



HHL

**SPORTS SPACE**

THE MANAGEMENT PLATFORM

---

# Die Nachhaltigkeit des Pferdesports am Beispiel der Partner Pferd 2022

## Studienergebnisse

*Prof. Dr. Henning Zülch, Lehrstuhl für Rechnungswesen, Wirtschaftsprüfung und Controlling*

---

# Ziele der Studie

1

Was ist die **Unique Selling Proposition (USP)** des **Pferdesports** im Allgemeinen?

2

Was ist die **Unique Selling Proposition (USP)** der **Partner Pferd** im Speziellen?

3

Welchen **Nutzen** ziehen Stadt Leipzig und Freistaat Sachsen **aus der Partner Pferd**?

# Studienzeitraum: März – Juni 2022

Zeitleiste der Studiendurchführung

Tätigkeit	2022			
	März	April	Mai	Juni
<b>Planung der Studie</b>	U Jan – März 22			
<b>Kick-Off</b>	U 24. März 2022			
<b>Datenerhebung Partner Pferd 2022</b>		06/04 – 10/04 U		
<b>Recherche &amp; Datenanalyse</b>		10/04 – 30/05		
<b>Auswertung &amp; Validierung Projektergebnisse</b>				01/06 – 15/06 U
<b>Projektabschluss</b>				U 30. Juni 2022

# Methodik: Quantitativen Felduntersuchung (Online- und Offline-Kanäle)



## Studiendesign

- Quantitative Felduntersuchung im Rahmen eines Studienprojekts
- Querschnittstudie (Primärdatenerhebung) im Zeitraum 06.04.2022 bis 10.04.2022
- Querschnittstudie für eventspezifischen Vergleich und Validierung im Zeitraum 01.06.2022 bis 15.06.2022



## Datenerhebung

- Datenerhebung auf der Partner Pferd 2022 via Befragung vor Ort, Online-Präsenz sowie in sozialen Medien
- Erhebung eventspezifischer Vergleichsumfrage über soziale Medien und persönliche Kontakte



## Stichprobe

- 918 vollständig ausgefüllte Fragebögen
- 351 Teilnehmer bei Vergleichs- / Validierungsumfrage



## Datenauswertung

- Erstauswertung in der Statistik- und Analyse-Software SPSS
- Ableitung einer Nutzwertanalyse (CBA)

# Die Studienergebnisse im Überblick

## Fragestellung

## Hauptergebnisse

### 1 USP Pferdesport

**Alleinstellungsmerkmal des Pferdesports:** hohes Maß an **sozialer Nachhaltigkeit**.  
Im **Detail** und Vergleich zu anderen Sportarten sind **Diversität, Nahbarkeit, Einzigartigkeit** und **Tradition** zu nennen.

Die **Charakteristika** des **Pferdesports** **passen zum Leitbild** der Stadt Leipzig, das auf soziale Gleichheit, Modernität und Internationalität ausgerichtet ist. Sport und Stadt bilden somit ein **passendes Ensemble**.

### 2 USP Partner Pferd

**Alleinstellungsmerkmale der Partner Pferd:** besondere **Stimmung mit Pferdesport im Mittelpunkt**.  
Im **Detail** sind die **herausragende familiäre Atmosphäre** und **das Mehr an Fokus auf den Pferdesport** zu nennen.

Der Aspekt der sozialen Nachhaltigkeit kann ebenso als Stärke der Partner Pferd gesehen werden. Die UN-Kriterien **Hochwertige Bildung, Geschlechtergleichheit** sowie „**Weniger Ungleichheiten**“ stehen in Ergebnissen heraus.

### 3 Nutzwertanalyse der Partner Pferd

Nutzwert für Stadt und Freistaat: Die Partner Pferd hat sowohl **sozial als auch ökonomisch einen positiven Einfluss auf die Stadt Leipzig** und den **Freistaat Sachsen**.

Dies zeigt sich besonders durch **die überaus positive Einstellung der Besucher** bezüglich des Events und einen **Nettowertbeitrag von ~ 25 Mio.€** für Stadt und Land.

