

- **Sachsen: fast die Hälfte der befragten Betriebe tätigte Investitionen bis zu 50.000 EUR.**
- **Rd. 70% der Befragten (n=326) nahmen keine Fördermittel in Anspruch.**

Betriebsergebnis in 2006:

- 17% der Betriebe erzielten ein positives Betriebsergebnis
- ausgeglichenes Ergebnis 40%
- „rote Zahlen“ bei weiteren 30%

Pläne zur Entwicklung des reit- und/oder fahrtouristischen Angebotes

- **Von denjenigen die eine Entwicklung anstreben (rd. 100 Betriebe), überwiegen Planungen in den Bereichen:**
 - Ausbau bestimmter Angebote (Wanderreiten, Reitunterricht, Kremser- und Kutschfahrten),
 - Bau bzw. Ausbau der Gebäudeinfrastruktur und Sanierung (Reithalle, Reitplatz, Stallgebäude, Reitanlage, etc.),
 - teilweise Bau von Beherbergungsangeboten (Ferienwohnungen, Ferienzimmer),
 - Verstärkung der Werbung und Kooperation (eigene Internetseite, Zusammenarbeit mit Tourismusverbänden und weiteren Partnern).
- **Unter folgenden Voraussetzungen würde ein Großteil der Betriebe Investitionen tätigen (häufigste Nennungen):**
 - finanzielle Zuschüsse und Förderung, Fördermöglichkeiten
 - dauerhafte Nachfragesteigerung/-kontinuität
 - Verbesserung der eigenen wirtschaftlichen und finanziellen Situation, Erhöhung und Sicherung des Einkommens

Der regionalökonomische Beitrag des sächsischen Reittourismus



Wirtschaftsfaktor Pferd

Bundesland	Pferde- dichte (Pferde pro 1.000 EW)	Pferde- bestand	Wirtschaftsfaktor Pferd (theoretisch)	
			Umsatz (in Mio. EUR)	Arbeitsplätze
Schleswig-Holstein	33	92.000	418	23.000 - 31.000
Niedersachsen	24	191.000	868	48.000 - 64.000
Mecklenburg-Vorpommern	19	32.000	145	8.000 - 11.000
Bayern	15	184.000	836	46.000 - 61.000
Brandenburg	14	36.000	164	9.000- 12.000
Baden-Württemberg	13	135.000	614	34.000 - 45.000
Hessen	13	79.000	359	20.000 - 26.000
Rheinland-Pfalz	12	50.500	230	13.000 - 17.000
Sachsen-Anhalt	12	29.500	134	7.000 - 10.000
Nordrhein-Westfalen	11	197.000	895	49.000 - 66.000
Thüringen	10	23.587	107	6.000 - 8.000
Saarland	10	10.000	45	2.500 - 3.500
Sachsen	7	29.000	132	7.000 - 10.000
Hamburg	3	5.000	23	1.000 - 2.000
Bremen	3	2.000	9	500 - 1.000
Berlin	1	4.500	20	1.000- 1.500
		1.100.087	5.000	

Quelle: FN-Jahresbericht 2006

Regionalökonomie

Sachsen (Hochrechnung)

- **Ca. 220.000 Reittouristen pro Jahr**
- **Davon ca. 177.000 Tagesgäste und 43.000 Übernachtungsgäste**
- **Ø 3 Nächte, jährlich ca. 129.000 Übernachtungen**
- **Einkommenswirkung ca. 4,30 Mio. EUR**
- **Effekte: ca. 143 Vollzeitarbeitsplätze**
- **Ca. 0,14% der gesamttouristischen Wertschöpfung**

- **Hinweis: Aussagen zur Ökonomie beruhen auf den Angaben von „nur“ 34 Betrieben, keine Daten aus Gästebefragungen**

Kernergebnis Regionalökonomie

Wirtschaftsfaktor Pferd

- **132 Mio. EUR Umsatz**
- **7.000 bis 10.000 Arbeitsplätze**

davon Reittourismus

- **4,3 Mio. EUR Umsatz**
- **143 Arbeitsplätze**

- **Reittourismus in Sachsen hat geringen Anteil am Wirtschaftszweig „rund ums Pferd“ sowie am Tourismus**
- **Größere wirtschaftliche Effekte = Steigerung des Anteils an Übernachtungsgästen**
- **Potenzial der Tagestouristen nicht ausgeschöpft (sichern Grundauslastung!)**

Vergleich Fahrradtourismus

- **Verglichen mit dem Reittourismus erzielt der Radtourismus sachsenweit ca. die 40 - fache Einkommenswirkung im Übernachtungstourismus**

Vergleich Ausgaben der Gäste (Sachsen)

