

# Horses of Iceland

BRING YOU CLOSER TO NATURE



**Markmið – verkefni – árangur**

**2016-2020**

# Efnisyfirlit:

<b>Markaðsstarf Horses of Iceland 2016-2019 .....</b>	<b>3</b>
Inngangur.....	3
Markmið, áherslur, markhópar og markaðssvæði .....	4
Yfirlit yfir markaðsaðgerðir, kynningarefni og endurtekna viðburði.....	5
Rannsóknir .....	7
Niðurstaða .....	8
<b>Viðauki .....</b>	<b>9</b>
Birtingar í fjölmiðlum, samstarfsaðilakynningar og sýningar .....	10
Samfélagsmiðlagreining .....	16
Uppbygging vörumerkjavirðis: Íslenski hesturinn .....	20
Hestamennska og hestaferðaþjónusta .....	57

## INNGANGUR

Árið 2015 komu allir helstu hagsmunaaðilar í hestamennsku saman og ákváðu að sameina krafta sína undir nafninu Horses of Iceland (HOI), en þáverandi landbúnaðarráðherra Sigurður Ingi Jóhannsson hvatti til samstarfsins. Samningur var gerður til fjögurra ára. Sjávarútvegs- og landbúnaðarráðuneytið og Mennta- og menningarmálaráðuneytið samþykktu að leggja fram 25 milljónir króna til verkefnisins 2016-2020 til móts við framlag einkaaðila. Í framhaldinu var mörkuð stefna til framtíðar í sölu-, markaðs- og kynningarmálum hestamanna, sem Íslandsstofa hefur umsjón með. Í lok 2019 voru ríflega 70 hagsmunaaðilar sem koma að þessu mikilvæga verkefni gegn framlagi frá ríkinu og hefur það skilað miklum árangri á síðustu fjórum árum.

Árið 2019 var mjög gott ár í útflutningi á hrossum, en þá voru **1.509** hross seld úr landi, fleiri en síðustu níu árin á undan. Árið 2019 var einnig metár þegar litið er til fjölda ferðamanna sem fóru á hestbak: **9,8%** þeirra erlendu ferðamanna sem komu til landsins í fyrra fóru í hestaferð, eða nærri **200.000** manns. Á meðan heildarfjöldi ferðamanna hefur dregist saman, hefur hlutfall þeirra sem fer í hestaferðir aukist.

Fleiri dæmi um árangur af starfi Horses of Iceland:

- **54.700.000** birtingar á samfélagsmiðlum (e. impressions)
- Samanlagt virði þeirra um **40** milljónir króna
- Fjöldi fylgjenda á Facebook og Instagram í lok 2019 eru **110.300**
- **1.500.000** sýningargestir sóttu sýningar þar sem Horses of Iceland var með kynningar
- Greinar og þættir í kjölfar blaðamannaheimsókna náðu til um **293 milljón** manns
- Samanlagt virði umfjallana í fjölmiðlum nemur **730.526.125** krónum
- Myndbönd verkefnisins fengu samtals yfir **3 milljón** spilanir
- **70** samstarfsaðilar í **5** löndum hafa gengið til liðs við verkefnið

## **MARKMIÐ**

Tilgangur HOI verkefnisins er að auka vitund um og styrkja ímynd íslenska hestsins á alþjóðavettvangi. Markmiðið er að leggja grunn að aukinni verðmætasköpun og auknum gjaldeyristekjum af sölu á hestinum, vörum og þjónustu honum tengdum með faglegu og framsæknu markaðsstarfi undir merkjum „Horses of Iceland – bring you closer to nature“.

## **ÁHERSLUR**

Lögð er áhersla á að ná víðtæku samstarfi aðila í Íslandshestasamfélaginu um heim allan til að tryggja samræmd skilaboð í markaðsstarfinu og aukinn slagkraft. Unnið er með langtímasjónarmið að leiðarljósi.

Lögð er mikil áhersla á notkun stafrænnar miðlunar, vef og samfélagsmiðla, til að ná sem mestri útbreiðslu um heim allan. Einnig er lögð áhersla á samlegð í kynningarstarfi innan Íslandsstofu við aðrar greinar, s.s. ferðaþjónustu í markaðsverkefninu Inspired by Iceland og íslenskri menningu í Iceland Naturally.

## **MARKHÓPAR OG MARKAÐSSVÆÐI**

Á árunum 2016-2017 var lögð áhersla á að ná til eftirfarandi markópa: erlendra aðila sem nú þegar tengjast íslenska hestinum um heim allan, ferðamenn á Íslandi og þá sem eiga leið um Leifsstöð, og 2018-2020 einnig til eigenda og knapa annarra hestakynja með von um að auka þannig athygli sem hvetur til aukinna viðskipta, þjónustu og afþreyingar þar sem íslenski hesturinn kemur við sögu.

Áhersla hefur m.a. verið lögð á kynningarstarf í Þýskalandi og Svíþjóð þar sem íslenski hesturinn hefur mikla útbreiðslu, í Hollandi, þar sem Heimsmeistaramótið var haldið árið 2017, og víðar í Evrópu, en einnig var fjármagn lagt í kynningarstarf í Bandaríkjunum. Í lok árs 2019 þáði verkefnastjóri HOI boð um að kynna íslenska hestinn á ráðstefnu í Kína.

Hægt er að ná til fólks með markvissum hætti á stafrænum miðlum eftir löndum, kyni, aldri og áhugamáli og er það gert sérstaklega á Facebook og Instagram og vefsíðu HOI, sem er á 4 tungumálum.



## YFIRLIT YFIR MARKAÐSAÐGERÐIR, KYNNINGAREFNI OG ENDURTEKNA VIÐBURÐI

### Sýningar og viðburðir:

- Alþjóðlegur dagur íslenska hestsins á heimsvísu 1. maí (2016-2019)
- Skrúðreið um miðbæ Reykjavíkur 30. apríl (2016-2018)
- Landsmót hestamanna með þátttöku ráðherra og Forseta Íslands (2016, 2018)
- FEIF aðalfundir (2016-2020)
- Ferð með erlenda blaðamenn í Laufskálaréttir (2016-2019)
- Bás á Equitana í Essen, Þýskalandi (2017, 2019)
- Heimsmeistaramót íslenska hestsins (2017, 2019)
- Bás á Equine Affaire sýningunni í Springfield, BNA (2017-2019)
- Bás á Sweden International Horse Show í Stokkhólmi, Svíþjóð (2017-2019)
- Pferd & Jagd sýningin í Hannover, Þýskalandi (2017-2019)
- Landbúnðarsýning í Reykjavík (2018)
- 50 ára afmælishátíð Dansk Islandshesteforening (2018)
- Elmia Power Horse Show, Svíþjóð (2018)
- Samstarf við Meistaradeild hestamanna (2019)
- Kynning í tengslum við Norræna ráðherrafundinum (2019)
- Blaðamannaferð í Víðidalstungurétt (2019)
- World Horse Culture Forum, Hohhot, Kína (2019)
- Falsterbo Horse Show, Svíþjóð (2019)

**Í heildina hafa fulltrúar HOI staðið fyrir og tekið þátt í 38 viðburðum, sem 1.5 milljón gestir hafa sótt.**

### Vefsíða Horses of Iceland:

Vefsíðunni *HorsesofIceland.is* („the Official Site of the Icelandic horse“) er ætlað að halda utan um efni sem tengist íslenska hestinum og unnið er í nafni verkefnisins. Hún er á fjórum tungumálum: Íslensku, ensku, þýsku og sænsku. Þar eru birtar sögur, fréttir, myndbönd og kynningarefni, auk samstarfsaðilakynninga. Heildarfjöldi heimsóknna frá upphafi eru um **213.000**.

### Bæklingar og kynningarefni:

Ítarlegur bæklingur hefur verið gerður um íslenska hestinn. Hann hefur verið prentaður á **5** tungumálum: Íslensku, ensku, þýsku, sænsku og kínversku. Bæklingnum er dreift á þeim viðburðum sem HOI sækir og stendur fyrir.

Póstkort og annað prentefni hefur verið vinsælt til dreifingar en samstarfsaðilar hafa einnig fengið afnot af því.

### Skráning á póstlista:

Í gegnum vefinn hefur verið hægt að skrá sig á póstlista og nú fá um **7.000** manns alls staðar að úr heiminum reglulega sendar fréttir frá okkur **10** heppnir lesendur hafa unnið ferð til Íslands.

### Samfélagsmiðlar:

Íslenski hesturinn nýtur mikillar velgengni á samfélagsmiðlum. Fylgjendur okkar eru nú um **110.300** manns bæði á Facebook og Instagram, en það eru okkar helstu miðlar, ásamt YouTube. Samstarfsaðili vinnur með okkur sem sér að mestu um gerð efnis fyrir samfélagsmiðlana.

Það sem einkennir okkar fylgjendur er hversu virkir þeir eru, þær færslur sem við birtum fá mjög hátt „engagement rate“ sem segir til um hversu mörgum líka við þær, skrifa athugasemdir og deila efninu okkar. Þetta gerir samfélagsmiðla okkar að mjög góðum vettvangi til þess að ná til þessa stóra hóps.

Á samfélagsmiðlum eru m.a. samstarfsaðilar HOI kynntir með myndum og stuttum texta.

Samanlagt virði umfjallana á samfélagsmiðlum 2018-2019 er metið á **36,8 milljónir**.

### Almannatengsl – blöð/tímarit/miðlar/sjónvarp:

HOI hefur boðið fjölda blaðamanna, kvikmyndagerðarmanna og ljósmyndara til Íslands til að kynna fyrir þeim íslenska hestinn, m.a. í tengslum við viðburði eins og Laufskálaréttir og Landsmót hestamanna. Afrakstur heimsóknanna eru ítarlegar blaðgreinar í sumum af útbreiddustu og virtustu miðlum heims, t.d. *National Geographic UK* og *CNN*; heimildarþættir, m.a. á alþjóðlegu hestasjónvarpsstöðinni *FEI TV* sem nær til 240 milljóna áhorfenda um allan heim og heimildarmynd *Equus WorldWide* um Mývatn Open Ísmótið og Hólaskóla sem sýnd var á *Horse & Country TV* sem nær til rúmlega 45 milljóna manna. HOI hefur einnig aðstoðað við gerð ljósmyndabóka, m.a. eftir Christiönu Slawik og Guadalupe Laiz, sem eru meðal fremstu og vinsælustu hestaljósmyndara í heimi.

Samanlagt virði þessara umfjallana er metið **743.677.788** krónum.

Auk þess hefur HOI aðstoðað fjölmiðlafólk, ljósmyndara og þáttagerðarfólk sem hefur haft samband að fyrra bragði vegna áhuga á íslenska hestinum. Má þar m.a. nefna unga breska hestakonu sem birtir þætti á YouTube stöð sinni *This Esme* og nýtur mikilla vinsælda.

HOI hefur einnig sent fjölda fréttatilkynninga til innlendra og erlendra miðla og keypt auglýsingar, t.d. í afþreyingarkerfi Icelandair flugvélanna sem **4,4 milljónir** farþega hafa séð.

## **RANNSÓKNIR:**

HOI hefur staðið fyrir ýmsum rannsóknum. Í upphafi verkefnisins var gerð umfangsmikil könnun meðal meðlima FEIF til að athuga hvort sú ímynd íslenska hestsins sem HOI vildi auglýsa væri í samræmi við ímynd íslenska hestsins í öðrum aðildarlöndum og reyndist það vera raunin.

### **Uppbygging vörumerkjavirðis: Íslenski hesturinn**

Síðastliðið haust gerði Hrafnhildur Helga Guðmundsdóttir, meistaranemi í markaðsfræði og alþjóðaviðskiptum við HÍ, könnun á uppbyggingu vörumerkjavirðis íslenska hestsins meðal alþjóðlegra hestaeigenda á Facebook (úrtakið var rúmlega 2.000 manns). Þar kom í ljós að **97%** þeirra þekktu íslenska hestinn. Flestir tengdu hann við gangtegundir, geðslag og kraft, sem er meðal þeirra jákvæðu eiginleika sem HOI hefur komið á framfæri með markaðsstarfi sínu. Stór hluti þátttakenda sagði það líklegt eða mjög líklegt að þeir myndu kaupa íslenskan hest (sjá nánar í viðauka, bls. 10).

### **Hestamennska og hestaferðapjónusta**

Ingibjörg Sigurðardóttir lektor í Ferðamáladeild Háskólans á Hólum tók saman ýmis gögn um hestamennsku og hestatengda ferðapjónustu fyrr á þessu ári. Hún færir rök fyrir því að greinin sé mjög mikilvæg fyrir ferðapjónustu og íslenskan efnahag. Hún tekur t.d. Landsmót sem dæmi. Varlega áætlað er meðaleyðsla erlendra gesta á Landsmóti fyrir utan gistingu 30.041 kr. á dag og því er talið að efnahagsleg áhrif Landsmóts 2016 hafi verið um **160 milljónir** án afleiddra áhrifa. Við þetta má bæta að mikil aukning hefur verið á sölu á hestavörum. Árið 2018 má áætla að erlendir ferðamenn hafi keypt hestavörur fyrir um **127 milljónir** króna, en fyrir 60 milljónir árið 2014.

Mælaborð ferðapjónustunnar er gagnabanki sem Ferðamálastofa heldur utan um, en þar kemur fram að fjöldi þeirra ferðamanna sem fara í hestaferðir á meðan dvöl þeirra á Íslandi stendur hefur farið hækkandi á síðustu árum: 2017 var hlutfallið 9,5% (aðeins tölur til frá júní-des), 9,3% árið 2018 og 9,8% árið 2019 (sjá nánar í viðauka, bls. 57).

### **Rannsókn meðal FEIF félaga**

FEIF könnunin er viðamikilið gagnasafn sem hægt er að nýta enn frekar við greiningu markhópa í tengslum við sölu á hestum og hestatengdri þjónustu. Hægt er að nýta hana í fjölþættum tilgangi bæði við heildarmarkaðssetningu á hestinum og Íslandi sem áfangastað fyrir áhugamenn um (íslenska) hesta en einnig í sértækari verkefnum hjá fyrirtækjum, félögum og samtökum. Þessi könnun gefur færi á að draga fram þætti þar sem ætla má að þurfi sérstaklega að leggja áherslu í markaðssetningu og kynningarmálum. (Hvað kemur á óvart í niðurstöðunum? Hvað segir það okkur?)

### **Rannsókn meðal erlendu reiðskólar og hestaleigum**

*Í vinnslu*

## **NIÐURSTAÐA:**

Ljóst er að á aðeins fjórum árum hefur HOI náð gríðarlegum árangri í markaðssetningu íslenska hestsins og haft viðtæk jákvæð áhrif, bein og óbein, á greinina í heild. Markaðsstarfið hefur einnig áhrif á ferðaþjónustu almennt, þar sem mikil kynning á íslenskri náttúru og menningu hefur farið fram samhliða kynningu á íslenska hestinum. HOI verkefnið hefur skapað samstarfsvettvang innan hestamennskunnar sem ekki var til staðar áður en verkefnið kom til og hefur staðið fyrir sameiginlegu kynningarátaki. Reynsla og fræðilegar rannsóknir hafa sýnt að samstarfs- og markaðsverkefni geta skilað miklum ávinningi en þá aðeins ef þau eru nægilega fjármögnuð og til langs tíma.

Árið 2019 voru **1.509** hestar fluttir úr landi, sem er aukning um 158 hross frá árinu áður. Á síðasta áratugi voru flest hross flutt út í fyrra. Að meðaltali voru 1.350 hross flutt úr landi á ári síðasta áratuginn. Samkvæmt Hagstofu Íslands hefur verðmæti útflutningshrossa oftast verið í kringum **1 milljarð króna** á ári síðasta áratuginn (sjá nánar: <https://www.horsesoficeland.is/is/um-verkefnid/frettir/verdmaetaskopun-islenskra-hesta-vekur-athygli/1143>).

Samkvæmt ársskýrslu Landssambands hestamannafélaga (LH) hefur félagafjöldi í hestamannafélögum aukist um 241 á milli 2018 og 2019 og er nú **6.305**. HOI og LH eru nú að vinna í átaki til að fjölga meðlimum enn frekar, en töluvert margir stunda hestamennsku og nýta sér aðstöðu hestamannafélaganna án þess að vera skráðir meðlimir og greiða til þeirra gjöld (sjá nánar: <https://www.feiffengur.com/documents/WorldFengur%20Annual%20Report%202019.pdf> og <https://www.horsesoficeland.is/is/um-verkefnid/frettir/atak-hestamannafelaga-hestamenn-verda-ad-standa-saman/1193>).

Nánari upplýsingar má finna í viðauka.

