

# HESTEN SOM U

**I**Norge er oppdrett av ridehest svært kostnadskrevenende. Produksjon av et føll kan kostnadsberegnes til ca 75 000 kroner (se forrige utgave av Ridehesten). Fortløpende driftsutgifter til dyrehold, utvikling og utdanning av hesten kommer også raskt opp i høye beløp. For at hesteoppdrettsnæringen her i landet skal lønne seg økonomisk, må kvaliteten på hestene være solid nok til at markedet er villig til å betale en pris som overstiger oppdrettets kostpris. Ambisjonen om å produsere kvalitetshester som kan bringe overskudd i oppdrettsvirksomheten, vil være en nødvendig overordnet målsetning for alle profesjonelle oppdrettere.

Noen oppdrettere vil reservere seg med å si: "Det ligger ingen økonomisk ambisjon til grunn for min interesse for hest og avl. Jeg avler fordi jeg synes det er spennende, interessant og givende."

Forsåvidt et fantastisk utgangspunkt og innfallsvinkel, og den ekte hesteinteressen er en avgjørende grunn til at vi i Norge i dag avler mye god hest. Alle vet at du ikke blir rik av hesteoppdrett, og det er da også sjelden noe sterkt motiv for å bedrive aktiviteten. Dersom motivasjon og innfallsvinkel er fortjeneste, finner du raskt ut at timebetalingen er bedre innenfor andre sektorer og bransjer. Det vil likevel være tvungende nødvendig å tilstrebe fornuftig

økonomiplanlegging i sin virksomhet. En sunn økonomi i oppdrettet er også av grunnleggende betydning for å generere volum og øke bedekningstallene i avlen. Dette vil igjen føre til raskere avlsfremgang og utvikling av hestemateriale med produksjon av enda bedre hester som resultat. Får oppdretterne avsetning for sin produksjon, blir det

*Jeg avler fordi jeg synes det er spennende, interessant og givende*

tilstrekkelig interesse og økonomi til at hoppene blir bedekket igjen. Blir det stopp i omsetningsskjeden, virker dette selvfølgelig svært negativt på produksjonsinteressen.

## Prising av hest

Hva skal hesten så koste? Er det nødvendigvis en sammenheng mellom produksjonskostnad/reell verdi og hestens eventuelle salgssum?

Svaret er nei. Når det gjelder prissetting av hest, kan produksjonskostnad i noen grad være retningsgivende, men vil på ingen som helst måte være eneste faktor som påvirker eller avgjør pris. Det vil si at investerte penger i hesten

ikke er ensbetydende med hestens verdi. For å forstå mekanismene som bestemmer prisen på en hest, er det først nødvendig å forstå og definere hvilken type vare hesten representerer.

Hest som handelsartikkel kan vanskelig sammenlignes med andre varettyper. Hesten som vare er ikke standardisert, og følger derfor ikke listepriiser slik som de fleste andre varer. Den enkelte hest som individ er forskjellig og unik, og den enkelte kjøper har en personlig egendefinert innfallsvinkel til hva hesten representerer av verdi.

I så måte er kanskje hest som vare mest sammenliknbart med verdivurdering av kunstgjenstander. Prisen er i stor utstrekning forankret i markedets forståelse av en situasjonsbestemt affeksjonsverdi – uavhengig av produksjonskostnad. Når man går til anskaffelse av hest, vil det ofte være en investering i positiv opplevelse og optimistisk forventning. Forskjellen mellom investering i hest sammenliknet med kunst, er at sistnevnte vare har en bedre tendens til å bevare og eventuelt også stige i verdi...

## Kunstverk

La oss følge sammenlikningen noe videre. En kunstner vil aldri kunne argumentere med at kunstverkets verdi skulle tilsvare produksjonskostnad i



Den viktigste forutsetningen for en vellykket oppdrettervirksomhet er genuin interesse og kunnskap om hesteoppdrett, der avlerne ofrer alle sparepenger og fritid på sin interesse

# UNIK VARE

form av materiell og tidsbruk. Slik vil det også i noen grad være for oppdretteren når vedkommende tilbyr sine "kunstverk" for salg. Som oppdretter må du også se på deg selv som en type kunstner, der den enkelte hest representerer et kunstverk i form av følelsemessig påvirkning og inntrykk. Fra et oppdretters synspunkt vil det være hensiktsmessig å argumentere for å begrunne prisen sett i forhold til produksjonskostnad, men det er ikke uten videre gitt at produksjonskostnaden kan dekkes dersom hestens kvaliteter er utilstrekkelig.

*Hest er en investering i opplevelse og forventning*

På samme måte kan du heller ikke nødvendigvis forvente å få tilbake investeringer i hesten som ikke har generert verdiøkning. For den uerfarne oppdretteren kan det være vanskelig å vite hva som er riktig pris. Det vil da være fornuftig å innhente informasjon fra aktører som har erfaring med salg av hest, og generelt orientere seg om prisnivå/salgssummer på tilsvarende hester i markedet.

## Oppgi pris

Når du selger hest, er det viktig at du kan oppgi pris ved forespørsel. For kjøper er det vanskelig å forholde seg til selgere som har problemer med å gi konkret pris, eller som oppfordrer kjøper til selv å komme med bud.

Det kan også være lite hensiktsmessig i en salgssituasjon å opplyse at hesten vurderes solgt. Dette vil umiddelbart oppleves som et noe halvhjertet motivert salg fremstøt. Fra en kjøpers synspunkt, vil det da være av større interesse å henvende seg til aktører som har en tydelig og avklart salgsmotivasjon.

I en del salgsannonser for hest oppgis "høy prisklasse" som prisantydning. Dette blir relativt intetsigende, lite konkret prisavklarende og kan virke mistenkelig med tanke på eventuell overprising. Dersom du som selger ønsker å signalisere at hesten har eksepsjonell

kvalitet, begrunnes dette best med faktisk dokumentert prestasjon.

En del selgere opererer også med prisintervaller. For eksempel prisantydning eller prisforslag fra 120 000 til 150 000. I praksis vil potensielle kjøpere utelukkende forholde seg til laveste angitte sum, med mindre det ikke er en situasjon med flere samtidige interessenter.

Ved salg er det også viktig å tenke rett hest og pris til rett kjøper. Å bestrebe seg på at kundene blir fornøyd er av aller største betydning. Dette medfører nemlig at kundene kommer tilbake, og de vil reklamere positivt til omverden. Dersom kombinasjonen hest/rytter blir vellykket, vil dette kunne generere mye positiv reklame og markedsføring for deg som oppdretter og din virksomhet. Det vil tilføre avkomsprestasjon på dine avlshopper som ved neste korsvei kan

øke etterspørselen. Over tid vil dette generere verdier og økonomi i virksomheten.

Vedrørende prissetting av hest vil det også være nødvendig å benytte seg av et differensiert prissystem. Det innebærer at gode individer prises opp i forhold til en normal pris, mens individer med svak eller mangelfull kvalitet må nedjusteres prismessig. Dette gir en nødvendig dynamikk i markedet, og kjøper må ta stilling til hvilket prissjikt vedkommende ønsker å bevege seg i. Fra selgers synspunkt vil du i mange tilfeller være bedre tjent med et raskt salg til en lavere pris enn å avvente og håpe på en høyere salgssum. I mellomtiden løper driftsutgiftene fortløpende, og resultatet kan fort være at "vinningen går opp i spinningen".

I Danmark koster denne hesten 50.000 d.kr. Ferdig importert til Norge har den kostet 90.000 norske kroner! (Illustrasjonsfoto: Ridehesten/Thomas Back Jensen).



# HESTEN SOM UNIK VARE

## OMSETNING AV HEST

**Nøkkelord: Kontakter. Markedsføring. Markeds- plassen. Varemerke**

Ifølge eiendomsmeglere er tre ting av avgjørende betydning: Beliggenhet, beliggenhet, beliggenhet. Ved omsetning av hest er gjeldende dette: Kontakter, kontakter, kontakter!

Gode kontakter og nettverk er viktige salgskanaler inn i markedet. Som oppdretter kan du ikke sitte på gjerdet og tro at hestene uten videre selger seg selv. Du må selv aktivt oppsøke markedet for å presentere salgsproduktene (hestene) for potensielle kjøpere.

Det er rytterne som er konsumenten i omsetningskjeden, og det vil da være ryttermiljøene, direkte eller indirekte, vi må bestrebe oss på å komme i kontakt med. Fokus må rettes mot rideklubber, ryttermiljøer, stevneaktivitet, trenere, hesteselgere og ressurspersoner. Aktiv markedsføring/ synliggjøring gjennom presse, annonser, hjemmeside og øvrig aktiv profilering er også viktige og nyttige hjelpemidler.

## Aktivitet

Du kan også selv medvirke til å skape aktivitet som tiltrekker seg markedet, og utvikle samarbeidet innad i oppdrettermiljøene. Det er viktig at oppdrettermiljøet evner å skape attraktive møte- og markedsplasser som tiltrekker seg publikum og presse. Oppdretterne må evne å skape tradisjoner knyttet til arrangementet, utstillinger og virksomhet, der omsetning av hest må være en av innfallsvinklene. Presentasjon og profilering av hesten som salgsartikkel må settes i fokus, og arrangementsramme og innhold må tilrettelegges slik at det oppleves innbydende og attraktivt for brede kjøpergrupper.

## Merkevare

Utvikling og fokus på merkevarebygging er også et viktig satsningsområde. En god merkevare skjerper profilen og forbedrer kommunikasjonen med markedet. Utvikling av merkevareprofil er av stor betydning for den enkelte oppdretter isolert sett, men også for norsk avl i en større sammenheng. Dette gjelder så vel i forhold til nasjonal som internasjonal kommunikasjon og forståelse.

Norge er et høykostnadsland, og norsk oppdrettsnæring har utvilsomt noen økonomiske utfordringer sammenliknet med våre konkurrenter. Bildet er likevel ikke helsvart, og det er mange faktorer vi konkurrerer godt på. Kvalitetshesten er dyr i anskaffelse uansett europeisk land, og det er mange eksempler på at riktig gode hester til og med er billigere i Norge enn andre land. Dette kan forklares med et relativt smalt innenlandsmarked for de virkelig dyre hestene, og generelt at prisene på hest i Norge er noe mindre differensiert enn i den del andre land.

Vedrørende eventuelle prisforskjeller mellom norskproduserte og importhester, kan dette regnestykket være nyttig å ha i bakhodet: En hest fra Danmark koster 50 000 danske kroner. Ved import til Norge vil den totale kostnaden inkludert valutakurs- variasjon, moms, toll, offentlig veterinær og transport beløpe seg til minimum 90 000 norske kroner. Tilsvarende vil en importert hest kjøpt for 100 000 danske kroner

komme på 160 000 norske kroner når alt er betalt. Denne merkostnaden forbundet med import av hest, medvirker i stor grad til å utlikne prisforskjeller mellom norskproduserte og importerte hester.

Mange kjøpere vil også oppleve en sterkere grad av nærhet/ trygghet ved å kjøpe hest lokalt, og stadig flere ryttere velger aktivt å ri på norskproduserte hester. Dette kommer som et direkte

resultat av at det produseres kvalitetshester i Norge, og i tillegg til at norske oppdrettere har lyktes i å tilføre merkevaren "norskfødt" et reelt innhold.

Når du kjøper hest i Norge, vil det ofte være enklere å innhente opplysninger om hesten og muligheten til å besiktige og prøve hesten flere ganger er også bedre. Det finnes absolutt positive konkurransefortrinn innenfor norsk oppdrettsnæring, og det er på disse områdene fokus og innsats må rettes. Den enkelte oppdretter må definere målsetning for egen virksomhet, og velge innsatsfaktorer deretter. ■

*Rett salgsfokuset mot ryttermiljøene*



Denne hesten kan koste 100.000 i Danmark. Inn i Norge er prisen kommet opp i 160.000 norske kroner med alle avgifter! (Illustrasjonsfoto: Ridehesten/Annette Boe Østergaard)