

## Pressemitteilung

### Kräfte bündeln – Netzwerk Pferdeindustrie

Die Zusammenarbeit in Netzwerken ist zu einer Schlüsselgröße geworden, um sich unter veränderten globalisierten Marktbedingungen hinsichtlich Kundenorientierung, Schnelligkeit, Flexibilität und Kostenreduzierung zu behaupten. In diesem Sinn arbeitet die GHI seit 2007 auf verschiedenen Ebenen, um diesen Zielen gerecht zu werden. Ein Blick auf die Funktions- und Wirkungsweise der German Horse Industry lohnt sich, um zu verdeutlichen, dass „netzwerken“ auch in der Pferdesportindustrie funktionieren kann.

Wahrnehmung gegenüber der Politik stärken: Es gibt in Deutschland ca. 1,25 Millionen Reiter und etwa genauso viele Pferde und Ponys. Gemäß einer wissenschaftlichen Studie ergeben zwischen drei und vier Pferde einen Arbeitsplatz rund um das Pferd. Demnach ergeben sich aus Sport, Hobby sowie Zucht und Haltung von Pferden in Deutschland mehr als 300.000 Arbeitsplätze. Mehr als 3.000 Firmen haben in Deutschland Pferd und Reiter als Hauptgeschäftsgegenstand. (Quelle: FN) Dies sind durchaus ernstzunehmende Zahlen. Die Wahrnehmung des Wirtschaftsfaktors dieser Branche ist jedoch oft nicht ausgeprägt. Die Wirtschafts- bzw. Landwirtschaftsministerien der Länder sind dabei wichtige Partner im Informationsaustausch.

Synergien nutzen: Die GHI-Mitglieder bilden eine Nutzenkette. Verdeutlichen soll das ein Beispiel: Wer eine Reitanlage bauen will braucht einen Planer, ein Bauunternehmen, einen Stalleinrichter, Boden in Stallgassen und Reithallen/-plätze, Anhänger oder LKW um zum Turnier zu gelangen, Ausrüstung für Pferde und Reiter, Futtermittel, einen Schmied etc. Hier spielt die Kommunikation innerhalb des GHI-Netzwerkes, also zwischen den Mitgliedern, die wichtigste Rolle. Effekt ist, Kontakte werden weitergereicht ohne dass für den Kunden Kosten für Vermittlungsprovisionen anfallen.

Zugang für ausländische Kunden vereinfachen: Made in Germany steht in der ganzen Welt für Qualität und Zuverlässigkeit. In der Reitsportindustrie fehlt oft die Bündelung von Know How und Kontakten. Sicher, es gibt viele Homepages, auf denen man - ein oft unübersichtliches Sammelsurium – Kontaktadressen ungefiltert findet. In der Regel gibt es niemanden, den man persönlich ansprechen und fragen kann. Dabei ist ein Gesicht, der persönliche Kontakt gerade in dieser hochemotionalen Branche wichtig. Die GHI schafft diese Anlaufstelle. 2009 war die GHI auf 14 Messen und Ausstellungen in 10 Ländern für und mit ihren Mitgliedern präsent.

Kosten sparen: Die GHI beschafft Informationen, beobachtet und öffnet ggf. Märkte und ist auf Messen und Reitsportevents, insbesondere in Ländern mit kleinen oder Schwellenmärkten, präsent. Müsste die einzelnen Unternehmen das jeweils für sich leisten, würde das erheblich höhere Kosten verursachen und Vertriebspersonal binden. Dabei weiß man nie genau, was z.B. in Kasachstan, Estland oder China, heraus kommt. Unnötige Kosten sollen aber auch für Kunden vermieden werden. Kontakte werden kostenfrei zur Verfügung gestellt, Gespräche zwischen potentiellen Partnern angebahnt.

Netzwerkmoderation und interne Kommunikation: Das Problem liegt schlicht im Alltag. Die Neigung, gedanklich ausschließlich im eigenen Geschäftsfeld zu verharren, ist groß. Für die Verteilung von Kontakten, Neuigkeiten, Informationen zu Marktteilnehmern, aber auch Wissenswertem aus allen interessanten Bereichen, wie z.B. neue EU-Verordnungen, Fördermöglichkeiten oder geänderte Zollbestimmungen, braucht jedes produktive Netzwerk einen Moderator. Und die Informationsflüsse dürfen nicht abreißen. Die Verantwortung für den Umgang mit Informationen und Kontakten liegt am Ende jedoch wieder bei jedem einzelnen Unternehmen. Und hier ist die Auswahl der Netzwerkteilnehmer ausschlaggebend. In der GHI finden sich Unternehmen, die einen hohen Anspruch an sich selber haben und für die Dienstleistung ein inhaltvoller Begriff ist.

Angesichts der Tatsache, dass unsere europäischen Nachbarn schon lange in die Welt gehen, um auf sich, ihre Fähigkeiten und Produkte aufmerksam zu machen und ihr Know How als Berater zur Verfügung zu stellen, ist es höchste Zeit, dass deutsche Unternehmen in der Pferdesportindustrie ihre Kräfte bündeln und diesen positiven Beispielen folgen.



GHI-Gemeinschaftsstand auf der EQUIROS in Moskau 2009

Thedinghausen im November 2009

German Horse Industry Consulting GmbH  
Syker Str. 205-213  
D-27321 Thedinghausen  
Geschäftsführer Ina Gläßer  
Amtsgericht Walsrode HRB 200929  
Umsatzsteuer-ID-Nummer DE256267474