

Leuchtturmprojekt Pferdeland – Weserland

Mit neuen Zielgruppen zum Erfolg

**Dokumentation des Projektes
"Erschließung und Bindung neuer Zielgruppen von
landwirtschaftlichen Pensionspferdebetrieben und Reitvereinen"**

Impressum:

Herausgeber:



- ◆ **Landwirtschaftskammer Weser-Ems**
Mars-la-Tour-Straße 1-13
26121 Oldenburg
www.lwk-we.de

Text und Redaktion: Dr. Waltraud Böden

Das Projekt wurde gefördert mit Mitteln aus dem Programm Regionen aktiv des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft auf der Grundlage des Regionalen Entwicklungskonzeptes „Nordlichter – Region Weserland“

Oldenburg, September 2005

Inhalt

1.	Einführung	2
2.	Ergebnisse der Umfrage über Wiedereinsteiger- und Seniorenangebote von Pensionspferdehaltern und Reitvereinen	3
3.	Ergebnisse der Umfrage von (potentiellen) Wiedereinsteigern	4
3.1	Kontakte zu Reitern in Familie und Freundeskreis	5
3.2	Gründe für die (Wieder-)Aufnahme des Reitsports	6
3.3	Hindernisse bei der Wiederaufnahme des Reitsports	6
3.4	Ansprüche von Wiedereinsteigern an die Reitanlage	7
3.5	Ansprüche von Wiedereinsteigern an den Reitunterricht	7
3.6	Bedeutung der Reitweisen für Wiedereinsteiger	8
3.7	Bedeutung der Mitreiter und Stallgemeinschaft für Wiedereinsteiger	9
3.8	Zusammenfassung	10
4.	Veranstaltungskonzepte für die Zielgruppe	10
5.	Zielgruppenansprache von A bis Z: Wie erreiche ich Senioren und Wiedereinsteiger?	13
6.	Kommunikation mit Kunden im Pferdestall - Entwicklung einer Lehrgangskonzeption für Pensionspferdehalter	17
7.	Zusammenfassung	18
8.	Anlagen	19

1. Einführung

Pferde und Reiter spielen im Weserland seit Jahrhunderten eine große Rolle. Sie sind nicht nur Teil der Kultur, sondern vor allem auch ein wirtschaftlicher Faktor. Nach Ergebnissen der Potentialanalyse im Rahmen des Regionen-aktiv-Projektes "Konzeptentwicklung für Beratung und Qualifizierung landwirtschaftlicher Betriebe zu Angeboten rund ums Pferd (2004)" leben im Regionen-aktiv-Gebiet "Weserland" mehr als 10.000 Pferde. Geht man davon aus, dass laut Statistik der Deutschen Reiterlichen Vereinigung (FN) jeder Pferdebesitzer im Jahr 7.462,69 Euro (2005) ausgibt, ergibt sich ein Umsatz von 74,6 Millionen Euro pro Jahr im Weserland durch die Pferdehaltung.

Doch es könnte noch mehr sein. Denn leider zeigte die Potentialanalyse auch, dass ca. 25 % der 88 befragten Pensionspferdehalter nicht ausgelastet und damit mittel- und langfristig in ihrer Existenz gefährdet sind. Neue Kundengruppen, das heißt mehr Pferde und Pferdebesitzer müssen also gefunden werden. Aber wie und wo?

Eine Frage, die sich angesichts der Altersstruktur in Deutschland und einer Marktanalyse der FN beantworten lässt: Es sind zum einen die älteren Menschen, die nicht nur immer mehr werden, sondern auch immer unternehmungslustiger. So halten sich nach einer Umfrage im Vorfeld einer Senioren-Lifestyle-Messe die meisten Menschen über 50 Jahre innerlich für rund vier bis 10 Jahre jünger. Und nach ihren Wünschen für ein Erlebnis der besonderen Art befragt, kreuzten die meisten an "Einmal mit einer Harley-Davidson fahren" oder "auf einem schwarzen Hengst reiten".

Tatsächlich hören Wunschträume keineswegs mit 50 Jahren auf zu existieren und für nicht wenige ist ein eigenes Pferd ein Wunschtraum geblieben, den sie durchaus im fortgeschrittenen Alter mit dem dann vorhandenen Geld realisieren wollen.

Die andere Zielgruppe, die ebenfalls für Reitvereine und Pensionspferdehalter interessant sind, ist die Gruppe der Wiedereinsteiger. Also die Gruppe (vor allem Frauen), die wegen Kinderkriegen, Ausbildung und Beruf mit dem Reiten aufgehört haben, aber nicht die Liebe zum Pferd verloren haben. So antworteten bei der Ipsos-Studie nur 12 % der ehemaligen Reiter, dass sie die Lust am Reiten verloren haben, aber bei 56 % der ehemaligen Reiter war die Wahrscheinlichkeit gegeben, dass sie mit dem Reiten wieder anfangen würden.

Dass sie es oft dennoch nicht tun, hängt mit der bestehenden Angebotsstruktur in den Betrieben und Vereinen zusammen. Jahrelang hat man sich hier vielerorts auf den Nachwuchs konzentriert, was keineswegs hier verurteilt werden soll, aber es ist klar, die Zukunft des Pferdesports liegt nicht nur bei der Jugend.

Ohne jetzt das gut funktionierende Ausbildungssystem völlig umzukrempeln und zu vernachlässigen, stellt sich die Frage, wie komme ich an die Senioren und Wiedereinsteiger heran, wie gewinne ich sie (wieder) für das Pferd?

Dieser Frage wurde in folgenden Schritten in dem Projekt "Erschließung und Bindung neuer Zielgruppen" nachgegangen:

Um herauszufinden, was bereits an Angeboten für Wiedereinsteiger und Senioren im Weserland existiert, wurden die Pensionspferdehalter und Reitvereine angeschrieben und zu ihren Angeboten für diese Zielgruppe befragt. Die Wiedereinsteiger selbst wurden ebenfalls auch auf verschiedenen Wegen nach ihren Wünschen und Präferenzen befragt.

Aufbauend auf den Ergebnissen der Befragung und der Recherche in Literatur und Internet wurden Beispiele für Veranstaltungskonzepte für diese Zielgruppe entwickelt. Im Kapitel Zielgruppenansprache von A bis Z werden Hinweise und Möglichkeiten aufgezeigt, sich attraktiver für diese Gruppe zu präsentieren und sie anzusprechen.

Einen besonderen Stellenwert hat dabei die Kommunikation mit den (potentiellen) Kunden, auf die hier ebenfalls eingegangen wird.

2. Ergebnisse der Umfrage über Wiedereinsteiger und Seniorenangebote von Pensionspferdehaltern und Reitvereinen

Um herauszufinden, ob und welche Angebote für die Zielgruppe der Wiedereinsteiger und Senioren bereits existieren, wurden ca. 150 Fragebögen an Pensionspferdehalter und Reitvereine im Weserland verschickt. Davon wurden 15 zurückgesandt. Außerdem gab es einige telefonische Rückmeldungen. 10 der Betriebe / Vereine halten Angebote für Senioren vor, 13 für Wiedereinsteiger. Zwei Betriebe verfügen bisher über kein Angebot, sind jedoch an der Zielgruppe interessiert.

Bei fast allen Betrieben (11 bzw. 12) bestand das Angebot aus Reitunterricht im Einzelunterricht und Gruppenunterricht, Theorie und praktischem Unterricht über den Umgang mit den Pferden. Bei 11 Betrieben gehörten gesellige Veranstaltungen zum Angebot und 10 boten auch Prüfungen für die Zielgruppe an, wie z. B. Basis-Pass oder Reitabzeichen. Dies bedeutet ein sehr umfassendes Angebot in Theorie und Praxis, das offenbar je nach Wunsch in Anspruch genommen werden kann.

Fahren und Voltigieren wurden nur in 2 bzw. 3 Fällen angeboten, 6 Betriebe hatten Zusatzangebote sowohl im geselligen Bereich (Kaffeemittage, Besuch von größeren Turnieren), aber auch in Bereichen wie Angstabau, Feldenkrais auf dem Pferd. 6 Betriebe bieten zusätzlich therapeutisches Reiten an.

In vier Fällen wurde mit Kooperationspartnern gearbeitet, wie z. B. einer Schule, einem Altenheim und Reitlehrern mit besonderen Schwerpunkten oder Ausbildung.

In keinem Fall war das Angebot von vornherein zeitlich beschränkt, wie es bei Kursen, Lehrgängen usw. der Fall ist.

Die Angebote konzentrierten sich nicht auf eine besondere Tageszeit oder einen Wochentag, sondern fanden offenbar je nach Bedarf und Absprache zu allen Tages- und Wochenzeiten statt.

Nur zwei der Betriebe hatten besondere Werbung für diese Zielgruppe betrieben: einmal durch Auslegen von Flyern in einer Gaststätte und durch das Internet, ein zweiter Betrieb durch eine Anzeige. Einige Betriebe weisen aber durch Aushang, Aktionen, Flyer und Zeitungsartikel generell auf ihre Angebote hin. Auch die direkte Ansprache von potentiellen Reitern wurde betrieben.

Je nach Betrieb war die Anzahl der Teilnehmer dieser Zielgruppe sehr unterschiedlich und reichte von 3 bis 30 Teilnehmern pro Woche. Auch die dauerhafte Bindung der Teilnehmer reichte von 20 bis 100 %. Doch lässt sich feststellen, dass bei allen Betrieben die Ansprache dieser Zielgruppe mit der Gewinnung von Kunden auf Dauer verbunden war, wenn auch nicht immer alle bleiben.

