



Berner
Fachhochschule



Pferdetourismus in der Schweiz

Analyse von Angebot, Nachfrage und regionalökonomischer Bedeutung
am Beispiel des Kantons Graubünden

Andreas Hochuli, Hannah Hofer, David Raemy | BFH-HAFL

Impressum

Herausgeber

Berner Fachhochschule BFH – Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften
HAFL, Bern – Zollikofen

Autoren

Andreas Hochuli

Dr. Phil.-nat. in Wirtschaftsgeographie, Master of Marketing (NDS, WWZ Universität Basel)

Hannah Hofer

Master of Applied Economic Analysis (Volkswirtschaftliches Institut Universität Bern)

David Raemy

Dr. Phil.-nat. in Geographie (Universität Bern)

ISBN 978-3-033-07057-8

Zitierweise/ Literaturangabe für den vorliegenden Bericht

Hochuli, Andreas/ Hofer, Hannah/ Raemy, David (2018): Pferdetourismus in der Schweiz. Analyse von Angebot, Nachfrage und regionalökonomischer Bedeutung am Beispiel des Kantons Graubünden, Bern

Partner der Studie

Agrotourismus Graubünden

Schweizerischer Freibergerverband – Fédération suisse du franchises-montagnes

Pferdezucht-Genossenschaft Graubünden

Interessengemeinschaft Pferdetourismus Graubünden

1. Auflage 2018

© 2018 by Berner Fachhochschule BFH, Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL, Bern-Zollikofen

Urheberrecht

Die Ergebnisse der vorliegenden Publikation basieren auf einer detaillierten Analyse von Angebot und Nachfrage des Marktes „Pferdetourismus“. Grundlage der Analysen waren entsprechende Literatur, Quellen, Internetrecherchen sowie Datenerhebungen bei Pferde-affinen Personen und bei Pferdebetrieben des Kantons Graubünden. Das Recht der Ergebnisverwertung – das Copy Right – liegt bei den Autoren des Berichts. Es ist Dritten untersagt, die Publikation als Ganzes oder Teile davon ohne Quellenangabe abzdrukken, zu vervielfältigen oder für kommerzielle Zwecke zu verwenden.

Inhalt

Vorwort	7
Management Summary	9
Teil I: Pferdetourismus – eine Übersicht	12
1 Ausgangslage	13
1.1 Entwicklung der Schweizer Pferdebranche	13
1.2 Definition Pferdetourismus	15
1.2.1 Abgrenzung Pferdetourismus nach Atout France	15
1.2.2 Reittourismus nach BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung	16
1.2.3 Pferdetouristische Produkte nach Ollenburg	17
1.3 Trends im Tourismus	18
1.4 Entwicklung und Bedeutung des Pferdetourismus	20
1.5 Einflussfaktoren auf das reittouristische Angebot	21
1.6 Pferdetourismus und nachhaltige Entwicklung	22
1.7 Herausforderungen des Pferdetourismus	22
2 Pferdetouristische Angebote in der Schweiz und Europa	23
2.1 Angebote und Strukturen in der Schweiz	23
2.2 Frankreich	23
2.3 Österreich	24
2.4 Deutschland	24
2.5 Ungarn, Island, Spanien sowie weltweite Trends	24
Teil II: Regionalökonomische Bedeutung des Pferdetourismus im Kanton GR	26
3 Untersuchte Landwirtschaftsbetriebe im Kanton GR	27
3.1 Landwirtschaftsbetriebe mit Pferden	27
3.2 Betriebsstruktur Pferdehaltung	27
4 Der Begriff Bruttowertschöpfung	29
4.1 Direkte, indirekte und induzierte Bruttowertschöpfung	29
4.2 Externer Nutzen (Bruttowertschöpfung)	30
5 Bruttowertschöpfungseffekte des Pferdetourismus GR	31
5.1 Berechnungsmethodik	31
5.2 Marktvolumen Bruttowertschöpfungseffekte	33
5.3 Marktpotenzial Bruttowertschöpfungseffekte	35
5.4 Bruttowertschöpfungseffekte pro GVE Pferd	37
5.5 Folgerungen aus der regionalökonomischen Betrachtung	38

Teil III: Nachfrage – Reiseverhalten von Pferdetouristen	40
6 Gästebefragung	41
6.1 Methodik	41
6.2 Auswertung pferdebezogene Ferien	41
6.2.1 Kennzahlen der Befragten	41
6.2.2 Häufigkeit der pferdebezogenen Ferien	45
6.2.3 Anreise und Aufenthaltsdauer	47
6.2.4 Unterkunft und Verpflegung	50
6.2.5 Relevanz der Qualität	53
6.2.6 Ausgaben für pferdebezogene Ferien	53
6.2.7 Gründe für pferdebezogene Ferien	55
6.2.8 Attraktivität der unterschiedlichen Ferienformen	56
6.2.9 Bevorzugte Jahreszeiten für pferdebezogene Ferien	57
6.2.10 Themenkombinationen	57
6.2.11 Der Pferdetourismus als Chance für den Freiburger	58
6.3 Tagestourismus	60
Teil IV: Angebotsseite – Bedürfnisse der Pferdebetriebe	61
7 Interviews bei neun Pferdebetrieben im Kanton Graubünden	62
7.1 Methodik der Interviews und deren Verifizierung	62
7.2 Pauschalangebote und Qualitätszertifikat	62
7.3 Kooperationen und Vernetzung Pferdetourismus Graubünden	63
7.4 Landwirtschaft und Pferdetourismus Graubünden	64
7.5 Vermarktung des Pferdetourismus Graubünden	65
7.6 Folgerungen aus den Interviews und dem Workshop	67
8 Literatur- und Quellenverzeichnis	68

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Schematische Abbildung von pferdetouristischen Angeboten (frei übersetzt nach Atout France, 2011, S. 16)	16
Abbildung 2:	Einflussfaktoren auf die Tourismusnachfrage (Freyer 2006, S.122)	19
Abbildung 3:	Einflussfaktoren auf das reittouristische Angebot (Franke et al. 2009, S. 54)	21
Abbildung 4:	Datengrundlage GVE Pferde (Equiden) im Kanton Graubünden	27
Abbildung 5:	Verteilung der GVE Pferde (Equiden) auf Landwirtschaftsbetriebe	28
Abbildung 6:	Begriff der Bruttowertschöpfung	29
Abbildung 7:	Berechnung der regionalen Bruttowertschöpfung (nach Schätzl 2000)	31
Abbildung 8:	Bruttowertschöpfungseffekte Marktvolumen 2017	35
Abbildung 9:	Bruttowertschöpfungseffekte Marktpotenzial 2017	36
Abbildung 10:	Bruttowertschöpfungseffekte pro GVE Equide 2017 (Mittelwerte Produktion und Nachfrage)	38
Abbildung 11:	Altersgruppen der Befragten	41
Abbildung 12:	Wohnort der Befragten	42
Abbildung 13:	Reiterfahrung der befragten Personen	43
Abbildung 14:	Jährliches Einkommen gegliedert nach Altersgruppe	44
Abbildung 15:	Häufigkeit der pferdebezogenen Ferien nach Altersgruppen der Befragten	45
Abbildung 16:	Häufigkeit der pferdebezogenen Ferien nach Einkommensgruppen der Befragten	46
Abbildung 17:	Ferien mit eigenem Pferd	47
Abbildung 18:	Anreisedistanz für pferdebezogene Ferien	48
Abbildung 19:	Dauer der pferdebezogenen Ferien	49
Abbildung 20:	Bewertung der Unterkunftsarten	50
Abbildung 21:	Bewertung der Unterkunftsorte	51
Abbildung 22:	Verpflegungsarten in den pferdebezogenen Ferien	52
Abbildung 23:	Bewertung der Qualität	53
Abbildung 24:	Ausgaben für Ferien mit dem eigenen Pferd	54
Abbildung 25:	Ausgaben für Ferien mit Leihpferd	54
Abbildung 26:	Meistgenannte Gründe für pferdebezogene Ferien	55
Abbildung 27:	Bewertung der unterschiedlichen Ferienformen	56
Abbildung 28:	Bewertung der Jahreszeiten nach Altersgruppen	57
Abbildung 29:	Bewertung von Themenkombinationen	58

Abbildung 30: Frage: Wie bewerten Sie die Attraktivität folgender tagestouristischen Angebote? (n=148)	60
Abbildung 31: Angebotsentwicklung Pferdetourismus Graubünden (Interviews bei 9 Pferdebetrieben)	63
Abbildung 32: Organisation des Pferdetourismus Graubünden (Interviews bei 9 Pferdebetrieben)	64
Abbildung 33: Landwirtschaft und Pferdetourismus (Interviews bei 9 Pferdebetrieben)	65
Abbildung 34: Vermarktung Pferdetourismus Graubünden (Interviews bei 9 Pferdebetrieben)	66

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kennzahlen Equiden des Kantons Graubünden	14
Tabelle 2: Formen des Reittourismus nach BTE	17
Tabelle 3: Pferdetourismus nach touristischen Teilsektoren (Ollenburg 2005, S. 48)	18
Tabelle 4: Marktvolumen Bruttowertschöpfung, CHF	34
Tabelle 5: Marktpotenzial Bruttowertschöpfung, CHF	36
Tabelle 6: Bruttowertschöpfung pro GVE Pferd, CHF	37

Vorwort

Mit ihrer Produktion leistet die Landwirtschaft im Kanton Graubünden einen wichtigen Beitrag zur Ernährung der Bevölkerung und zum Landschaftsbild, das Grundlage für den alpinen Tourismus ist. Die Tourismuswirtschaft ihrerseits ist ein bedeutender Faktor für Einkommen und Beschäftigung der ansässigen Bevölkerung. Die beiden Wirtschaftszweige stehen damit in einer wechselseitigen Abhängigkeit zueinander und befruchten sich gegenseitig.

Das Pferd ist seit je her Teil der landwirtschaftlichen Produktion, sei es als Zugkraft für Maschinen oder für die Pensionshaltung im Auftrag von Pferdebesitzern. Auch erlangte das Pferd in der historischen Entwicklung zunehmend einen Wert für Freizeitaktivitäten. Reiten, Pferderennen, Springreiten oder etwa Kutschenfahrten gehören zum breiten Einsatzgebiet des Pferdes. Es ist daher naheliegend, das Pferd auch für den Tourismus einzusetzen. Im Jura beispielsweise oder in verschiedenen Regionen Frankreichs, Österreichs oder Deutschlands ist das Pferd bereits eine wichtige Stütze des touristischen Angebots. Insofern liesse sich das Pferd auch im weiteren landwirtschaftlichen Umfeld im Kanton Graubünde und der ganzen Schweiz touristisch besser nutzen.

Im Juni 2017 hat sich in Chur die Interessengemeinschaft (IG) Pferdetourismus Graubünden konstituiert, um den Nischenmarkt besser zu erschliessen. Von dieser Möglichkeit sind sowohl Landwirtschaftsbetriebe mit Pferdehaltung wie auch verschiedene dem Pferd nahestehende Organisationen des Kantons Graubünden überzeugt. Der Verein Agrotourismus Graubünden, der Schweizerische Freibergerverband, zahlreiche Landwirtschaftsbetriebe und die Berner Fachhochschule – Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften BFH-HAFL haben sich zum Ziel gesetzt, die aktuelle Situation zu analysieren und danach neue Dienstleistungen für den Pferdetourismus zu entwickeln sowie die gemeinsame Vermarktung voranzutreiben. Insbesondere Landwirtschaftsbetriebe mit Pferdehaltung sowie die Beherbergungs- und Gastronomiebranche könnten von dieser Initiative profitieren. Darüber hinaus könnte die Schweizer Pferderasse, der «Freiberger», als Alleinstellungsmerkmal für den Schweizer Pferdetourismus vermarktet werden.

Die vorliegende Studie gibt einen Überblick über die Entwicklung des Pferdetourismus im europäischen Umfeld und macht eine für die Schweiz erstmalige Schätzung der regionalökonomischen Bedeutung dieser Tourismusform am Beispiel des Kantons Graubünden. Danach wird die Nachfrageseite in Bezug auf die Bedürfnisse nach pferdetouristischen Aktivitäten analysiert. Die abschliessende Beschreibung der Angebotsseite basiert auf Interviews bei neun Betrieben mit pferdetouristischen Dienstleistungen im Kanton Graubünden.

Interessengemeinschaft Pferdetourismus Graubünden und BFH-HAFL

Cazis und Zollikofen, 20. November 2018

«Pferdetourismus ist ein Paradebeispiel des sanften Tourismus. Die Natur kann nah und ursprünglich erlebt werden. Pferdetourismus ist nachhaltig, eine Nische mit viel Potenzial für Graubünden.»

Reto Rauch, San Jon, Scuol, Graubünden



Management Summary

I. Einleitung

Der Kanton Graubünden zählte im Jahr 2016 insgesamt rund 2450 Landwirtschaftsbetriebe, wovon gegen 760 Pferde, Esel oder Ponys halten. Zahlreiche Betriebe bieten seit einiger Zeit pferdetouristische Dienstleistungen an, welche von Pferdetrekkings, Kutschenfahrten und Kinderlagern bis hin zu Managementseminaren rund ums Pferd reichen. Die Gäste, die solche Angebote nutzen, legen gleichzeitig grossen Wert auf das Naturerlebnis in einer schönen Landschaft sowie auf eine hohe Qualität der Hotellerie und die Unterbringung für ihre Pferde. Der Kanton Graubünden bringt alle Voraussetzung mit, um dieses erhebliche Potenzial des Pferdetourismus besser zu erschliessen.

Der vorliegende Bericht gliedert sich in vier Teile. Teil I befasst sich mit einer einführenden Ausgangslage des Themas «Pferdetourismus», Teil II analysiert die regionalökonomische Bedeutung des Pferdetourismus für den Kanton Graubünden und Teil III beschreibt die Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste. Im Rahmen von Interviews bei Betrieben mit pferdetouristischen Angeboten wurden deren Haltung und Meinungen hinsichtlich der Weiterentwicklung des Pferdetourismus im Kanton Graubünden analysiert. Diese angebotsorientierte Sicht ist im Teil IV beschrieben.

Nachfolgend werden die zentralen Ergebnisse der Analyse in drei Abschnitten zusammengefasst.

II. Regionalökonomische Bedeutung des Pferdetourismus Graubünden

Die regionalökonomische Bedeutung des Pferdetourismus im Kanton Graubünden wurde auf der Grundlage einer Erhebung bei Pferdebetrieben, der landwirtschaftlichen Betriebszählung, einer Gästebefragung und weiteren Quellen geschätzt. Damit konnte das derzeitige Marktvolumen und das längerfristige Marktpotenzial in Bezug auf die Bruttowertschöpfung identifiziert werden. Des Weiteren konnte die Bruttowertschätzung pro GVE (landwirtschaftliche Grossvieheinheit) berechnet werden. Dieser Indikator ist besonders für Landwirtschaftsbetriebe mit Pferdehaltung von Interesse. Die direkte Bruttowertschöpfung bezieht sich auf die unmittelbare Leistungserstellung der Pferdebetriebe. Die indirekte Bruttowertschöpfung entsteht bei den Zulieferbetrieben der Pferdebetriebe, also zum Beispiel über den Umsatz aus Lieferungen von Futter oder aus tiermedizinischen Leistungen. Diese indirekte Bruttowertschöpfung steht demnach in kausaler Abhängigkeit von den Pferdebetrieben. Auch der externe Nutzen kann in einen kausalen Zusammenhang mit den Pferdebetrieben gestellt werden. Der externe Nutzen ist die generierte Bruttowertschöpfung bei touristischen Leistungserstellern wie Hotellerie, Gastronomie, Transportfirmen und andere, welche von den Pferdetouristen profitieren, indem sie mehr Logiernächte verzeichnen bzw. generell mehr Gäste haben.

Die nachfolgende Tabelle fasst die jeweiligen Bruttowertschöpfungseffekt zusammen.

Bruttowertschöpfung 2017 (CHF)	Marktvolumen	Marktpotenzial	pro GVE
BWS direkt (BWS)	6'200'000	17'720'000	8'010
BWS indirekt (BWS)	1'750'000	5'000'000	2'260
Externer Nutzen (BWS)	7'580'000	21'660'000	9'790
Total BWS	15'540'000	44'390'000	20'070

III. Nachfrage: Befragung von Pferdetouristen

Die Gästebefragung bei Pferde-affinen Personen fand zwischen Mai und Juni 2017 statt. Die Gäste wurden mittels Online-Umfrage und physischen Fragebogen zu verschiedenen Bedürfnissen und Meinungen zum Thema «Pferdetourismus» befragt. Die Schlussfolgerungen aus den bedeutendsten Antworten sind nachfolgend summarisch wiedergegeben.

Bedürfnisse und Haltungen von Pferde-affinen Touristen

- Vergleichsweise ist die Feriendauer von Pferdetouristen relativ lang und sie steigt mit zunehmendem Alter
- Je höher das Einkommen der Pferdetouristen ist, desto häufiger wurden schon Ferien mit Bezug zu Pferden gemacht
- Durch die hohe Wiederholungsrate an pferdebezogenen Ferien gibt es grosses Potenzial für Stammgäste
- Grundsätzlich werden gehobene Unterkünfte wie Hotels, B&B sowie Ferienwohnungen dem Camping oder Schlafen im Stroh vorgezogen
- Halbpension gehört zu den beliebtesten Verpflegungsarten bei Pferdetouristen, Selbstversorgung ist kaum gewünscht
- Die Qualität des Angebots ist allgemein sehr wichtig für die Pferdetouristen
- Die Haltung und Unterkunft der Pferde muss von guter Qualität sein
- «Schöne Landschaft mit dem Pferd geniessen» und «Natur erleben» sind die wichtigsten Gründe für pferdebezogene Ferien
- Verschiedene Angebote sind gefragt und deshalb eine Möglichkeit der Differenzierung für Pferdebetriebe
- Die Vermarktung und Planung der Angebote muss auf die Zielgruppe ausgelegt sein
- Die beliebtesten Jahreszeiten für pferdetouristische Ferien sind der Herbst und der Frühling, womit sie für eine bessere Auslastung in den Nebensaisons des Kantons Graubünden sorgen können

IV. Angebot: Befragung von Pferdebetrieben

Im August 2017 wurden neun Pferdebetriebe zu ihrer Haltung und ihren Bedürfnissen bezüglich Vermarktung, Kooperationen mit der Beherbergungs- und Gastronomiebranche, der Produktentwicklung sowie zur Weiterentwicklung des Pferdetourismus interviewt. Zudem wurden die Ergebnisse aus diesen Befragungen mit über 15 Mitgliedern der IG Pferdetourismus Graubünden im Rahmen eines Workshops vom 2. Februar 2018 am Plantahof in Landquart diskutiert und verifiziert.

Die wichtigsten Resultate aus den Interviews und dem Workshop sind nachfolgend summarisch dargestellt.

Haltungen und Bedürfnisse der Pferdebetriebe

- Die Pferderasse «Freiberger» soll bei der künftigen Vermarktung des Pferdetourismus im Kanton Graubünden genutzt werden. Dabei sollen vor allem die reiterlichen Vorzüge des Freibergers in den Vordergrund gestellt werden.
- Der Vermarktung des Pferdetourismus im Kanton Graubünden kommt eine hohe Bedeutung zu. Dabei hat die Kooperation mit Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien sowie der Aufbau einer eigenen Internet-Site hohe Priorität.
- Kooperationen unter den bestehenden Pferdebetrieben sollen gefördert werden. Ebenso sollen Zusammenarbeitsformen mit anderen touristischen Leistungsträgern gefördert werden. Beispiele für solche Kooperationen sind Pauschalangebote oder lockere, unverbindliche Formen der Zusammenarbeit.
- Die Entwicklung der Qualität im Pferdetourismus und eine allfällige Einführung eines Qualitätszertifikats muss weiter diskutiert werden, hat aber nicht Priorität.
- Die Landwirtschaft im Zusammenhang mit pferdetouristischen Angeboten spielt für die Mehrheit der Interviewpartner eine wichtige Rolle, jedoch (noch) nicht für alle. Die Reismotive «Landschaft – Natur» haben für Pferde-affine Gäste eine sehr grosse Bedeutung. Für die Landwirtschaft und speziell den Agrotourismus besteht diesbezüglich ein erhebliches Potenzial.

Teil I: Pferdetourismus – eine Übersicht

«Wenn ich an Pferdetourismus denke, kommt mir sofort das Freiburgerpferd in den Sinn. Der Freiburger ist das einzige echte Swissness-Pferd, das alle Qualitäten hat, um den Touristen viel Freude und Spass zu machen, sei es beim Reiten, auf der Kutsche oder auch im direkten Kontakt mit dem Pferd.»

Stéphane Klopfenstein, Schweizerischer Freiburgerverband



1 Ausgangslage

Pferde üben auf Menschen, insbesondere auch auf Kinder, eine grosse Anziehungskraft aus. Ihre vielseitige Einsetzbarkeit erlaubt die Nutzung in Land- und Forstwirtschaft sowie im Freizeit- und Tourismusbereich. Reiten ist eine beliebte Sportart, vor allem bei Frauen, und die Anzahl an Pferden ist in westeuropäischen Ländern stetig steigend. So ist es nicht erstaunlich, dass der Pferdetourismus ebenfalls stark nachgefragt wird. Laut der internationalen Pferdetourismusorganisation FITE (Fédération Internationale de Tourisme Equestre) kam der Pferdetourismus in den 1950er Jahren in Europa auf und hat seither fortlaufend an Bedeutung gewonnen (2017). Als möglicher Grund hierfür wird das Argument genannt, dass es etwas für alle ist. Egal ob Profireiter, Freizeitreiter oder Neueinsteiger – jeder und jede hat einen direkten Zugang, was die potentielle Kundschaft sehr gross macht (ebd.). Vor allem im heutigen Trend des grünen Tourismus finden Pferde immer öfters ihre Marktnische. Pferdekutschen, als Beispiel, werden im Hinblick auf die Besucherfrequenzen, als das erfolgreichste natur- und kulturnahe Angebot in der Feriendestination Klosters genannt (Forster et al. 2007). Laut denselben Autoren rechnen Anbieter im Bereich des naturnahen Tourismus, wozu man den Pferdetourismus durchaus zählen kann, mit einer Zunahme des Marktvolumens um bis zu 40%. Naturnaher Tourismus zeichnet sich besonders durch authentische Erlebnisse, intakte Landschaft, Regionalität und Entschleunigung aus (ebd.).

1.1 Entwicklung der Schweizer Pferdebranche

Das Pferd wurde früher hauptsächlich in der Landwirtschaft und dem Militär gebraucht. Mit der zunehmenden Mechanisierung verlor es aber seine Aufgabe und somit reduzierte sich den Bestand zwischen 1940 und 1970 drastisch von über 150'000 auf unter 50'000 (Bachmann et al. 2015). Seit den 80er Jahre hat die Population der Pferde wieder stark zugenommen, jedoch werden sie heute hauptsächlich als Freizeitpartner gesehen. Pferdesport, definiert als jegliche körperliche Aktivität mit oder auf einem Pferd, gehört zu einer der beliebtesten Sportarten schweizweit. Gut 150'000 Personen zwischen 10 bis 74 Jahren üben Pferdesport aus. Mit 1.8% der gesamten Bevölkerung liegt der Pferdesport demnach auf Platz 26 der beliebtesten Sportarten. Betrachtet man aber die als Hauptsportart ausgeübten Aktivitäten, ist der Pferdesport auf Platz 16 aufzufinden. Mit einer durchschnittlichen Ausübung von 90 Tagen pro Jahr gehört der Pferdesport zu den häufigsten betriebenen Sportarten (Lamprecht et al. 2014, S. 19).

Der Pferdesport ist stark individualistisch geprägt, über 60% der Ausübenden sind keinem Verein oder festen Gruppe zuzuordnen. Der Schweizerische Verband für Pferdesport (SVPS) ist der Dachverband aller Vereine und Organisationen, welche im weitesten Sinne mit Pferdesport zu tun haben. Dazu gehören beispielsweise auch Berufsverbände wie die Hufschmiede. Er koordiniert und organisiert die Interessen seiner 34 Mitglieder gegenüber der Öffentlichkeit sowie nationalen und internationalen Verbänden. Nebst der Nachwuchsförderung und des Tierschutzes ist der SVPS auch zuständig für die Richtlinien der Aus- und Weiterbildungen der Pferdeberufen (Schmiedlin et al. 2007, S. 21-24). Eine Verknüpfung oder Vermarktung pferdetouristischer Angebote findet jedoch nicht statt.

Die Anzahl der Equiden in der Schweiz hat zwischen 2002 und 2012 von 72'000 auf 103'000 um 42% zugenommen, was einem jährlichen Wachstum von 4% entspricht. Überdurchschnittlich gewachsen ist dabei die Anzahl Ponys, Esel, Maulesel und Maultiere. Das Durchschnittsalter der Population liegt bei 10,6 Jahren. Am meisten vertreten sind mit 40% die Warmblüter, gefolgt von den Ponys (23%) und den Freibergern (21%). Um die einheimische Zucht zu schützen, ist die jährliche Einfuhr von Equiden durch ein Zollkontingent bei 4200 limitiert. Die Importe sind

in den letzten Jahren durch eine Erhöhung dieses Kontingents gestiegen, die Exporte haben aber nach einer Zunahme zwischen 2002 und 2007 seit 2009 kontinuierlich abgenommen. Die importierten Equiden stammen hauptsächlich aus Deutschland (48%) und Frankreich (23%).

Somit werden in der Schweiz auf 1'000 Einwohner knapp 13 Equiden gehalten. Für deren Haltung wurde im Jahre 2012 fast 1 Million Hektar landwirtschaftliche Nutzfläche (LN) benötigt. Dies ergibt eine Dichte von 9.8 Equiden pro km² LN, was einer Zunahme der Fläche von 44% gegenüber dem Jahre 2002 bedeutet. Die Equiden werden auf 17'454 Betrieben gehalten, wovon gut $\frac{3}{4}$ zuzuordnen sind. Knapp die Hälfte der Landwirtschaftsbetriebe liegt in der Talregion, 28% in der Hügelregion und 23% in der Bergregion (ebd.). In nachfolgender Tabelle sind die wichtigsten Kennzahlen der Equidenentwicklung im Kanton Graubünden aufgeführt.

Kennzahlen Kanton Graubünden				Vergleich Schweiz
Equidenpopulation		Veränderung 2002-2012		
2002	2012	Anzahl Equiden	Prozent	
3'000	4'351	1'351	45%	42%

Dichteverteilung	LN (km ²)	N Equiden pro km ² LN	
	546.6	8.0	9.8 Eq./km ² LN

Landwirtschaftsbetriebe	Anzahl Betriebe mit Equidenhaltung*	454	8'534
	Anteil Pferdebetriebe* an landwirtschaftlichen Betrieben	17.9 %	15.1%
	Equiden (Mittelwert in GVE) pro Pferdebetrieb	3.7	5.2

Anteil GR an der Schweiz	Anteil Equidenbestand	4.4%	
	Anteil der Pferdebetriebe	5.3%	

*Mindestens 1 GVE Pferd: (Stuten mit Fohlen= 1 GVE, Andere Pferde über 30 Monate alt = 0.7 GVE, Fohlen bis 30 Monate alt = 0.5 GVE, Ponys, Kleinpferde und Esel jeden Alters = 0.25 GVE, Maultiere und Maulesel = 0.4 GVE), Quelle: Schmidlin et. al. 2013, S.22-24)

Tabelle 1: Kennzahlen Equiden des Kantons Graubünden

Diese rund 11'000 Betriebe in der Landwirtschaft generieren mit der Equidenhaltung ein jährliches Einkommen von ungefähr 500 Mio. CHF (Bachmann et al., 2015). Die monatlich bezahlten Pensionsgelder ermöglichen den landwirtschaftlichen Betrieben eine grössere finanzielle Stabilität im Vergleich zu einem reinen Ackerbau- oder Milchwirtschaftsbetrieb. Die Wirtschaftlichkeit der Pensionspferdehaltung hängt jedoch stark von der vorhandenen Infrastruktur und dem spezifischen Arbeitsaufwand ab. Infolge der veränderten Haltung der Pferde als Freizeitpartner

sind auch die Ansprüche der Besitzer an die Haltung und Pflege stark gestiegen. Die Anbindehaltung wurde 2013 gesetzlich verboten und die Mindestfläche pro Pferd hat in den letzten Jahren stetig zugenommen.