➤ Wirtschaftliche Potenziale des Reittourismus nutzen

Ausgaben/Tag	Tagesgäste	Übernachtungsgäste
Ausflügler	25,30 EUR	
Gäste – gewerblich		96,30 EUR
Gäste – Privatquartiere		54,80 EUR
Campinggäste		23,30 EUR
Verwandten-/ Bekanntebesucher		25,60 EUR
Fahrradtouristen	17,32 EUR	57,00 EUR
Reittouristen (Sachsen)	25,30 EUR	32,70 EUR (Einnahmen)
Reittouristen (MTL)	17,14 EUR (Einnahmen)	“
Reittouristen (Vogtlandkreis)	25,63 EUR (Einnahmen)	“

Quelle: „2006 – Tourismus als Wirtschaftsfaktor in Sachsen“, LTV Sachsen e.V. und Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen (bearbeitet); „Elberadweg“, Futour, 2003; Betriebsbefragung BTE/GfL, 2007

Zwischenfazit

- **Reittourismus in Sachsen kein Selbstläufer**
- **Verzahnung zahlreicher Wirtschaftsbereiche muss verstärkt berücksichtigt werden, um die ökonomischen Effekte des Reittourismus zu steigern**
- **Folgende Bereiche partizipieren am Reittourismus:**
 - Pferdehaltende Betriebe
 - Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe
 - Zulieferer, Dienstleistungs- und Handelsgewerbe (Thema: Pferdesport)
 - Zuchtbetriebe
 - Medizinischer Bereich, etc.
- **Reittourismus ist sowohl als ein Segment des Tourismus als auch als ein Teil der ländlichen Entwicklung zu verstehen**

Der sächsische Reittourismus im deutschlandweiten Vergleich

Deutschlandweite Position Sachsens als Pferdeland

Bundesland	Pferde- dichte (Pferde pro 1.000 EW)	Pferde- bestand
Schleswig-Holstein	33	92.000
Niedersachsen	24	191.000
Mecklenburg-Vorpommern	19	32.000
Bayern	15	184.000
Brandenburg	14	36.000
Baden-Württemberg	13	135.000
Hessen	13	79.000
Rheinland-Pfalz	12	50.500
Sachsen-Anhalt	12	29.500
Nordrhein-Westfalen	11	197.000
Thüringen	10	23.587
Saarland	10	10.000
Sachsen	7	29.000
Hamburg	3	5.000
Bremen	3	2.000
Berlin	1	4.500
		1.100.087

Quelle: FN-Jahresbericht 2006

Reittouristische Nachfrage: Anbieterereinschätzung

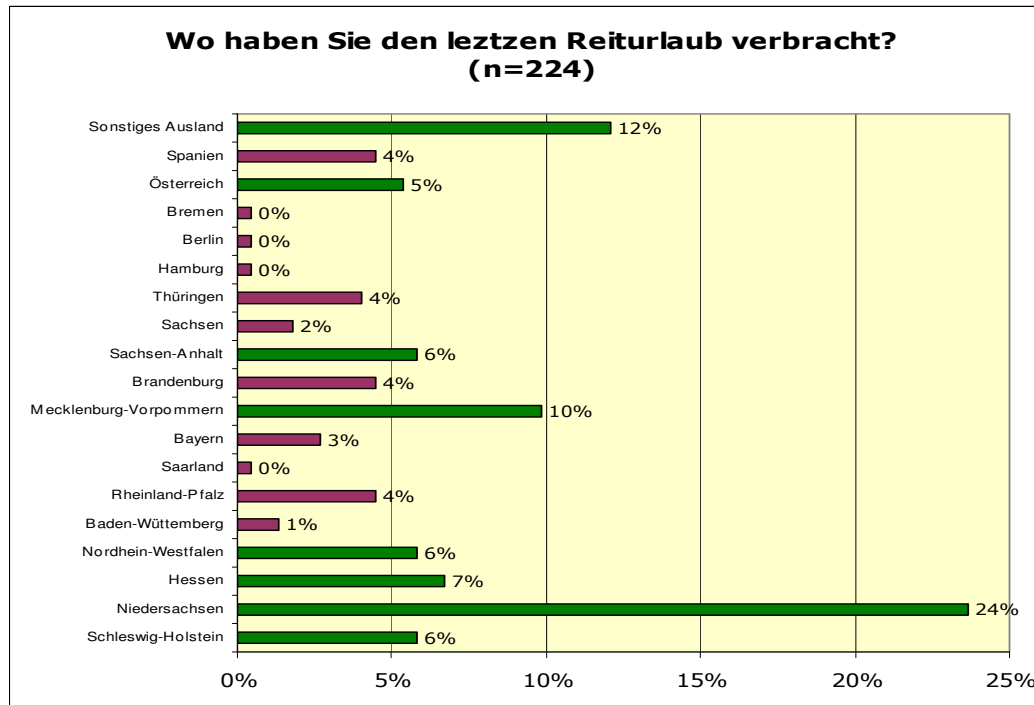
Sachsen

- Die Nachfrage „rund ums Pferd“ kommt vor allem aus Sachsen selbst
- Am häufigsten genutzte Angebote: Reit- und Fahrkurse, Reitunterricht (Stammkundschaft) sowie Kutsch-/Kremserfahrten und die Pensionspferdehaltung
- In einem Drittel der Betriebe: überwiegend Tagesgäste
- Reiturlaub spielt bisher keine bedeutende Rolle
- Gästestruktur in den Betrieben: überwiegend Kinder/Jugendliche, Erwachsene, Familien
- Reittouristische Saison von Mai bis Oktober (Höhepunkte: Sommer- und Herbstferien, Wochenenden, Feiertage)

