



## Inhaltsverzeichnis

|   |             |
|---|-------------|
| <b>Gliederungsüberblick .....</b>   | <b>I</b>    |
| <b>Inhaltsverzeichnis .....</b>   | <b>II</b>   |
| <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>  | <b>VI</b>   |
| <b>Tabellenverzeichnis .....</b>  | <b>VIII</b> |
| <b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>  | <b>X</b>    |
| <b>1 Einleitung .....</b>   | <b>1</b>    |
| <b>2 Die deutsche Galopprennbranche .....</b>   | <b>7</b>    |
| 2.1 Hauptakteure, Organisation und Finanzierung des deutschen<br>Galopprennsports ..... | 7           |
| 2.2 Entwicklung des deutschen Galopprennsports .....                                    | 12          |
| 2.3 Marktmodell der Galopprennbranche .....   | 15          |
| <b>3 Galopprennvereine in Deutschland .....</b>   | <b>18</b>   |
| 3.1 Beschreibung der Rennvereine .....  | 19          |
| 3.1.1 Einführung in die Struktur .....  | 19          |
| 3.1.2 Regionale Verteilung und Marktanteile .....                                       | 21          |
| 3.1.3 Entwicklung der Totalisatoreinnahmen .....  | 24          |
| 3.2 Analyse der Rennvereine .....   | 26          |
| 3.2.1 Studiendesign und Stichprobenbeschreibung .....                                   | 26          |
| 3.2.2 Ergebnisse .....  | 27          |
| 3.2.2.1 Branchenumsatz deutscher Rennvereine .....                                      | 27          |
| 3.2.2.2 Einnahmeverteilung in Rennvereinen .....  | 31          |
| 3.2.2.3 Organisationsformen, Mitarbeiter und Mitglieder .....                           | 32          |
| 3.3 Geschäftsbereiche von Galopprennvereinen .....                                      | 34          |
| 3.4 Schlussbemerkungen .....  | 37          |
| <b>4 Sportlermarkt .....</b>  | <b>43</b>   |
| 4.1 Grundlagen des Sportlermarktes .....  | 44          |
| 4.1.1 Struktur und Akteure .....  | 44          |
| 4.1.2 Entwicklung .....   | 46          |
| 4.1.3 Kosten eines Rennpferdes .....  | 50          |



|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| 4.2      | Besitz von Vollblutpferden .....   | 52        |
| 4.2.1    | Qualitative Besitzeranalyse .....  | 53        |
| 4.2.1.1  | Konzeptualisierung: Luxusmanagement und Freizeitökonomie ..  | 53        |
| 4.2.1.2  | Methodische Vorgehensweise .....   | 57        |
| 4.2.2    | Ergebnisse .....   | 59        |
| 4.3      | Vollblutzucht und -handel .....  | 65        |
| 4.3.1    | Geschichte .....   | 65        |
| 4.3.2    | Einnahmen der Zuchtbranche .....   | 66        |
| 4.3.3    | Wertschöpfungsentstehungsrechnung eines Jährlings .....  | 67        |
| 4.3.4    | Handel mit Vollblütern – Aktuelle Situation auf dem Jährlingsmarkt ..  | 73        |
| 4.3.5    | Zwischenfazit .....  | 74        |
| 4.4      | Schlussbemerkungen .....   | 77        |
| 4.5      | Handlungsempfehlungen.....   | 79        |
| 4.6      | Fazit.....   | 81        |
| <b>5</b> | <b>Besuchermarkt .....</b>   | <b>83</b> |
| 5.1      | Analyse der Besucher deutscher Galopprennbahnen .....  | 83        |
| 5.1.1    | Marketing-Maßnahmen im Galopprennsport.....  | 83        |
| 5.1.2    | Studiendesign .....  | 85        |
| 5.1.3    | Stichprobenbeschreibung .....  | 86        |
| 5.1.4    | Ergebnisse .....   | 86        |
| 5.1.5    | Schlussbemerkungen und Handlungsempfehlungen .....   | 88        |
| 5.2      | Der Einfluss von Imagedimensionen auf die Besuchswahrscheinlichkeit:<br>Multigruppen-PLS-Analyse unter Pferdesportlern mit besonderer<br>Berücksichtigung von Tierwohlaspekten ..... | 92        |
| 5.2.1    | Galopprennsport: Besonderheiten und Kritik im Vergleich zu den<br>klassischen Pferdesportarten .....   | 94        |
| 5.2.2    | Konzeptionierung der empirischen Imageanalyse.....   | 98        |
| 5.2.2.1  | Forschungsmodell: Modellentwicklung und Hypothesenbildung .  | 98        |
| 5.2.2.2  | Studiendesign .....  | 103       |
| 5.2.3    | Ergebnisse .....   | 104       |
| 5.2.3.1  | Charakterisierung der Stichprobe .....   | 104       |
| 5.2.3.2  | Deskriptive und explorative Datenanalyse .....   | 106       |



