

16.12.2008

Asiantuntijoina:

Päivi Laine, Hevosopisto Oy

Minna Martin-Päivä, Hippolis-Hevosalan Osaamiskeskus ry

Helena Prepula, Hevosopisto Oy

Markku Saastamoinen, MTT Hevostutkimus

SUOMENHEVOSEN KANSAINVÄLISTYMISEN MAHDOLLISUUDET

1. SUOMENHEVOSEN KANSAINVÄLISTÄMISTOIMIEN TAUSTAA

Suomenhevosen kansainvälistymisellä tarkoitetaan tässä yhteydessä suomenhevosten vientiä ulkomaille, kansainvälistä hevosmatkailua sekä kansainvälistä ravikilpailuyhteistyötä. Suomenhevosen kansainvälistyminen ja siihen kohdistuva ulkomainen kiinnostus ja kysyntä ovat uusia mahdollisuuksia suomenhevosen tulevaisuudelle. Ulkomaalaisille suunnattu hevosmatkailu on tärkeä keino suomenhevosen tunnettuuden lisäämisessä – aivan samaan tapaan kuin monien muidenkin rotujen kohdalla on tapahtunut. Suomenhevosen kansainvälistyminen tarjoaa mahdollisuuksia suomalaiselle kasvatustoiminnalle sekä muulle alan yritystoiminnalle. Onnistuminen tässä edellyttää toimijoiden yhteistyötä ja verkottumista niin Suomessa kuin kansainvälisestikin.

Järjestelmällisiä toimia kansainvälistymisen edistämiseksi ei juuri ole tehty ja Suomen ulkopuolella suomenhevonen on toistaiseksi melko tuntematon hevosrotu. Suomenhevosen englanninkielinen nimi Finnhorse on varsin uusi. Sitä ei vielä 1990-luvullakaan käytetty johdonmukaisesti esimerkiksi tutkimusjulkaisuissa, joiden hevosaineistona oli pääosin suomenhevonen.

Kansainvälinen ravikilpailuyhteistyö

Suomessa suurin osa tarjottavista ravikilpailusarjoista on avoinna kylmäverisille. Suomenhevosten kilpailumahdollisuudet Norjassa ja Ruotsissa ovat rajoittuneet lähinnä muutamiin kutsukilpailuihin. Haasteena on laajemmat kilpailumahdollisuudet myös suomenhevosille Pohjoismaissa. Suomenhevosen ravikilpailutoimintaa on tarkasteltu laajemmin *osiossa 4*.

Suomenhevosten myynti ulkomaille

Jotta hevosten myynti ulkomaille olisi mahdollista, vaatii se syntyvien varsojen riittävää määrää sekä systemaattista markkinointi- ja myyntityötä. Esimerkkejä suomenhevosten myynnistä kuitenkin on. 1980-luvun Equitana-käynteihin Saksassa liittyi hevoskauppaa. Suomen Hippos ry ja Valtion hevosjalostuslaitos

16.12.2008

Ypäjällä toimivat aktiivisina kauppojen organisoijina. Vuonna 1985 Equitanasta myytiin suoraan *Itävaltaan* yksi J-suunnan ori, vuoden 1987 Equitana-matkan tuloksena myytiin *saksalaiselle* ostajalle useita suomenhevosia. Kyseisen ostajan perustamassa Freundin siittolassa on sittemmin syntynyt lähemmäs sata varsaa. Freundin siittola on myynyt kasvattamiaan suomenhevosia edelleen Saksassa sekä ainakin Itävaltaan. 1970-luvulla (vielä –80-luvulla) vietiin *Pohjois-Norjaan* pieniä (P-) suomenhevosoriita alentamaan paikallisen Nordlandshäst-rodun sukusiitosastetta. Em. vientien lisäksi muutamia hevosia on viety *Hollantiin*. Varsinaiset suomenhevosen kansainväliset markkinointi- ja vienninedistämistoimet ovat jääneet kuitenkin vähäisiksi. Suomenhevosen vienti ulkomaille nousee jatkossa keskeiseksi osaksi sen kansainvälistymistä ja uusia käyttömuotoja.