Deutschlandweite Nachfrage I

TOP der Reiturlaubsziele

- **Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern, sonst. Ausland, Hessen, Schleswig-Holstein, NRW, Sachsen-Anhalt, Österreich**
- **Sachsen Platz 14 (nur 2 % der Befragten hatten ihren letzten Reiturlaub in Sachsen gemacht)**



86% der Befragten hatten bisher noch keinen Reiturlaub in Sachsen gemacht

aber:

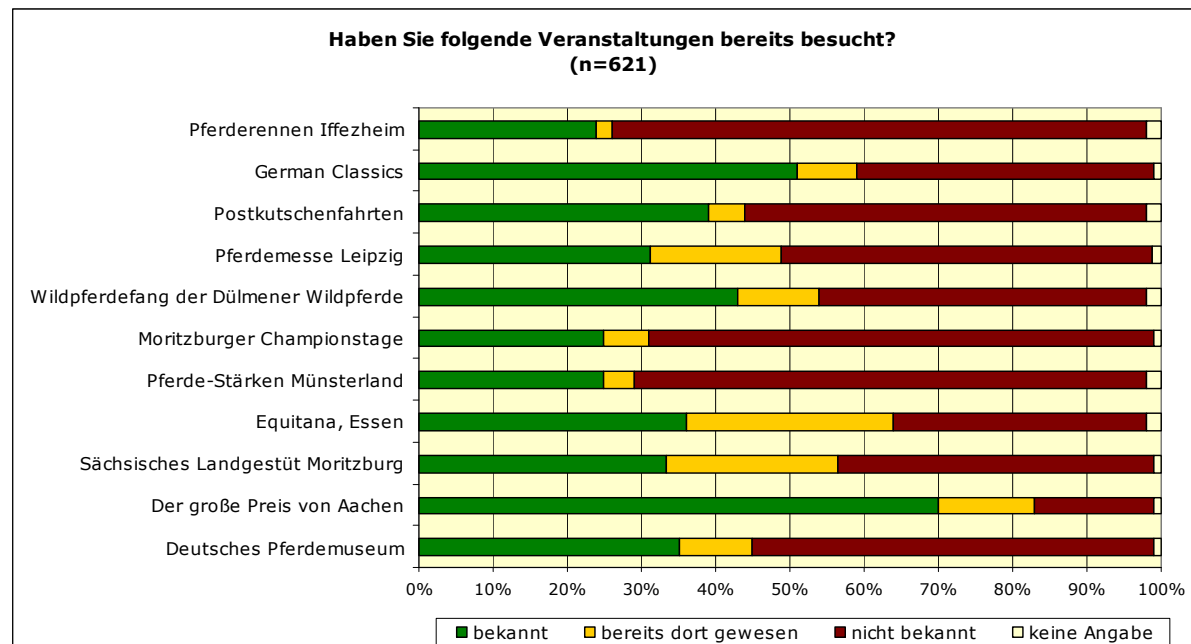
- **36% äußerten Interesse an einem Reiturlaub in Sachsen**

Quelle: Bundesweite Telefonbefragung, BTE 2007

Deutschlandweite Nachfrage II

Veranstaltungen und Locations

- Jeweils ein Drittel kennen das Sächsische Landgestüt Moritzburg und die Messe „Pferd Leipzig“, ca. 20% waren bereits dort
- Generell am Bekanntesten: Der große Preis von Aachen (70%), German Classics in Stuttgart (ca. 50%)