Arbeitsplätze werden jedoch nicht nur durch die Pferdedepension generiert, sondern auch durch die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette: Reitunterricht, pferdegestützte Therapien, Pferdezucht und -handel, Pferdetourismus, Tierärzte, Hufschmiede, Hersteller und Handel von Pferdefutter, und viele weitere. Ungefähr acht Pferde ergeben eine Vollzeitstelle, was für die Schweiz im Jahre 2012 rund 13'000 Arbeitsstellen ergibt. Poncet et al. berechneten einen jährlichen Umsatz pro Pferd von 18'600 CHF. Somit aggregierte sich der Gesamtumsatz der Pferdebranche im Jahre 2012 auf rund 1.91 Milliarden CHF (Schmidlin et al 2013, S. 64).

Dieses Wachstum der Pferdebranche bringt auch zahlreiche Herausforderungen mit sich. So gibt es widersprüchliche Ziele in den Gesetzgebungen: Die zunehmende benötigte Fläche pro Tier steht dem haushälterischen Umgang der Siedlungsfläche gegenüber. Zunehmendes Konfliktpotenzial entsteht auch in den Naherholungsgebieten der Agglomerationen durch die Mehrfachbenützung von Sporttreibenden, Erholungssuchenden und Reitern.

1.2 Definition Pferdetourismus

Pferdetourismus oder Reittourismus ist im Allgemeinen eine Tourismusform im Zusammenhang mit Pferden oder sonstigen Equiden. Bevor man also vom Pferdetourismus spricht, ist es sinnvoll, sich mit dem Begriff Tourismus auseinanderzusetzen. In Anlehnung an die UNWTO (World Tourism Organization) definieren das BFS und SECO Tourismus folgendermassen:

„Der Begriff ‚Tourismus‘ umfasst die Konsumaktivität von Personen, die an Orte ausserhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort höchstens ein Jahr zu Urlaubs-, geschäftlichen oder sonstigen Zwecken aufhalten. Diese Personen werden Besucher/innen genannt (übernachtende Besucher/innen und Tagesbesucher/innen). [...] Unter den Tourismus fallen zudem verschiedene Investitionsaktivitäten sowie die Produktions- und Importaktivitäten, welche zur Abdeckung der Besucherbedürfnisse notwendig sind“ (BFS und SECO 2003).

Abgeleitet davon wird der Pferdetourismus durch den nicht alltäglichen Charakter der Aktivität, den Ortswechsel und den Bezug zu Pferden gekennzeichnet. Zur Vereinfachung bezieht sich in der Begriff Pferdetourismus in den nachfolgenden Ausführungen auf alle Equiden inklusive Ponys, Kleinpferde, Esel, Maultiere und -esel. Da es keine allgemeingültige Definition des Pferdetourismus gibt, folgen nachstehend drei unterschiedliche Spezifizierungen des Pferdetourismus.

1.2.1 Abgrenzung Pferdetourismus nach Atout France

Folgende Grafik, frei übersetzt aus dem Französischen gemäss L'Agence de développement touristique de la France, zeigt die unterschiedlichen Sparten des Pferdetourismus systematisch auf.

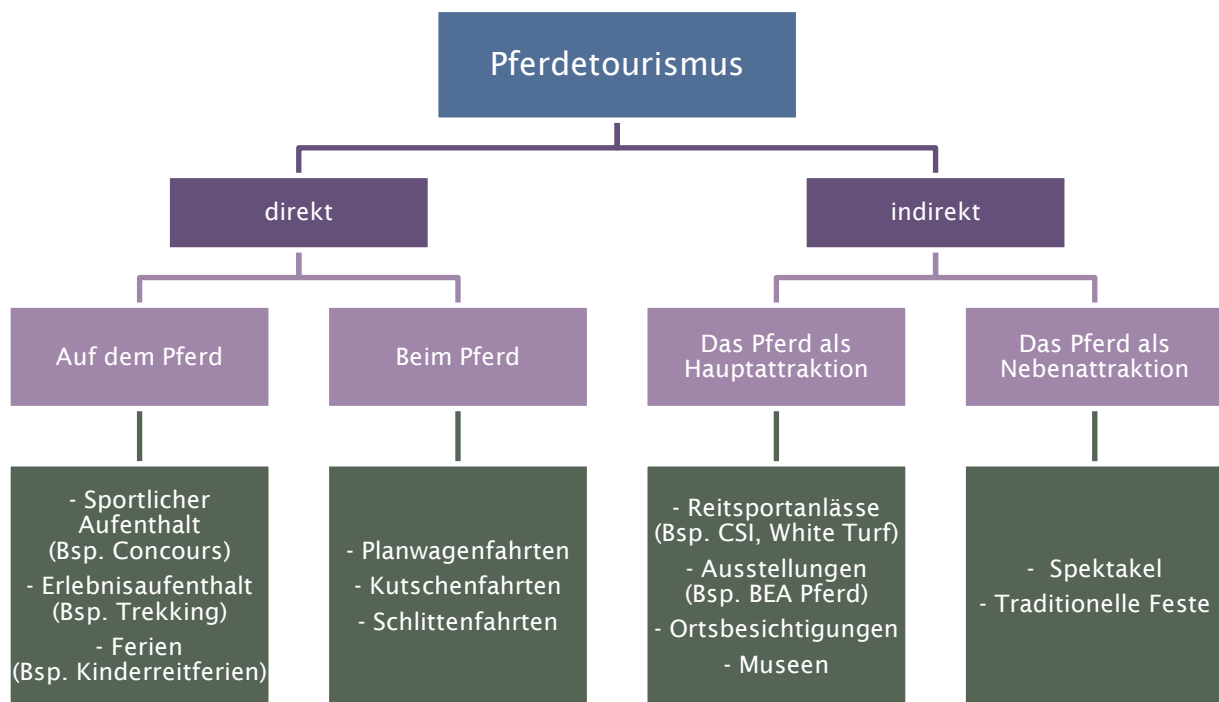


Abbildung 1: Schematische Abbildung von pferdetouristischen Angeboten (frei übersetzt nach Atout France, 2011, S. 16)

Demnach kann man den Pferdetourismus in zwei Kategorien unterteilen: Die erste Kategorie hat durch eine aktive Teilnahme einen direkten Bezug zu den Pferden. Die zweite Kategorie kann als passiver Pferdetourismus beschrieben werden. Beim passiven Pferdetourismus hat der Tourist nur indirekt mit Pferden zu tun, da er als Zuschauer an Events wie Springprüfungen oder Ausstellungen teilnimmt. Man unterscheidet zwei Sparten, wobei das Pferd entweder die Haupt- oder die Nebenattraktion ist. Obschon es im Kanton Graubünden diverse solch stark frequentierter Anlässe wie das White Turf oder das Longines CSI St. Moritz gibt, untersucht folgende Studie hauptsächlich den aktiven Pferdetourismus. Der aktive Pferdetourismus wird auch in zwei Sparten unterteilt, wobei zwischen „auf dem Pferd“ und „beim Pferd“ unterschieden wird. Während unter die Kategorie „beim Pferd“ Kutschen- und Schlittenfahrten fallen, handelt es sich bei der Kategorie „auf dem Pferd“ um die klassischen pferdetouristischen Angebote wie Reitferien, Trekking und Kinderreitferien.

1.2.2 Reittourismus nach BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung

Reiten wird von der Tourismusberatungsorganisation BTE als Überbegriff für alle Aktivitäten mit Pferden definiert. Dies umfasst nebst dem Reiten auch andere Aktivitäten mit Pferden wie Bodenarbeit, Voltigieren und Fahren. Unter Kutschenfahrten werden alle Arten von Fahrten mit Pferdefuhrwerken wie Kutsche, Planwagen oder Schlitten zusammengefasst. Reittourismus wird als Oberbegriff für alle touristischen Aktivitäten rund ums Pferd verstanden. Dazu gehören auch passive Beschäftigungen mit Pferden oder Aktivitäten, die nicht auf dem Rücken der Pferde stattfinden, wie Kutschenfahrten (Franke et al. 2009, S.11).

Nachfolgend sind die verschiedenen Formen des Reittourismus nach BTE aufgelistet.

Form des Reittourismus	Beschreibung
Reiturlaub mit festem Quartier	Pferdebezogene Ferien mit konstanter Unterkunft, z. B. auf Bauernhof, Pferdebetrieb oder im Reiterhotel → unterschiedliche Ausprägungen je nach Reisemotiven, Reisebegleitung, Reitintensität usw.
Wanderreiten	Reisen mit dem eigenen oder vom Veranstalter zur Verfügung gestelltem Pferd mit wechselnden Unterkünften
Kinderreitferien	Ferien für (Alleinreisende) Kinder und Jugendliche auf einem Pferdebetrieb, im Ponycamp oder -schloss → als Pauschalangebot mit Unterkunft, Verpflegung, Reitangeboten und Zusatzprogramm
Pauschalreisen von Reiterreiseveranstalter	Durch spezialisierten Veranstalter organisierter Reiterurlaub ins Aus- oder Inland
Aus- und Fortbildungen	Seminare, Kurse usw. zur reiterlichen Aus- und Weiterbildung von Reiter und/oder Pferd
Kutschen-, Kremser- und Planwagenfahrten	Ausflugsfahrt auf einem vom Pferd gezogenen Fuhrwerk
Besuch Pferde-Highlights und -Veranstaltungen	Ausflug zu pferdebezogenen Orten oder Events wie Pferdemessen, Turniere, Gestüte usw.
Weitere Formen des Reittourismus (Freizeitformen, Reiten in den „normalen“ Ferien)	Tagesritte zu besonderen Zielen, einmaliger Ausritt von einem Pferdebetrieb usw. Reiten und Aktivitäten mit Pferdebezug in den „normalen“ Ferien

Tabelle 2: Formen des Reittourismus nach BTE

1.2.3 Pferdetouristische Produkte nach Ollenburg

Ollenburg (2005) sieht den Pferdetourismus als kleinen Teil aller Aktivitäten rund ums Pferd und kategorisiert pferdetouristische Produkte nach touristischen Teilsektoren. Zu den Kernsektoren gehören Angebote des Abenteuer- und des naturnahen Tourismus sowie des Agrotourismus. Als Nebensektor werden Ausbildungsangebote und Kutschenfahrten klassifiziert. Letztere werden trotz ihrer Häufigkeit im Nebensektor eingeteilt, da sie keine direkte Interaktion mit den Pferden bieten und häufig durch spontane Gäste genutzt werden. Tabelle 2 zeigt die frei aus dem Englischen übersetzte Klassifizierung nach Ollenburg (2005).

Produkt Typ	Tourismus Teilsektor	Position im pferdetouristischen Sektor
Geführte Ausritte, Trekkings	Abenteuer- und Ökotourismus	Kern
Bauernhofferien mit festem Quartier, Gast- und Arbeitsaufenthalt bei Landwirtschaftsbetrieben	Agrotourismus	Kern
Reiterliche Aus- und Weiterbildungen	Ausbildung	Peripher
Kutschen- und Schlittenfahrten	Urban	Nebensektor

Tabelle 3: Pferdetourismus nach touristischen Teilsektoren (Ollenburg 2005, S. 48)

Anbieter von pferdetouristischen Angeboten müssen gute Kenntnisse von Pferde haben, jedoch auch geübt in der Gästebetreuung sein. Wichtig ist zudem, keine Billigpreisstrategie zu verfolgen, da sich dies direkt auf das Wohle der Pferde auswirken würde. Im Gegensatz zum normalen Abenteuer-tourismus kann die Ausrüstung bei Nichtgebrauch nicht einfach weggestellt werden. Pferde müssen über das ganze Jahr täglich versorgt werden, auch in den Saisonpausen. Ausserdem unterscheidet sich der Pferdetourismus klar vom Wildlifetourismus, da im Gegensatz dazu die Interaktion mit den Pferden im Vordergrund steht und die Tiere im Wildlifetourismus den Menschen möglichst ignorieren sollten (Ollenburg 2005, S. 48)

1.3 Trends im Tourismus

Tourismus ist nicht nur, vor allem aber auch für die Schweizer Bergregionen sehr wichtig: 27% der gesamten Beschäftigung und 21% der gesamten Bruttowertschöpfung ist direkt oder indirekt auf den Tourismus zurückzuführen (Rütter-Fischbacher et al. 2016, S. 26f). Aufgrund der wirtschaftlichen Benachteiligung der Rand/Bergregionen kommt dem Tourismus in diesen Gebieten eine besondere Bedeutung zu. Die Entwicklung der Logiernächte in den Bergregionen hat jedoch, entgegen dem schweizweit zunehmenden Trend, von 2006 bis 2015 um 10% abgenommen (ebd. S. 30).

In der Studie «Re-Inventing Swiss Summer, Potenziale für die Schweizer Tourismusbranche» (Frick et al. 2010, S.8) zeigt Schweiz Tourismus auf, dass die Schweiz aufgrund der sich abzeichnenden globalen Entwicklungen aus der Sicht des Tourismus eher zu den Gewinnern gehören könnte. Die Schweiz ist bei ausländischen Gästen in erster Linie wegen des Wintertourismus' bekannt. Bedingt durch den Klimawandel wird in Zukunft die Wintersaison aber kürzer und instabiler, wohingegen die Anzahl an warmen Sommertagen zunehmend sein dürfte. Die Schweiz kann sich dieser globalen Entwicklung anpassen und von dieser unausweichlichen Veränderung profitieren, indem sie die Sommerfrische als Vorteil vermarktet. Infolge der steigenden Wasserknappheit kann die Schweiz als Wasserschloss Europas von einer zusätzlichen Attraktivität profitieren. Die globale Tourismusedwicklung wurde zwischen 2000 und 2018 zunehmend geprägt durch Angst vor Terrorismus und Naturkatastrophen. Durch ihr Image als sicheres und stabiles Land kann die Schweiz von einer zusätzlichen Wertschätzung der Gäste profitieren. Ein weiterer Trend ist die global zunehmende Urbanisierung. Im Jahre 2008 lebten

erstmals mehr als 50% der Weltbevölkerung in Städten, im Jahre 2050 werden es über 70% sein. Dadurch steigt das Bedürfnis der Menschen nach Natur und Naherholungsraum.

Nach Freyer (2006) gibt es sechs Einflussfaktoren, welche die Nachfrage nach touristischen Angeboten bestimmen: Die Gesellschaft, die Umwelt, die Wirtschaft, der Staat, die Anbieter und das Individuum. Die einzelnen Faktoren stellen unterschiedliche Anforderungen und Auswirkungen an bzw. auf die Nachfrage. Deshalb gilt es jeden Bereich zu analysieren. Je nach Zieldestination werden die Faktoren unterschiedlich gewichtet: So ist beispielsweise bei Inlandreisen meist das eigene Einkommen entscheidend, während bei Auslandsreisen Wechselkurse oder Zollvorschriften ein wichtiges Kriterium bilden. Unter Berücksichtigung der allgemeinen touristischen Trends müssen diese Einflussfaktoren bei der Planung von Massnahmen für den Pferdetourismus genau analysiert werden.



Abbildung 2: Einflussfaktoren auf die Tourismusnachfrage (Freyer 2006, S.122)

1.4 Entwicklung und Bedeutung des Pferdetourismus

Wie in der Schweiz waren die Pferde früher in ganz Europa hauptsächlich im Militär und der Landwirtschaft, als Arbeits- und Transporttier anzutreffen. Durch die Motorisierung und Mechanisierung wurden die Pferde zunehmend von Maschinen ersetzt, womit die Population kontinuierlich abnahm. So reduzierte sich beispielsweise in Österreich zwischen dem Ende der 30er Jahre und Beginn der 70er Jahre die Anzahl Pferde von 250'000 Tieren auf unter 40'000 (Brunner et al. 2011, 6). Zu dieser Zeit war der Pferdesport hauptsächlich der wohlhabenden Bevölkerung vorbehalten. Durch den wirtschaftlichen Aufschwung und der zunehmenden Freizeit der Bevölkerung nahm das Interesse am Reiten zu und löste ein Wachstum der Pferdepopulation aus (Franke et al. 2009, S. 27). Nach Ollenburg (2005, S 48) ist das Reiten in den westlichen Ländern ein wesentliches Element von Freizeit und Erholung. Global verlässliche Daten gibt es keine.

Der Pferdetourismus entwickelte sich hingegen weniger homogen als das allgemeine Reiten. Während er in Deutschland erst in den letzten Jahren populär wurde, erkannte Frankreich schon früh das Potenzial des Pferdetourismus. Das CNTE (Comité National de Tourisme Equestre) wurde 1963 gegründet und ist für die Vermarktung zuständig. Nebst einem landesweiten Netz an Reitwegen gibt es auch ein Qualitätssiegel für pferdetouristische Betriebe. Obschon viele Länder wie Frankreich, Island und Österreich beachtliche Strukturen im Pferdetourismus entwickelt haben, gibt es nach Ollenburg (2005) bis heute kaum wissenschaftliche Untersuchungen zum Wirtschaftsfaktor des Pferdetourismus. Ausnahmen davon sind die Deutsche Marktanalyse „Tourismus Rund ums Pferd“ von BTE Tourismusmanagement und Regionalentwicklung (Franke et al. 2009), sowie die Österreichische Studie „Tourismus- und Freizeitfaktor Pferd in Österreich“ von Brunner (2011).

1975 wurde unter der Leitung von Frankreich, Belgien und Italien die internationale Pferdetourismusorganisation FITE (Fédération Internationale de Tourisme Equestre) gegründet. Die Ziele des heute über 20 Mitglieder grossen Verbandes sind die Koordination und die Unterstützung jeglichen Tourismus', der mit Pferden zu tun hat. Der Pferdetourismus hat in Europa immer mehr an Bedeutung gewonnen. Gründe dazu sind nach der FITE (2017) die Bandbreite des Angebotes. Es gibt Angebote für viele verschiedene Kundensegmente, vom Anfänger über den Freizeitreiter bis zum Profireiter. Dadurch, dass es viele Wiederholungskunden gibt, hat der Pferdetourismus zusätzliches Potenzial. Weitere Gründe für die Beliebtheit ist die Möglichkeit umweltschonend und ohne grössere Anstrengung abgelegene Orte zu erreichen, wobei man auf dem Rücken der Pferde eine unvergleichliche Sicht auf die Natur hat.

Nicht nur als aktive Beschäftigung ist das Pferd für den Tourismus von Bedeutung, denn auch Kulturgüter wie die Spanische Hofreitschule in Wien benützen das Image des Pferdes zur Vermarktung. Zudem sind viele Regionen bekannt für ihre Pferderassen, wie beispielsweise das Camarquepferd in Südfrankreich, das Islandpferd in Island oder der Haflinger in Österreich oder der Freiburger in der Schweiz, was bei der Vermarktung helfen kann.

Die Effekte des Tourismusfaktors Pferd in Österreich wurden in einer umfangreichen Studie von Brunner et al. (2011) analysiert. So wurden die direkten, indirekten und induzierten Effekte insgesamt auf 832 Millionen Euro pro Jahr geschätzt. Im Sommerhalbjahr 2009 wurden 1,1 Millionen Reittouristen mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 8,4 Tagen gezählt (Brunner et al. 2011, S. 36). Damit verbunden sind eine Wertschöpfung von 449 Mio. Euro sowie 7950 Vollzeitstellen. Dabei ist der Freizeitfaktor „Pferd“ nicht inbegriffen. Der Gesamteffekt aus Freizeit und Tourismus wird auf über 2 Mrd. Euro geschätzt (Brunner et al. 2011, S. 42).

1.5 Einflussfaktoren auf das reittouristische Angebot

Die Einflussfaktoren auf die pferdetouristische Nachfrage sind ähnlich wie bei den klassischen Ferienreisen. Der Unterschied liegt darin, dass es sich nicht nur um den Menschen, sondern auch um Pferde handelt. So haben beispielsweise Umweltfaktoren eine grössere Gewichtung. Reitgäste sind sensibel bezüglich Jahreszeiten, wünschen eine abwechslungsreiche Landschaft und gute Bodenverhältnisse. Das Umfeld der Betriebe, wie beispielsweise die Konjunkturlage der Region, beeinflusst deren Qualität, was wiederum einen direkten Einfluss auf die Nachfrage hat. Ein weiterer, für den Pferdetourismus sehr wichtigen Faktor sind die staatlichen Einflüsse. Je nach gesetzlichen Vorgaben, beispielsweise in Bezug auf Wegbenützung (Reitverbote) können die Rahmenbedingungen, und damit das Image als Pferdetourismusdestination, stark eingeschränkt werden (Franke et al. 2009, S.54).



Abbildung 3: Einflussfaktoren auf das reittouristische Angebot (Franke et al. 2009, S. 54)

Die beiden zuvor beschriebenen Wertschöpfungsstudien aus Deutschland und Österreich gehen von einem grossen Potenzial des Pferdetourismus aus. Die Chancen des Reittourismus werden massgeblich vom allgemeinen Tourismustrend eines Landes beeinflusst. Vorteile des Pferdetourismus gegenüber anderen naturnahen Tourismusaktivitäten liegen in den präferierten Jahreszeiten von Herbst und Frühling. Dies kann einer Region helfen, weil diese komplementären Angebote in den Nebensaisons sehr attraktiv sind und deshalb die Auslastung verbessert werden kann.

1.6 Pferdetourismus und nachhaltige Entwicklung

Nachhaltiger Tourismus wird von der Welttourismusorganisation (UNWTO) definiert als "Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities". Nachhaltiger Tourismus bezieht sich demnach nicht nur auf die ökologische Entwicklung. Um den zukünftigen Generationen die gleichen Chancen zu ermöglichen, müssen auch die wirtschaftlichen und sozialen Bedürfnisse befriedigt werden. Somit ist der Pferdetourismus nachhaltig, wenn er längerfristig keine negativen Auswirkungen auf Umwelt, Wirtschaft und die Gesellschaft hat.

1.7 Herausforderungen des Pferdetourismus

Grundsätzlich besteht im Pferdetourismus nach BTE nicht ausgeschöpftes Potenzial vor allem bei den bisherigen Nicht-Reitferiengästen. In den Befragungen haben die Hälfte der Reiter angegeben, noch nie in Pferdeferien gewesen zu sein, wobei nur 3% der Nicht-Reitgäste grundsätzlich kein Interesse haben. Die Hauptgründe, weshalb sie bisher keine Reitferien machten, lagen an den Preisen, den passenden Angeboten, oder daran, dass sie sich bisher zu wenig informiert haben. Ein wichtiger Punkt ist auch das fehlende Interesse der Reisebegleitung, weshalb Alternativangebote vielversprechend sind. Weitere Möglichkeiten zur Gewinnung neuer Gäste liegen bei Schnupperangeboten oder preisgünstigen Angeboten, beispielsweise in der Nebensaison.

Doch es gibt auch diverse Herausforderungen: So werden die Gäste immer älter und anspruchsvoller. Wichtig für eine positive Entwicklung ist eine gemeinsame Vermarktung der Destination in Zusammenarbeit mit Pferdesport- und Tourismusorganisationen sowie eine Zertifizierung der Betriebe (Franke et al. 2009, S.177).

Untersuchungen über die Vermarktung und Servicequalität von pferdetouristischen Angeboten in Island haben gezeigt, dass die Motivation der Anbieter meistens von ihrem persönlichen Interesse an Pferden dominiert wird. So wurden die Unternehmen häufig von Personen aufgebaut, die Erfahrungen in der Pferdezucht oder im Reitsport haben, jedoch kaum in der Gastwirtschaft oder der Beherbergung. Die Qualität der Angebote wird deshalb von den meisten auch aus der Sicht des Reiters und nicht aus Sicht eines Geschäftsführers bewertet, weshalb die Aufmerksamkeit auf der Qualität der Pferde und der Reitwege liegt (Helgadottir et al., 2008). Dieselben Autoren fanden bei Befragungen der Gäste, dass die Servicequalität wichtiger für die Zufriedenheit der Kunden ist (Sigurðardóttir et al. 2015, S.118).

2 Pferdetouristische Angebote in der Schweiz und Europa

Die FITE als Dachorganisation des Internationalen Pferdetourismus hat über 20 sehr heterogene Mitglieder. Im folgenden Kapitel werden die pferdetouristischen Strukturen unserer Nachbarländer Frankreich, Deutschland und Österreich sowie von weiteren ausgewählten Destinationen beleuchtet.

2.1 Angebote und Strukturen in der Schweiz

Der Pferdetourismus in der Schweiz ist vor allem im Jura, der Heimat des Freiburger Pferdes, stark verankert. 1999 wurde der Verein der Reitwege AREF (Association pour un Réseau Equestre aux Franches Montagnes et Environs) gegründet. Der Verein unterhält 250 km Reitwege und koordiniert viele Unterkünfte und Anbieter auf der Webseite. Die Reitkarte mit den Reitwegen zeigt zudem die vorhandenen Beherbergungs- und Gastronomieangebote auf. Für die Benützung der Reitwege wird eine tägliche Gebühr von 7 CHF pro Reiter erhoben. Diese wurde zwischen 2008 und 2011 7'000-mal jährlich verkauft. Mit dem Erlös werden die Kosten der Markierungen sowie der Unterhalt der Reitwege bezahlt. Ernst (2008, S. 14) zählt im Jura neun verschiedene Aktivitäten, wobei die meisten Anbieter zwischen drei und vier Angeboten haben. Diese decken eine weite Palette ab und reichen von Wanderritten mit eigenen Pferden über Trekkings zu Kutschenfahrten (Ernst 2012, S.17). Zwischen 2016 und 2021 sind im Rahmen des Regionalprojektes Marguerite des Kanton Jura und des Berner Juras die Vernetzung und Neuentwicklung von bis zu 700 km Reitwege geplant (Fondation Rurale Interjurassienne 2017). Die Schweizerische Vereinigung der Wanderreiter (ASRE Association Suisse des Randonneurs Équestres) wurde 1967 gegründet, wobei jedoch fast nur französischsprachige Kantone vertreten sind. Online gibt es eine interaktive Karte mit Wanderreitwegen und Übernachtungsmöglichkeiten. Nebst den aufgeführten Unterkünften für Pferd und Reiter sind auch Informationen zur Planung von Wanderritten vorhanden (ASRE 2017). Obschon es in der ganzen Schweiz viele weitere gute Angebote gibt, verfügen diese über eine vergleichsweise sehr schwache Strukturierung ohne gemeinsames Netzwerk oder gemeinsame Vermarktung.

2.2 Frankreich

Frankreich gilt als Pionier des Pferdetourismus und bietet eine grosse Vielfalt an Angeboten. Das Comité National de Tourisme Équestre (CNTE) der Fédération Française d'Équitation (FFE) handelt im Interesse von über 7'000 lizenzierten Mitgliedern, 2'500 Reitställen und 400 Zentren für Pferdetourismus. Von den gesamthaft 1000'000 km anerkannten Reitwegen wurden in der über 50-jährigen Geschichte des CNTE über 16'000 km markiert. Die Organisation erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den regionalen und departementalen Institutionen (Comité Régional de Tourisme Équestre CRTE, Comité départemental de Tourisme Équestre CDTE). Mit dem 1996 eingeführten Qualitätslabel „Centre de Tourisme Equestre“ für pferdetouristische Angebote und dem später eingeführten Qualitätslabel für die Übernachtungsmöglichkeiten mit Pferden ist Frankreich ein Vorreiter des Qualitätsmanagements. Mittels vier verschiedenen Prüfungen für die Wanderreiter und Trekkingleiter wird das Ziel verfolgt, das Unfallrisiko zu minimieren und die Sicherheit zu steigern. Auf der Internetseite des CNTE findet man eine interaktive Karte des Landes mit Reitrouten, Übernachtungsmöglichkeiten und weitere Anlaufstellen. Mit zahlreichen Magazinen wie „L'estafette“ und den „Lettre du tourisme équestre“, welche regelmässig erscheinen, werden die lizenzierten Mitglieder über aktuelle Ereignisse informiert. Weitere Tätigkeiten sind die Unterstützung und die Organisation von grossen, jährlich stattfindenden Events für Wanderreiter sowie andere Disziplinen des Pferdetourismus (FFE 2017).

2.3 Österreich

Die Plattform „Reitarena Austria“ verbindet Reitställe, Pensionen und Hotels in Österreich und dem Südtirol. Auf der Website kann mit vielzähligen Filtern nach Angebotspackages, Regionen oder Themen wie Western oder Kinderreitferien gesucht werden. Zudem erscheint jährlich der Angebotskatalog „Reitferien in Österreich“. Die Betriebe werden mit einem Qualitätslabel geprüft. Zudem gibt es in den einzelnen Bundesländern gut organisierte Vermarktungsplattformen: Das Reit-Eldorado Kärnten mit über 80 Reiterhöfen und mehr als 1 500 km Reitwegen oder „Pferdeurlaub“ in Oberösterreich. Letztere bietet nebst der Auflistung der Reiterhöfe eine interaktive Karte mit Reitwegen. Wie schon in Kapitel 2.2 erklärt, ist der Pferdeterminismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Österreich. 2009 zählte Österreich im Sommerhalbjahr 1,1 Millionen Reittouristen. Nebst dem aktiven Reittourismus ist auch die Spanische Hofreitschule in Wien ein oft besuchtes Kulturerbe, welches dem Pferdeterminismus zugeschrieben werden kann (Brunner et al. S.9f).