Hevosmatkailun haasteet ja mahdollisuudet

Hevosmatkailun kehittämisessä kansainvälistyminen ei ole ainoa kehittämiskohde, vaan myös kotimaisilla markkinoilla on vielä hyödyntämätöntä asiakaspotentiaalia. Ulkomaalaisille suunnattu hevosmatkailu on tärkeä keino suomenhevosen tunnettuuden lisäämisessä.

Suomenhevoseen liittyvät palvelutuotteet muodostavat merkittävän ja toistaiseksi vähän hyödynnetyn vahvuuden ja vetovoimatekijän suomalaiselle matkailulle. Hevosmatkailukäytössä Suomessa on pääasiassa islanninhevosia ja suomenhevosia. Suomenhevosten osuus matkailukäytössä on kasvanut huomattavasti viimeisten vuosien aikana. Haasteena on suomenhevosten saatavuus. Suomenhevosen ainutlaatuisuus on kuitenkin tiedostettu ja sen markkinavalttia on vihdoinkin alettu hyödyntää.

Suomenhevosen kansainvälistyminen voi olla muutakin kuin edellä mainittua. Suomenhevosen olisi kuuluttava kansainvälisesti johonkin ”hevosryhmään”, esimerkiksi kylmäverisiin – tosin raviurheilussa suomenhevonens luokitellaan kylmäveriseksi. Hevoset voidaan luokitella käyttötarkoituksensa tai rakenteensa mukaan. Meillä käytetyt yleisrotu tai yleishevonen -käsitteet ovat kansainvälisesti määrittelemättömiä, mutta toisaalta tarjoavat juuri tästä syystä uuden profiloitumiskentän.

2. TAVOITTEET

Tavoitteena on, että suomenhevonens on kansainvälisesti tunnettu hevosrotu. Pitkällä tähtäimellä suomenhevonens on kansainvälisesti haluttu ja kysytty hevosrotu harraste- ja opetushevosena. Tavoitteena on, että kasvatuksella pystytään vastaamaan mahdolliseen kansainvälistymisestä johtuvaan kysynnän kasvuun.

Tavoitteena on, että hevosmatkailu pohjautuu Suomessa suomenhevoseen. Tulevaisuudessa suomenhevosen vahvuus osana hevosmatkailua ymmärretään ja pitkällä tähtäimellä Suomen hevosmatkailu rakentuu suomenhevosen ja sen tarinoiden ympärille.

Ravikilpailutoiminnan osalta on tavoitteena toimiva kilpailuyhteistyö puolin ja toisin Ruotsin ja Norjan kanssa ja suomenhevosten kilpailumahdollisuuksien lisääminen näissä maissa.

