

## Nachhaltigkeit in der Pferdewirtschaft - Umweltfreundliche Alternativen im Reitsport

Schuljahr 2021-22

Rosalie SCHERZER | Theresa WIMMER | Simon SELJAK

**Betreuer/in:** Mag. Gertrude Wurm

**Auftraggeber:** Multikraft, Pichl bei Wels

The main goal of this thesis is to take in the thought of being more sustainable in the equestrian industry. By hosting a second-hand-event we tried to encourage students to shop more sustainably and think about their consumer behaviour. The goal was to plan the event as sustainable as possible.

In collaboration with the company Multikraft a survey was created to check the purchase behaviour and the openness to regional and ecological products in the equestrian industry.

### Eventmanagement

Da es in der Veranstaltungsbranche vor allem um ständige Innovation und Kurzlebigkeit geht, ist es hier besonders schwierig, nachhaltig zu handeln. Natürlich geht es für den Veranstalter in erster Linie darum, einen möglichst hohen Profit herauszuschlagen, warum also sollte man über einen Nachhaltigkeitsansatz nachdenken? Durch ressourcenschonendes Wirtschaften können nicht nur immense Kosten eingespart werden, sondern auch eine Imageverbesserung wird erreicht.

Bei der Organisation unserer Second Horse Veranstaltung haben wir durch die Anwendung einfacher Tipps erfolgreich nachhaltig agiert.



### Marketingkonzept

Das Erstellen eines gut durchdachten Marketingkonzepts ist in vielerlei Hinsicht ein wichtiger Bestandteil für den Erfolg eines Unternehmens.

Es umfasst unter anderem die primäre- und sekundäre Marktforschung, das Definieren von Marketingzielen und auch die Planung des Budgets. Damit man einen positiven Nutzen aus dem Marketingkonzept ziehen kann, ist es wichtig das Augenmerk auf den gesamten Plan zu legen. Die perfekte Umsetzung von nur einem Teil wird langfristig keine Erfolge erzielen.

Beim Erstellen des Marketingplanes für die Second Horse Veranstaltung wurde neben einer Zielgruppenanalyse auch eine Befragung durchgeführt und ausgewertet.



### Produktpolitik

Die Produktpolitik umfasst alle Entscheidungen, die von Unternehmen getroffen werden, um Angebote so zu gestalten, damit ein wirtschaftlicher Mehrwert erzielt wird. Man analysiert die Produkte in einem Unternehmen und unterscheidet zwischen einem Grund- und Zusatznutzen. Das Ziel hinter einem Grundnutzen ist eine Basisleistung für Konsumenten. Der Zusatznutzen dient dazu, sekundäre Bedürfnisse zu decken. Bei der Analyse eines Sortiments kategorisiert man auch noch in Produktbreite und -tiefe. Die Breite besagt, wie viele Produkte angeboten werden. Die Produkttiefe zeigt an, wie hoch die Auswahl an einzelnen Produkten ist.

Um auch einen praktischen Vergleich zu haben, wurden diese Verfahren anhand der Firma Multikraft durchgeführt. Zusätzlich wurden ein Produkttest und eine Onlinebefragung zum Konsumverhalten in der Pferdewirtschaft erstellt.