

**Vörur og þjónusta tengd íslenska  
hestinum**

**- aukinn útflutningur -**

**Júlí 1997**

ISBN: 9979-871-18-0

Hr. Finnur Ingólfsson  
iðnaðar- og viðskiptaráðherra  
Arnarhvoli  
150 Reykjavík

Reykjavík júlí 1997

Með bréfi dagsettu þann 28. nóvember 1996 skipaði iðnaðar- og viðskiptaráðherra nefnd til að kanna möguleika á auknum útflutningi framleiðslu sem tengist, eða má tengja íslenska hestinum.

Nánar tiltekið var nefndinni ætlað eftirfarandi viðfangsefni samkvæmt skipunarbréfi:

- Kanna hver eru helstu markaðssvæði slíks varnings (sem tengist eða má tengja íslenska hestinum).
- Benda á leiðir sem hentugar þykja til að nálgast rétta markhópa.
- Benda á vörur- og vöruflokka sem rétt þykir að beina til þeirra markhópa.
- Gera tillögur um með hvaða hætti er rétt að nálgast markmiðið - þ.e. að auka sölu íslensks varnings sem höfðar til eigenda íslenska hestsins erlendis.

Í skýrslu nefndarinnar eru settar fram tillögur um aðgerðir og framkvæmd þeirra, til að auka útflutning.

---

Einar Bollason, formaður

---

Árni Gunnarsson

---

Benedikt G. Benediktsson

---

Einar Öder Magnússon

---

Guðný Káradóttir, ritari

---

Hulda G. Geirsdóttir

---

Ingi Björn Albertsson

---

Sigurbjörn Bárðarson

---

Sæmundur Runólfsson



## Efnisyfirlit

<b>SAMANTEKT OG HELSTU NIÐURSTÖÐUR.....</b>	<b>7</b>
<b>1. INNGANGUR .....</b>	<b>8</b>
<b>2. ÍSLENSKI HESTURINN: GRUNDVÖLLUR FRAMLEIÐSLU OG ÞJÓNUSTU .....</b>	<b>9</b>
ÍSLENSKI HESTURINN .....	9
AÐILAR Í ATVINNUGREININNI .....	9
ÚTFLUTNINGSTÖLUR .....	10
ÞJÓNUSTU- OG VÖRUFAMBOÐ .....	12
MARKAÐSUPPLÝSINGAR OG MARKAÐSSTARF.....	13
STUÐNINGSUMHVERFI OG AÐSTÆÐUR FRAMLEIÐENDA .....	14
SELJENDUR OG DREIFILEIÐIR FRÁ ÍSLANDI .....	16
<b>3. ERLENDIR MARKAÐIR - ÚTFLUTNINGUR.....</b>	<b>17</b>
ÍSLENSKIR HESTAR ERLENDIS .....	17
<i>Þýskaland</i> .....	17
<i>Svíþjóð</i> .....	18
ERLENDIR HESTAMENN Á FERÐ UM ÍSLAND .....	18
MARKHÓPAR: STÆRÐ, HESTAMANNAFÉLÖG.....	19
ÁHRIFAPÆTTIR Á ÚTFLUTNING .....	19
HINDRANIR Í MARKAÐSSETNINGU?.....	19
DREIFING OG LEIÐIR TIL AÐ NÁLGAST MARKHÓPINN .....	20
<b>4. MARKMIÐ ÚTFLUTNINGS Á ÍSLENSKUM HESTAVÖRUM.....</b>	<b>20</b>
<b>5. AÐGERÐIR TIL AÐ EFLA ÚTFLUTNING OG TILLÖGUR UM FRAMKVÆMD ..</b>	<b>21</b>
HEIMILDASKRÁ .....	24
<i>Fylgiskjal 1: Framleiðendur</i> .....	25
<i>Fylgiskjal 2: Vöruframboð á Íslandi</i> .....	27
<i>Fylgiskjal 3: Spurningakönnun</i> .....	28



## Samantekt og helstu niðurstöður

Íslenski hesturinn er auðlind sem er grundvöllur starfsemi og útflutnings í landbúnaði, iðnaði og ferðaþjónustu. Líkja má hestinum við fiskinn að vissu leyti og hann skapar útflutningstekjur sem má áætla u.þ.b. 1-1,5 milljarða kr. á ári.

