

Protokoll (deutsche Abschrift)

EEBA Expert Panel public perception & relation – meeting (virtual) 20 September 2022

Teilnehmer EEBA Geschäftsstelle:

- Anna Lena Grytz
- Lene Traxel

Teilnehmende Mitglieder:

- Christine Gunia (USG United Sportproducts Germany GmbH)
- Claire Williams (British Equestrian Trade Association)
- Ina Glässer (German Horse Industry Consulting GmbH)
- Luran Schreiber (EquisFair)
- Troels Højvig (Malgre Tout Media A/S)
- Yan Fournier (Rid'Up)
- Maike Rakebrandt (Leiber GmbH)
- Jan Tönjes (Jahr Media GmbH & Co. KG)
- Kerstin Schmidt
- Katie Clifford (Label Equures)

Zusammenfassung:

- **Anna Lena Grytz** präsentiert die Antworten auf die Umfrage (siehe Präsentation).
 - o Themen:
 - Wie wird der Pferdesport derzeit in der Öffentlichkeit wahrgenommen?
 - Welche Themen dominieren Image und Berichterstattung?
 - Entspricht das Ihrer persönlichen Wahrnehmung?
 - Welche Aspekte / Themen vermissen Sie oder werden nicht ausreichend kommuniziert?
 - Wo sehen Sie für uns als Vertreter der Branche wesentliche gemeinsame Ansatzpunkte für eine positive Darstellung und für die Ansprache neuer Zielgruppen?
 - Gibt es Beispiele für gelungene Kommunikation / erfolgversprechende Ansätze?
- Jan Tönjes berichtet von den Weltmeisterschaften in Pratoni: Das wäre die perfekte Gelegenheit gewesen, den Pferdesport im Kontext der Geschlechter zu präsentieren. Trotz der aus deutscher Sicht tollen sportlichen Ergebnisse gab es wenig bis gar keine Nachrichten in der deutschen Tagespresse. Aus internationaler Sicht gibt es derzeit viele Vorbilder im Spitzensport, über die zu berichten sich lohnen würde. Thomas Bach vom IOC war vor Ort, um sich einen Gesamteindruck zu verschaffen. Die hohen Kosten der Berichterstattung (vor allem in der Vielseitigkeit) waren ebenfalls ein Thema und Schweden war die einzige Nation, die ein Übertragungsteam entsandte.

- Das Gremium diskutiert über die aktuelle Berichterstattung und das Bild des Pferdesports in der Öffentlichkeit.
- Leider haben die Medien und die Öffentlichkeit derzeit ein Problem damit, positive Geschichten und Bilder zu vermitteln, und konzentrieren sich stattdessen zunehmend auf Schuldzuweisungen und negative Schlagzeilen. Es gibt ein grundlegendes Problem mit dieser Denkweise.
- Leider wird die Kluft zwischen Profi- und Amateursport in unserer Branche aber immer größer. Dem Thema Nachhaltigkeit wird zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Positiven Aspekten wird zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt oder sie werden zu wenig kommuniziert.
- Lokale Nachrichten sind auch für die allgemeine Wahrnehmung wichtig und können zu einem positiven Image (sowohl des Sektors an sich als auch der einzelnen Unternehmen/Personen, z. B. als interessanter Arbeitgeber) in der Region beitragen. Die lokale Berichterstattung ist oft sehr dankbar für gute Geschichten aus der Region. Leider wird diese Chance noch zu oft nicht ausreichend genutzt oder erkannt. Die überwiegend mittelständischen und kleinen Unternehmen oder auch die Verbände brauchen Unterstützung, den Stoff für eine gute Geschichte selbst zu erkennen und zu veröffentlichen.
- Was können wir als Branchenexperten dazu beitragen, ein positiveres Image zu vermitteln und neue Zielgruppen anzusprechen?
 - o Ansätze:
 - Stärkere Ausrichtung auf den Amateur- und Freizeitbereich, da diese Gruppe den größten Teil unserer Zielgruppe ausmacht. Hervorhebung der besonderen Beziehung zwischen Mensch und Pferd.
 - Schwerpunkt auf der Rolle / den Vorteilen / den positiven Auswirkungen von Pferden sowie auf den Geschichten hinter den verschiedenen Personen
 - Geschichten über "normale" Menschen, Pferdebesitzer, Züchter...
 - Hervorhebung des Beitrags des Pferdesports zu Gesundheit, Wohlbefinden, therapeutischen Zwecken, Alters- und Geschlechtsneutralität. Auch der Beitrag von Pferden zur Charakterbildung und Stärkung des Selbstbewusstseins bei Kindern und Jugendlichen wird noch zu wenig gesehen.
 - Einen Blick auf die allgemeinen Medien werfen - Woran sind sie interessiert? Nach welcher Art von Inhalten suchen sie? Ein Austausch mit Medienexperten außerhalb des Sektors ist notwendig, um von ihnen zu lernen und ein besseres gegenseitiges Verständnis zu fördern.
 - Darüber hinaus sollte EEBA auch darauf abzielen, das Bewusstsein für den wirtschaftlichen Beitrag des Sektors zu schärfen - Anbieter für Arbeitsplätze, Umsatz, Wirtschaftsfaktor
 - Beispiele für erfolgreiche Kommunikation / vielversprechende Ansätze:
 - Podcast "Pferdemenschen – Reitsportfamilien in Deutschland"
 - Schweden: Hat viel über Herning im Fernsehen berichtet, war der einzige Sender in Prato
 - Wir sollten öfter den Blick über den Tellerrand wagen, um zu verstehen, wie andere Sportarten / Branchen sich erfolgreich positionieren.

- **Erwartungen des Expert Panels:**

- Verbesserung der allgemeinen Wahrnehmung und Berichterstattung über unseren Sport
- Steigerung des Bewusstseins für die Bedeutung des Sektors
- Alle wünschen sich eine positivere Berichterstattung und eine Annäherung an die Realität, die wir sehen!

Nächste Schritte:

- EEBA braucht Unterstützung bei der Kommunikation in eigener Sache (z.B. social media)
- Eine Umfrage außerhalb der Branche durchführen: Das Pferd in der Gesellschaft
 - Beispiele:
 - Was fällt Ihnen in den letzten zwei Jahren in Ihrem Land als gutes Beispiel ein?
 - Woher erhalten Nicht-Pferde-Menschen ihre Eindrücke und Informationen?
 - Welchen Kanal müssen wir nutzen, um mit den Menschen in Kontakt zu kommen?
- Kontakt aufnehmen mit den schwedischen Mitgliedern, was läuft in Schweden anders?
- Mehr Experten in dieses Panel einbinden, Medien-Profis, Ausbilder (als erste Kontaktpunkte für neue Reitsportler) etc.,
- Mitglieder in Kontakt mit den lokalen Medien bringen, sie bei Verbreitung der "guten Story" und von Geschichten außerhalb des Mainstreams unterstützen
- Workshop für Presse Arbeit anbieten (Partner/Referenten finden)
- International Media Summit im Rahmen der Equitana
- Nächstes Meeting Ende November (Umfrage sollte vorher durchgeführt werden)