16.12.2008

3. KANSAINVÄLISTYVÄ SUOMENHEVONEN – SWOT-ANALYYSI

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
<ul style="list-style-type: none">• uutuusarvo maailmalla• alkuperäisrotu• kansallishevonen, suomalaisuuden symboli, kulttuurirytkökset• hyvä terveys• hyvät käyttöominaisuudet• ”ympäristöystävällinen vähemmän energiaa kuluttava hevonen”, hevosmatkailussa ympäristönäkökulma, hevoset omasta maasta• osa maaseudun monimuotoisuutta• heterogeeninen rotu, tyypit, värit, luonne• Suomenhevosyhdistykset	<ul style="list-style-type: none">• kansainvälinen tunnettavuus olematon• ei varsinaista itsestään selvää kansainvälistä ylivoimatekijää vs. muut rodut• suomalaisten erilaiset mielikuvat suomenhevosen perustyyppistä ja tarkoituksesta• historiasidonnaisuus mielikuissa• rodun edunajajien pirstoutuneisuus• hevoskannan pienuus• ei valmiita markkinointiverkostoja ulkomailla• ei ole sijoitettu selkeästi mihinkään hevosryhmään• hyödynnetty huonosti osana biodiversiteettikeskustelua - kansainvälistämisyrittämykset jääneet kesken• puutteelliset kansainväliset viestintämateriaalit (painettu materiaali, internet)
MAHDOLLISUUDET	UHAT
<ul style="list-style-type: none">• eko- ja ympäristötrendin hyödyntäminen• kiinnostus alkuperäisrotuihin, kylmäverisiin ja paikalliseen kulttuuriin• profiloituminen hevosmatkailu- ja harrastekäyttöön• Suomi-matkailumarkkinoinnin (MEK) ja suomenhevosen kansainvälistymisen yhdistäminen• kansainvälisen yhteistyön lisääntyminen• sitominen luontoon ja historiaan uusilla tarinoilla• kasvatus ulkomailla, näyttelytoiminta• vanhan kytkeminen uuteen• suomenhevosyhdistykset	<ul style="list-style-type: none">• kasvatus vähenee• jalostustavoitteet eivät tue uusia ja kysytyjä käyttötarkoituksia• kansainvälistä kiinnostavuutta ei saavuteta• kansainvälisyyttä ei koetakaan tärkeäksi• kilpailussa toisten rotujen kanssa ei menestyä• käyttöprofiili ei uudistu kiinnostavaksi• suomenhevosyhdistyksillä erilaiset pyrkimykset

16.12.2008

4. KANSAINVÄLISTYVÄN SUOMENHEVOSEN BRANDI

Suomenhevosen kansainvälisen viestinnän on oltava yhteneväistä kotimaassa tapahtuvan viestinnän kanssa. Esiselvityshankkeen markkinointiviestinnän työryhmä on esittänyt suomenhevosen brandi-identiteetin rakentamista jatkossa kolmen kärkiominaisuuden varaan. Nämä ominaisuudet ovat: *yksilöllinen, urheilullinen sekä suomalainen-koko kansan hevonen*. Alla on työryhmän esimerkkejä ominaisuuksien ilmenemismuodoista:

Ominaisuus	Ilmenemismuodot
Suomalainen	-Kuvataan suomalaisessa ympäristössä, haetaan ja yhdistetään vahvuuksia suomalaisesta luonnosta ja muusta suomalaisesta ympäristöstä
Yksilöllinen	-Ihmisen ja hevosen välinen kontakti ja yhteys, suomenhevosen eri tyypit; rakenne, värit jne.
Urheilullinen	-Treenattu, näyttävä, voimakas, vauhdikas, urheilusuoritus nykyaikaisessa ympäristössä

Muiden rotujen tapaan suomenhevoselle on löydettävä ne tekijät ja se ”juttu”, joka tekee sen halutuksi. Se voi olla:

- suomenhevosen monipuolisuus
- suomenhevosen historia
- suomenhevosen käyttöominaisuudet
- joku muu

Muilla roduilla näitä ovat mm. käyttöominaisuudet, luonne, erikoisuus (värit, askellajit), rodun oma ja kotimaan historia ja siihen liittyvät tarinat. Islanninhevosen ”tarina” on myös tarina Islannista (historia, luonto, eksotiikka).

Suomenhevosen rotumääritelmä tarjoaa kansainväliseen brandinrakennukseen muutamia myös erityisen hyvin ajan henkeen sopivia, toistaiseksi hyödyntämättömiä, avainominaisuuksia: Suomenhevonen on **alkuperäinen** Suomessa kehitetty hevosrotu, joka on saanut alkunsa pohjoiseurooppalaisista **maatiaiskannoista**. Suomenhevonen on **monipuolinen yleishevonen**. Se on **keskikokoinen, liikkeet ovat säännölliset ja joustavat. Ilme on rehellinen. Luonteeltaan suomenhevonen on yhteistyöhaluinen, pyrkivä ja nöyrä.**

Suomenhevonen voidaan profiloida harrastehevoseksi ja ihmisen kumppaniksi. Se voi kokonsa puolesta olla aikuisten ja nuorten hevonen, pienhevosena myös lasten harrasteratsu.