# Horses of Iceland



**Markmið – verkefni – árangur  
2016-2020**

**Viðauki**

## BIRTINGAR Í FJÖLMÍÐLUM, SAMSTARFSAÐILAKYNNINGAR OG SÝNINGAR:

### Greinar birtar á horsesoficeland.is (Sögur og Fréttir):

Ártal	Sögur	Fréttir
2019	<p>Stúfur, Léttféti og skötuveislan Folaldið Fákur bjargar jólasveininum Ævintýri „This Esme“ á Íslandi Saga Ceciliu og Abel Hleypt yfir Hóp: Hamingja í huliðsheimum FEIF YouthCamp: Færir fólk nær hvert öðru Friður og frelsi með fákum í sumarsól Krakkahestar koma í heimsókn Ungir hestamenn deila gleðinni Stöndum vörð um öryggi hrossa í hólfum Sagan á bakvið Tails of Iceland Ævintýrið um Heidi og Skjónu Hversu mikla þyngd getur íslenski hesturinn borið? Lífið á Litlu-Brekku: Rækta, keppa og hafa gaman Höfðingi horfinn á braut Herrareið í hálfu öld Heilbrigðir hestar í góðum haga</p>	<p>Horses of Iceland í Kína Íslenski hesturinn vinsælastur á Sweden International Horse Show Íslenski hesturinn vekur athygli á Equine Affair Stóðréttir í Víðidal: Íslensk sveitamening eins og hún gerist best Verðmætasköpun íslenskra hesta vekur athygli Frábær árangur á Heimsmeistaramóti íslenska hestsins Norræn ráðherranefnd kynnir sér íslenska hestinn Íslenski hesturinn á Falsterbo Horse Show í fyrsta sinn Íslenski hesturinn á 17. júní Íslenski hesturinn í kastljósi Equus Worldwide á Horse &amp; Country TV Vel heppnaður Dagur íslenska hestsins Íslenski hesturinn í bandarískum hestaþætti Dagur íslenska hestsins – 1. maí! Reiðhestagreining FEIF: Fullkomin þörun hests og knapa „Vikingahestar“ gera strandhögg í hestaheiminum Íslenski hesturinn kynntur á Equitana Ljósmynda- og samfélagsmiðlanámskeið</p>
2018	<p>Heim fyrir jólin Giljagaur bragðar kaplamjólk Bók fyrir unnendur íslenskra hesta Stjórnureið „Gjöf hestanna til mín“ „Viljagenið“ og aðrir þættir sem hafa áhrif á skeið Lífið á Landsmóti - Hápunktar Af ferfættum kennurum Hólaskóla Með ástríðu fyrir járningum: Zola Runsten segir frá starfi sínu Reiðnámskeið fyrir fatlaða: Aðal tilgangurinn að hafa gaman The Queen of Pace How Do Horses Sleep? The Best Horse Among Gods and Men Horses of Iceland - Around the World</p>	



	„Car Commercial“ for the Icelandic Horse Of Horses and Elves	
2017	Deacon of Dark River Stekkjastaur fær far með hesti Highlight of the Season Learning through Liberty Value in Icelandic Names Glanni the Colour-Changer Exploring the Highlands Flying Horse Trailer Off to the Championships A Place for Horse Lovers Don't Pack Equine Pathogens Riding Horse Profile Developed by FEIF New Coat Colour in the Icelandic Horse Icelandic Horse Saves 62-Year-Old In Harmony with Horses	

Samtals: 66 greinar á ensku, 46 á íslensku og 33 á þýsku. Heildarfjöldi heimsóknna á vef um 213.000.

**Myndbönd birt á horsesoficeland.is, YouTube, Facebook og Instagram:**

2019	Equus WW Iceland Trailer FEI 2019 - The Uniqueness of Icelandic horses, Part 1, Part 2 FEIF Riding Horse Profile
2018	The queen of pace
2017	The Horses of Iceland official video 5 gaits of the Icelandic horse Travelling with the Icelandic horse Horses and Hotsprings About the Day of the Icelandic Horse Tales of Iceland by April Anderson
2016	Horse Parade in Reykjavík 2016 Laufskálarétt 2016 Day of the Icelandic horse 2016 Horses of Iceland - uppbygging vörumerkis fyrir íslenska hestinn Horses of Iceland - Building the Brand

Samtals: 15 myndbönd. Heildarfjöldi áhorfa (e. views): 3 milljónir.

### Kynning á samstarfsaðilum:

Þeir samstarfsaðilar sem styrkja verkefnið fyrir 150.000kr eða meira fá kynningu á sínu fyrirtæki/starfsemi á samfélagsmiðlum HOI. Þeir sem eru búnir að fá kynningu eru eftirfarandi:

2019	Blesastaðir Meistaradeildin Íslandshestar FEI Global Litla Brekka Equitana Hagagæði Söðulsholt Horn Hestar LH Hestar Hólar Worldfengur Falsterbo Eldhestar Vík Horses Íshestar Equine Affaire Hrímnir Landsmót Félag hrossabænda
2018	Skjaldarvík Guesthouse Hornhestar Hrímnir Meistaradeildin í hestaíþróttum Friðheimar Íslenski hesturinn Félag Hrossabænda Dönsku íslandshestasamtökin Hestvit AppFengur Brjánsstaðir Litla Brekka Landsmót – fjölmargir samstarfsaðilar kynntir, þ.á.m. Félag Tamningamanna, Hrímnir, Sögusetrið, Knapamerkin, Hólaskóli, Appfengur, MAST, Landsmót 2020 o.fl. Hólaskóli MAST Hrossaræktarbúið Kjarr Íshestar Horse Expo Vesturkot

	USIHC Blesastaðir
2017	Landssamband hestamannafélaga Icelandair Cargo Hey Iceland Eldhestar SIF – sænska félagið Íshestar Hof á Höfðaströnd Íslenski hesturinn Sólvangur Riding Iceland Margrétarhof Skjaldarvík MAST Lífland Hrímnir

### Umfjallanir í öðrum miðlum:

2020	Icelandair Stopover (flugblað Icelandair)
2019	CNN Metro Online Gentle Giants HVAÐ barna- og ungmennatímarit CP Creatives Canon
2018	National Geographic Traveller UK Islandshästpodden RÚV Gallop Magazine FEI TV
2017	Nürnberger Zeitung Stuttgarter Zeitung Islandshästpodden My North (flugblað Air Iceland Connect) Icelandair Stopover

Greinar og sjónvarpsþættir hafa til samans náð til **293 milljóna** manna og samanlagt virði þessara umfjallana er **743.677.788** kr.

**Sýningar og viðburðir:**

2019	<p>Pferd &amp; Jagd, Hannover, Þýskalandi - kynningarsamstarf með Íslandshestum          World Horse Culture Forum í Hohhot, Kína          Sweden International Horse Show          Equine Affaire, BNA          Ljósmyndanámskeið, Íslandi          HM Berlín          Falsterbo - FEI, Svíþjóð          17. júní, Reykjavík          Hestadagar, alþjóðlegt          Equitana, Þýskalandi</p>
2018	<p>World Toelt í, Danmörku          Gothenburg Horse Show          Áhugamannadeildin          Meistaradeildin          Hestadagar í Rvk          Æskan og hesturinn          FEIF Education Seminar at Hólar          Stóðhestaveislan          Icehorsefestival í Herning          Skrúðreið í miðbæ Reykjavíkur          Alþjóðlegur dagur íslenska hestinn, haldinn hátíðlegur um allan heim          Landsmót hestamanna í Reykjavík          Bás á Elmia Power Horse Show í Svíþjóð          Landbúnaðarsýning í Laugardalshöll í Reykjavík          50 ára afmæli Íslandshestafélagsins í Danmörku          Bás á Equine Affaire kaupsýningunni í Springfield, MA, BNA          Bás á Sweden International Horse Show í Svíþjóð          Bás á Pferd &amp; Jagd sýningunni í Hannover, Þýskalandi</p>
2017	<p>Alþjóðlegur dagur íslenska hestsins 1. maí          Skrúðreið í miðbæ Reykjavíkur 30. apríl          Samstarf við sænsku Íslandshestasamtökun á EuroHorse í Svíþjóð          Bás á Equitana í Essen, Þýskalandi          Heimsmeistaramót íslenska hestsins í Hollandi          Blaðamannaferð í Laufskálaréttir          Kynning á menningarviðburðum á Munsterland Festival hátíðinni í Þýskalandi          Bás á Equine Affair kaupsýningunni í Springfield, MA, BNA          Bás á Sweden International Horse Show í Svíþjóð          Heimsókn á Pferd &amp; Jagd sýninguna í Hannover, Þýskalandi</p>
2016	<p>Alþjóðlegur dagur íslenska hestsins 1. maí</p>

Í heildina hefur Horses of Iceland farið á 38 sýningar og viðburði. Samanlagður gestafjöldi á þessum viðburðum er áætlaður **1.500.000**.

**Bækur sem Horses of Iceland hefur komið að:**

2019	<i>Eine Welt voller Pferde – Abenteuer einer Fotografin</i> eftir Christiane Slawik (íslenski hesturinn á forsiðu) <i>Horses of Iceland</i> eftir Guadalupe Laiz (Ringo Starr keypti eintak!) FEIF 50 ára afmælisrit
2018	<i>The Complete Guide to the Icelandic Horse</i> eftir Lex van Keulen og Vanda Ooserhuis <i>Black Lava Fairytale</i> eftir Susanne Walström <i>Hestur</i> eftir Samy Berkani

**SAMFÉLAGSMIÐLAGREINING:**

Frá því að verkefnið hóf göngu sína árið 2016 hefur efni frá HOI birst í fréttaveitum nokkurra milljóna manna á samfélagsmiðlum, þá aðallega Facebook og Instagram.

Líklega er um að ræða stærstu og viðamestu kynningu sem íslenski hesturinn hefur náð nú á tímum stafrænna miðla. Fylgjendur á samfélagsmiðlum voru um 110.000 í lok árs 2019 og fer jafnt og þétt fjölgandi. Í fyrsta sinn eru fylgjendur nú fleiri á Instagram heldur en Facebook. Fylgjendur skiptast þannig að rúmlega 46.000 eru fylgjendur á Facebook og rúmlega 64.000 á Instagram.

Það sem einkennir okkar fylgjendur er hversu virkir þeir eru, þær færslur sem við birtum fá mjög hátt „engagement rate“ sem segir til um hversu mörgum líkar við færslurnar, skrifa athugasemdir og deila efninu okkar. Þetta gerir samfélagsmiðla okkar að mjög góðum vettvangi til þess að ná til þessa stóra hóps unnenda íslenska hestsins og gefur samstarfsaðilum okkar frábært tækifæri til auglýsinga og kynninga á sinni starfsemi.

Hægt er að meta hversu mikil verðmæti vörumerkið hefur skapað á samfélagsmiðlum með notkun á ákveðinni formúlu. Verðmætasköpun á samfélagsmiðlinum Facebook fyrir árin 2018-2019 voru um 8,4 milljónir ISK. Verðmætasköpun á samfélagsmiðlinum Instagram fyrir árin 2018-2019 voru um 28,4 milljónir ISK.

Samanlagt virði umfjallana á samfélagsmiðlum er **36,8 milljónir**.

Aðgerðir til þess að halda fylgjendum virkum fólu m.a. í sér að færslurnar á samfélagsmiðlum voru orðaðar sem spurningar sem hvöttu fylgjendur til að svara og birta myndir úr sínu eigin safni, t.d. í tengslum við hrekkjavökuna og jólin.

Á árinu voru nokkrir þekktir einstaklingar innan hestaheimsins fengnir til að „taka yfir“ samfélagsmiðla HOI í nokkra daga í einu. Má þar nefna verðlaunaljósmýndarann Drew Doggett, áhrifavaldana The Trip Sisters o.fl.

## Facebook þróun 2018-2019

Facebook stats	2018	2019
Samtals fylgjendur/"fans" (árslok)	40.521	44.730
Reach samtals árið	7.600.000	11.800.000
Impressions samtals árið	10.700.000	14.500.000
Meðal reach per færslu	25.100	35.600
Samtalt likes (tekið post engagement)	763.300	593.700
Athugasemdir samtals árið	5.900	4.800
Meðal engagement per færslu	2.600	1.900
Shares	20.900	18.200
Posts / Færslur fyrir árið	289	305

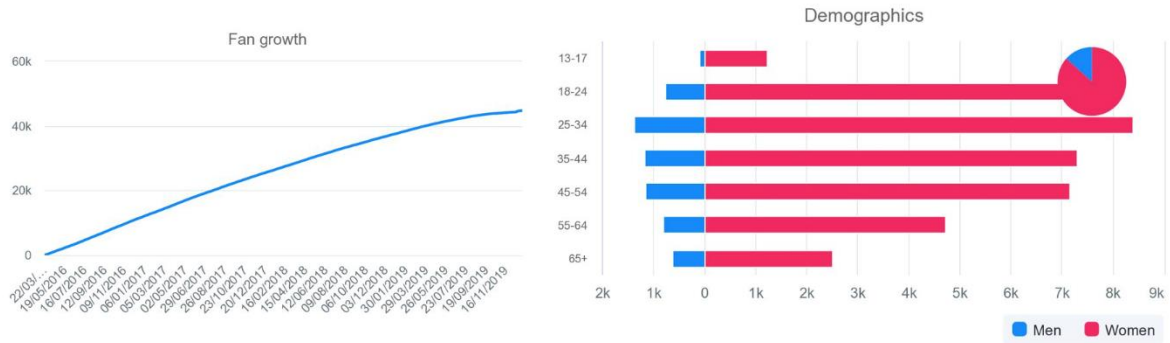
## Instagram þróun 2018-2019

Instagram stats	2018	2019
Samtals fylgjendur (árslok)	45.240	64.100
Reach samtals árið	4.900.000	11.600.000
Impressions samtals árið	8.400.000	21.100.000
Meðal reach per færslu	20.500	36.600
Samtalt likes (tekið post engagement)	1.100.000	1.800.000
Athugasemdir samtals árið	5.300	7.500
Meðal engagement per færslu	14,46%	12,22%
Saves	29.400	68.200
Posts / Færslur fyrir árið	205	279



Þróun í fjölda fylgjenda eftir aldurshópum á Facebook:

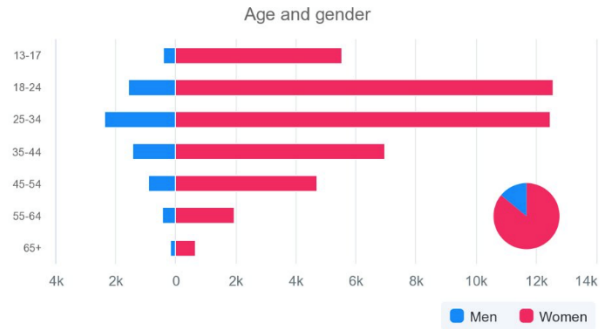
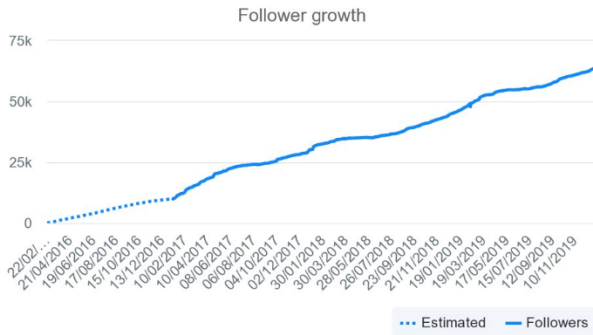
## Facebook Community þróun 2016-2019



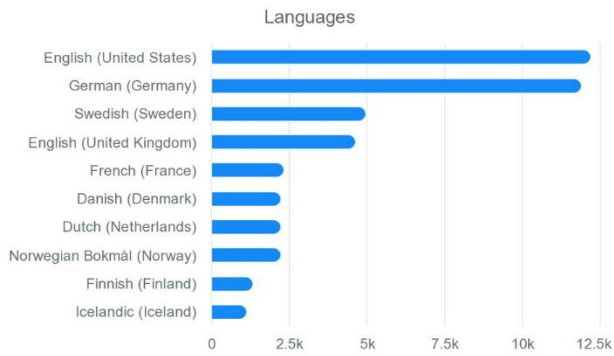
Skipting fylgjenda á Facebook eftir þjóðlöndum:



# Instagram Community þróun 2016-2019



Skipting fylgjenda á Instagram eftir þjóðlöndum:



*Horses of  
Iceland*

NÓVEMBER 2019

# UPPBYGGING VÖRUMERKJAVIRÐIS: ÍSLENSKI HESTURINN



---

**HÖFUNDUR**

HRAFNHILDUR HELGA GUÐMUNDSDÓTTIR



# EFNISYFIRLIT

KAFLI	BLS
<b>HORSES OF ICELAND</b> INNGANGUR	3
<b>STAÐFÆRSLA</b> STOÐIR VÖRUMERKISINS	4
<b>SAMANTEKT</b>	5
<b>AÐFERÐAFRÆÐI</b>	6
<b>NIÐURSTÖÐUR</b>	7
TOP OF MIND	7
VITUND OG HUGRENNINGARTENGL	8
ÍMYND	9
ÍMYNDARSTYRKUR	14
MIÐLUN MARKAÐSEFNIS	16
KAUPLÍKUR	17
VIÐHORF	19
KYNMYNDLÍKING OG EIGNARHALD	20
ÁNÆGJA	22
TRYGGÐ	23
BAKGRUNNSUPPLÝSINGAR	27
<b>LOKAORÐ</b>	28



# HORSES OF ICELAND

## INNGANGUR

Íslenski hesturinn er óneitanlega órjúfanlegur hluti af íslenskri arfleifð, enda saga hans samofin sögu íslensku þjóðarinnar. Orðstír hans sem vinsæll alhliða frístundahestur er þekktur víðsvegar um heiminn, sér í lagi á meginlandi Evrópu og í Skandinavíu. Á Íslandi glímir íslenski hesturinn ekki við samkeppni við aðrar hestategundir, enda eina tegundin sem leyfð er á landinu. Út í hinum stóra heimi er sagan hins vegar önnur og keppir íslenski hesturinn við rúmlega 750 hestategundir um hylli hestaáhugafólks.

