

Hästturism på export

av Anna Widstrand

Vem är den utländske ridresenären?

Den utländske ridresenären har råd att betala för sig. Det är en person från övre medelklassen som redan har sett det mesta. Han eller hon har varit i Andalusien, Italien, på Island, Irland, i Sydamerika och kanske Australien. Nu vill man se något nytt.

Enligt min erfarenhet handlar det mest om kvinnor (cirka 75 procent) som reser ensamma eller med kompisar. Mer sällan är det par som reser, och ovanligast är en ensam man på en ridresa.

Medelåldern ligger mellan 45 - 60 år, barnen är utflugna och tiden har kommit för att göra något man länge drömt om.

Därför vill man uppleva så mycket som möjligt på resan. Det gäller ridupplevelsen, mötet med människor på plats, och inte minst maten. Inte för att det måste vara Cordon Bleu och fanatiska kockar, men det skall vara genuina recept från en lokal mattradition. Den ska tillagas med värme och känsla, och gästerna vill gärna hjälpa till, åtminstone ett par gånger under veckan.

Kort om den internationelle ridresenären. Hon vill:

- ha det bekvämt och ha stora upplevelser.
- ha bra service.
- är beredd att betala för det.
- bo fint på för området typiskt vis – men inte dyrt.
- äta mycket och bra.

Vilka förväntningar har den internationella ridgästen?

Genuinitet är ett nyckelord när det gäller förväntningar på ridresan. Resan skall vara genuin – även om det inte är femtjärniga hotell skall det vara femstjärniga upplevelser.

Ridresan skall vara unik och svår att fixa på egen hand!

Allra viktigast på en ridresa är upplevelsen till häst. Att hästen är hörsam och avpassad till ryttaren är A och O, och det är guidens uppgift att se till att alla hamnar på en häst som passar. Kom ihåg att det bara är ridledaren som känner sina hästar och har ansvaret för att det fungerar. Ibland kan det vara knepigt, speciellt med folk som tror att de kan rida bra. Då är det viktigt att man i flocken har en eller två riktigt bussiga hästar, som gör att gästen känner sig fenomenal på att rida, för hästen är bussig och låter gästen bestämma. För den duktiga ryttaren är det däremot viktigt, att det finns hästar som verkligen kan ge upplevelser i alla gångarter.

Naturen är otroligt viktig, liksom den väg man rider på. Det är tråkigt och dålig upplevelsekaraktär att varje dag rida första timmen ut och sista timmen hem på samma gamla väg. Om man bor på



Foto: Per Jiborn

samma plats hela tiden (något som många utländska ridresenärer föredrar), så rid i stjärnor ut och hem varje dag. Kom överens med grannen om att ta vägen över hans fält en gång i veckan, dra en sväng genom skogen och kom hem från en annan vinkel. Det behövs inte mycket förändring för att en ridtur skall kännas ny. I storskogen kan det räcka med att man rider i andra riktningen! Speciellt om det händer ett par dagar senare. Alltså: variera ridstigarna så mycket som möjligt.

Rid förbi intressanta historiska platser. Stanna och samla upp gruppen innan du börjar berätta. Få saker är mer frustrerande än att vara sist i en ridgrupp och missa vad guiden säger.



Foto: Staffan Wickstrand

Acceptera att det tar tid att samla ihop åtta hästar och ryttare inom hörhåll. Börja tala när du har ögonkontakt med alla i gruppen, och be gästerna samlas kring det du skall berätta om innan du börjar.

Ridresenären vill gärna få personlig kontakt med folk på platsen, speciellt dig som är värd. Sitt därför med gästerna till måltiderna. Ridresor är oftast små grupper, så värden behöver inte ens välja bord. Kan man dessutom få möta det lokala jaktlaget under en älgmiddag, är det en bonus!

Finns det personer som kan berätta historier, på gammalt traditionellt sagoberättarvis, kan det bli veckans höjdpunkt.

Vilka svenska hästupplevelser kan vi skapa produkter kring?

