

Betriebsziel: die Kunden zufrieden stellen

Ein Bericht vom Burghof im hessischen Riedstadt/Wolfskehlen

Ein gut funktionierender Reitbetrieb baut sich seinen Kundenstamm im Grunde von selber auf. Ein schlüssiges Betriebskonzept, das sich an den Bedürfnissen und Ansprüchen der Pferdeinteressierten orientiert, fördert zufriedene Kunden. Auch das Personal sollte sich im Betrieb gut aufgehoben fühlen und so eine positive Ausstrahlung ausüben. Überhaupt ist eine angenehme Atmosphäre wichtig – ein gutes Betriebsklima trägt wesentlich zum Erfolg eines Betriebes oder Vereins bei. Eine zielgerichtete Marktanalyse kann sinnvoll sein, und eine immer aktuelle Öffentlichkeitsarbeit unterstützt das Ganze. Insgesamt sollte man ein Gespür für die Kundeninteressen entwickeln.



Der Burghof im hessischen Riedstadt wurde in den achtziger Jahren von Milchviehwirtschaft auf Pferdepensionshaltung umgestellt. Unser Familienbetrieb hat sich in einem homogenen Umorientierungsprozess bis heute vom reinen landwirtschaftlichen Unternehmen zu einer Reitanlage mit weitreichenden Betriebszweigen rund um das Pferd entwickelt. Jeder Bereich ist aus einem anderen entstanden und sinnvoll miteinander verknüpft: die Einsteller der Pensionspferde zeigten auch Interesse am Reitunterricht, aus dem Reitunterricht

entstand wiederum die Nachfrage nach guten Reitpferden. Der Pferdeverkauf intensivierte die eigene Pferdezucht genauso wie die Ausbildung von Reitpferden. Um den Bedarf an Reitkleidung und -ausrüstung abdecken zu können, wurde ein Reitershop eingerichtet. Parallel dazu ist noch das Heilpädagogische Reitzentrum auf unserem Hof entstanden. Diese Entwicklung zeigt, wie durch die schon vorhandenen Kunden in einem Pferdebetrieb eine Eigendynamik entstehen und großen Einfluss auf die Betriebsstruktur nehmen kann.

Nicht, dass da jetzt ein falscher Eindruck entsteht - natürlich läuft der Aufbau eines Betriebes nicht von selbst! Wenn man es aber schafft, die Kunden persönlich anzusprechen und die Angebote individuell auf sie auszurichten, dann hat man einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung getan. Denn ein Kundenlob ist die beste Werbung für einen Reitbetrieb. Dann kommen sie wieder und es setzt sich die sogenannte Mund-zu-Mund-Propaganda in Gang, wodurch auch neue Kunden auf den Hof kommen.

Ein effektives Management und eine gute schlüssige Organisation sind dafür aber dringend erforderlich. Wir beschäftigen zurzeit drei Bereiter, fünf Auszubildende, vier Pfleger und einen Pferdewirtschaftsmeister Zucht- und Haltung auf unserer Anlage. Das Personal muss passen. Eine richtige Auswahl der Angestellten trägt wesentlich zum Erfolg eines Betriebes bei. Es darf nicht nur dem Chef gut gehen, sondern auch den Angestellten. Es ist sinnvoll, wenn man den Mitarbeitern eine Perspektive bieten kann, und sie sich für den Betrieb engagieren. Denn die Reitschüler sind da sehr sensibel. Die merken sofort, wenn jemand hinter seinem Beruf steht. Gerade der Reitunterricht lebt ja von einer angenehmen Stimmung und der Motivationskunst der Ausbilder. Im Schulbetrieb muss man den Reitschülern Alternativen, eine individuelle Betreuung und eine persönliche Ansprache bieten. Wenn die Schüler Spaß am Unterricht haben und sich wohlfühlen, hat man ein wesentliches Betriebsziel erreicht.



Dazu gibt es bei uns ein Kurssystem, das jedem Reitschüler die Möglichkeit bietet, sich ja nach Leistungsstand unterrichten zu lassen. Für Abwechslung sorgen themengebundene Unterrichtsstunden oder auch gesellige Unternehmungen, wie gemeinsame Ausritte. Interessante Lehrgänge mit qualifizierten Ausbildern dienen der Fortbildung und machen unsere Reitausbildung attraktiv.

Um Aufmerksamkeit zu erreichen und auch neue Kunden anzusprechen, führen wir mehrere Hausturniere pro Jahr durch. Auch Hengstschauen, Pferde-Verkaufsschauen und große Reitturniere gemeinsam mit dem Reit- und Fahrverein Wolfskehlen sorgen für Zuschauerzuspruch und locken mögliche neue Kunden auf das Betriebsgelände. Des Weiteren haben bei uns schon Qualifikationen zum Bundeschampionat in Warendorf und Pferde-Auktionen stattgefunden.

Werbung in regionalen Zeitungen, Plakate aufhängen und das Verteilen von Flyern in benachbarten Reitvereinen und bei Reitveranstaltungen sorgen dafür, dass unsere Veranstaltungen gut besucht werden. Damit können wir gleichzeitig über die anderen Betriebszweige informieren und Neukunden anwerben.



Das Internet wird bei der Kundenpflege mittlerweile immer wichtiger. Die Homepage muss aber immer auf dem neuesten Stand sein. In der Außendarstellung setzen wir unser BetriebsLogo ein, das für einen hohen Wiedererkennungswert sowohl in den Publikationen als auch auf der Reitkleidung unserer Reitschüler und den Satteldecken sorgt.

Eine intensive Nachbetreuung und eine persönliche Kontaktpflege zu den Pferdekäufern tragen nach Verkaufstagen wesentlich zur Kundenbindung bei. Je effektiver die einzelnen Arbeitsbereiche eines Betriebes mit einander verknüpft sind, umso höher sind die Erfolgsaussichten. Was aber nicht passieren darf ist Stillstand, denn der Aufbau eines Betriebes verläuft nicht gradlinig und man sollte jeder Zeit in der Lage sein, seine Arbeitsschwerpunkte zu korrigieren und sich veränderten Kundenbedürfnissen anzupassen.

Ihr Volker Brodhecker
Betriebsleiter des Burghofes

Stand: 02/2011

Weitere Informationen: www.brodhecker-burghof.de