Margir eiginleikar í fari íslenska hestsins skapa honum sérstöðu í samanburði við önnur hestakyn í heiminum, en ástæður fólks til að stunda hestamennsku eru afar misjafnar. Það má því með réttu segja að íslenski hesturinn sé vörumerki sem keppir um markaðshlutdeild í heimi hestamenskunnar.

Íslenski hesturinn er ekki hefðbundið vörumerki í þeim skilningi að eitt fyrirtæki sjái um sölu og markaðssetningu á því, heldur er þetta flókið net af hagsmunaaðilum sem allir eru að vinna að sameiginlegu markmiði; að gera íslenska hestinn að verðmætri söluvöru.

Markmið verkefnisins var að gera betur grein fyrir

vörumerkjavirði íslenska hestsins, með því að greina staðfærslu vörumerkisins Horses of Iceland og kanna hvort samræmi væri á milli þess og ímyndar íslenska hestsins meðal erlendra hesteigenda. Ef allt væri eins og best yrði á kosið, væri góð samsvörun á milli hinnar skilgreindu staðfærslu og ímyndar í hugum neytenda.

Vörumerkjavirði er skilgreint sem „það viðbætta virði sem sem vörumerkið ljær vöru“. Er það fyrst og fremst metið út frá skynjun viðskiptavina og hegðun þeirra gagnvart vörumerkinu. Í sinni einföldustu mynd má segja að vörumerkjavirði lýsi ímyndinni og er það falið í sterkum ímyndartengingum sem neytendur hafa gagnvart vörumerkinu.

Vörumerkjavitund og vörumerkjaímynd eru gjarnan þau hugtök sem notast er hvað mest við til að greina viðskiptavinagrundað vörumerkjavirði. Vörumerkjastjórnun felst þannig í að byggja upp og viðhalda vörumerkjavirði með markaðsaðgerðum.

Er það von höfundar að niðurstöður verkefnisins muni koma til með að nýtast til greiningar á þeim fjölmörgu sóknarfærum sem íslenski hesturinn stendur frammi fyrir. Mikilvægt er að áfram sé stuðlað að samhæfðu markaðsstarfi til að auka enn frekar hróður þessa magnaða hests.

# STAÐFÆRSLA

## REIÐHESTURINN

Gangtegundir  
Geðslag  
Fjölhæfni  
Kraftur  
Ósvikinn  
Stærð  
Hraustur

## SAGA OG MENNING

Arfleifð  
Samofinn  
Íslandssögunni  
þarfasti þjónninn  
Hreinræktaður

## NÁTTÚRA OG ÆVINTÝRI

Frelsi  
Nálægð við  
náttúruna  
Andleg vellíðan  
Kímni

## SAMFÉLAG

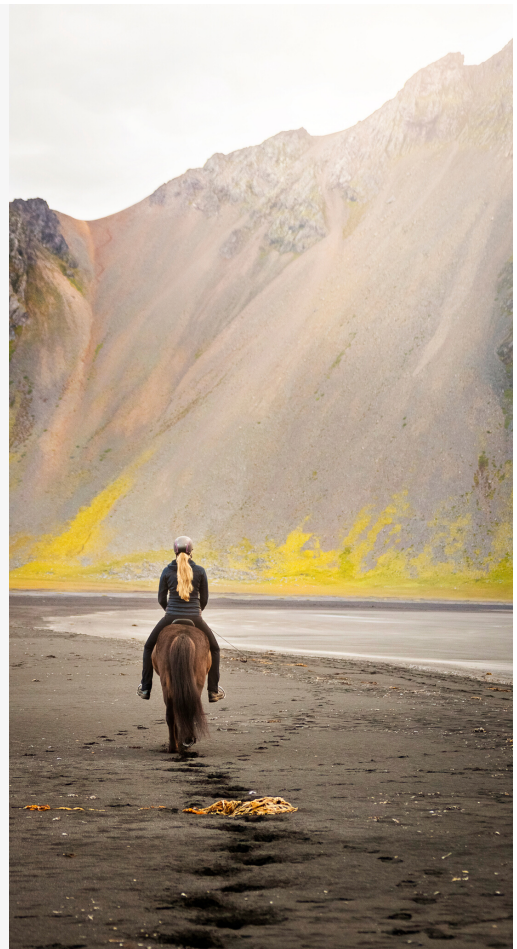
Samhent samfélag  
Þekking  
Fagmennska  
Lífsstíll  
Gæðastundir

## STOÐIR VÖRUMERKISINS

Staðfærsla Horses of Iceland byggir á fimm vörumerkjastoðum, sem leggja grunninn að þeim sögum sem sagðar eru af íslenska hestinum. Hver stoð hefur sinn útgangspunkt og áherslur sem saman veita hálfgerðan áttavita, sem er leiðarvísir í öllum ákvörðunum sem teknar eru varðandi vörumerkið.

Höfundur verkefnisins sameinaði þó tvær stoðir í eina vegna líkinda og telur rétt að stuðst sé við fjórar stoðir í stað fimm. Þau atriði sem hver stoð samanstendur af eru tilgreind fyrir neðan heiti hverrar stoðar.

Staðfærsla sem er vel heppnuð mótar ímynd vörumerkisins og býr til jákvæðar tengingar við neytendur. Nauðsynlegt er að athuga reglulega hvort staðfærslan sé í raun að skila sér til neytenda og endurskoða þá staðfærsluna eða aðlaga kynningarráðana í samræmi við það.





# SAMANTEKT

Vörumerki er ákveðið nafn, heiti, merki, tákn eða hönnun sem notað er til að skilgreina vöru eða þjónustu í þeim tilgangi að aðgreina hana frá vörum eða þjónustu samkeppnisaðila. Í því felst loforð um að veita kaupanda ákveðna eiginleika, kosti, gildi og fleiri þætti sem tengdir eru vörunni. Þrátt fyrir að íslenski hesturinn teljist réttilega sem vörumerki þá má jafnframt segja að hann sé „ferskvara“, að því leyti að hann lifandi vera. Eðli málsins samkvæmt, þá skipta umhverfisáhrif, s.s. meðhöndlun, þjálfun og fleira miklu máli við úrvinnslu vörunnar og ekki síður hvað varðar áframhaldandi ánægju kaupandans eftir að kaup hafa verið gerð.

Vörumerkjavirði er mjög yfirgripsmikið hugtak og í sinni ítarlegustu mynd nær hugtakið yfir þætti sem bæði snerta viðskiptavini og skipulagsheildina sjálfa. Hér verður gengið út frá hugtakinu viðskiptavinagrunduðu vörumerkjavirði, sem fræðimaðurinn Kevin Lane Keller skilgreindi.

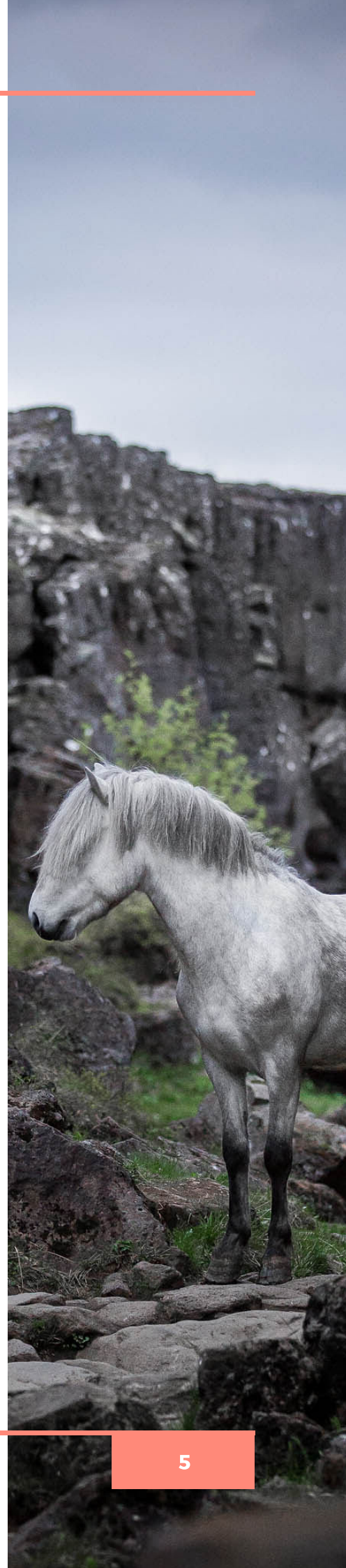
Samkvæmt Keller samanstendur vörumerkjavirði annars vegar af vörumerkjavitund og hins vegar af vörumerkjaímynd. Einnig er hægt að notast við tryggð viðskiptavina við vörumerkið.

Þegar verkefninu Horses of Iceland var ýtt úr vör var ætlun

þess að styrkja alþjóðlega ímynd íslenska hestsins og auka verðmætasköpun tengda greininni. Þar sem ímynd íslenska hestsins hefur ekki verið mæld með þessum hætti áður er erfitt að notast við þessa mælingu til að segja til um árangur markaðsstarfsins. Hins vegar gefa niðurstöðurnar til kynna að staðfærsla Horses of Iceland sé í megindráttum að skila sér.

Þrátt fyrir að markaður með hesta á heimsvísu hlaupi á milljörðum bandaríkjadollara, er markaðurinn sjálfur torskilinn fyrir markaðsfólk. Óvenjulegt eðli hans er eflaust helsta ástæða þess, þar sem bæði seljendur og kaupendur eru mjög margir og smáir í þeim skilningi að seljendur hesta ná ekki upp einhverri markaðshlutdeild að ráði. Fagfólk sem kemur að greininni, svo sem tamningamenn, reiðkennarar, járnungamenn og dýralæknar starfa oftast en ekki sjálfstætt og flest hesthús sem leigja aðstöðu til hesteigenda eru einstaklingsrekin en ekki hluti af stærri keðju.

Markaðnum er þannig ekki stýrt af einhverjum ráðandi öflum heldur er hann margslunginn og mörgum háður. Sömuleiðis er markaður fyrir íslensk hross mjög margskiptur og því nauðsynlegt að nýta samþætt markaðsstarf til að koma verðleikum hans á framfæri.



# AÐFERÐAFRÆÐI

Til að uppfylla markmið rannsóknarinnar var notast við bæði eigindlega og megindlega aðferðafræði. Eigindleg greining á staðfærslu Horses of Iceland var framkvæmd þar sem öll fyrirbyggjandi gögn voru skoðuð og metin.

Í kjölfar staðfærslugreiningar var rafrænt hentugleikaúrtak notað við fyrirlögn spurningalista sem dreift var meðal alþjóðlegra hest-eigenda á samfélagsmiðlinum Facebook. Var það gert til að ná til sem flestra hesteigenda í heiminum, í ljósi þess að 2,45 milljarðar manns eru virkir notendur á miðlinum. Ekki var minnst á Horses of Iceland né Ísland fyrr en í lok kannarinnar til þess að koma í veg fyrir hlutdrægni hjá þáttakendum.

Alls voru þátttakendur 2342 talsins en mismunandi svörun var á milli spurninga.

Mikill meirihluti þátttakenda var kvenkyns, eða 93,1%. Aldursdreifing þátttakenda var hins vegar frekar jöfn og menntunarstig fremur hátt, þar sem 58,4% höfðu lokið annað hvort grunnnámi eða framhaldsnámi í háskóla.

Þátttakendur komu frá rúmlega 50 löndum og var því skipt niður í sex markaði, byggt á þjóðerni og landfræðilegri staðsetningu. Þótti skiptingin nauðsynleg til að auðvelda gagnaúrvinnslu, ásamt því að geta borið saman markaðssvæði á skilvirkari hátt.

Markaðssvæðin voru Norður-Ameríka, Þýskaland, Skandinavía, Evrópa, Bretland og svo Önnur lönd.

41,9% þátttakenda voru núverandi eigendur íslenska hestsins á meðan 14,8% höfðu aðgang að íslenskum hesti, t.d. að láni eða í reiðkennslu.

## Markaðir

## Lönd

Norður Ameríka	28.8%	Bandaríkin og Kanada
Þýskaland	23.7%	Þýskaland
Skandinavía	16.3%	Álandseyjar, Danmörk, Finnland, Færeyjar, Noregur og Svíþjóð
Evrópa	14.0%	Albanía, Austurríki, Bosnía and Hersegóvína, Belgía, Búlgaría, Eistland, Frakkland, Grikkland, Holland, Hvíta-Rússland, Ítalía, Króatía, Lettland, Litháen, Lúxemborg, Moldavía, Norður Makedónía, Pólland, Portúgal, Rúmenía, Serbía, Slóvenía, Slóvakía, Spánn, Svartfjallaland, Sviss, Tékkland, Ungverjaland og Úkraína.
Stóra-Bretland	15.0%	Stóra-Bretland, Írland og Mön.
Önnur lönd	2.2%	Ástralía, Egyptaland, Gvatemala, Indland, Jersey, Japan, Maldíveyjar, Nýja Sjáland, Rússland, Síle, Tyrkland og Suður-Afríka

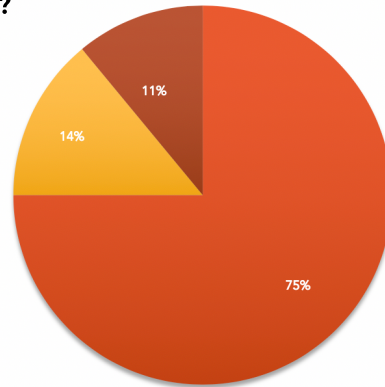


# NIDURSTÖÐUR

## TOP OF MIND

### Q1. DO YOU OWN OR HAVE ACCESS TO A HORSE?

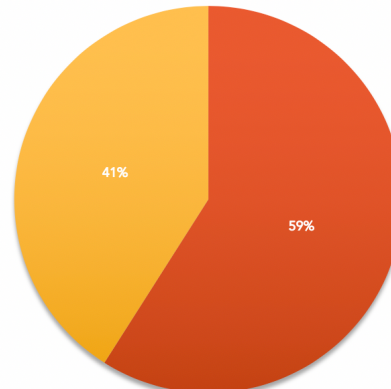
I own a horse/horses	75%
I have access to a horse/horses (rental, loan, etc.)	14%
I don't have a horse.	11%
<i>N responses</i>	2103



■ I own a horse/horses ■ I have access to a horse/horses (rental, loan, etc.) ■ I don't have a horse.