2.4 Deutschland

Nach Brunner (2011, S. 10) ist das Image von Deutschland als Pferdeland geprägt durch internationalen Erfolg in der Zucht und im Pferdesport. Der pferdetouristische Anteil erlangte erst später seine Bedeutung. Hauptsächlich von regionalen Tourismusorganisationen gefördert, entstanden Kooperationen wie „Eifel zu Pferd“ oder „Pferderegion Münsterland“, welche die Vermarktung professionalisierten. In Deutschland gibt es fast 4 Mio. Reiter und Pferdebesitzer und dreizehn Pferdeurlaubsregionen, wovon vier hauptamtlich und neun ehrenamtlich geleitet werden. 2016 wurde die Bundesarbeitsgemeinschaft „Deutschland zu Pferd e. V.“ (BAG DzP) gegründet. Sie besteht aus Mitgliedern von übergeordneten Bundesverbänden („Deutsche Reiterliche Vereinigung FN“, der „Vereinigung der Freizeitreiter und -Fahrer in Deutschland VFD“ und der „BAG Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland“) sowie aus anderen landesweiten oder regionalen Organisationen.

Nebst dem Marketing und der Lobbyarbeit ist auch die Stärkung des ländlichen Raumes ein Ziel von „Deutschland zu Pferd“. So wurde 2008 mit EU Fördergeldern in Mecklenburg-Vorpommern ein Pferdeterminismusprojekt für die Entwicklung des ländlichen Raumes gestartet. In dieser Region gibt es ungefähr 150 Pferdebetriebe, wovon bis zu 120 in unterschiedlichem Rahmen marketingtechnisch betreut werden. In enger Zusammenarbeit mit Pferdesportorganisationen, Bauernverbänden und Forstanstalten werden vernetzte Angebote entwickelt (Präsentation Marion Pleie von „Deutschland zu Pferd“, Workshop in Chur vom 28. Juni 2017).

2.5 Ungarn, Island, Spanien sowie weltweite Trends

Ungarns Tradition ist geprägt von Reitern und Pferden. Nebst den vielen Anlässen und Shows eignen sich die geographischen Voraussetzungen hervorragend für den Reittourismus. 1998 wurde der Ungarische Verein für Reittourismus gegründet, bei welchen 80% der Anbieter Mitglied sind (Könyves et al. 2015, S. 26). Dieser organisiert ein jährliches Reiterfest, welches von 30'000 bis 50'000 Gästen besucht wird. Zudem werden die reittouristischen Betriebe auf ihre Qualität geprüft und erhalten analog dem Sternesystem eine unterschiedliche Anzahl an Hufeisen. Neue Betriebe müssen eine Befähigungsprüfung ablegen. Die Vermarktung des Reittourismus findet hauptsächlich auf nationaler Ebene statt. Die Marketingaktivitäten der einzelnen Betriebe hingegen sind eher spärlich (Brunner et al. 2011, S. 11).

Das Image von Island wird unweigerlich mit dem Islandpferd verknüpft. Der Reittourismus gehört zu den wichtigsten Einnahmequellen des Landes. Untersuchungen haben ergeben, dass

im Sommer 2011 17,5% und im Winter 2011/12 10,3% der Touristen für Reitaktivitäten bezahlt haben. Die Reittouristen kommen grösstenteils aus Deutschland. Grundsätzlich gibt es grosse Parallelen zur Verteilung der Isländerpferde. Je grösser der Anteil an exportierten Pferden, desto wichtiger ist der Anteil an Reittouristen aus dem jeweiligen Land (Sigurðardóttir et al. 2015, S. 105).

Obschon Spanien zu den beliebtesten Reiturlaubsdestinationen für deutsche Feriengäste gehört, ist deren Vermarktung relativ unübersichtlich und wird hauptsächlich direkt von den einzelnen Anbietern organisiert.

Pferdetourismus ist nicht nur in Europa beliebt, sondern auch in Nordamerika. Internationale Pferdetrekking-Organisationen bieten zudem Reisen in Kenia, Südafrika, Neuseeland, Argentinien und der Mongolei an, um nur wenige zu nennen. Die Agenturen, meistens in Nordamerika oder Europa ansässig, haben häufige Wiederholungsraten mit einem Mittelwert von 42% (Ollenburg 2009, S. 52).

Die Strukturen der Vermarktung variieren je nach Land oder Region stark. Grundsätzlich lässt sich jedoch erkennen, dass eine erfolgreiche Vermarktung einen klaren Bezug zur Natur oder zur Geschichte des Landes hat.

Teil II: Regionalökonomische Bedeutung des Pferdeterminismus im Kanton GR

„Abwechslungsreich, spannend & fröhlich – ein Team mit den Pferden sein, die Gäste glücklich machen und das alles in einer atemberaubenden Landschaft, das ist unsere Umsetzung von Pferdeterminismus!“

Mia Kaenders, Engadin River Ranch, Madulain, Graubünden



3 Untersuchte Landwirtschaftsbetriebe im Kanton GR

3.1 Landwirtschaftsbetriebe mit Pferden

Der Kanton Graubünden zählte im Jahr 2016 insgesamt 2445 Landwirtschaftsbetriebe, wovon 758 (31%) Equiden halten (ALG 2016). Von den 758 Betrieben werden 15'673 Grossvieheinheiten (GVE) gehalten, welche in Rinder, Ziegen, Schafe, Pferde und weitere landwirtschaftliche Nutztiere unterteilt sind. Davon werden 2'212 Equiden (14%) gehalten (Abbildung 4). Hierzu zählen Pferde, Esel, Ponys und weitere Gattungen der Familie der Equiden. In der vorliegenden Studie werden die beiden Bezeichnungen Equiden und Pferde als Quasi-Synonym verwendet. 1 Pferd entspricht 0,7 GVE.

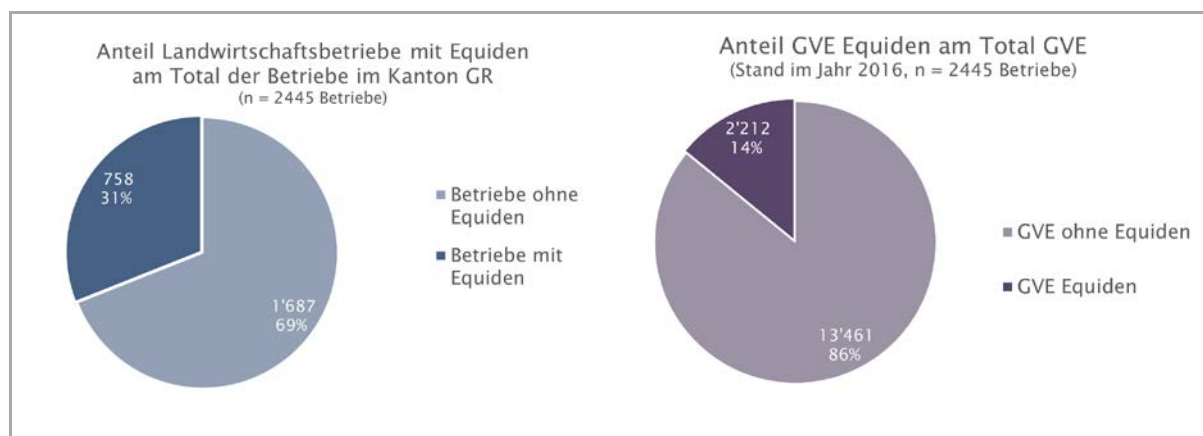


Abbildung 4: Datengrundlage GVE Pferde (Equiden) im Kanton Graubünden

Diese Datengrundlage wurde für die Berechnung der pferdetouristischen Bruttowertschöpfung herangezogen. Wie weiter unten ausführlicher beschrieben wird, diente die Population der Landwirtschaftsbetriebe mit Pferdehaltung, also die 758 Betriebe mit 2'212 Equiden, der Schätzung des Wertschöpfungspotenzials des Pferdetourismus im Kanton Graubünden.

3.2 Betriebsstruktur Pferdehaltung

Die nachfolgende Abbildung 5 zeigt die Verteilung der Anzahl GVE Pferde auf die Landwirtschaftsbetriebe des Kantons Graubünden. Daraus wird ersichtlich, dass der Landwirtschaftssektor mit Pferdehaltung sehr klein strukturiert ist. Die beiden Grössenklassen mit 0,25-1,85 bzw. 1,85-3,45 Equiden machen bereits rund 600 der 785 Landwirtschaftsbetriebe aus. Rund 90 Prozent der Betriebe halten weniger als 5 Pferde. Der Kanton Graubünden zählt demnach nur sehr wenige Betriebe mit einer grösseren Anzahl Pferden, die für den Pferdetourismus eingesetzt werden könnten.

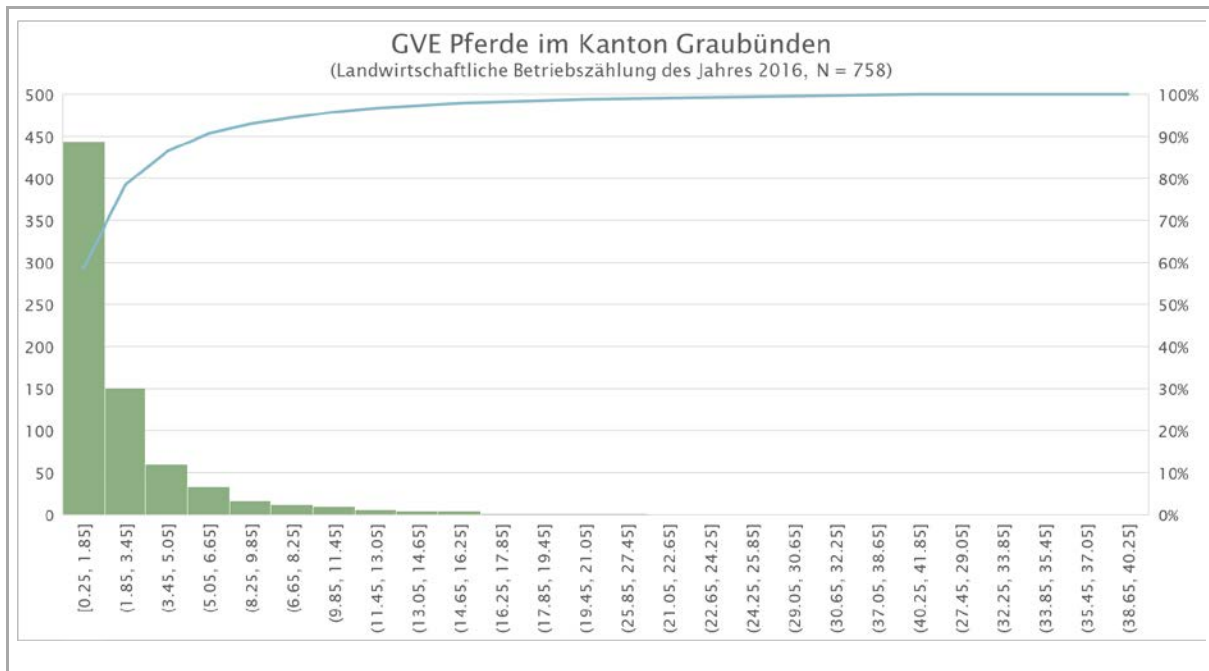


Abbildung 5: Verteilung der GVE Pferde (Equiden) auf Landwirtschaftsbetrieben

Im nachfolgenden Kapitel wird die regionalökonomische Bedeutung des Pferdetourismus beschrieben, deren Berechnung auf der landwirtschaftlichen Betriebsstruktur und den Datenerhebungen bei den Landwirtschaftsbetrieben mit Pferdehaltung zwischen Mai und Juni 2017 basieren.

4 Der Begriff Bruttowertschöpfung

4.1 Direkte, indirekte und induzierte Bruttowertschöpfung

Der Begriff Bruttowertschöpfung auf volkswirtschaftlicher Ebene entspricht nahezu dem Bruttoinlandprodukt BIP einer Volkswirtschaft. Das BIP misst den Wert der im Inland hergestellten Waren und Dienstleistungen zu Marktpreisen, soweit diese nicht als Vorleistungen für die Produktion anderer Waren und Dienstleistungen verwendet werden - also die sog. Bruttowertschöpfung (BFS 2015). Auf Unternehmens- oder Branchenebene kann die Bruttowertschöpfung wie folgt berechnet werden:

$$\text{Bruttoproduktionswert (BPW)} - \text{Vorleistungen} = \text{Bruttowertschöpfung (BWS)}$$

Nach Abzug der Abschreibungen gelangt man auf die Stufe Nettowertschöpfung (NWS).

Mit der Bruttowertschöpfung werden die Faktorkosten abgegolten. Die Produktionsfaktoren umfassen grundsätzlich Boden, Kapital und Arbeit. In Abbildung 6 sind die Produktionsfaktoren, Kapital, Boden), Löhne (Arbeit) sowie die Zinsen (Fremd- und Eigenkapital, Boden) und Abschreibungen wiedergegeben. Der Rest der Bruttowertschöpfung verteilt sich auf Steuern und Gewinn.

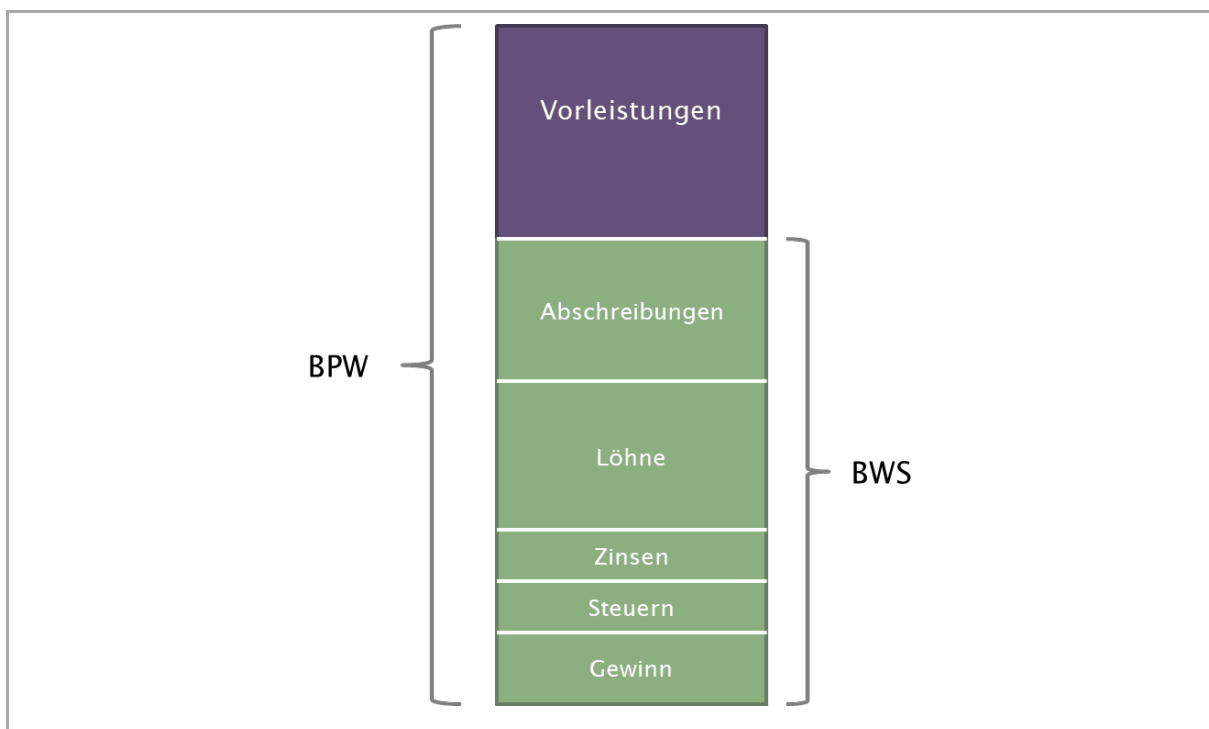


Abbildung 6: Begriff der Bruttowertschöpfung

Die nachfolgende Abbildung 7 systematisiert die Begrifflichkeit der Bruttowertschöpfung im Zusammenhang mit der vorliegenden Studie. Dabei stehen die Leistungen der Pferdebetriebe bzw. der Landwirtschaftsbetriebe mit Pferdehaltung im Zentrum der Betrachtung. Mit ihrer Leistungserstellung entstehen bei diesen Betrieben über die Endnachfrage der Gäste Umsatz,

was volkswirtschaftlich annähernd dem Bruttoproduktionswert entspricht. Die Bruttowertschöpfung entspricht dabei dem Gesamtumsatz, abzüglich der Vorleistungen, die für die Leistungserstellung (pferdetouristische Angebote) benötigt werden (z.B. Futter, Medikamente und Einstreu für die Pferde, Verpflegung für die Gäste u.a.m.). Es können direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfungs-Effekte unterschieden werden.

Direkter Effekt: Das sind die Umsatz- und Wertschöpfungseffekte, die sich unmittelbar aufgrund der erbrachten und nachgefragten pferdetouristischen Leistungen ergeben (erster Kreislauf). Beispiel: Ein Landwirtschaftsbetrieb mit Pferden erbringt pferdetouristische Leistungen, die von Gästen nachgefragt werden. Der somit erwirtschaftete Umsatz, abzüglich der Vorleistungen ergibt die Bruttowertschöpfung. Wie weiter oben in Abbildung 6 ersichtlich ist, sind darin auch Löhne enthalten. Implizit ist in der Bruttowertschöpfung also auch der Beschäftigungsanteil des jeweiligen Unternehmens oder aggregiert einer Region (der Volkswirtschaft) enthalten. Die vorliegende Publikation fokussiert allerdings auf die Bruttowertschöpfung und verzichtet auf die Schätzung der Beschäftigungseffekte.

Indirekter Effekt: Das sind die Umsatz- und Wertschöpfungseffekte, die über Vorleistungen bei den Zulieferbranchen entstehen. Beispiel: Der Landwirtschaftsbetrieb muss Futter, Tiermedikamente oder Stalleinstreu beziehen, um den Betrieb zu gewährleisten. Dies löst (indirekte) Umsätze und Wertschöpfung bei den Zulieferunternehmen aus (erster Kreislauf). Die Zulieferunternehmen ihrerseits kaufen wiederum Vorleistungen ein, was zu zusätzlichem Umsatz, zusätzlicher Wertschöpfung und Beschäftigung führt (zweiter Kreislauf). Der zweite Kreislauf wurde im Rahmen der vorliegenden Studie nicht analysiert.

Induzierter Effekt: Das sind die Umsatz- und Wertschöpfungseffekte, welche die Beschäftigten aus den direkten und indirekten Effekten mit ihrem Einkommen bzw. ihrem Konsum auslösen. Beispiel: Für den Betrieb von pferdetouristischen Leistungen werden Mitarbeiter beschäftigt, die einen Lohn erhalten, der zu einem grösseren Teil im Kanton Graubünden ausgegeben wird. Diese Konsumnachfrage führt dann auch wieder zu zusätzlichen Umsätzen und Wertschöpfung. Aus Gründen der Datenverfügbarkeit konnten die direkt und indirekt induzierten Effekte in der vorliegenden Studie nicht berücksichtigt werden.

4.2 Externer Nutzen (Bruttowertschöpfung)

Externe Effekte in der Produktion werden in der Volkswirtschaftslehre beschrieben als Produktionsmöglichkeit von Unternehmen aufgrund der Entscheidungen anderer Unternehmen oder Konsumenten (Varian 2011). Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden die Produktions- und Wertschöpfungseffekte der Landwirtschaftsbetriebe mit Pferdehaltung für touristische Zwecke analysiert. Die pferdetouristischen Angebote haben gegebenenfalls eine direkte Wirkung auf zusätzliche Übernachtungen in der Hotellerie oder auf den Konsum in Restaurants im Kanton Graubünden und damit auf deren Umsätze. Mit gewissen Einschränkungen kann diese zusätzliche Produktionsmöglichkeit als positiver externer Effekt, ausgehend von den Pferdebetrieben, betrachtet werden. Bei dieser Annahme wird davon ausgegangen, dass das Pferd das Hauptreisemotiv der Gäste ist und dass die Übernachtungen und die übrigen Ausgaben ausserhalb des Betriebs erfolgen. Ohne die pferdetouristischen Angebote dieser Betriebe würden folglich die zusätzlichen Umsätze in der Hotellerie, Gastronomie und bei weiteren touristischen Leistungserstellern wegfallen. Volkswirtschaftlich ausgedrückt würde das touristische Produktionssystem im Kanton Graubünden ohne die erwähnten Landwirtschaftsbetriebe kein Pareto-effizientes Ergebnis erzielen.

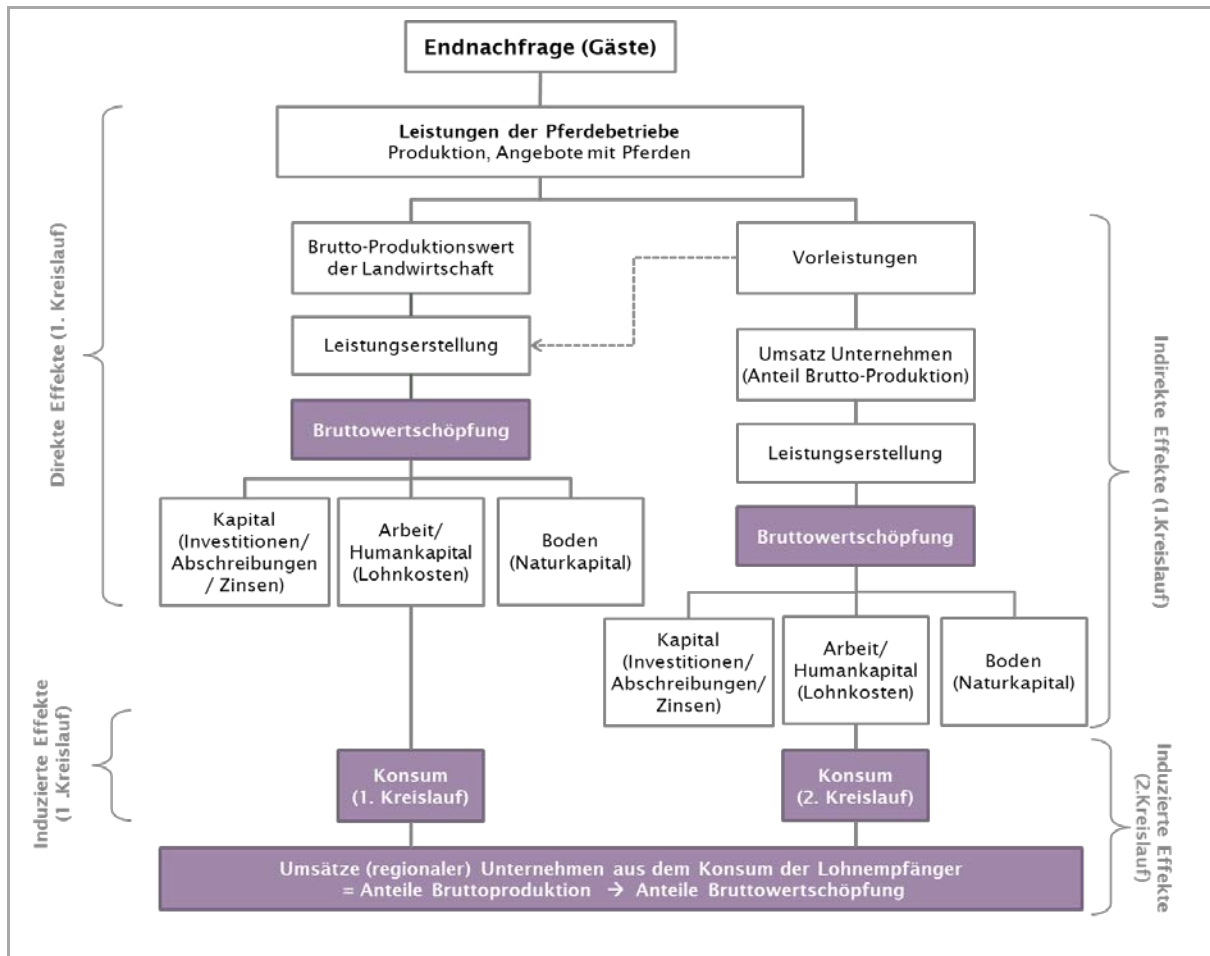


Abbildung 7: Berechnung der regionalen Bruttowertschöpfung (nach Schätzl 2000)

5 Bruttowertschöpfungseffekte des Pferdetourismus GR

5.1 Berechnungsmethodik

Für die Schätzung der Bruttowertschöpfung wurden zwei Varianten, die Nachfrage- und Produktionsseite, berechnet. Die Varianten stützen sich auf eine Erhebung bei Landwirtschaftsbetrieben mit Pferdehaltung im Zeitraum zwischen Mai und Juni 2017. Für die Schätzung der Bruttowertschöpfung wurden den Betrieben folgende Fragen gestellt:

Produktionsseite

- (1) Schätzen Sie den Jahresumsatz, den Sie durch den Betriebszweig Pferdetourismus erzielen.
- (2) Welche Vorleistungen fallen allein für den Betriebszweig Pferdetourismus in einem Jahr an?

Nachfrageseite

- (3) Wie hoch schätzen Sie die Anzahl Gäste pro Jahr?
- (4) Wie viel gibt eine Person durchschnittlich für die Dienstleistungen des Pferdetourismus / für den Aufenthalt bei Ihnen pro Jahr aus?

Basierend auf den Angaben der Betriebe zu diesen Befragungselementen können zwei Varianten zur Berechnung der direkten Bruttowertschöpfung unterschieden werden: Variante 1 basiert auf der Produktionsseite (Angebot) während Variante 2 mit Daten der Nachfrageseite berechnet wurde.

Variante 1 zur Berechnung der direkten Bruttowertschöpfung: Produktionsseite

Direkte Bruttowertschöpfung = Ergebnis Frage 1 - Ergebnis Frage 2 = Umsatz - Vorleistungen

Anmerkung: Diese Variante erfüllt die theoretischen Anforderungen an die Berechnung der Bruttowertschöpfung am besten, da der erzielte Jahresumsatz mit dem Bruttoproduktionswert gleichgesetzt werden kann. Praktisch hängt die Verlässlichkeit der Berechnungsformel von der Genauigkeit der Schätzungen der Betriebe ab.

Variante 2 zur Berechnung der direkten Bruttowertschöpfung: Nachfrageseite

Direkte Bruttowertschöpfung = (Ergebnis Frage 3 x Ergebnis Frage 4) - Ergebnis Frage 2 = (Absatz x Preis) - Vorleistungen

Anmerkung: Da pferdetouristische Angebote immer von Gästen konsumiert werden, ergibt sich aus der Anzahl Gäste pro Jahr und deren durchschnittlichen Ausgaben für den Pferdetourismus ebenfalls der Jahresumsatz. Allerdings hängt der Jahresumsatz bei dieser Berechnungsvariante von zwei Variablen ab.

Berechnung der indirekten Bruttowertschöpfung:

Umsatzanteil bei den Lieferanten aus Vorleistungsbezügen der Pferdebetriebe = Ergebnis Frage 2

Indirekte Bruttowertschöpfung = Umsatzanteile bei den Lieferanten - Aufwand für Vorleistungen der Lieferanten

Anmerkung: Vorleistungen für den Betriebszweig Pferdetourismus erhöhen potenziell die Bruttowertschöpfung in vorgelagerten Branchen. Wir nehmen aufgrund der lokalen Verankerung des Gewerbes an, dass die Vorleistungen (z.B. Stallunterhalt, Futter) indirekte Effekte im Kanton Graubünden auslösen, auch wenn das in der Praxis wohl nicht voll zutrifft. Für den Abzug des Aufwandes für Vorleistungen bei den Lieferanten wurde eine Konstante eingesetzt, die sich auf die Buchhaltungsergebnisse von Schweizer Unternehmen stützt (BFS 2017).