Iðnaðarframleiðsla tengd íslenska hestinum og þjónusta veitt erlendis, er viðfangsefni sem býður vissulega upp á aukna útflutningsmöguleika ef rétt er á haldið. Ekki er um sérgreinda atvinnugrein að ræða, né tollflokkun, og því erfitt að finna umfang útflutningsins í opinberum gögnum.

Styrkleikar	Veikleikar
Ísland er heimalandið	Margir og smáir framleiðendur
Þekking	Lítið fjármagn til markaðsstarfsemi
Mikið úrval sérvara	Hár framleiðslukostnaður
Reynsla í framleiðslu og notkun á vörum	Sundurleit atvinnugrein
Nýsköpun	Ójöfn gæði einstakra vörutegunda
Ímynd	Ónákvæmar upplýsingar um umsvif greinarinnar
Trú á gæðum framleiðslunnar	Óviðunandi aðgangur útlendinga að vörum
	Ónógar markaðsupplýsingar fyrirbyggjandi

Tækifæri	Ógnanir
Erlendis er lítið til Íslands um fyrirmyndir	Ódýrari framleiðsla erlendis
Fjölgun íslenskra hesta erlendis	Fjarlægð frá erlendum markaði
Afmarkaður markhópur	Uppbygging framleiðslu erlendis
Ónýttir framleiðslumöguleikar	
Tíska í fatnaði	
Samvinna	

Hægt væri að grípa til ýmissa aðgerða til að efla útflutning, bæði hjá opinberum aðilum, aðilum í greininni sjálfri og í tengdum greinum. Sjálfsagt er að setja sér markmið og vinna með samræmdum hætti að aukinni velgengni allra hagsmunaaðila.

Ráðuneyti iðnaðar, landbúnaðar og samgöngumála ættu í sameiningu að stuðla að framgangi og auknum útflutningi allra þátta er tengjast íslenska hestinum, hvort sem um er að ræða útflutning á vörum, þekkingu, þjónustu, hestinum sjálfum eða ferðaþjónustu í landinu. Þessir þættir styðja hver annan og því þörf á samvinnu. Skorað er á iðnaðarráðherra að hafa frumkvæði í þeim efnum.

Margir framleiðendur og þjónustuaðilar eru smáir, því er þörf á að efla sameiginlegt markaðsstarf, og afla þarf, með markvissum hætti, upplýsinga um erlenda markaðinn. Framleiðendur telja sig einnig þurfa aukið fjármagn til að efla útflutning, auk annarra aðgerða.

## 1. Inngangur

Í nóvember 1996 var skipuð á vegum iðnaðar- og viðskiptaráðuneyta, nefnd til að kanna möguleika á auknum útflutningi framleiðslu sem tengist, eða má tengja íslenska hestinum.

Viðfangsefni nefndarinnar var skilgreint á eftirfarandi hátt í skipunarbréfi:

- Kanna hver eru helstu markaðssvæði slíks varnings (sem tengist eða má tengja íslenska hestinum).
- Benda á leiðir sem hentugar þykja til að nálgast rétta markhópa.
- Benda á vörur- og vöruflokka sem rétt þykir að beina til þeirra markhópa.
- Gera tillögur um með hvaða hætti er rétt að nálgast markmiðið - þ.e. auka sölu íslensks varnings sem höfðar til eigenda íslenska hestsins erlendis.

Nefndin hélt átta fundi. Í henni sátu m.a. aðilar sem þekkja vel til erlendra markaða og eru oft í sambandi við þann markhóp sem nota vörur tengdar íslenska hestinum. Það kom sér vel og þekking þeirra og reynsla nýttist í störfum nefndarinnar.

Upplýsinga var aflað víða: frá samtökum eigenda íslenska hestsins erlendis (FEIF), frá Félagi hrossabænda, frá Félagi tamningamanna, frá Útflutningsráði Íslands, frá Hagstofu Íslands og með spurningakönnun meðal framleiðenda varnings tengdum íslenska hestinum. Gögn fengust frá iðnaðarráðuneyti, landbúnaðarráðuneyti og Alþingi (frumvörp), auk þess sem ábendingar og athugasemdir bárust frá framleiðendum og seljendum.

Útflutningsráð Íslands hefur gefið út skýrslu með niðurstöðum markaðsathugunar fyrir vörur tengdar íslenska hestinum í Svíþjóð og Þýskalandi, en það eru stærstu markaðirnir fyrir slíkar vörur, og eru niðurstöður hennar nýttar í þessari greinargerð.