|          |   |            |
|----------|---|------------|
| 5.2.3.3  | Ergebnisse des Strukturgleichungsmodells –<br>Multigruppen-PLS-Analyse .....        | 124        |
| 5.2.5    | Schlussbemerkungen.....   | 151        |
| 5.2.6    | Handlungsempfehlungen .....   | 153        |
| 5.2.7    | Fazit .....   | 160        |
| <b>6</b> | <b>Wettmarkt .....</b>  | <b>162</b> |
| 6.1      | Allgemeine Wertschöpfungsstruktur des Pferdewettenmarktes .....                     | 162        |
| 6.2      | Der regulierte Markt für Pferdewetten im deutschen Galopprennsport... ..            | 165        |
| 6.2.1    | Existenzberechtigung und Besteuerung.....   | 165        |
| 6.2.2    | Produkt Pferdewette.....  | 166        |
| 6.2.3    | Wettvermittlung des deutschen Galopprennsports.....                                 | 167        |
| 6.3      | Entwicklung des Pferdewettenmarktes.....  | 170        |
| 6.4      | Onlinemarkt für Pferdewetten – Einflussfaktoren der<br>Branchenattraktivität.....   | 172        |
| 6.4.1    | Rivalität zwischen den etablierten Wettbewerbern.....                               | 173        |
| 6.4.2    | Markteintrittsdrohung .....   | 174        |
| 6.4.3    | Druck durch Anbieter von Substituten.....   | 178        |
| 6.4.4    | Einflussfaktor Staat .....  | 180        |
| 6.5      | Schlussbemerkungen .....  | 180        |
| 6.6      | Handlungsempfehlungen.....  | 183        |
| 6.7      | Fazit.....  | 185        |
| <b>7</b> | <b>Galopprennsportbranchen im internationalen Kontext .....</b>                     | <b>187</b> |
| 7.1      | Internationale Organisationen des Galopprennsports .....                            | 188        |
| 7.2      | Darstellung wettbewerbsdeterminierender Faktoren im<br>internationalen Kontext..... | 191        |
| 7.2.1    | Das Wettgeschäft.....   | 191        |
| 7.2.1.1  | Wettumsätze .....   | 191        |
| 7.2.1.2  | Wettsysteme .....   | 192        |
| 7.2.2    | Das Renngeschäft: Leistungsprüfungen für Englische Vollblüter.....                  | 198        |
| 7.2.3    | Pferderennbahnen, Besucher und Wettumsätze.....                                     | 199        |
| 7.2.4    | Historie und gesellschaftliche Aspekte des Pferderennsports.....                    | 202        |



---

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| 7.2.5    | Strukturreformen und strategisches Marketing..... | 206        |
| 7.2.6    | Animal Welfare – Tierwohl im Pferderennsport..... | 212        |
| 7.3      | Schlussbemerkungen .....                          | 213        |
| 7.4      | Handlungsempfehlungen.....                        | 216        |
| 7.5      | Fazit.....  | 221        |
| <b>8</b> | <b>Resümee.....</b>                               | <b>223</b> |
| 8.1      | Ergebniszusammenfassung .....                     | 223        |
| 8.2      | Handlungsempfehlungen.....                        | 226        |
| 8.3      | Ausblick und weiterer Forschungsbedarf.....       | 229        |
|          | <b>Literaturverzeichnis .....</b>                 | <b>232</b> |
|          | <b>Anhang.....</b>                                | <b>254</b> |
|          | <b>Lebenslauf .....</b>                           | <b>273</b> |
|          | <b>Publikationsliste.....</b>                     | <b>274</b> |