Berechnung des externen Nutzens (Bruttowertschöpfung):

Externer Nutzen = Ausgaben der Gäste für Übernachtung und Gastronomie im direkten Bezug zu ihren pferdetouristischen Ausgaben - Konstante für Vorleistungsaufwand der Branchen Beherbergung (NOGA 55) und Gastronomie (NOGA 56)

Anmerkung: Die Ausgaben der Gäste (Pferdetouristen) für Übernachtung und Gastronomie wurden sowohl produktions- wie auch nachfrageseitig geschätzt und miteinander harmonisiert. Produktionsseitig wurden die veröffentlichten Preise der befragten Pferdebetriebe für ihre eigenen Hotellerie- und Gastronomieleistungen herangezogen. Aus diesen Daten wurde ein Mittelwert berechnet und mit den Preisen für pferdetouristische Angebote (Trekking, Coaching, Teaching usw.) verglichen. Daraus konnte der Ausgabenanteil der Gäste für Übernachtung und Gastronomie berechnet werden. Nachfrageseitig wurde auf die Erhebung bei Pferde-affinen Personen aus der Schweiz zwischen Mai und August 2017 zurückgegriffen (vgl. hierzu Kapitel 6). In der Erhebung wurde unter anderem das Ausgabeverhalten bei Pferdetourismus erfragt. Davon konnte der Faktor für die Berechnung der Ausgaben für Übernachtungs-Gastronomieleistungen und für weitere touristische Leistungen abgeleitet werden.

Die direkte und indirekte Bruttowertschöpfung wurde auf die Anzahl GVE Equiden verteilt, sodass der Indikator Bruttowertschöpfung pro GVE Equiden hergeleitet werden konnte. Dieser Indikator ist zum einen eine wichtige Grösse zur Abschätzung der monetären Wirkung des Pferdetourismus zugunsten der entsprechenden Landwirtschaftsbetriebe und zum anderen diente er der Hochrechnung der Bruttowertschöpfung für das gesamte regionalökonomische Potenzial. In den nachfolgenden Abschnitten werden zuerst das derzeitige Marktvolumen des Pferdetourismus im Kanton Graubünden, danach das Marktpotenzial und schliesslich die Bruttowertschöpfung pro Pferd (Equiden) beschrieben.

Es sei an dieser Stelle nochmals explizit darauf hingewiesen, dass sich die Werte der Bruttowertschöpfung lediglich auf die Landwirtschaftsbetriebe des Kantons Graubünden mit Pferdehaltung und pferdetouristischen Leistungen beziehen. Pferde-Events wie beispielsweise das «White Turf» oder «CSI» in St. Moritz wurden für die Berechnungen der Bruttowertschöpfung nicht berücksichtigt. Des Weiteren wurde auf die Berechnung der induzierten Wertschöpfung verzichtet. Der effektive regionalökonomische Nutzen für den Kanton Graubünden aufgrund des Faktors Pferd liegt effektiv um einiges höher als die nachfolgend präsentierten Ergebnisse.

5.2 Marktvolumen Bruttowertschöpfungseffekte

Nachfolgende Tabelle 4 bzw. Abbildung 8 zeigen die direkten, indirekten und externen Bruttowertschöpfungseffekte des Marktvolumens pferdetouristischer Aktivitäten im Jahr 2017. Dieses Marktvolumen beinhaltet die Landwirtschaftsbetriebe mit pferdetouristischen Angeboten gemäss Abbildung 1, Bereich direkt, also Angebote wie Pferdetrekking, Ausritte, Kutschenfahrten, Schlittenfahrten, Reitferien u.a.m. Die Daten in der Spalte Produktion basieren auf den Angaben der befragten Betriebe. Aufgrund des qualitativ schlechten Datenrücklaufs mussten verschiedene Umsatz- und Vorleistungszahlen korrigiert bzw. mit einem Interpolationsalgo-

rhythmus ersetzt werden. Die in Tabelle 4 ausgewiesene Bruttowertschöpfung ist also mit einiger Vorsicht zu bewerten. Das produktionsseitige Total der BWS beläuft sich auf 8,2 Mio. Franken, wovon der direkte Effekt rund 2,9 Mio., der indirekte Effekt 1,8 Mio. und der externe Effekt 3,5 Mio. Franken ausmachen. Die Schätzungen basierend auf der Nachfrageseite liegen – mit Ausnahmen der indirekten Effekte – rund um das Doppelte über der Schätzung der Produktionsseite. Der Mittelwert der beiden Schätzmethode widerspiegelt wohl die realitätsnächste Bruttowertschöpfung. Das gesamte Marktvolumen im Jahr 2017 beläuft sich gemäss Mittelwert auf rund 12 Mio. Franken Bruttowertschöpfung. Davon profitierten Lieferanten der Pferdetourismusbetriebe mit rund 1,8 Mio. Franken Bruttowertschöpfung im Jahr 2017 für ihre eigenen Unternehmen. Der externe Nutzen zugunsten von Beherbergungs-, Gastronomie- und weiteren Unternehmen beträgt gemäss Mittelwert-Schätzung rund 5,5 Mio. Franken Bruttowertschöpfung im Jahr 2017. Es darf angenommen werden, dass diese 5,5 Mio. Franken als jährlich wiederkehrender Nutzen anfällt. Vor dem Hintergrund, dass das Pferd bzw. die pferdetouristischen Angebote der Hauptgrund für den Besuch des Kantons Graubünden sind, würden diese 5,5 Mio. Franken, wie auch die 1,8 Mio. Franken an indirekten Effekte, ohne diese Angebote jedes Jahr wegfallen.

Marktvolumen 2017 (CHF)	Produktion	Nachfrage	Mittelwert
BWS direkt	2'870'000	6'200'000	4'540'000
BWS indirekt	1'830'000	1'750'000	1'790'000
Externer Nutzen (BWS)	3'510'000	7'580'000	5'540'000
Total BWS	8'200'000	15'540'000	11'870'000

Tabelle 4: Marktvolumen Bruttowertschöpfung, CHF

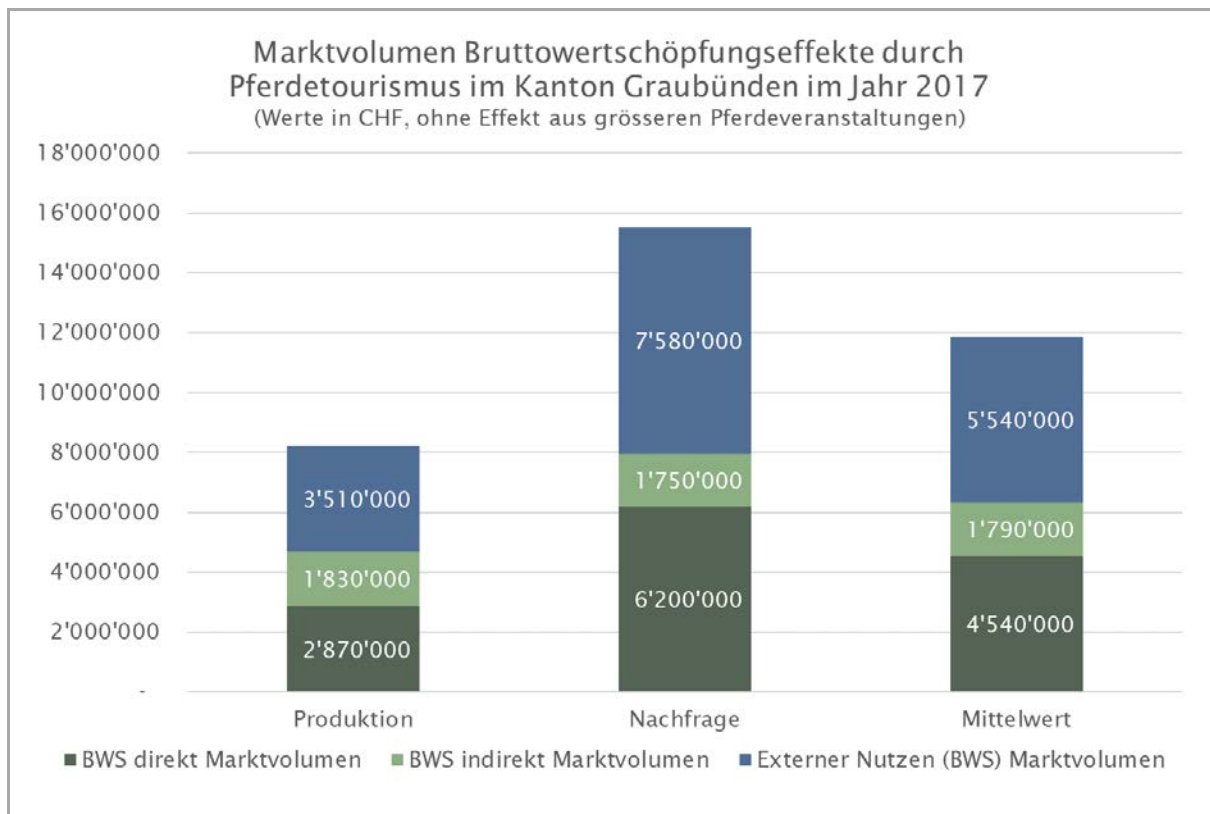


Abbildung 8: Bruttowertschöpfungseffekte Marktvolumen 2017

5.3 Marktpotenzial Bruttowertschöpfungseffekte

Wie in Kapitel 5.1 ausgeführt wird, basiert die Schätzung des Marktpotenzials auf den Erhebungen bei den Landwirtschaftsbetrieben mit Pferdehaltung (Produktions- und Nachfrageseite) und auf der Erhebung bei Pferde-affinen Personen aus der Schweiz. Des Weiteren wurden Statistiken des Bundesamts für Statistik verwendet. Die Hochrechnungen der Bruttowertschöpfung auf den ganzen Kanton Graubünden wurden mit Daten der landwirtschaftlichen Betriebszählung aus dem Jahr 2016 vorgenommen. Die Anzahl GVE Equiden ist jene Population, welche eine Hochrechnung auf den ganzen Kanton Graubünden erlaubt. Unter der Annahme, dass alle Landwirtschaftsbetriebe mit gesamthaft 15'673 Equiden (vgl. Abbildung 4) pferdetouristische Dienstleistungen anbieten, kann von diesem maximalen Potenzial ausgegangen werden. In diesem Potenzial nicht inbegriffen ist eine Zunahme des Pferdebestandes im Kanton Graubünden. Ebenfalls wurde eine grössere Auslastung der bestehenden Betriebe aufgrund einer Verbesserung der Vermarktung nicht berücksichtigt.

Tabelle 5 bzw. Abbildung 9 weisen in Analogie zum Marktvolumen die produktions- und nachfrageseitige Bruttowertschöpfung sowie den entsprechenden Mittelwert aus.

Marktpotenzial 2017 (CHF)	Produktion	Nachfrage	Mittelwert
BWS direkt	8'200'000	17'720'000	12'960'000
BWS indirekt	5'220'000	5'000'000	5'110'000
Externer Nutzen (BWS)	10'020'000	21'660'000	15'840'000
Total BWS	23'430'000	44'390'000	33'910'000

Tabelle 5: Marktpotenzial Bruttowertschöpfung, CHF

Der gesamte, jährlich wiederkehrende, regionalökonomische Bruttowertschöpfungseffekt im Kanton Graubünden aufgrund des Pferdetourismus kann damit auf rund 34 Mio. Franken geschätzt werden.

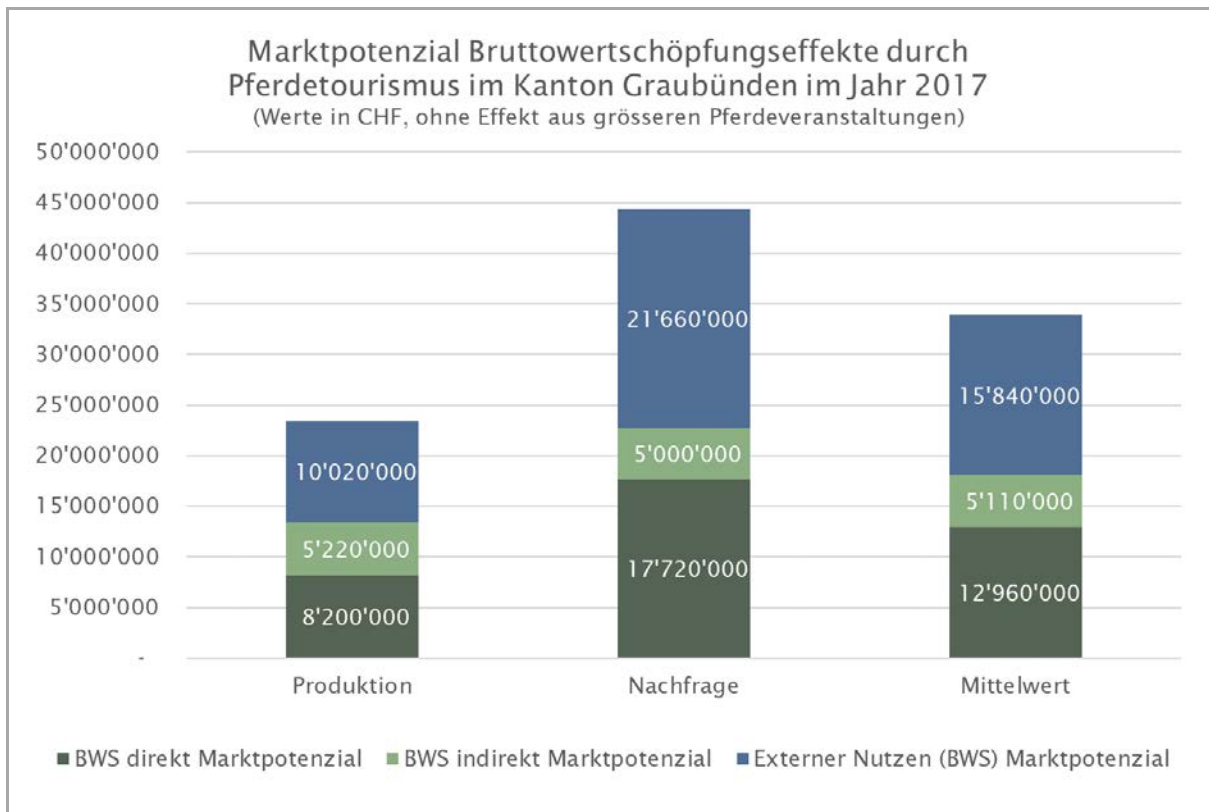


Abbildung 9: Bruttowertschöpfungseffekte Marktpotenzial 2017

Der Mittelwert aus der produktions- und nachfrageseitigen Bruttowertschöpfung kann auch bei der Betrachtung des Marktpotenzials als plausible Schätzung herangezogen werden. Demnach erwirtschaften die Landwirtschaftsbetriebe mit pferdetouristischen Angeboten eine direkte Bruttowertschöpfung in der Höhe von rund 13 Mio. Franken, jährlich wiederkehrend auf der Basis des Jahres 2017. Diese Betriebe beziehen bei Zulieferunternehmen Vorleistungen, welche eine Bruttowertschöpfung im Wert von rund 5,1 Mio. Franken auslösen. Unter Berücksichtigung der Ausgaben der Gäste zugunsten von Beherbergung, Gastronomie und weiteren touristischen Leistungsträgern, generiert der Pferdetourismus eine zusätzliche Bruttowertschöpfung in der Höhe von rund 15,8 Mio. Franken als externer Nutzen.

5.4 Bruttowertschöpfungseffekte pro GVE Pferd

Von besonderem Interesse für die Landwirtschaftsbetriebe mit Pferdehaltung dürfte die Betrachtung der Bruttowertschöpfungseffekte pro Pferd sein. Die direkte Bruttowertschöpfung pro Pferd bzw. Equide liegt im Mittel pro Jahr bei rund 5900 Franken. Darin enthalten ist die Entlohnung der Produktionsfaktoren Arbeit, Boden und Kapital (vgl. hierzu Abbildung 6). Die Vorleistungskosten sind bereits abgezogen.

Zum Vergleich kann die Bruttowertschöpfung von Pensionspferden herangezogen werden. Gemäss Wägeli et al. 2015 reicht der monatliche Preis für Pferdeponshaltung von 200 bis 1'600 Franken, pro Jahr also von 2'400 bis 19'200 Franken. Die grosse Preisspanne ist mit Zusatzleistungen der Landwirtschaftsbetriebe zugunsten der Pferdebesitzer erklärbar. Das heisst also, dass die höheren Preise mit Mehraufwand der Landwirtschaftsbetriebe zusammenhängen. Umgerechnet in GVE entsprechen diese Preise einer Spanne von 3'430 bis 27'430 Franken. Diese Zahlen können dem jährlichen Umsatz pro Pferd gleichgesetzt werden. Werden die Kosten für Vorleistungen in Abzug gebracht, resultiert die Bruttowertschöpfung pro Pferd und Jahr. Gemäss Agridea 2017 belaufen sich die Vorleistungskosten für Pensionspferde auf rund 20 Prozent des Umsatzes. Die mit Pferdetourismus vergleichbare Bruttowertschöpfung pro GVE beträgt somit zwischen 2'740 und 21'900 Franken.

Bruttowertschöpfung pro GVE Pferd 2017 (CHF)	Produktion	Nachfrage	Mittelwert
BWS direkt pro GVE Equide	3'710	8'010	5'860
BWS indirekt pro GVE Equide	2'360	2'260	2'310
Externer Nutzen (BWS) pro GVE Equide	4'530	9'790	7'160
Total BWS pro GVE Equide	10'590	20'070	15'330

Tabelle 6: Bruttowertschöpfung pro GVE Pferd, CHF

Für Landwirtschaftsbetriebe des Kantons Graubünden können pferdetouristische Leistungen durchaus ein interessantes betriebswirtschaftliches Standbein sein. Neben den direkten Bruttowertschöpfungseffekten könnten die externen Effekte mit einer entsprechenden Strategie internalisiert werden, indem auf den Landwirtschaftsbetrieben Beherbergungs- und Gastronomieleistungen angeboten werden. Mit der Verwendung von regionalen und hofeigenen Produkten liessen sich erhebliche Synergien nutzen bzw. weiteres Wertschöpfungspotenzial erschliessen. Dass solche Strategien nicht abwegig sind, zeigen die bereits erfolgreichen Betriebe im Kanton Graubünden.

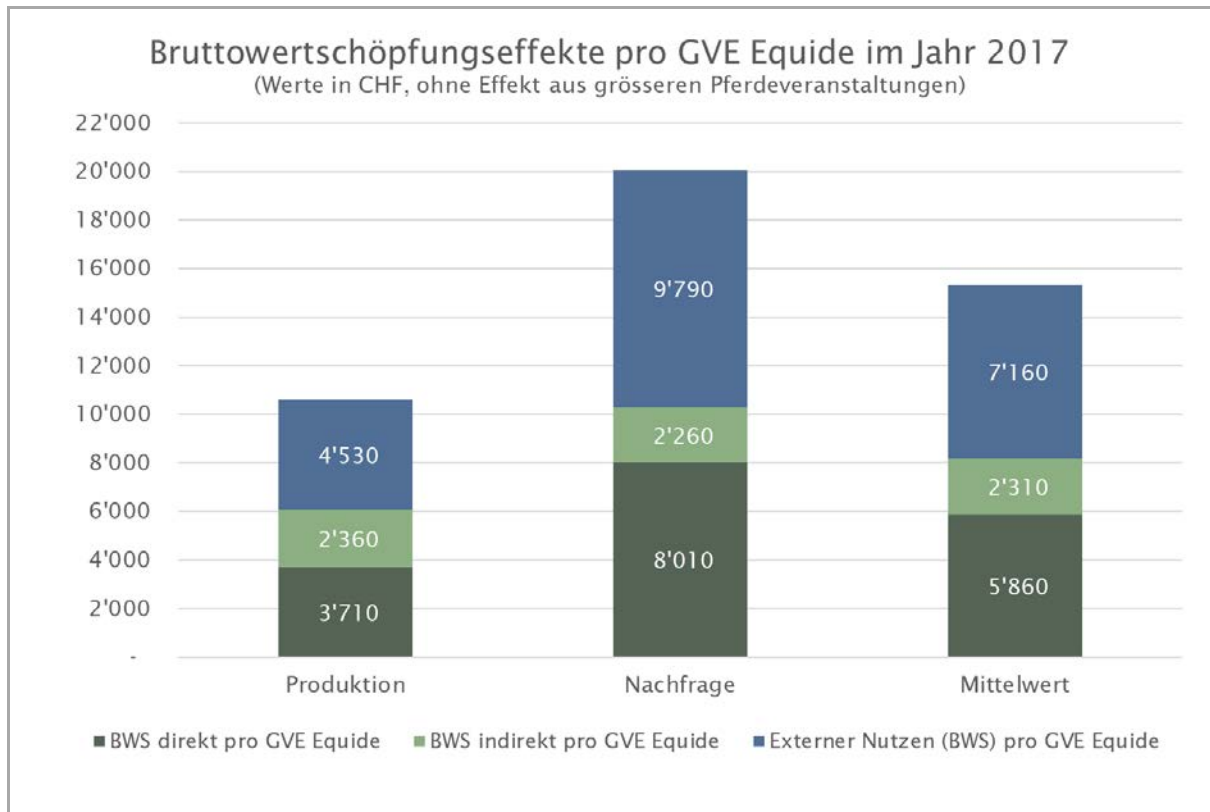


Abbildung 10: Bruttowertschöpfungseffekte pro GVE Equide 2017 (Mittelwerte Produktion und Nachfrage)

5.5 Folgerungen aus der regionalökonomischen Betrachtung

Allein die regionalökonomische Betrachtung des derzeitigen Marktvolumens sowie das ausgewiesene pferdetouristische Potenzial für den Kanton Graubünden gemäss der Gästebefragung (vgl. Kapitel 6) postulieren eine bessere Förderung des Pferdetourismus. Zwar verfügen einige Landwirtschaftsbetriebe mit Pferdehaltung über eine eigene Internet-Site mit ihren Angeboten und ein entsprechendes Facebook Profil. Allerdings kennt der Kanton keine übergeordnete Organisation, welche sich dem Thema Pferdetourismus aktiv annehmen würde. Ebenso wenig werden die Angebote gebündelt vermarktet. Oft werden deshalb die Angebote von potenziellen Gästen aus dem In- und Ausland gar nicht erst gefunden. Eine bessere Sichtbarkeit des Themas Pferdetourismus Graubünden würde die bestehenden Betriebe bei ihrer Vermarktung unterstützen und das erhebliche noch nicht ausgeschöpfte Potenzial könnte so besser ausgeschöpft werden. Eine gut organisierte und strukturierte Vermarktung könnte den Pferdetourismus auf einen Wachstumspfad führen, der die Wertschöpfung und Beschäftigung der entsprechenden Landwirtschaftsbetriebe, der vorgelagerten Zulieferbetriebe sowie der Beherbergungs- und Gastronomiebranche positiv beeinflussen würde.

Neben der regionalökonomischen Betrachtung ist auch die betriebswirtschaftliche Sicht auf Landwirtschaftsbetriebe interessant. Es konnte gezeigt werden, dass die direkte Bruttowertschöpfung pro GVE Pferd bei rund 5'900 Franken liegt. Das Standbein Pferdetourismus kann für Landwirtschaftsbetriebe betriebswirtschaftlich interessant sein, v.a. dann, wenn die externen Effekte – für Beherbergung und Gastronomie – in das eigene Unternehmen internalisiert werden.

Summarisch können die Erkenntnisse aus Teil II: Regionalökonomische Bedeutung des Pferdetourismus im Kanton wie folgt zusammengefasst werden:

Schlussfolgerungen

- Unter Berücksichtigung der derzeitigen direkten, indirekten und externen Bruttowertschöpfungseffekte aus pferdetouristischen Angeboten im Kanton Graubünden kann dieses landwirtschaftsnahe touristische Nischenprodukt als bedeutend eingeschätzt werden. Der gesamte Bruttowertschöpfungseffekt kann bis zu rund 15,5 Mio. Franken pro Jahr reichen.
- Mit einer gemeinsamen, professionellen Vermarktung des Pferdetourismus im Kanton Graubünden könnte längerfristig ein direktes Bruttowertschöpfungspotenzial von rund 17,7 Mio. Franken pro Jahr ausgeschöpft werden. Aus den pferdetouristischen Leistungen ziehen auch Zulieferunternehmen sowie die Beherbergungs- und Gastronomiebranche einen Nutzen. Zusammen erreicht die indirekte und externe Bruttowertschöpfung einen Wert von bis zu 27 Mio. Franken pro Jahr. Das gesamte regionalökonomische Potenzial beträgt damit rund 44 Mio. Franken.
- Der Pferdetourismus kann für Landwirtschaftsbetriebe – unter Voraussetzung einer adäquaten Strategie – ein interessantes wirtschaftliches Standbein werden. Mit der Kombination von Beherbergungsangeboten, pferdetouristischen und gastronomischen Leistungen (Internalisierung des externen Nutzens) kann die Bruttowertschöpfung pro GVE Pferd bis gegen 18'000 Franken pro Jahr betragen.

Teil III: Nachfrage – Reiseverhalten von Pferdetouristen

"Graubünden hoch zu Ross bedeutet, die Zeit zurück zu drehen. Bei einem Ausritt über uralte Bergpfade oder einer Kutschenfahrt entlang duftender Wiesen und Flüsse lässt sich die Wildheit unserer Region hautnah erleben."

Martin Vincenz, CEO Graubündenferien



6 Gästebefragung

6.1 Methodik

Folgende Auswertungen basieren auf einer Online- und Gästebefragung zwischen Mai und August 2017 bei ausgewählten Betrieben im Kanton Graubünden bzw. bei Pferde-affinen Personen der Schweiz. Diese Erhebung erfolgte durch das Umfragetool Umfrageonline.ch sowie ausgedruckten Fragebögen auf Betrieben des Kantons Graubünden. Insgesamt haben 345 Personen an der Befragung teilgenommen, jedoch sind die Fragen teilweise nicht komplett beantwortet worden, weshalb die Anzahl Antworten je nach Frage stark variiert.

6.2 Auswertung pferdebezogene Ferien

6.2.1 Kennzahlen der Befragten

Dem Pferdemitieu entsprechend ist die Mehrheit der befragten Personen weiblich, nur 13% sind männlich. Die Altersgruppen der 17- bis 29-Jährigen (25%), 30- bis 44-Jährigen (31%) und 45- bis 60-Jährigen (31%) sind anteilmässig ziemlich ähnlich vertreten. Für die Auswertungen nach Altersgruppe werden die bis und mit 16-Jährigen wegen zu geringer Anzahl (2%) nicht näher betrachtet.

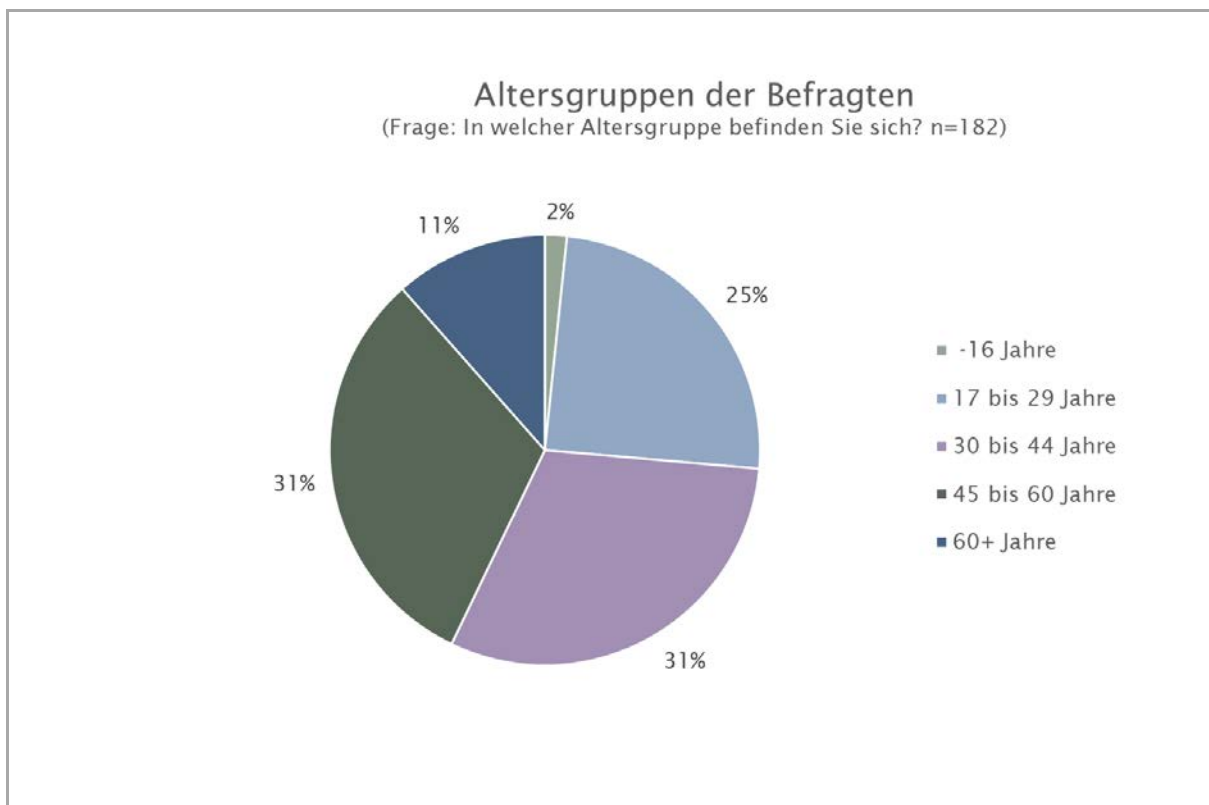


Abbildung 11: Altersgruppen der Befragten

Aus Sicht des Pferdetourismus Graubünden dürften Kenntnisse über die Herkunft der Pferdeaffinen Gäste für effiziente Marketingmassnahmen interessant sein. Für die Gäste ist die Erreichbarkeit mitunter ein entscheidender Faktor für den Besuch einer Destination. Davon abgeleitet sind unter anderem die nahe gelegenen Zielmärkte in den Fokus der Marketingkommunikation zu stellen. Nachfolgende Abbildung 12 zeigt die Herkunftsverteilung der Befragten: sie wohnen hauptsächlich in der Ostschweiz (29%), dem Espace Mittelland (23%) und Zürich (20%). Kaum vertreten sind Personen aus der Westschweiz (1%) und dem Ausland (7%). Für die Gästekquisition sind daher die erstgenannten Grossregionen besonders interessant für Marketingaktivitäten.