Auk framleiðslunnar sem flokkast sem iðnaðarframleiðsla, ákvað nefndin að hafa með í umfjöllun sinni hugvit, þekkingu og þjónustu sem Íslendingar og íslensk fyrirtæki veita erlendis. Slík þjónusta er gjaldeyrisskapandi og er vöxtur í sölu hennar síst minni en á hvers konar varningi. Hins vegar verður ekki fjallað hér um þá ferðaþjónustu sem veitt er innanlands og tengist beint íslenska hestinum.

Markmið nefndarinnar var að benda á leiðir til að efla útflutning á vörum og þjónustu tengdri íslenska hestinum og eru settar fram tillögur þar um í skýrslunni.



## 2. Íslenski hesturinn: grundvöllur framleiðslu og þjónustu

### Íslenski hesturinn

Íslenski hesturinn hefur verið ræktaður á Íslandi frá landnámsöld og ekki blandast öðrum kynjum. Útflutningur á honum hófst um 1850 en um 1960 hófst útflutningur íslenska hestsins sem reiðhests. Útflutningurinn var sveiflukenndur, t.d. enginn á stríðsárunum. Uppgangstímabil í útflutningi hrossa hófst síðan 1986 og eru nú flutt út hátt í 3.000 hross árlega.

Ræktun erlendis er víða vel á vegi stödd og íslenski hesturinn hefur sess sem tómstundahestur fyrir börn og fullorðna, auk þess sem keppni er stunduð í hestaíþróttum á íslenskum hestum víða um heim. Verulegur fjöldi íslenskra hesta er því til erlendis, aðallega í Evrópu en einnig í Norður-Ameríku.

### Aðilar í atvinnugreininni

Gerðar hafa verið tilraunir til að áætla umsvif greinarinnar, þ.e. þess reksturs sem með einum eða öðrum hætti tengist íslenska hestinum og gjaldeyrissköpun honum tengdum. Nefnd hefur verið velta allt að 1-2 milljörðum króna á ári. Það er álit nefndarinnar að um geti verið að ræða 1-1,5 milljarð króna árlega í gjaldeyrstekjur. Þeir þættir sem um ræðir eru:

Útflutningur á íslenska hestinum (2.800 hross)
Flutningskostnaður
Dýralæknar, pappírar
Erlendir ferðamenn í hestaferðum, vegna innkaupa og á hestamannamótum (5.000)
Viðskipti innanlands sem tengjast ferðamönnum
Útflutningur á vörum tengdum íslenska hestinum
Þjónusta veitt erlendis af íslenskum aðilum, tamningar, reiðkennsla o.fl.

Þessir þættir eru samverkandi og styðja hver annan. Starfandi eru ýmis félög og samtök í hestamennsku sem geta með beinum eða óbeinum hætti stuðlað að auknum útflutningi hestavara og þjónustu. Samvinna við þessa aðila svo og aðila í ferðaþjónustu er því mikilvæg. Þessir hagsmunaaðilar eru:

- Félag hrossabænda,
- Hrossaræktarsamband Íslands,
- Landssamband hestamannafélaga,
- Hestaíþróttasambandið,
- Félag tamningamanna,
- Fagráð í hrossarækt,

- Félag hrossaútflytjenda,
- Bændaskólarnir á Hólum og á Hvanneyri,
- Ferðaþjónustufyrirtæki sem sérhæfa sig í hestaferðum.

Einhver sameining á sér stað um þessar mundir í félögum þeim og samtökum sem hér eru nefnd.

Á vissan má hátt líkja þessari grein við það sem skapast hefur í kringum sjávarútveg og fiskinn á Íslandsmiðum. Í sjávarútvegi er um að ræða framleiðslu á búnaði tækjum, tækni, hugbúnaði, ráðgjöf, útflutning á þekkingu o.fl. Á svipaðan hátt og fiskurinn er grundvöllur þeirrar greinar er íslenski hesturinn grundvöllur þess sem hér er til umfjöllunar.

