

SLUTRAPPORT
—
DESTINATION SVENSK HÄSTTURISM
2010



SWEDEN — WHERE MYTH MEETS MAGIC
SVERIGE — MELLAN MYT OCH MAGI
LA SVEZIA — TRA MITO E MAGIA

PROJEKTET ÄR FINANSIERAT AV JORDBRUKSVERKET VIA
LIVSKRAFTIGT HÄSTFÖRETAGANDE 2010

© RATATOSK PRODUKTION EF, DECEMBER 2010

1. Sammanfattning

Under några intensiva månader har en handfull, små svenska företag i hästturism-branschen tagit fram internationella högkvalitetsprodukter och fört ut dem på den internationella marknaden. Detta har vi gjort via en metod som tar vara på entreprenörernas inneboende kreativitet och förmåga att få saker ur händerna.

På denna korta tid har Sverige placerat sig på den hästturistiska kartan med ett brett utbud av produkter. Vi erbjuder nu de internationella ryttarna möjlighet att få:



AKADEMISK RIDNING — GOTLAND

- prova på skogsridning på det sydsvenska höglandet med välutbildade nordsvenska hästar som rids bettlöst
- förkovra sig i Akademisk ridkonst på Gotland för riddare
- av denna konst
- träna riddarteknik med några av de Europeiska mästarna i Riddarspel
- rida nordsvenskt i fjällmiljö
- följa en same i hans bevakningsarbete av samebyns renar
- följa med en naturbevakare ut på arbetet i högfjällsmiljö
- rida ut till kaninjakt på den gotländska stranden
- uppleva Dalslands landskap och historia till häst
- rida längs alla medeltida spår som finns på Kinnekulle

Alla ridäventyr med högsta kvalitet rakt igenom hela produkten – detta inkluderar även boende, måltider och värdskap, de delar som själva upplevelsen vilar på, utöver själva ridäventyret.



RENSAMLING MED SAMEBYN — JÄMTLAND

Metoden att ta vara på entreprenörernas inneboende kreativitet vid produktion av nya upplevelser är nu så inarbetad att vi kan applicera den på andra grenar inom naturbaserad upplevelseturism.

2. Bakgrund

Vår grundidé var att Sverige borde vara en världsledande destination för ridturism: vi är per capita ett av Europas hästtätaste land, med traditioner som gör vår underbara natur tillgänglig för upplevelseturism och vi har minst 2-300 naturridningsaktiviteter i landet. Vi som arbetat med projektet är: Anna Widstrand med fjorton års erfarenhet som internationell ridrese-arrangör och agent, Olle Forsell som i åtta år sålt sina egna äventyr till häst via internationella agenter, och Maria Kjellström som i tio års tid ansvarat för hästturismen i Svenska ekoturismföreningen samt utvecklingen av kvalitetssystemet Naturens Bästa.

Med våra olika bakgrunder har vi en bred kännedom och erfarenhet av den internationella ridturismen. De senaste tre åren har vi även via Jordbruksverkets satsningar på hästturism arbetat i olika konstellationer för att utveckla kvaliteten inom svensk ridturism.

Behovet av utveckling från små aktivitets-verksamheter med låg lönsamhet till



turismföretag med lönsamma produkter på en konkret marknad, är dessutom vida större än endast inom hästverksamheten. Samma behov finns inom såväl fiske-, jakt-, vandrings-, skådnings- och hundslädesturismen för att ta några exempel på naturbaserade verksamheter där Sverige skulle kunna utvecklas till en ledande destination.

JAKT TILL HÄST MED ILLER – GOTLAND

Det var hög tid att prova våra idéer och samtidigt utveckla en modell för hur högkvalitativa produkter kan utvecklas och föras ut på en internationell marknad, och där möta både slutkunder och agenter.

3. Syfte och målgrupp för projektet

Syftet var att dels skapa en modell för hur man utvecklar naturturismaktiviteter till internationellt gångbara produkter som agenter/säljled kan sälja vidare på sina marknader. Och att vi därmed hjälper till att utveckla företagen, företagarnas kompetens och skapa förutsättningar för en hel bransch att bli lönsam.

Men syftet var även att göra just detta med den svenska hästturismen.

Till projektet ville vi engagera dels de företagare som redan hade produkter för den internationella marknaden klara. Som kriterier för vad som var god kvalitet användes den analysmetod som användes i 2009 års projekt Horse Vacation in Sweden.

Vi ville även få med de företag som var i färd med att få fram produkter som höll tillräckligt hög kvalitet för internationell lansering.

4. Projektets mål - hur har de uppfyllts

Vi ska utveckla en modell för att bygga en destination med ett kluster av exportmogna naturturismföretagare.

Detta mål är uppnått med råge. Vi har idag ett kluster med tretton företagare i själva kärnan varav sju deltog med insatser på mässan i Verona. Alla dessa har under projektiden aktivt arbetat med att utveckla sin verksamhet och sina produkter.

Vi är övertygade om att samma modell är fruktbar även för andra grenar av den naturbaserade turismen.

Vi ska prova olika vägar ut till den internationella marknaden för exportmogna hästturismprodukter.