Die meisten Betriebe sahen bei dieser Zielgruppe keine besonderen Vor- oder Nachteile. Genannt wurden als besondere Anforderungen eine "intensivere Kundenbetreuung", eine Aufstiegshilfe, Helfer beim Vorbereiten und Aufsteigen, besonders ausgeglichene Pferde. Als Vorteil wurde genannt, dass ältere "wissen was sie wollen und länger durchhalten, auch wenn es mal nicht so klappt". Außerdem wurden eine bessere Auslastung in den Vormittags- und Abendstunden und auch Mithilfe bei Organisation und Durchführung von Festivitäten bei dieser Zielgruppe festgestellt.

Große Investitionen oder Umstellungen im Betrieb waren bei den meisten Betrieben (8) nicht notwendig. Zwei Betriebe schafften eine Aufstiegshilfe an, drei Betriebe größere bzw. mittelgroße Schulpferde, die aber auch im übrigen Reitunterricht eingesetzt wurden. Ein Betrieb hat außerdem einen Therapiegurtt und einen Pferdehalsriemen gekauft.

Neben den bisherigen Aktivitäten bei den befragten Vereinen und Betrieben sind künftig bei sieben weitere Aktionen geplant, jedoch nicht immer ausschließlich für die Zielgruppe der Senioren und Wiedereinsteiger.

So sind die geplanten Reitabzeichen und Basis-Passprüfungen, sowie Ausflüge und Ausritte für alle offen, nur ein Betrieb will einen speziellen Seniorenlehrgang anbieten.

Fazit:

Senioren und Wiedereinsteiger sind nach diesen Angaben eine Zielgruppe, bei der es sich lohnt, sie besonders anzusprechen. Sie können Zeiten im Reitbetrieb auslasten, in denen sonst wenig los ist und sie bleiben oft dauerhaft bei der Sache, was zweifellos ein großer Vorteil ist.

Allerdings scheinen sie, insbesondere was Unterricht und Ausbildung anbelangt, anspruchsvoller zu sein, so dass ein individuelleres und breiteres Spektrum an Unterricht angeboten werden muss. Auffällig ist, dass fast alle Betriebe / Vereine den praktischen Unterricht mit Theorie verbinden, was darauf hindeutet, dass Pferdesport in höherem Alter "kopfgesteuerter" ist als bei Jugendlichen, bei denen Unterricht in Theorie oft nur als Vorbereitung für Prüfungen eine Rolle spielt.

Fast alle Betriebe bieten sowohl Einzel- als auch Gruppenunterricht an, was ebenfalls auf einen individuelleren Unterricht je nach Wunsch und Vermögen des Reiters hindeutet. Was nicht zu kurz kommen sollte, ist offenbar die Geselligkeit. Neben diesem höheren Betreuungsaufwand können in Einzelfällen Investitionen in eine Aufstiegshilfe und geeignete Schulpferde notwendig sein. Allerdings kommen diese Anschaffungen dem gesamten Reitbetrieb zu Gute.

Wichtig ist für die Ansprache offenbar eine generelle gute Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Vereins bzw. Betriebes, die schließlich zu Mund-zu-Mund-Propaganda führt. Ist der Betrieb / Verein bekannt, fällt die Gewinnung von besonderen Zielgruppen zweifellos leichter und erfordert wenig spezielle Werbung.

3. Ergebnisse der Umfrage von (potentiellen) Wiedereinsteigern

Mit einer Umfrage unter Wiedereinsteigern bzw. solchen die es gerne werden würden, sollten vor allem folgende Fragen beantwortet werden:

- Wie kommen Betriebe und Vereine an die Zielgruppe heran? Haben Sie bereits Freunde, Familienangehörige, die reiten?
- Aus welchen Motiven fangen Sie wieder mit dem Reiten an, was oder wer hindert Sie dabei?
- Welche Ansprüche hat die Zielgruppe im Hinblick auf den Stall bzw. die Reitanlage, den Unterricht, die Reitweise und die Stallgemeinschaft?

Nach Anforderungen an die Pferde wurde nicht gefragt, da Pferde für Anfänger und Wiedereinsteiger generell ruhig und gut ausgebildet sein müssen. Die Qualität der Pferde spielt ohne Zweifel eine große Rolle beim Wiedereinstieg. Ihre Bedeutung ist so klar, dass sich hier Fragen praktisch erübrigten.

Um möglichst viele Wiedereinsteiger nach ihren Wünschen und Erfahrungen zu befragen, wurden verschiedene Wege eingeschlagen. Zum einen wurde ein Presseaufwurf gestartet, mit dem Ziel, dass Leser über ihre Erfahrungen bei ihrem Wiedereinstieg in den Pferdesport berichteten. Durch persönliche Kontakte, insbesondere in der Wesermarsch, konnten ebenfalls über 30 Wiedereinsteiger per Fragebogen (siehe Anlage) befragt werden. Der dritte Weg, ebenfalls mit diesem Fragebogen, war die Ansprache von Wiedereinsteigern auf der Reitsportveranstaltung "Verdiana" in Verden, so dass letztendlich 46 Fragebögen ausgewertet werden konnten.

Bei der Presseaktion wurden Aufrufe in fast allen großen deutschen Pferdezeitschriften (Cavallo, Reiterrevue, Freizeit im Sattel, St. Georg, Pferdeforum Weser-Ems) veröffentlicht. Es folgten 15 zum Teil sehr ausführliche Zuschriften und Erfahrungsberichte.

Dabei wurden folgende Themenbereiche immer wieder angesprochen und im darauf aufbauenden standardisierten Fragebogen abgefragt:

- die Ausstattung des Reitbetriebes bzw. der Anlage und deren Umgebung
- der Reitunterricht
- die Reitweise
- das soziale Gefüge und die Mitreiter im Reitstall.

Oft wurde auch von besonderen Erlebnissen, insbesondere mit Reitlehrern, Mitreitern oder Schrecksituationen berichtet, die ihnen das Reiten vermiesst bzw. Angst eingejagt haben. Bei der Umfrage wurde daher nach Hindernissen beim Wiedereinstieg in den Pferdesport, aber auch nach Motiven und förderlichen Kontakten gefragt.

Hier die Ergebnisse:

3.1 Kontakte zu Reitern in Familie und Freundeskreis

Diese Frage ist entscheidend für eine Strategie, um an die Zielgruppe der erwachsenen Anfänger und Wiedereinsteiger heranzubekommen.

Tabelle 1:

Haben Sie	%
Freunde / Bekannte, die reiten oder Pferde halten?	76
Lebenspartner, die reiten oder Pferde halten?	33
Eigene Kinder, die reiten?	67
n = 46	

Tabelle 1 zeigt, dass kaum jemand reitet ohne Kontakte zu reitenden Bekannten, Lebenspartnern oder Kindern zu haben, wobei viele Kontakte sich nicht erst durch das Reiten ergeben, sondern schon vor dem (Wieder-)Einstieg in den Pferdesport existieren. Zwei Drittel der Befragten haben eigene Kinder, die reiten. Die Kinder sind also oft ein Grund für viele Frauen, mit dem Reiten aufzuhören, aber über sie kann der Weg auch wieder zurückführen, wenn entsprechende Angebote gemacht werden. Auch macht es offenbar Sinn, Werbekonzepte zu entwickeln, mit denen Bekannte, Freunde usw. animiert werden, Interessenten für den Reitsport mitzubringen.

3.2 Gründe für die (Wieder-)Aufnahme des Reitsports

Mit welchen Argumenten lassen sich jedoch Interessenten locken? Spielen bei erwachsenen Reitern Fitness und gesundheitliche Gründe eine größere Rolle als bei jüngeren? Um dies herauszufinden, wurde nach den Gründen gefragt, warum mit dem Reiten wieder angefangen wurde. Es zeigte sich, dass es durchaus eine Zielgruppe gibt, für die (auch) gesundheitliche Gründe beim Reiten eine Rolle spielen, allerdings sind diese mit ca. 20 % in der Minderheit. Ganz klar dominiert beim Wiedereinstieg der Spaß am Reiten und die Liebe zu Pferden (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2:

Gründe, mit dem Reiten wieder anzufangen	%
Spaß am Reiten	95
Liebe zu Pferden	80
Gesundheitliche Gründe	22
Sonstiges	17
n = 46	

Bei Werbemaßnahmen und Angeboten sollte daher der Spaß auch immer an erster Stelle stehen. Angebote zum Reiten als Gesundheits- oder Fitness-Sport können eine gute Ergänzung des Gesamtangebotes eines Betriebes oder Vereins sein, aber auch dabei dürfen der Spaß und der entspannte Umgang mit dem Pferd nicht auf der Strecke bleiben. Nur Reiten bietet das "Erlebnis Pferd". Wer das nicht sucht und nur Gesundheit möchte, wird eher z. B. beim Nordic- Walken landen.

3.3 Hindernisse bei der Wiederaufnahme des Reitsports

Aber was hindert die Reitbegeisterten beim (Wieder-)Anfang? Gibt es Hindernisse, die der Betrieb oder Verein helfen kann zu überwinden? Offenbar nur zum Teil, wie die Ergebnisse in Tabelle 3 zeigen.