Í afmörkun nefndarinnar, framleiðsla og þjónusta tengd íslenska hestinum, er ekki um einn viðurkenndan flokk atvinnugreinar að ræða, heldur marga undirflokka. Um það bil 80 aðilar hér á landi framleiða vörur sem á einn eða annan hátt tengjast íslenska hestinum.<sup>1</sup> Mikill meirihluti þeirra stundar nú þegar útflutning eða stefna að honum.<sup>2</sup>

Þeir sem selja þjónustu tengda íslenska hestinum erlendis, eru enn sem komið er frekar fáir, en það eru helst reiðkennarar og tanningamenn sem hafa af því fullt starf. Útlendingar koma einnig hingað til að njóta þeirrar þekkingar sem hér er til staðar, fara á námskeið, í hestaferðir o.fl.

Ferðaþjónusta sem tengist íslenska hestinum hér á landi er mikil og mikilvægur liður í útflutningi á hestavörum þar sem útlendingar sem hingað koma í hestaferðir kaupa oftar en ekki slíkar vörur sem þeir taka með sér heim.

## Útflutningstölur

Vörur tengdar íslenska hestinum (hestavörur) eru fyrst og fremst á tveim tollnúmerum, en það eru 4201.0001 og 4201.0009. Er hér um að ræða reiðtygi og skyldar vörur. Árið 1996 voru fluttar út vörur að verðmæti rúmlega 30 milljónir króna í þessum tollflokkum sem er töluverð aukning frá árinu 1995 en þá var flutt út fyrir um 20 milljónir. Af þessum 30 milljónum voru 21 milljón í tollflokknum 4201.0001<sup>3</sup>. Mest er flutt út til Þýskalands (23%), þar næst Svíþjóðar (16%), Finnlands (13%), Danmerkur (11%) og til Bandaríkjanna (10%) sem er vaxandi markaður. Til annarra landa er flutt út fyrir minna en tvær milljónir kr.

<sup>1</sup> Sjá fylgiskjal 1. Hér er e.t.v. ekki um tæmandi upptalningu að ræða.

<sup>2</sup> Sbr. könnun nefndarinnar.

<sup>3</sup> Reiðtygi og aktygi fyrir hvers konar dýr, úr hvers konar efni.

<b>Tollflokkur 4201.0001</b>				
<b>Land</b>	<b>Magn 1995 (tonn)</b>	<b>Verðmæti 1995 (þús. kr.)</b>	<b>Magn 1996 (tonn)</b>	<b>Verðmæti 1996 (þús. kr.)</b>
Þýskaland	0,7	3.522	0,9	4.924
Svíþjóð	0,4	2.152	0,7	3.409
Bandaríkin	0,4	1.773	0,6	2.056
Danmörk	0,2	1.325	0,5	2.216
Sviss	0,2	892	0,3	1.224
Finnland	0,1	604	0,6	2.633
Holland	0,1	573	0,3	1.318
Bretland	0,2	526	0,1	228
Noregur	-	-	0,1	387
Austurríki	-	-	0,1	497
Grænland	-	-	0,4	505
Ítalía	-	-	0,2	1.577
Önnur lönd <sup>4</sup>	0,3	1.134	-	3

Heimild: Hagstofa Íslands

Í tollflokknum 4201.0009<sup>5</sup> sem eru söðulklaði o.fl., var flutt út fyrir 10 milljónir kr. árið 1996, þar af um helmingur til Svíþjóðar.

<b>Tollflokkur 4201.0009</b>				
<b>Land</b>	<b>Magn 1995 (tonn)</b>	<b>Verðmæti 1995 (þús. kr.)</b>	<b>Magn 1996 (tonn)</b>	<b>Verðmæti 1996 (þús. kr.)</b>
Svíþjóð	0,6	3.431	0,8	5.110
Bandaríkin	0,2	1.007	0,2	1.156
Danmörk	0,2	875	0,2	1.532
Noregur	0,1	659	2,7	1.215
Þýskaland	-	-	0,08	530
Önnur lönd <sup>6</sup>	0,1	982	0,9	539

Heimild: Hagstofa Íslands

Svíþjóð, Þýskaland, Danmörk og Bandaríkin eru eftir þessu að dæma, stærstu markaðirnir fyrir reiðtygi og skyldar vörur, sem er í samræmi við könnun nefndarinnar og jafnframt fjölda íslenskra hrossa í þessum löndum.

Rúmlega helmingur þeirra fyrirtækja sem svöruðu í könnun, sem nefndin lét gera meðal framleiðenda, stundar útflutning. Flestir flytja út til Svíþjóðar, Þýskalands, Bandaríkjanna, Noregs, Sviss og Frakklands.