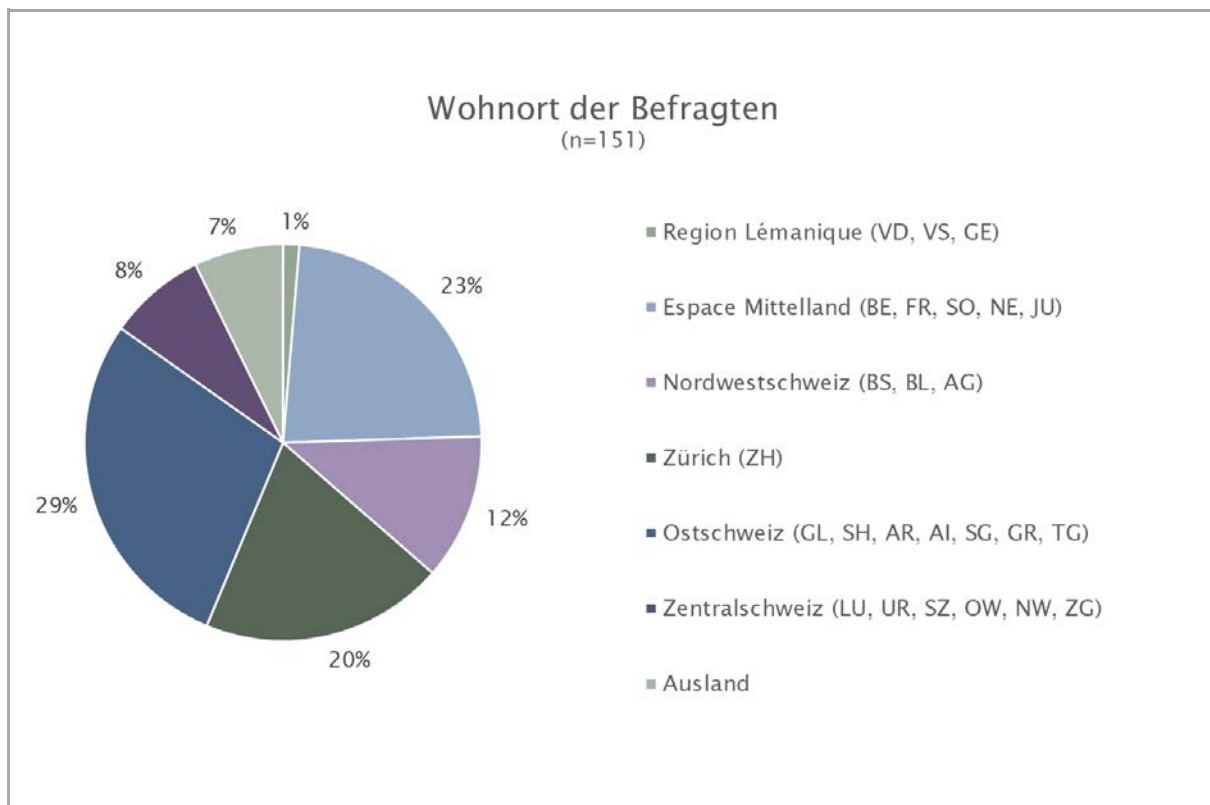


Abbildung 12: Wohnort der Befragten

Auf die Frage nach der Reiterfahrung ordnen sich fast zwei Drittel der Befragten als Freizeitreiterinnen ein, gefolgt von den Sport-/Amateurreiterinnen (22%). Nicht zu vernachlässigen sind die 10%, welche gelegentlich oder früher geritten sind. Diese potenziellen Wiedereinsteiger sind laut BTE (2007, S. 182) ein wichtiger Markt für den Pferdeterminismus, da nicht fehlendes Interesse an Pferden, sondern meistens äussere Lebensumstände zu einer Aufgabe des Reitens in der Vergangenheit führte.

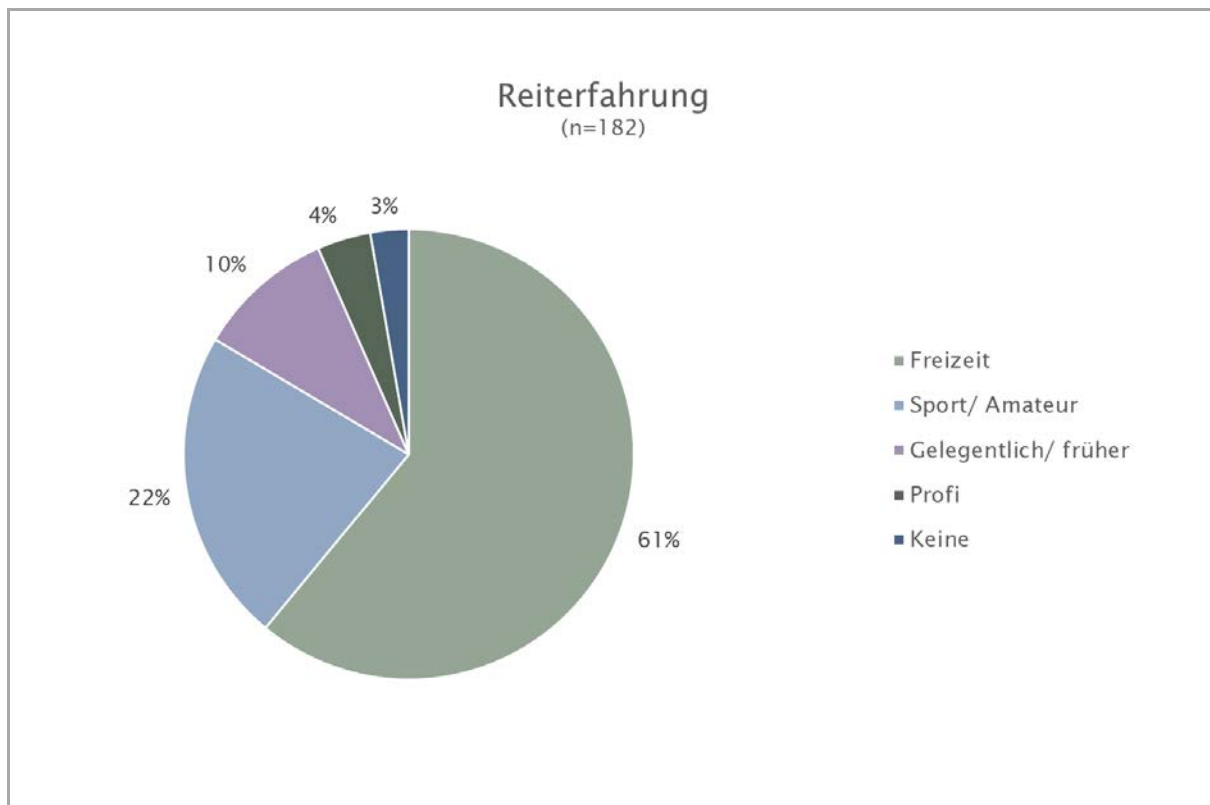


Abbildung 13: Reiterfahrung der befragten Personen

Bei der Frage nach dem jährlichen Einkommen (Abbildung 14) haben über die Hälfte der Befragten angegeben, weniger als 60'000 CHF zu verdienen. Aus Abbildung 14 wird ersichtlich, dass bei den Erwerbstätigen das durchschnittliche jährliche Einkommen mit dem Alter ansteigt, was durchaus plausibel ist. Die grosse Gruppe der 45- bis 60-jährigen mit dem vergleichsweise höchsten Einkommen ist als Zielgruppe für pferdebezogene Ferien wirtschaftlich besonders interessant. Bei der Produkt- bzw. Dienstleistungsentwicklung im Kontext des Pferdeterminismus ist daher zu berücksichtigen, dass die entsprechenden Angebot von hervorragender Qualität sind und die Preise höher angesetzt werden können.

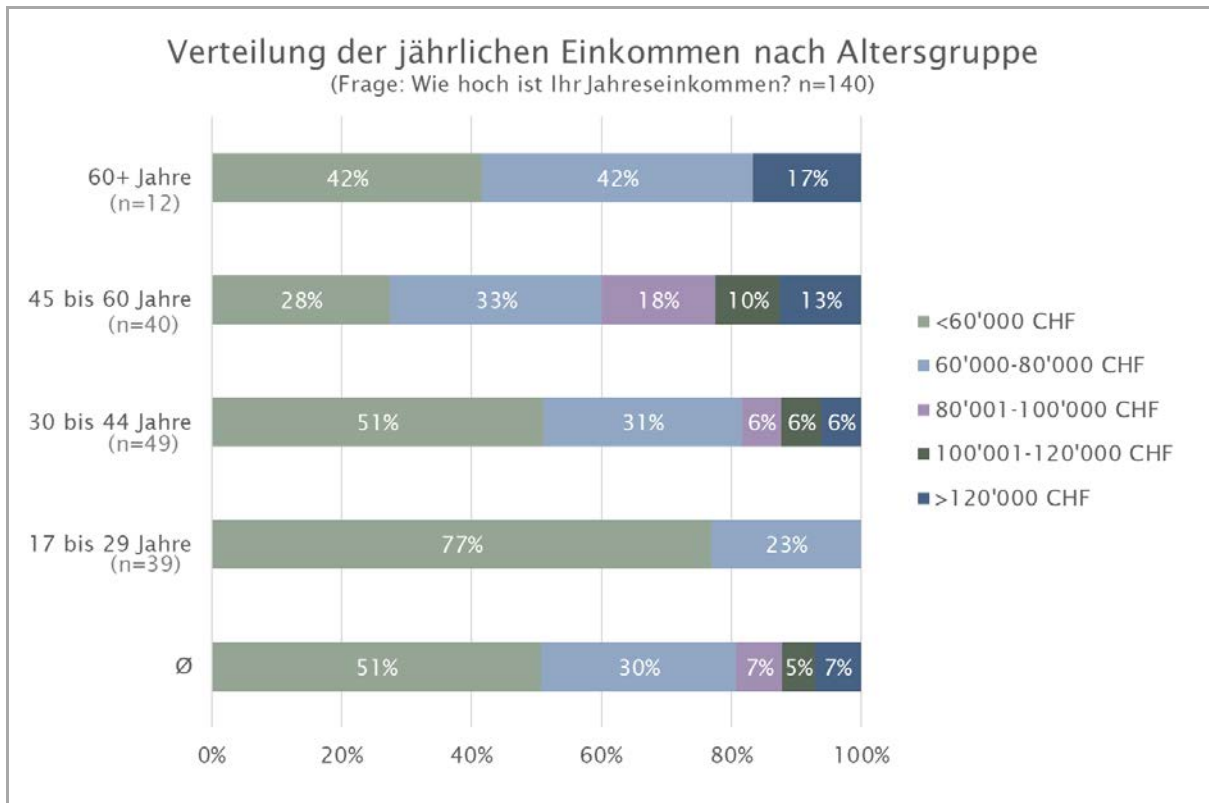


Abbildung 14: Jährliches Einkommen gegliedert nach Altersgruppe

Schlussfolgerungen

- Mit 61% ist der Anteil der Freizeit- und Sportreiterinnen in Bezug auf das Total der Reiterfahrten sehr hoch. Dieses Segment entspricht dem Potenzial für pferdetouristische Ferien oder Tagesaktivitäten.
- Das Alter der Pferde-affinen potenziellen Gäste reicht von 17 bis 65+ Jahren. Bezüglich des Zielgruppen-spezifischen Marketings und der Produktentwicklung ist dieser Tatsache Beachtung zu schenken.
- Gegen 87% der Befragten (potenzielle Gäste) sind weiblich. Auch dieser Umstand ist bei der Vermarktung und Produktentwicklung zu berücksichtigen. In diesem Zusammenhang dürften Packages mit gut ausgestatteten Unterbringungsmöglichkeiten für die Pferde, Wellness- und Entspannungs-Angebote interessant sein.

6.2.2 Häufigkeit der pferdebezogenen Ferien

Obschon die Hälfte der Befragten zur tiefsten Kategorie des jährlichen Einkommens (unter 60'000 CHF) gehören, waren die Befragten schon oft in pferdebezogenen Ferien. Über 50% der Befragten haben schon mehr als 5 Mal diese Urlaubsform gewählt, lediglich 10% waren weniger als zweimal oder noch nie in pferdebezogenen Ferien. Tendenziell ist die Wiederholung grösser bei den älteren Gruppen. Gut $\frac{3}{4}$ der 60+ Jährigen waren mehr als 5-mal in pferdebezogenen Ferien, gegenüber 46% der unter 30-Jährigen.

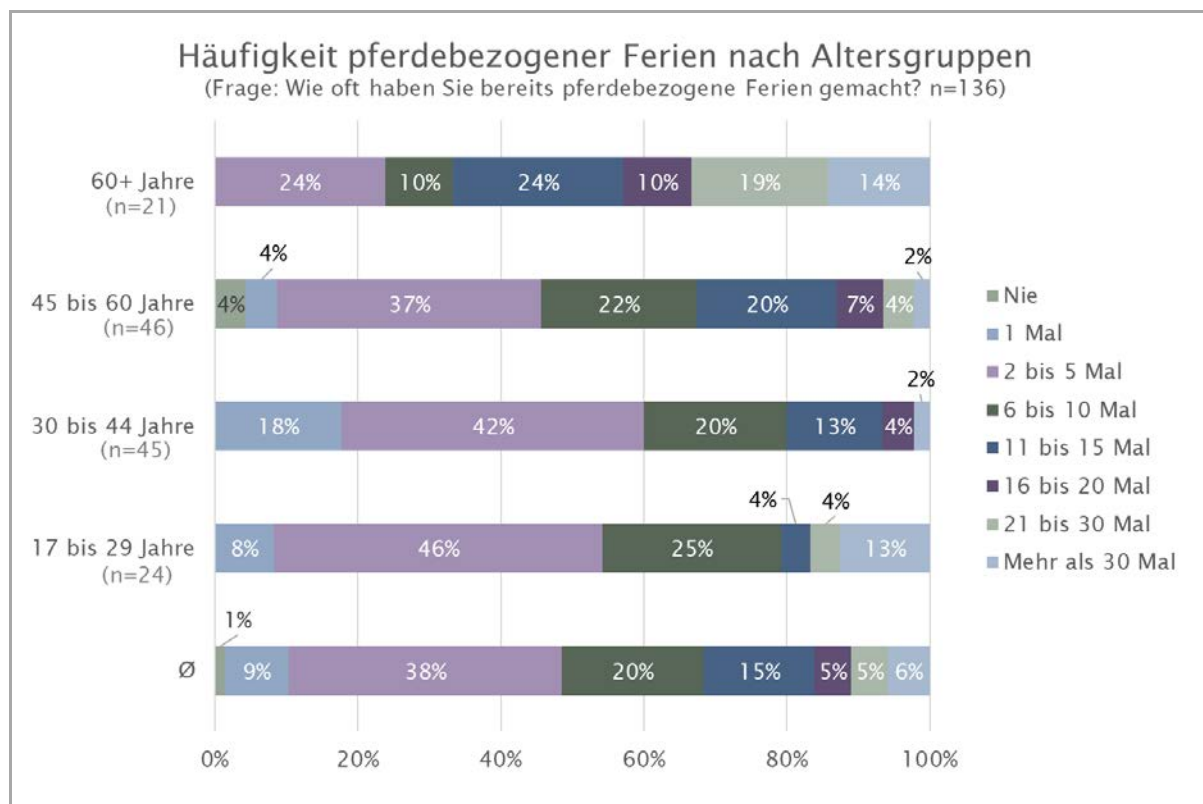


Abbildung 15: Häufigkeit der pferdebezogenen Ferien nach Altersgruppen der Befragten

Vergleicht man die Häufigkeit von pferdebezogenen Ferien mit den Einkommensgruppen, steigt die Häufigkeit mit zunehmendem Einkommen. Erstaunlich ist jedoch, dass auch 38,6% der tiefsten Einkommensklasse schon über 5 Mal pferdebezogene Ferien machten. Daraus lässt sich schliessen, dass pferdebezogene Ferien ein grosses Potenzial für Stammgäste haben, da auch bei einem geringen Einkommen die Wiederholungsrate vergleichsweise hoch ist.

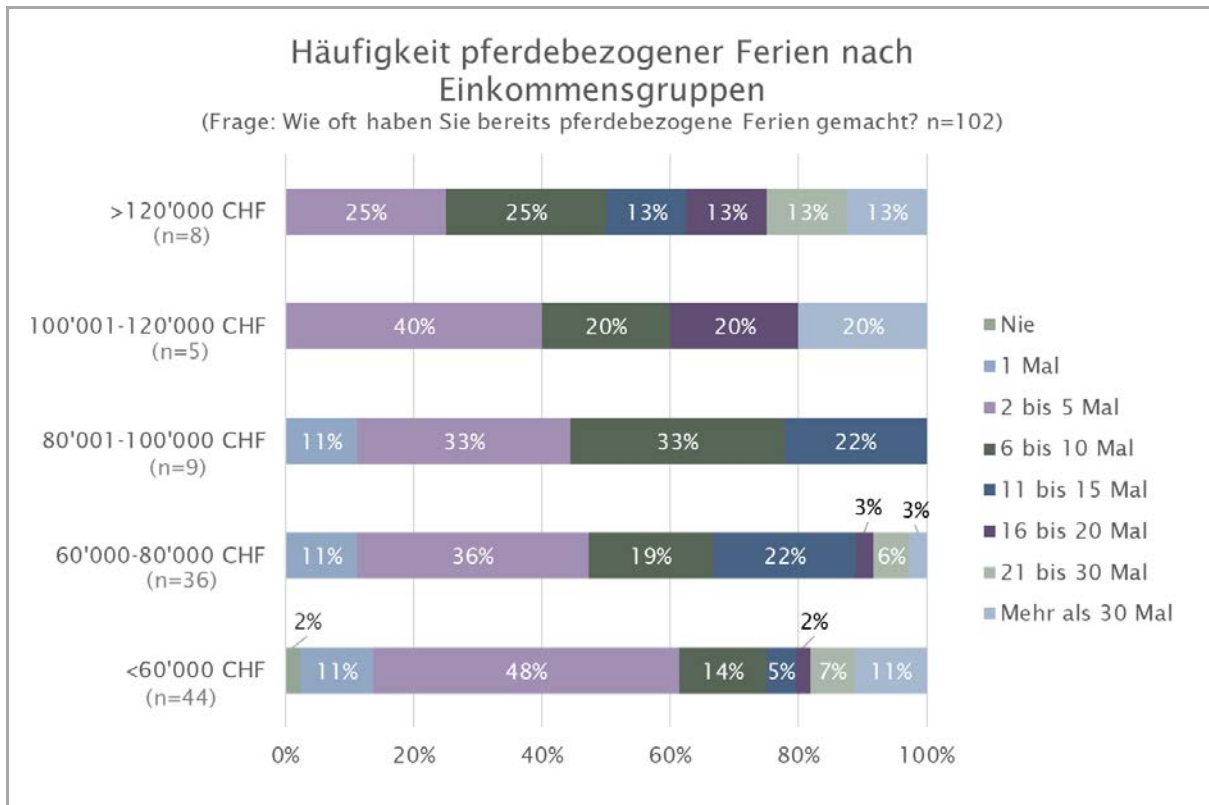


Abbildung 16: Häufigkeit der pferdebezogenen Ferien nach Einkommensgruppen der Befragten

Schlussfolgerungen Häufigkeit der pferdebezogenen Ferien

- Über 50% der Befragten sind schon mehr als 5 Mal in pferdebezogenen Ferien gewesen
- Je höher das Einkommen ist, desto häufiger wurden schon Ferien mit Bezug zu Pferden gemacht
- Durch die hohe Wiederholungsrate gibt es grosses Potenzial für Stammgäste

6.2.3 Anreise und Aufenthaltsdauer

Von den Befragten sind 46% mit dem eigenen Pferd angereist. Je nach Altersgruppe variiert dies etwas, so haben die Jüngsten und Ältesten am häufigsten Pferde gemietet, doch die Unterschiede sind eher gering.

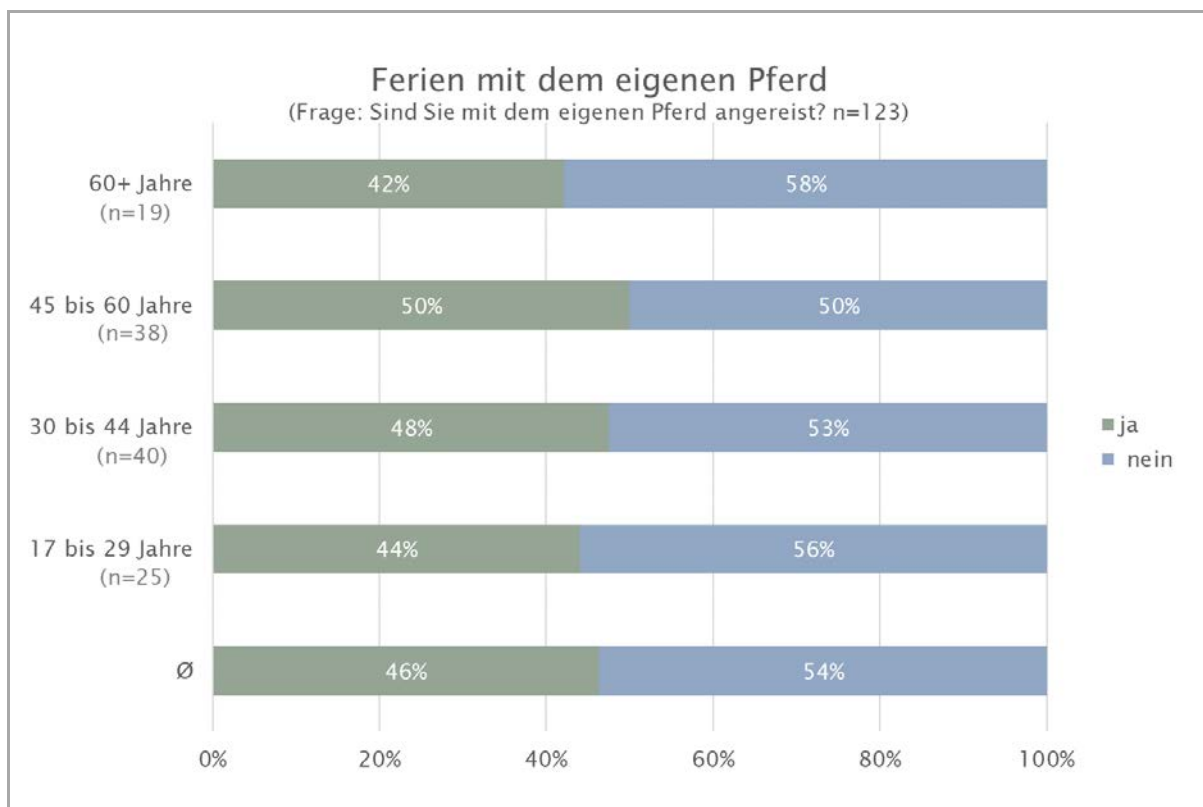


Abbildung 17: Ferien mit eigenem Pferd

Je nachdem, ob die Gäste mit oder ohne Pferd in ihre pferdebezogenen Ferien anreisen, variiert die Anreisedistanz beträchtlich. Über 50% der Befragten sind «ohne Pferd» schon weiter als 300 km gereist für Pferdeferien. Für Ferien mit dem eigenen Pferd sind die zumutbaren Distanzen jedoch deutlich kürzer. Am Häufigsten, rund ein Viertel, sind die Befragten zwischen 100-200 km weit in die Ferien gefahren mit dem Pferd.

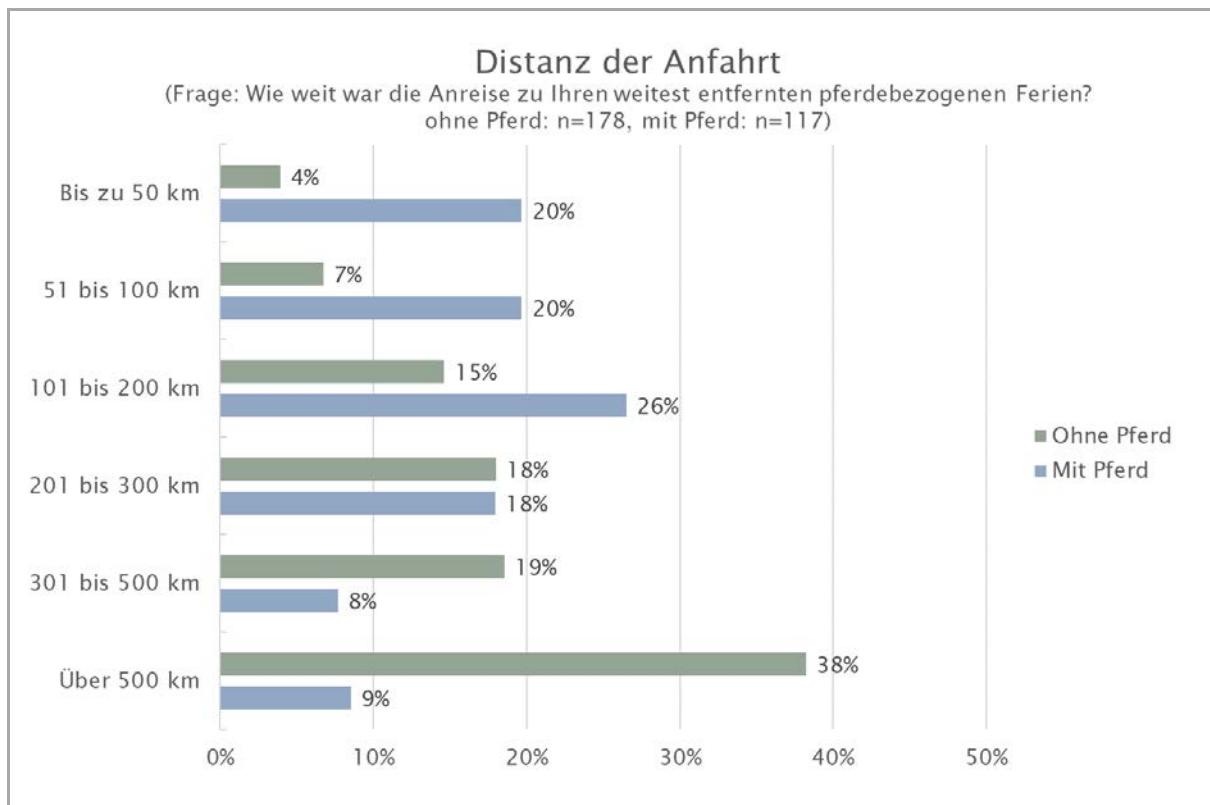


Abbildung 18: Anreisedistanz für pferdebezogene Ferien

Rund 60% aller Befragten sind mit dem Pferd schon weiter als 100 km für Ferien angereist, ohne Pferd sind sogar 90% weiter als 100 km gereist. Wie aus nachfolgender Tabelle entnommen werden kann, liegt der Reiseweg von Zürich in den Kanton Graubünden innerhalb dieser Spannweite von 100-200 km.

Anfahrtsdistanz Graubünden		
	Chur	Zernez
Zürich	120 km	170 km
Bern	240 km	290 km

Für den Kanton Graubünden heisst das, dass vor allem Gäste aus der Ostschweiz bereit sind, mit dem eigenen Pferd anzureisen. Für Gäste, welche ohne Pferd anreisen, spielt wiederum die Distanz innerhalb der Schweiz kaum eine Rolle, da fast 60% der Befragten schon über 300 km weit für pferdebezogene Ferien gereist sind.