Tabelle 3:

Die größten Hindernisse, (wieder) mit dem Reiten anzufangen (Mehrfachnennungen möglich)	%
meine Familie / Lebenspartner	17
meine eigene Angst	33
Angst, dass andere mich auslachen	11
kein geeigneter Betrieb / Verein in der Nähe	22
finanzielle Engpässe	22
keine Zeit	59
Sonstiges	4
n = 46	

Das größte Hindernis bei ca. 60 % der Befragten ist die fehlende Zeit. Auch an den finanziellen Engpässen und dem Hemmschuh Familie/Lebenspartner, die für ca. jeden Fünften ein Hindernis bedeuten, kann ein bestehender Betrieb kaum etwas ändern. Allerdings kämpft ein Drittel der Wiedereinsteiger mit der eigenen Angst. Hier müssen Stallbetreiber und Ausbilder bei der Kontaktaufnahme und ersten Vorgesprächen, den Interessenten Vertrauen vermitteln, damit es überhaupt zum ersten Reitversuch kommt.

Dabei ist dann besonderes Fingerspitzengefühl und auch Geduld notwendig, damit die Angst überwunden werden kann.

Neben Einzelunterricht können hier besondere Angebote des Betriebes für ängstliche Reiter sinnvoll sein.

Nicht besonders förderlich sind dabei offensichtlich lästernde Zuschauer, denn immerhin ca. 10 % der Befragten haben auch Angst, dass andere sie bei ihren Reitversuchen auslachen.

Als weiteres Hindernis gaben 22 % der Befragten an, dass kein geeigneter Betrieb/Verein in der Nähe ist. Was bedeutet hier "Nähe"? Danach gefragt wie weit sie zum Stall fahren würden, antworteten 69 % "bis zu 25 km", 31 % wollen allerdings nur einen Fahrtweg von bis zu 10 km auf sich nehmen. Dies bedeutet, wer so abgelegen wohnt, dass nur wenige Kunden ihn in einer halben Stunde erreichen können, hat als Reit- und Pensionsstall höchstens dann Chancen, wenn er etwas ganz Besonders bietet und über die Region hinaus bekannt ist.

3.4 Ansprüche von Wiedereinsteigern an die Reitanlage

Was spielt neben der Entfernung der Reitanlage für Wiedereinsteiger noch eine Rolle? Was ist Ihnen wichtig?

Tabelle 4:

Anlage/Stall	wichtig %	weniger wichtig %	unwichtig %
Reithalle	76	11	13
Gelände zum Ausreiten	59	28	13
Weiden, Auslauf	61	15	24
Aufsitzhilfe	9	15	76
Sonstiges	24	-	-
n = 46			

Klarer Favorit ist hier die Reithalle, sie wird von 76 % für wichtig gehalten. Allerdings wünschen sich ca. 60 % auch ein Gelände zum Ausreiten und Weiden und Auslauf für die Pferde. Das Vorhandensein einer Aufsitzhilfe spielt dagegen keine große Rolle.

Relativ zahlreich waren hier besondere Wünsche unter Sonstiges. Hier ging es vor allem um die Stallgemeinschaft, die in Frage 6 gesondert abgefragt wurde und um artgerechte und gesunde Pferdehaltung.

3.5 Ansprüche von Wiedereinsteigern an den Reitunterricht

Fast immer erfolgt der Wiedereinstieg in den Reitsport über eine Form des Reitunterrichts im Verein oder in Privatanlagen. Die Qualität dieses Unterrichts ist oft entscheidend dafür, ob der Reitanfänger oder Wiedereinsteiger beim Reitsport bleibt. Die Erfahrungsberichte auf Grund der Presseaufrufe zeigten, dass besonders Überforderung mit aufkommenden Angstgefühlen nicht nur zum Wechsel des Reitstalls, sondern zur (vorübergehenden) Aufgabe des Reitsports führt.

Aber wie wünschen sich die Wiedereinsteiger den Unterricht?

Tabelle 5:

Unterricht	wichtig %	weniger wichtig %	unwichtig %
Einzelunterricht	47	24	29
Eigene Bestimmung des Tempos/Gangart	51	24	24
Viele Erklärungen, Begründungen	49	29	24
Rücksicht auf individuelles Können, körperliche Voraussetzungen	62	16	22
Rücksicht auf Vermögen des Pferdes	56	29	18
Theorieunterricht	36	29	33
"Schnupperkurs"	36	16	49
Feierabendunterricht	71	9	20
Wochenendunterricht	40	18	42
n = 45			

Der wichtigste Punkt ist, dass Erwachsene vorrangig nach Feierabend reiten können und wollen. So wünschen sich 76 % Feierabend-Unterricht, Wochenend-Unterricht schätzen dagegen nur 40 %. Offenbar ist das Wochenende mehr der Familie vorbehalten.

Am zweitwichtigsten ist dann aber, dass im Unterricht Rücksicht auf individuelles Können und körperliche Voraussetzungen genommen wird. Das wünschen sich 62 %. Dieses deckt sich mit den Erfahrungsberichten, in denen die Überforderung als sehr negativ empfunden wird. Ausbilder sollten also bei erwachsenen Reitschülern mehr auf Signale der Überforderung achten und keinesfalls Proteste nach dem Motto "Nun stellt euch nicht so an" ignorieren. Dazu gehört auch, dass ca. 50 % der Befragten selbst Tempo bzw. Gangart bestimmen möchten. Dass auch auf das Vermögen der Pferde Rücksicht genommen wird, wünschen sich immerhin 56 %. Das zeigt, dass das Wohl der Pferde für viele auch bei der Auswahl des Reitstalls eine Rolle spielt.

Von Bedeutung ist für die erwachsenen Einsteiger die Möglichkeit des Einzelunterrichts, den fast die Hälfte der Befragten als wichtig empfinden, dagegen sind Schnupperkurs und Theorieunterricht nur für ca. ein Drittel wichtig. Schnupperkurse sind sicherlich nur dann sinnvoll, wenn im Anschluss ein qualifizierter Unterricht, einzeln oder in Gruppen, angeboten wird. Nur Einzelunterricht anzubieten ist genauso verkehrt wie nur Gruppenunterricht, denn über 50 % verschmähen Einzelunterricht, da hier, wie noch gezeigt wird, die hoch geschätzte Geselligkeit fehlt.

Ingesamt bedeutet dies, dass ein Ausbilder die unterschiedlichen Wünsche der Reitschüler erstmal erfragen sollte, um dann individuellen Unterricht anzubieten. Ausbilder müssen also flexibler werden und sich vom Unterricht nach "Schema F" verabschieden.

3.6 Bedeutung der Reitweisen für Wiedereinsteiger

Gefragt wurde hier, welche Reitweisen, ob Dressur, Springen, Geländereiten, Westernreiten, Bodenarbeit für die Wiedereinsteiger wichtig sind, wobei streng genommen Bodenarbeit keine Reitweise ist und Westernreiten sowohl Gelände wie auch Dressurreiten beinhalten kann.

Tabelle 6:

Reitweisen	wichtig %	weniger wichtig %	unwichtig %
Dressur	78	7	16
Springen	24	27	49
Gelände	58	27	16
Westernreiten	13	16	67
Bodenarbeit	16	24	56
n = 45			

Angenommen wurde, dass Geländereiten eine hohe Priorität bei Wiedereinsteigern hat, so wie dies z. B. auch die Ipsos-Studie der FN zeigt. Tatsächlich ist fast 60 % der Befragten das Geländereiten zwar wichtig, aber fast 80 % ist auch das Dressurreiten wichtig. Die Dressur als Grundlage der Reiterei wird damit von fast allen anerkannt. Alles andere, ob Springen, Bodenarbeit oder Western spielt dagegen eine untergeordnete Rolle.

Bietet allerdings ein Betrieb oder Verein keine Möglichkeit, mit Reitschülern ins Gelände zu gehen, besteht die Gefahr, dass erwachsene Anfänger oder Wiedereinsteiger sich nach einer Dressur-Grundausbildung einen anderen Stall oder Verein suchen.

3.7 Bedeutung der Mitreiter und Stallgemeinschaft für Wiedereinsteiger

In Erfahrungsberichten wurde immer von positiven wie auch negativen Erlebnissen mit anderen Reitern, Stallbetreibern usw. erzählt, die offensichtlich einen großen Einfluss auf die Wahl einer Reitanlage hatten.

Gefragt wurde daher, was den Wiedereinsteigern bei der Stallgemeinschaft wichtig ist. Das Ergebnis war hier eindeutig und zeigt die Bedeutung des sozialen Lebens in einem Verein oder Pensionspferdestall.

Tabelle 7:

Mitreiter, Stallgemeinschaft	wichtig %	weniger wichtig %	unwichtig %
Gegenseitige Hilfe durch Mitreiter	78	13	9
Geselliges Zusammensitzen	76	18	7
Beratung, Hilfe durch Stallbetreiber	49	27	31
Kinder, Freunde, Bekannte, die in der gleichen Anlage reiten	76	16	9
n = 45			

Fast 80 % schätzen sowohl die gegenseitige Hilfe durch Mitreiter, wie auch das gesellige Beisammensein. Und ebenso viele haben auch Kinder, Freunde und Bekannte in der gleichen Anlage. Das bedeutet, dass ein gutes Miteinander unter den Reitern und Pferdebesitzern ein großes Plus ist und unter Umständen Mängel in anderen Bereichen ausgleichen kann.

Jedem Zweiten ist auch die Beratung und Hilfe des Stallbetreibers wichtig, insbesondere dann, wenn eigene Erfahrungen fehlen. Es lohnt sich also, sich Gedanken um das soziale Leben im Stall zu machen und als Ansprechpartner bei Bedarf zur Verfügung zu stehen, wobei hier sicher auch Grenzen notwendig sind.