### Q2. WHAT BREED OF HORSES COMES FIRST IN MIND WHEN YOU THINK ABOUT HORSES?

Did not mention the Icelandic horse	59%
Did mention the Icelandic horse	41%
<i>N responses</i>	1571



■ Did not mention the Icelandic horse ■ Did mention the Icelandic horse

### Q3. KINDLY, NAME OTHER BREEDS THAT COME TO MIND.

Did not mention the Icelandic horse	93%
Did mention the Icelandic horse	7%
<i>N responses</i>	1503





**Q6. HOW WEAKLY OR STRONGLY DO YOU ASSOCIATE THE FOLLOWING STATEMENTS WITH THE ICELANDIC HORSE?**

	<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>St.Dev</b>
The Icelandic horse's heritage is an integral part of the history and culture of the Icelandic nation.	1345	4.50	.819
The Icelandic horse is genuine and authentic.	1315	4.28	.865
The Icelandic horse is powerful and robust.	1316	4.25	.896
It is good for one's mental well-being to be around the Icelandic horse.	1315	4.19	.949
The Icelandic horse is versatile and can be used for more than one discipline and/or for different purposes.	1365	4.15	.956
The Icelandic horse is an example of a healthy and pure horse breed.	1318	4.13	.896
The Icelandic horse brings his rider closer to nature.	1355	4.12	.965
The Icelandic horse has a gentle, self-assured and cooperative temperament.	1357	4.10	.908
The Icelandic horse brings a feeling of freedom.	1338	4.08	.974
The Icelandic horse is highly adaptable and willing to please.	1310	4.03	.871
The Icelandic horse's gaits are elegant and natural to look at.	1318	3.97	.996
There is a vivid and enjoyable community behind the Icelandic horse.	1321	3.92	.907
There is a rough and rugged aspect to the Icelandic horse.	1312	3.82	.972
There is a humorous attribute to the Icelandic horse.	1315	3.60	.948
The size of the Icelandic horse is suitable for most riders.	1328	3.54	1.031
It is easy to find knowledge and guidance about the Icelandic horse and its training in general.	1321	3.42	.969

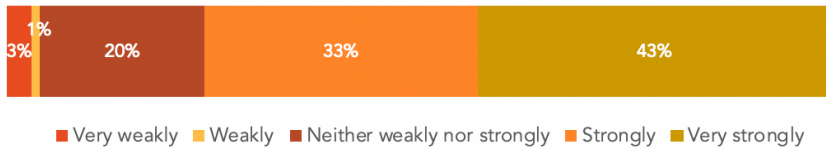
**Q6A. THE ICELANDIC HORSE IS VERSATILE AND CAN BE USED FOR MORE THAN ONE DISCIPLINE AND/OR FOR DIFFERENT PURPOSES.**

Very weakly	3%
Weakly	3%
Neither weakly nor strongly	12%
Strongly	40%
Very strongly	42%
N responses	1365
Mean	4.15



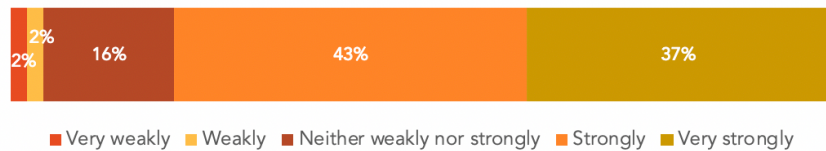
**Q6B. THE ICELANDIC HORSE BRINGS HIS RIDER CLOSER TO NATURE.**

Very weakly	3%
Weakly	1%
Neither weakly nor strongly	20%
Strongly	33%
Very strongly	43%
N responses	1355
Mean	4.12



**Q6C. THE ICELANDIC HORSE HAS A GENTLE, SELF-ASSURED AND COOPERATIVE TEMPERAMENT.**

Very weakly	2%
Weakly	2%
Neither weakly nor strongly	16%
Strongly	43%
Very strongly	37%
N responses	1357
Mean	4.10



**Q6D. THE ICELANDIC HORSE'S HERITAGE IS AN INTEGRAL PART OF THE HISTORY AND CULTURE OF THE ICELANDIC NATION.**

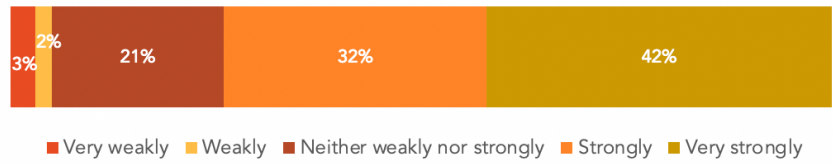
Very weakly	2%
Weakly	1%
Neither weakly nor strongly	5%
Strongly	29%
Very strongly	63%
N responses	1345
Mean	4.50





**Q6E. THE ICELANDIC HORSE BRINGS A FEELING OF FREEDOM.**

Very weakly	3%
Weakly	2%
Neither weakly nor strongly	21%
Strongly	32%
Very strongly	42%
N responses	1338
Mean	4.08



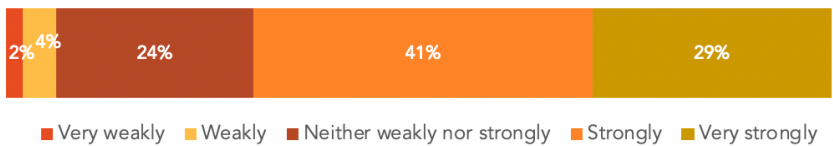
**Q6F. THE SIZE OF THE ICELANDIC HORSE IS SUITABLE FOR MOST RIDERS.**

Very weakly	3%
Weakly	15%
Neither weakly nor strongly	26%
Strongly	39%
Very strongly	17%
N responses	1328
Mean	3.54



**Q6G. THERE IS A VIVID AND ENJOYABLE COMMUNITY BEHIND THE ICELANDIC HORSE.**

Very weakly	2%
Weakly	4%
Neither weakly nor strongly	24%
Strongly	41%
Very strongly	29%
N responses	1321
Mean	3.92



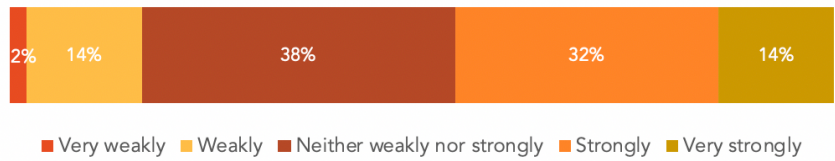
**Q6H. THE ICELANDIC HORSE IS GENUINE AND AUTHENTIC.**

Very weakly	2%
Weakly	2%
Neither weakly nor strongly	10%
Strongly	39%
Very strongly	47%
N responses	1315
Mean	4.28



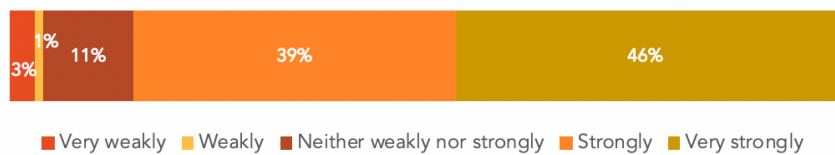
**Q6I. IT IS EASY TO FIND KNOWLEDGE AND GUIDANCE ABOUT THE ICELANDIC HORSE AND ITS TRAINING IN GENERAL.**

Very weakly	2%
Weakly	14%
Neither weakly nor strongly	38%
Strongly	32%
Very strongly	14%
<i>N responses</i>	1321
<b>Mean</b>	<b>3.42</b>



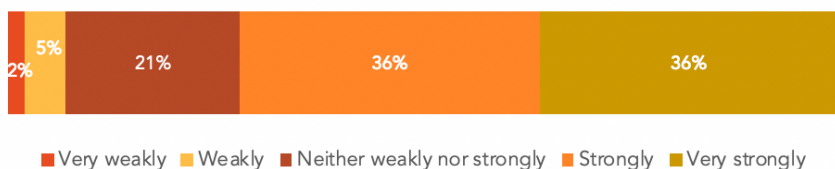
**Q6J. THE ICELANDIC HORSE IS POWERFUL AND ROBUST.**

Very weakly	3%
Weakly	1%
Neither weakly nor strongly	11%
Strongly	39%
Very strongly	46%
<i>N responses</i>	1316
<b>Mean</b>	<b>3.42</b>



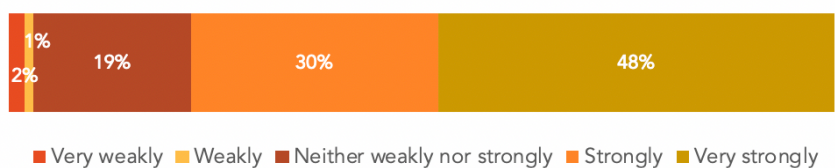
**Q6K. THE ICELANDIC HORSE'S GAITS ARE ELEGANT AND NATURAL TO LOOK AT.**

Very weakly	2%
Weakly	5%
Neither weakly nor strongly	21%
Strongly	36%
Very strongly	36%
<i>N responses</i>	1318
<b>Mean</b>	<b>3.97</b>



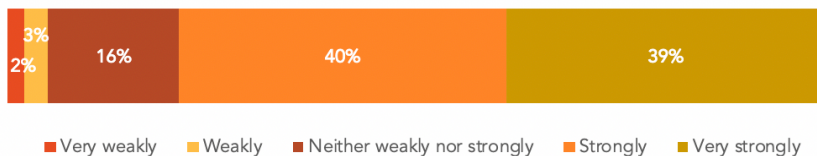
**Q6L. IT IS GOOD FOR ONE'S MENTAL WELL-BEING TO BE AROUND THE ICELANDIC HORSE.**

Very weakly	2%
Weakly	1%
Neither weakly nor strongly	19%
Strongly	30%
Very strongly	48%
<i>N responses</i>	1315
<b>Mean</b>	<b>4.19</b>



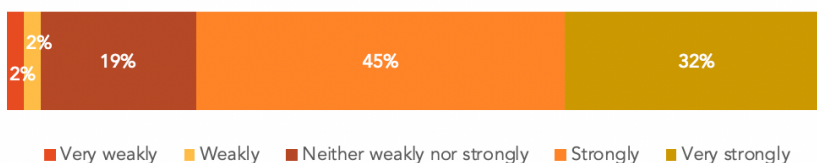
**Q6M. THE ICELANDIC HORSE IS AN EXAMPLE OF A HEALTHY AND PURE HORSE BREED.**

Very weakly	2%
Weakly	3%
Neither weakly nor strongly	16%
Strongly	40%
Very strongly	39%
<i>N responses</i>	1318
Mean	4.13



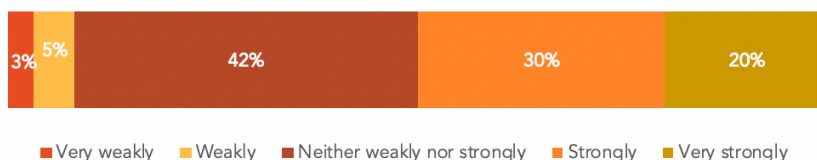
**Q6N. THE ICELANDIC HORSE IS HIGHLY ADAPATABLE AND WILLING TO PLEASE.**

Very weakly	2%
Weakly	2%
Neither weakly nor strongly	19%
Strongly	45%
Very strongly	32%
<i>N responses</i>	1310
Mean	4.03



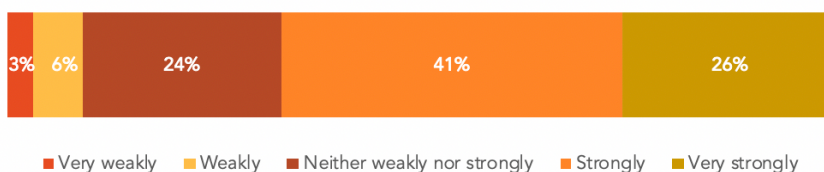
**Q6O. THERE IS A HUMOROUS ATTRIBUTE TO THE ICELANDIC HORSE.**

Very weakly	3%
Weakly	5%
Neither weakly nor strongly	42%
Strongly	30%
Very strongly	20%
<i>N responses</i>	1315
Mean	3.60



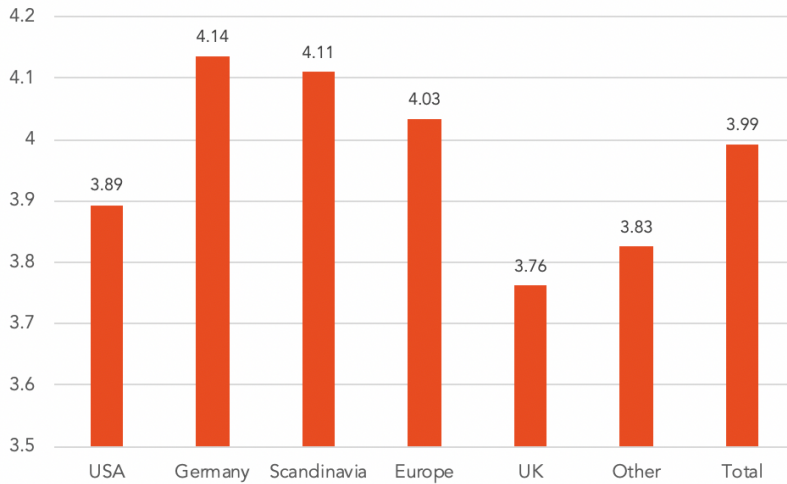
**Q6P. THERE IS A ROUGH AND RUGGED ASPECT TO THE ICELANDIC HORSE.**

Very weakly	3%
Weakly	6%
Neither weakly nor strongly	24%
Strongly	41%
Very strongly	26%
<i>N responses</i>	1312
Mean	3.82



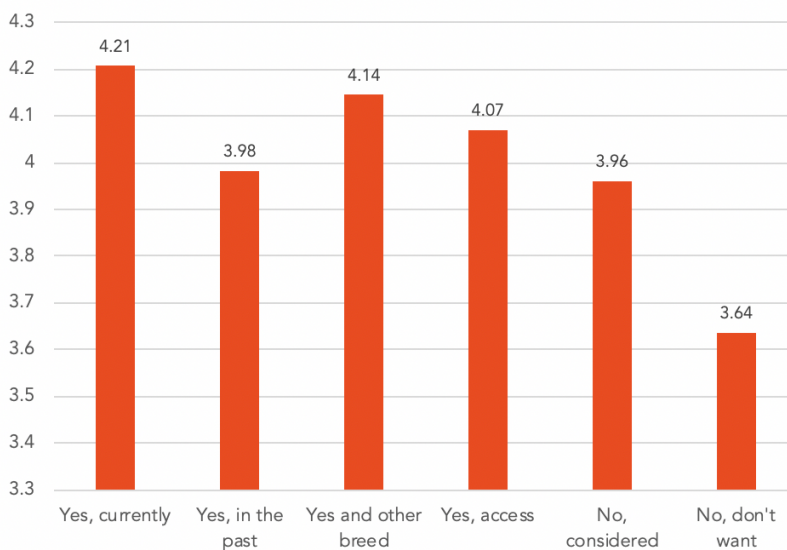
## ÍMYNDARSTYRKUR

### ÍMYNDARSTYRKUR EFTIR MARKAÐSSVÆÐUM



- ÍMYNDARSTYRKUR MESTUR Í ÞÝSKALANDI OG SKANDINAVÍU
- ÍMYNDARTENGINGAR VEIKASTAR Í BRETLANDI
- HEILDARÍMYNDARSTYRKUR GÓÐUR
- REYNDIST EKKI MUNUR EFTIR ALDRI

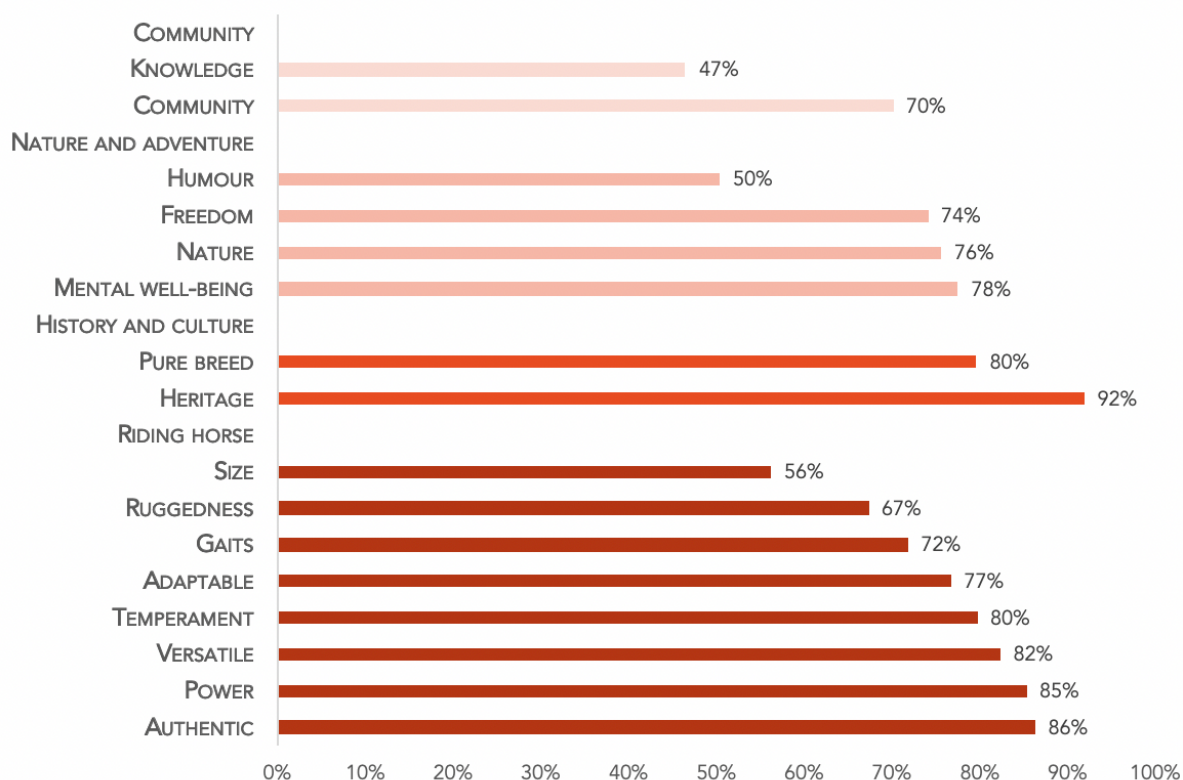
### ÍMYNDARSTYRKUR EFTIR EIGNARHALDI



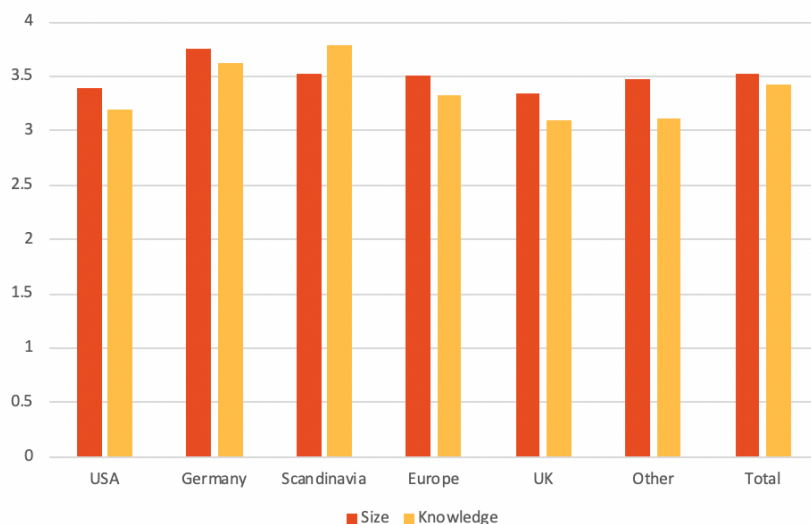
- ÍMYNDARSTYRKUR MESTUR HJÁ NÚVERANDI EIGENDUM
- HÁR ÍMYNDARSTYRKUR HJÁ ÞEIM SEM HAFA ÍHUGAÐ ÍSLENSKAN HEST - SÓKNARFÆRI
- HÁR ÍMYNDARSTYRKUR HJÁ ÞEIM SEM EIGA EINNIG ANNAÐ HESTAKYN