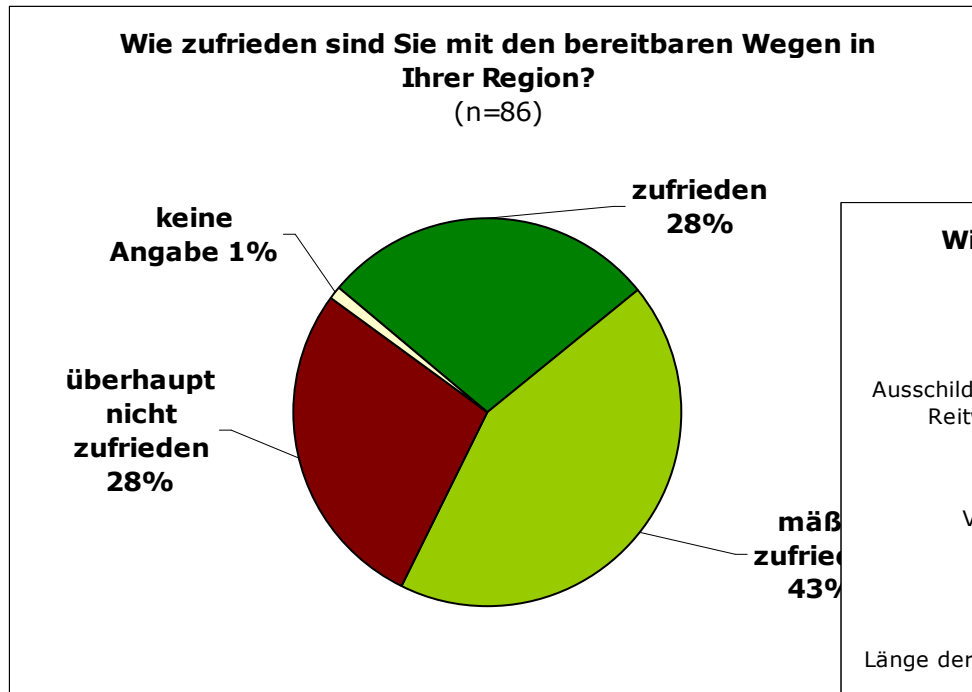
Quelle: Bundesweite Telefonbefragung, BTE 2007

Deutschlandweite Nachfrage III + Trends

- **Reiturlauber wollen...**
 - ... Reiterhöfe mit hochwertigem Angebot
 - ... schöne Umgebung/Landschaft
 - ... gutes Reitwegenetz
 - ... Reiterfreundlichkeit
 - ... stimmiges Preis-Leistungsverhältnis
- **Bei Urlaub mit dem eigenem Pferd: 300 km Entfernung akzeptiert**
- **Wo geht die Reise hin?**
- **Urlaub auf dem Reiterhof kombiniert mit Freizeitaktivitäten wie Wandern, Schwimmen, gut Essen gehen oder Grillen und Entspannungsaktivitäten**
- **Urlaub auf dem Reiter- oder Bauernhof, im Hotel**
- **Attraktive Wanderritte, selbst organisiert oder als Pauschalangebot**
- **Kutsch- und Kremserfahrten erfahren hohe Beliebtheit (über 80% der Befragten haben bisher mind. eine Fahrt unternommen, Tagestouren), aber nur sehr geringer Anteil an Urlaubskutschfahrten**
- **Anspruchsvolle Komplettangebote für Kinder**

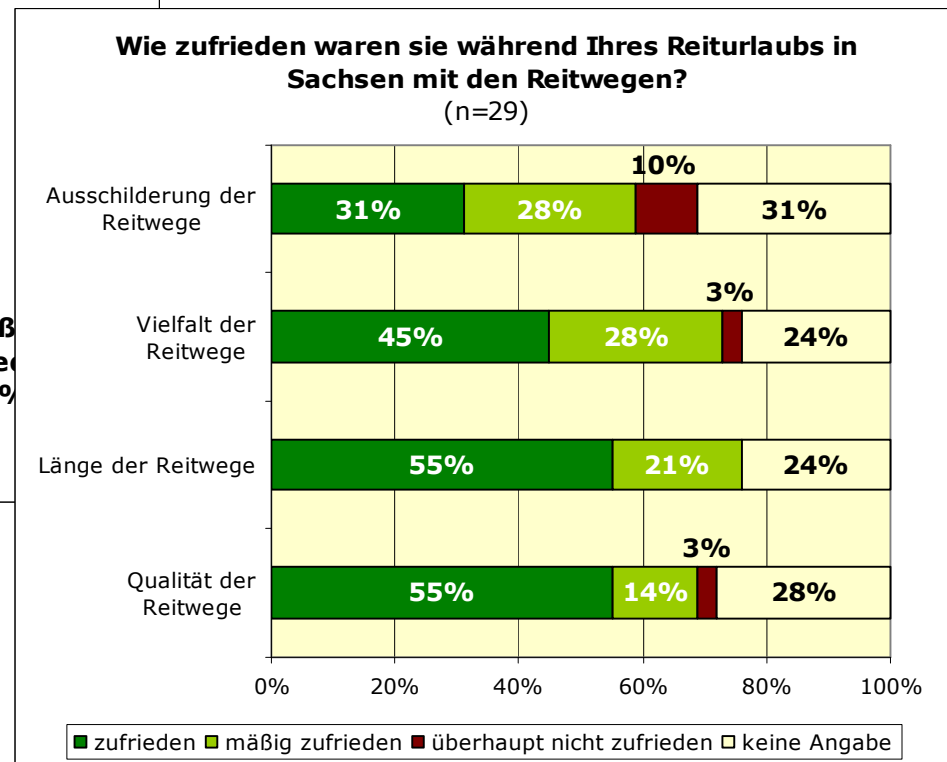
Infrastruktur

Zufriedenheit der einheimischen Reiter mit den bereitbaren Wegen (n=86)