Suomenhevosta voidaan nostaa jatkossa enemmän esiin tietyillä toimialoilla (mm.matkailu) ympäristöä säästävänä ja ekologisena hevostaihtoehtona. Myös suomenhevosen sopeutumiskyky erilaisiin ilmasto-

16.12.2008

oloihin kannattanee tuoda esiin kansainvälisillä markkinoilla. Vuodenajat ja suomenhevosen pärjääminen niissä ovat suomalaisille itsestään selviä faktoja, mutta ulkomaalaisille asiaan sisältyy uutuusarvo. Lisäksi alkuperäisrodut (esim. andalusialaiset Espanjassa, islanninhevonen Islannissa) ja maatiaiskannat ovat lisänneet suosiotaan maailmalla viime vuosina – tämä fakta suomenhevosen osalta kannattaa siis muistaa nostaa esiin sopivalla tavalla.

Kansainvälisessä toimintaympäristössä suomenhevosen luokittelu yleishevoiseksi on potentiaalinen vahvuus. Yleishevonen vastaa erityisesti matkailualan kasvaviin tarpeisiin, ratsastuskoulujen ja yksityisten harrastajien tarpeisiin sekä soveltavan hevosenkäytön (ratsastusterapia, hevosen käyttö sosiaali-pedagogisessa toiminnassa) tarpeisiin. Kyseisessä kohderyhmäsektorissa on toistaiseksi vähän kilpailua. Tämä valinta merkitsee, kotimaisesta brandistrategiasta poiketen, viestinnällisissä ratkaisuissa suomenhevosen neljän jalostussuunnan paketoimista kantakirjatun rodun monipuolisiksi käyttöominaisuuksiksi.

Suomenhevosen uudistettu brändi-identiteetti toimii hyvin linjassa Suomi-maabrändin neljän ceen (credible=luotettava/uskottava, creative=luova, contrast=positiivisesti vastakohtainen, cool=nasta) ohjelman kanssa, riippumatta siitä toimitaanko suomenhevosen kansallisen vai kansainvälisen brändistrategian pohjalta. Verkostoituminen ja vuorovaikutus – osin myös hyvin kohdistettu lobbaus on tämän tavoitteen positiivisen lopputuloksen osalta merkityksellistä.

Suomenhevosen brandista ja markkinointiviestinnästä lisää *suomenhevosen viestintäsuunnitelmassa*.

5. SUOMENHEVONEN KANSAINVÄLISENÄ HEVOSMATKAILUTUOTTEENA SUOMESSA

5.1. Suomenhevonen hevosmatkailussa

Hevosmatkailussa hevonen on osa matkailuaktiviteettia eli matkailutuotetta tai osa matkailuelämyksen tuottamista. Hevosmatkailu on hyvin laaja-alaista, hevosmatkailutuotteet voidaan jakaa kansainvälisen hevosmatkailuliiton (FITE:n) kahteen kategoriaan hevos/ratsastuslomiin ja muihin hevosiin liittyviin tapahtumiin. Hevosmatkailutuotteita voivat olla esim. maasto- ja vaellusratsastus, reki- tai kärryjäkelu, valjakkoajo, ratsastusloma, hiihtoratsastus, ravit, hevospilailut ja – tapahtumat, sekä muut hevoselämykset ja –aktiviteetit (hevonen metsätöissä, hevosteatteri, työhevosnäytökset, hevosen ja ihmisen vuorovaikutus jne.). Hevosmatkailu on elämys- ja seikkailumatkailua, jossa haetaan elämyksiä sekä maaseutumatkailua, sillä yritykset sijaitsevat pääasiassa maaseudulla. Luontomatkailua, toiminta tapahtuu suurelta osin luonnossa ja aktiviteettimatkailua sisältäen fyysisen aktiviteetin harjoittamisen. Hevosmatkailu on myös osa well being –matkailua, sillä hevoset ja talli-ilmapiiiri voivat hyvin toimia ihmisen henkisen- ja fyysisen hyvinvoinnin ja koko elämän laadun parantajina.