## ÍMYNDARÞÆTTIR EFTIR VÖRUMERKJASTOÐUM



## VEIKUSTU ÍMYNDARTENGINGARNAR VIÐ ÞEKKINGU, HÚMOR OG STÆRÐ



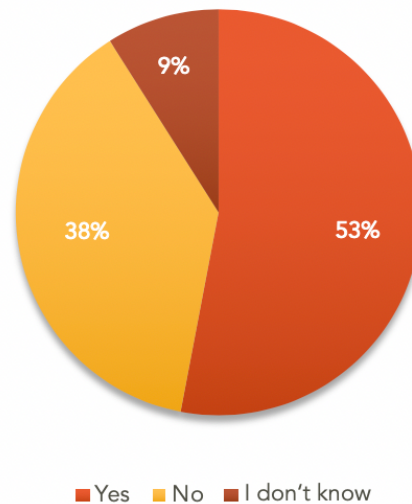
- MERKJA MÁ MARKTÆKAN MUN Á ÞVÍ HVORT FÓLKI FINNST STÆRÐ ÍSLENSKA HESTSINS HENTA ÖLLUM KNÖPUM
- ÞJÓÐVERJAR FREKAR ÞEIRRAR SKOÐUNAR AÐ STÆRÐIN SÉ HENTUG
- HESTAFÓLK Í BRETLANDI OG BANDARÍKJUNUM LÍKLEGRA TIL AÐ TELJA STÆRÐ ÍSLENSKA HESTSINS EKKI HENTA FLESTUM

- VIRÐIST SEM FÓLKI FINNST ERFITT AÐ NÁLGAST FRÆÐSLU OG LEIÐBEININGAR ÞEGAR KEMUR AÐ ÍSLENSKA HESTINUM OG ÞJÁLFUN HANS
- MARKTÆKUR MUNUR Á MILLI MARKAÐSSVÆÐA
- AÐGENGI AÐ FRÆÐSLU VIRÐIST VERA HVAF VERST Í BRETLANDI OG BANDARÍKJUNUM EN AUÐVELDAST Á NORÐURLÖNDUNUM OG ÞÝSKALANDI

## MÍÐLUN MARKAÐSEFNIS

### Q7. HAVE YOU BEEN EXPOSED TO ANY MARKETING CONTENT ABOUT THE ICELANDIC HORSE IN THE LAST 3 YEARS?

Yes	53%
No	38%
I don't know	9%
<i>N responses</i>	1351



	USA	Germany	Scandinavia	Europe	UK	Other	N
Yes	16%	43%	21%	13%	5%	2%	684
No	43%	7%	10%	8%	29%	2%	515
I don't know	22%	35%	20%	10%	12%	1%	118
Total N	354	377	219	144	196	27	1317

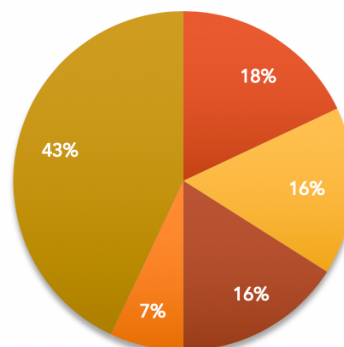
### Q7A. WHERE DO YOU MAINLY ENCOUNTER CONTENT ABOUT THE ICELANDIC HORSE? (ALL APPLICABLE ANSWERS)

At horse shows/exhibitions	18%
On the television	4%
Promotional advertisement in newspapers/magazines	11%
Promotional advertisement online (f.ex. sponsored ads on Facebook and Instagram)	19%
Through discussions on social media (f.ex. in groups)	16%
Through friend's or family's social media	16%
On a visit to Iceland	13%

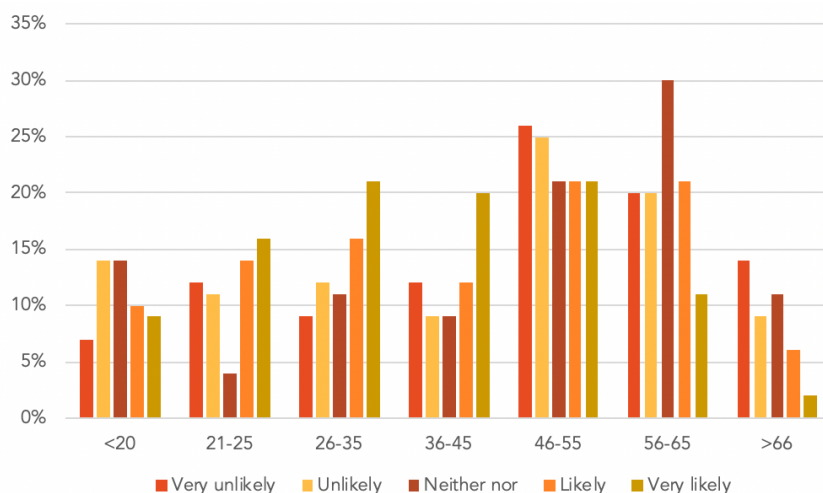
## KAUPLÍKUR

**Q8. IF YOU WERE THINKING ABOUT BUYING A HORSE IN THE NEAR FUTURE, HOW UNLIKELY OR LIKELY ARE YOU TO BUY AN ICELANDIC HORSE?**

Very unlikely	18%
Unlikely	16%
Neither unlikely or likely	16%
Likely	7%
Very likely	43%
<i>N responses</i>	1332

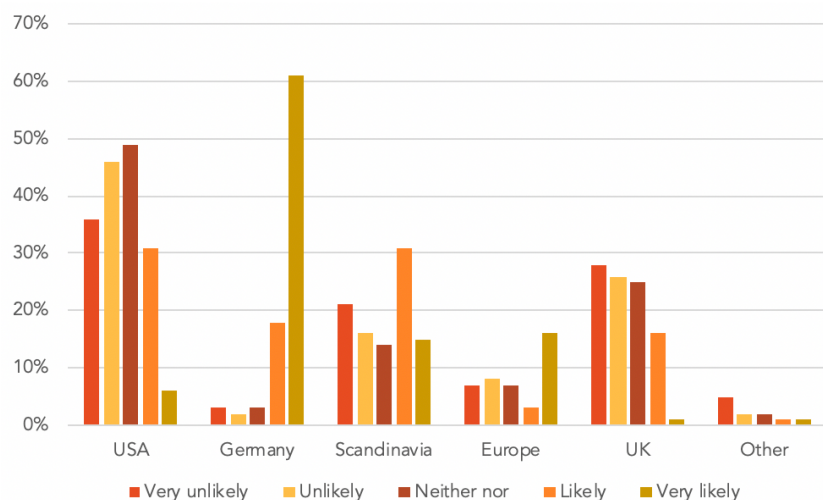


■ Very unlikely ■ Unlikely ■ Neither unlikely or likely ■ Likely ■ Very likely



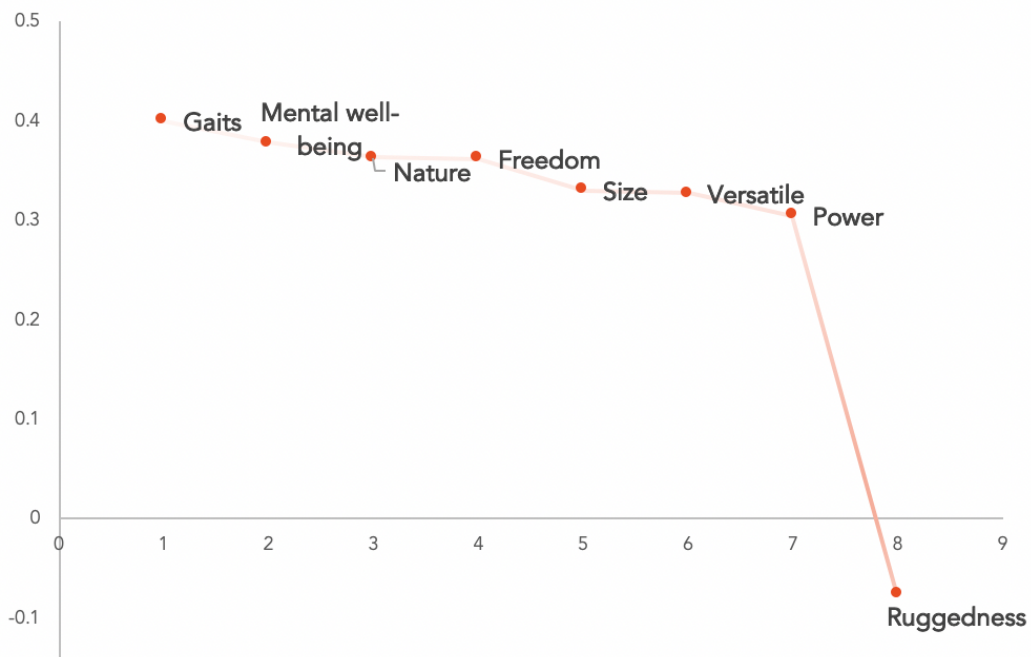
### KAUPLÍKUR EFTIR ALDRI

- NEIKVÆÐ FYGLNI
- KAUPLÍKUR MINNKA MEÐ HÆKKANDI ALDRI
- 26-55 ÁRA VÆNLEGASTI ALDURSHÓPURINN



### KAUPLÍKUR EFTIR MARKAÐSSVÆÐUM

- KAUPLÍKUR LANGMESTAR Í ÞÝSKALANDI
- MINNSTU KAUPLÍKURNAR Í BANDARÍKJUNUM OG BRETLANDI



## HVAÐ SEGIR ÞAÐ OKKUR?

Ofangreindir ímyndarþættir mældust með sterkustu tengslin við kauplíkur, svo leiða má líkum að því meira sammála sem fólk var þessum ímyndarþáttum, því líklegra er það til að fjárfesta í íslenskum hesti. Hægt er því að álykta að væntanlegum kaupendum finnist þessir ímyndarþættir mikilvægir.

Þeim sem finnst gangtegunder hestsins fagaðar og náttúrulegar eru líklegastir til að kaupa íslenskan hest. Þeim sem finnst hesturinn hins vegar harðger og þrekinn eru ólíklegastir til að kaupa.

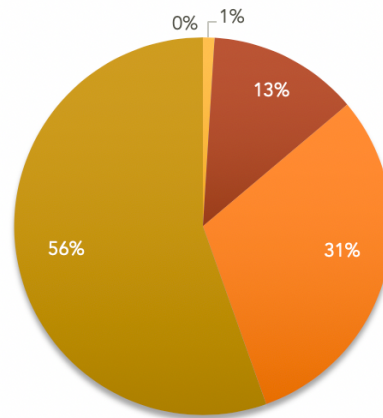




## VIÐHORF

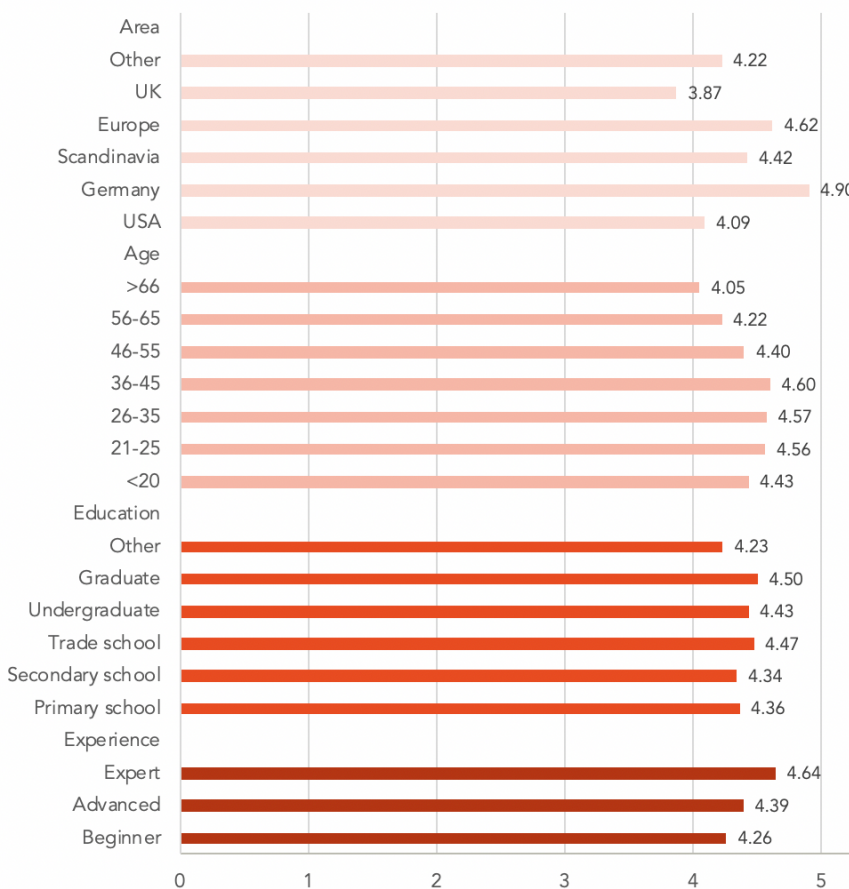
### Q9. HOW NEGATIVE OR POSITIVE IS YOUR IMPRESSION OF THE ICELANDIC HORSE?