3.8 Zusammenfassung

Der einfachste Weg, an die Zielgruppe Wiedereinsteiger oder erwachsene Reitanfänger heranzukommen, sind Einsteller und Kinder, die z. B. durch Vergünstigungen animiert werden, Eltern und Freunde zum Reitunterricht mitzubringen. Bei der Entwicklung von Konzepten für Wiedereinsteiger und bei Werbemaßnahmen sollten der Spaß am Reiten und der Umgang mit dem Pferd im Vordergrund stehen. Wichtig ist für viele neben einer Dressur-Grundausbildung das Reiten im Gelände.

Entscheidend im Unterricht und bei Gesprächen mit Wiedereinsteigern ist das individuelle Eingehen auf die Wünsche und das Vermögen. Viele haben Angst vorm Pferd, vor der Überforderung und wünschen sich ein individuelles Eingehen auf ihre Probleme und ihr Vermögen.

Dabei bevorzugt ein Teil der Wiedereinsteiger Einzelunterricht, ebenso viele aber auch Gruppenunterricht, zumal fast allen Wiedereinsteigern Geselligkeit und gute Kontakte zu Mitreitern wichtig sind. Das eigene Wohlfühl ist offenbar mindestens so wichtig wie das Wohl der Pferde, auf das viele auch im Reitunterricht achten. Lieblingsbeschäftigung mit dem Pferd ist dabei für viele ein Ritt durchs Gelände.

4. Veranstaltungskonzepte für die Zielgruppe

Aus den Befragungsergebnissen geht hervor, dass ein individuelles Eingehen auf die Wünsche der Reitinteressenten Vorrang hat. Hier werden zwar verschiedene Beispiele für Angebote vorgestellt, bei Bedarf sollte jedoch auch Einzelunterricht angeboten werden. Die Beispiele reichen vom eintägigen Schnupperkurs über Reiturlaub mit Wellness- und Fitnessangeboten bis hin zum dauerhaften Reitunterricht. Ein Patentrezept gibt es nicht, da jeder Betrieb andere Möglichkeiten, andere Kunden und auch Kooperationspartner hat.

Hier eine Gliederung von Veranstaltungsbeispielen. Einige davon werden im Anschluss genauer beschrieben.

Veranstaltungsbeispiele

1. Kurzlehrgang, Schnupperlehrgang: Einstieg an zwei halben Tagen
2. Lehrgang über 2 - 3 Monate, evtl. in Kooperation mit der Kreisvolkshochschule. Reiten als Gesundheitssport mit Fitness-Übungen und Rückengymnastik (letzteres nur bei entsprechender Qualifikation des Ausbilders) oder in Kombination mit Ausdauertraining wie z. B. Reiten und Nordic-Walking (Projekt im Bezirk Ostfriesland)
3. Lehrgang „Fit fürs halbe Pferd“, z. B. über drei Monate als Vorbereitung für eine Reitbeteiligung an einem Schul- oder Privatpferd (mit Theorie zu Pferdehaltung und -kauf, Rechtsfragen bei einer Reitbeteiligung)
4. Lehrgang „Fit für den ersten Ausritt“ mit Theorie und Praxis zum Geländereiten als dreimonatiger Lehrgang oder im Modulsystem wie beim Konzept der Vereinigung der Freizeitreiter und Fahrer in Deutschland (VFD) als Vorbereitung zur Geländereiterprüfung
5. Modulsystem:
 - Modul A: 8 Einheiten über 4 oder 8 Wochen zum Einstieg
 - Modul B: 8 Einheiten zum Aufbau und zur Verstetigung
 - Modul C: 8 Einheiten „Spezial“; z. B. für besonderes Training im Gelände, Dressur, Bodenarbeit

6. Reiturlaub, Kompaktkurs z. B. über ein oder zwei Wochen, evtl. in Verbindung mit Fitness-, Wellness- und Ernährungs- bzw. Schlemmerangeboten in Kooperation mit benachbarten Anbietern
7. Langfristiger Kurs über mehrere Monate wie z. B. das FN-Wiedereinsteigerprogramm über 14 Monate siehe www.fn-dokr.de
8. Dauerhafter Reitunterricht für Zielgruppen Wiedereinsteiger, Eltern, Senioren

Konzept "Schnupperlehrgang – so gelingt der Wiedereinstieg in den Pferdesport"

Zeit:	8 Unterrichtseinheiten (6 Stunden), auf zwei Tage verteilt
Teilnehmer:	4 - 8
Voraussetzungen:	Reiterstübchen o. ä., Reitplatz oder Reithalle, Schulpferde je nach Teilnehmerzahl, evtl. Helfer

Ablauf:

1. Halbttag:

- Kennenlernen, Vorstellen der Teilnehmer mit kurzer Beschreibung der reiterlichen Biographie
- Erfassung der Wünsche und Vorstellen der Teilnehmer (möglichst auf Tafel oder Plakat festhalten)
- Vorstellen des Betriebes mit seinem Angebot und klären, welche Wünsche der Betrieb nicht erfüllen könnte
- Ausrüstungs- und Bekleidungsfragen klären
- Grundlegendes beim Umgang mit Pferden: Verhalten von Pferden, Unfallgefahren und Sicherheitsmaßnahmen
- Neue Entwicklungen im Pferdesport und –haltung, Reitweisen
- Rundgang über den Hof, Vorstellung der Räumlichkeiten
- Vorstellung der Mitarbeiter und Schulpferde
- Gepflogenheiten auf dem Hof erklären
- Praxis: Pferd anbinden, putzen, satteln, führen, Bodenarbeit als Vertrauen bildende Maßnahme, einzeln aufsteigen, Reiten an der Hand oder Longe, absatteln und Pferd versorgen
- Rückmeldung und den ersten Aufstieg feiern

2. Halbttag:

- Körperliche Voraussetzungen im Pferdesport mit Übungen z. B. Gleichgewichtsübungen, Dehnungsübungen, Falltraining
- Thema Angst: wer hat Angst, was lässt sich dagegen tun?
- Praxis: wie am 1. Tag Pferd anbinden, putzen, Satteln usw., Bodenarbeit, Aufsteigen, Reiten an der Longe oder je nach Vorkenntnissen frei in der Abteilung, Pferd versorgen
- Abschluss: Wie war es für die Teilnehmer? Wie kann es weitergehen? Angebote für Interessenten besprechen und festlegen

Beispiel „Fit fürs Pferd“

12-teiliger Lehrgang mit Praxis rund ums Pferd und Fitness-Übungen für erwachsene, gesundheitsbewusste Wiedereinsteiger und Anfänger, die Reiten (wieder) erlernen wollen, aber gleichzeitig mehr für ihren Körper tun wollen.

Ziel. Neben dem Heranführen ans Pferd sollen die Teilnehmer beweglicher, ausdauernder werden, ein besseres Gleichgewichtsgefühl und Spaß an der Bewegung bekommen. Die Fitnessübungen sollten auch zu Hause durchgeführt werden können.

Eine Veranstaltung pro Woche mit drei Unterrichtseinheiten (135 Minuten).

Bei der ersten Veranstaltung werden der Lehrgangsablauf, der Betrieb, der/die Ausbilder(in), die Teilnehmer und die Schulpferde vorgestellt. Außerdem werden grundsätzliche Verhaltensregeln auf dem Betrieb und während des Unterrichts dargelegt. Sinnvoll ist auch ein „Mini-Risiko-Check“ zur Abklärung gesundheitlicher Risiken (Anlage).

Ablauf der Lehrgangseinheiten:

10 -15 Minuten Fitness-Übungen z. B.

- Dehnungsübungen
- Übungen zur Kräftigung der Bauch- und Rückenmuskulatur (z. B. mit Thera-Band)
- Gleichgewichtsübungen z. B. mit Sitzball
- Fallübungen wie Abrollen vom Ball, Rolle vorwärts, seitliches Abrollen aus Hocke und Stand
- Konditionstraining, Lauftraining
- Entspannungs- und Atemübungen

30 Minuten Theorie und Praxis am Pferd:

Pferde satteln und vorbereiten mit Erklärungen zum Putzen, Pferdeverhalten, Ausrüstung, richtiges Anbinden usw.

60 Minuten Reitunterricht mit Sitzübungen, Lockerungsübungen auf dem Pferd.

15 Minuten Pferde absatteln und Versorgen, bei Bedarf mit Erklärungen und Infos.

15 Minuten Nachbesprechung:.

Gab es Probleme? Gibt es Fragen? Was hat Spaß gemacht, was weniger?

Beispiel Fit fürs „halbe“ Pferd

Lehrgang für Pensionspferdehalter mit (zuviel) eigenen Pferden (z. B. Pferde der Kinder in der Ausbildung, die nicht verkauft werden sollen) oder mit Kunden, die eine Reitbeteiligung suchen. Ziel dieses Konzepts ist einmal, eigene Pferde besser auszulasten, zum anderen zu verhindern, dass Kunden z. B. aus finanziellen Gründen verloren gehen, weil sie sich alleine ein Pferd nicht leisten können oder wollen. Dieser Lehrgang kann daher auch dann sinnvoll sein, wenn normalerweise kein Schulbetrieb stattfindet und zu diesem Zweck extra ein Ausbilder und evtl. auch andere Fachleute „eingekauft“ werden müssen.