# Zusammenfassung der Studienergebnisse

1

Der **USP des Pferdesports** ist die **soziale Nachhaltigkeit**

2

Der **USP der Partner Pferd** ist die **besondere Stimmung** mit **Fokus auf den Pferdesport**

3

Die **Partner Pferd erhöht** den sozialen und wirtschaftlichen **Nutzen** von Stadt und Freistaat



HHL

**SPORTS SPACE**

THE MANAGEMENT PLATFORM

---

# Die Nachhaltigkeit des Pferdesports am Beispiel der Partner Pferd 2022

## Studienergebnisse

*Prof. Dr. Henning Zülch, Lehrstuhl für Rechnungswesen, Wirtschaftsprüfung und Controlling*

---



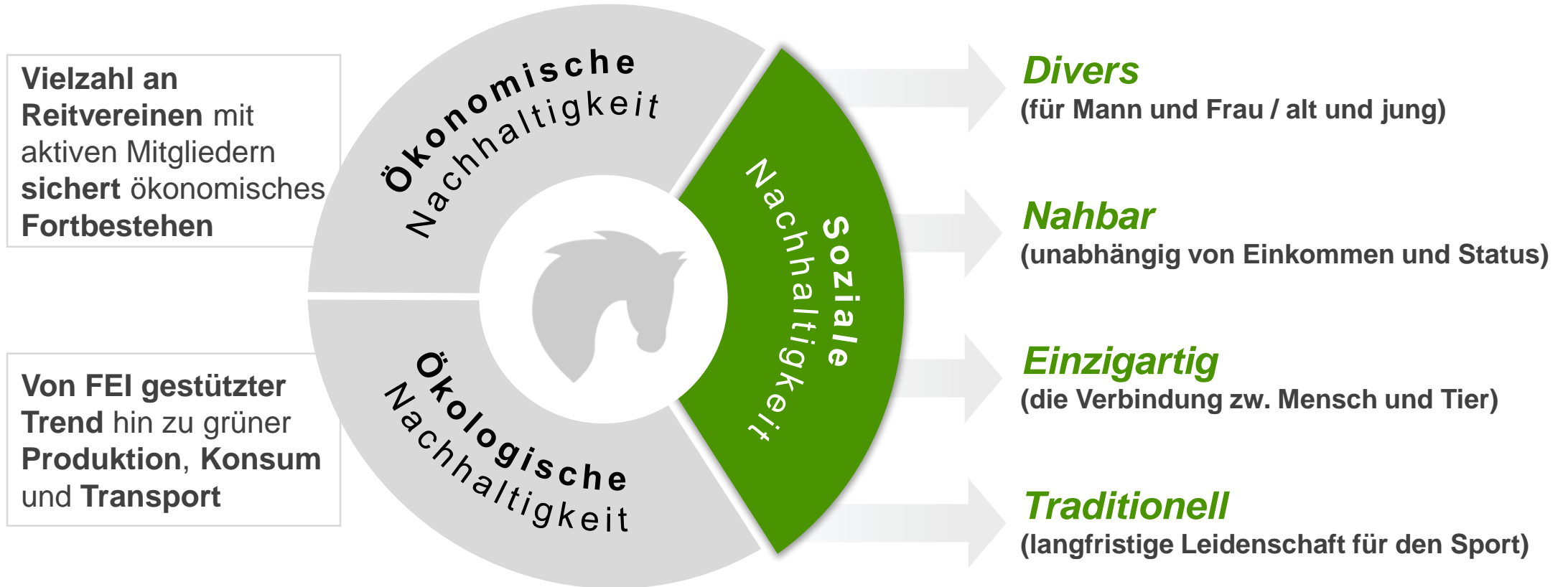
## *Ergänzende Informationen*



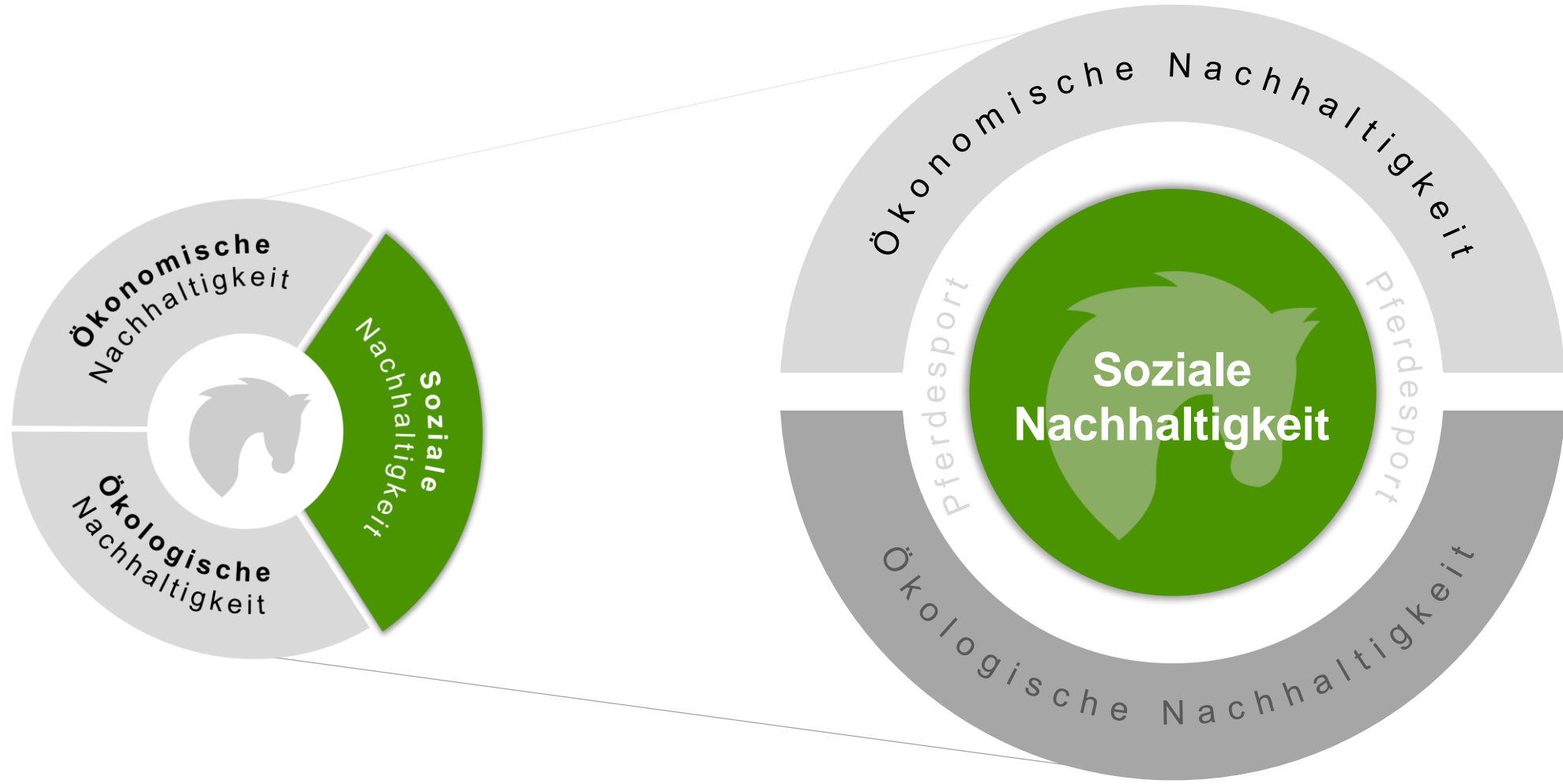
# Mithilfe von Umfrageergebnissen und Literaturrecherchen wurden USPs für den Pferdesport und die Partner Pferd identifiziert



