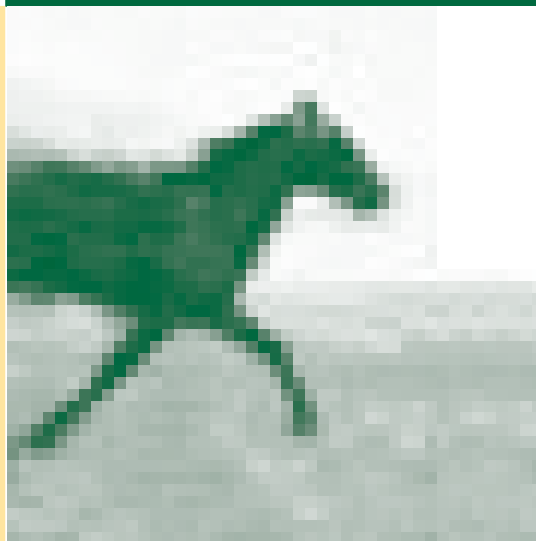


Häst-Sverige som upplevelseindustri

UNDERLAG FÖR EN NATIONELL BRANSCHSATSNING PÅ HÄSTTURISM



FÖRORD

Människors intressen utgör en viktig bas för resande och turism. Intressena är av många olika slag, t ex önskan att se och uppleva platser och miljöer, att vara åskådare eller utövare vid sport- eller nöjesevenemang, att shoppa, att besöka mässor och utställningar, att vistas i naturen, att segla osv.

Ett intresseområde som Turistdelegationen uppmärksammar i Innovationsprogrammet handlar om turistverksamheter med hästar som bas. Ett exempel är projektet Hästturism i Sverige, som har Lantbrukarnas Riksförbund, LRF, som projektägare och finansieras av LRF, Jordbruksverket och Turistdelegationen. Projektet syftar till att utveckla entreprenörskapet och förbättra lönsamheten för företagare inom hästturism och projektperioden sträcker sig till mitten av 2005.

En kritisk faktor för att få långsiktiga effekter av utvecklingsarbetet kring företagande inom hästturism är kompetensutveckling. I det arbete som hittills genomförts i bl a projektet Hästturism i Sverige har man identifierat ett flertal områden där det finns behov av kunskapsförstärkande åtgärder, t ex produktutveckling, marknadsföring, ekonomi osv.

Mot denna bakgrund har Turistdelegationen inom ramen för Innovationsprogrammet uppdragit åt Torbjörn Wennebro och företaget Ord, skog och jord att ta fram föreliggande rapport. Rapporten innehåller ett utkast till en nationell strategi för hästturism i Sverige med särskilt fokus på kompetensutveckling.

Stockholm i februari 2004

För Turistdelegationen
Dennis Bederoff
tf direktör

Innehållsförteckning

FÖRORD AV TURISTDELEGATIONEN

1. INLEDNING	3
2. VAD ÄR HÄSTTURISM?	4
3. FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR HÄSTTURISM I SVERIGE	4
3.1 Hästtätast i EU	4
3.2 Landskapet och kulturen	4
3.3 Fyrtio raser av god kvalitet	4
3.4 Många hästturismföretag	5
3.5 Ledande hästsportnation	5
3.6 Mängder av evenemang varav flera i världsklass	5
3.7 En enorm marknad	6
4. SVENSK HÄSTTURISM – NULÄGE OCH PÅGÅENDE AKTIVITETER	7
4.1 Sporten en del av hästturismen	7
4.2 Hästturismföretagen	7
4.3 Hästturism i Sverige och andra projekt	8
4.4 Miljö- och kvalitetssäkring	9
4.5 Marknadsföring och försäljning	9
5. HÄSTTURISM I ANDRA LÄNDER	10
6. HÄSTBRANSCHENS AKTÖRER.....	11
7. AKTÖRER FÖR UTVECKLING AV HÄSTTURISM	12
8. KOMPETENSBEHOV	13
9. HÄSTUTBILDNING I SVERIGE	14
9.1 Gymnasieutbildning	14
9.1.1 Naturbruksgymnasier	
9.1.2 Flyinge, Strömsholm och Wången	
9.2 Eftergymnasial utbildning	15
9.2.1 Naturbruksskolor	
9.2.2 Nationella Stiftelsens anläggningar	
9.2.3 Kvalificerade Yrkesutbildningar (KY)	
9.2.4 Universitetsutbildning	
9.3 Utbildning i hästturism	17
9.3.1 Gymnasial utbildning	
9.3.2 Eftergymnasial utbildning	
10. SLUTSATSER OCH FÖRSLAG TILL ÅTGÄRDER	18
10.1 En nationell branschetsatsning	18
10.2 Miljö- och kvalitetssäkring	19
10.3 Produktutveckling, marknadsföring och försäljning	19
10.4 Forskning	20
10.5 Kompetensutveckling – utbildningsprogram	20
10.6 Nav för utvecklings- och kompetensfrågor	22
10.7 Branschetsatsning på Häst-Sverige som upplevelseindustri - sammanfattning	23

1. INLEDNING

Denna rapport är framtagen med medel från Turistdelegationen inom ramen för Innovationsprogrammet. Det övergripande målet med programmet är att skapa tillväxt i den svenska rese- och turistindustrin. Turismaktiviteter med koppling till häst är ett område med stor utvecklingspotential. Sverige har i detta avseende utomordentligt goda förutsättningar men det saknas ett antal pusselbitar för att tillväxten ska ta fart. I denna rapport görs ett försök att utifrån en översiktlig beskrivning av den svenska hästbranschen kartlägga vad som måste tillföras för att potentialen ska kunna tas tillvara. Syftet med rapporten är att ge underlag för en nationell branschsatsning på hästturism med särskilt fokus på kompetensutveckling.

Sveriges klimat gör att vi inte mer än under en kort period av året kan konkurrera med sol och bad, det som i många svenskers ögon är förknippat med semester och fritid. Däremot har vi i Sverige goda förutsättningar att utveckla aktiviteter som i omvärldens ögon kan vara både konkurrenskraftiga och t o m exotiska och mindre beroende av årstid. En sådan förutsättning är den omfattande hästhållningen i Sverige. Sedan ”avhästningen” i lantbruket var genomförd på 60-talet har antalet hästar ökat från ca 70.000 till idag ca 300.000. Den explosiva utvecklingen har skett helt utan statsstöd och fört Sverige till en position som ett av Europas hästtätaste länder. Bara Island har fler hästar per innevånare. Hästbranschen beräknas omsätta ca 20 Mdr kronor varav hälften utgörs av spelverksamhet inom hästsporten (trav- och galopp).

Den helt överväldigande delen av landets hästhållning bygger på fritidsintresse. Det stora antalet hästar utgör en stor potential för turismaktiviteter med hästen i centrum. Redan idag finns ett stort antal hästturismföretag varav flertalet är små och opererar på en lokal marknad. Sverige är en ledande tävlingsnation inom travsporten. Svenska uppfödare och tränare är erkänt duktiga. Också inom ridsport tävlar svenska hästar och ryttare i världseliten. I Sverige genomförs flera stora internationella evenemang med hästen i centrum som Stockholm International Horse Show, Göteborg Horse Show och Falsterbo Horse Show. Det finns arenor för evenemang och ett landskap med gott om plats och mängder med miljöer som lämpar sig för aktiviteter och upplevelser till häst.

Det finns alltså en rad goda förutsättningar som skulle kunna göra Sverige till Europas ledande nation inom hästturism. Branschen är dock än så länge outvecklad framför allt när det gäller att locka turister från andra länder. Med en nationell branschsatsning med tonvikt på kompetensutveckling skulle tillväxten kunna ta fart. Häst-Sverige som upplevelseindustri har stor tillväxtpotential.

Författaren svarar för projektrapportens innehåll, varför detta ej kan åberopas som Turistdelegationens ståndpunkt.

Sollentuna i februari 2003

Torbjörn Wennebro

2. VAD ÄR HÄSTTURISM?

Turism definieras som människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning. Kortare vistelse definieras som dagsbesökare. Hästturism kan därmed definieras som alla aktiviteter med koppling till häst till vilka människor reser för att själv delta aktivt eller som publik. Begreppet hästturism är dock för de flesta nytt och okänt. Många som driver sådan verksamhet uppfattar inte själva att man är i turistnäringen.