<sup>4</sup> Fimm lönd árið 1995 og eitt land 1996.

<sup>5</sup> Söðulklaði, hnakkstöskur, hundaklaði o.þ.h., úr hvers konar efni.

<sup>6</sup> Fjögur lönd 1995 og fimm lönd 1996.

Erfitt er hins vegar að meta nákvæmlega umfang alls útflutnings á framleiðsluvörum og þjónustu sem með einum eða öðrum hætti tengjast íslenska hestinum. Vörurnar eru þess eðlis að fæstar hafa tollnúmer sem aðgreinir þær frá öðrum skyldum vörum (t.d. bækur um íslenska hestinn, myndbönd og minjagripir). Eingöngu reiðtygi eru flokkuð sérstaklega í tollflokk. Ekki er heldur um að ræða fullkomna skráningu á því sem fer úr landi. Útlendingar sem hingað koma kaupa hestavörur og flytja með sér, reiðkennarar sem fara til útlanda taka með sér ýmsan varning sem seldur er erlendis og algengt er að reiðtygi séu látin fylgja hesti sem fluttur er úr landi. Eins og áður segir er skráður útflutningur á reiðtygjum og tengdum vörum um 30 milljónir króna á ári, en ef allar aðrar vörur eru teknar með, gæti talan numið u.þ.b. 100 milljónum króna árlega, sem m.a. er byggt á könnun nefndarinnar. Í könnuninni kom fram að útflutningur framleiðenda var frá 0,1% upp í 30% af veltu og meðaltal 10%<sup>7</sup>, en meðalvelta var 133,5 milljónir kr.

### Þjónustu- og vöruframboð

Flokka má framleiðsluvörurnar gróflega í fjóra aðalflokka, auk sérstaks flokks sem inniheldur m.a. tölvuforrit og fylpróf.<sup>8</sup> Flestir framleiða fáar vörutegundir. Flokkarnir eru:

- ◆ Reiðtygi o.fl.
- ◆ Fatnaður
- ◆ Fóðurvörur
- ◆ Gjafavörur
- ◆ Annað

Greinilegt er að trú framleiðenda á gæði eigin framleiðslu er mikil þar sem fram kom í könnun nefndarinnar að tæp 70% töldu íslenska framleiðslu sambærilega eða betri en erlendra samkeppnisvöru. Hins vegar hefur það álit heyrst víða að efla þurfi gæðaeftirlit og gæðamat þar sem framleiðslan hefur verið misjöfn að gæðum.

Stærsti vöruflokkurinn sem framleiddur er hérlendis eru reiðtygi s.s. hnakkar, beisli, mél og aðrar vörur úr leðri og stáli.

Íslenskur fatnaður framleiddur fyrir hestamenn er fyrst og fremst vetrargallar, reiðskálmur og lopapeysur.

Gott framboð er af myndböndum frá hestamannamótum og hestasýningum, bæði á íslensku og nokkrum erlendum tungumálum. Þetta á líka við um margar hestabækur og framboð fer vaxandi.

<sup>7</sup> Varast ber þó að taka þær tölur bókstaflega þar sem fá svör fengust við þeirri spurningu.

<sup>8</sup> Sjá fylgiskjal 2.

Fóðurvörur framleiddar á Íslandi eru : graskögglar, hestakögglar, steinefni/vítamín, lýsi fyrir hesta, fjallagrös, þangmjöl og þaramjöl.

Vörur sem falla utan þessara flokka eru fylprófið Pregna Mare, hákarlakrem við sumarexemi, tölvuforrit fyrir ræktendur íslenska hestsins og þjónusta í formi tamninga, kennslu og ráðgjafar. Auk þess er í athugun að fara að flytja út sæði.

Framleiðendurnir eru nokkur tiltölulega stór fyrirtæki sem sérhæfa sig í vörum fyrir hesta og hestafólk. Sum þeirra eru komin vel áleiðis í útflutningi og markaðssetningu erlendis. Einnig eru stór fyrirtæki sem aðallega framleiða aðrar vörur, en hafa einnig farið að þróa hestavörur, flest eru þau nýlega farin að athuga útflutningsmöguleika.