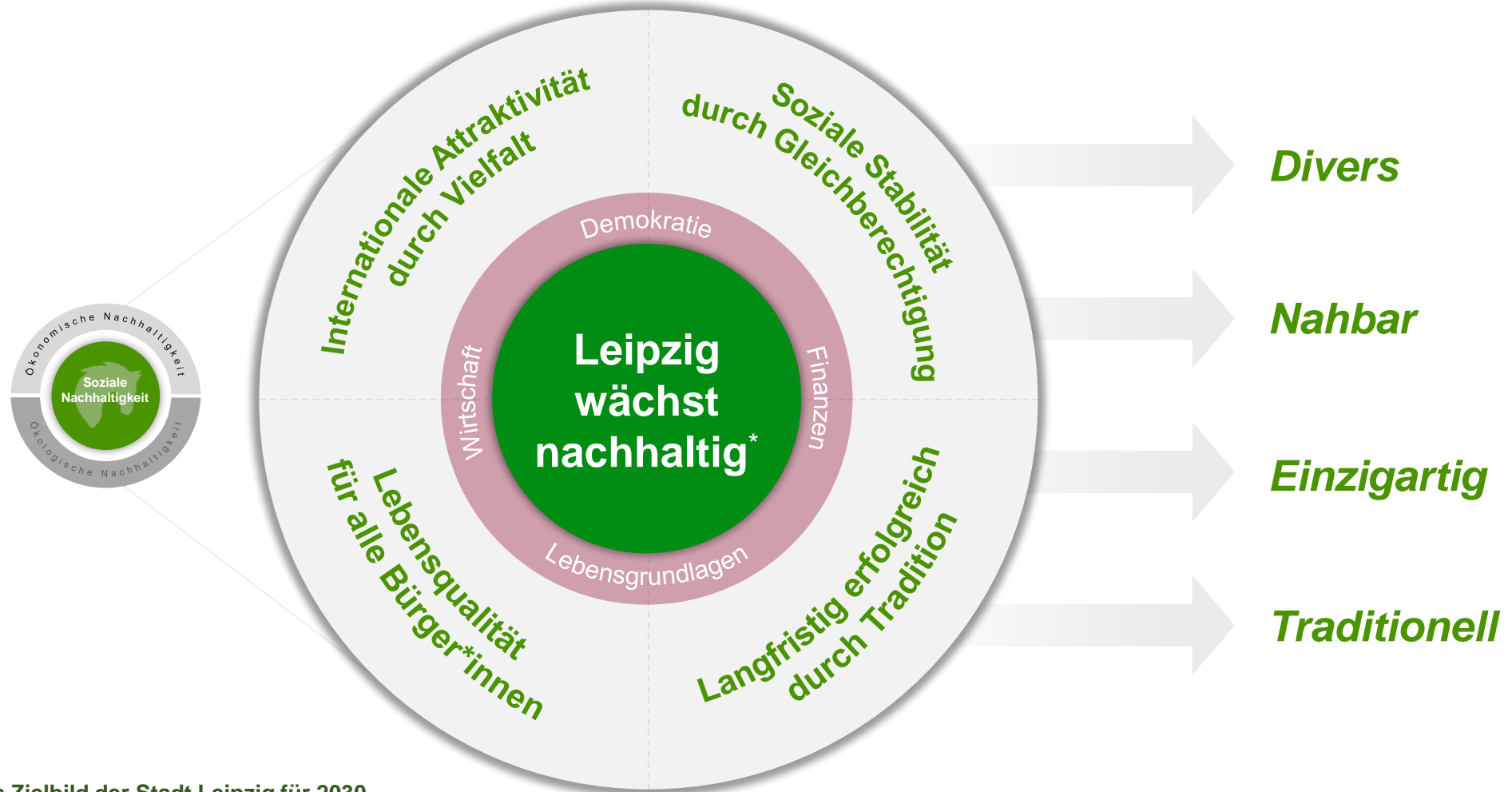
# Die Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit definieren den USP des Reitsports ...