Very negative	0%
Negative	1%
Neither negative or positive	13%
Positive	31%
Very positive	56%
<i>N responses</i>	1330



Very negative Negative Neither negative or positive Positive Very positive

### VIÐHORF EFTIR BAKGRUNNSBREYTUM



#### MARKAÐSSVÆÐI

- VIÐHORFIÐ JÁKVÆÐAST HJÁ ÞJÓÐVERJUM
- VIÐHORFIÐ NEIKVÆÐAST Í BRETLANDI OG BANDARÍKJUNUM

#### ALDUR

- VIÐHORFIÐ VERÐUR NEIKVÆÐARA EFTIR ÞVÍ SEM FÓLK ELDIST

#### MENNTUN

- MARKTÆKUR MUNUR Á VIÐHORFI ÞEIRRA SEM ERU BÚNIR MEÐ FRAMHALDSNÁM OG ÞEIRRA SEM MERKTU VIÐ ANNAD

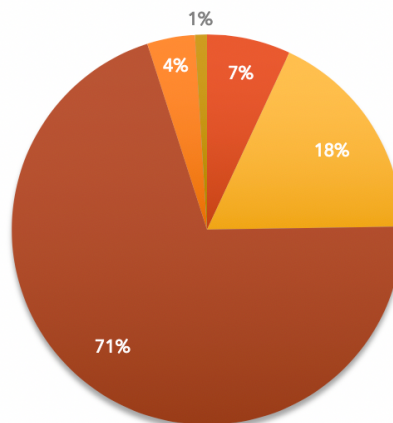
#### REYNSLA

- VIÐHORFIÐ JÁKVÆÐARA HJÁ ÞEIM SEM ERU REYNDARI Í HESTAMENNSKU

## KYNNMYNDLÍKING OG EIGNARHALD

### Q10. WOULD YOU SAY THAT THE ICELANDIC HORSE IS MASCULINE OR FEMININE?

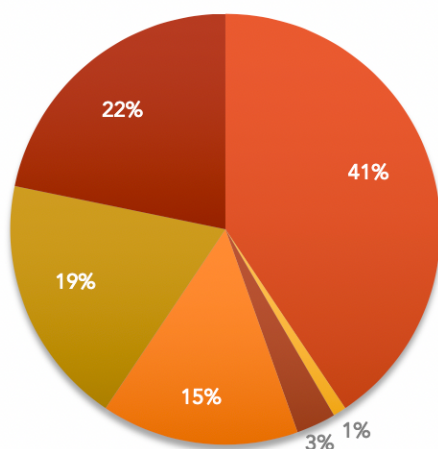
Masculine	7%
Somewhat masculine	18%
Neither masculine nor feminine	71%
Somewhat feminine	4%
Feminine	1%
<i>N responses</i>	1329



■ Masculine ■ Somewhat masculine ■ Neither masculine nor feminine ■ Somewhat feminine ■ Feminine

### Q11. DO YOU OR HAVE YOU EVER OWNED AN ICELANDIC HORSE OR HAD ACCESS TO ONE?

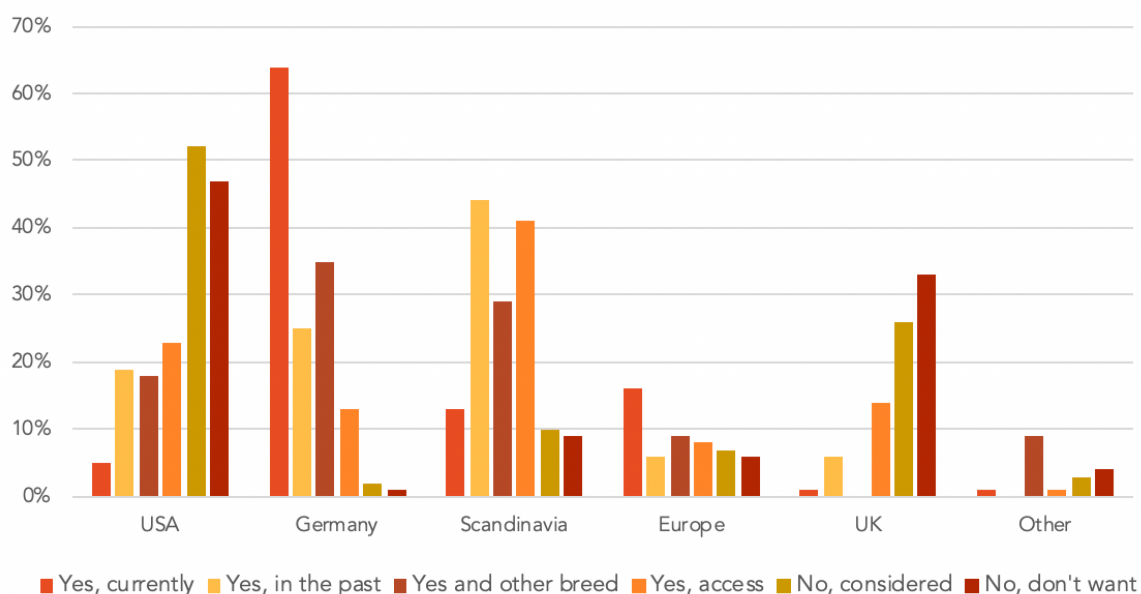
Yes, I own an Icelandic horse	41%
Yes, I owned an Icelandic horse in the past but not anymore	1%
Yes, I own both an Icelandic horse and a horse of another breed	3%
Yes, I have or had access to an Icelandic horse	15%
No, but I have considered it and might want to in the future	19%
No and I don't see myself wanting to in the future	22%
<i>N responses</i>	1324



- KÖNNUNIN NÁÐI AFAR MIKILLI DREIFINGU Í ÞÝSKALANDI ÞAR SEM HENNI HEFUR AÐ ÖLLUM LÍKINDUM VERIÐ DEILT INNAN SKILGREINDRA HÓPA ÁHUGAFÓLKS UM ÍSLENSKA HESTINN

■ Yes, currently ■ Yes, in the past ■ Yes and other breed ■ Yes, access ■ No, considered ■ No, don't want

## EIGNARHALD EFTIR MARKAÐSSVÆÐUM



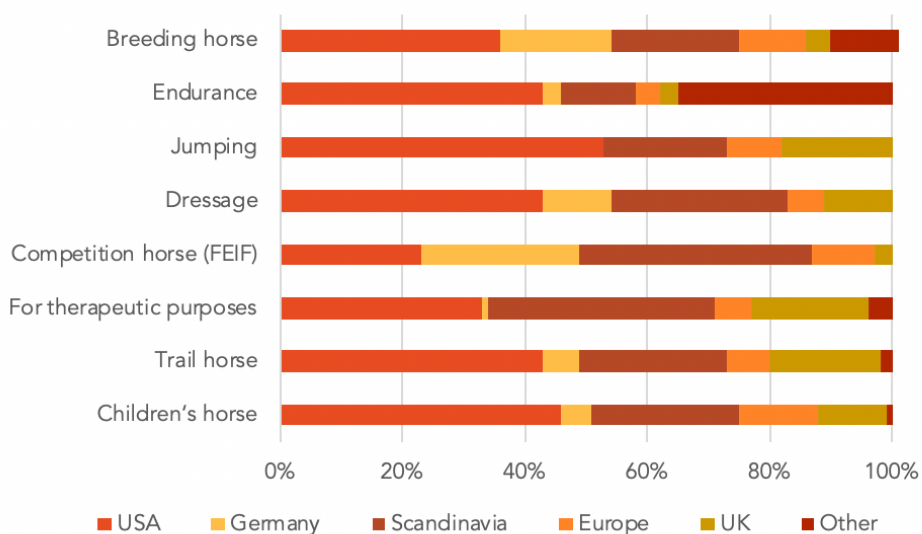
### Q11A. IF YOU WERE THINKING ABOUT GETTING AN ICELANDIC HORSE, WHAT DO YOU BELIEVE WOULD BE ITS PURPOSE WITH YOU?

Children's horse	22%
Trail horse	77%
For therapeutic purposes	23%
Competition horse (within FEIF)	13%
Dressage	14%
Jumping	8%
Endurance	16%
Breeding horse	6%
Other	8%

#### AF ÞEIM SEM EIGA EKKI ÍSLENSKAN HEST

- ÞEIR SEM Hafa eða höfðu haft aðgang að ísleenskum hesti
- Þeir sem eiga ekki ísleiskan hest en gætu ímyndað sér það í framtíðinni
- Þeir sem vilja með engu móti ísleiskan hest **UNDANÞEGNIR**
- 34% ÞÁTTAKENDA

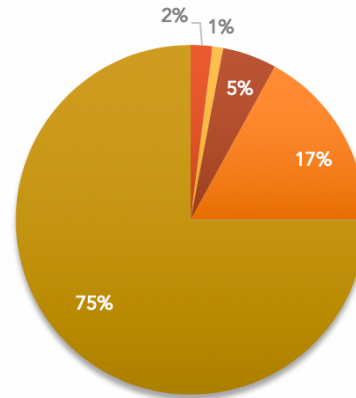
#### ÁÆTLUÐ NOTKUN EFTIR MARKAÐSSVÆÐUM



## ÁNÆGJA

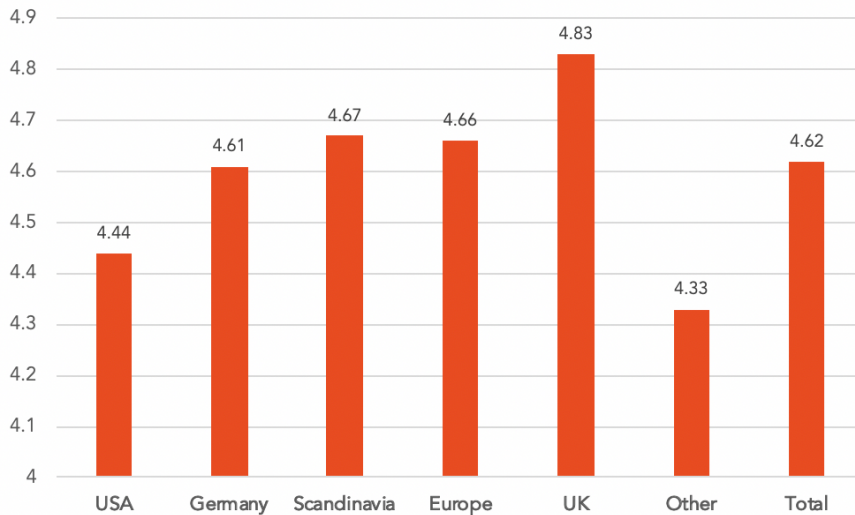
### Q12. HOW WOULD YOU RATE YOUR OVERALL SATISFACTION WITH YOUR ACQUAINTANCE WITH THE ICELANDIC HORSE IN GENERAL?

Very dissatisfied	2%
Dissatisfied	1%
Neither dissatisfied nor satisfied	5%
Satisfied	17%
Very satisfied	75%
N responses	577



■ Very dissatisfied ■ Dissatisfied ■ Neither dissatisfied nor satisfied ■ Satisfied ■ Very satisfied

### ÁNÆGJA EFTIR MARKAÐSSVÆÐUM



### MIKIL ÁNÆGJA MEÐAL EIGENDA ÍSLENSKA HESTSINS

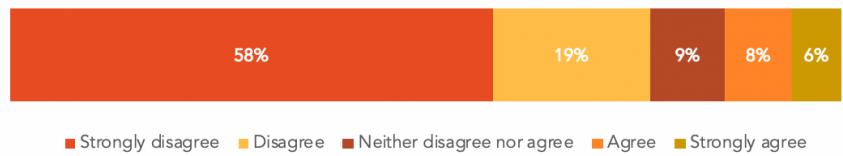
- HEILDARÁNÆGJA MJÖG MIKIL
- EKKI MARKTÆKUR MUNUR Á MILLI MARKAÐSSVÆÐA
- ÁHUGAVERT AÐ EIGENDUR Í UK MÆLIST MEÐ HÆSTU ÁNÆGJUNA
- ENGINN MUNUR Á ÁNÆGJU EFTIR BAKGRUNNSBREYTUM

## TRYGGÐ

### Q13. HOW MUCH DO YOU DISAGREE OR AGREE WITH THE FOLLOWING STATEMENTS?

#### 13A. WHEN BUYING A NEW HORSE, I WOULD CONSIDER OTHER BREEDS THAN THE ICELANDIC HORSE.

Strongly disagree	58%
Disagree	19%
Neither disagree nor agree	9%
Agree	8%
Strongly agree	6%
<i>N responses</i>	528
Mean	<b>1.84</b>



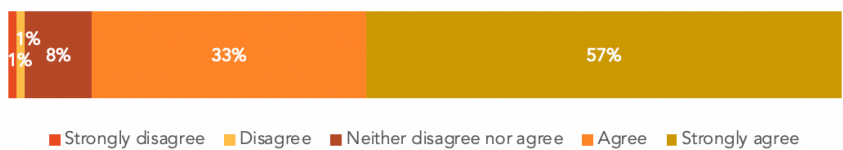
#### Q13B. I AM LIKELY TO PICK AN ICELANDIC HORSE OVER OTHER HORSE BREEDS WHEN BUYING A HORSE.

Strongly disagree	4%
Disagree	2%
Neither disagree nor agree	7%
Agree	10%
Strongly agree	77%
<i>N responses</i>	505
Mean	<b>4.54</b>



#### Q13C. I AM INVESTED IN MY INTEREST OF THE ICELANDIC HORSE.

Strongly disagree	1%
Disagree	1%
Neither disagree nor agree	8%
Agree	33%
Strongly agree	57%
<i>N responses</i>	557
Mean	<b>4.43</b>





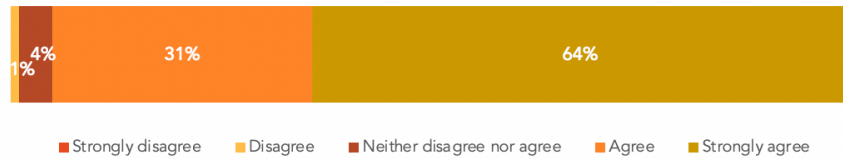
**Q13D. I AM INVESTED IN THE CULTURE SURROUNDING THE ICELANDIC HORSE (AS IN PARTICIPATING IN FEIF COMPETITIONS, TAKING LESSONS WITH AN ICELANDIC HORSE TRAINER ETC.).**

Strongly disagree	2%
Disagree	4%
Neither disagree nor agree	7%
Agree	32%
Strongly agree	55%
<i>N responses</i>	553
Mean	4.35



**Q13E. I AM LIKELY TO RECOMMEND THE ICELANDIC HORSE TO ANOTHER HORSE ENTHUSIAST.**

Strongly disagree	0%
Disagree	1%
Neither disagree nor agree	4%
Agree	31%
Strongly agree	64%
<i>N responses</i>	555
Mean	4.56



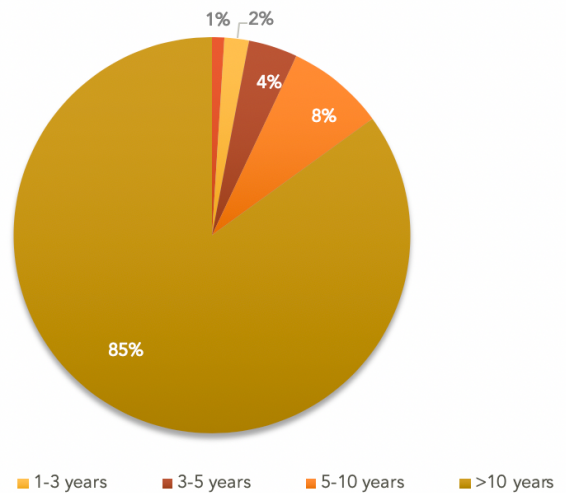
**Q14. WHAT HORSE BREEDS DO YOU OWN OR HAVE YOU OWNED, BESIDES THE ICELANDIC HORSE?**

I have not owned other horse breeds	55%
Shetland Pony	9%
Warmblood	7%
Welsh Pony/Cob	6%
American Quarter Horse	4%
Arabian	4%
Thoroughbred	3%
Haflinger	3%
Norwegian Fjord	3%
Hannoverian	3%

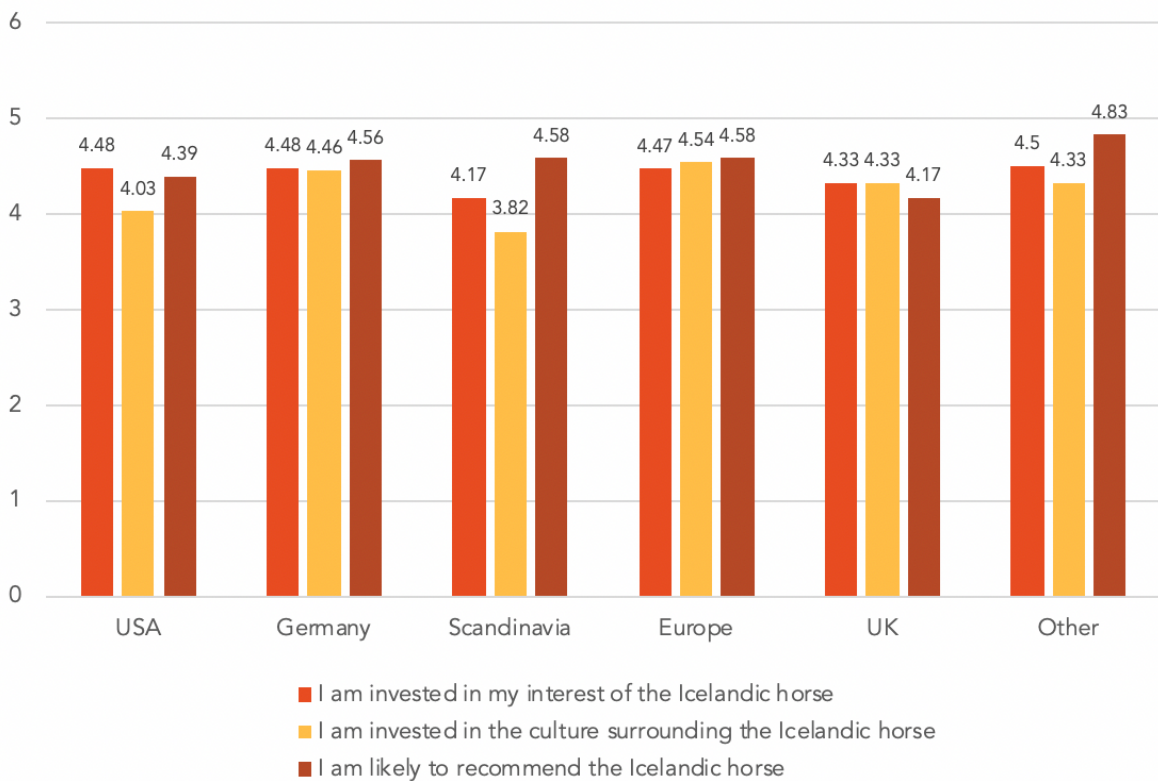
- BENDIR TIL ÞESS AÐ ÍSLENSKI HESTURINN HAFI VERIÐ FYRSTA HESTAKYNIÐ SEM RÚMLEGA HELMINGUR EIGENDA ÍSLENSKA HESTSINS KYNNTIST Í UPPHAFI SINNAR HESTAMENNSKU
- GEFUR TILFERNI TIL AÐ ÆTLA AÐ NÝLIDUN ÚR HÓPI ÞEIRRA SEM STUNDA EKKI HESTAMENNSKU NÚ ÞEGAR SÉ AFAR MIKILVÆG

