

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| 1. Einleitung .....   | 12 |
| 2. Literaturübersicht .....   | 14 |
| 2.1 Grundlagen Markenmanagement .....   | 14 |
| 2.1.1 Der Begriff der Marke .....   | 14 |
| 2.1.2 Die Funktionen von Marken .....   | 15 |
| 2.1.3 Die Arten von Marken.....   | 17 |
| 2.2 Die Besonderheiten von Marken im Sport .....                                | 20 |
| 2.3 Die Bedeutung von Marken .....  | 23 |
| 2.3.1 Die Bedeutung von Marken in der Bekleidungsindustrie                      | 23 |
| 2.3.2 Die Bedeutung von Marken im Reitsport .....                               | 24 |
| 2.3.3 Die Bedeutung von Marken in der Automobilbranche .....                    | 25 |
| 2.4 Die Rolle des Markenwerts .....   | 27 |
| 2.5 Die Taxation von Reitpferden .....  | 29 |
| 2.6 Der Pferdebetrieb als Marke?! .....   | 31 |
| 3. Die Herangehensweise.....  | 37 |
| 3.1 Die Analyse von Auktionsergebnissen .....                                   | 37 |
| 3.2 Die Befragung von potenziellen Reitpferdekäufern .....                      | 40 |
| 4. Ergebnisse.....  | 42 |
| 4.1 Die Vermarkter auf Elite-Reitpferdeauktionen.....                           | 42 |
| 4.1.1 Die Auktionspferde .....  | 42 |
| 4.1.2 Die Analyse der Vermarkter .....  | 43 |
| 4.1.3 Der Vergleich der Vermarkter anhand der Anzahl<br>der Auktionspferde..... | 48 |
| 4.2 Die Befragung potenzieller Reitpferdekäufer .....                           | 55 |
| 4.2.1 Die demographische Analyse der Befragten .....                            | 55 |
| 4.2.2 Die Erkenntnisse zum Einfluss des Betriebes .....                         | 60 |
| 4.3 Die Zusammenführung der Ergebnisse<br>beider Methoden.....                  | 68 |

|   |     |
|---|-----|
| 5. Diskussion .....   | 75  |
| 5.1 Die Herangehensweise.....   | 75  |
| 5.1.1 Die Klassifizierung der Vermarkter.....                               | 75  |
| 5.1.2 Die Durchführung der Befragung potenzieller<br>Reitpferdekäufer ..... | 79  |
| 5.2 Die Ergebnisdiskussion beider Methoden.....                             | 85  |
| 5.2.1 Die Auktionspferde .....  | 85  |
| 5.2.2 Die Kennzeichen der Marke eines Pferdebetriebes.....                  | 87  |
| 6. Schlussfolgerungen .....   | 94  |
| 6.1 Der Pferdebetrieb als Marke .....                                       | 94  |
| 6.2 Die Anwendung in der Taxation von<br>Reitpferden .....                  | 97  |
| 6.3 Ein Leitfaden für die Praxis .....                                      | 98  |
| 7. Zusammenfassung .....  | 103 |
| Danksagung .....  | 105 |
| Literaturverzeichnis .....  | 107 |