Till hästturism kan räknas bl a utflyktsridning, turrledning, långfärdsridning, vildmarksridning, ridleder, häst- och vagnsuthyrning, sightseeing med häst och vagn/släde, vissa kurser och utbildningar, Bed & Breakfast och hyra av häst liksom deltagande i tävlingar (trav, galopp) och andra hästevenemang som deltagare och publik.

3. FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR HÄSTTURISM I SVERIGE

3.1 Hästtätast i EU

Den senast gjorda beräkningen pekar på att det i Sverige finns 280.000 – 300.000 hästar. Beräkningarna är dock osäkra varför Jordbruksverket nyligen fått i uppdrag av regeringen att göra en översyn när det gäller identifiering och registrering av hästar. Givet ovanstående antal har vi 33 hästar per 1000 innevånare vilket gör oss till EUs hästtätaste land. I många län och kommuner är antalet hästar per person betydligt högre. I exempelvis Tingsryd kommun finns det över 140 hästar per 1000 innevånare.

3.2 Landskapet och kulturen

Sveriges relativt befolkningens stora yta ger goda levnadsbetingelser för hästarna i form av utrymmen för utevistelse, beten och foderproduktion. Hästarna är därmed viktiga för att hålla landskapet öppet. Gott om utrymme och ett varierat landskap ger goda miljöer för aktiviteter med stor bredd och under alla årstider. Hästen har spelat stor roll i den svenska historien vilket ger goda möjligheter till hästaktiviteter som anknyter till historiska skeden.

3.3 Fyrtio raser av god kvalitet

Den starka ökningen av antalet hästar från ca 70.000 på 60-talet till idag ca 300.000 har också inneburit en fördubbling av antalet raser. Idag finns inte mindre än 40 raser företrädda i landet varav rasföreningar finns för de flesta. Då olika raser lämpar sig för olika aktiviteter är även detta en viktig förutsättning för utveckling av hästturism. Särskilt intressanta för exotiska turistupplevelser är de ”svenska” raserna gotlandsrusset, nordsvensken, det svenska halvblodet och den svenska ardenneren. För turrledning är islandshästar den ras som främst används mest.

De svenska hästarna kännetecknas av god kvalitet. Hästar av alla raser är friska som en följd av bra avelsarbete och god hästhållning. Just detta kan bli en viktig fördel i konkurrensen om de internationella kunderna.

3.4 Många hästturismföretag

Projektet ”Hästturism i Sverige” har idag adresser på ca 500 företag som har häst helt eller delvis i sin turistverksamhet. Alla företag är små och mer än hälften finns på lantbruksfastigheter där turistverksamheten ofta bedrivs i kombination med andra verksamhetsgrenar. Det relativt stora antalet företag med hästturismverksamhet är en viktig bas för fortsatt utveckling av näringen.

3.5 Ledande hästsportnation

I Sverige har hästsporten både bredd och en internationellt konkurrenskraftig elit inom alla grenar. Sverige är en av världens tre största travnationer med erkänt duktiga uppfödare, tränare och kuskar. Svenska Travsportens Centralorganisation, STC, organiserar 74 lokala travsällskap. Trav bedrivs på 32 permanenta travbanor med totalisatorspel och nära 400 professionella tränare. Vidare finns tre permanenta galoppbanor. Totalisatorspelet inom trav- och galoppsporten omsätter drygt 10 miljarder kronor per år.

Ridsport bedrivs aktivt av över 500.000 svenskar varav 85 procent är kvinnor. Av dessa är 210.000 medlemmar i Svenska Ridsportförbundet. Ca 185.000 svenskar rider på landets ca 540 ridskolor. Inom Ridsportförbundet finns 21.000 licensierade ryttare som gör 150.000 starter per år. Också inom ridsportens olika grenar tillhör svenska ekipage världseliten.

3.6 Mängder av evenemang varav flera i världsklass

Runt om i landet arrangeras årligen ett stort antal evenemang med hästen i centrum. Landets 985 ridklubbar (anslutna till SvRF), varav 540 driver ridskola, genomför tävlingar och andra aktiviteter som lockar både aktiva och publik. Aktiviteter för allmänheten genomförs också vid landets 29 naturbruksgymnasier med hästinriktning liksom vid Nationella Stiftelsen anläggningar i Flyinge, Strömsholm och Wängen.

Innevarande år genomförs på landets 32 permanenta travbanor 888 tävlingsdagar och inom galoppsportens tre banor ett 70-tal tävlingsdagar. Travbanorna samlade 2.122.241 besökare år 2002.

I Sverige genomförs vidare två inomhusarrangemang och ett utomhusarrangemang som är i absolut världsklass:

- **Stockholm International Horse Show** som startade 1993 är världens största ridsportevenemang inomhus räknat efter åskådare per dag. Antalet besökare har gått från 32.000 1993 till 77.000 2003 och är numera Globens största återkommande evenemang. Konceptet är tävling och underhållning med hästar på högsta internationella nivå. Evenemanget genererar 5 timmar TV och totalt 7 miljoner tittare i Sverige. 40 procent av besökarna kommer från platser utanför Mälardalen.
- **Göteborg Horse Show** i Scandinavium startade 1977 med inriktning på hopp och dressyr. Sedan 1992 genomförs samtidigt hästsportmässan EuroHorse i Svenska Mässan. 2003 hade evenemanget 72.991 besökare av vilka 84 procent var turister. Enligt en utredning gjord av Turismens utredningsinstitut gav evenemanget ett turistekonomiskt inflöde på nästan 80 miljoner kronor. Besökarna är till största delen kvinnor och medelåldern är 24 år.
- Det anrikaste evenemanget är **Falsterbo Horse Show** som pågått sedan 1920-talet. Huvudinriktning är hoppning och dressyr men även ett stort antal högklassiga nationella och internationella fälttävlingar anordnas. Evenemanget som genomförs under en vecka i juli hade 50.000 besökare 2003.

3.7 En enorm marknad

Marknaden för turistaktiviteter måste bedömas som mycket stor. Ca 500.000 svenskar rider regelbundet men upp emot en miljon svenskar bedöms rida någon gång per år. En stor del utgörs av företagsarrangemang av olika slag vilket kan förklara att många hästturismföretag saknar kunder under semestermånaden juli. Många ridentusiaster hittar inte det man söker i Sverige, därför beger man sig till andra länder med mer utvecklat utbud. Hästfolk är beresta och kan i det sammanhanget jämföras med golfentusiaster. Av detta följer att det finns en stor internationell marknad för ”export” av hästturism. Kunder från olika länder har ofta specifika krav på hästaktiviteterna liksom krav på kvalitet runt om. I Sverige har vi bra boende, ofta handikappvänliga förhållanden etc som kan göras till en konkurrensfördel.

Det finns alltså gott om kunder för hästturism både här hemma och utomlands men Sveriges förmåga att ta detta tillvara är bara i sin linda.

4. SVENSK HÄSTTURISM – NULÄGE OCH PÅGÅENDE AKTIVITETER

Som hästturism förstås allt resande utöver vardagliga rutiner till aktiviteter anknutna till häst. Med denna erkända turistdefinition måste besök som deltagare och publik till hästsportens arenor liksom till ”hästdagar” vid ridklubbar, ridskolor och naturbruksgymnasier räknas hit liksom de stora evenemangen i Stockholm, Göteborg och Falsterbo. Till detta kommer deltagande i aktiviteter vid ett växande antal hästturismföretag runt om i landet. I detta perspektiv utgör hästturism en icke obetydlig del i den svenska turismen. Några säkra siffror finns inte men det handlar sannolikt redan om miljardbelopp. Andelen export, dvs utifrån kommande besökare, kan dock än så länge bedömas som liten.

4.1 Sporten en del av hästturismen

Efter en lång följd av år med ökad omsättning vid de svenska travbanorna har den positiva utvecklingen brutits de senaste åren. Som orsak anges konkurrens från andra spelformer och ny teknik som gör att inte lika många besöker arenorna. Förbundet har antagit ett sparprogram som innebär 32 färre travdagar 2004 och ett beslut skall under året fattas om att eventuellt stänga en eller flera travbanor 2005. Ett sätt att möta denna utveckling kan vara att bredda arrangemangen med andra hästaktiviteter för att nå en ny och yngre publik.