Hevosmatkailutuotteeseen sisältyy ammattitaitoinen toiminnan ohjaus, toimintaan sopivat hevoset, asianmukaiset varusteet ja välineet, ruokailu sekä mahdollisesti majoitus ja muuta palvelutoimintaa. Tuotevalikoima on runsasta ja monipuolista ja tuotteita on aloittelijoista kokeneisiin hevosharrastajiin.

Suomenhevosen kannalta matkailullisesti potentiaalisimmat hevostapahtumat ovat:

16.12.2008

Ravikilpailut Kuninkuusravit, Kylmäveristen pohjoismaiden mestaruus ja kesäravit ympäri Suomen esim. yöttömän yön ravit Sodankylässä

Ratsastuskilpailut

Suomenratsujen Kuninkaalliset Ypäjällä

Muut tapahtumat

Muita merkittäviä ja matkailullisestikin kiinnostavia hevostapahtumia ovat mm. suomenhevosten valtakunnallinen työmestaruuskilpailu ja valjakkokisat.

Suomi on turvallinen, eksoottinen ja kiinnostava hevostamatkailumaa, jolla on oma monipuolinen alkuperäisrotu, suomenhevonen. Suomi ei vielä ole kovin tunnettu hevostamatkailumaa, mutta sillä on kaikki edellytykset tulla yhdeksi Pohjois-Euroopan suosituimmista hevostamatkailumaista. Suomen luonto, sen hiljaisuus, puhtaus, tila, kasvit, eläimet, vaihtelevat vuodenaajat ja hevostamatkailuun sopiva maasto luovat pohjaa kehittää toimintaa. Ympäristöarvojen noustessa on hevostamatkailulla mahdollisuuksia kehittyä yhdeksi luontoystävälliseksi tavaksi liikkua luonnossa. Hevostamatkailu on ympärivuotista toimintaa, jota voidaan toteuttaa lumessa tai ilman. Suomen olosuhteissa suomenhevonen on paras kulkuväline luonnossa erilaisiin kohteisiin kuljettaessa, myös liikuntarajoitteisille. Hevosteema on ympärivuotinen ja talvi tuo teemaan erityistä lisämaustetta.

5.2. Hevostamatkailutallien määrä ja sijainti Suomessa

Suomessa on noin 15 000 hevostallia, joista noin neljännes harjoittaa yritystoimintaa. Hevostamatkailupalveluja tarjoavia yrityksiä Suomessa on arviolta noin 200. Suurin osa yrityksistä tuottaa hevostamatkailupalveluja muun toiminnan ohella, vain noin 10-20% yrityksistä on keskittynyt tarjoamaan pelkästään hevostamatkailutuotteita. Suurin osa niistä hevostamatkailuyrityksistä, joissa tarjotaan ainoastaan hevostamatkailutuotteita, toimivat suurelta osin Savon seudulla ja Pohjois-Suomessa.

Suomenhevosen tulevaisuushankkeen palveluhakemistosta löytyy 18 suomenhevosta opetusikäissään pitävien ratsastuskoulujen yhteistiedot. Hevostamatkailupalveluja suomenhevosilla samoilla sivuilla tarjoaa 20 yritystä. Suomen vaellustallienliiton sivuilta löytyy yhdistyksen 17 jäsentällin tiedot.

Hevostamatkailutalleja löytyy ympäri Suomea, etelästä pohjoiseen. Mielenkiintoista on tallien ”ryppäytyminen” alueittain. Viime vuosien aikana hevostoiminta ja nimenomaan hevostamatkailuun painottuva toiminta on löytänyt yhä enenemässä määrin tiensä matkailukeskusten läheisyyteen mm. Vierumäen Urheiluoopistolla, Tahkolla, Lapin hiihtokeskuksissa, tulevaisuudessa tarjonta tulee jatkossa lisääntymään vastaavien keskusten yhteydessä.