## Q15. HOW LONG HAVE YOU OWNED/BEEN INVOLVED WITH THE ICELANDIC HORSE?

Less than one year	1%
One to under three years	2%
Three to under five years	4%
Five to under ten years	8%
Ten years or more	85%
<i>N responses</i>	538



## TRYGGÐ EFTIR MARKAÐSSVÆÐUM



### ALMENNT EKKI MUNUR Á TRYGGÐ EFTIR MARKAÐSSVÆÐUM

- MARKTÆKUR MUNUR Á MILLI MARKAÐSSVÆÐA Í TENGLUM VIÐ ÁHUGA FÓLKS AÐ TAKA ÞÁTT Í SÉR ÍSLENSKRI HESTAMENNSKU, S.S. KEPPNI OG AÐ SÆKJA REIÐKENNSLU HJÁ SÉRHFÆÐUM REIÐKENNARA FYRIR ÍSLENSKA HESTINN
- GÆTI BENT TIL ÞESS AÐ ÍSLANDSHESTAEIGENDUR Í BANDARÍKJUNUM OG NORÐURLÖNDUNUM SÉU MINNA INN Í „ÍSLANDSHESTA KÚLTÚRNUM“ HELDUR EN EIGENDUR Í ÞÝSKALANDI OG ANNARS STAÐAR Í EVRÓPU

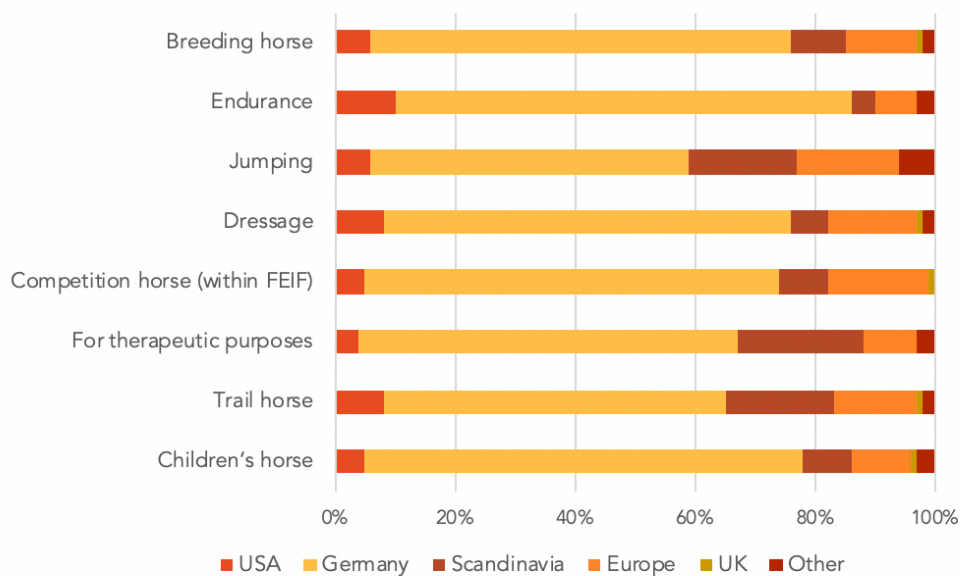
## Q16. WHAT IS THE PRIMARY PURPOSE OF YOUR ICELANDIC HORSE/HORSES?

Children's horse	16%
Trail horse	60%
For therapeutic purposes	11%
Competition horse (within FEIF)	59%
Dressage	19%
Jumping	3%
Endurance	5%
Breeding horse	30%

### EIGENDUR ÍSLENSKA HESTSINS

- RÚMLEGA HELMINGUR ÞEIRRA SEM ÁTTU ÍSLENSKAN HEST NOTA HANN JAFNT TIL KEPPNI SEM OG ÚTREIÐA
- ÁHUGAVERT AÐ 30% AF EIGENDUM NOTA HESTINN TIL RÆKTUNAR, SEM VERÐUR AÐ TELJAST NOKKUÐ HÁTT HLUTFALL

### NOTKUN EFTIR MARKAÐSSVÆÐUM



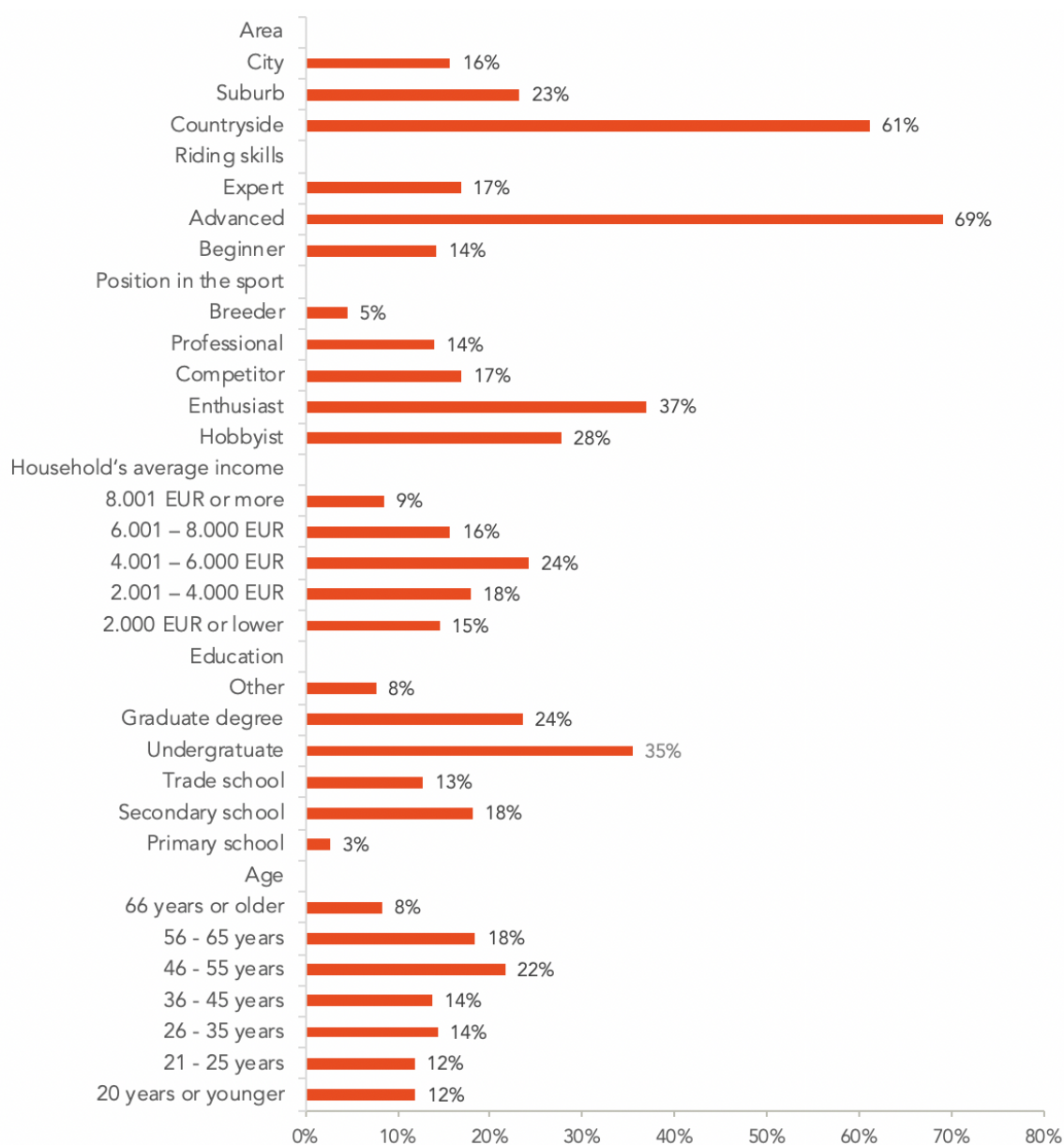
### REYNDIST EKKI VERULEGUR MUNUR Á NOTKUN EFTIR MARKAÐSSVÆÐUM

- RÚMLEGA 60% ÞEIRRA ÞJÓÐVERJA SEM TÓKU ÞÁTT ÁTTU ÍSLENSKAN HEST SEM ÚTSKÝRIR HVERS VEGNA ÞJÓÐVERJAR ERU RÁÐANDI HLUTI ALLRAR NOTKUNARMÖGULEIKA



## BAKGRUNNSUPPLÝSINGAR

Age	Education	Household's average income
20 years or younger	11,9% Primary school	2,7% 2.000 EUR or lower
21 - 25 years	11,8% Secondary school	18,1% 2.001 – 4.000 EUR
26 - 35 years	14,3% Trade school	12,7% 4.001 – 6.000 EUR
36 - 45 years	13,7% Undergraduate degree (B.A, BSc B.Ed or similar)	35,4% 6.001 – 8.000 EUR
46 - 55 years	21,6% Graduate degree (MSc./Ph.D. or similar)	23,5% 8.001 EUR or more
56 - 65 years	18,4% Other	7,6%
66 years or older	8,3%	



# LOKAORÐ



Það er ljóst að það samhæfa markaðsstarf með íslenska hestinn sem hófst með tilkomu Horses of Iceland árið 2015 hefur haft jákvæð áhrif á vitund og ímynd íslenska hestsins á síðustu árum. Vissulega spila þó margir þættir inn í, svo sem aukinn ferðamannastraumur til Íslands og aukin umfjöllun um Ísland á veraldarvefnum.

Staðfærslan virðist vera að skila sér vel í gegn hjá erlendum hesteigendum þó ennþá votti fyrir "Pony-stimpli" á sumum markaðssvæðum. Einnig virðist það til trafala hversu lítið stuðningsnet er í sumum löndum, hvað varðar fræðslu og þekkingu til að viðhalda þeim aðgreinandi eiginleikum sem íslenski hesturinn hefur.

Vitund íslenska hestsins mældist 97% sem verður að teljast afar gott. Til þess að geta haft áhrif á ímynd verður vitundin fyrst að vera til staðar.

## VITUND ÍSLENSKA HESTSINS MÆLDIST 97% SEM VERÐUR AÐ TELJAST AFAR GOTT.

Mestu hugrenningartengslin voru sterk við þá aðgreinandi þætti sem staðfærsla leggur upp með, svo sem gangtegundir, geðslag og hversu kraftmikill hann er. Tæplega helmingur (44%) þátttakenda minntist á ganghæfileika hestsins og nefndu þá helst tölt eða skeið.

Hins vegar voru þeir þættir sem staðfærslan leggur minni áherslu á, t.d. hversu smágerður hesturinn er og þrekinn einnig að mælast með sterk hugrenningartengsl. Til að mynda nefndu 15% að hesturinn væri harðger og þrekvaxinn og 11% minntust á stærð hans.





Er það í samræmi við það sem við er að búast enda staðreynd að stærð íslenska hesturinn er um þau stærðarmörk sem notuð eru til viðmiðunar við að flokka hesta sem smáhesta eða hesta.

Heildarímynd íslenska hestsins er mjög góð, fólk hefur almennt jákvætt viðhorf gagnvart honum þó munur sé eftir markaðssvæðum. Best er ímyndin í Þýskalandi og Skandinavíu á meðan Bretland virðist hafa hvað versta ímynd af hestinum. Það gæti verið að leifar af útflutningi á íslenskum hestum til Bretlands á 19. öld í námugróft hafi eitthvað að gera með þá slöku ímynd sem hann nýtur þar.

Það reyndist vera hár ímyndarstyrkur meðal þeirra sem ekki höfðu átt íslenskan hest en höfðu á einhverjum tímamarki íhugað að eignast slíkan. Mestu ímyndargöpin reyndist vera tengd stærð hestsins og aðgengi að þekkingu. Þar sem erfitt er að breyta stærð hestsins eftir vilja markaðarins þurfa áherslurnar að liggja í að kynna íslenska hestinn sem sterkan hest sem fær er um að bera meðalvaxinn fullorðin einstakling. Renna þarf stöðum undir þær tilgátur með faglegu rannsóknarstarfi og meðvitund um velferð hestsins.

Þar sem íslenski hesturinn hefur samlagast þýskum markaði afar vel telja Þjóðverjar stærð hestsins frekar henta flestum knöpum á meðan Bretar og Bandaríkjamenn eru líklegri til að vera ósammála því.

Eðli málsins samkvæmt er aðgengi að fræðslu og þekkingu takmarkaðara á þeim svæðum sem íslenski hesturinn er minna útbreiddur. Skandinavía og Þýskaland standa hvað best að vígi

hvað það varðar þar sem þeir markaðir hafa verið mikilvægir Íslandshestaheiminum svo áratugum skiptir.

Hestamennska í Bretlandi er talin frekar einangruð í átt að klassískri reiðmennsku og dressúr og líklegt sé að gömul gildi séu aðgangshindranir þar. Takmarkaður aðgangur að íslenskum hestum og stuðningsneti honum tengdum hefur mikið um það að segja að markaðshlutdeild íslenska hestsins er þar jafn dræm og raun ber vitni.

Þó sömu sögu sé að segja um Bandaríkin liggja ástæður þess hversu erfitt er að nálgast þekkingu um íslenska hestinn mest í landfræðilegu eðli. Markaðurinn er afar dreifður og langt á milli staða sem gerir mótahaldi og aðgengi að sérhæfðum reiðkennurum erfitt um vik.

Áhugavert er að sjá að þeir sem ekki áttu íslenskan hest sögðu að líklegasti tilgangur hans ef þau ættu hann væri sem reiðhestur, sem meðferðarúrræði eða barnahestur. Einungis 13% þeirra töldu líklegan tilgang hans sem keppnishest innan FEIF á meðan tæp 60% eigenda íslenska hestsins notar hestinn til keppni.

Eigendur íslenska hestsins eru jafnframt mjög tryggir. Þeir halda sig við það hestakyn en munur reyndist vera á því hversu mikið fólk væri inn í "Íslandshesta kúltúrnum" milli markaðssvæða. Einnig gefa niðurstöðurnar tilefni til að ætla að nýliðun úr hópi þeirra sem stunda ekki hestamennsku nú þegar sé afar mikilvæg og skynsamlegt væri að höfða til þeirra í markaðsstarfi.

# Hestamennska og hestaferðþjónusta – ýmsar tölur og gögn

15. apríl 2019 – uppfært 1. mars 2020

Ingibjörg Sigurðardóttir

Lektor

Ferðamáladeild Háskólans á Hólum

Netfang: inga@holar.is

## ✓ Nokkrar athyglisverðar staðreyndir um hross á Íslandi

- Á Íslandi eru 240 hross á hverja 1000 íbúa (Sigurðardóttir og Helgadóttir, 2015) sé miðað við tölur frá 2013.
- Í Evrópusambandslöndunum er hæsta hlutfall hrossa miðað við íbúa 32 hross á hverja 1000 íbúa í Svíþjóð (Liljenstolpe, 2009).
- Á Norðurlandi vestra eru 2,6 hross á hvern íbúa (2600 hross á hverja 1000 íbúa) (Sigurðardóttir og Helgadóttir, 2015).
- Á Suðurlandi eru 1165 hross á hverja 1000 íbúa (Sigurðardóttir og Helgadóttir, 2015).
- Vestfirðir hafa lægsta hlutfall hrossa pr. íbúa ef allir landshlutar eru skoðaðir. Þar eru 147 hross á 1000 íbúa (Sigurðardóttir og Helgadóttir, 2015).

Því má gera ráð fyrir að hross séu hlutfallslega mikilvægari fyrir íslenskan efnahag og byggðapróun en raunin er í öðrum löndum.

## ✓ Verðgildi íslenska hrossastofnsins

Ítrekað hefur verið bent á að misbrestur er á skráningu hrossa á Íslandi ekki síst eftir að skráning búfjár fluttist frá Bændasamtökum Íslands til Matvælastofnunar Íslands en við það „fækkaði“ hrossum á landinu samkvæmt opinberum tölum úr 72.626 árið 2013 í 53.021 árið 2014 (Hörður Kristjánsson, 2018).

Árið 2014 var áætlað að verðgildi íslenska hrossastofnsins næmi 12 milljörðum króna (Tinna Dögg Kjartansdóttir, 2014) varlega metið en jafnframt var bent á þá staðreynd að hægt er að meta slíkt verðmæti út frá ótalmörgum forsendum. Í ljósi fyrrgreindra forsendna er hæpið að setja fram tölur um verðmæti íslenska hrossastofnsins án viðamikilla rannsókna.

### ✓ Útflutningur lífhrossa

Útflutningur lífhrossa hefur verið stundaður í áratugi. Alls voru flutt út **1509 hross á árinu 2019** en fjöldi útfluttra hrossa hefur ekki farið yfir fimmtán hundruð síðan árið 2009.