I nyhetsbrev nr 10 2001 skrev STCs dåvarande generalsekreterare Ulf Nordin att Travsportens framtid handlar om att förändra och han skrev bl a att *”vi måste nu:*

- bli mer medvetna om anläggningarnas och evenemangens betydelse för att locka publik,
- se besökaren som en kund
- respektera att olika kunder har olika önskemål
- vara beredda att erbjuda en produkt som tillfredsställer olika önskemål”.

Nordin begränsar dock sina funderingar till vad som kan åstadkommas i samverkan mellan Travskällskapen, STC och ATG. Varken ridsporten eller andra aktörer inom hästbranschen nämns. Den stora grupp unga hästengagerade människor som finns inom ridning (65 % av SvRFs medlemmar är mellan 7 och 25 år) borde vara en utmärkt målgrupp att locka till travbanorna genom att *”erbjuda en produkt som tillfredsställer olika önskemål”*. Travdagarna skulle kunna utvecklas till arrangemang som lockar fler hästintresserade. Istället för att konkurrera sinsemellan gäller det att hävda hästbranschens positioner gentemot andra hobbies och fritidsintressen.

Det skulle gynnas av ett ökat samarbete både inom sportens olika grenar och mellan sporten och andra hästengagerade som ridskolor och hästturismföretag. En viktig faktor för utveckling av hästturismen är allianser mellan sporten, andra hästintressen och turistarrangörer.

4.2 Hästturismföretagen

Som nämnts har projektet ”Hästturism i Sverige” adresser till ca 500 företag som bedriver hästturism. Det utbud som finns visar att hästturisterna är beredda att betala 700 – 1200 kronor per upplevelsedygn inkluderat hästaktiviteter, mat och övernattnig. Företagens intäkter från hästturism varierar stort. De största företagen omsätter runt 5 miljoner kronor medan de mindre något eller några hundratusen per år. Den genomsnittliga omsättningen bedöms vara ca en halv miljon vilket skulle innebära en sammanlagd omsättning på ca 250 miljoner kronor.

Företagen är genomgående små och är väl spridda över landet. Företagaren är ofta kvinna med en medelålder på ca 40 år. De flesta har varken utbildning i hästhållning, ekonomi eller turism. De flesta har inte gått på ridskola (d v s har inte ridit som barn) utan är självlärda och försäljning

av aktiviteter har växt fram för att finansiera det egna hästintresset. Ca 100 av företagen livnär sig dock på verksamheten medan hästturism för övriga utgör en del av försörjningen. De flesta är ensamföretagare vilket innebär att det finns få anställda i branschen.

Marknaden för företagens hästaktiviteter är i huvudsak lokal med undantag för företagen i fjällvärlden. Detta kan förklara att många företag saknar kunder under juli månad när folk i närområdet firar semester på annat håll och företagskunderna har semesterstängt. Campingplatser och stugbyar som befolkas av barnfamiljer och finns väl spridda över landet borde ju annars vara utmärkta miljöer för att rekrytera kunder. Många har svårt att se de som nyttjar deras aktiviteter som "gäster" och "kunder" utan som folk som man ger möjlighet att få rida.

4.3 Hästturism i Sverige och andra projekt

Som en följd av en konferens i Strömsholm 2001 som lockade 200 företagare från hela landet startades projektet **"Hästturism i Sverige"** med LRF som projektägare och med Jordbruksverket och Turistdelegationen som medfinansierare. Projektet är den första samlade satsningen på hästturism i Sverige. Syftet är bl a att förbättra lönsamheten för företagare inom hästturism. Projektet som är treårigt skall vara slutfört 30 juni 2005.

De förväntade effekterna av projektet är:

- ökat kvalitetsmedvetande hos entreprenörerna och högre kvalitet på produkterna med hjälp av ett anpassat kvalitetssystem
- fler bokningsbara produkter för inhemska och utländska marknader
- komplettering av hästaktiviteter med boende och mat
- ökade kunskaper om resurserna, företagandet och marknaden hos företagarna men även rådgivare genom framtagning av manualer för rådgivning och utbildningar
- ökad efterfrågan av hästupplevelser på svenska och utländska marknader
- profilering av Sverige som hästland

Inom ramen för projektet har ett kvalificeringssystem för hästturism tagits fram **"Godkänd hästgård för turism"** som nu håller på att sjösättas. Systemet utgörs av en checklista för egenkontroll och uppstar generella företagarefrågor (lagar och myndighetskrav) samt säkerhet, hästhållning och värdskap. Dessa betraktas som baskrav. Avsikten är att arbeta vidare så att det från 2005 blir möjligt att klassificera företagen i en, två eller tre stjärnor. (Bilaga)

Kvalitetssystemet är kopplat till ett marknadsföringspaket som startar våren 2004 som bl a innebär att de företag som vill och som klarar kraven för "Godkänd hästgård" erbjuds att mot en avgift delta i en katalog **"Hästlandet Sverige"** som ska vara klar till i mitten av mars. Katalogen skall distribueras via tidningen Ridsport, till landets turistbyråer, vid Turmässan i mars, Vildmarksmässan i april liksom vid Göteborg Horse Show och Stockholm International Horse Show etc. Avsikten är att katalogen skall bli årligen återkommande. Samma material kommer att finnas på Upplev landets hemsida och där även finnas på engelska och tyska.

LBU-projektet **Lönsamt hästföretagande** jan 2003 – maj 2004 med LRF som projektägare har bl a tagit fram manualer för ridslingsor och ridleder. I detta ingår hantering av allemansrätten och hur man förebygger och hanterar konflikter med markägare vid aktiviteter på annans mark. I projektet ingår också att ta fram affärskoncept för kompanjonskap uppfödare – hästutbildare, konvalecensstall, inackorderingsstall, foderproduktion, inhysning av unghästar mm.

I flera län och kommuner pågår hästprojekt som i varierande grad är inriktade på turism. Inför arbetet med LRFs projekt Lönsamt hästföretagande gjordes 2002 en inventering av hästprojekt runt om i landet. (Bilaga)

4.4 Miljö- och kvalitetssäkring

Ridsportförbundet genomför genom sina besöksgrupper besiktningar av till förbundet anslutna ridskolor vart tredje år.

1998 bildade ATG, de tre stora förbunden, Svenska Hästavelsförbundet och LRF Hästnäringens Kvalitets- och Miljöråd som får ses som ett första steg i ett ökat miljö- och kvalitetstänkande. Rådet genomför sina uppdrag direkt mot klubbar, föreningar och travbanor. Verksamheten har i första hand varit inriktad på miljöfrågor med hästen i landskapet, gödselhantering och energianvändning som prioriterade områden. Checklista för egenkontroll och Miljöstegen är några av verktygen. Ett fåtal anläggningar är idag miljöcertifierade.

Någon form av miljö- och kvalitetssäkring får ses som en viktig faktor för att göra det möjligt att på bred bas marknadsföra svensk hästturism. Som redovisas i avsnitt 4.3 har ett kvalificeringssystem ”Godkänt hästgård för turism” tagits fram inom ramen för projektet ”Hästturism i Sverige”. Kvalificeringssystemet stöds av Lantbrukarnas Riksförbund, Turistdelegationen, Jordbruksverket och Upplev Landet i Sverige AB.

Inom LRFs bolag Upplev Landet i Sverige AB arbetar man med begreppet ”Ärlig information” som utgörs av ett antal checklistor för företag som ansluter sig. Syftet är dels att därigenom kunna ge tillräcklig information om tjänster och arrangemang som underlag för en bra presentation men också för att kunna bedöma kvalitet och svara på eventuella ytterligare frågor innan kunden gör sitt slutgiltiga val. Man betonar att ”Ärlig information” också ska ses som ett hjälpmedel att utveckla det egna företaget, en slags utvecklande egenkontroll.