Mörg lítil fyrirtæki víða um land framleiða vörur tengdar hestum. Þar á meðal eru gjafavörur sem að stærstum hluta eru handunnar úr ull, hrosshári og hófum, en einnig úr keramik og tré. Íðulega eru það einstaklingar sem framleiða vörur þessar í frítíma sínum eða með annarri vinnu, oft búskap. Samt telja margir sig hafa góða möguleika til að auka framleiðsluna og einnig að fjölga störfum, ef þeir sjá fram á aukna eftirspurn. Vegna smáðar þessara fyrirtækja vegur erlend markaðssetning of þungt í heildar rekstrarkostnaði. Þau mega ekki við mistökum í markaðssetningu, þ.e.a.s. að leggja of mikið undir, þar sem fjármagnsgeta þeirra leyfir ekki slíkt. Einn kostur, sem að hluta til vegur upp á móti þessu, er að mörg af fyrirtækjanna geta hugsað sér samvinnu við önnur fyrirtæki.

Útflutningur á þekkingu og hugviti tengdu íslenska hestinum er í formi reiðkennslu og tamningu, þ.e. þjónustu sem veitt er á erlendri grundu. Þessi þáttur er mikilvægur og vaxtarmöguleikar talsverðir. Forsenda fyrir útflutningi á þjónustu sem þessari er að hér á landi sé lögð áhersla á að mennta reiðkennara þannig að þeir geti stundað starf sitt erlendis.

## **Markaðsupplýsingar og markaðsstarf**

Það er mjög mikilvægt til eflingar útflutnings að seljendur og framleiðendur hafi yfir að ráða upplýsingum og þekkingu á erlendum mörkuðum. Um er að ræða upplýsingar um dreifileiðir, samkeppni, verð, hvaða vörur eru eftirsóttar o.fl. Markaðskannanir hafa enn sem komið er eingöngu verið gerðar á Þýskalandsmarkaði og í Svíþjóð.

Mikilvægt er að halda áfram markvissum könnunum á erlendum mörkuðum og nýta nýjar leiðir til að nálgast markhópinn.

Könnunin leiddi í ljós að markaðsupplýsingar og fjármagn er það sem framleiðendur telja helst vanta til að auka útflutning. Einnig eru framleiðendur

hlynnir sameiginlegu átaki í sókn á erlenda markaði.<sup>9</sup> Mönnum er efst í huga sameiginleg útgáfa kynningarbæklings, markaðsathuganir erlendis og annars konar markaðsstarf t.d. á Internetinu. Auk þess er talin þörf á að bæta tungumálakunnáttu þeirra sem standa að útflutningi. Þá ætti að vera hægt að auka útflutninginn umtalsvert og með dyggum stuðningi ættu framleiðendur að ná settu marki.

## Stuðningsumhverfi og aðstæður framleiðenda

Til að ná árangri í samkeppni á erlendum mörkuðum er nauðsynlegt að starfsskilyrði heima fyrir séu hagstæð svo og rekstrarumhverfið. Einnig þurfa fyrirtækin að hafa þekkingu og fjármagn til að stunda markaðsstarf erlendis. Hér verður ekki farið ítarlega í að greina alla þætti í rekstrarumhverfinu heldur eingöngu þá sem snerta málið á einhvern hátt.

Flest allir hnackaframleiðendur á Íslandi eiga erfitt með að anna eftirspurn. Þá skortir m.a. fjármagn til vélvæðingar og vöruþróunar. Enn fremur má benda á að lítil nýliðun er í söðlasmíði hér á landi, þó eru líkur á að í ár sé að rætast úr því. Í vor útskrifuðust sjö söðlasmíðir frá Fjölbautaskóla Suðurnesja, en einungis fjórir á öllu landinu frá 1970.

Útflutningsráð Íslands átti frumkvæði að því að láta gera könnun á þýska og sænska markaðinum, í samvinnu við framleiðendur með styrk frá landbúnaðaráðuneytinu. Þar er þekking og reynsla til að gera slíkar kannanir á erlendum mörkuðum. Útflutningsráð býður fyrirtækjum einnig ýmis konar aðstoð og ráðgjöf í útflutningi. Tvennt ber að nefna sérstaklega: verkefni sem kallast “Útflutningsaukning og hagvöxtur” og þjónustu “Markaðsstjóra til leigu”. Hið fyrrnefnda er verkefni þar sem framkvæmdastjóri eða eigandi vinnur að áætlun fyrir erlendan markað undir leiðsögn og á námskeiðum hjá Útflutningsráði. Verkefnið er m.a. styrkt af Iðnlánasjóði og Íslandsbanka. Þau fyrirtæki sem fá “Markaðsstjóra til leigu” í fyrirtækið einn dag í viku í 6-24 mán., fá kostnað niðurgreiddan um 50%.