Die tiefe Bereitschaft, längere Anreisewege auf sich zu nehmen, lässt sich auch über die Dauer der Ferien erklären. So dauerten die letzten pferdebezogenen Ferien bei gut 60% der Befragten länger als 5 Tage. Doch es gibt deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Bei den 17-29-Jährigen und 30-44-Jährigen dauerten nur bei der Hälfte die Ferien mehr als 5 Tage, bei den älteren Generationen dauerten die Ferien jedoch bei 67% (45-60-Jährigen), respektive 71% (60+ Jährigen) länger als 5 Tage.

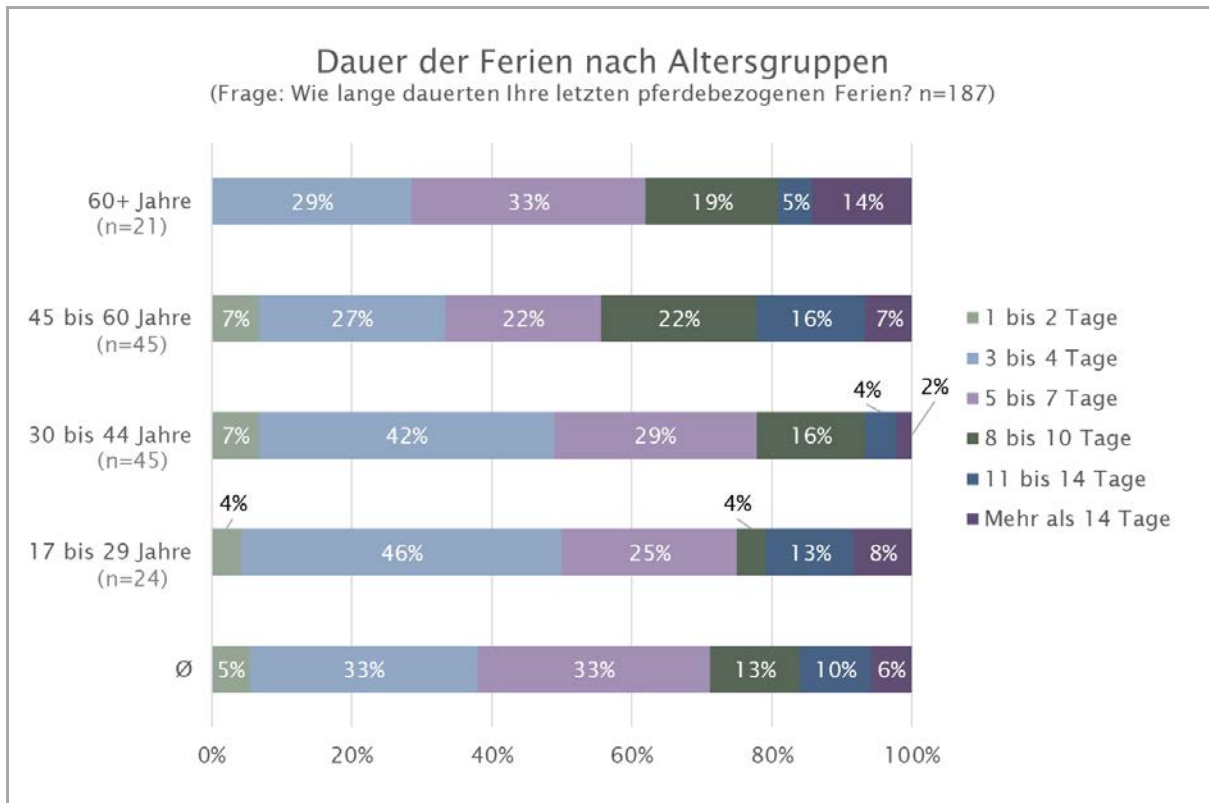


Abbildung 19: Dauer der pferdebezogenen Ferien

Die Gründe für die unterschiedliche Feriendauer können vielfältig sein, jedoch lässt sich verallgemeinern, dass die Feriendauer bei den älteren Generationen länger ist. Dies gilt es bei der Angebotsgestaltung zu beachten. So sind die jüngeren Gäste grundsätzlich an kürzeren Urläuben, wie verlängerten Wochenenden, interessiert.

Schlussfolgerungen Dauer und Distanz der pferdebezogenen Ferien

- Die Hälfte der Befragten ist «mit Pferd» angereist
- Bei Ferien «ohne eigenem Pferd» spielt die Distanz kaum eine Rolle
- Der Anreiseweg «mit Pferd» sollte nicht zu lang sein
- Die Feriendauer der Reittouristen ist lang und steigt mit zunehmendem Alter

6.2.4 Unterkunft und Verpflegung

Bei der Einstufung der Unterkunftsarten (1 = schlecht, 7 = sehr gut) wird «Hotel» mit 5,4 am besten vor «Bed & Breakfast» mit 5,3 und «Ferienwohnungen» mit 5,1 bewertet. Je nach Angebotsart variiert jedoch die Bewertung nach Altersgruppe stark. So wird beispielsweise das eher unpopuläre «Schlafen im Stroh» von den Jüngsten am besten und von den Ältesten am schlechtesten bewertet. Bei «Hotel» verhält es sich hingegen umgekehrt. Diese sind bei den 60+ Jährigen am beliebtesten. Ferienwohnungen werden im Vergleich der Altersgruppen von den 30-44-Jährigen am besten bewertet. Vermutlich handelt es sich dabei häufig um Familien.

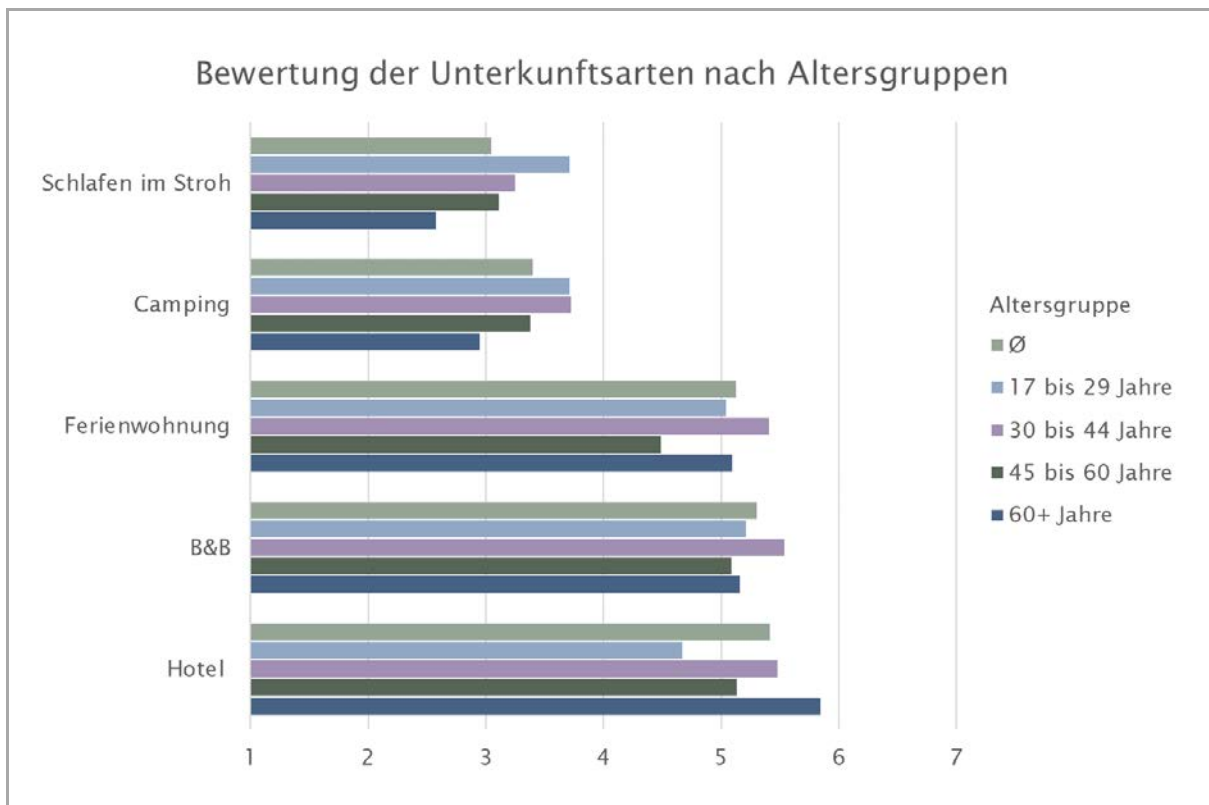


Abbildung 20: Bewertung der Unterkunftsarten

Es lohnt sich deshalb für die verschiedenen Unterkunftsarten, differenzierte Werbung zu erstellen. Grundsätzlich werden bei allen Altersgruppen gehobenere Unterkunftsarten gegenüber den einfachen wie «Camping» und «Schlafen im Stroh» bevorzugt, doch der Preisunterschied kann gerade bei den Jüngeren ein wichtiger Entscheidungsfaktor sein.

Beim Unterkunftsort werden im Schnitt «wechselnde Unterkünfte» und «feste Unterkünfte auf dem Pferdebetrieb» gleich gut bewertet. Für die 45-60-Jährigen sind wechselnde Unterkünfte am attraktivsten, passend zu der eher tiefen Bewertung der Unterkunftsart «Ferienwohnungen». Diese Gruppe ist anscheinend sehr interessiert am Abenteuer und will etwas erleben. Die jüngste Generation ist am liebsten auf dem Pferdebetrieb einquartiert, die älteste Generation wiederum bevorzugt eine «andere feste Unterkunft». Da letztere Altersgruppe auch die Hotels als beliebteste Unterkunftsform wählte, kann man daraus schliessen, dass der Komfort hoch gewertet wird.

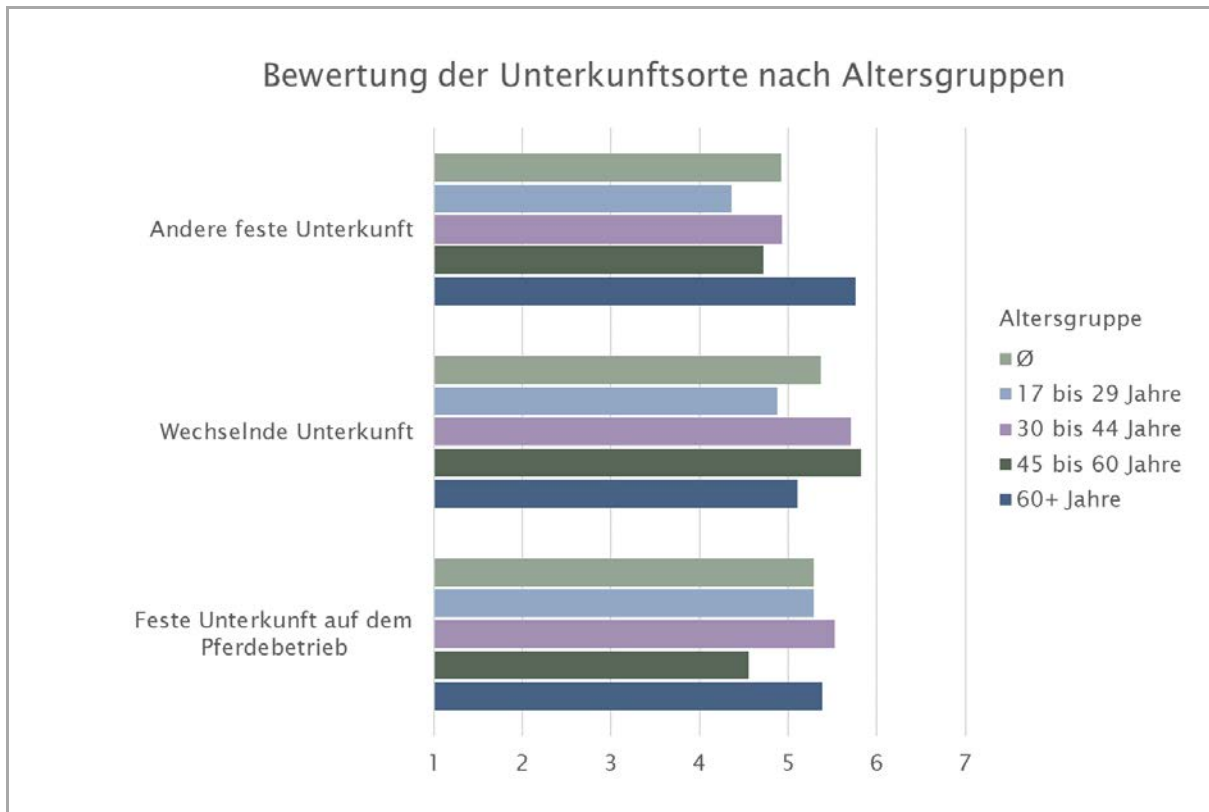


Abbildung 21: Bewertung der Unterkunftsorte

Bei der Frage nach der Verpflegung sind Halbpensionsangebote bei den Befragten mit einer durchschnittlichen Bewertung von 5,1 am beliebtesten. Doch auch hier zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen. So wird Vollpension von den 30-44-Jährigen überdurchschnittlich gut bewertet. Bei den Jungen wird nebst Halbpension auch «nur Frühstück» sehr geschätzt, ähnlich ist die Bewertung bei den 45-60-Jährigen. Grundsätzlich ist der Wunsch nach Verpflegung gross. So wird «Selbstversorgung» von allen Altersgruppen relativ tief bewertet.

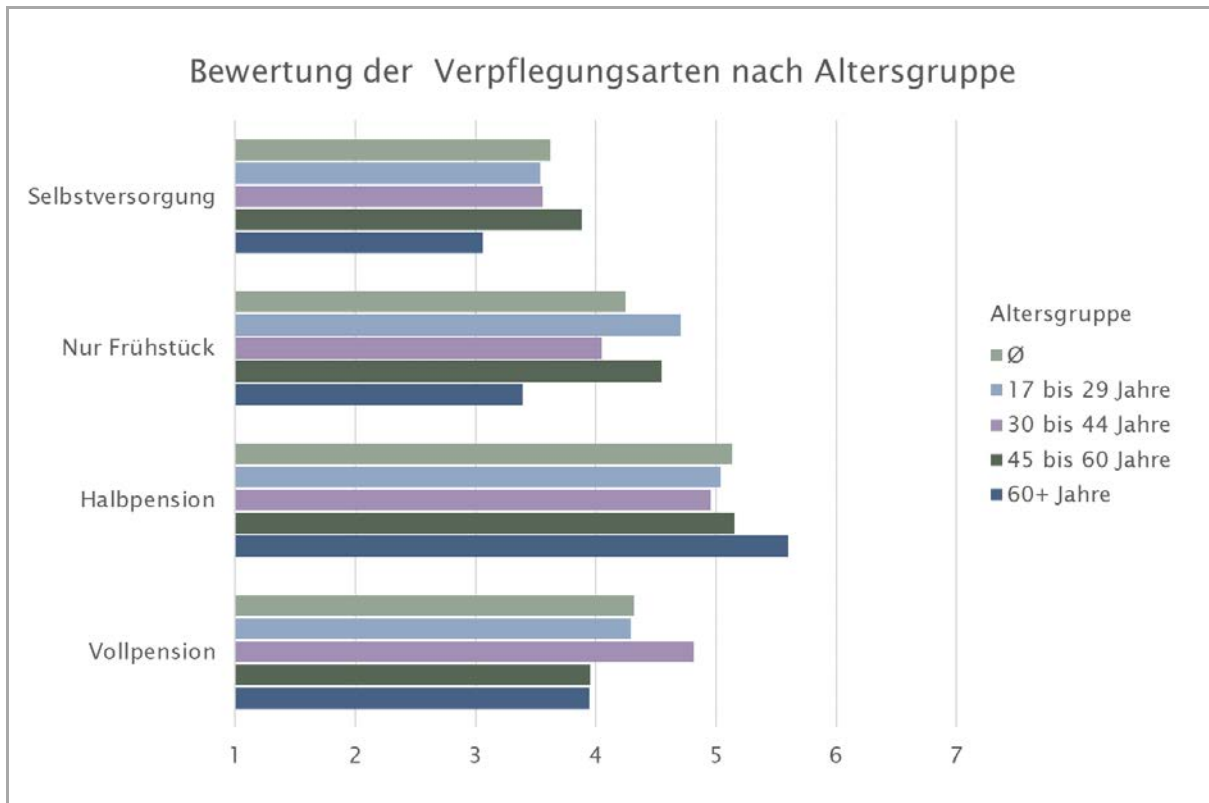


Abbildung 22: Verpflegungsarten in den pferdebezogenen Ferien

Zusammenfassend kann man sagen, dass die älteste Gruppe höhere Ansprüche hat. So werden Hotels, andere feste Unterkünfte und Halbpension am höchsten bewertet. Die zweitälteste Gruppe hat gerne den Komfort von Halbpension sowie eine Unterkunft im Hotel oder Bed & Breakfast. Jedoch wird das Erlebnis gewünscht, da wechselnde Unterkünfte vergleichsweise die besten Bewertungen erhalten. Die «Familiengeneration» der 30-44-Jährigen bevorzugt eine umfassende Verpflegung (Halbpension oder Vollpension), wobei Ferienwohnungen, Bed & Breakfast sowie Hotels gleichgut bewertet werden. Aus praktischen Gründen sollte die Unterkunft bevorzugt auf dem Pferdebetrieb oder bei einer Mehrtagestour zu Pferd entlang der Strecke in wechselnden Unterkünften sein. Die jüngsten Befragten brauchen hauptsächlich Angebote mit einer durchschnittlichen Verpflegung (Halbpension, nur Frühstück). Ferienwohnungen werden gegenüber Hotels bevorzugt, wobei es dieser Altersgruppe wichtig ist, auf dem Pferdebetrieb zu übernachten.

Schlussfolgerungen Unterkunft und Verpflegung in pferdebezogenen Ferien

- Gehobenere Unterkünfte wie Hotels, B&B sowie Ferienwohnungen werden dem Camping oder Schlafen im Stroh vorgezogen
- Je nach Altersgruppe sind unterschiedliche Unterkunftsorte gewünscht
- Halbpension gehört zu den beliebtesten Verpflegungsarten. Selbstversorgung ist kaum gewünscht

6.2.5 Relevanz der Qualität

Bei der Frage nach der Relevanz der Qualität der Beherbergung und Verpflegung für die Gäste sowie der Haltung und Unterkunft der Pferde zeigt sich erstaunliches. So ist für alle Altersgruppen die Qualität der Pferdehaltung (6,6) deutlich wichtiger, als die Qualität der eigenen Unterkunft (5,6). Die Qualität der Unterkunft wird etwa gleich wichtig bewertet wie die Qualität der Verpflegung. Auffallend ist, dass kaum ein nennenswerter Unterschied zwischen den Altersgruppen besteht. Auch ein Vergleich der Bewertungen von Personen, welche mit oder ohne eigenem Pferd angereist sind, zeigt kaum einen Unterschied.

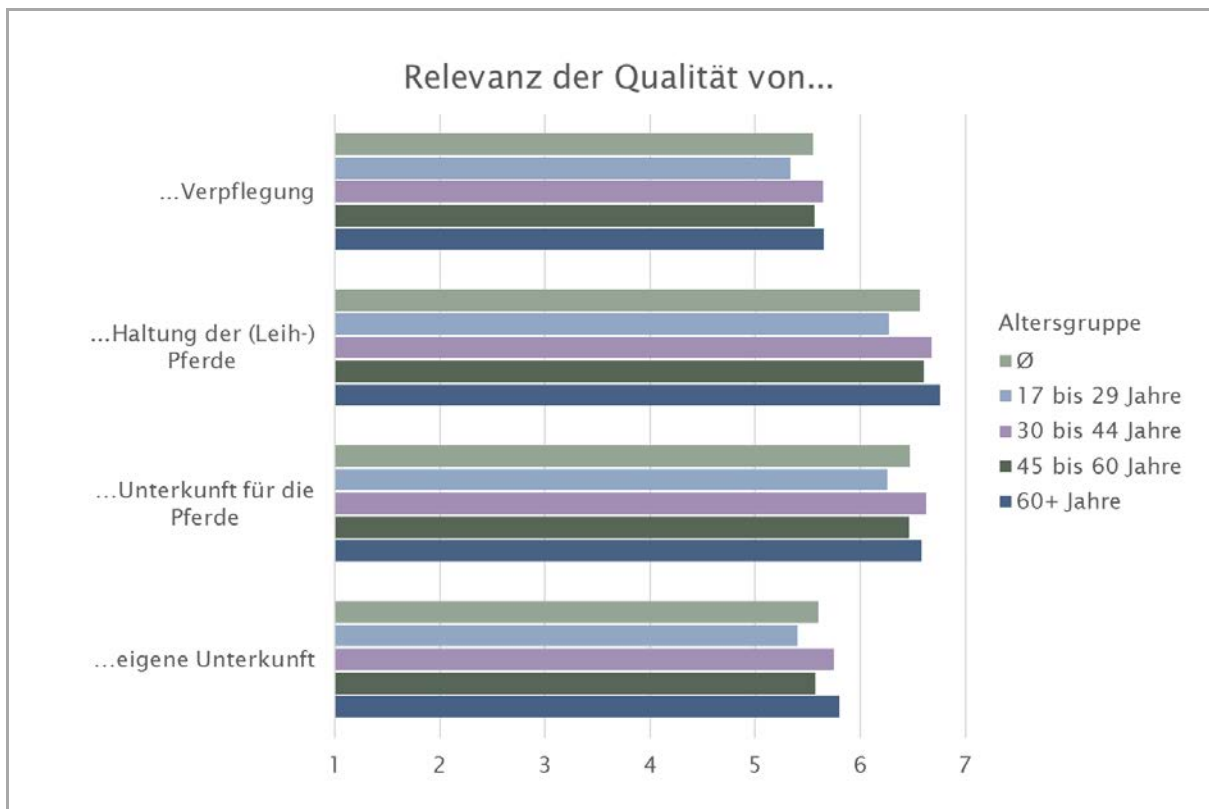


Abbildung 23: Bewertung der Qualität

Schlussfolgerungen Qualität

- Qualität ist allgemein sehr wichtig
- Die Haltung und Unterkunft der Pferde muss von guter Qualität sein

6.2.6 Ausgaben für pferdebezogene Ferien

Nachfolgende Abbildungen veranschaulichen die Aufteilung der Ausgaben für pferdebezogene Ferien. Grundsätzlich ist die Verteilung der Ausgaben sehr ähnlich, egal ob die Gäste mit dem eigenen Pferd anreisen oder ein Leihpferd benötigen. Direkt auf den Betrieben geben die Gäste für das Reitprogramm und die Unterbringung des Pferdes respektive die Nutzung eines Leihpferdes 41% respektive 44% ihrer Kosten aus. Die Ausgaben für die eigene Unterbringung und Verpflegung sowie Nicht-pferdesportliche Aktivitäten machen 48% respektive 45% aus. Diese Ausgaben werden im Kapitel 4 als externe Effekte berechnet, da andere Unternehmen von den Pferdetouristen profitieren.

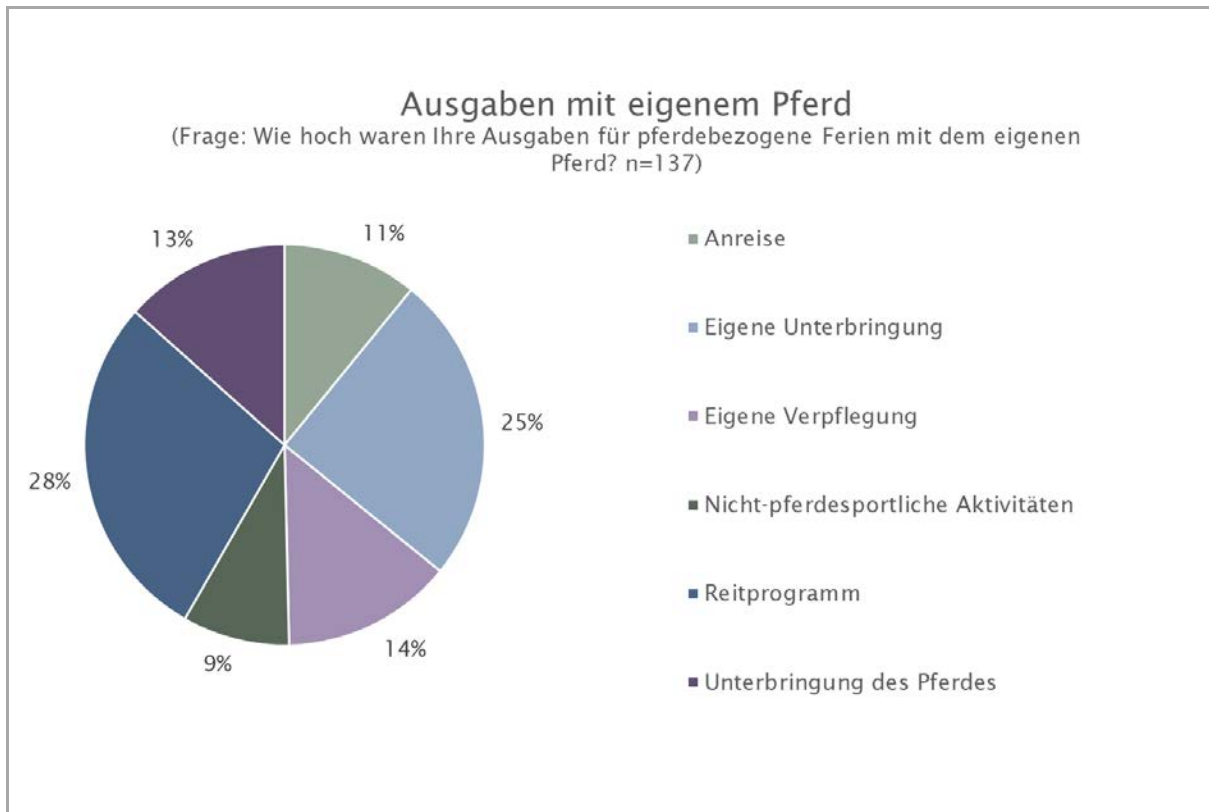


Abbildung 24: Ausgaben für Ferien mit dem eigenen Pferd

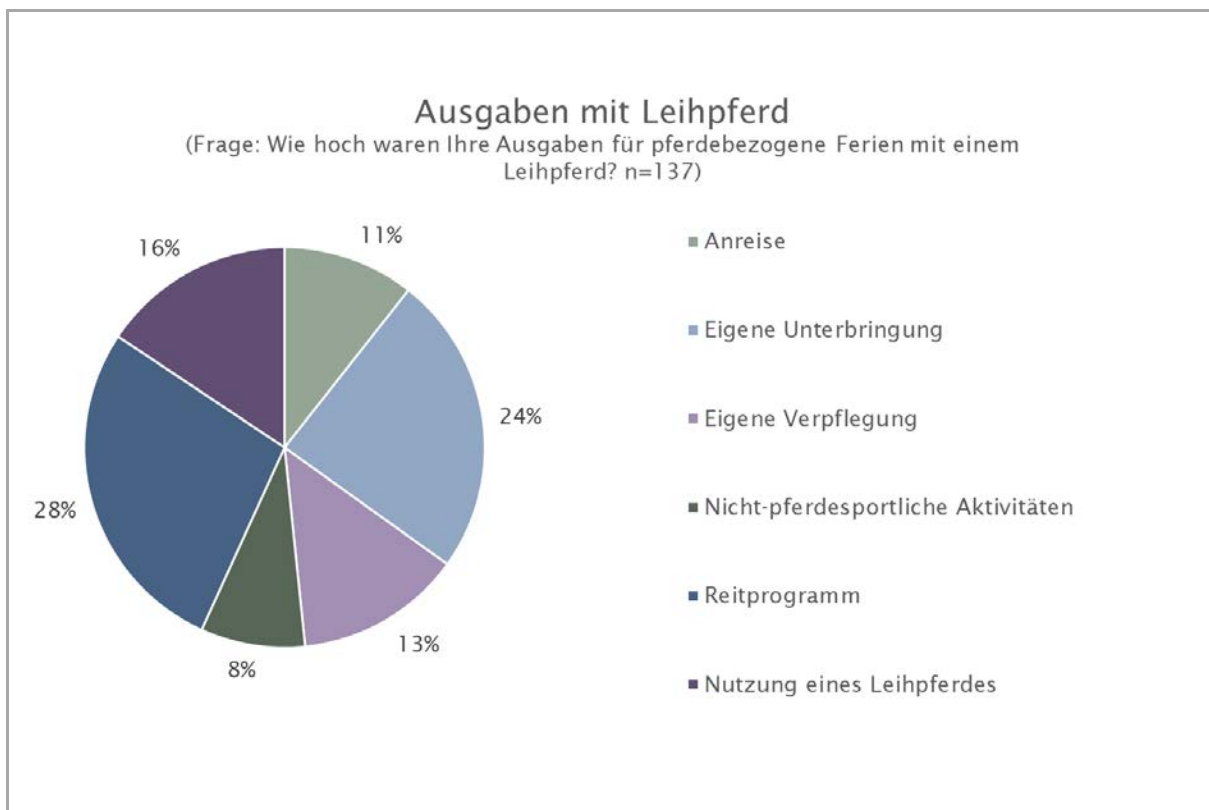


Abbildung 25: Ausgaben für Ferien mit Leihpferd

Schlussfolgerungen Ausgaben

- Die Gäste geben fast gleich viel aus für die eigene Unterbringung und Verpflegung wie für das Reitprogramm und die übrigen Kosten des Reitens
- Von den Ausgaben der Gäste profitieren die Hotellerie und die Gastronomie

6.2.7 Gründe für pferdebezogene Ferien

Auf die Frage «Was sind Ihre wichtigsten Gründe für pferdebezogene Ferien?» sind «schöne Landschaft mit dem Pferd geniessen» und «Natur erleben» die häufigsten Antworten. Soziale Aspekte wie Zeit mit anderen Pferdesportlern zu verbringen oder neue Menschen kennenzulernen sind nur für einen kleinen Teil der Befragten von Bedeutung. Die Feriengäste wollen draussen sein, neue Orte entdecken und Abstand zum Alltag gewinnen. Auch «Zeit mit dem eigenen Pferd zu verbringen» ist für einen Viertel der Befragten von Bedeutung.