Quelle: Bundesweite Telefonbefragung, BTE 2007 (sächsische Befragte)

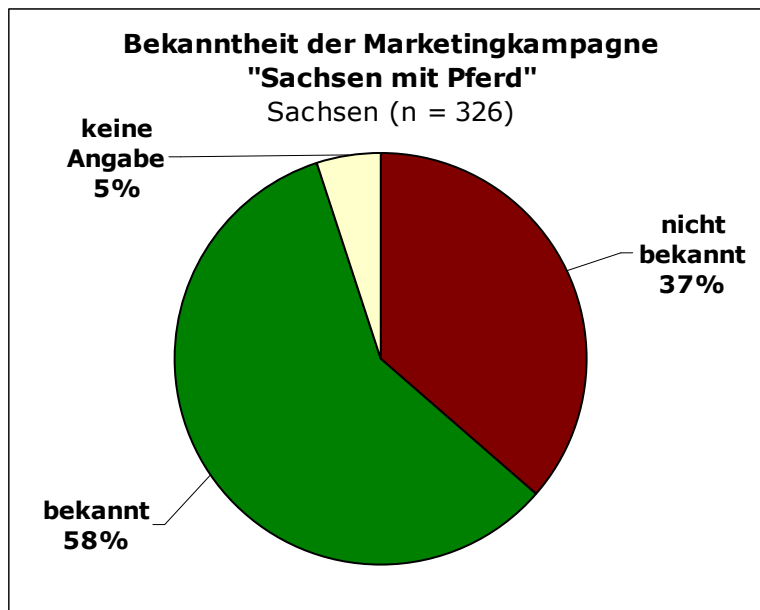
Zufriedenheit der Reiturlauber mit den Reitwegen (n=29)



Quelle: Bundesweite Telefonbefragung, BTE 2007 (Sachsenurlauber)

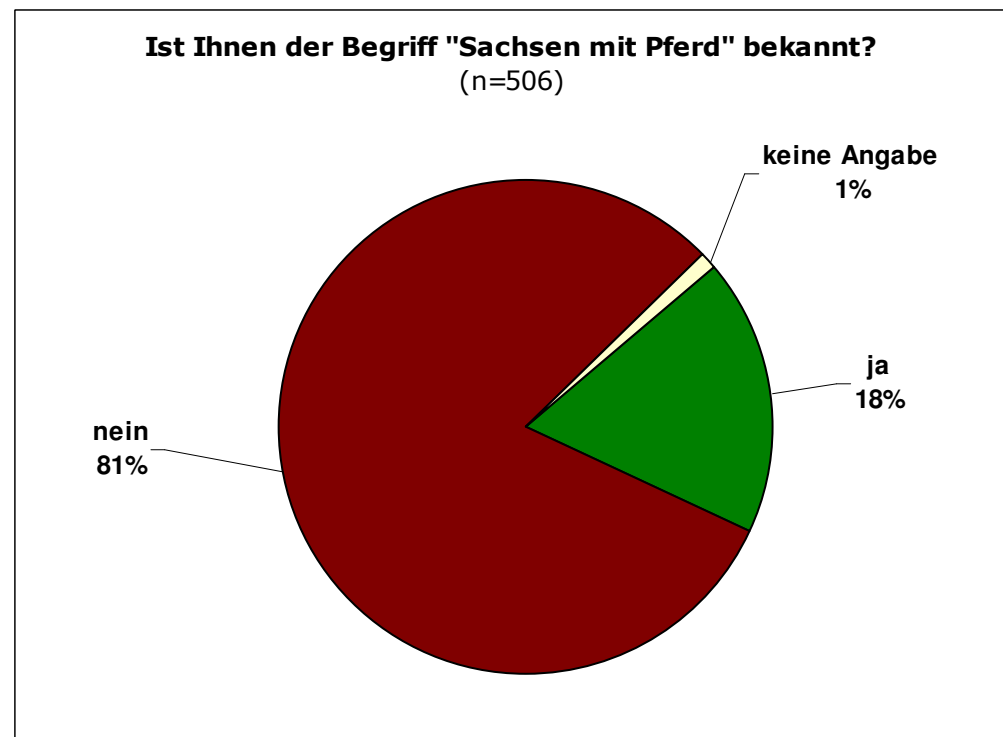
Marketing und Kooperation

Bekanntheit „Sachsen mit Pferd“ in den sachsenweit befragten Betrieben (n=326)



Quelle: Befragung LfL/BTE 2007

Bekanntheit „Sachsen mit Pferd“ in Deutschland (n=506)