4.5 Marknadsföring och försäljning

Hästturismföretagens aktiviteter säljs, med undantag av företag i fjällvärlden, i huvudsak på en lokal marknad. För att nå ut på en bredare marknad krävs förutom produktutveckling och kvalitetssäkring större insatser på marknadsföring och försäljning. Få företag kan klara detta på nationell och internationell marknad på egen hand. Ett antal ”embryon” kan dock skönjas:

Häst & Sportresor i Bergshamra som startade 1993 har detta som affärsidé. Företaget, med idag 5 anställda, är Nordens enda resebyrå som är specialiserad på ridning och äventyr till häst. Verksamheten är dock inte specifikt inriktad på att sälja nordisk hästturism utan erbjuder hästaktiviteter i 23 länder. Företagets katalog går ut i över 40.000 ex. Trots ”hemmaplan” innefattar utbudet bara 8 aktiviteter i Sverige mot 13 på Irland och 15 i Spanien. De svenska resmålen har kommit med relativt sent som en kombination av ökad efterfrågan och tillgång på säljbara paket. www.ridresor.com

LRFs nystartade bolag **Upplev landet i Sverige AB** har Häst som ett av sina första temaområden. På den nyligen öppnade hemsidan www.upplevlandet.se erbjuds aktiviteter från 19 hästturismföretag. Det pågående arbetet med katalogen ”Hästlandet Sverige” som redovisas i tidigare avsnitt blir den första påtagliga satsningen på samlad marknadsföring av svensk hästturism förutsatt att företagen visar tillräckligt intresse att delta. Genom versioner även på engelska och tyska på webben blir informationen också tillgänglig för en internationell publik.

GoTo Scandinavia, ett norskt bolag som bildades 1999, erbjuder hela 40 olika aktivitetsanknutna resmål inom Skandinavien från båtliv och golf till jakt och ridning. I deras katalog på nätet ger ridning 735 träffar för Skandinavien. Av dessa 735 träffar återfinns 234 i Sverige. De flesta träffarna går dock till ridskolor och ridklubbar som knappast erbjuder hästturistaktiviteter. www.sverigeresan.se

På Sveriges officiella webbsida för turist- och reseinformation finns hänvisning till 39 resmål som erbjuder ridning av olika slag. www.visit-sweden.com

5. HÄSTTURISM I ANDRA LÄNDER

I Europa är hästturismen sannolikt bäst utvecklad på Island och på Irland men har också stor omfattning i bl a Frankrike och Italien. En snabb sökning på webben visar att det finns ett stort utbud av ridaktiviteter på Island som erbjuds av researrangörer i många olika länder. På exempelvis www.travalla.de finns en lista på Bed&Riding på Island med hänvisning till över 70 olika företag/aktiviteter.

Utbudet av ridning på Irland är än mer imponerande. På Equestrian Holiday Irelands hemsida www.ehi.ie är utbudet uppdelat i 12 olika typer av aktiviteter från Trailriding, Cross Country och Unaccompanied children till Novice, Intermediate och Advanced. Under varje kategori finns hänvisning till i genomsnitt 15-20 olika företag/aktiviteter. På Irland finns ett nationellt program för hästnäringens utveckling.

Med sökning på hemsidor som måttstock är marknadsföring och utbud av hästturismaktiviteter betydligt mer omfattande i dessa länder än i Sverige. Vid Göteborg Horse Show fanns broschyrer och annat marknadsföringsmaterial från bl a Island, Irland och Ungern men inte så mycket som en stencil från värdlandet Sverige.

6. HÄSTBRANSCHENS AKTÖRER

Som konstateras i regeringens skrivelse (Skr. 2003/04:54) kan den moderna svenska hästsporten ”vid en grov generalisering sägas bestå av två olika huvudinriktningar. Trav- och galoppsporten rymmer en förhållandevis stor andel näringsverksamhet tack vare de avsättningsmöjligheter som skapas genom totalisatorspelet. Resten av sporten, inklusive ridsporten, utövas främst på hobbynivå och organiseras företrädesvis i ideella föreningar. I Sverige baseras hästhållning idag främst på människors intresse för hästar som sportutövning eller för fritid och motion... I Sverige finns nästan lika många hästägare som hästar”.

Citatet ger uttryck för det faktum att svensk hästsport är tydligt uppdelat i trav och galopp å ena sidan och ridsport å den andra. Ca en fjärdedel av landets hästar finns inom trav och galopp där det genom totalisatorspel omsätts mycket pengar. Inom ridsport och ridning är det tvärtom betydligt fler hästar och betydligt mindre pengar.

Hästsportens aktörer är **Svenska Travsportens Centralförbund** (STC) som samlar 75 travsällskap varav 32 har banor med totalisator, **Svenska Galoppförbundet** (SG) med tre banor och **Svenska Ridsportförbundet** (SvRF) med 985 medlemsklubbar och 210.000 medlemmar. STC och SG finns i Ridsportens hus På Solvalla tillsammans med ATG och Nationella Stiftelsen för hästhållningens främjande medan SvRF finns på Strömsholm.

Spelverksamheten handhas av **AB Trav & Galopp** (ATG) som bildades efter ett riksdagsbeslut 1973. Bolaget ägs till 90 % av STC och till 10 % av SG. Staten har dock majoritet i styrelsen. Verksamheten regleras i ett avtal mellan staten och bolaget som bl a innebär att bolaget årligen skall avsätta medel till övergripande insatser av riksintresse för hästsektorn. Beloppet är perioden 2004 – 2007 38 miljoner kronor årligen.

Nationella Stiftelsen för hästhållningens främjande (NS) bildades 1992 med ATG och LRF som stiftare. I en särskild överenskommelse mellan stiftarna och Ridsportförbundet skall stiftelsen särskilt tillse att ”*verksamhet av riksintresse för hästsporten vid anläggningarna Fhyinge, Wången och Strömsholm utvecklas och organiseras på ett rationellt och effektivt sätt*”. I styrelsen ingår representanter för ATG (STC, GF och staten), LRF och SvRF. NS kan sägas utgöra en första brygga mellan den professionella tävlingsporten och den mer hobbybetonande ridsporten.

Hästaveln är organiserad dels inom STC och Svenska Galoppförbundet som är register- och stamboksförande organisationer för sina respektive raser. Dessa uppgifter sköts för övriga raser, inklusive ridhästar, av **Svenska Hästavelsförbundet** och över 30 olika rasföreningar.

Ca 80.000 av landets ca 300.000 hästar finns på lantbruksfastigheter och utgör en del av basen för det ökande intresset för näringsverksamhet med anknytning till häst, bl a hästturism, i lantbruksföretagen. **Lantbrukarnas Riksförbund**, LRF, och dess medlemmar är därmed viktiga aktörer.

Hästnäringens Yrkesnämnd, HYN, består av företrädare för arbetsgivare, arbetstagarer, utbildningsanordnare och sportens centralförbund och har till uppgift att samla branschen i frågor som rör arbetsmarknad och kompetensförsörjning inom hästsektorn. HYN är kontaktorgan för arbetsmarknads- och utbildningsmyndigheter i frågor gällande yrkesinriktade hästutbildningar.

7. AKTÖRER FÖR UTVECKLING AV HÄSTTURISM

Sportens aktörer torde knappast definiera sin verksamhet som turism men de många evenemang som sporten genererar och som årligen lockar miljontals besökare utgörs av resor utöver vardagliga rutiner och faller inom ramen för dagsbesök eller turism. Hästsporten är definitivt en del av "Häst-Sverige som upplevelseindustri" varmed dess tre förbund, **STC, SGC och SvRF**, är viktiga aktörer inom svensk hästturism. Detta särskilt som samverkan och allianser mellan sporten och andra aktörer i hästbranschen sannolikt är en av nycklarna för utveckling av hästturismen. Av detta följer att **Nationella Stiftelsen**, liksom dess tre riksanslagningar **Flyinge, Strömsholm och Wången**, är viktiga aktörer.

För de företag som inte är knutna sportens organisationer och som samlade kraft för hela Häst-Sverige är **Lantbrukarnas Riksförbund** den viktigaste aktören. Hit kommer idag alla typer av frågor som rör hästar från foder och allemansrätt till företagsutveckling och juridik. Ca en fjärdedel av hästturismföretagarna är medlemmar medan andra är presumtiva medlemmar. Hästrelaterad näringsverksamhet i någon form finns på minst 2000 gårdar som drivs av medlemmar i LRF. Organisationens intresse manifesteras bl a genom projekten Hästturism i Sverige, Lönsamt hästföretagande och prioritering av hästturism inom det nybildade bolaget Upplev Landet i Sverige AB.