Hevostamatkailutallien koko

Suomessa hevostamatkailupalveluja tarjoavat tallit ovat useimmiten melko pieniä ja työllistävät yleensä isäntäväen ja sesonkiaikaan myös ulkopuolisia. Tilan koko on yritystoimintaa harjoittavilla keskimäärin 14,5 ha. Karsinapaikkoja yritystoimintaa harjoittavilla on keskimäärin 11 ja hevosia sekä poneja 11. Laurean kasvava hevosala –selvityksen mukaan 43% hevostamatkailuyrityksistä on kiinnostunut hankkimaan

16.12.2008

suomenhevosen. Koulutetuilla suomenhevosilla kysyntä on suurempaa kuin tarjonta niin opetushevosiksi ratsastuskouluihin kuin yritysten käyttöön virkistys- ja ohjelmapalveluiden tuottajaksi. Usein yritystoiminnan käyttöön päädytäänkin valitsemaan muu kuin suomenhevon, jos koulutettua yrityksen toiminnan tarpeisiin vastaavaa hevosta ei ole saatavilla tai suomenhevosta ei ole saatavilla yrityksen tarvitsemaa määrää.

Mek:n markkinoinnissa mukana olevat hevosmatkailuyritykset

Matkailun edistämiskeskuksen, Mekin, *Promis -tietokannasta* löytyy tällä hetkellä 29 suomalaisen hevosityrityksen tiedot. Tiedoista vain osa tietokantaa on käyttävien asiakkaiden nähtävillä, sillä tiedoissa on puutteita mm. hintatiedot, tuotteen toteuttamisajankohdat yms. olivat vanhentuneita tms.

Mek toteutti keväällä 2005 yhteistyössä Hippolis-Hevosalan osaamiskeskuksen ja Ellare Oy:n kanssa kyselyn hevosityrittäjien halukkuudesta ja valmiudesta lähteä kansainvälisille markkinoille. Kyselyssä etsittiin valmiita vähintään kolmen päivän tuotteita, jotka voisivat olla esille kansainvälisille matkajärjestäjille tehdyssä vaellusratsastusmanuaalissa esimerkkeinä. Kyselyä postitettiin noin 700-800 tallin pitäjälle. Kyselyyn saatiin alle 10 vastausta ja vain muutama tuote oli niin valmis, että niitä olisi voinut lähteä muokkaamaan kansainvälisille markkinoille.

5.3. Yritysten tuotetarjonta

Yritysten tuotetarjonta on kaikkiaan varsin laajaa. Suurin osa yrityksistä ilmoittaa tuotetarjontansa hyvin monipuolisena – kaikkea kaikille. Osa yrityksistä ei edellytä aikaisempaa kokemusta ennen toimintaan osallistumista. Yleisimpiä ovat lyhyet muutaman tunnin kestoiset tuotteet. Lyhyitä vaelluksia, ratsastusretkiä, hevosohjelmapalveluja tai lyhyitä rekiäjeluja myydään eniten ja vain muutamalla yrityksellä on todella tarjolla pitkiä vaelluksia tai retkiä ajaen, mahdollisuus hiihtoratsastukseen tai maatilan töihin hevosella.

Ulkomaan markkinoilla olevat suomalaiset yritykset myyvät pitkiä vaelluksia.

Hevosmatkailussa erityisiksi kansainvälisiksi vetovoimatekijöiksi on tunnistettu luonto ja hevonen.

Ulkomaalaisille tarjotut suomalaiset hevosmatkailutuotteet ovat toistaiseksi olleet pääasiassa FITE:n ykköskategoriaan kuuluvia, eli ratsastuslomia: useamman päivän ratsastusvaelluksia tai lyhyempiä retkiä.