Detta mål har vi delvis uppnått. På grund av skillnaden mellan ansökta och beviljade medel kraftsamlade vi resurserna kring att delta i en stor internationell hästmässa i Italien och göra det bra. Därmed avstod vi från att på kort tid och med för små medel anordna en besöksresa med agenter.

Deltagande företag bidrog med egna medel för att skapa en gemensam webbsida, en portal för en nationell och internationell marknad:

www.swedenhorseriding.com



wilderness - adventure
swedenhorseriding.com

LOGO – WEBBSIDA OCH PORTAL

Vi ska skapa en kollegialitet som gör att de företag som kommit längst i sin exportmonad kan gynna hela branschen - både som förebilder och genom att lära av varandra.

Detta mål kan redan sägas vara uppnått till fullo. De gemensamma produktverkstäderna och det gemensamma arbetet i den svenska monter under mässan i Verona har smitt ihop ett starkt gäng med stor kollegialitet. Vi kommer redan under januari 2011, två månader efter mässan, att träffas för planering av den gemensamma framtida verksamheten.

I detta gäng är stämningen öppen och vi kommer att kunna ta emot nya medlemmar med öppna armar. Givetvis förutsatt att även de är noga med kvaliteten på sina produkter. Företagarna interagerar redan idag med varandra, både som vänner och kollegor.

5. Genomförandeplan och tidsplan

Rekrytering Från april till och med juni 2010

Vi började med att scanna internet på alla verksamheter vi kunde hitta under sökord som turridning, turistridning, skogsridning... Varpå vi sände ut e-post till de 292 epost-adresser vi hittat, tillsammans med dem vi redan hade från tidigare projekt.

Vi annonserade även i två häst- och ridsportstidningar med stor spridning i Sverige.

Tjugofem företag svarade på vårt upprop, men många föll bort i ett tidigt stadium när de insåg att detta var ett projekt som krävde aktivt deltagande.

Produktutveckling Från april till och med oktober 2010

Fem företag hade redan under senvintern samlats med egna medel för en produktverkstad som en följd av det tidigare projektet Horse Vacation in Sweden; tre av dessa företag följde med i detta projekt.

I juni samlades ytterligare företag för en ny produktverkstad där företagen gemensamt smider fram kärnan hos var och ens verksamhet och ur detta hjälper varandra att bygga en skarp kvalitetsprodukt.

Ytterligare ett företag kom med på sluttampen och genomförde då en veckas kombinerat studiebesök/produktsmide hos projektledaren i hans företag.

Under veckan på mässan i Verona kunde alla dessa entreprenörer inte låta bli att hamra fram ytterligare spännande produkter såväl egna som möjliga gemensamma.

Monterutveckling Från juli till och med november 2010

Från det vi visste hur stor yta vi kunde hyra för montern gick arbetet med att designa montern stadigt framåt. Vår budget fick nog betecknas som anspråkslös i sammanhanget men vi är mycket nöjda med resultatet. Vi inhandlade beige gardiner i såväl Italien som i Sverige av internationellt svenskt inredningsföretag. Här hemma trycktes logotyper. Bilder samlades in från deltagarna och sattes ihop till ett bildspel vi visade med två dataprojektorer.



REKLAMFOLDER OCH BOK – VERONA, ITALIEN

Bilderna användes även för en samlingsbok som presentation av äventyr till häst i Sverige. Så några stolar och ett bord och en helsvensk monter var klar.

Mässdeltagande Början av november 2010

Företagarna tog sig själva ner till Italien via olika flyg och bekostade även sina hotellrum. De drog sedan hela lasset utan betalning, från morgon till kväll i en veckas tid i montern med över 280 arbetade timmar. Företagarna delade ut tvåtusenfemhundra broschyrer vi själva bekostat samt förde ständig dialog med passerande nyfikna, samt flera spännande agentkontakter.



SWEDEN HORSE RIDING – VERONA

Projektledning Hela projekttiden

När vi inte har kunnat träffas på en plats har vi haft möten på internet så fort vi haft spörsmål att avhandla.

6. Spridning av projektets resultat

Vi kommer att sprida resultatet från projektet på fem olika vägar.

- Slutrapporten skickas via epost till samtliga leaderkontor, länsstyrelser, häst- och turisttidningar, naturbruksgymnasier och andra projekt och utbildningar vi kan hitta samt till alla adresser vi numera har till svenska hästturismföretag.
- Vi kommer att erbjuda gratis reportage om mässan och Sweden Horse Riding för turism-, häst- samt lokalpress i mässdeltagarnas hembygder.
- Slutrapporten kommer att användas som bilaga när vi lanserar metoden till andra grenar inom naturbaserad turism.
- Vi kommer att hänvisa till slutrapporten och projektet när vi tre är ute på de föreläsningar vi brukar ha kring utveckling av naturbaserad turism.
- Den nya metoden vi tagit fram kommer att användas vidare i många olika sammanhang.

7. Projektets arbetssätt

Projektet har ägts av Ratatosk Produktion EF, vars delägare Anna Widstrand, Maria Kjellström och Olle Forsell, har arbetat i projektet. Olle Forsell har varit projektledare. Vi har arbetat väldigt platt och operativt med stor delegering till varandra. Vi har ofta använt Skype via internet så fort vi behövt dryfta frågor och fatta beslut.