... und kann als Fundament des Pferdesports interpretiert werden



# Die sozialen USP des Pferdesports ergänzen das strategische Zielbild der Stadt Leipzig für 2030

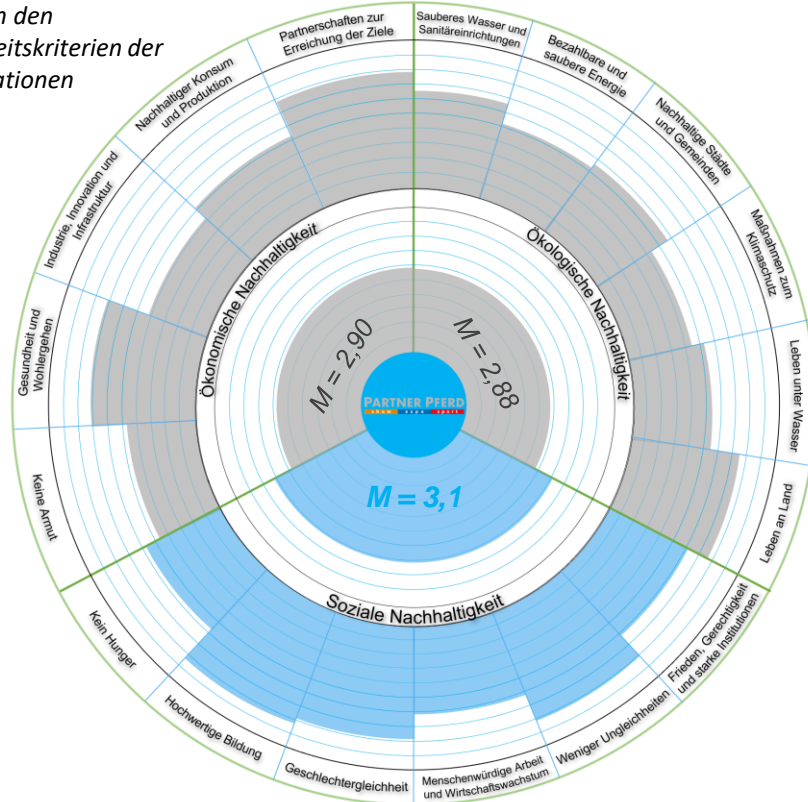


\*Strategisches Zielbild der Stadt Leipzig für 2030

# Die soziale Nachhaltigkeit der Partner Pferd überwiegt im direkten Vergleich der drei Nachhaltigkeitsdimensionen

## Nachhaltigkeit Partner Pferd

Gemessen an den Nachhaltigkeitskriterien der Vereinten Nationen



**4 HOCHWERTIGE BILDUNG**  
 „Hochwertige Bildung“  
 (M = 4,09)

**5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT**  
 „Geschlechtergleichheit“  
 (M = 3,99)

**10 WENIGER UNGLEICHHEITEN**  
 „Weniger Ungleichheiten“  
 (M = 4,00)

## F: Was macht die Partner Pferd für Sie aus?



„Die Partner Pferd ist ein **qualitativ hochwertiges Sportevent.**“ (14,8%)



„Die Partner Pferd bedeutet für mich **Zeit mit der Familie.**“ (14,1%)



„Die Partner Pferd löst bei mir **positive Emotionen** aus.“ (14,5%)



„Die Partner Pferd hat für mich **andere Vorzüge.**“ (42,1%)



„Die Partner Pferd überzeugt durch eine **herausragende Atmosphäre.**“ (14,5%)

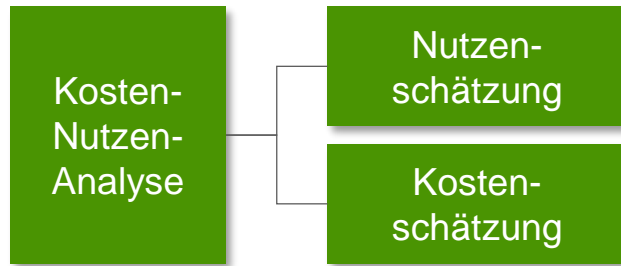
**71,9%**  
 der Besucher hätten die Partner Pferd an keinem anderen Standort als Leipzig besucht.



# Die Kosten-Nutzen-Analyse (CBA<sup>1</sup>) ist Basis, um den wirtschaftlichen und sozialen Beitrag der Partner Pferd für Stadt und Land zu ermitteln

## Ausgewählte Methodik: CBA

CBA: Berechnung des wirtschaftlichen und sozialen Nettobeitrags der Partner Pferd für die Stadt Leipzig



### Tool



Umfrage auf der Partner Pferd (offline und online)

### Zielgruppe



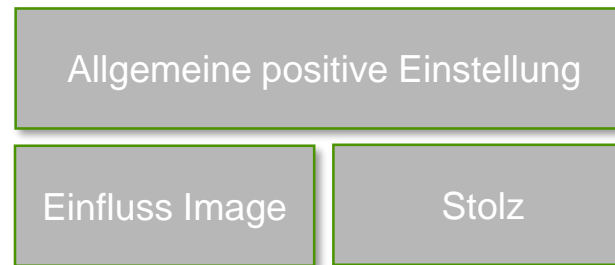
Befragung von Besuchern, Ausstellern und Sportlern

## Ableitung: Nutzens

Der **wirtschaftliche Nutzen** wurde anhand von Erhebungsfragen zu den folgenden Dimensionen ermittelt:



Der **soziale Nutzen** wurde anhand von Fragen ermittelt hinsichtlich:



## Ableitung: Kosten

Die für die Analyse veranschlagten Kosten umfassen die Kosten, die der **Stadt Leipzig** und dem **Freistaat Sachsen** entstehen.



