

Pressemitteilung

## **Megatrend Digitalisierung – 40 Prozent der Neukäufe von Pferdesportartikeln erfolgen über das Internet**

Bonn, 1. August 2018

---

Wenn Pferdesportler neues Equipment für ihr Hobby einkaufen, tun sie dies zunehmend digital. 40 Prozent aller Neukäufe von Pferdesportartikeln erfolgen heute über den Internetshop einer Reitsporthandelskette, über die Webseite eines Herstellers oder andere Online-Kanäle. Dies geht aus der aktuellen BSI-Konsumentenbefragung „Megatrend Digitalisierung – Wie shoppen Pferdesportler?“ im Auftrag der Fachgruppe Pferdesport des Bundesverbandes der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. (BSI) hervor. Das Hamburger Marktforschungsunternehmen benchex befragte dafür deutschlandweit insgesamt 1.040 Pferdesportler/-innen.

In 60 Prozent der Fälle werden die Pferdesportartikel weiterhin über den stationären Handel an die Reiterin und den Reiter gebracht. Bevorzugte Kauforte der Befragten sind dabei Filialbetriebe einer Reitsportkette, spezialisierte Reitsportfachgeschäfte sowie Turniere und Verbrauchermessen. Die Präferenz der Kunden für einen der beiden Einkaufskanäle hängt dabei auch von der Produktgruppe ab: Die Studienergebnisse zeigen, dass beispielsweise Pflegeprodukte und Reitbekleidung (Reithosen/Oberteile) deutlich häufiger online eingekauft werden als Reitstiefel oder Sättel, bei denen Reitsportler erfahrungsgemäß besonderen Wert auf individuelle Beratung vor Ort und Passgenauigkeit legen.

### **Fachhandelsketten sind auch in der Online-Welt stark**

„Der hohe Anteil des Online-Handels an den Gesamtverkäufen zeigt, wie wichtig es auch in der Pferdesportbranche ist, seine Marketing-Strategie an den Megatrend Digitalisierung anzupassen. Viele Hersteller und Händler haben sich bereits erfolgreich im Online-Geschäft positioniert – andere stehen noch in den Startlöchern“, sagt Monique van Dooren-Westerdaal, Mitglied des Präsidiums des BSI und Vorsitzende der BSI-Fachgruppe Pferdesport. Eine Einschätzung, die sich auch in den Studienergebnissen widerspiegelt: Traditionell aus dem stationären Handel kommende Reitsporthandelsketten verzeichnen mit ihren zusätzlichen Online-Shops einen Anteil von zwölf Prozent an der Gesamtmenge der neuverkauften Reitsportartikel. Damit liegen sie an erster Stelle, vor reinen Online-Händlern, die es auf einen Anteil von sieben Prozent bringen. Die Masse der unabhängigen stationären Fachhändler kommt dagegen zusammen nur auf vier Prozent. „Hier liegen sicherlich noch Potenziale brach. Im Aufbau eines Internet-Shops kann für spezialisierte Reitsportfachhändler durchaus die Chance liegen, sich über die Region hinaus neue Käufergruppen zu erschließen“, ist Christoph Krauss, Geschäftsführer von benchex, überzeugt. Punkten könnten sie vor allem durch Individualität in Sachen Service und Kundenansprache. Auffällig: Der Internet-Riese Amazon hat lediglich einen marginalen Marktanteil von zwei Prozent.