Tyvärr visade sig vår referensgrupp helt omöjlig att använda: LRF genomförde en stor omorganisation samtidigt med detta projekt varvid deras turism- och hästansvariga byttes ut och de nya inte hann sätta sig in i både sina nya uppgifter och ett perifert projekt; och Ekoturismföreningens ordförande avgick under projektiden vilket medförde att ingen av dem vi ombett utgöra vårt bollplank/referensgrupp kvarstod i sina tidigare positioner.

Vi har samarbetat med Svenska Ekoturismföreningen och Visit Sápmi.

8. Slutsats och rekommendationer

Det är vår bestämda uppfattning efter projektet att det går att lyfta en hel bransch inom naturbaserad turism med tämligen små medel. Det viktigaste är att se företagarna själva som en resurs och att ge entreprenörerna i dem chansen att utvecklas. Den metod vi tagit fram bygger just på att deltagarna är subjekt i processen inte objekt i ett projekt. För att få igång den utveckling som behövs är det viktigt att hitta de företagare som är beredda att ge det nya en chans, att hitta de som är villiga att ta det tunga jobbet som plog för resten av kollegorna. Först när några blir spjutspetsar och vägvisare kan det stora flertalet företagare utvecklas på allvar.

Den enda marknadsföring som är viktig för ett företag och dess produkter är att möta marknaden skarpt.

Den svenska naturbaserade turismen har svårt att få lönsamhet av främst fyra skäl:

- Klimatet gör att många bara har 6 månaders säsong. Här är produktutveckling som ger fler och längre säsonger oerhört viktigt.
- Svarta pengar och skattefusk. Så länge hobbyverksamheter med svart och grå ekonomi dominerar en bransch så bestämmer dessa prisbilden och gör det oerhört svårt för seriösa företagare att få ekonomi i en snedvriden konkurrens. Vårt koncept är att i första hand vända oss till en betalningsvillig internationell publik för att den vägen göra det lönsamt för svenska företag att satsa på kvalitetsprodukter. När det sedan blir tydligt på den svenska marknaden att seriösa företag urskiljer sig med betydligt bättre genomgående kvalitet, är vi övertygade om att även denna svenska marknad kommer att vara intresserad av dessa företag.
- I vårt land har vi en lång tradition av ideella insatser och organisationer samt offentliga insatser för att främja friluftsliv, naturupplevelser och naturbaserade aktiviteter. Detta gör att svensken är ovan att betala de verkliga kostnaderna för samma upplevelser i kommersiell företagsform. Det kommer att ta tid för folk att ändra uppfattning i denna fråga och därför ser vi den internationella satsningen som än viktigare för att vi skall kunna utveckla en svensk naturbaserad turism med hög kvalitet och lönsamhet.
- Finansieringen av de investeringar som gör kompletta produkter möjliga. Idag är det svårt att visa hur sådana investeringar kan vara lönsamma. Därför måste några företag gå före och visa vägen för såväl kollegor som för finansinstitut att investeringar i boende, måltider, ridhus, hästar mm kan vara lönsamma och ge avkastning.

Idag satsar turism-Sverige stora summor på att bygga destinationer, men hittills har vi bara sett detta ske för geografiska sådana. Vi är övertygade om att det finns en stor potential för naturbaserade aktivitetsdestinationer i vårt vackra land. Vi hoppas med våra resultat att kunna påverka den utvecklingen.

Således ser vi det som väldigt viktigt att den metod vi tagit fram används och utvecklas vidare, dels i det nu igångsatta arbetet med ett hästturism-kluster men även med liknande satsningar inom en rad andra naturbaserade aktiviteter, så att Sveriges landsbygd får många blomstrande upplevelseföretag med hög kvalitet och god lönsamhet.

9. Kontaktpersoner

Olle Forsell	Kalvefalls Gård	olle@turismproduktion.se
Maria Kjellström	Svenska Ekoturismföreningen	maria@turismproduktion.se
Anna Widstrand	Nosferatu Transformation	anna@turismproduktion.se

10. Länkar

Länk till Portalen Sweden Horse Riding och Facebook

Portal: webbsida www.swedenhorseriding.com

Facebook: <http://www.facebook.com/pages/Sweden-Horse-Riding/167519763263676?ref=mf>

11. Slutrapport – färskaste nyheter, december 2010:

- Två av företagen har kontaktats av den tysk/italienska agenten Michele Dolcetti från World Horse Riding www.worldhorseriding.com
- Två av företagen har kontaktats av den franska agenten Line Turin från Cheval d'Aventure www.cheval-daventure.com
- Tre av företagen har kontaktats av den italienska agenten Gaetano Festini från Geem's Riding www.geemsriding.it

Bilagor – se nedan:

12. Bilagor

- Fotobok på tre språk som producerades inför satsningen på Veronamässan



- Folder på två språk (it/eng) som producerades inför satsningen på Veronamässan - delades ut i cirka 2 500 exemplar