Der Lehrgang sollte ca. drei Monate dauern, während derer sich Besitzer des Pferdes, Reitbeteiligung und Pferd quasi unter Aufsicht und Begleitung kennen lernen können. Der Besitzer sollte also selbst insbesondere bei einigen Praxis- und insbesondere Theoriestunden anwesend sein. Da es keine Garantie für ein reibungsloses Miteinander gibt, sollte aus dem Lehrgang keine Verpflichtung entstehen, dass auch tatsächlich nach den drei Monaten eine Reitbeteiligung eingegangen wird.

Programm:

Theorie (ca. alle 14 Tage) :

1. Grundsätzliches beim Umgang mit dem Pferd: Putzen, Satteln, Anbinden, Führen, Verladen, Versorgen nach dem Reiten usw.
2. Besonderheiten bei der Pflege der vorhandenen Pferde: z. B. Pflege besonderer Rassen, Ekzembehandlung, medizinische Erstversorgung, wann muss der Tierarzt, wann der Besitzer informiert werden?
3. Pferdeverhalten: Grundsätzliches zum Pferdeverhalten, wie verhält sich ein Pferd bei verschiedenen Personen? Kann es Schaden nehmen, wenn es von verschiedenen Personen geritten wird? Würden/werden bei den vorhandenen Pferden besondere Ausbildungsmethoden angewendet?
4. Kosten eines Pferdes: Welche Kosten fallen an, wie lassen sie sich auf Besitzer und Reitbeteiligung verteilen?
5. Recht und Versicherungen: Welche Rechten und Pflichten haben Pferdebesitzer und Reitbeteiligung? Notwendige Versicherungen, Reitbeteiligungsvertrag

Praxis: mindestens zweimal pro Woche Reitunterricht. Je nach Vorkenntnissen möglichst abwechslungsreich gestalten evtl. auch mit Bodenarbeit, um den Reiter mit dem künftigen Pflegepferd vertraut zu machen.

5. Zielgruppenansprache von A bis Z: Wie erreiche ich Senioren und Wiedereinsteiger?

Grundlage für die Ansprache besonderer Zielgruppen wie Senioren und Wiedereinsteiger ist eine gute Öffentlichkeitsarbeit, die einen Betrieb oder Verein bekannt macht. Ein Betrieb oder Verein, der durch verschiedenste Maßnahmen, sei es durch ein Turnier, Tag des offenen Hofes usw. bereits von sich reden macht, wird es immer leichter haben, neue Personengruppen anzusprechen. Die Hemmschwelle einen bekannten Hof zu betreten ist immer niedriger als bei einem völlig fremden Hof. Daher wird hier nicht nur auf zielgruppenspezifische Werbemaßnahmen und Veranstaltungen eingegangen, sondern auch auf Maßnahmen, die generell für die Erhöhung des Bekanntheitsgrades wichtig sind.

A wie Anzeigen

Welche Zeitungen und Zeitschriften werden von der Zielgruppe gelesen? Wiedereinsteiger oder Anfänger lesen oft keine Fachzeitschrift, besser sind daher Anzeigen in Tageszeitungen (Kleinanzeigenteil) oder Anzeigenblätter, die kostenlos verteilt werden. Achten Sie darauf, dass die Anzeige unter der Rubrik „Tiermarkt“ oder „Unterricht“ erscheint und eine Telefonnummer angegeben ist, die jederzeit erreichbar ist. Ist dies nicht möglich, ist in der Anzeige ein Hinweis auf die Erreichbarkeit zu einer bestimmten Tageszeit (z. B. ab 18.00 Uhr) besser als ein Anrufbeantworter, auf den viele ungern sprechen.

Auch Gemeindeblätter oder Kirchenblätter haben einen hohen Verbreitungsgrad und werden von der Zielgruppe oft intensiv gelesen. Sinnvoll ist es, bei Anzeigen, sie durch die Verwendung von Logos wieder erkennbar zu machen.

B wie Beschriftung

Beschriftungen sind nichts für kurzfristige Ankündigungen, aber sie sind ein idealer Werbeträger, um einen Betrieb bekannt zu machen. Die Beschriftung sollte dabei kurz, prägnant und übersichtlich sein. Ein Besucher darf nicht mehr als drei Sekunden benötigen, um den Inhalt zu erfassen.

Sinnvoll ist auf jeden Fall, die Adresse der Web-Seite, soweit vorhanden, anzugeben, denn meist lassen sich die Web-Adressen besser merken als Strassenanschriften und Telefonnummern.

E wie Event

Es muss nicht ein großes Turnier sein, auch Hoffeste oder kleine Turniere mit Breitensportlichen Vorführungen machen den Betrieb oder Verein bekannt und senken die Hemmschwelle beim ersten Betreten. Nicht nur die Presse berichtet in der Regel über Tage des offenen Hofes, sie führen auch zu einer Mund-zu-Mund-Propaganda und erleichtern damit die Werbemaßnahmen für weitere Veranstaltungen.

Wichtig ist jedoch eine gute Vorbereitung des Events. Hilfreich ist dabei der „Handlungsleitfaden - Planung ist (fast) alles“ - den man herunterladen kann unter www.nordlichter-region-weserland.de oder bestellen kann bei der Landwirtschaftskammer Weser-Ems, Frau Hoppe, E-mail: s.hoppe@lwk-we.de oder Telefonnummer 0441/801 809. Er enthält Grundsätzliches über Hoffeste angefangen von der Planung, Öffentlichkeitsarbeit, Hygiene, Versicherungen bis hin zu Ideen für das allgemeine Rahmenprogramm.

Hier Ideen zum „Pferd-spezifischen“ Teil des Programms:

- Vorführung von Fitness-Übungen, Stretching als Vorbereitung zum Reiten mit Teilnehmern aller Altersgruppen
- Sitzübungen an der Longe mit Kommentierung
- Kleine Rallye mit 2 - 3 Mannschaften (gemischte Gruppen oder „Oldies“ gegen „Teenies“) mit Aufgaben zu Pferd und theoretischen Aufgaben ohne Pferd
- „Hausfrauen“-Quadrille, evtl. mit Verkleidung
- „Wer wird Millionär“ Zuschauer-Quiz mit Fragen nicht nur rund ums Pferd. Der Preis könnte z. B. eine Reitstunde sein
- Vorführung von Bodenarbeit und evtl. Zirkus-Kunststücke

Wichtig: Die Vorführungen sollten widerspiegeln, was auf ihrem Betrieb läuft und möglich ist. Vorführungen mit Hochleistungen können zwar für die Zuschauer attraktiv sein, Kunden gewinnen Sie dadurch nicht. Wechseln Sie witzige Einlagen mit ernsthaften ab. Alle Vorführungen sollen kommentiert werden insbesondere auch mit Verweisen auf ihr Angebot (Lehrgänge, Unterricht).

Richten Sie einen oder mehrere erkennbare Info-Stände ein z. B. mit Photo-Wand, Informationsblättern und einer kompetenten Betreuung, die Fragen zum Betrieb und Reitunterricht beantworten kann.

F wie Freunde und Familie

Viele neue Kunden kommen über Freunde und Familienmitglieder, die oft erst mal zum Zuschauen mitkommen. Erhöhen Sie den Anreiz für Ihre Kunden, jemand mitzubringen und neue Kunden zu werben mit Prämien wie z. B. eine kostenlose Reitstunde. Machen Sie spezielle Angebote z. B. für die Mütter reitender Kinder oder für die männlichen Lebenspartner reitender Frauen.

H wie Handzettel

Handzettel dienen der Ankündigung von aktuellen Veranstaltungen oder Terminen. Sie werden an frequentierten Plätzen ausgelegt oder aufgehängt wie z. B. Tankstellen, Bäckereien, Frisiersalons, Reiterstübchen. Möglich ist auch das Verteilen mit den kostenlosen Anzeigenblättern. Handzettel sollten zwar möglichst kostengünstig am eigenen PC gestaltet und selbst kopiert werden, auf Übersichtlichkeit und fehlerfreie Ausführung sollte jedoch geachtet werden, da auch Handzettel das Image eines Hofes mit prägen.

H wie Hofprospekt

Im Gegensatz zum einfachen, schnellen Handzettel, sollten Hofprospekte professionell gestaltete Druckerzeugnisse mit guten Fotos und ansprechender Farbgestaltung sein. Hofprospekte können, soweit sich das Angebot des Hofes nicht ändert, über einen längeren Zeitraum verwendet werden, ergänzt durch Einlegeblätter mit aktuellen Preislisten und Angeboten. Hofprospekte sollten möglichst zielgruppengerecht verteilt bzw. verschickt werden. Wer beispielsweise Urlaubsangebote macht, wird ohne einen gut gestalteten Hofprospekt nicht auskommen, da sich die Touristen oft erst nach Durchsicht des Prospekts endgültig entscheiden.

Hofprospekte sollten das Gesamtangebot eines Hofes und seine Atmosphäre widerspiegeln, auf seine Gestaltung ist daher besonders sorgfältig zu achten.

I wie Internet

Internetwerbung wird immer wichtiger, nicht nur um Kunden zu informieren, sondern auch für das eigene Image: ein Betrieb ohne eigene Homepage gilt inzwischen als wenig professionell.

Eine Homepage vermittelt nicht nur Bilder und Informationen über den Betrieb, sie dient auch der aktuellen Bekanntgabe von Terminen, Personalien und Veranstaltungen. Gerade weil eine Homepage sehr imageprägend ist, sollte man die Hilfe eines professionellen Webdesigners nutzen. Achten Sie auf ansprechende Fotos, aussagekräftige Texte und eine übersichtliche Gestaltung. Die Webseite sollte leicht zu bedienen und vor allem auch leicht zu finden sein. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Adresse in allen wichtigen Suchmaschinen eingetragen ist und wählen sie ihre Adresse mit Sorgfalt aus.

