



Executive Summary - Kurzfassung

R-haltenswert Social Media Reflection Report - Stand: Dezember 2025

Der Bericht analysiert erstmals systematisch, welche Reit- und Trainingsbilder im digitalen Raum öffentlich sichtbar gemacht werden und wie diese Darstellungen Wahrnehmung, Ausbildungsverständnis und Vertrauen im Pferdesport beeinflussen.

Grundlage sind ausschließlich öffentlich zugängliche, von den Akteur:innen selbst ausgewählte und veröffentlichte Social-Media-Videos reichweitenstarker Accounts aus dem deutschsprachigen Raum (≥ 50.000 Follower), ergänzt durch Wahrnehmungsdaten aus Social-Media-Befragungen.

Über alle Module hinweg zeigt sich ein konsistentes Muster: Öffentlich präsentierte Reitbilder wirken überwiegend geordnet, kontrolliert und formal stabil.

Gleichzeitig bleiben zentrale Qualitätsmerkmale pferdegerechter Ausbildung – insbesondere Losgelassenheit, Selbsthaltung, innere Durchlässigkeit sowie eine stabil tragfähige Bewegungsorganisation unter Anforderung – häufig nur eingeschränkt sichtbar oder werden durch technische und reiterliche Rahmenbedingungen abgesichert.

Ausrüstung und reiterbezogene Einflussfaktoren übernehmen in relevanten Anteilen eine strukturierende Rolle; biomechanische Einschränkungen treten vor allem in Rückentätigkeit und Hinterhandtragfähigkeit auf.

Konflikt- und Stressindikatoren sind in den selbst veröffentlichten Inhalten überwiegend nicht oder nur gering sichtbar; dominante Konfliktzeichen werden selten gezeigt.

Das ist nicht als Aussage über die Gesamtrealität des Sports zu verstehen, sondern als Hinweis auf kuratierte Selbstdarstellung und implizite Vorzeigbarkeitsnormen im digitalen Raum.

Im Abgleich mit der öffentlichen Wahrnehmung entsteht eine zentrale Diskrepanz: Trotz konfliktarm erscheinender Selbstdarstellung bleibt die gesellschaftliche Wahrnehmung kritisch und misstrauensgeprägt.

Die Befunde sprechen dafür, dass der Vertrauenskonflikt weniger durch einen Mangel „guter Bilder“ als durch fehlenden Kontext, Einordnung und sichtbare Verantwortungsstrukturen verstärkt wird.

Daraus folgt eine strategische Implikation: Bildbasierte Positivkampagnen allein sind strukturell nicht geeignet, Wahrnehmung nachhaltig zu drehen, weil konfliktarme Bilder bereits den Großteil der Selbstdarstellung ausmachen und negative Einzelereignisse medial überproportional wirken.

Wirksam ist vor allem, digitale Sichtbarkeit stärker für Einordnung zu nutzen: Ausbildung als Prozess, Anforderungen, Grenzen und Umgang mit Spannungsphänomenen nachvollziehbar zu machen, statt ausschließlich Ergebnisse und äußere Ordnung zu zeigen.