### **Motive für Pferdesport: Liebe zum Tier und Work-Life-Balance**

Die BSI-Studie beschäftigte sich nicht nur mit den Einkaufsgewohnheiten der Reitsportler. Die Studienmacher wollten auch wissen, aus welchen Gründen die Befragten Reitsport betreiben und welche ihre Lieblingspferdesportdisziplinen sind. Die Liebe zum Tier (91 Prozent Zustimmung), der Wunsch nach einem

Ausgleich zum Beruf (84 Prozent) und Naturverbundenheit (47 Prozent) waren die stärksten Motive, sich auf den Rücken des Pferdes oder auf den Kutschbock zu setzen. Das Knüpfen und Pflegen sozialer Kontakte – etwa im Reitstall – spielt dagegen eine untergeordnete Rolle: Nur 24 Prozent der Befragten betreiben Pferdesport auch zu diesem Zweck. Die mit Abstand beliebteste Pferdesportdisziplin ist das Dressurreiten; 73 Prozent der Befragten üben es regelmäßig aus. Auf den Plätzen dahinter folgen das Freizeitreiten (46 Prozent), das Springreiten (37 Prozent) und Vielseitigkeit (12 Prozent). Die Pferdesportler, die an der BSI-Studie teilnahmen, betreiben ihr Hobby sehr intensiv: 89 Prozent der Befragten üben ihre Lieblingsdisziplin täglich oder mehrmals pro Woche aus. 82 Prozent haben ein eigenes Pferd.

### **Demografische Daten: Jung, weiblich, gebildet**

Die Studienergebnisse erlauben einen Einblick in die Präferenzen einer jungen, weiblichen und gebildeten Zielgruppe. Von den deutschlandweit insgesamt 1.040 Befragten sind 98 Prozent weiblich. Der Altersdurchschnitt liegt bei 32 Jahren. Das Bildungsniveau innerhalb der Stichprobe ist hoch: 70 Prozent der Studienteilnehmer haben das Abitur oder einen höheren Bildungsabschluss.

### **spoga horse Frühjahr 2019: Weitere Ergebnisse und Dialog mit dem Handel**

Aus der BSI-Pferdesportstudie können weitere spannende Erkenntnisse zu einzelnen Produktgruppen, Kaufentscheidungsprozessen und dem Informationsverhalten der Reitsportler gezogen werden. Diese wird die BSI-Fachgruppe Pferdesport auf der Reitsportmesse [spoga horse Frühjahr 2019](#) (2.-4. Februar 2019 in Köln) präsentieren und mit dem Handel diskutieren.

### **Zusatzinformationen:**

*Die Befragung wurde zwischen Januar und März 2018 vom Hamburger Marktforschungsunternehmen benchex GmbH mittels eines Online-Fragebogens durchgeführt. Auftraggeber war die Fachgruppe Pferdesport des Bundesverbandes der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. Teilnahmeberechtigt waren Personen über 16 Jahren, die in den vorangegangenen 24 Monaten mindestens einen Pferdesportartikel gekauft hatten. Abgefragt wurde das Konsumverhalten in insgesamt dreizehn Produktgruppen. Second Hand-Käufe, über die ebenfalls ein gewisser Anteil von Pferdesportartikeln den Besitzer wechselt, waren kein Gegenstand der Untersuchung.*

### **Über den BSI:**

*BSI – Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. ist der 1910 gegründete Unternehmensverband der deutschen Sportartikelhersteller, -importeure und -großhändler. Der BSI hat derzeit rund 150 Mitgliedsunternehmen. Neben großen internationalen Firmen gehören ihm über 80 Prozent klein- und mittelständische Firmen an, die zu den Marktführern in ihren Sportsegmenten gehören. Die Mitglieder im Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 25 Milliarden Euro. Der BSI ist Mitglied des Verbandes der europäischen Sportartikelhersteller FESI mit Sitz in Brüssel und damit auch Mitglied im Weltverband der Sportartikelindustrie WFSGI mit Sitz in Bern. Der BSI ist ideeller Träger der Messen spoga + gafa und spoga horse (Köln), ISPO Munich sowie der TourNatur 2018 in Düsseldorf. Gleichzeitig ist der Verband Förderer der Messe FSB in Köln.*

---

### **Kontakt:**

Alexander Kolberg (Referent)  
Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. (BSI)  
Adenauerallee 134  
D-53113 Bonn  
Tel.: +49 (0) 228 / 926593-14  
alexander.kolberg@bsi-sport.de  
www.bsi-sport.de