Vergessen Sie nicht, dass eine Homepage gepflegt werden muss! Sind in der Rubrik „Aktuelles“ noch Termine von anno Dazumal drin, wirkt das eher abschreckend.

K wie Kommunikation

Manchmal irren Interessenten lange auf einem Hof herum ohne einen Ansprechpartner zu finden. Sorgen Sie dafür z. B. mit Schildern, Kleidung mit Aufschrift, dass Sie als Betriebsleiter erkennbar und zu finden sind.

Führen Sie feste Bürozeiten ein, während der Sie telefonisch und für Besucher ansprechbar sind. Nehmen Sie sich Zeit für neue Kunden. Beschreiben Sie klar, was der Kunde von Ihnen erwarten kann und was nicht. Versprechen Sie nie etwas, was Sie nicht halten können. Dies führt nur zu Enttäuschungen.

Achten Sie auf eine Kultur der Hilfsbereitschaft in Ihrem Stall, damit Fremde sich schneller zurecht finden und sich wohl fühlen.

K wie Kooperationspartner

Um bestimmte Zielgruppen wie Senioren und Wiedereinsteiger zu erreichen, sollte man sich nach Kooperationspartnern umsehen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen. Insbesondere bei der Veranstaltung von Seminaren und Lehrgängen kann die Kreisvolkshochschule Partner sein. Wichtig ist hier ein pädagogisch fundiertes Konzept, das nicht nur Reiten lernen zum Ziel hat, sondern auch noch anderes Wissen oder Fähigkeiten vermittelt wie z. B. mehr Selbstbewusstsein oder positive gesundheitliche Wirkungen hat. Ein Vorteil des Kooperationspartners KVHS ist die Werbung über das Programm der KVHS, das in der Regel von vielen Älteren gelesen wird. KVHS Lehrgänge laufen jedoch nur wenige Wochen oder Tage, es ist daher wichtig, den Teilnehmern ein Anschlussangebot zu machen um sie als Kunden zu erhalten.

Neben den Volkshochschulen als Bildungsträger können auch Vereine als Kooperationspartner angesprochen werden. Als Beispiel können die Landfrauenvereine genannt werden, die für ihre Mitglieder auch Seminare veranstalten. Warum also nicht auch einen Landfrauen-Reitkurs, zumal sich unter den Landfrauen viele ehemalige Reiterinnen verbergen?

Auch größere Unternehmen, die oft auch Betriebssportgemeinschaften haben, eignen sich als Kooperationspartner. Die Werbung läuft dann über betriebsinterne Kanäle wie z. B. ein Intranet.

Dabei sollte man in Vorgesprächen dem Kooperationspartner ein gründlich durchdachtes Konzept mit einer entsprechenden Finanzierung vorlegen. Ziel sollte dabei eine finanzielle Sicherheit sein, bei der der Kooperationspartner auch bei Teilnehmerausfällen zahlt (z. B. Monatsbeitrag, feste Kursgebühr).

L wie Logo

Ein gutes Logo sorgt für den Wiedererkennungseffekt und grenzt Sie von anderen Betrieben ab. Setzen sie es bei allen Werbemaßnahmen ein, auch auf der Kleidung der Mitarbeiter. Dies erleichtert Besuchern und Neukunden, einen Ansprechpartner auf dem Hof zu finden.

P wie Pressearbeit

Wenden Sie sich an die Presse, wenn auf ihrem Hof etwas Besonderes stattfindet oder etwas Neues wie z. B. Senioren-Reitstunden eingeführt werden. Überlegen Sie, ob bei Ihnen etwas Außergewöhnliches passiert. Schreiben Sie darüber eine Pressemitteilung, die sie an die - Redaktionen von Zeitungen, Zeitschriften evtl. auch Radio- und Fernsehsendern schicken und laden Pressevertreter auf Ihren Hof ein. Halten Sie für diese weitere Informationen bereit und sorgen Sie dafür, dass sich ein Mitarbeiter oder Sie selbst sich um die Presseleute kümmert.

S wie Seniorenansprache

Der Begriff „Senior“ ist relativ. Die meisten Senioren fühlen sich keineswegs alt. Sie möchten daher auch nicht als Senioren angesprochen werden. Es ist besser, bei entsprechenden Maßnahmen z. B. „individuellen Reitunterricht für alle Altersstufen von 8 bis 80 Jahren“ oder für „Späteinsteiger“ statt Senioren-Unterricht anzubieten. In Werbetexten sollten eher Lebensfreude statt Schonung wegen Gebrechen vermittelt werden. In der Praxis möchten Ältere durchaus gefordert werden, wobei individuelle Rücksichtnahme dennoch manchmal notwendig ist. Fingerspitzengefühl ist also angesagt.

S wie Schilder

Schilder und Wegweiser erleichtern Besuchern nicht nur den Zugang zu Ihrem Betrieb, sie stellen auch eine Visitenkarte dar. Achten Sie daher auf eine ansprechende Gestaltung und überprüfen Sie von Zeit zu Zeit, dass die Schilder noch richtig stehen, nicht verschmiert oder kaputt sind.

Achtung: je nachdem wo die Schilder aufgestellt sind, kann eine Genehmigung beim Bauamt erforderlich sein.

Z wie Zugpferd

Verzetteln Sie sich nicht mit zu vielen Angeboten. Überlegen Sie, was sind Ihre Stärken, Ihr Zugpferd, die Ihren Betrieb unverwechselbar machen? Diese Stärken sollten sie ausbauen und vermarkten. Sie bestimmen aber auch Ihr Image. Beispiel: Ein leistungsorientierter Turnierstall wird es schwer haben, wenn er Angebote für spaßorientierte Wiedereinsteiger machen will, da Interessenten fürchten, beim Reitunterricht dem Leistungsdruck zu unterliegen.

6. Kommunikation mit Kunden im Pferdestall - Entwicklung einer Lehrgangskonzeption für Pensionspferdehalter

Neben der Behandlung der eingestellten Pferde entscheidet die Kommunikation mit ihren Besitzern und Reitern oft darüber, ob sie im Stall dauerhaft bleiben oder ihn verlassen. Ältere Reiter sind im Vergleich mit jüngeren dabei meist selbstbewusster und kritischer. Das bedeutet, sie gehen im Konfliktfall dem Pensionsstall schneller verloren oder sie kommen erst gar nicht, wenn sie schon beim Erstgespräch falsch behandelt werden.

Der Umgang mit den Einstellern und das soziale Klima im Stall sollen hier näher beleuchtet werden um daraus ein Lehrgangskonzept zur Weiterbildung von Pensionspferdehaltern zu entwickeln. Es stellt sich dabei die Frage, bei welchen Gelegenheiten es in einem Pensionspferdestall am häufigsten zu Konflikten kommt. Hier einige typische Situationen und Ursachen von Konflikten:

1. Das Erstgespräch: Hier entscheidet sich, ob der Interessent zum Kunden wird. Fehler, die dabei gemacht werden, sind z.B.:

- Der potentielle Kunde findet keinen Ansprechpartner im Stall und keiner hilft ihm weiter.
- Der Stallbetreiber hat keine Zeit für den Kunden.
- Er fragt nicht nach bzw. hört nicht zu, welche Wünsche und Vorstellungen der Kunde hat.
- Er übertreibt und macht Versprechungen, die er nicht halten kann.
- Er klärt den Kunden zu wenig über bestehende Angebote und Regelungen z. B. über Pflichten des Einstellers auf.

2. Konflikte auf Grund tatsächlich oder vermeintlich fachlicher Fehler

Dabei geht es um Vorwürfe z. B. über zu wenig oder schlechtes Futter, zu seltenes Ausmisten, schlechte Einstreu, nicht ausgeführte Reparaturen, kaputte Decken, Sättel usw.

3. Konflikte auf Grund nicht eingehaltener Absprachen

Beispiele: Das Pferd ist trotz Absprache nicht auf die Weide geführt worden, die Reithalle ist entgegen dem Hallenplan besetzt, das Heu nicht angefeuchtet worden.

4. Konflikte durch ungleiche Behandlung der Einsteller

Beispiel: Viele fegen ordnungsgemäß die Stallgasse, andere nie und bekommen vom Stallbetreiber trotzdem keinen Rüffel.

5. Konflikte durch Sticheleien und üble Nachreden über manche Einsteller durch den Stallbetreiber oder durch andere Einsteller

Beispiel: „Frau B sitzt auf dem Pferd wie ein Kartoffelsack, die lernt es auch nicht mehr.“

6. Ärger durch mangelnde Hilfsbereitschaft

Beispiel: Der Stallbetreiber sieht tatenlos zu, wie sich jemand beim Satteln oder Aufsitzen abmüht und weist auch keine andere Person an, zu helfen.

Folgerungen für eine Lehrgangskonzeption:

Auf Grund der Vielfalt der Konfliktpotentiale sollte eine Qualifizierung zum Thema Kommunikation im Pferdestall zweiteilig und mindestens zweitägig sein. Der erste Teil sollte sich mit Grundlagen der Kommunikation und der Führung eines Erstgesprächs befassen (Kundengewinnung), der zweite Teil mit der Verhinderung und Lösung von Konflikten zwischen Stallbetreiber und Einsteller und auch zwischen den Einstellern (Kundenhalten).