Quelle: Bundesweite Telefonbefragung, BTE 2007

Bekanntheit und Image I

- Sachsen touristisch attraktiv
- Bekannteste ostdeutsche Reiseziele:
 - Dresden (TOP 1)*, Leipzig (TOP 6)*
- Kulturorientiertes Reiseland/Schwerpunkt Städtereisen, dann erst Natur und Aktiv
- Keine Wahrnehmung als Reiter-/Pferdland:
 - Platz 7 in Deutschland
 - 81% der deutschlandweit Befragten kennen nicht „SmP“
- Sachsenweite Vermarktung wird bisher kaum verspürt

aber:

- Es gab professionelles Landesmarketing „Sachsen mit Pferd“

*Quelle: Strategien zur Stärkung des Tourismus in den neuen Bundesländern, ETI, 2007

Bekanntheit und Image II

Assoziationen Pferdeland Sachsen

- **Sächsisches Landesgestüt Moritzburg, Gestüte generell und Hengstparade**
- **Sächsisches Warmblut**
- **Schöne Landschaft/Gegend**
- **Messe Leipzig**
- **Springreiten/(Spring)Turniere**

Zwischenfazit

- **Dresden sehr bekannt, sowohl bei potenziellen Touristen als auch bei Reitern**
- **Touristisches Image passt nicht unbedingt zum reittouristischen Image**
- **„SmP“ bisher ohne spürbare Wirkung, aber:**
 - Sachsen ist auch kein bekanntes Reiterland (Platz 7) und
 - Marktdurchdringung braucht Zeit (3 bis 5 Jahre)!
- **Auf den ersten Blick: Gestüte in Sachsen keine (reit)touristische Ausrichtung**
- **Zugpferde Sachsens: Kultur (und Städte), Natur**

Marktposition vor dem Hintergrund der rechtlichen Rahmenbedingungen

- 👉 Unterschiedliche Rechtslagen in den Bundesländern, Restriktionen in Sachsen stärker als in anderen Bundesländern
- 👉 Rechtslage in Sachsen verhindert die zügige Ausweisung eines attraktiven Reitwegenetzes
- 👉 Das restriktive Waldgesetz ist ein großes Entwicklungshemmnis für den Reittourismus
- 👉 Grundeigentumsstruktur/ Privatisierung der Waldflächen



Gründe für die aktuelle Marktsituation des sächsischen Reittourismus

- **starke gesetzliche Reglementierung des Reitens in Natur und Landschaft,**
- **dadurch schlechtes Image in Reiterkreisen deutschlandweit,**
- **vergleichsweise geringe Anzahl an Pferde/Pferde haltenden Betrieben,**
- **geringer Organisationsgrad der Betriebe und Reiter,**
- **wenige reittouristische Highlights und Angebote mit überregionaler Ausstrahlung,**
- **dadurch keine Wahrnehmung von Sachsen als reittouristische Destination,**
- **geringe Identifikation der Reitbetriebe mit dem Landesmarketing „Sachsen mit Pferd“**

Einflussfaktoren zur Verbesserung der nahräumlichen und deutschlandweiten Marktposition des sächsischen Reittourismus

Segment	Relevanz für den Betrieb/das Gesamtangebot	Einflussmöglichkeiten	
		Instrumente	Wertung
Angebot	Defizite in Ausstattung, attraktive Produkte	Zertifizierung, Qualifizierung, Förderpraxis	mittel
Nachfrage	Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraft, Image, Werbung	indirekt über Marketing	gering
Infrastruktur, Reitrecht	Nutzbarkeit von Natur und Landschaft mit dem Pferd, attraktives Routennetz als Grundinfrastruktur	Landesgesetzgebung, Infrastrukturförderung, Einbeziehung von reittouristischen Interessengruppen	sehr hoch
Marketing und Kooperationen	Schwerpunkt liegt derzeit auf örtlicher und regionaler Ebene, darüber hinaus schlechte Marktdurchdringung, keine Lobby, geringer Organisationsgrad	Landesmarketing, Förderpraxis	mittel
Bekanntheit und Image	Entwicklungshemmnis durch schlechte Reitmöglichkeiten, fehlende Lobby	Landesgesetzgebung, Landesmarketing	hoch

Empfehlungen zur Neuausrichtung des sächsischen Reittourismus

Empfehlungen zur Neuausrichtung des sächsischen Reittourismus I

- **Variante A:**

Weiterführung und Intensivierung der landesweiten Aktivitäten für den Reittourismus

A1: Anpassung der landesgesetzlichen Regelungen

A2: Belassung der landesgesetzlichen Regelungen

- **Variante B:**

Konzentration auf die Unterstützung regionaler Aktivitäten für den Reittourismus

- **Variante C:**

Konzentration auf die Unterstützung betrieblicher Aktivitäten für den Reittourismus

Variante A2

- Weiterhin flächendeckende Umsetzung „Sachsen mit Pferd“
- Sachsen als Reiterland entwickeln
- Landesmarketing fortführen
- Belassung der landesgesetzlichen Rahmenbedingungen
- **Infrastruktur:**
 - Konzentration auf ausgewählte Reitrouten bzw. Reitgebiete (**„Premiumreitwege“**)
 - konsequente Beschilderung
- **Angebot und Nachfrage:**
 - TOP-Angebote entlang der ausgewählten Wege (Einzelbetriebe und TMGS)
 - außerhalb der ausgewählten Wege = Konzentration auf geländeunabhängige Angebote