Vaellustallien yleisin tuote on 1-3 tunnin maastoretki. Suosittu ja yleisesti tarjottu tuote on myös puolipäiväretki (4-6h). Useat yrittäjät tarjoavat myös kokopäiväretkiä (7-12h), ei yöpymistä. Varsinaisia ratsastusvaelluksiaakin tarjotaan, mutta lyhyempiä retkiä tarjotaan pitkiä vaelluksia enemmän. Tarjonta painottuu Etelä-Suomeen. Lapissa ja Itä-Suomessa tehdään pidempiä vaelluksia ja etelässä pääasiassa lyhyitä retkiä.

Suomessa on vielä hyvin vähän hevoslomatuotteita, joissa myydään esim. valmennustyyppisiä lomiam kouluratsastuksessa, esteratsastuksessa tai valjakkoajossa, vaikka meillä olisi tähän tarkoitukseen soveltuvina omat FWB -hevokset, suomenhevokset, hyviä valmentajia ja hienoja puitteita myös oppilaitosten yhteydessä sekä olemassa olevien matkailukeskusten yhteydessä, mm. Tahko, Messilä. Tarjonnassa riittää siis yhä monipuolistettavaa.

16.12.2008

5.4. Asiakaskunta Suomessa

Suomessa on noin 190 000 hevosharrastajaa, joista noin 140 000 harrastaa ratsastusta ja 50 000 raviurheilua. Raveissa käy vuosittain noin 800 000 katsojaa.

Kotimaiset asiakkaat

Kotimaiset asiakkaat ovat yleensä yksittäisiä henkilöitä, perheitä ja pariskuntia. Suomen hevosmatkailuasiakkaista yritysasiakkaita on vain 10% ja kansainvälisiä asiakkaita 5%. Tyypillinen suomalainen hevosmatkailija on 35-45 –vuotias nainen. Suomalaisia on yleensä eniten keväällä ja kesällä, jolloin he ovat tulleet Pohjois-Suomeen ratsastamaan. Talvella asiakkaat ovat Pohjois-Suomessa lomalla ja ratsastus on yksi loman aktiviteeteista.

Ulkomaiset asiakkaat

Euroopassa on noin 20 miljoonaa rekisteröitynyttä hevosharrastajaa, joista noin 2 miljoonaa harrastaa vaellusratsastusta. Suomeen tulevat asiakkaat ovat pääasiassa yksityishenkilöitä, ryhmiä lisäksi erityisesti joulusezonkina. Tyypillinen hevosmatkailija on 25-50 –vuotias nainen, tulotasoltaan keski- tai korkeapalkkainen, joka harrastaa tai on aikaisemmin harrastanut ratsastusta. Matkoilla halutaan yhdistää harrastuksen ilo ja tutustuminen uuteen paikkaan. Äidit lastensa kanssa ovat uusi kohderyhmä. Keskiverto hevosmatkailuloma on kestoltaan 1 päivästä 1 viikkoon. Kansainvälisistä hevosmatkailijoista on tehty kohderyhmäsegmentointeja matkailijoiden arvojen, asenteiden ja matkailukäyttäytymisen perusteella sekä matkatyyppien perusteella.

Rajahaastattelututkimuksen mukaan (Puoskari 2008) ratsastusta harrastaa Suomen matkoillaan noin 2% aktiviteettimatkailijoista. Näin ollen ratsastajia olisi noin 3500 kesässä. Ratsastajien sukupuolijakauma aineiston perusteella hieman naisvoittoinen (57% ja miehiä 43%).

Tyypillinen hevosmatkailija

Asiakkaiden aikaisemmat ratsastuskokemukset vaihtelevat suuresti yrityksestä toiseen. Osassa yrityksistä asiakaskunta koostuu pääasiassa ratsastuksen harrastajista ja toisissa asiakkaat eivät ole aikaisemmin ratsastaneet. Hevosmatkailun asiakkaat heijastelevat tyypillistä ratsastuksen harrastajaa. Vaellusratsastukselle osallistuva tyypillinen asiakas on noin 35-45-vuotias nainen, joka harrastaa tai on aikaisemmin harrastanut ratsastusta. Yleistä on, että äidit ja tyttäret osallistuvat ratsastusaktiviteettiin, kun muu perhe harrastaa jotain toista lajia. Miehetkin ovat kiinnostuneita hevosista ja ratsastusta saatetaan kokeilla porukalla, kun halutaan tehdä jotain uutta.