Hästnäringens Yrkesnämnd som samlar branschen i frågor som rör arbetsmarknad och kompetensförsörjning är en annan viktig aktör

Turistdelegationen med uppgift att dels samordna olika statliga insatser för att stärka turistnäringens utveckling, dels utveckla samverkan mellan staten, regionala organ, kommuner och turistnäringen är en viktig aktör liksom **Sveriges Rese- och Turistråd** som har till uppgift att marknadsföra Sverige som resmål. Detsamma gäller **Exportrådet**.

Hästturism som en potentiell tillväxtbransch bör vidare vara en angelägenhet för **Näringsdepartementet** som hanterar frågor om tillväxt och regional utveckling liksom **Jordbruksdepartementet** som bl a ansvarar för jordbrukspolitiken. Detsamma gäller **Jordbruksverket** som har att hantera frågor som rör bl a djurskydd liksom administrerar betydande projektmedel inom ramen för LBU-programmet.

Viktiga aktörer är också arrangörerna av de stora hästevenemangen av världsklass d v s **Stockholm International Horse Show** och **Göteborg Horse Show** samt **Naturbruksskolorna** som svarar för framför allt grundläggande hästutbildning, **SLU** som svarar för Högskoleutbildning inom hästsektorn samt **Myndigheten för Kvalificerad Yrkesutbildning**.

8. KOMPETENSBEHOV

I Hästpolitiska utredningen (SOU 2000:109) konstateras att det finns *”en samlad utbildning som i allt väsentligt tillgodoser hästsektorns behov av olika kompetenser och som skapar förutsättningar för de som så önskar att gå vidare från gymnasiala till högskolestudier”*. Svenska Ridsportförbundet anförde dock i en skrivelse till utredningen den 27 oktober 2000 att 72 % av ridinstruktörerna vid landets ridskolor saknar utbildning (31% har endast ridskolekurs och 41 procent saknar helt utbildning). Enligt HYN är situationen idag oförändrad. Detta kan dock inte förklaras med brist på utbildningar utan snarare på att ridskolorna inte efterfrågar formellt utbildade instruktörer och att motivationen att utbilda sig saknas då icke utbildade instruktörer ofta får lika mycket (eller lite) betalt.

I Hästpolitiska utredningen anför utredaren vidare att *”jag skulle se det som värdefullt om förutsättningar skapas för att inrätta utbildningar som i lämpliga delar anpassas till de nya verksamheter som utvecklas kring hästar, hästhållning och hästföretagande, och som beaktar utbildningsbehoven för expanderande delar av svensk hästsektor som t ex islandshästar”*. Som framgår av nedanstående genomgång har knappast någonting hänt i enlighet med denna ambition på de tre år som gått sedan utredningen lämnade sitt betänkande. Hästturism är definitivt en sådan expanderande del av svensk hästsektor där behovet av utbildning i företagande, entreprenörskap med inriktning på att producera, marknadsföra och sälja hästturism måste bedömas som stort.

Det stora behovet av ökad kompetens finns framför allt hos hästturismföretagarna där huvuddelen är ensamföretagare. Som framgått av tidigare avsnitt har de flesta utvecklats utifrån det egna hästintresset och inte utifrån ett företagarperspektiv. Det är därför stor skillnad på branschens behov av ökad kompetens och entreprenörernas efterfrågan på utbildning. Som i andra sammanhang är det de som har kommit längst med sin verksamhet som ser detta behov och som kommer till de utbildningar som erbjuds.

Behovet av ökad kompetens hos hästturistföretagarna gäller produktutveckling, kundanpassning, ”paketering”, ekonomi, turism, marknadsföring, värdskap och ledarskap men även hästkunskap. De flesta saknar formell hästutbildning och även om man själv är en duktig ryttare är det en annan sak att leda grupper i turridning och andra aktiviteter. Det finns idag ingen utbildning för kompetens i turridning. Företagarnas stora hästengagemang behöver kompletteras med motsvarande engagemang och kunskap i att hantera människor. Det handlar om värdskapet och att leda människor till häst i grupp. Till det behövs ökad kompetens i kalkylering och ekonomi liksom i förmåga att utveckla samverkan och allianser med varandra och med andra aktörer för att skapa kompletta upplevelsepaket inklusive resor, mat och logi.

9. HÄSTUTBILDNING I SVERIGE

I detta avsnitt ges en översiktlig redogörelse för hästutbildning i Sverige med tonvikt på eftergymnasial utbildning.

9.1 Gymnasieutbildning

9.1.1 Naturbruksgymnasier

Inom naturbruksprogrammet finns hästlinje på 29 av landets totalt 48 naturbruksgymnasier. De flesta utbildningarna innefattar hästkunskap, häst och stallkötsel, hästens utbildning och grundläggande ridning och körning. Fyra naturbruksskolor erbjuder riksrekryterande program med särskilda inriktningar – Plönninge (ridsport – hopp & dressyr), Vretaskolan (ridning, trav, körning), Bollerup (hoppning, dressyr och körning) och Kvinnersta (körning).

Av 11 olika inriktningar som finns inom naturbruksprogrammet är hästhållning den som lockar flest elever. Av totalt drygt 2500 intagna elever fördelar sig intagningarna de två senaste åren på de fyra största inriktningarna som följer:

	2002	2003
Hästhållning	560	593
Djurvård	510	?
Jordbruk	450	500
Skogsbruk	210	250

Efter reduktion för avhopp under den 3-åriga utbildningstiden innebär detta att gott och väl 500 elever varje år lämnar naturbruksgymnasierna med grundläggande utbildning i hästhållning.

9.1.2 Flyinge, Strömsholm och Wången

Utöver naturbruksskolorna finns riksrekryterande gymnasieprogram med särskilda inriktningar vid Nationella Stiftelsens anläggningar. Om stiftelsens tre anläggningar kan generellt sägas att Flyinge har fokus på hästen, Strömsholm på människor som ska utbilda människor och Wången har fokus på specifika aktiviteter som trav och islandshästar.

Flyinge I samarbete med Vipeholmsskolan. 3 år med grund i det naturvetenskapliga programmet. År 2 val mellan hästhållning och naturvetenskap.

Strömsholm Strömsholms Ridsportgymnasium i internat med Kantzowska gymnasiet i Hallstahammar som utbildningsanordnare dit eleverna bussas två dagar i veckan. 3 år, 22 platser. Ger behörighet till Hippologprogrammet och Ridinstruktörskursen. Elitsportgymnasium i hoppning och dressyr.

Wången Travgymnasiet. 3-årig utbildning i samarbete med Krokoms kommun. 20 deltagare/kurs. Kostnad för internat 32.000

9.2 Eftergymnasial utbildning

7 naturbruksskolor – Dingle, Jälla, Kvinnersta, Lillerud, Tenhult, Vreta-Västerby och Östra Ljungby – samt Biologiska yrkeshögskolan i Skara och Nationella Stiftelsens anläggningar i Flyinge, Strömsholm och Wången bedriver eftergymnasial utbildning med inriktning på häst.

KY (kvalificerad yrkesutbildning) bedrivs vid Biologiska Yrkeshögskolan i Skara med inriktning på landsbygdsföretagare respektive hovslagare. Entreprenörsskolan i Leksand bedriver en nyinrättad 2-årig utbildning för landsbygdsföretagare inom upplevelseindustrin.

Hippologprogrammet, som har SLU som huvudman, är landets enda universitetsutbildning med renodlad hästinriktning.

I Åre finns landets enda utbildning med inriktning på hästturism. Samtliga eftergymnasiala utbildningar har riksintag. Nedan följer kortfattade fakta om ovan nämnda utbildningar:

9.2.1 Naturbruksskolor

Dingle Hästhållning, 40 veckor, 16 platser, stor del på distans, möjlighet att avlägga HYN:s hästskötarexamen, ger behörighet till Hippologprogrammet.

Kvinnersta Hästhållning, 1-årig påbyggnadsutbildning, entreprenörsutbildning med hästprofil, ska ge kompetens att utföra avverkning och utkörning med häst samt andra körningsuppdrag, praktikperiod ingår.

Lillerud Hästhållning, 40 veckor, syftar till hästskötare eller egen företagare, behörighet till hippologutbildning, arbetsplatsförlagd under höst och vår.

Tenhult Påbyggnadskurs Häst, 1-årig utbildning för de som gått annat gymnasieprogram än naturbruksprogrammets hästinriktning, förberedelse för vidare studier, som anställd eller som egen företagare.