Miklar breytingar standa fyrir dyrum á stuðningsumhverfi framleiðenda. Alþingi hefur á nýliðnu þingi samþykkt þrjú frumvörp sem gagnast geta framleiðendum:

- um Fjárfestingarbanka atvinnulífsins hf.,
- um Nýsköpunarsjóð atvinnulífsins og
- um Lánasjóð landbúnaðarins.

Með Nýsköpunarsjóðnum er rutt úr vegi þeim múrum sem voru milli atvinnugreina og hann ætti að nýtast þeim sem framleiða hestavörur jafnt og öðrum. Framleiðendur eiga möguleika á að sækja um lán, fjármögnun og styrki á þessum vettvangi.

---

<sup>9</sup> Sjá fylgiskjal 3.

Hluti framleiðenda býr á landsbyggðinni og í sveitum og á möguleika á stuðningi frá landbúnaðinum. Samkvæmt nýjum lögum um Lánasjóð landbúnaðarins eru veitt lán til jarðakaupa, fjárfestinga í vélum og til verkefna er leiða til hagræðingar og framleiðniaukningar. Það er hins vegar sjóðsstjórnar að útfæra nánar hvað flokkast undir hagræðingu og framleiðniaukningu. Þarna geta verið möguleikar fyrir framleiðendur á að fá lán til að byggja upp framleiðslu og þjónustu tengda íslenska hestinum.

Framleiðendur geta sótt um ýmsa styrki til vöruþróunar, markaðssetningar og útflutnings á vegum iðnaðarráðuneytis, Iðnlánasjóðs og Iðnþróunarsjóðs undir yfirskriftinni “Átak til atvinnusköpunar”. Flokkarnir sem um er að ræða eru:

1. **Snjallræði '97.**

Hugmyndasamkeppni. Áhersla er lögð á að hvetja einstaklinga til að koma hugmyndum sínum á markað.

Styrkir allt að 600.000 kr., mótframlag hugmyndasmiðs 200.000 kr. Fjórar hugmyndir komast í seinni áfanga þar sem styrkir eru allt að 1.500.000 kr., mótframlag hugmyndasmiðs 1.500.000 kr.

2. **Frumkvæði –framkvæmd**

Tuttugu fyrirtæki fá aðstoð á 12 mán. tímabili til að afla sér sérfræðiþekkingar á sviði

a) stefnumótunar,

b) fjárhagslegrar endurskipulagningar og fjármálastjórnunar,

c) markaðsaðgerða,

d) framleiðsluskipulagningar,

e) gæðastjórnunar,

f) skilgreina forsendur hönnunar og skipulagningar vöruþróunar.

Helmingur ráðgjafarkostnaðar er greiddur og miðað við 5-15 daga fyrir hvert svið. Ferðakostnaður ráðgjafa vegna þátttöku landsbyggðafyrirtækja er greiddur.

3. **Vöruþróun '97**

Fyrirtæki eru aðstoðuð við að þróa vörur sem eru samkeppnishæfar á innanlandsmarkaði og vel fallnar til útflutnings innan tveggja ára.

Styrkur að hámarki 25% af kostnaði, að hámarki 1 milljón. Jafnframt fá fyrirtækin áhættulán að uppfylltum ákveðnum skilyrðum, sem nemur 50% af kostnaði.

4. **Frumkvöðlastuðningur**

Upplýsingar og ráðgjöf fyrir uppfinningamenn og frumkvöðla, frummat og ráðgjöf við viðskiptaáætlanir. Hámarksstyrkur 500.000 kr. og ekki meiri en 50% heildarkostnaðar.

Einnig er veitt ráðgjöf um stofnun fyrirtækja í gegnum síma og á námskeiðum.

5. **Eureka**

Samstarfsverkefni t.d. alþjóðleg þróunarverkefni. Aðstoð við leit að samstarfsaðilum, gerð samstarfssamninga o.fl.  
Vegna kaupstefna erlendis er möguleiki á styrk helmings ferðakostnaðar.