Asiakasmäärät ja sesongit

Yritysten asiakasmäärät vaihtelevat ja yrityskohtaisten vertailujen tekeminen on vaikeaa, tuotteiden erilaisuudesta riippuen. Osa aktiviteeteista on hyvin lyhytkestoisia ja osallistujia voi olla hyvinkin paljon (rekiajelut); osa tuotteista kestää useita päiviä ja osallistujia voi olla kerralla rajattu määrä (pitkät vaellukset). Vuositasolla asiakasmäärät vaihtelevat Pohjois-Suomessa joistakin sadoista useisiin tuhansiin; osassa on jopa 2500 -5500 asiakasta vuodessa. (Lapin hevosmatkailusta tehty opinnäytetyö)

16.12.2008

Hevosmatkailuyritysten sesongit vaihtelevat yrityksen tuotetarjonnan mukaan. Osalla yrityksistä joulukuun on kaikkein kiireisintä aikaa ja sesonki voi alkaa jo marraskuussa. On yrityksiä, joiden toiminta painottuu joulukuun ja kesään, osalla myös kevättalveen. Kesäsesonki on kesäkuusta syyskuun loppuun, kevättalvi hiihtolomista pääsiäiseen. Yleisesti voidaan todeta, että toukokuun alkupuoli ja lokakuu ovat hevosmatkailuyritysten hiljaisinta aikaa.

5.5. Kansainvälisen hevosmatkailun toimintaympäristö

Kansainvälisessä hevosmatkailussa on tunnistettu neljä vaikuttavaa trendiä.

1. Hevosaktiiviteettien kasvava suosio (esimerkiksi Englannissa ratsastuksen harrastajien määrä on kasvanut vuosista 95/96 2M -> 4,3M vuosina 05/06) on maailmanlaajuinen ilmiö.
2. Hevosmatkailulla on tunnistettu olevan erinomaiset mahdollisuudet hyödyntää sosiaalisen vastuullisuuden trendiä (paikallisen kulttuurin tukeminen, eläinten hyvinvointi) ja osaltaan myötävaikuttaa maaseudun työllisyyteen.
3. Matkailijoiden kasvava ympäristötietoisuus ja pyrkimys siirtyä terveyttä edistävien, ekologisten ja vastuullisten matkailuaktiiviteettien pariin. Hevosmatkailulla koetaan kansainvälisesti olevan hyvät mahdollisuudet hyödyntää tätä asennemuutosta keskittymällä luonnon ehdoilla (ei kustannuksella!) toteutettaviin palvelukokonaisuuksiin. Hevospalvelut tuovat matkailukeskuksiin ympärivuotisia palveluita sekä kohentavat keskusten laatutasoa yleisestikin.
4. Hevosmatkailun globaalit kuluttajailmiöt: enemmän lyhyitä vapaita - matkat lähelle kotia lisääntyvät, toisaalta matkat myös eksoottisiin kohteisiin (Afrikka, latinalainen Amerikka) yleistyvät, alalla on entistä enemmän erilaisia matkanjärjestäjiä sekä internetin merkitys kasvaa matkojen välittäjänä.

Hevosmatkailun kansallisia rakennusaineita ovat erityisesti historialliset tarinat, perinteet, ilmasto, kansalliset hevosrodut ja niiden erityiset käyttöominaisuudet ja -tarkoitukset, paikallinen luonto ja kulttuuri (myös ruokakulttuuri). Suomenhevonen tarjoaa kaikkia näitä rakennusaineita suomalaisen hevosmatkailun käyttöön.