Variante A2

- **Qualifizierung und Zertifizierung:**

- (Wieder-)Einberufung eines landesweiten Beratergremiums
- Zertifizierungs- und Qualifizierungsmaßnahmen, Kompetenz = LTV
- „SmP“-Zertifizierung weiterentwickeln zum Qualitätssiegel
- besondere Qualifizierung der Betriebe entlang der ausgewählten Reitwege
- Unternehmer-/Tourismusstammtische entlang der ausgewählten Reitwege

- **Marketing und Kooperation:**

- Fortführung der Kampagne „SmP“
- Einstellung der flächendeckenden Digitalisierung
- Marketing auf ausgewählte Reitwege konzentrieren
- Konzentration der Förderung auf geländeunabhängige Aktivitäten
- Konzentration auf ausgewählte Marketingmaterialien
- Ziel: bessere Marktdurchdringung

Variante A1

- Weiterhin flächendeckende Umsetzung „Sachsen mit Pferd“
- Sachsen als Reiterland entwickeln
- Landesmarketing
- Anpassung der landesgesetzlichen Rahmenbedingungen
- **Infrastruktur:**
 - Weiterer Aufbau des dreistufigen Wegenetzes
 - Konzentration der Landesförderung auf die höheren Wegehierarchien (Fern- und Regionalrouten)
 - Konsequente Beschilderung, ggf. Weiterentwicklung zu einem integriertem System
- **Angebot und Nachfrage:**
 - TOP-Angebote an ausgewählten Reitrouten und/oder in bekannten Reitreisezielen Sachsens
 - Produktentwicklung über TMGS, Reisegebiete und Betriebe

Variante A1

- **Qualifizierung und Zertifizierung:**

- (Wieder-)Einberufung eines landesweiten Beratergremiums
- Zertifizierungs- und Qualifizierungsmaßnahmen, Kompetenz = LTV
- „SmP“-Zertifizierung weiterentwickeln zum Qualitätssiegel
- landesweite Qualifizierung der Betriebe wie bisher

- **Marketing und Kooperation:**

- Fortführung der Kampagne „SmP“
- Fortführung und Intensivierung der Marketingstrategie als Landestrategie
- digitale und kartografische Aufbereitung des Reitwegenetzes
- Konzentration der Förderung auf besonders Erfolg versprechende Angebote
- Ziel: bessere Marktdurchdringung

Variante B

- Teilregionale Verantwortung/Reisegebietsebene
- Reittourismus als regionaler Schwerpunkt
- Unterstützung durch das Land
- Belassung der landesgesetzlichen Rahmenbedingungen
- **Infrastruktur:**
 - Regionen kümmern sich in Abstimmung mit den Landkreisen um die Reitwege
- **Angebot und Nachfrage:**
 - Produktentwicklung erfolgt in Kooperation zwischen den Regionen und den jeweiligen Betrieben

Variante B

- **Qualifizierung und Zertifizierung:**
 - weiterhin: IHK-Zertifikatskurs
 - Qualifizierungsangebote der Regionen/Reisegebiete in Kooperation mit dem LTV
 - regionale Unternehmer-/Tourismusstammtische
- **Marketing und Kooperation:**
 - Einstellung der landesweiten Kampagne „SmP“
 - Konzentration auf teilregionale Marketingansätze/Verantwortung in den Reisegebieten und Landkreisen
 - Einstellung der flächendeckenden Digitalisierung
 - Erstellung von Kartenmaterial durch die Regionen
 - Ziel: Marktdurchdringung der teilregionalen Angebote

Variante C

- **Profilierung der Einzelbetriebe, einzelbetriebliche Umsetzung des Reittourismus**
- **Belassung der landesgesetzlichen Rahmenbedingungen**
- **Infrastruktur:**
 - Betriebe/Reiterhöfe kümmern sich um Wege in ihrem Umfeld, Absprachen mit anderen Nutzergruppen
- **Angebot und Nachfrage:**
 - betriebliche Produktentwicklung
- **Qualifizierung und Zertifizierung:**
 - weiterhin: IHK-Zertifikatskurs
 - in Eigenverantwortung der Betriebe
- **Marketing und Kooperation:**
 - Einstellung der landesweiten Kampagne „SmP“
 - Konzentration auf teilregionale Marketingansätze
 - ev. Unterstützung der Betriebe durch das Land
 - Marketing über Betriebe selbst, betriebliche Kooperationen
 - Einstellung der flächendeckenden Digitalisierung
 - Kartenmaterial durch Betriebe für Wege im näheren Umfeld