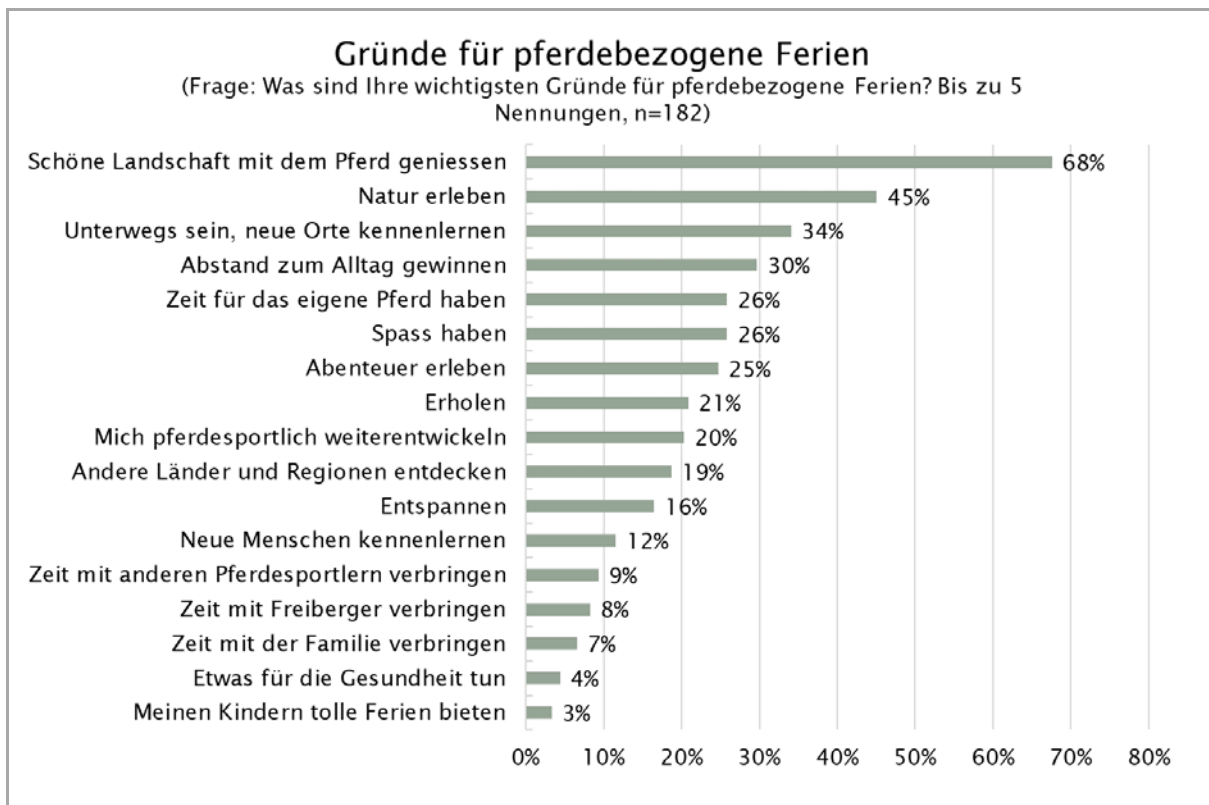


Abbildung 26: Meistgenannte Gründe für pferdebezogene Ferien

Ein Vergleich zwischen den verschiedenen Altersgruppen zeigt übereinstimmend den Schwerpunkt bei «Natur erleben» und «schöner Landschaft». Während «Erholen» und «Abstand zum Alltag» vor allem für die Altersgruppen ab 45 Jahren zu den fünf meistgenannten Gründen zählt, sind für die jüngeren Altersgruppen «Spass haben» und «Unterwegs sein, neue Orte kennenlernen» wichtige Gründe.

Diese Ergebnisse decken sich mit den Aussagen von Kapitel 1, wonach eine schöne Landschaft für Pferdetouristen wichtig ist und dass Pferdetourismus zum naturnahen Tourismus gezählt werden kann.

Schlussfolgerungen Gründe für pferdebezogene Ferien

- «Schöne Landschaft mit dem Pferd geniessen» und «Natur erleben» sind die wichtigsten Gründe für pferdebezogene Ferien
- Der Kanton Graubünden ist mit seinen herausragenden Natur- und Kulturwerten sehr gut für den Pferdetourismus geeignet

6.2.8 Attraktivität der unterschiedlichen Ferienformen

Pferdebezogene Ferien gibt es in unterschiedlichsten Formen, deren Attraktivität von den Befragten verschieden bewertet wird. So sind organisierte Wanderritte und Reitferien mit festem Quartier am beliebtesten, hingegen Kulturreisen und Wanderfahrten weniger attraktiv. Bei einigen Ferienformen gibt es aber deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Beispielsweise ist der selbst organisierte Wanderritt bei den 45-60-jährigen sehr beliebt (5,6), bei den 60+ Jährigen hingegen weniger (4,1). Deshalb ist es wichtig, die Vermarktung der Angebote auf die richtige Zielgruppe abzustimmen. Grundsätzlich sind aber verschiedene Angebote gefragt und die Betriebe sollten sich dadurch differenzieren.

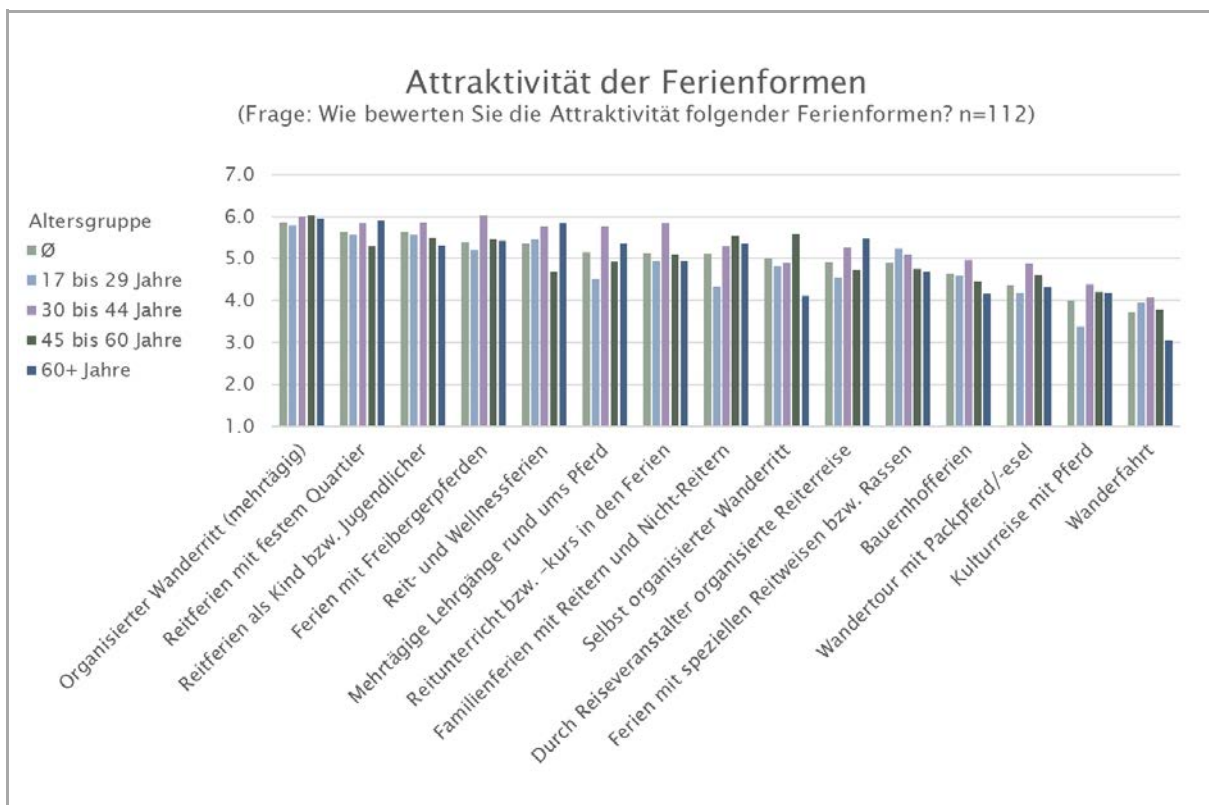


Abbildung 27: Bewertung der unterschiedlichen Ferienformen

6.2.9 Bevorzugte Jahreszeiten für pferdebezogene Ferien

Da Pferdetourismus hauptsächlich draussen und bei jedem Wetter stattfindet, sind die Jahreszeiten entscheidend für die Attraktivität der Angebote. Der Herbst ist bei den Befragten am beliebtesten, gefolgt vom Frühling und Sommer. Der Winter hingegen ist kaum beliebt. Dies lässt sich grösstenteils mit den milden Temperaturen und der geringeren Anzahl an Insekten im Frühling und Herbst erklären. Unterschiede zwischen den Altersgruppen gibt es kaum, einzig der Frühling wird von den Jüngeren etwas besser bewertet als vom Durchschnitt. Durch die präferierten Jahreszeiten von Frühling und Herbst eignet sich der Pferdetourismus gut, um die touristischen Infrastrukturen des Kantons Graubünden in den Nebensaisons besser auszulasten.

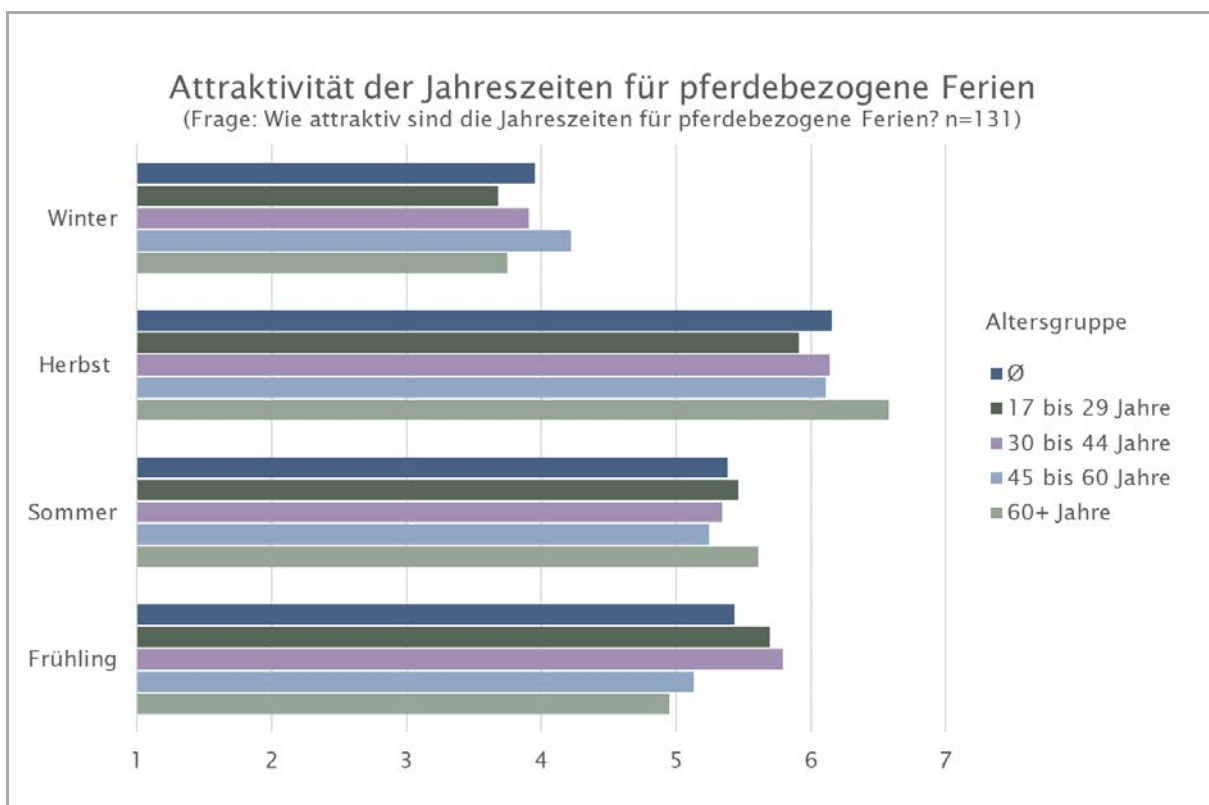


Abbildung 28: Bewertung der Jahreszeiten nach Altersgruppen

6.2.10 Themenkombinationen

Auf die Frage «Wie interessant finden Sie folgende Themenkombinationen?» sind «Pferd und Wasser» sowie «Pferd und Berge» mit einer durchschnittlichen Bewertung von 5,9 am beliebtesten. Diese Ergebnisse decken sich mit der BTE-Pferdetourismusstudie von 2017, wo 89% angegeben haben, an der Themenkombination «Pferd und Wasser» interessiert zu sein. «Pferd und Schnee» folgt an dritter Stelle und ist hauptsächlich bei den Jungen beliebt. Obschon die Jahreszeit Winter am unbeliebtesten ist, könnten Angebote mit Reiten im Schnee Erfolg haben.

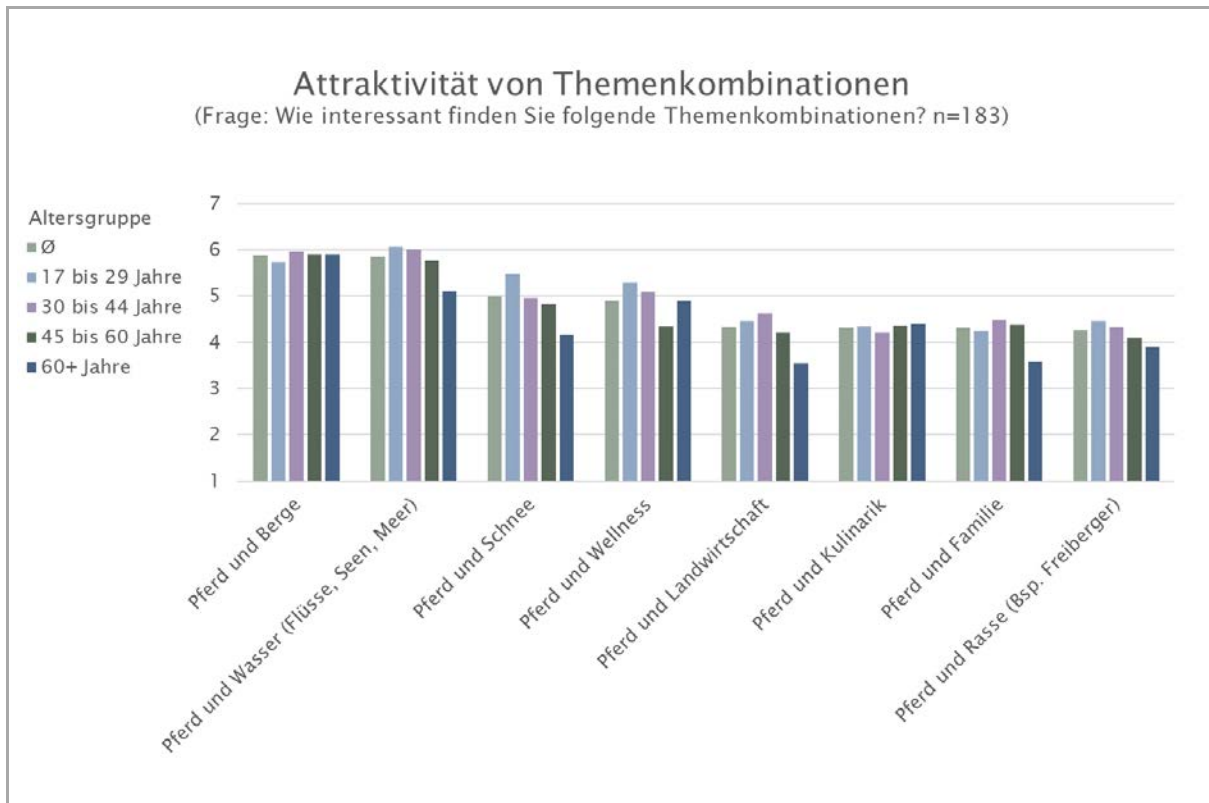


Abbildung 29: Bewertung von Themenkombinationen

Die vorliegenden Erkenntnisse dieser Befragung decken sich mit einer Untersuchung zum Schweizer Agrotourismus, welche zum Ergebnis gelangte, dass verschiedene ökologische Tendenzen wie Wasserknappheit oder Klimawandel einen direkten Einfluss auf das Bewusstsein der Gäste hat. Dies wirkt sich unter anderem dadurch auf den Tourismus aus, dass die Schönheit der Landschaft ein wichtiges Bedürfnis ist. Weitere Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass nebst dem Naturerlebnis ein gehobener Komfort und regionale Lebensmittelprodukte zu den Erfolgsfaktoren zählen (Hochuli et al. 2016, S. 18f).

6.2.11 Der Pferdetourismus als Chance für den Freiberger

Der Freiberger (Franches-Montagnes FM) gilt als letzte Schweizer Pferderasse. Ursprünglich für das Militär und die Landwirtschaft gezüchtet, wird er in der heutigen Zeit hauptsächlich in der Freizeitreiterei eingesetzt. Der Bestand hat in den letzten Jahren jedoch deutlich abgenommen, so sind zwischen 2012 und 2016 die Geburten um 10% und der Gesamtbestand um 16,8% zurückgegangen (Schweizerische Eidgenossenschaft 2017). Da die Freibergerzucht zum immateriellen Kulturerben der Schweiz gehört, wird die Zucht vom Bund mit diversen Erhaltungsmaßnahmen unterstützt.

Die Gründe für den Rückgang der Freibergerpopulation sind vielfältig, so steigt der Konkurrenzdruck durch den Import anderer Rassen. Andere Punkte sind dem kleinen Bekanntheitsgrad und dem schlechten Image als «Bauernpferd» zuzuschreiben. Die Eigenschaften des Freibergers entsprechen jedoch eigentlich perfekt den Wünschen des Freizeitreiters. So ist diese

Rasse bekannt für ihren ausgeglichenen Charakter, ihre Trittsicherheit und vergleichsweise anspruchslosen Unterhalt (Schmidlin et al. 2015, S. 43).

Aus den Berichten «Strategie zur Erhaltung des Freiburgerpferdes» (2015) und der «Marketingstrategie FM 2025» (2017) wird ersichtlich, dass die Probleme der Freiburger grösstenteils in der Vermarktung liegen. Inwiefern die Subventionen an die Züchterinnen und Züchter zum Erhalt der Rasse beitragen, ist nicht sicher. Im Rahmen der Strategie Tierzucht 2030 wird entschieden, ob und wie die Ausgestaltung der Beiträge an die Erhaltung der Freibergerrasse weitergeführt werden (Schweizerische Eidgenossenschaft (2017)). Aus diesen Gründen ist eine Überarbeitung der Vermarktungsstrategie des Freiburgerpferdes gefragt, wobei sich der Pferdetourismus gut anbieten würde. Gut ein Drittel der befragten Betriebe im Kanton Graubünden nutzen Freiburger Pferde für ihre Angebote, wodurch die Gäste die Gelegenheit erhalten, diese Rasse kennenzulernen. Dazu könnten diverse Massnahmen ergriffen werden, welche bewusst auf die Vorzüge dieser Pferde hinweisen und somit helfen würden das Image der Rasse zu verbessern. «Ferien mit Freiburgerpferden» gehört zu den beliebtesten Aktivitäten der Befragten und wird besser bewertet als «Reit- und Wellnessferien» (vgl. Kapitel 6.2.8).

Schlussfolgerungen zum Freiburger

- Die Freiburgerpopulation hat in den letzten Jahren stetig abgenommen
- Der Pferdetourismus bietet sich an, um das Image des Freiburgerpferdes zu verbessern
- «Ferien mit Freiburgerpferden» werden von den Befragten als sehr attraktiv bewertet

6.3 Tagestourismus

Viele pferdetouristische Angebote werden von Tagestouristen oder als Ergänzung während anderen Ferien genutzt. In folgender Grafik sind verschiedene Angebote nach absteigender Bewertung aufgeführt. Am beliebtesten sind «Geführte Tagesritte», gefolgt von «Ausritte auf Pferden des Veranstalters» sowie «Ausbildungslehrgänge/ Fortbildungen». Die grössten Abweichungen verzeichnet die älteste Generation. So sind «Schlittenfahrten», «selbst organisierte Tagesritte» und «Pferdesportveranstaltungen» deutlich weniger beliebt als beim Durchschnitt.

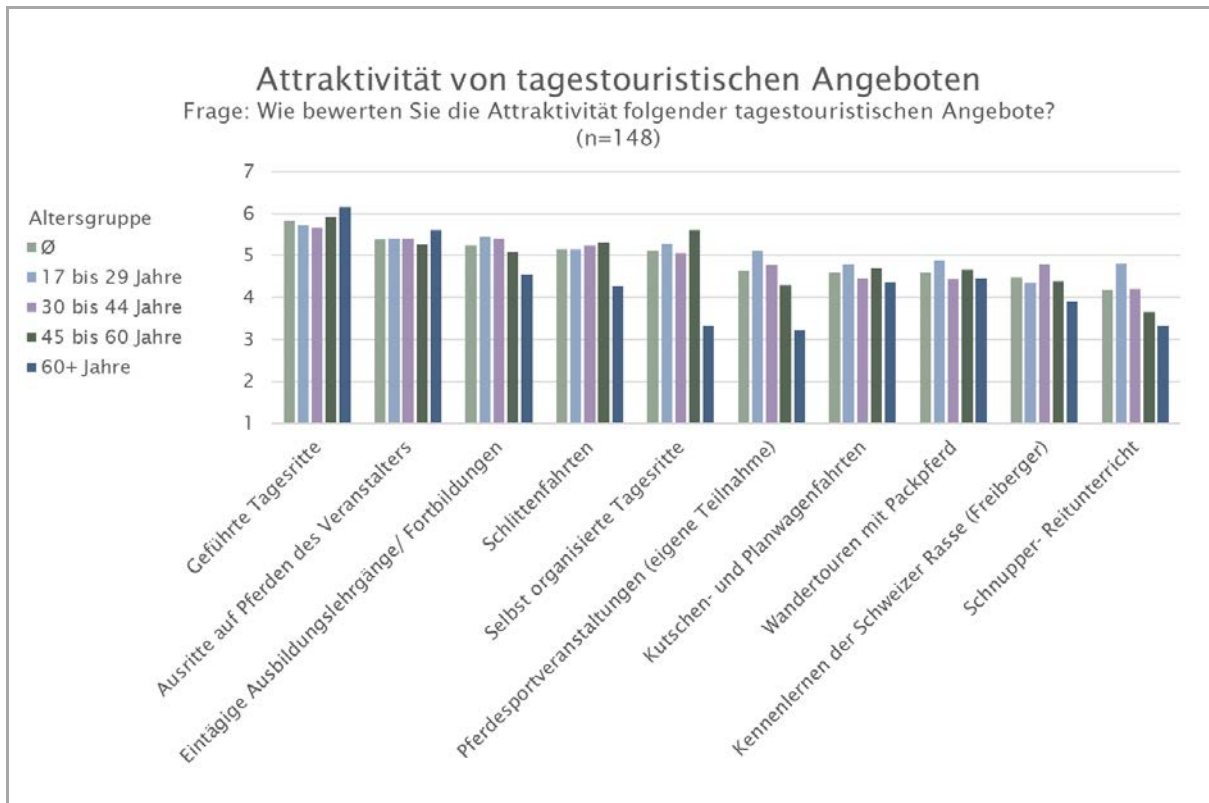


Abbildung 30: Frage: Wie bewerten Sie die Attraktivität folgender tagestouristischen Angebote? (n=148)

Die Attraktivität der Jahreszeiten wird für tagestouristische Angebote fast gleich bewertet wie für pferdebezogene Ferien (siehe Anhang). Sommer und Winter werden bei den tagestouristischen Angeboten leicht besser bewertet, was die jahreszeitlichen Nachfrageschwankungen leicht ausgleichen könnte.

Teil IV: Angebotsseite – Bedürfnisse der Pferdebetriebe



7 Interviews bei neun Pferdebetrieben im Kanton Graubünden

7.1 Methodik der Interviews und deren Verifizierung

Im August 2017 wurden im Kanton Graubünden neun Betriebe mit pferdetouristischen Angeboten mit einer Methode der empirischen Sozialforschung (strukturierte halboffene und geschlossene Fragen) interviewt. Die Interviews wurden auf Tonträger aufgenommen und nachträglich inhaltlich ausgewertet. Die geschlossenen Fragestellungen wurden mittels vorgegebenen Antwortskalen beantwortet und anschliessend semi-quantitativ ausgewertet.

Die interviewten Personen wünschten, dass ihre Einschätzungen bezüglich des Pferdetourismus Graubünden in anonymisierter Form veröffentlicht werden. Den Autoren des vorliegenden Berichts sind die entsprechenden Identitäten bekannt.

Die Ergebnisse der Interviews wurden am 2. Februar 2018 im Rahmen eines Workshops am Plantahof in Landquart unter Beteiligung von rund fünfzehn Mitgliedern der IG Pferdetourismus Graubünden und drei Regionalentwicklern aus verschiedenen Regionen verifiziert. Nach einem Einstiegsreferat der Projektleitung zu den Ergebnissen der Analysen und Interviews, erhielten die Teilnehmenden 15 farbige Klebepunkte, die sie nach ihrer freien Wahl den Antworten aus den Interviews zuordnen konnten. Die Gewichtung der einzelnen Aspekte lag also in der Einschätzung der Teilnehmenden.

In den nachfolgenden Abschnitten werden die wichtigsten Einschätzungen und Erwägungen der Interviews summarisch in grafischer Form abgebildet. Die qualitativen Aussagen zu den gestellten Fragen werden zusammenfassend wiedergegeben.

7.2 Pauschalangebote und Qualitätszertifikat

In Bezug auf die Vernetzung und Zusammenarbeit unter den bestehenden pferdetouristischen Angeboten besteht Konsens. Es besteht in der Tendenz ein Wunsch, in Zukunft Pauschalangebote mit touristischen Leistungsträgern voranzutreiben (Abbildung 31), allerdings mit einer gewissen Zurückhaltung.

Die Frage nach der Einführung eines Qualitätszertifikats für den Pferdetourismus im Kanton Graubünden wurde indifferent beantwortet. Zwei der Interviewten hatten keine Meinung dazu, sechs stimmten der Frage ganz oder teilweise zu und eine Person war tendenziell gegen die Einführung eines Qualitätsgütesiegels. Ganz gegen ein solches Qualitätszertifikat hat sich niemand ausgesprochen.

In der generellen Tendenz besteht aus Sicht der interviewten Personen mehrheitlich der Wunsch nach einer Entwicklung von pferdetouristischen Pauschalangeboten mit Leistungsträgern aus der Beherbergungs- und Gastronomiebranche sowie mit anderen Pferdebetrieben. Allerdings müssen auch Stimmen berücksichtigt werden, die gegenüber solchen Zusammenarbeitsformen eher kritisch oder sogar ablehnend eingestellt sind. Die Haltung gegenüber segmentbezogenem Marketing ist zwar mehrheitlich positiv. Doch auch diesbezüglich kann eine gewisse Zurückhaltung festgestellt werden.