Vreta Högre hästutbildning, 40 veckor, syftar till anställning, eget företagande eller grund för vidareutbildning, 10 veckors praktik godkänd för Hippologens intagningskrav.

Ö Ljungby Påbyggnadsutbildning Häst, 40 veckor, grund för vidare studier (Hippolog), möjlighet att avlägga examen till Diplomerad Hästskötare, skolan är godkänd examensplats.

9.2.2 Nationella Stiftelsens anläggningar

Förutom Hippologprogrammet (se 9.2.4) genomförs en rad andra påbyggnadsutbildningar, mestadels kortare kurser vid Flyinge, Strömsholm och Wången. Nedan följer några exempel:

Flyinge

- Dressyrkurs, 2 dagar
- Avelsseminarium, 1 dag
- Sommarkurs i hoppning, 2 dagar
- Hoppkurs, 2 dagar

Strömsholm

Här finns Hästsportens Folkhögskola. Föreningens medlemmar är SvRF, SG och STC. Följande utbildningar anordnas 2004:

- Kurs för biträdande ridinstruktörer. Utbildningen är uppdelad i del 1 16/2 – 30/4 (distanskurs 50 %) och del 2 26/7 – 3/9 (heltid).
- Arbetsryttarutbildning inom galoppsport. 12 veckor 8/3 – 28/5 varav 8 är förlagda till Strömsholm och 4 veckor genomförs som praktik i professionellt galoppstall. Kursen är studiemedelsberättigad. Maxvikt: 65 kilo.
- Ryttare i balans. Fortbildningskurs för utbildade ridinstruktörer, ridlärare och hippologer. V6 – v 17 fördelad på 6 föreläsningstillfällen på dagtid. 3.200 kronor.

Wången

- Fördjupningskurs trav, 10 veckor, 2 kurser 2003
- Travhästkötarkurs, 1 termin, uppfyller kraven på kompetensbeskrivning för kvalificerad travhästkötare
- Proffstränarkurs, 4 veckor

9.2.3 Kvalificerade Yrkesutbildningar (KY)

Biologiska Yrkesskolan i Skara

Företagande med häst

- Gren: Landsbygdsföretagande, 2 år, krav på grundläggande hästutbildning, behörighet för högskolestudier och minst ett års erfarenhet av arbete med hästverksamhet. En stor del av de studerande förväntas starta eget företag med anknytning till häst.
- Gren: Hovslageri, 2,5 år, 80 KY-poäng, samma krav som ovan.

Häst- och ridskolekompetenskurs

3 terminer, ger förutsättningar att genomföra yrkesprov till Diplomerad Ridinstruktör. Krav på hästkötarexamen, tre års handledd yrkesverksamhet samt ridmässiga kunskaper motsvarande Lätt A och 1,10 m hoppning, syftar till arbete på ridskola eller motsvarande.

Entreprenörsskolan i Leksand

Vid Entreprenörsskolan i Leksand som drivs av Stiftelsen Hantverk & Utbildning startade hösten 2003 en 2-årig KY-utbildning med inriktning på entreprenörskap inom upplevelseindustrin. Utbildningen vänder sig till de som vill bli entreprenörer och är intresserade av att arbeta med idéutveckling inom upplevelsenäringen.

9.2.4 Universitetsutbildning

Sveriges Lantbruksuniversitet, SLU

Hippologprogrammet

Landets enda universitetsutbildning med renodlad hästinriktning. Utbildningen syftar till att arbeta professionellt med hästar, bedriva utbildning av häst och människor samt arbeta med arbetsledning och rådgivning. Omfattar 80 poäng fördelat på ett basår och ett fördjupningsår. Basåret är förlagt till Flyinge och behandlar hästens grundläggande behov och träning, andra årets fördjupningsutbildning sker på någon av Nationella Stiftelsens anläggningar – stallchefs- och galopp i Flyinge, ridlärare i Strömsholm och trav på Wången.

9.3 Utbildning i hästturism

Landets enda utbildning med inriktning på hästturism finns i Åre och omfattar 2 terminer och 10 platser. Arrangeras av Komvux i samverkan med Järpens ridklubb och underentreprenörer. Syftar till att arbeta med, sköta och driva ett hästturismföretag. Utbildningens kvalitet är dock ifrågasatt.

Fyra naturbruksskolor har naturbruksprogram med inriktning på turism och sex har eftergymnasiala utbildningar med inriktning på turism. Ingen av dessa nämner hästturism i sina prospekt. Nedanstående genomgång visar dock att inriktning på specifika områden förekommer.

9.3.1 Gymnasial utbildning

Kalix, Ryssby, Uddetorp och Älvdalen uppger naturbruksprogram med inriktning turism. Kalix har tonvikt på jakt, viltvård och turism, Ryssby anger äventyrsturism med kanotsafari och överlevnad, reseledarskap, medverkan vid turismmässor och utställningar, arbete i turistbyrå och reception samt arbete som färd- och reseledare. Älvdalen har program med inriktning på sportfisketurism respektive naturguidning-vildmarksturism.

9.3.2 Eftergymnasial utbildning

Sex naturbruksgymnasier bedriver eftergymnasial utbildning med inriktning på turism.. Bollerup utbildar naturvägledare både till lands och sjöss samt erbjuder kortare kurser i teambuilding, klättring, kajak, överlevnad och förarbevis för fyrhjuling. Dingle erbjuder 1-årig kurs i golfbaneskötsel. Kalix erbjuder utbildning till vildmarkskock (50 poäng), Ljusdal 1-årig utbildning i Natur- och Kulturturism. Älvdalen slutligen erbjuder 80 veckors kvalificerad yrkesutbildning i naturturism. Inte heller i något av dessa prospekt finns hästturism omnämnt.

10. SLUTSATSER OCH FÖRSLAG TILL ÅTGÄRDER

10.1 En nationell branschsatsning

Det finns en rad goda förutsättningar för utveckling av hästturism i Sverige – hästtäthet, stort och varierat landskap med gott om plats för hästar och aktiviteter, ett stort antal raser, många hästturismföretag, ledande hästsportnation, evenemang i världsklass och en stor både inhemsk och internationell marknad. Men det finns ett antal felande länkar för att potentialen för tillväxt ska kunna tas tillvara. En liknelse med en annan bransch kan ge underlag för reflexion. Det skulle knappast finnas någon svensk fordonsindustri om det bara fanns underleverantörer av motorer, växellådor, karosser, axlar och hjul. Delarna måste plockas ihop till säljbara bilar och lastbilar och de måste marknadsföras och säljas.

Hästturismbranschen i Sverige kan sägas ha gott om ”underleverantörer” (många och bra hästar, hästkunniga människor, hästaktiviteter, stort och varierat landskap, mat, logi etc) som måste sättas samman, marknadsföras och säljas. Detta ligger i sakens natur då branschen kännetecknas av många och små företag. Den småskaliga strukturen kommer att bestå men alla har genom att bli duktigare möjlighet att växa. Att det trots den småskaliga strukturen går att komma ut på en större marknad är bl a Irland är ett bra exempel på.

Produkterna behöver utvecklas och kundanpassas och rejäla resurser satsas på marknadsföring och försäljning. Det kräver ökad kompetens och samverkan både mellan branschens olika aktörer och mellan hästturismbranschen och andra turismföretag. Med undantag för sportens aktörer finns inga stora företag inom hästturism men däremot ett stort och växande antal småföretag. Det finns därför inga ”lok” som kan dra övriga med sig. Den småskaliga strukturen är samtidigt en stor tillgång. Det gör produkterna attraktiva och gör det möjligt att utveckla en långsiktigt uthållig hästturism med god miljöhänsyn.

Just denna småskaliga struktur gör det nödvändigt med en nationell branschsatsning för att potentialen ska kunna tas tillvara. I en sådan satsning bör staten vara en aktiv part både genom en uttalad vilja att göra Sverige till Europas ledande hästturistland och genom att aktivt medverka till finansiering av aktiviteter som undanröjer felande länkar för att utvecklingen ska ta fart. Det gäller områden som kompetensutveckling, kvalitetssäkring samt internationell marknadsföring och försäljning.

Som nämnts tidigare bedöms de 500 hästturistföretagen sammantaget omsätta ca 250 miljoner kronor. Det finns sannolikt marknadsutrymme för att denna omsättning ska kunna flerdubblas. Relativt små insatser från samhällets sida för att få fart på tillväxten kan därför ge mångdubbelt tillbaka. Företagens delaktighet i ett system för kvalitetssäkring (Godkänd Hästgård för turism) garanterar att intäkterna hanteras inom ramen för gällande redovisnings- och skatteregler.

