



Bundesverband der  
Deutschen Sportartikel-  
Industrie e.V.

Pressemitteilung | BSI

**Neue Marktforschungsstudie beleuchtet  
Entwicklungen im Pferdesport  
BSI stellt Consumer Report 2025 auf der spoga horse vor**

## Neue Marktforschungsstudie beleuchtet Entwicklungen im Pferdesport

### BSI stellt Consumer Report 2025 auf der spoga horse vor

**KÖLN.** Der Pferdesport in Deutschland befindet sich im Wandel: Veränderte Konsumgewohnheiten, eine zunehmende Digitalisierung und die wachsende Bedeutung von Nachhaltigkeit prägen die Branche. Auf der spoga horse 2025 präsentierte die Fachgruppe Pferdesport des Bundesverbandes der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. (BSI) in Zusammenarbeit mit Marketmedia24 den aktuellen Consumer Report 2025 unter dem Titel "Faszination Pferdesport". Die repräsentative Studie bietet tiefe Einblicke in das Kaufverhalten, die Präferenzen und die Zukunftsperspektiven der Reiter:innen in Deutschland.

Im Rahmen eines Vortrags auf der Hauptbühne "THE STAGE" anlässlich der B2B-Pferdemesse spoga horse stellte das Marktforschungsinstitut Marketmedia24 zentrale Ergebnisse der Studie vor. Anschließend diskutierten hochkarätige Branchenvertreter:innen auf dem gleichnamigen Panel "Faszination Pferdesport" die Bedeutung der gewonnenen Erkenntnisse für den aktuellen Status quo der Industrie und die Zukunft der Pferdebranche. An der Diskussion nahmen Michael Mronz (Aachen-Laurensberger Rennverein), Hans-Peter Johannsmann (Pikeur) und Karolin Leszinski (Reiter Revue) teil; moderiert wurde die Runde von Lisa Kestel, selbst Reiterin, Podcasterin und Radiomoderatorin.

#### Zentrale Erkenntnisse der Studie

Die Studie basiert auf einer Online-Befragung von 1.249 Personen in Deutschland, darunter 1.049 aktive Reiter:innen. Sie zeigt deutliche Trends auf:

- Freizeitreiten bleibt die beliebteste Disziplin: 82,9 % der Befragten gaben an, hauptsächlich aus Freizeitgründen zu reiten. Der Wunsch nach persönlicher Weiterentwicklung (40,3 %) und sportlichem Wettkampf (33,8 %) spielen jedoch ebenfalls eine Rolle.
- Stationärer Handel weiterhin stark: Trotz des wachsenden Online-Handels bevorzugen viele Konsument:innen den Einkauf vor Ort, insbesondere für sicherheits- und pferdewohlrelevante Ausrüstung wie Helme oder Sättel.
- Digitalisierung im Pferdesport: Online-Coaching und smarte Ausrüstung sind auf dem Vormarsch. Fast 50 % der Befragten nutzen Social Media gezielt für den Pferdesport.
- Herausforderungen für die Pferdesportbranche: hier liegt Tierwohl und Tierschutz mit 18 % auf Platz 1 der Antworten.

Mit diesen und vielen weiteren Erkenntnissen liefert der Consumer Report 2025 wertvolle Impulse für Unternehmen, Fachhändler:innen und Verbände der Pferdebranche.

In der anschließenden Paneldiskussion äußerte sich Hans-Peter Johannsman, stellvertretend für die BSI-Mitglieder der "Fachgruppe Pferdesport", die die Studie beauftragt hatten, erfreut über die belastbaren Zahlen. Aus strategischer Sicht könne nun „jedes Unternehmen seine eigenen Schlüsse daraus ziehen“. Darüber hinaus sei es schön zu sehen, dass das Tierwohl bei vielen Priorität habe. Er ergänzte, dass Industrie und Handel immer darauf bedacht seien, die Sicherheit für das Pferd in den Vordergrund zu stellen, beispielsweise bei Produktsegmenten wie Gamaschen oder Gebisse. Denn nur ein sich wohlfühlendes Pferd mache auch gern seine Arbeit. „Spitzensportler:innen können zeigen, wie es geht, Pferdewohlthemen nicht zu beschönigen, sondern anzusprechen. Aber auch jede:r Reitlehrer:in hat eine Vorbildfunktion“, ergänzte Karolin Leszinski, Redaktionsleiterin Print des Magazins Reiter Revue.