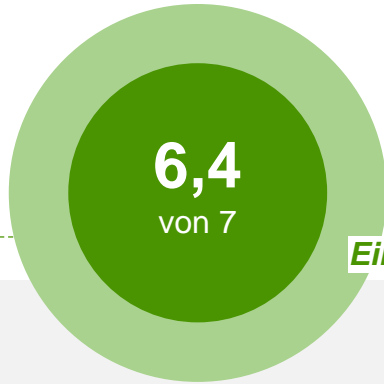
## Ableitung: Gesamtnutzen



1) Cost-Benefit-Analysis

# Die Partner Pferd trifft mit seinen USPs nicht nur Leipzigs Zielbild, sondern bringt auch einen sozialen sowie ökonomischen Mehrwert

## Positiver sozialer Einfluss



positive  
Einstellung

Die Bewertung basiert auf der Wahrnehmung der Befragten in Bezug auf die folgenden Aspekte

Allgemeine Einstellung (6.5)

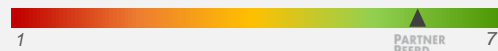
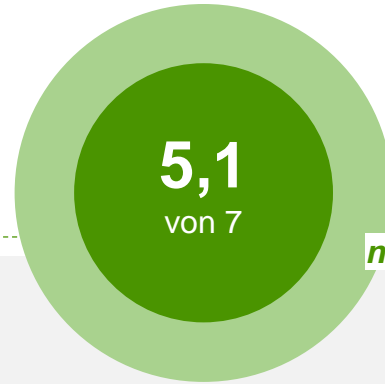


Image Einfluss (6.3)



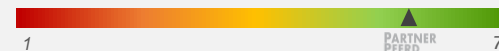
Stolz (6.5)



positiv  
wahge-  
nommener  
Einfluss

Die Bewertung basiert auf der Frage nach den wahrgenommenen Auswirkungen auf die folgenden Aspekte

Tourismus (6.0)



Verkehr (4.6)



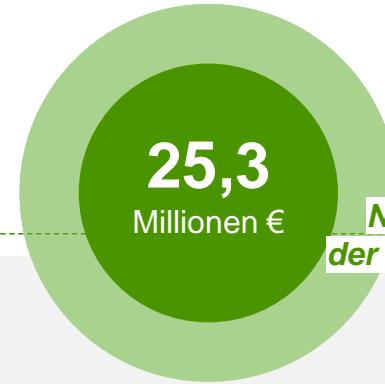
Arbeitsmarkt (5.0)



Sicherheit (4.9)

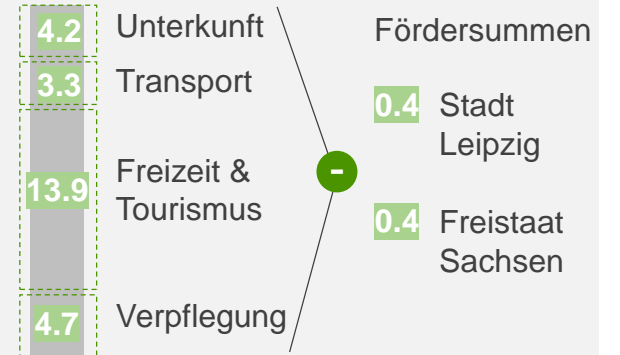


## Relevante wirtschaftliche Auswirkungen



Nettobeitrag  
der Teilnehmer

Der Nettobeitrag wurde aus der Summe aller Ausgaben der Besucher des Events unter Abzug der Förderbeiträge der Stadt Leipzig und des Freistaats Sachsens errechnet



\*Likert Skala 1-7: 1 = trifft gar nicht zu, 2 = trifft nicht zu, 3 = trifft mehr oder weniger nicht zu, 4 = unentschieden, 5 = trifft mehr oder weniger zu, 6 = trifft zu, 7 = trifft voll zu

# Die Kosten-Nutzen-Analyse belegt den positiven Einfluss des Events auf die Stadt Leipzig und den Freistaat Sachsen, sozial und ökonomisch



\*Likert Skala 1-7: 1 = trifft gar nicht zu, 2 = trifft nicht zu, 3 = trifft mehr oder weniger nicht zu, 4 = unentschieden, 5 = trifft mehr oder weniger zu, 6 = trifft zu, 7 = trifft voll zu