6. **Sókn á erlenda markaði**

Stuðningur við:

a) gerð markaðsáætlana og markaðsrannsóknir,

b) gerð kynningarefnis,

c) framkvæmd markaðsáætlana,

d) aðlögun innlendarar vöru að erlendum kröfum,

Styrkir almennt ekki hærrí en 30% af kostnaði og aldrei hærrí en 50%. Styrkir til markaðsrannsókna hámark 50%. Styrkir greiddir í tvennu lagi, 60% við upphaf og 40% við áfangelok.

7. **Stuðningur við atvinnugreinar**

Hér er annars vegar átt við stuðning til aukinnar framleiðslu, gæðaátaks o.fl., þar sem sértækra aðgerða til nýsköpunar er þörf, en hins vegar til ráðgjafar og aðstoðar við markaðsmál og útflutning.

## Seljendur og dreifileiðir frá Íslandi

Dreifing á hestavörum frá Íslandi er með ýmsu móti. Framleiðendur selja beint til dreifingaraðila erlendis, selt er í gegnum sérverslanir með hestavörur sem stunda útflutning, auk ýmissa annarra óbeinna leiða.

Sérverslanir með hestavörur eru flestar að byggja upp dreifikerfi erlendis, auk þess sem þær selja í póstverslun. Nýlega hóf hér starfsemi fyrirtæki sem ætlar m.a. að einbeita sér að sérlega góðri hönnun hestavara til útflutnings. Það ætlar að beina sjónum sínum sérstaklega að smærri framleiðendum.

Umfangsmikil sala erlendis fer fram í gegnum þjónustuaðila í greininni: reiðkennara, tanningsmenn o.fl. sem margir hverjir kynna ákveðin vörumerki eða verslanir.



### 3. Erlendir markaðir - Útflutningur

#### Íslenskir hestar erlendis

Íslenska hestinum hefur fjölgað mikið erlendis á undanförunum árum og teljast þar nú um 100.000 hross. Reiknað er með að helstu markaðssvæði fyrir íslenskar hestavörur erlendis séu þar sem mestur fjöldi íslenskra hesta er.

Langflestir hestar eru í Þýskalandi eða um 45.000 hross, en tölur allt upp í 60.000 hross hafa verið nefndar. Þar á eftir koma Danmörk, Svíþjóð og Austurríki.

FJÖLDI ÍSLENSKRA HESTA ERLENDIS <sup>10</sup>	
Þýskaland	45.000
Danmörk	15.000
Svíþjóð	7.000
Austurríki	6.000
Noregur	5.000
Sviss	5.000
Holland	4.500
Bandaríkin	700
Kanada	1.000
Finnland	700
Belgía	600
Bretland	400
Færeyjar	140
Ítalía	121
Lúxemborg	120
Írland	50

Óvíst er að saman fari stærð markaðar og gæði. Markaðsmöguleikar eru ekki endilega í réttu hlutfalli við fjölda hesta. Það sannast á þýska markaðinum þar sem þýskar vörur veita hinum íslensku mjög harða samkeppni.

Í Norður-Ameríku er ört vaxandi markaður fyrir íslenska hestinn, en markaður fyrir íslenskar hestavörur þar er óþlæggður akur. Þar eru nú skráð 700 hross en samkvæmt upplýsingum frá Íslandshestasamtökunum í Bandaríkjunum eru þar líklega allt að 1.200 hross. Það er mikilvægt að Íslendingar séu fljótir að koma sér á framfæri á þessum markaði, þar eð t.d. Þjóðverjar eru líklegir til að mæta þörfum Bandaríkjamanna fyrir ýmsar vörur tengdar íslenska hestinum.

#### Þýskaland

Um 95% allra ræktenda og eigenda íslenskra hesta í Þýskalandi eru í Félagi ræktenda og eigenda íslenska hestsins í Þýskalandi, eða um 15.000 manns. Ræktunarbú með íslenska hesta eru um 200.

<sup>10</sup> Staðfestar tölur frá félögum erlendis (Félag hrossabænda).

Rík hefð er fyrir framleiðslu reiðtygja í Þýskalandi og þar eru framleidd reiðtygi sérstaklega hönnuð fyrir íslenska hestinn.<sup>11</sup> Þjóðverjar eru þekktir fyrir að taka þýskar vörur fram yfir erlendar og á þetta líka við um reiðtygi. Þrátt fyrir stóran markað hafa íslenskir framleiðendur á hestavörum ekki náð verulegri markaðshlutdeild í Þýskalandi. