



Til
Landbruks og Matdepartementet
v/Kristin Orlund
postmottak@lmd.dep.no

Starumsvn 71
N-2850 Lena
Tel. +47 61 16 55 00
www.nhest.no
nhest@nhest.no

Vår ref: KH/VT

INNSPILL TIL STRATEGI FOR LANDBRUKSBASERT REISELIV

Som paraplyorganisasjon for 16 landsdekkende hesteorganisasjoner ønsker NHS å komme med innspill til strategien for landsbruksbasert reiseliv.

Norsk hestehold har økt kraftig de siste 50 åra. Hestenæringen slik den framstår idag er en ung næring som er i ferd med å omstille seg. Mens hesten tidligere har vært en del av det tradisjonelle landbruket og en viktig bidragsyter i Forsvaret framstår hesten i dag som en viktig del av stadig flere nordmenns fritid.

[En forskningsrapport](#) anslår at det finnes omlag 125 000 hester i Norge i dag. Et vanlig estimat er at for hver 10. hest skapes det 1 årsverk, for på tross av at dagens hestehold knyttes til folks fritid er det svært mange varer og tjenester som produseres profesjonelt og leveres til norske hester. Vi snakker om en årlig omsetning på i underkant av 8 milliarder kroner.

Hesten er viktig for å sikre befolkningsvekst og sysselstting på landsbygda. Dette slås fast i et [omfattende Interreg-prosjekt](#) fra Nord-Østerdalen og Dalarna som ble avsluttet i 2011. Prosjektet har hatt som mål å støtte utviklingen av hestebedrifter, infrastruktur knyttet til hest, utvikle turistprodukter og nye boalternativ med hest.

Tall på hvor mange som pr i dag driver med hest og reiseliv innen landbruket i Norges finnes ikke. Derimot har en av våre stifterorganisasjoner, Hest i turisme, noen medlemmer med hest i tilknytning til gårdsdrifta. Hest i turisme har også utviklet et kvalitetssystem som må følges som et krav for å kunne bli medlem av organisasjonen.

Hesten har lange tradisjoner innen norsk reiseliv. I dag ligger det mange muligheter vidåpne, men de krever samarbeid på tvers dersom vi skal lykkes å skape bærekraftige løsninger.

Hestebasert reiseliv i Norge burde kunne gå hånd i hånd med landbruket. Særlig store muligheter burde det ligge i å utvikle regionale "spesialiteter" bygget rundt de nasjonale hesterasene dølahest, fjordhest og nordlandshest/lyngshest. Dølahesten i Østlandsregionen,

fjordhesten på Vestlandet og nordlandshest/lyngshesten i Nord-Norge kan bli med på å skape en regional merkevare innen norsk reiseliv. Erfaringer fra hestebedrifter som pr i dag rendyrker sin lokale rase er entydig: for gjestene, både norske og utenlandske, er det et viktig element at rasen som benyttes har en sterk lokal tilhørighet. De norske hesterasene kan derfor være med på å skape lokal identitet ved å gi gjester nær hesten-opplevelser og historier med hester. Det er viktig å understreke at de norske hesterasene er lokaltilpasset klima og geografi gjennom generasjoner.

Det finnes gode eksempler i utlandet der hesteraser med lokal tilknytning er brukt systematisk med svært vellykket resultat. Et opplagt eksempel er islandshesten som er en viktig del av merkevaren og turistdestinasjonen Island. Et annet eksempel er camargue-hesten som er en meget viktig del av opplevelsen av kulturlandskapet og nasjonalparken i Camargue ved Rhone-elvas utløp i Sør-Frankrike. I begge eksemplene brukes hestene blant annet til å holde landskapet åpent og til å gi gjester uforglemmelige opplevelser fra hesteryggen.

Vi tror det er viktig å understreke at hest ikke må bli "bare" hest. Hesteturisme har potensiale i seg til mye mer. Man må tenke mye videre enn "rideturer", "kanefart" og "gårdsbesøk med barn og dyr". Vi kan tenke hesten som en del av andre opplevelser, inkludert mat. Enkle grep som å ha tilgjengelig informasjon om den, lokale hesterasen i andre tilbud. Man kan se for deg støtte til hold av de nasjonale hesterasene på gårder som tilbyr reiselivsprodukter uten at hesten nødvendigvis må inngå i tilbudet, men bare være der. Alle som har et forhold til hest vet hvilken ro det gir til sjelen bare å hvile blikket på beitende hester, eller bare å kunne klappe en myk hestemule. Dette er enkle ting som kan bidra til økt verdiskaping hos den enkelte reiselivstilbyder.

Det er ulike segmenter av turister, og mange flere enn de hesteinteresserte har stor glede av å komme i kontakt med hest. Det som er særegent for de nasjonale rasene er at de bærer på så fantastisk mange historier som er relevante å fortelle til besøkende. "It's all about storytelling" – det gjelder selvsagt også for hest.

Markedsføring og økonomi blir nevnt som noen av utfordringene i en [NIBIO-rapport](#) som så på mulighetene for å bruke nordlandshest/lyngshest i reiselivet i Nord-Norge. Tanken om å legge til rette for klynger og lokale nettverk der også hestebedrifter blir inkludert er noe som er sterkt etterspurt i vår bransje. Felles markedsføring der gårder med ulike tilbud samarbeider om å tilby tjenester og opplevelser vil kunne styrke alle.

Landbrukseiendommer er gjerne grunneiere med tilgang til naturressurser. Men disse skal forvaltes på en god måte. Tilrettelegging for bruk av stier og skogsveier, jakthytter, koier og gapahuker vil være viktig. Denne erfaringen er også gjort i Sverige der man i none regioner har lagt ned et stort og krevende stykke arbeid for å lage sammenhengende stier som kan brukes av hest over et omfattende område ([se side 8 i den norsk-svenske Interreg-rapporten](#)).

Samspill mellom grunneiere og tilskuddsordninger for å kunne opprettholde denne dialogen i utmarkslagene over tid vil være svært viktig. Det koster mye å tilrettelegge for turisme i ulendt terreng. Grunder skal være i stand til å ta imot trafikk, enkle å åpne/lukke og i enkelte områder kan kanskje veiene tilpasses ferdsel med hest og/eller rullestolbrukere. Hesten bidrar i så måte stort til at flere brukergrupper kan ta i bruk naturen.

Ingen kan bli gode på alt selv. Men her er eierne av landbruksarealene også gjerne eiere og forvaltere av grunn og naturressurser. Økt verdiskaping må også skje gjennom å lage reiselivstilbud som kan tilbys gjennom hele året, ikke bare om sommeren.

En svensk rapport med tittelen "Horse vacation in Sweden" fra 2009 (vedlagt) ser på mulighetene for at svensk hesteturisme kan nå et internasjonalt marked. Her pekes det på 10 kvalitetskriterier som er viktig for om utenlandske turister velger en reise der hesten inngår som opplevelse: boforhold, måltider, vertskap, hestehold, sikkerhet, utstyr,

rideveier/områder, produkter, logostikk, markedsføring/lansering.

Rapporten konkluderer blant annet med at det er to viktige momenter som må på plass: bedriftsrådgiving og analyser som fører til økt kompetanse og kvalitet. Den trekker også fram solid markedsføring som et viktig element for å lykkes.

Dette er velkjente konklusjoner som også vil gjelde for norske forhold.

Avslutningsvis vil vi understreke at hestenæringen er svært interessert i å bli en synlig og viktig del av en strategi som retter seg mot det opplevelsesbaserte reiselivet i landbruket. Internasjonalt er hestetursime i økning, og i mange land er den en avgjørende del av turistindustrien. Her til lands er bedriftene som tilbyr hest innen turisme ofte små. Derfor vil en klyngetenking og regionalt/lokalt samarbeid kunne være med på å løfte den enkelte bedrift og samtidig styrke det totale tilbudet av det opplevelsesbaserte reiselivet i landbruket.

Starum, 25.09.16

Vegard Thune (sign)
direktør

Kari Hustad (sign)
kommunikasjonsrådgiver

Lenker det henvises til:

Forskningsrapport om norsk hestehold:

<http://www.nhest.no/Forskning/Forsningsrapport-viser-125-000-hester-i-Norge/>

Interreg-prosjekt Nord-Østerdalen-Dalarna:

<http://www.lansstyrelsen.se/dalarna/SiteCollectionDocuments/Sv/naringsliv-och-foreningar/naringslivsutveckling/scandinavian-heartland-hestbroschyr.pdf>

NIBIO-rapport:

http://www.bioforsk.no/ikbViewer/Content/108949/Rapport%20Hesteturisme%20i%20Nord%20Norge_med%20signert%20side.pdf

Vedlegg:

Rapporten "Horse vacation in Sweden"