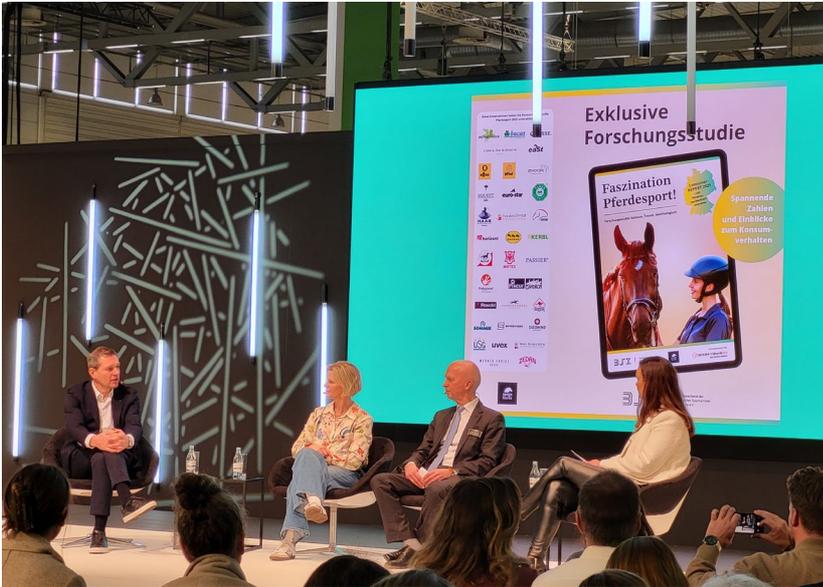
Die Gesprächsteilnehmer:innen waren sich einig, dass die Nachfrage nach Reitunterricht und auch nach dem Erlernen des Umgangs mit Pferden im Allgemeinen groß sei. Aus diesem Grund sei auch das Projekt „100 Schulpferde Plus“ von der Deutschen Reiterlichen Vereinigung (FN) und der Reit-WM Aachen 2026 ins Leben gerufen worden. Reitschulen können sich hier um eine Förderung für Schulpferde bewerben.

Michael Mronz, Geschäftsführer der Aachener Reitturnier GmbH und IOC-Mitglied, wies darauf hin, dass ein Drittel aller deutscher Goldmedaillen in Paris von den Pferdesportler:innen gewonnen wurden; dies zeige, „welche Kraft der Sport hat“. Beim Thema Olympia-Bewerbung sei es wichtig, nicht nur über das „Wann und Wo“ zu diskutieren, sondern vor allem über das „Warum“. Sport als wichtiges Element für Teamleistung und Integration müssten wieder stärker ins Bewusstsein, so Mronz – auch, damit Schulsport wieder eine größere Bedeutung erlange.

Die vollständige Studie ist über diese Seite <https://www.marketmedia24.de/shop/Pferdesportbranche> beziehbar.



Ein Dank des BSI geht auch an die Verantwortlichen der spoga horse, die internationale B2B-Leitmesse der Pferdebranche, für die Unterstützung bei der Studienrealisation.



Von links nach rechts: Michael Mronz, Karolin Leszinski, Hans-Peter Johannsmann und Lisa Kestel bei der anschließenden Paneldiskussion (Copy: BSI)

Der **Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V.** (BSI) ist der 1910 gegründete Unternehmensverband der deutschen Sportartikelhersteller, -großhändler und -Importeure. Ihm gehören rund 160 führende meist mittelständisch geprägte Firmen mit 220 Marken an; unter ihnen internationale Marktführer verschiedener Branchen. Die im BSI organisierten Unternehmen erwirtschaften einen Jahresumsatz von ca. 35 Milliarden Euro.

Der BSI setzt sich für die Wahrung und Umsetzung der Brancheninteressen auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene ein. Der BSI ist zudem Mitglied des Verbandes der europäischen Sportartikelhersteller FESI mit Sitz in Brüssel. Unter dem Claim "Sport vereint" sind die Schwerpunktthemen der Verbandsarbeit Sport und Bewegung in Politik und Gesellschaft, Nachhaltigkeit und Digitalisierung.

Kontakt:

Geschäftsstelle BSI e.V.

Telefon +49 228 926593-0

E-Mail: [info@bsi-sport.de](mailto:info@bsi-sport.de)

Web [www.bsi-sport.de](http://www.bsi-sport.de)