Teil I: Kundengespräche und Kundengewinnung im Pensionspferdestall

1. Die Rolle des Pensionspferdehalters. Welche Erwartungen haben die Kunden und Kundinnen an den Stallbetreiber? Welche Erwartungen und welches Bild hat der Stallbetreiber von den Kunden und Kundinnen? Sind alles kleine Experten?
2. „Was wollen die mir mit der Frage/Bemerkung nur sagen?“ – Grundlagen der Kommunikation, Zuhören, Verstehen und Verständnis lernen (mit Übungen)
3. Der Weg vom Interessenten zum Kunden: Der erste Kontakt, das erste Gespräch:
 - Wie gewinne ich Vertrauen?
 - Wie erfrage ich die Erwartungen und Wünsche meiner Interessenten?
 - Wie präsentiere ich mein Angebot? (mit Übungen unter Einbindung von Fallbeispielen der Teilnehmenden)

Teil II: Konflikte im Pensionspferdestall vermeiden und lösen

1. Typische Konflikte in der Pensionspferdehaltung und ihre Ursachen
2. Kommunikationssünden: Was führt garantiert zu Ärger und lässt Konflikte verschärfen?
3. Regeln für das Verhalten bei Konflikten
4. Konflikt lösende Verhaltensweisen und Eigenschaften, Anregungen zum Umgang mit schwierigen Menschen
5. Wann sollte der Stallbetreiber sich bei Konflikten zwischen den Einstellern einmischen?
6. Instrumente der Konfliktvermeidung im Pensionspferdestall: Stallordnung, Einstellerverammlung, Einstellvertrag, Rundschreiben, gesellige Aktivitäten usw.
7. Wie lässt sich die Hilfsbereitschaft zwischen den Einstellern verbessern?

7. Zusammenfassung

Ältere Reitanfänger und Wiedereinsteiger sind für Reitvereine und Pensionspferdehalter eine Zielgruppe, die angesichts der demografischen Entwicklung immer wichtiger wird. Im Vergleich mit jüngeren Reitern oder Kindern verfügen sie öfter über ausreichende Mittel, um den Reitsport und auch ein eigenes Pferd zu finanzieren, allerdings sind folgende Besonderheiten zu beachten:

Spät- und Wiedereinsteiger haben oft Angst, sie wollen daher häufiger Einzelunterricht und möchten auch, dass auf ihr körperliches Leistungsvermögen Rücksicht genommen wird. Trotz der Angst ist für viele neben einer Dressur-Grundausbildung das Reiten im Gelände wichtig, es ist für viele Reiten schlechthin.

Um diese Zielgruppe anzusprechen, können besondere Angebote wie Schnupperkurse oder Kompaktkurse veranstaltet werden, entscheidend für das dauerhafte Bleiben im Stall ist jedoch das individuelle Eingehen auf ihre Wünsche und das Wohlfühlen in der Gemeinschaft im Verein oder Pensionspferdestall.

Für die Ansprache der Zielgruppe ist es, neben einer generell guten Öffentlichkeitsarbeit wichtig, über schon vorhandene Kunden Kontakte zu erwachsenen Interessenten aufzubauen und sie zu fördern. Den Gesprächen im Pferdestall sowohl bei der Kundengewinnung wie auch im Alltag ist große Aufmerksamkeit zu widmen, damit Konflikte, die Kunden kosten, verhindert werden. Pensionspferdehalter und Verantwortliche in Vereinen sollten daher stärker als bisher neben fachlicher Weiterbildung auch Weiterbildungen im Bereich Kommunikation, Umgang mit den Kunden, nutzen.

Anlagen

Fragebogen über Wiedereinsteiger- / Seniorenangebote von Pensionspferdehaltern und Reitvereinen

1. Wir bieten in unserem Betrieb / Verein Aktivitäten an für

- Senioren ab welchem Alter?.....
- Wiedereinsteiger
- Bisher kein Angebot, aber Interesse an den Zielgruppen

Bisherige Hinderungsgründe:

2. Diese(s) Angebot(e) besteh(t)en aus: (Mehrfachantworten möglich)

- Einzelunterricht
- Gruppenunterricht
- Theorie (ohne Pferd)
- praktischer Unterricht über den Umgang mit Pferden
- Praxis Reiten
- Praxis Fahren
- Gesellige Veranstaltungen
- Abnahme von Prüfungen (z.B. Basispaß, Reitabzeichen)
- Voltigieren
- Therapeutisches Reiten
- Besondere Trainingseinheiten (z. B. Falltraining, Übungen gegen Angst usw.)

Bitte beschreiben:

.....
.....

3. Haben Sie dabei Kooperationspartner?

- nein
- ja, welche?

4. Ist das Angebot auf einen Zeitraum beschränkt?

- nein
- ja, auf wieviele Wochen?

5. Das Angebot war/ist überwiegend

- Vormittag
- Nachmittag
- Abends
- An folgenden Wochentagen:

6. Machen Sie besondere Werbung, um an diese Kunden heranzukommen?

- nein
- ja

Welche Werbung?

- Zeitungsanzeigen
- Flyer / Prospekte, ausgelegt in /bei
- Briefe verschickt
- Aushang im Stall / Reithalle
- Internet
- Plakate
- Sonstiges:

7. Wie viele Teilnehmer hatten Sie bisher bei diesen Angeboten?

8. Wie viele dieser Teilnehmer sind dauerhaft bei Ihnen geblieben?

9. Sind mit dieser Teilnehmergruppe aus Ihrer Sicht besondere Vor- oder Nachteile verbunden?

Bitte beschreiben Sie diese:.....
.....
.....

10. Waren für diese Gruppe besondere Investitionen oder Umstellungen notwendig?

- nein
 - ja, welche?
-

11. Sind weitere Aktivitäten geplant?

- nein
 - ja, welche?
-

Was ist Ihnen wichtig beim Wiedereinstieg in den Pferdesport?

Wir möchten gerne, dass wieder mehr Erwachsene zum Pferd finden. Um herauszubekommen, was den (Wieder-)Einstieg aufs Pferd erleichtert, bitten wir Sie einige Frage zu beantworten.

Haben Sie

- Freunde / Bekannte, die reiten oder Pferde halten?
- Lebenspartner, die reiten oder Pferde halten?
- Eigene Kinder, die reiten?

Welche Gründe spiel(t)en eine Rolle, wieder mit dem Reiten anzufangen?

- Spaß am Reiten
- Liebe zu Pferden
- Gesundheitliche Gründe
- Sonstige:.....

Was waren/sind Ihre größten Hindernisse, (wieder) mit dem Reiten anzufangen? (Mehrfachnennungen möglich)

- meine Familie / Lebenspartner
- meine eigene Angst
- Angst, dass andere mich auslachen
- kein geeigneter Betrieb / Verein in der Nähe
- finanzielle Engpässe
- keine Zeit
- Sonstiges:

.....

Was ist Ihnen wichtig beim Wiedereinstieg in den Pferdesport?

1. Anlage / Stall

	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>unwichtig</i>
- max.km entfernt			
- Reithalle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Gelände zum Ausreiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Weiden, Auslauf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Aufsitzhilfe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstiges:

.....

2. Unterricht

	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>unwichtig</i>
- Einzelunterricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Eigene Bestimmung des Tempos / Gangart	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Viele Erklärungen, Begründungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Rücksicht auf individuelles Können, körperliche Voraussetzungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Rücksicht auf Vermögen des Pferdes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Theorieunterricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- "Schnupperkurs"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Feierabendunterricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Wochenendunterricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstiges:

.....

3. Reitweisen

	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>unwichtig</i>
- Dressur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Springen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Gelände	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Westernreiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Bodenarbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstiges:

.....

4. Mitreiter, Stallgemeinschaft

	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>unwichtig</i>
- Gegenseitige Hilfe durch Mitreiter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Geselliges Zusammensitzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Beratung, Hilfe durch Stallbetreiber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Kinder, Freunde, Bekannte, die in der gleichen Anlage reiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstiges:

.....

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Literatur rund um Senioren und Wiedereinsteiger im Pferdesport