Det finns flera upplevelser som bara vi har här uppe i Norden.

Här väljer jag ett par av dem, men det finns fler och du som bor mitt bland dem, vet bäst.

- Den **svenska skogen**. Att få uppleva en av de sista storskogarna i Europa till häst är något som alla gäster drömmer om. Och något som de vill komma tillbaka till. Nordsvensken, den svenska hästen, är också en höjdpunkt och den är ju intimt förknippad med skogen. Skapa gärna en produkt där flera typer av skog passerar under veckan, där det finns spår av träkolproduktion, milor och boställen.
- Rid genom **utvandrarmarker** (speciellt med amerikaner) och berätta hur det var här innan alla flyttade till Minnesota.
- **Öppna vidder**. Uppe i fjälltrakterna finns det mycket att göra, även vintertid. Samer, hästar och renar, flytta hjordar och bo i kåta är naturliga grundelement om man vill skapa upplevelser med hög internationell lyskraft. Här finns mycket att utveckla och stora landområden att utforska på hästryggen tillsammans med lokalbefolkning.

Vad mer måste du behärska för att arrangera bra ridresor?

Om man vänder sig till den internationella marknaden måste man vara en proffsig företagare.

Att kunna rida är en bra grund – men allra viktigast är att kunna rida med grupp bakom sig.

Att välja rätt gångart och veta hur tempoväxlingar gör att det till exempel går fortare längst bak i ledet.

Som för alla värdar och guider gäller att du måste vilja vara tillsammans med nya människor varje vecka, och lyssna in vad kunden söker. När man förstått vad gästen vill ha, skall man försöka få honom eller henne att göra saker som de aldrig gjort förut, som att baka bröd, bygga en hasselbastu eller fiska.

Berätta hur saker hänger ihop i naturen, förklara ekologiska samband och visa upp kungsörnen när den glider över dalen. Många stadsbor har aldrig sett en örn, och förstår inte hur stort det är förrän i slutet av veckan, då deras ögon, öron och luktsinne har spetsats till.

Dessutom måste man vara riktigt bra på att rida. Ingen gäst följer en guide, som inte verkar veta vad han eller hon gör. Det är också bra att börja med en introduktion i hur dina hästar är vana att hanteras och hur du vill att de skall ridas. Varje ridkultur har sina egna sätt och vana ridresenärer vet att det skiljer runt om i världen. Är dina hästar speciella, är det bara bra. Internationella ridgäster vill veta allt möjligt om hästar.

Alltså: Förstå vad kunden vill ha, få kunden att göra saker han/hon aldrig gjort förr och berätta om hur allt hänger ihop i naturen.

Vad innehåller ett bra ridarrangemang?

Det ska vara en fantastisk ridupplevelse. Vem som helst kan dra ut i skogen och galoppera. För att det ska bli en riktigt bra upplevelse, måste det bli en kontakt med hästen. Hästarna måste vara vänliga och ha en egen personlighet. Hästarna är jätteviktiga och det skall vara kul att rida!

En fin naturupplevelse är gästernas dröm. Det måste vara vackert, helst bedövande vackert, i den natur man rider. De flesta av våra utländska gäster kommer från större eller mindre städer och de reser till Sverige för att möta naturen. Då räcker det inte att galoppera runt på ett fält. Det är rejäla turer ut i naturen som gäller.

En kulturupplevelse utöver det vanliga bygger på delaktighet.

Skapa en känsla av närhet till bygden hos gästerna. En känsla av att ha "varit med" gör gäster tillfreds. Det är skillnad mellan att turista och att själv få vara med och uppleva.

Som turist tittar man passivt på när andra dansar, arbetar eller roar sig. Motsatsen är att själv få vara med och dansa, delta i sysslor och prova på. Gärna tillsammans med värden eller guiden, som man fått förtroende för under veckan. Då upplever gästen kulturen och står inte bara och tittar på. Det kan handla om en bastu, en kräfts-kiva eller ett midsommarfirande. Poängen är att se till att gästerna är med på noterna när upplevelsemöjligheter ges.