Empfehlungen zur Neuausrichtung des sächsischen Reittourismus II

- **Im Bereich Angebot, Nachfrage und Produktentwicklung gilt für alle Varianten:**
 - Konzentration der Landesförderung auf ausgewählte Betriebe mit dem Ziel durch erfolgreiche Angebote eine Multiplikatorwirkung zu erreichen
 - im Rahmen der Produktentwicklung an die touristischen Stärken des Freistaates anknüpfen (Kultur, Natur, bekannte (Reit-)Reiseziele)

Ausblick und Handlungsbedarf I

- **Gutachterempfehlung:**

Variante A2

(bei Belassung der landesgesetzlichen Regelungen)

- Konzentration auf ausgewählte Reitrouten bzw. Reitgebiete („Premiumreitwege“)
- Konsequente Beschilderung
- TOP-Angebote entlang der ausgewählten Wege

Ausblick und Handlungsbedarf II

- **Zukünftige Aufgabenfelder:**
 - landesweit angelegten Abstimmungsprozess einläuten
 - Kontrolle des Zertifizierungssystems „Sachsen mit Pferd“ auf allen Ebenen, ggf. regelmäßige Kontrolle von Qualitätsstandards
 - zunehmende Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit
 - Bereitstellung von Informationen zu reittouristischen Themen (Fortführung Newsletter)
 - Beratung der Betriebe zum Ausbau des Reittourismus
- **Forschungsbedarf:**
 - Erfassung des Volumens des Reittourismus über mind. 1 Jahr
 - Gäste-/Besucher-/Reiterbefragung (Erfassung der Ausgaben), Integration in andere Befragungen

Vielen Dank!

BTE

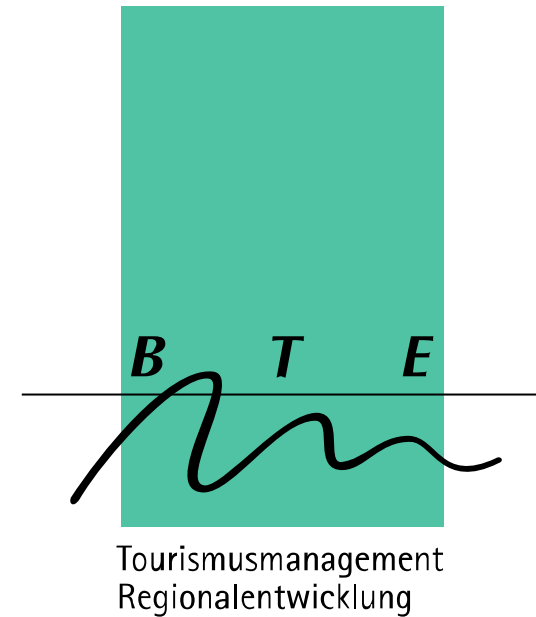
Tourismusmanagement, Regionalentwicklung
Hannover & Berlin

www.bte-tourismus.de

Grontmij/ GfL

Dresden

www.gfl.grontmij.de



	Weiterführung und Intensivierung der landesweiten Aktivitäten für den Reittourismus		B	C
	A1	A2	Unterstützung regionaler Ansätze für den Reittourismus	Unterstützung betrieblicher Ansätze für den Reittourismus
Verbesserung des reittouristischen Image in Sachsen	sehr wahrscheinlich	wahrscheinlich	wahrscheinlich	unwahrscheinlich
	positive Auswirkungen auf allen Ebenen	positive Auswirkungen auf allen Ebenen, vorerst in beteiligten Regionen	vorerst positive Imageeffekte in den beteiligten Regionen	vorerst kaum positive Imageeffekte auf Landes- oder Regionalebene
Positive Auswirkungen auf die Nachfrage	sehr wahrscheinlich	wahrscheinlich	wahrscheinlich	wahrscheinlich
	landesweite Nachfrageeffekte	vorerst Nachfrageeffekte in den beteiligten Regionen, dann landesweite Ausstrahlung	regionaler Nachfrageeffekt, eventuell landesweite Ausstrahlung	betrieblicher Nachfrageeffekt, eventuelle regionale Ausstrahlung
Positive wirtschaftliche Effekte	sehr wahrscheinlich	wahrscheinlich	wahrscheinlich	unwahrscheinlich
	sachsenweite wirtschaftliche Effekte	vorerst wirtschaftliche Effekte in den beteiligten Regionen, dann sachsenweite Effekte	vorerst wirtschaftliche Effekte in den beteiligten Regionen	nur punktuell regionalwirtschaftliche Effekte
Positive Auswirkungen auf die Organisation und Kooperation der Betriebe	wahrscheinlich	wahrscheinlich	sehr wahrscheinlich	unwahrscheinlich
	geringes Kooperationserfordernis	sehr hohes Kooperationserfordernis entlang der ausgewählten Wege	sehr hohes Kooperationserfordernis in den Regionen	Einzelkämpfer Kooperationserfordernis sehr hoch, aber Kooperationsbereitschaft oft gering