Autor, Titel	Kurzbeschreibung
<p>Ipsos: Marktanalyse der FN zum Pferdesport, 2001 www.wpsv.de/ipsos.htm</p>	<p>Nach der Studie reiten in Deutschland 1240 000 Personen, weitere 870 000 würden gerne reiten. Dies bedeutet ein großes Potential, das für den Pferdesport gewonnen werden könnte. Die Liebe zum Pferd geht auch nicht verloren, wenn mit dem Reiten aufgehört wurde. Nur 12 % sagten aus, sie hätten die Lust am Reiten verloren. Aber bei 56 % der ehemaligen Reiter war die Wahrscheinlichkeit gegeben, dass sie mit dem Reiten wieder anfangen würden. Viele ehemaligen Reiter haben aus Zeitgründen und familiären Gründen (Babypause) aufgehört. Umgekehrt würden daher viele in einer späteren Lebensphase wieder anfangen. Viele Reiter kommen durch Freunde und Bekannte zum Pferd, wobei das Reiten als Sport weniger wichtig ist als der Umgang mit dem Pferd.</p>
<p>Hölzel, Petra: Mit dem Pfedesport aktiv bleiben, Warendorf 2004, FNverlag</p>	<p>Die Autorin räumt Bedenken aus, im fortgeschrittenen Alter mit dem Reiten anzufangen. Sie beschreibt Übungen zur mentalen und körperlichen Vorbereitung auf das Reiten. Medizinische Aspekte werden ebenso behandelt wie das Thema Angstbewältigung. Bestandteil des Buches sind außerdem Hinweise zum Pferdekauf und Pferdehaltung.</p>
<p>Lange, Christine: Reitende Senioren - unerschlossenes Kundenpotenzial. In Pferdebetrieb 2004/2</p>	<p>Die Autorin sieht in der wachsenden Zahl älterer Menschen ein Potenzial für Pferdebetriebe, das jedoch nur durch eine besondere Angebotspalette von Pferdebetrieben gewonnen werden kann. Diese schließt eine besondere Ausstattung, geeignete Schulpferde und Ausbilder ein. Sie beschreibt die Möglichkeiten des Unterrichts im „Modulsystem“. Wichtig für das Wohlfühlen der Zielgruppe sind auch gesellige Aktivitäten.</p>
<p>Attraktivere Kunden als die Jungen? Interview mit Volker Ebener, Gründer der Lifestyle Messe „WIR“ für die 50-plus-Generation. In www.sechs-und-sechzig.de/artikel</p>	<p>Die 50-plus-Generation ist nicht nur die größte und kaufkräftigste Zielgruppe in Deutschland, sondern meist auch noch ziemlich fit. Dabei halten sich die meisten Menschen über 50 innerlich für rund vier bis zehn Jahre jünger. Wie erlebnishungrig sie sind, zeigt eine Umfrage im Vorfeld der Lifestyle-Messe. Die häufigsten angekreuzten Wünsche waren bei der Befragung "Einmal mit einer Harley-Davidson fahren" oder „auf einem schwarzen Hengst reiten“</p>
<p>SVZ online Ratgeberserie Senioren. In www.svz.de/senioren</p>	<p>Jedes dritte Mitglied in den deutschen Fitness-Studios ist über 45, jeder fünfte bereits über 55 Jahre. Die Generation über 50 ist damit derzeit die am schnellsten wachsende Zielgruppe in den Studios. Notwendig sind dabei u. a. verstärkte Beratung, Ausdauertraining, Rückenschule.</p>
<p>Deutsche Reiterliche Vereinigung FN: „Erwachsene, Wiedereinsteiger/Seiteneinsteiger“, 3 Maßnahmen www.fn-dokr.de</p>	<p>Die FN hat ein Konzept erarbeitet zur Gewinnung von Wiedereinsteigern inklusive Planung, Teilnehnergewinnung und Voraussetzungen des Betriebs bzw. Vereins. Vorgesehen sind nach einer vierwöchigen Grundausbildung, die für alle Maßnahmen gleich und genau be-</p>

	<p>geschrieben ist, Maßnahmen mit</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zielsetzung „Reiterurlaub“ 2. Zielsetzung „Jagdlicher Ausritt“ 3. Zielsetzung „Fit fürs eigene Pferd“ <p>Insgesamt wird eine Laufzeit von 14 Monaten vorgeschlagen, um diese Zielsetzungen zu erreichen.</p>
<p>Deutsche Reiterliche Vereinigung, C. Heipertz-Hengst, W. Heipertz: Reiten als Gesundheitssport, FN-Handbuch, Warendorf 2003</p>	<p>Das FN-Handbuch liefert Basiswissen über die medizinischen Hintergründe des Reitens, um Reitschülern jeden Alters und aller Leistungsklassen gerecht zu werden. Es gibt Hinweise, wie auch jene Interessenten zum Reitsport geführt werden können, die sich bislang wegen gesundheitlicher Bedenken zurückgehalten haben oder ihre fitnessorientierten Motive nicht realisiert sahen.</p> <p>Inhalt: Sportlehre, Sportmedizin, Sportpsychologie, Angewandte Reitlehre und Sportpraxiskonzepte</p>
<p>Willrich, Gine: Angstfrei Reiten, Warendorf 2005, FN-Verlag</p>	<p>Angst ist im Reitsport oft ein Tabuthema. Das Buch zeigt Betroffenen und Ausbildern Wege und Möglichkeiten, die helfen können, aus der Angstfalle, in der viele (ehemaligen) Reiter stecken, zu finden und den Pferdesport wieder entspannt zu genießen.</p>
<p>Chat-Form www.reitforum.de zum Thema Ängste von Wiedereinsteigern</p>	<p>Wünsche ans Pferd: ruhig, zuverlässig, nicht zu groß, da oft Probleme mit Aufsteigen, am Anfang kein Pferdewechsel.</p> <p>Wünsche an den Unterricht: theoretischer Unterricht über Pferdeverhalten, Pferdepflege und Bodenarbeit als Vertrauen bildende Maßnahmen, am Anfang Longenunterricht und nie zu viele Schüler auf dem Platz, kein Schreien, kein Fluchen des Reitlehrers.</p>

Beispiele für Werbetexte

Kleinanzeige

Wieder aufs Pferd! Der Reitverein /Betrieb XY bietet am ... 2005 einen Kurzlehrgang für Erwachsene an, die (wieder) reiten wollen. Infos und Anmeldung bei ...

Anzeige (lang)

Reitkurs für Späteinsteiger – Verwirklichen Sie Ihren Traum vom Reiten

Sie möchten in netter Gesellschaft und naturnaher Umgebung mit Pferden umgehen und möglichst angstfrei Reiten lernen? Für Erwachsene von 40 bis 80 bieten wir individuellen Reitunterricht in entspannter Atmosphäre, der sich – auch bei einer eventuellen Einschränkung der körperlichen Belastbarkeit – an den Wünschen und Möglichkeiten des Einzelnen orientiert.

In kleinen Gruppen mit max. 4 Teilnehmern werden Sie mit unseren ruhigen und ausgeglichenen Pferden vertraut gemacht. Nebenbei erweitern Sie Ihr Know how rund ums Pferd und stärken Ihre körperliche Fitness.

Nach getaner Arbeit bietet unsere Reiterstube die Möglichkeit, sich zu erholen und Erfahrungen auszutauschen.

Informationen erhalten Sie bei Frau/Herrn Tel. oder direkt auf unserem Hof ...

Pressemitteilung (kurz)

Schnupperlehrgang zum Wiedereinstieg in den Pferdesport

Der Reitverein/Betrieb XY möchte den pferdesportlichen Neuanfang erleichtern und bietet einen zweitägigen Lehrgang für ehemalige Reiter im Alter von 30 bis 80 an. In entspannter Atmosphäre werden die Teilnehmer am ... von 19.00 bis 22.00 Uhr und am ... von 10.00 bis 13.00 Uhr wieder ans Pferd geführt und können alte Reitkenntnisse auffrischen.

Informationen und Anmeldung bei

Pressemitteilung

„Fit fürs halbe Pferd“ – Lehrgang zur Vorbereitung für eine Reitbeteiligung

Sie haben es satt, jede Woche ein anderes Schulpferd zu reiten? Sie möchten verlässliche Partner im Pferdesport, sowohl tierische wie auch menschliche? Aber ein eigenes Pferd ist Ihnen zuviel?

Wir bieten Ihnen als Lösung eine Reitbeteiligung unter kontrollierten Bedingungen. Wir bereiten Sie in einem dreimonatigen Lehrgang darauf vor und sie können in der Zeit ausprobieren, ob die Chemie zwischen Ihnen, dem Pferd und seinem Besitzer stimmt. Der Lehrgang beginnt am ... um ... auf dem Hof ... Anmeldungen sind erforderlich unter...

Aushang/Handzettel

Eltern aufs Pferd!

Sie möchten Ihren reitenden Kindern nicht mehr nur zuschauen, sondern selbst (wieder) anfangen zu reiten?

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, ohne Zuschauer und Leistungsdruck selbst Reiterfahrten zu sammeln. Um Ihre Vorkenntnisse und Vorstellungen kennenzulernen, gibt es ein erstes Treffen am ...

Mini-Risiko-Check

Ja Nein

- Waren Sie in letzter Zeit krank oder verletzt?
- Sind Sie herzkrank oder haben Sie hohen Blutdruck oder leiden Sie an einer Kreislauferkrankung? (Hat Ihnen jemals ein Arzt gesagt, "Sie hätten etwas am Herzen" und Ihnen Bewegung und Sport nur unter medizinischer Kontrolle empfohlen?)
- Hatten Sie in den letzten Monaten Schmerzen in der Brust in Ruhe oder bei körperlicher Beanspruchung?
- Haben Sie Probleme mit der Atmung in Ruhe oder bei Belastung?
- Sind Sie jemals wegen Schwindel gestürzt oder haben Sie schon jemals das Bewusstsein verloren?
- Haben Sie Knochen- oder Gelenkprobleme, die sich unter körperlicher Belastung verschlechtern können?
- Hat Ihnen jemals ein Arzt ein Medikament gegen hohen Blutdruck oder wegen eines Herzproblems oder Atemproblemen verordnet?
- Kennen Sie irgendeinen weiteren Grund, warum Sie nicht körperlich oder sportlich aktiv sein sollten?

1 x ja weiter nachfragen und ärztlich abklären, ob Reiten erlaubt werden kann!

Wichtiger Hinweis:

- Bei akuten Entzündungen und fieberhaften Erkrankungen dürfen Sie nicht Sport treiben!
- Kein Sport unmittelbar nach dem Essen!
- Tragen Sie Sorge für einen aktuellen Tetanusschutz!

Zur Kenntnis genommen:

Datum

Unterschrift des Reitschülers/Erziehungsberechtigter