Hur hittar jag mina utländska kunder?

Internet är i dag grunden för att synas. Investera i en proffsig sajt och översätt den till flera språk. Har man bra produkter skall man även ha en bra sajt. En proffsig webbsida fungerar också som visitkort mot utländska ridresebyråer. Motsatsen, en hemmasnickrad hemsida, signalerar att man är amatörmässig på flera plan, inte minst för någon som sitter hundratals mil bort. Satsa på en proffsig sajt – det tjänar man in på en säsong!

Ta kontakt med några få utvalda resebyråer/ridresearrangörer. Men innan du skriver ska du veta att de får ungefär 50 mejl i veckan från folk som vill sälja ridresor.

Skriv kort och intressant och bifoga inga tunga digitala bilder på flera megabyte.

Använd istället en eller två riktigt proffsiga bilder som ger en känsla av lustfylld semester.



Foto: Staffan Widstrand

Det du erbjuder ska vara lätt att sälja för ridresaarrangören!

Utländska byråer vet inte att Sverige är ett hästland. Skriv därför kort och koncist om lokala hästraser, antal timmar i sadeln om dagen, mat, boende och så vidare.

Tänk på att du måste få den utländska researrangören intresserad. Skriv målande, använd ord som involverar alla sinnen, väcker reslust och som lockar fram smaker, ljud, lukter och synintryck. Välj sedan en enda bild som beskriver glädjen i dina arrangemang.

Det skall alltså inte vara en bild där ni sitter och fikar i duggregnet med hästarna i bakgrunden. Nej, en sensuell bild där någon rider med glädjestrålände ansikte.



Foto: Per Jibom

Sätt realistiska gränser för vad som gäller avseende ålder/vikt/ridkunnighet och följ gränserna när ni rider. Gör klart för den utländske ridresebyrån vad det är för kunder du kan och vill ta emot.

Blanda helst inte nybörjare och vana ryttare – då blir ingen lycklig!

Se till att det är glasklart vad folk får väga och hur duktiga ryttare de måste vara.

Bestäm i förväg om du vill koncentrera din ridning till barnfamiljer, till riktigt duktiga ryttare eller till vuxna nybörjare.

Det går inte att göra allting alltid – välj en kategori och rid därefter!

Se till att byrån förstått var dina gränser går och förbinder sig att skicka rätt gäster.

Ingen blir i slutändan glad när en amerikansk byrå skickar överviktiga bjässar som har sett Clint Eastwood på bio, men aldrig spanat in en häst i verkligheten.

En professionell utländsk byrå tar dig på mer allvar om du specialiserar dig, eller åtminstone specialiserar dina ridperioder.

Kanske passar varannan vecka för nybörjare?

Hur betalningskänslig är den internationella ridgästen?

Utländska ridturister från Europa och USA har gott om pengar, men man vill spendera dem på kvalitetsprodukter. Den som tittar mot Sverige för semester har oftast haft någon tidigare kontakt, eller har rest med samma resebyrå till andra platser, och litar på företagets omdöme.

Överlag kan man säga att den utländske ridresenären har råd att spendera upp till 1 500 euro för en veckas resa. Men då ska allt vara tiptop. Naturen, hästarna, guidningen, maten och boendet måste tillsammans vara av högsta klass.

Kom ihåg att när det gäller boendet finns det inga genvägar. Det räcker inte med ett par gamla bäddsoffor. Det skall vara mer klass på boendet än så. Om man inte vill klassa upp sitt ställe med enkla, stilrena möbler och bra badrum, skall man inte vända sig till den internationella marknaden. Konkurrensen är mördande!

Det vi tycker är renoverat till hög standard kommer inte ens i närheten av en liten bondgård i Italien med terrakottagolv och antika möbler. Och prislappen på boendet är bara en fjärdedel jämfört med Sverige.