Tafla 1. Fjöldi útfluttra hrossa 2005-2017

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Stóðhestar	139	138	190	222	208	168	165	208	189	217	233	233	259	212	270
Hryssur	737	726	772	873	791	553	547	672	621	602	661	739	737	649	691
Geldingar	625	496	535	681	588	437	424	453	426	450	466	502	489	490	548
<b>SAMTALS</b>	<b>1501</b>	<b>1360</b>	<b>1497</b>	<b>1776</b>	<b>1587</b>	<b>1158</b>	<b>1136</b>	<b>1333</b>	<b>1236</b>	<b>1269</b>	<b>1360</b>	<b>1474</b>	<b>1485</b>	<b>1351</b>	<b>1509</b>
Þar af með 1. verðlaun					70	51	62	84	79	82	111	109	128	126	144

Árið 2018 voru flutt út 1470 hross og er það svipuð tala og verið hefur undanfarin ár (tafla 1).

- Alls voru flutt hross til 28 landa
- 98% hrossanna fóru til 12 landa
- 95,7% fóru til Evrópu
- Tæplega 41% fór til Þýskalands
- Önnur lönd með 15% eða lægri hlut

Í töflu 2 má sjá til hvaða landa meginfjöldi útfluttra hrossa fór á árunum 2005 til 2017.

Tafla 2. Útflutningur íslenska hestsins eftir löndum árin 2005-2017.

Land	Fjöldi 2005-2017	%
Þýskaland	4530	40,73%
Svíþjóð	1670	15,02%
Danmörk	1280	11,51%
Sviss	879	7,90%
Noregur	578	5,20%
Austurríki	657	5,91%
Finland	309	2,78%
Holland	362	3,25%
USA	266	2,39%
Frakkland	150	1,35%
Færeyjar	112	1,01%
Belgía	120	1,08%

Útflutningsverðmæti (FOB) íslenskra hrossa á fæti hefur undanfarin tíu ár verið á bilinu 750 - 1040 milljónir á ári.

**Árið 2017 nam heildar útflutningsverðmæti íslenskra hrossa (FOB) 752,5 milljónum. Árið 2018 hafði það hækkað í 915,3 milljónir króna en árið 2019 fór það niður í 791 milljón króna þrátt fyrir að fjöldi útfluttra hrossa það ár færi yfir 1500 (tafla 3).**



Tafla 3. Útflutningsverðmæti íslenskra hrossa í milljónum króna 2010 - 2019

Ár	Söluverð í millj. Kr
2010	901,1
2011	776,9
2012	1037,3
2013	915,7
2014	835,3
2015	874,2
2016	965,9
2017	752,5
2018	915,3
2019	790,9

Verðmæti útfluttra hrossa í janúarmánuði 2020 var 71,2 milljónir sem er töluvert hærra en í janúar 2019 og 2018 en verðmætið var 55,1 milljón 2019 og 27,5 2018.

Meðalverð pr. hest samkvæmt tollskýrslum nam 642.730 krónum árið 2018 en 524.182 krónum árið 2019. Vert er að hafa í huga að sala á einum eða fáum mjög verðmætum hestum getur hækkað meðalverð nokkuð milli ára án þess að í raun sé um að ræða verulegar sveiflur í almennu verði annarra hesta (tafla 4).

Tafla 4. Meðalverð útfluttra hrossa á árunum 2015-2019

Ár	Meðalverð pr. hest
2015	655.781
2016	653.527
2017	939.952
2018	642.730
2019	524.182

#### ✓ Sláturafurðir hrossa

Árlega er töluvert af hrossakjöti flutt út. Á undanförunum árum hefur kjötið aðallega farið til Japan, Rússlands, Sviss og Þýskalands. Útflutningsverðmæti hrossakjöts nam um 120 milljónum árið 2018 og varð meðalverð á kíló 364 krónur sem er töluvert hærra verð en árið áður en útflutt magn árið 2017 var töluvert meira en árið 2018 (tafla 5).

Tafla 5. Útflutningur hrossakjöts árin 2017 og 2018

Ár	kg kjöt	Kr. útflutn.verðmæti	Meðalverð kr.pr. kg
2017	427.490	111.726.992	261
2018	329.743	120.132.754	364

Samkvæmt skráningu Hagstofu Íslands eru óunnar hrosshúðir fluttar út þó ekki sé í miklu magni. Árið 2018 voru flutt út 7640 kg og var verðmæti 844.134 krónur sem er umtalsverð hækkun á magni og verði frá árinu 2017 (sjá töflu 6)

Tafla 6. Óunnar hrosshúðir, útflutt magn og verðmæti.

Ár	Kg	Verðmæti kr
2017	2120	260.696
2018	7640	844.134

#### ✓ Hestavörur seldar erlendum ferðamönnum

Árið 2014 var áætlað að kaup erlendra ferðamanna á hestavörum (fyrir utan útivistarvörur) hefði verið upp á um 60 milljónir króna, byggt á tölum um kortaveltu erlendra ferðamanna (Tinna Dögg Kjartansdóttir, 2014).

Sé byggt á sömu forsendum, má áætla að árið **2018** hafi erlendir ferðamenn keypt hestvörur fyrir um **127 milljónir króna**. Var það nokkur samdráttur frá árinu 2017 þar sem sala á hestavörum til ferðamanna var áætluð um 139 milljónir króna. Rétt er þó að hafa í huga að gengi krónunnar hefur þarna nokkur áhrif. Sjá nánar í töflu 7.

Tafla 7. Áætluð sala á hestavörum til erlendra ferðamanna 2013-2018

Ár	Kortavelta mill.kr	Hestavörur mill.kr
2013	90.057	48
2014	112.196	60
2015	154.417	83
2016	231.990	124
2017	259.762	139
2018	237.000	127

#### ✓ Hestatengd ferðaþjónusta

Í daglegu tali hérlendis er að jafnaði átt við hestaleigur (1 dagur eða minna) eða hestaferðir (meira en 1 dagur) þegar talað er um hestaferðaþjónustu. Samt sem áður hefur það verið rökstutt að „hestatengd ferðaþjónusta sé hvers kyns þjónusta sem fyrirtæki eða einstaklingar

veita ferðamönnum í tengslum við hesta, hvort sem um er að ræða þjónustu sem tengist reiðmönnum, hestinum sjálfum, sögu hans, ímynd, afurðum eða þætti hans í menningar- og atvinnusögu þjóðarinnar“ (Ingibjörg Sigurðardóttir, 2004, bls. 6).

Árið 2002 var fjöldi ferðamanna hérlendis 248.580 og var þá áætlað að 41.791 erlendum ferðamaður hefði farið á hestbak meðan á dvölinni stóð. Þar af fóru um 25 þúsund manns á hestbak að sumri (júni – ágúst). Ekki var vitað hvert var hlutfall þeirra sem fóru í hestaleigu og hestaferðir (Ingibjörg Sigurðardóttir, 2004).

Árið 2014 var á sambærilegum forsendum áætlað að um 120.150 erlendir ferðamenn hefðu farið á hestbak meðan á dvölinni stóð hérlendis (Tinna Dögg Kjartansdóttir, 2014).

Um þessar mundir er erfitt að nálgast nýjustu tölur um hversu hátt hlutfall ferðamanna nýtir ákveðna flokka afþreyingar svo sem hestaferðaþjónustu en það er vegna breytinga á skráningu og utanumhaldi um gögn hjá Ferðamálastofu en verið er að flytja helstu gögn inn í svokallað Mælaborð ferðaþjónustunnar. Miðað við þær upplýsingar sem nú liggja fyrir má þó gera ráð fyrir að um **287 þúsund erlendir ferðamenn hafi farið árið 2018** meðan á dvöl þeirra stóð hérlendis.

Árið 2014 var áætlað að velta hestaleiga og hestaferðafyrirtækja hérlendis væri 2,5-3 milljarðar (Tinna Dögg Kjartansdóttir, 2014). Sé miðað við þær forsendur sem lagðar voru til grundvallar í greiningu Tinnu Daggar **má ætla að heildarvelta hestaleiga og hestaferðafyrirtækja hérlendis hafi verið 7-8 milljarðar á árinu 2018.**

Rétt er að hafa í huga að fjölþætt starfsemi önnur en hestaleigur og hestaferðir geta talist til hestatengdrar ferðaþjónustu. Má þar nefna hestatengda viðburði. Þar ber hæst Landsmót hestamanna sem haldið er annað hvert ár og er gestafjöldi 8-10 þús. Um 1/3 gestafjöldans eru erlendir gestir. Varlega áætlað er talið að meðaleyðsla gesta á dag á Landsmóti hestamanna 2016 fyrir utan gistingu hafi verið 30.041 en erlendir gestir eyddu að meðaltali 34.955 ár dag en Íslendingar 26.706 krónum. Varlega áætlað hefur því verið áætlað að **efnahagsleg áhrif Landsmóts hestamanna 2016 hafi verið um 160 milljónir króna án afleiddra áhrifa** (Heldt, 2017).

## Hvers vegna „Horses of Iceland (HOI)“?

- ✓ Horses of Iceland verkefnið hefur skapað samstarfsvettvang innan hestamenskunnar sem ekki var til staðar áður en verkefnið kom til. Félagskerfi hestamanna hefur verið dreift/fjölþætt og skortur hefur verið á sameiginlegu átaki til kynningar á hestinum og hestatengdri þjónustu. HOI hefur reynst mikilvægur samráðs- og samstarfsvettvangur.
- ✓ Hrossarækt er mikilvægur þáttur í íslenskum landbúnaði og fyrir marga forsenda búsetu í dreifbýli. Öfugt við aðrar greinar hefðbundins landbúnaðar hefur hrossarækt ekki notið ríkisstyrkja. Mikilvæg leið til að efla hrossarækt er að stuðla að öflugri markaðssetningu á framleiðsluvörinni þ.e. hestinum og ekki síður á tengdri þjónustu innan lands og utan.
- ✓ Hrossarækt er gjarnan stunduð samhliða annarri starfsemi svo sem öðrum landbúnaði og/eða ferðaþjónustu og styður því við aðrar búgreinar og atvinnustarfsemi.
- ✓ Reynsla og fræðilegar rannsóknir hafa sýnt að samstarfs- og markaðsverkefni geta skilað miklum ávinningi og en þá aðeins ef þau eru nægilega fjármögnuð og til langs tíma. Verkefni sem aðeins eru fjármögnuð og rekin í skamman tíma skila oft minni ávinningi en hagsmunaaðilar vonast til (Sigurðardóttir & Steinþórsson, 2017).
- ✓ Fjölþætt markaðsstarf líkt og HOI verkefnið hefur staðið fyrir skilar fjölþættum árangri. Vandasamt er að meta áhrif slíkra verkefna því árangurinn er fjölþættur og er lengi að koma fram (Zeithaml, Bitner og Gremler, 2013).
- ✓ Kynning á íslenska hestinum er ekki eingöngu mál hestamanna og annarra unnenda íslenska hestsins. Hesturinn hefur lengi verið notaður til markaðssetningar á Íslandi og sem tákni um frjálstræði og lítt spillta náttúru. Þetta endurspeglast í kynningarefni stjórnvalda, svæða/áfangastaða og fyrirtækja um land allt ef lítið er til markaðsefnis síðustu áratuga.
- ✓ Hesturinn hefur í áratugi verið mikilvægt aðdráttarafl sem laðað hefur ferðamenn til Íslands. Annars vegar er um að ræða hestaáhugamenn sem koma vegna áhuga á íslenska hestinum og/eða hestum almennt og hins vegar þá sem lítið sem ekkert vita um hestinn en hestar í kynningarefni s.s. úti í náttúrinni höfða til margra.
- ✓ Kynning á íslenska hestinum er mikilvægur liður í að kynna land, þjóð og menningu sem síðan laðar ferðamenn til landsins. Þrátt fyrir gríðarlegan vöxt í fjölda erlendra ferðamanna á undanfórnum árum er nú þörf á markvissri landkynningu meðal helstu markhópa. Í ljósi þess að í hugum margra er íslenski hesturinn samofinn íslenskri náttúru og menningu er mikilvægt að hafa í huga að um 80% erlendra ferðamanna segja íslenska náttúru hafa verið meginástæðu þess að þeir kusu að ferðast til Íslands en menning og saga fylgja þar í kjölfarið sem aðal ástæða fyrir ákvörðun um að koma til Íslands (Ferðamálastofa).
- ✓ Ferðaþjónustufyrirtæki á landsbyggðinni (utan 1-2 tíma aksturs frá Kef/Rek) hafa orðið mest vör við að hægt hefur á fjölgun ferðamanna og að ferðamenn dvelja nú að meðaltali styttra á landinu en áður sem þýðir að þeir fara minna um landið. Starfsemi sem tengist hestinum, s.s. hrossarækt og hestaferðaþjónusta) eru að miklu leyti stunduð utan þessa radíus og því er öflug markaðssetning á hestinum og hestatengdri þjónustu hagsmunamál fyrir fjölmarga aðila í dreifðum byggðum landins.

### Rannsókn meðal FEIF félaga

- FEIF könnunin er viðamikil gagnasafn sem hægt er að nýta enn frekar við greiningu markhópa í tengslum við sölu á hestum og hestatengdri þjónustu. Hægt er að nýta hana í fjölþættum tilgangi bæði við heildarmarkaðssetningu á hestinum og Íslandi sem áfangastað fyrir áhugamenn um (íslenska) hesta en einnig í sértækari verkefnum hjá fyrirtækjum, félögum og samtökum. Þessi könnun gefur færi á að draga fram þætti þar sem ætla má að þurfi sérstaklega að leggja áherslu í markaðssetningu og kynningarmálum. (Hvað kemur á óvart í niðurstöðunum? Hvað segir það okkur?)

### Hestatengd starfsemi og tengsl hennar við aðrar atvinnugreinar

Til að draga fram mikilvægi hestamennsku sem atvinnugreinar er t.d. hægt að nýta klasakort sem gerð hafa verið af hestamennsku sem atvinnugrein. Dæmi um slíkt má finna hér:

<http://skrina.is/wp-content/uploads/2argangur2015/Hestar-og-%C3%BEr%C3%B3un-klasa.pdf>

(Sjá einnig Sigurðardóttir & Steinhórsósson, 2017; 2018)

Samantektargrein á íslensku úr 2017 og 2018 greinum má finna hér:

<http://dev.nmi.is/klasarit/index.html>



## Heimildaskrá

- Ferðamálastofa (2019). *Ferðapjónusta á Íslandi í tölum 2018*. Sótt 15. Apríl 2019 af <https://www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/Frettamyndir/2018/oktober/ferdatjonusa-a-islandi-i-tolum-2018-6.pdf>
- Heldt, T. (2017). Efnahagsleg áhrif Landsmóts hestamanna 2016 – frumniðurstöður. Í Guðrún Helgadóttir og Ingibjörg Sigurðardóttir, *Rannsóknir á Landsmóti hestamanna: Hólar 2016*, bls. 27-31. Hólar: Ferðamáladeild Háskólans á Hólum.
- Hörður Kristjánsson (2018) Hross landsmanna 4 til 8 þúsund fleiri en opinberar tölur segja 2018. *Bændablaðið* 5.júlí.
- Ingibjörg Sigurðardóttir (2004). Hestatengd ferðapjónusta á Íslandi. BS ritgerð í viðskiptafræði við Háskólann á Akureyri. Sótt 16. apríl 2019 á <https://skemman.is/handle/1946/1010>
- Sigurðardóttir, I. & Steinþórsson, R.S. (2015). Hestar og þróun klasa; hestatengdur klasi á Norðurlandi vestra. *Skrína*, 2(6), 1-9.
- Sigurðardóttir, I. & Steinþórsson, R.S. (2017). Establishment and downfall of a cluster initiative in Northwest Iceland. *Contemporary Issues in Law*, 14(3), 217-230.
- Sigurðardóttir, I. & Steinþórsson, R.S. (2018). Development of micro-clusters in tourism: a case of equestrian tourism in northwest Iceland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(3), 261-277. <https://doi.org/10.1080/15022250.2018.1497286>.
- Tinna Dögg Kjartansdóttir (2011). Markaðssetning þarfast þjónsins á erlendri grund. BS ritgerð í Markaðsfræði og alþjóðaviðskiptum við Háskóla Íslands. Sótt 16. apríl 2019 á <https://skemman.is/bitstream/1946/7283/1/Tinna%20D%C3%B6gg%20Kjartansd%C3%B3ttir.pdf>
- Tinna Dögg Kjartansdóttir (2012). Vörumerkjarýni þarfast þjónsins í Þýskalandi. MS ritgerð í markaðsfræðum og alþjóðaviðskiptum við Háskóla Íslands. Sótt 16. apríl 2019 á <https://skemman.is/bitstream/1946/10568/1/V%C3%B6rumerkjar%C3%BDni%20%C3%BEarfasta%20%C3%BEj%C3%B3nsins%20%C3%AD%20%C3%9E%C3%BDskalandi.pdf>
- Tinna Dögg Kjartansdóttir (2014). Fyrirliggjandi gögn og rannsóknir. Glærusett.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. & Gremler, D.D. (2013). *Services Marketing, Integrating Customer Focus Across the Firm* (6.ed.). New York: Mc Graw Hill.