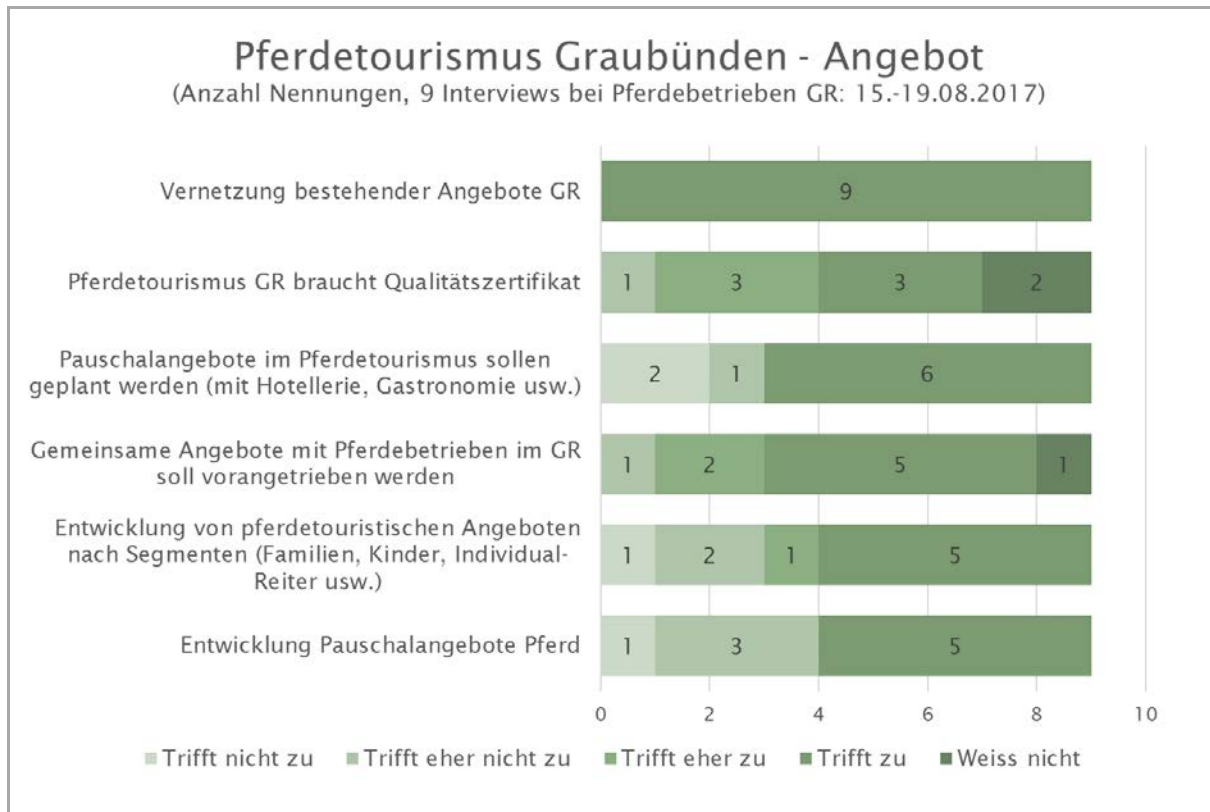


Abbildung 31: Angebotsentwicklung Pferdetourismus Graubünden (Interviews bei 9 Pferdebetrieben)

7.3 Kooperationen und Vernetzung Pferdetourismus Graubünden

Nachfolgende Abbildung 32 widerspiegelt im Allgemeinen die hohe Zustimmung bezüglich der Fragen zum Thema Organisation und Zusammenarbeit. Die Interviewten sind sich grossmehrheitlich einig, dass die Zusammenarbeit mit weiteren touristischen Leistungsträgern wichtig ist (vgl. auch die Frage in Abbildung 31).

Alle der neun interviewten Mitglieder der IG sind darüber hinaus der Ansicht, dass die Interessen des Pferdetourismus im Kanton Graubünden auf politischer Ebene vertreten werden sollten. Diese Haltung zur politischen Interessenvertretung, zur Zusammenarbeit mit weiteren touristischen Leistungsträgern sowie zur Weiterentwicklung des Projekts «Pferdetourismus Graubünden» wurde auch im Workshop vom 2. Februar 2018 in Landquart am Plantahof stark gewichtet.

Des Weiteren besteht weitgehender Konsens darüber, dass das Projekt «Pferdetourismus Graubünden» weiterentwickelt werden soll. Dies wird auch durch die Zunahme der Mitgliederzahl der IG sowie die qualitative Beurteilung des Projekts durch die Interviewpartner bestätigt.

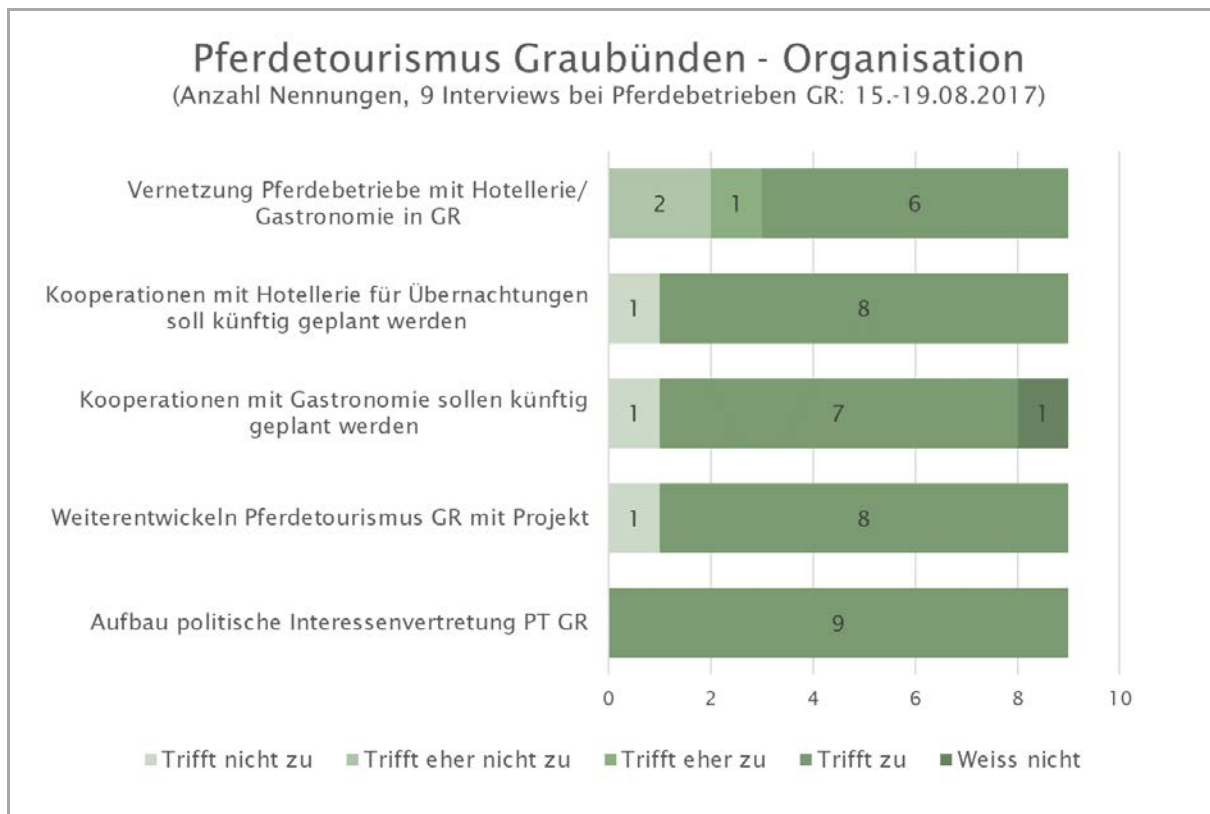


Abbildung 32: Organisation des Pferdetourismus Graubünden (Interviews bei 9 Pferdebetrieben)

7.4 Landwirtschaft und Pferdetourismus Graubünden

Da das Projekt «Pferdetourismus Graubünden» einen erheblichen Zusammenhang mit der Landwirtschaft hat, wurden im Rahmen der Interviews auch Fragen zur Entwicklung von landwirtschaftsnahen Dienstleistungen gestellt. Sechs der neun befragten Betriebe sind der Meinung, dass das Zusammenspiel von Landwirtschaft und Pferdetourismus auf dem eigenen Betrieb wichtig ist. Bei drei Betrieben spielt diese Verbindung offenbar keine oder nur eine geringe Rolle.

Ein ähnliches Ergebnis resultiert aus der Fragen nach dem Zusammenhang zwischen landwirtschaftsnahen Lebensmittelprodukten und dem Pferdetourismus. Die beiden Einschätzungen können dahingehend interpretiert werden, dass über die Hälfte der Betriebe bei ihren Angeboten die Verbindung zwischen Landwirtschaft, regionaler Kulinarik und Pferdetourismus bereits berücksichtigt. Das bedeutet auch, dass diese Verbindung ein gewisses Potenzial für Landwirtschaftsbetriebe mit Pferdehaltung verspricht. Ein überwiegender Teil der befragten Gäste gibt an, dass der wichtigste Grund für die Buchung von pferdebezogenen Ferien das Motiv «Landschaft – Natur» sei. Die Entwicklung von entsprechenden Dienstleistungen im Zusammenhang mit Agrotourismus liegt vor diesem Hintergrund nahe. Unter Berücksichtigung des diesbezüglichen Wertschöpfungspotenzials für die Landwirtschaft (vgl. Kapitel 5.4) sollte dieser Aspekt bei der Weiterentwicklung des Projekts spezielle Beachtung finden.

In Bezug auf die Frage, ob die landwirtschaftliche Produktion künftig Teil pferdetouristischer Angebote sein soll, wurde eher Zurückhaltung signalisiert. Das könnte damit zu tun haben, dass der Arbeitsanfall während der landwirtschaftlichen Hauptproduktionszeit, im Sommerhalbjahr, relativ gross ist.

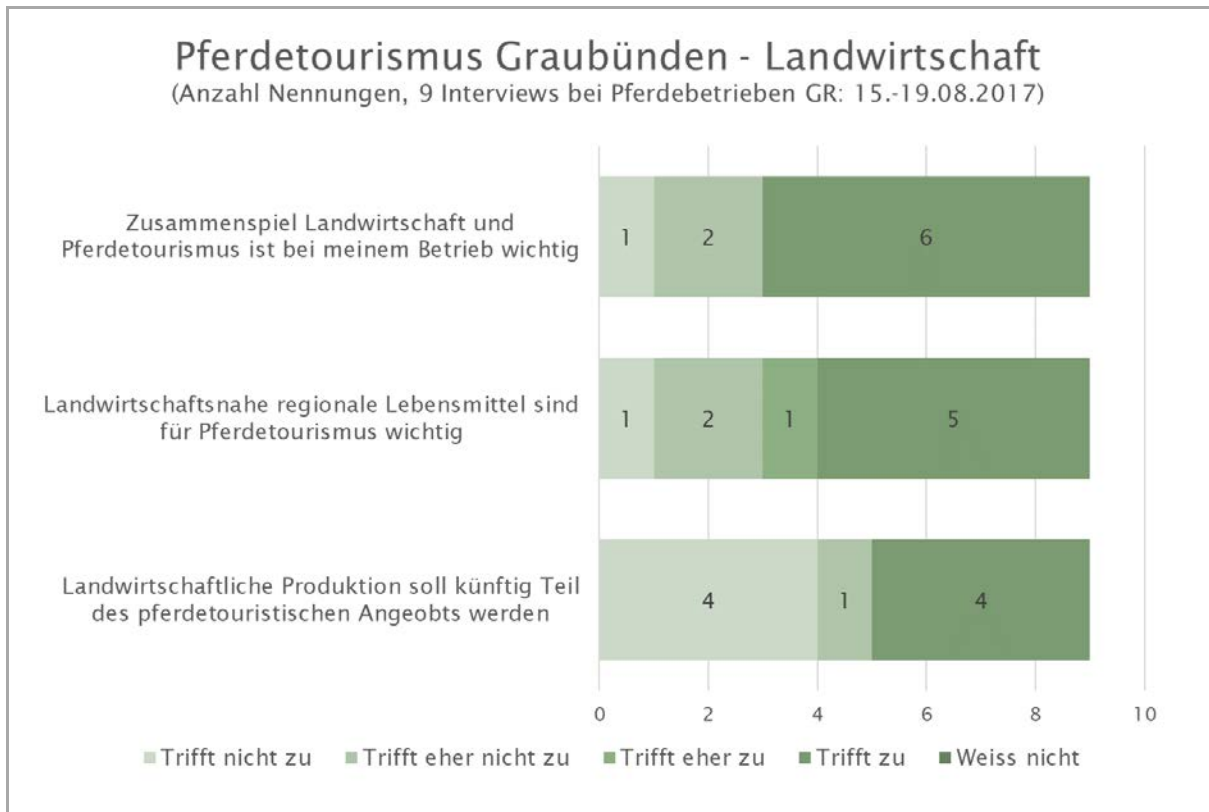


Abbildung 33: Landwirtschaft und Pferdetourismus (Interviews bei 9 Pferdebetrieben)

7.5 Vermarktung des Pferdetourismus Graubünden

Dem Aspekt der Vermarktung wurde im Rahmen der Interviews ein relativ grosses Gewicht beigemessen, denn für die Akquisition und Bindung neuer Gäste ist ein effizientes Marketing von zentraler Bedeutung. Bezüglich der besseren, gemeinsamen Vermarktung besteht unter den befragten Betrieben Konsens. Der Vermarktung muss im Rahmen des weiteren Projektverlaufs grosse Aufmerksamkeit geschenkt werden. Dabei sind die touristischen Marketingorganisationen Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien sowie die Entwicklung einer eigenen Internet-Site für den Pferdetourismus von prioritärer Bedeutung. Diese Haltung zur Vermarktung wurde von den Teilnehmenden am Workshop mit grossem Gewicht gestützt. Es wird also Aufgabe der Projektleitung sein, die Vermarktung zugunsten des Pferdetourismus Graubünden voranzutreiben.

Die Haltung zur Vermarktung der Pferderasse «Freiberger» ist mehrheitlich positiv. Sechs der neun Interviewpartner geben an, dass sie diesem Aspekt zustimmen bzw. eher zustimmen. Die Schweizer Rasse «Freiberger» bringt denn auch gute Voraussetzung für den Einsatz im Pferdetourismus mit. Im Rahmen der Weiterentwicklung des Projekts besteht die Möglichkeit, mit den interessierten Pferdebetrieben, die Freiberger halten, einen entsprechenden Event zu planen und umzusetzen. Damit könnte ein Freiberger-affines Gästesegment angesprochen und die Rasse über den Tourismuskanal kommuniziert werden.

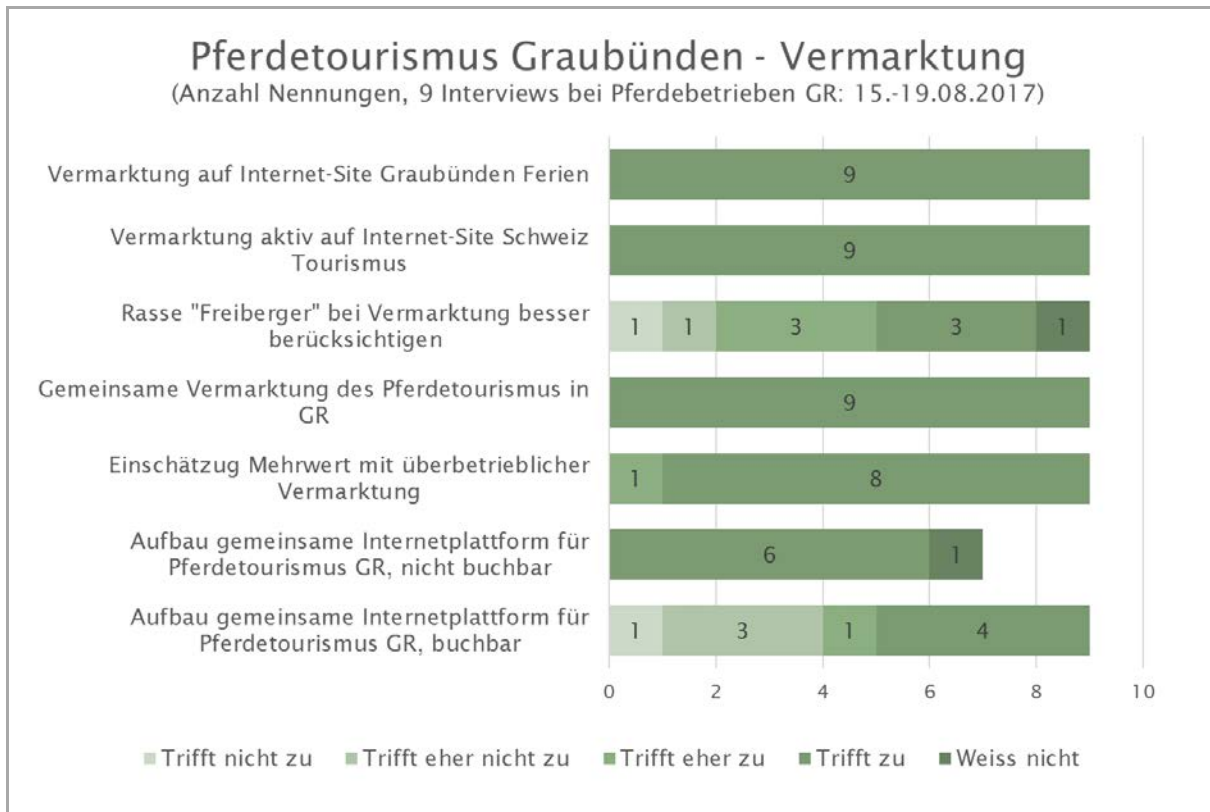


Abbildung 34: Vermarktung Pferdetourismus Graubünden (Interviews bei 9 Pferdebetrieben)

7.6 Folgerungen aus den Interviews und dem Workshop

Zusammenfassend können die Aussagen aus den Interviews und den Ergebnissen des Workshops vom 2. Februar 2018 am Plantahof in Landquart mit nachstehenden Folgerungen festgehalten werden.

Schlussfolgerungen

- Kooperationen unter den bestehenden Pferdebetrieben sollen gefördert werden. Ebenso sollen Zusammenarbeitsformen mit anderen touristischen Leistungsträgern gefördert werden. Beispiele für solche Kooperationen sind Pauschalangebote oder lockere, unverbindliche Formen der Zusammenarbeit.
- Die Entwicklung der Qualität im Pferdetourismus und eine allfällige Einführung eines Qualitätszertifikats muss weiter diskutiert werden, hat aber nicht Priorität.
- Es besteht bei den Mitgliedern der IG Pferdetourismus Graubünden grossmehrheitlichen Konsens darüber, dass das laufende Projekt im Sinn ihrer Haltung zu den untersuchten Aspekten weitergeführt werden soll.
- Die Landwirtschaft im Zusammenhang mit pferdetouristischen Angeboten spielt für die Mehrheit der Interviewpartner eine wichtige Rolle, jedoch (noch) nicht für alle. Das Reisemotiv «Landschaft – Natur» hat für Pferde-affine Gäste eine sehr grosse Bedeutung. Für die Landwirtschaft und speziell den Agrotourismus besteht diesbezüglich ein erhebliches Potenzial.
- Die Vermarktung des Pferdetourismus Graubünden ist ein zentrales Element der zweiten Projektphase. Dabei hat die Kooperation mit Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien sowie der Aufbau einer eigenen Internet-Site hohe Priorität.
- Die Pferderasse «Freiberger» soll bei der künftigen Vermarktung des Pferdetourismus im Kanton Graubünden genutzt werden. Dabei sollen vor allem die reiterlichen Vorzüge des Freiberger in den Vordergrund gestellt werden.

8 Literatur- und Quellenverzeichnis

Agridea, 2017. Deckungsbeiträge Ausgabe 2017, Lindau, Lausanne, Cadenazzo

ALG, Amt für Landwirtschaft und Geoinformation Kanton Graubünden, abgerufen am 20.10.2017, <https://www.gr.ch/DE/kanton/Seiten/Landwirtschaft.aspx>

ALG, Amt für Landwirtschaft und Geoinformation Kanton Graubünden, Daten der landwirtschaftlichen Betriebszählung des Jahres 2016

ASRE (Association Suisse des Randonneurs Equestres), abgerufen am 10.10.2017. http://www.asre.ch/1036-fr/reseaequestre/carte_du_RRES.php

Atout France, 2011. Tourisme et cheval. Paris: Atout France

Bachmann I, von Niederhäuser R, 2015. Sozio-Ökonomie Pferd Schweiz und Bedeutung der Pferdehaltung. Agroscope, Institut für Nutztierwissenschaften, Schweizer Nationalgestüt Avenches. Abgerufen am 09.10.2017 https://www.agroscope.admin.ch/dam/agroscope/de/dokumente/themen/nutztiere/Pferde/pferdezucht-und-haltung/poster-sozio-oekonomie-pferd-schweiz-bedeutung-pferdehaltung-sng.pdf.download.pdf/Poster_Sozio-Oekonomie_D.pdf

BFS, Bundesamt für Statistik und SECO – Staatssekretariat für Wirtschaft, 2003. Satellitenkonto Tourismus der Schweiz. Grundlagen, Methodik und Ergebnisse. Neuchâtel: BFS

BFS, Bundesamt für Statistik (2015): Bruttoinlandprodukt. Neuchâtel: BFS. Online-Dokument: www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/04/02/01.html, Zugriff am 10. März 2015

BFS, Bundesamt für Statistik (2017): Buchhaltungsergebnisse schweizerischer Unternehmen. Geschäftsjahre 2014-2015, Neuchâtel: BFS

Brunner P, Mahlberg B, Schneider H, 2011. Tourismus- und Freizeitfaktor Pferd in Österreich. Industriewissenschaftliches Institut, Wien, 64 S. Abgerufen am 10.10.2017, https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Freizeit--und-Sportbetriebe/Service/Studie_Freizeit_Tourismus_Pferd_Febr2011.pdf

Ernst É, 2012. Propositions d'améliorations pour la mise en valeur et la mise en marché du tourisme équestre dans le canton du Jura. HES-SO Valais, Sierre

FFE (Fédération Française d'Equitation) Abgerufen am 2.10.2017 <https://www.ffe.com/tourisme>

FITE (International Federation of Equestrian Tourism): Abgerufen am 09.10.2017. <http://en.fite-net.org/content/view/full/12260>

Fondation Rurale Interjurassienne, 2017. abgerufen am 10.10.2017. <https://www.frij.ch/PROJETS/Filiere-alimentaire-Espace-rural/Agritourisme-/-Marguerite>

Forster S, Göpfert R, Gredig H, Jordi N, 2007. Natur- und kulturnaher Tourismus in Graubünden – Analyse und Strategie. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, Chur.

Franke U, Gonsior I, Tennstedt D, 2009. Tourismus rund ums Pferd. Marktanalyse. BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung, Hannover

Frick K, Bosshart D, Froböse F, 2010. Re-Inventing Swiss Summer. Potenziale für die Schweizer Tourismusbranche. GDI Gottlieb Duttwiler Institute, Schweiz Tourismus, Zürich

Freyer W, 2006. Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München

- Helgadóttir G, 2006. The Culture of Horsemanship and Horse-Based Tourism in Iceland. *Current Issues in Tourism*, 9 (6), 535-548. Abgerufen am 18.10.2017, <http://dx.doi.org/10.2167/cit297.0>
- Helgadóttir G, Sigurðardóttir I, 2008. Horse-based Tourism: Community, Quality and Disinterest in Economic Value. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8 (2), 105-121. Abgerufen am 15.10.2017, <http://dx.doi.org/10.1080/15022250802088149>
- Hochuli, A, Huber, M, Hofstetter, P, 2016. Innovative Geschäftsmodelle für den Schweizer Agrotourismus. Positionierung der Angebote und Instrumente für die Planung, BFH-HAFL und BBZN, Bern und Schüpheim
- Könyves E, Suta É, 2015. The Importance of equestrian tourism enterprises in tourism destination management in Hungary. *Applied Studies in: Agribusiness and Commerce*, Budapest
- Lamprecht M, Fischer A, Stamm HP, 2014. Sport Schweiz 2014 – Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung. Bundesamt für Sport BASPO, Magglingen. Abgerufen am 02.10.2017, <http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/de/home/dokumentation.parsys.000106.downloadList.50622.DownloadFile.tmp/sportschweiz2014.pdf>
- Ollenburg C, 2005. Worldwide Structure of the Equestrian Tourism Sector. *Journal of Ecotourism*, 4 (1), 47-55. Abgerufen am 15.10.2017, <http://dx.doi.org/10.1080/14724040508668437>
- PferdAustria: abgerufen am 03.07.2017. <http://www.pferdaustria.info/main.asp?VID=1&kat1=10&kat2=157&kat3>
- Pferdeland Österreich: abgerufen am 10.07.2017. <http://www.pferdeland-oesterreich.at/>
- Poncet P, Boessinger M, Guillet A, Klopfenstein S, König-Bürgi D, Lüth A, Martin R, Montavon S, Obexer-Ruff G, Rieder S, Rubli S, Rüegg P, Trolliet C, 2009. Wirtschafts-, gesellschafts- und umweltpolitische Bedeutung des Pferdes in der Schweiz; Rapport des Observatoriums der schweizerischen Pferdebranche; Was gibt es Neues seit 2007?, Schweizerisches Nationalgestüt, Avenches
- Reitarena Austria: abgerufen am 10.07.2017. <http://www.reitarena.com/de>
- Reit-Eldorado Kärnten bzw. Österreich: abgerufen am 10.07.2017. <http://www.reit-eldorado.at/>
- Riedo L, 2008. Der Pferdetourismus im Wallis. Bachelor Thesis. Schweizerische Tourismusfachschule, Siders
- Rütter-Fischbacher U, Rütter H, 2016. Wertschöpfungs- und Beschäftigungswirkung im ländlichen und alpinen Tourismus. Rütter Soceco, Rüslikon
- Schätzl, L (2000): *Wirtschaftsgeographie 2. Empirie*. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Paderborn: UTB
- Schmidlin L, Bachmann I, Flierl S, Schwarz A, Roesch A, Rieder S, von Niederhäusern R, 2013. Wirtschafts-, gesellschafts- und umweltpolitische Bedeutung des Pferdes in der Schweiz – Stand 2013. Agroscope Forschungsanstalt Liebefeld-Posieux ALP-Haras, Schweizerisches Nationalgestüt Avenches. Abgerufen am 02.05.2017, <http://www.vsp-fsec.ch/boxalino/files/BXMediaOne323file.pdf>

Schmidt, G, 2015. Pferdetourismus in Graubünden – Potenzial e und Entwicklungsmöglichkeiten. Bachelor Thesis. Berner Fachhochschule BFH, Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL, Zollikofen

Sigurðardóttir I, Helgadóttir G, 2015. Riding High: Quality and Customer Satisfaction in Equestrian Tourism in Iceland, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Iceland

Schweizerische Eidgenossenschaft (2017): „Die Freibergerrasse und den Wissensschatz der Züchterinnen und Züchter retten“, Bericht des Bundesrates in Erfüllung des Postulates 16.3061 Seydoux vom 09. März 2016

Varian, Hal R. (2011): Grundzüge der Mikroökonomie, Oldenburg Verlag München

Wägeli S, Jauner M, Winzeler A, 2015. Faire Pensionspreise – aber wie? In: Kavallo, Das Schweizer Pferdemaßazin 11/2015, S. 38-42

Yilmaz K, Goncagül G, 2016. Equine Tourism: Nature, Sports and Travel. Abgerufen am 20.10.2017, https://www.researchgate.net/publication/310649568_Tourism-Contents-kitap_kapagi

Zimmermann A, Gamper T, 2012. Tourismuspolitik. In: Ribing R, Zimmermann A (Hrsg.). Einführung in die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich. ÖGAF – Österreichische Gesellschaft für Angewandte Forschung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, Wien, S. 30-47.

Bildnachweis

Titelseite: © Engadin River Ranch, Madulain, Graubünden

Seite 40: © Südostschweiz/ Yanik Bürkli

Seite 61: © San Jon, Scuol, Graubünden

Berner Fachhochschule

Hochschule für Agrar-, Forst-
und Lebensmittelwissenschaften HAFL
Länggasse 85
CH-3052 Zollikofen

Andreas Hochuli
Dozent für Agrar- und Regionalökonomie

Tel. +41 31 910 21 66
Fax +41 31 910 22 99

www.hafl.bfh.ch
andreas.hochuli@bfh.ch

ISBN 978-3-033-07057-8