Vad är det vanligaste felet hos svenska ridarrangörer?

Det vanligaste felet hos svenska arrangörer är att man inte har planerat för utländska gäster. Allting är som vi svenskar är vana vid att ha det. För att planera för utländska gäster får man undersöka hur man gör saker i andra länder. Kanske genom att resa på ridresor hos andra arrangörer utomlands, eller spendera tid på internet för att analysera konkurrenternas utbud och pris. Studera dagsprogrammen hos konkurrenterna! Där finns många pärlor att kopiera eller inspireras av.

Det är viktigt att gå igenom vad som är nödvändigt, vad som är bra och vad som är onödigt i satsningen på internationella gäster. Dessa tre ting är dessutom olika för skilda nationaliteter. Om man generaliserar lite så förstår du vad jag menar.

- **Italienare** vill ha svenskt bröd, färskt och mycket! Rummet skall vara fint och elegant.
- **Britter** vill rida i alla väder och se så mycket som möjligt, men bryr sig mindre om hur badrummet ser ut.
- En **tyisk** vill gärna ha grovt bröd på morgonen och en häst som gör att han eller hon ser bra ut, eller ser ut att rida bra.
- **Svenska ryttare** kan oftast sova i sovsäck och bo i tält och har ”friluftsliv” i blodet. Det ordet går knappt att översätta eller förklara för andra än norrmän och finnar.

Alltså, analysera vilken typ av upplägg resebyrån har för olika nationaliteter. Din partner utomlands vet också vad som passar just hans eller hennes kunder.



Foto: Staffan Widstrand

Skall man ha ett gäng utländska gäster att övernatta i skogen, är det viktigt att det blir en ”happening” av det. En samekåta med eldstad, en stor middag med vita dukar och kandelabrar gör det till en ”happening”. Att tugga i sig ett par mackor, dricka en bärs och somna på en renfäll är inte en ”happening”. Och ett gäng stiliga italienare i sina fina ridkläder blir djupt olyckliga över att inte ha fått någon mat...

När man tar ordentligt betalt är det viktigt att gästen får rejäl valuta för pengarna. Är man inte beredd att göra det där lilla extra, skall man inte ge sig in på den utländska marknaden.

Om det är ett par som reser så blir de nästan alltid lätt chockerade över vårt svenska sätt att ha enkelsängar – de är vana att få sova tillsammans. Ett bra sätt att lösa det på, är att lägga en extra dubbeldrass (180 x 200 cm) över två sammanställda enkelsängar. Att ligga i enkelsängar och kanske skutta över till varandra ibland, som vi svenskar gör, det är uteslutet. Paret tycker att det

är obekvämt och underligt. Ett tips är att varje dubbelrum har en stor säng och en liten säng. Då kan det användas för tre personer, för ett par och för två personer som reser som vänner. Om det inte går att göra detta i alla rum, ha i alla fall några rum med dubbelsäng för utländska gäster. Ett par gamla bäddsoffor funkar inte!

Svensken uppvisar just nu en kollektiv aversion mot socker och salt, och som gör att mycket mat inte smakar särskilt mycket. Det må vara att det är hälsosammare på det här nya viset, men det är viktigt att komma ihåg att den utländske resenären inte har samma avogta inställning till salt och socker som vi. Om kocken därför inte kryddar ordentligt, se till att det både finns salt- och svartpepparkvarn framme på bordet.

Det kan vara svårt att få svenskar att betala samma priser för en vecka i Sverige som de gladeligen skulle betala för en vecka på Irland. Se därför till att du har produkter i olika prisklasser om du vill att svenskar ska komma med. Men sänk inte kvalitén på din produkt bara för att få ner priset till en nivå som svenskar kan tänkas betala – då får du inte några högt betalande utländska gäster mer. De kommer helt enkelt inte tillbaka. Gör då hellre två olika produkter, och kör de högkvalitativa under högsäsongen juli – augusti då du har störst chans att få in utländska gäster.



Foto: Staffan Widstrand