Med en nationell satsning på hästturism kan också mervärden skapas med koppling till den turism som genereras inom sporten, vid tävlingar och arrangemang i ridklubbar, på ridskolor och naturbruksgymnasier och vid de internationella evenemangen. Vid de senare kan gäster från andra länder erbjudas lockande hästturismaktiviteter som leder till förlängd vistelse i Sverige.

En satsning på hästturism är i hög grad en satsning på kvinnligt företagande som är ett prioriterat område. Samtidigt är det också en satsning på landsbygdsutveckling som innebär en brygga mellan stad och land.

10.2 Miljö- och kvalitetssäkring

Hästarna är i huvudsak en tillgång i det svenska miljöarbetet. De bidrar till att hålla landskapet öppet, särskilt i områden som är mindre lämpade för rationellt jordbruk. Hästarna finns i hela landet och spelar en stor roll för livsmiljö och boende på landsbygden och utgör genom det stora intresset för sport och ridning en brygga mellan stad och land. Därmed bidrar hästarna till att hålla både värdefulla både natur- och kulturmiljöer i hävd.

Hästarna kan också förorsaka miljöproblem från hantering av gödsel till förslitning av marker, trafikproblem och kollisioner med andra samhällsintressen. För ett land som Sverige med höga miljöambitioner är det viktigt att en expanderande hästturism lever upp till högt ställda miljökrav. Det talar för en ökad satsning på att miljösäkra de hästaktiviteter som utbjuds till försäljning. Just detta skulle kunna utgöra en del av profilen för Häst-Sverige som upplevelseindustri.

Lika viktigt i ett marknadsperspektiv är hästturismen kvalitetssäkras. Detta är särskilt nödvändigt för att kunna nå framgång på en internationell marknad. Kunderna måste få veta vad man får för pengarna och kunna känna trygghet i att de svenska hästturistföretagen håller vad de lovar, och helst lite till. Ett väl fungerande kvalitetssystem skulle därför kunna få stor betydelse för möjligheterna att lyckas med export av hästturism men det har naturligtvis också betydelse på den inhemska marknaden.

Det därför av största vikt att det klassificeringssystem som nu sätts in inom projektet "Hästturism i Sverige" blir framgångsrikt både genom anslutning till de baskrav som måste uppfyllas och till kommande påbyggnad med en till tre stjärnor. Med tanke på företagsgruppens struktur får inte kostnaderna bli för höga för de enskilda företagen. Att ekonomiskt stödja detta arbete får ses som en strategiskt viktig tillväxtsatsning från samhällets sida.

10.3 Produktutveckling, marknadsföring och försäljning

I rapporten "Fisketuristiskt företagande i Sverige/Mats Jonsson 2002" sägs att "*I ett internationellt perspektiv ligger till och med de mest utvecklade företagen i Sverige långt ifrån den nivå som utländska fisketurister kräver*". Detta omdöme kan säkert också gälla svensk hästturism med tanken på att branschen är ny och betraktas som outvecklad. Behovet av produktutveckling är stort.

Som nämnts har de svenska hästturismföretagare lågsäsong under semestermånaden juli när 800 svenska campingplatser och stugbyar är fullproppade med svenska och utländska turister, ofta barnfamiljer. Detta utgör ett av många exempel på behov av utveckling av anpassade produkter som skulle kunna säljas med relativt enkel marknadsföring.

För att locka utländska besökare måste fler fullserviceaktiviteter på upp till en vecka utvecklas i form av bokningsbara paket som täcker in hela vistelsen inklusive resor, mat, logi och även icke hästanknutna aktiviteter. Lika viktigt är att paketen/aktiviteterna differentieras och kundanpassas på ett sätt som underlättar marknadsföring och försäljning. Som nämnt tidigare erbjuder Equestrian Holidays Ireland hästturism uppdelad i 12 olika kategorier.

Mycket av produktutveckling handlar därför om att utveckla samverkan och allianser med andra aktörer från resebyråer, turistbyråer och transportföretag till företag som tillhandahåller mat och logi liksom lokala aktiviteter som kan förstärka upplevelsen. En kväll på travbanan kan vara en exotisk upplevelse för gäster från områden där travtävlingar inte förekommer.

Katalogen "Hästlandet Sverige" som nu är under produktion blir den första påtagliga nationella marknadsföringsinsatsen för svensk hästturism. Webbsidor i all ära men en katalog kan fysisk finnas tillgänglig i turistbyråer, resebyråer, i butiker vid evenemang etc. Det är viktigt att katalogen blir en framgång och genererar mer bokningar för de företag som är med i första omgången så att fler företag vill delta så att planerna på en årlig utgivning kan fullföljas.

Marknadsföring och försäljning på en internationell marknad kräver stora resurser, särskilt initialt till dess att samarbetspartners, marknadskanaler och nya kundkategorier är upparbetade. Detta är inte möjligt att klara för enskilda hästturismföretagare. Därför bör staten initialt medverka till finansieringen av en satsning på marknadsföring och försäljning av svensk hästturism på i första hand europeisk marknad. En första insats i den riktningen utlovades av handelsminister Leif Pagrotsky vid ett anförande hösten 2003 i Enköping. Den summa som antytts kan exempelvis användas för att finansiera ett svenskt deltagande vid världens största hästmässa Equitana som genomförs i Hannover i mars 2005.

En sådan flagghändelse kan utgöra starten för marknadsföring av svensk hästturism på internationell marknad men är långt ifrån tillräckligt. Det behövs uthålliga insatser för att uppjobba marknadskanaler och en kundkrets för "export" varför det behövs finansiellt stöd under en lägre period. Exportrådet har visat intresse för en sådan medverkan.

10.4 Forskning

Begreppet hästturism är för de flesta nytt och okänt. Samtidigt finns mängder av evenemang liksom ett stort antal företag som bedriver verksamhet som kan klassas som hästturism. Att de flesta företagarna inom området är kvinnor kan vara en bidragande orsak till att det inte finns någon forskning på området. Ökad kunskap är angeläget som stöd för branschens utveckling. Det gäller kunskap om företagarna, om utvecklingen i andra länder, om kundpreferenser, om marknader etc. Ett antal forskningsprojekt med inriktning på hästturism borde ligga inom ramen för E-tours verksamhet.

10.5 Kompetensutveckling - utbildningsprogram

Som framgår av ovanstående genomgång finns det stort behov av kompetensutveckling på i stort sett alla områden inom branschen. De gäller nyckelområden som miljö- och kvalitetssäkring, produktutveckling, ekonomi, värdskap, marknadsföring och försäljning. Kompetensbehovet gäller dels de företagare som idag är verksamma i branschen men inte minst för rekrytering av nya företagare.

Som redovisas i tidigare avsnitt är behovet av ökad kompetens stort i nästan alla företag med hästturism även om företagarna utifrån sitt perspektiv ofta inte ser det så. Kompetensbehovet är mycket större än efterfrågan på utbildning. Ska Sverige kunna utvecklas som ledande hästturismnation i Europa behövs ökad professionalitet i alla led i hästföretagens verksamhet från hästkunnande, ekonomi och ledarskap till turism och värdskap.

Inte minst finns idag stora brister när det gäller "värdskapet" i alla dess delar från mottagande och omhändertagande av kunder till omtanke om totalmiljön på de gårdar och anläggningar där verksamheten bedrivs. Det stora hästengagemanget behöver kompletteras med kunskap om människor och hur man tar emot och hanterar gäster. Det behövs utbildningar för hästmänniskor där man får lära sig att ta emot folk (How to act and behave).

Den låga prisnivån 700 – 1200 kronor per upplevelsedygn inklusive mat och logi tyder på behov av ökad kompetens i kalkylering och ekonomi. Att de flesta företagen saknar kunder under semestermånaden juli är likaså en signal om att företagen behöver mer kunskap i produktutveckling, marknadsföring och försäljning.

En utbildningsstrategi för hästturismföretagen måste ta sin utgångspunkt i företagens situation och innehålla tydliga incitament att delta. Då de flesta är ensamföretagare som inte kan vara borta från sina företag under längre perioder är närhet och tid avgörande faktorer. Tidsfaktorn talar för kortare kurser och att längre utbildningar delas upp på flera tillfällen och med inslag på distans. Av detta följer att tidsåtgång och kostnader för resor måste hållas nere vilket talar för att utbildningar måste vara tillgängliga på flera håll i landet. Dessutom är det viktigt att utbildningarna läggs under tider på året när det är lågsäsong i verksamheten.

Samtidigt måste det finnas tydliga incitament att delta i utbildningar. Det måste ”löna sig” att öka sin kompetens. Här finns möjligheter att skapa kopplingar mellan klassificeringssystemet ”Godkänd Hästgård för turism” och genomgångna utbildningar. Sådana kopplingar bör kunna göras både till baskraven men kanske särskilt för erhållandet av en, två eller tre stjärnor. Ett kursprogram bör utvecklas med detta som en viktig utgångspunkt.

Tillgången på grundläggande hästutbildning, som bedrivs vid 29 naturbruksgymnasier och en handfull övriga gymnasieprogram med särskilda inriktningar, synes väl tillgodosedd. Mer än 500 elever går varje år ut med sådan grundutbildning. Däremot saknar alltså ca 70 procent av ridinstruktörerna vid landets ridskolor formell utbildning. Ca 30 procent har endast ridskolekurs och ca 40 procent saknar helt utbildning. Då ridning är en dominerande del i hästturismföretagens verksamhet kan bristen på utbildade ridinstruktörer bli hämmande för expanderande hästturismföretagare som behöver anställa medhjälpare.

Däremot är det brist på både grundläggande utbildningar och fortbildningar på alla områden med koppling hästar och turism. Med hela 29 lantbruksgymnasier med inriktning häst borde åtminstone några av dessa kunna ge den grundläggande hästutbildningen en sådan profil.

Det största insatserna behövs dock inom vidareutbildning. Hästturistutbildningen i Åre med 10 platser är den enda som idag erbjuds. Denna utbildning är dock knappast ett realistiskt alternativ för huvuddelen av landets hästturismföretagare på grund av lokalisering och tidsåtgång. Samtidigt är det viktigt att denna utbildning utvecklas som ett bra alternativ för blivande hästturismföretagare och som anställda i företag som expanderar.

Det som anförts ovan leder fram till att ett utbildningsprogram för hästturismföretagare bör tas fram som innefattar kurser för alla de kompetensbehov som finns. Åtminstone delar av ett sådant program bör kopplas till klassificeringssystemet ”Godkänd Hästgård för turism”. Även om programmet utgörs av fristående kurser bör det inom områden där det är lämpligt utformas som en stegutbildning. Programmets närmare innehåll, kursernas längd etc måste utformas i samverkan mellan kunniga människor inom utbildning, hästar och turism.

Nedan ges endast en idéskiss till några huvudområden med exempel på innehåll:

Hästhållning

- ridning och körning
- turrledning – att leda människor till häst i grupp
- tappskokompetens
- ”Akutvård” för hästar

Generellt

- företagsekonomi
- skatter och avgifter
- försäkring av anläggning, hästar och människor
- miljö- och kvalitetsfrågor i hästföretag
- arbetsgivarrollen
- arbetsledning

Turismkunskap

- gällande lagar och bestämmelser
- turismekonomi, momssatser etc
- branschkunskap – uppbyggnad, organisation, produktkunskap, paketering, kalkylering och prissättning
- värdskap – materiell och personlig service etc
- marknadsföringens grunder, omvärlds- och marknadsanalys, konkurrenter och samarbetspartners, kunder och målgrupper, marknadssegment etc
- försäljning och marknadsföring

Säkerhet

- första hjälpen – hjärt- och lungräddning
- ”leda säkert”
- beredskapsplan – bakjour etc

Det utbildningsprogram som tas fram bör ges ”offentlig status” och hållas ihop av det nav för utvecklings- och kompetensfrågor som tas upp i nästa avsnitt. Programmets utbildningar och kurser bör kunna läggas ut på olika utbildningsanordnare.

10.6 Nav för utvecklings- och kompetensfrågor

Projektet Hästturism i Sverige avslutas den 30 juni 2005 d v s om 1,5 år. Det är för branschens framtid ytterst angeläget att de nyckelaktiviteter som nu sätts av projektet – företagarnätverk, kvalitetssäkringssystem och marknadsaktiviteter – kan leva vidare och utvecklas efter projektets slut. Till detta kommer ansvaret för det utbildningsprogram som skisseras i denna rapport. Det nav för utvecklingsaktiviteter som projektet idag utgör måste därefter få en annan hemvist och så långt möjligt i en kommersiell miljö.

En viktig faktor för utveckling av svensk hästturism är att broar byggs mellan hästsporten och övrig hästverksamhet och då inte minst hästturismföretagen. Detta talar för att ett nav för utvecklings- och kompetensfrågor inom hästturism utvecklas vid någon av Nationella Stiftelsens anläggningar med en första prioriterad uppgift utveckla och genomföra ett utbildningsprogram för hästturism.

Där ligger Wången närmast till hands. Utöver att vara utvecklingscentrum för svensk travsport ingår i uppdraget att också vara en resurs för hästnäringen i övrigt. Här finns redan kompetens på islandshästar och nordsvenskar. Lokaliseringen i Jämtland som till stora delar är ett ”upplevelse- och turistlän” med bl a 20 hästturismföretag ger en bra miljö. Wången startade den hästturismutbildning som nu finns i Åre och mycket talar för att den av kvalitetskäl bör knytas närmare Wången i samverkan med Åre och Krokoms kommuner.

Med detta som utgångspunkt bör Wången utvecklas till ett operativt nav för samordning av hästturismens kompetens- och utvecklingsfrågor med utveckling och genomförande av ett utbildningsprogram som en första uppgift. Arbetet bör göras i samverkan med staten, turistbranschen och hästnäringens olika aktörer. Viktiga aktörer i denna samverkan bör vara Näringsdepartementet, Jordbruksdepartementet, Turistdelegationen, Turistrådet, Nationella Stiftelsen, Svenska Ridsportförbundet, Lantbrukarnas Riksförbund, Hästnäringens Yrkesnämnd, Myndigheten för Kvalificerad Yrkesutbildning och SLU.

Med Wången som organisatorisk nav bör utbildningar anpassade till övriga landsändars olika förutsättningar även kunna erbjudas vid stiftelsens övriga anläggningar Strömsholm och Flyinge. För att tillgodose behovet av närhet bör kurser inom utbildningsprogrammet också kunna läggas ut på andra utbildningsanordnare ex vis naturbruksskolor.

Det är angeläget att detta centrum kan ges tillräckliga resurser. Det torde krävas minst två kvalificerade medarbetare, en med inriktning på kompetensutveckling, utbildningsprogram och utbildningar och en med inriktning på andra utvecklings- och samordningsfrågor.

10.7 Branschsatsning på Häst-Sverige som upplevelseindustri - sammanfattning

Viktiga ingredienser i en nationell satsning på svensk hästturism:

- Uttalad ambition från statsmakterna att Sverige skall utvecklas till ledande hästturistland i Europa.
- Inrättande av ett operativt nav för samordning av hästturismens kompetens- och utvecklingsfrågor inrättas, förslagsvis vid Wången.
- Utveckling och implementering av ett utbildningsprogram utifrån branschens kompetensbehov.
- Säkra fortsatt utveckling av kvalitetssystem och marknadsaktiviteter som initierats av projektet Hästturism i Sverige
- Rejäl satsning på marknadsföring och försäljning av svensk hästturism på i första hand europeisk marknad.

Turistdelegationen är den statliga myndigheten för strategier, statistik och samordning inom svensk turism. Det övergripande målet för Turistdelegationen är att öka Sveriges attraktionskraft som turistland för fritids- och affärsresenärer och att främja en långsiktigt konkurrenskraftig och lönsam rese- och turistindustri.

Turistdelegationen arbetar med insamling och analys av

marknadsinformation och statistik, samverkan och kunskapsutveckling, samt genom utredningsarbete och genom att tillsammans med turistnäringenta fram nationella strategier för utvecklingen av svensk turism.

Turistdelegationen samordnar statliga insatser för att stärka turistnäringens utveckling och lyfta fram dess behov, samt medverkar till att hänsyn tas till dessa.

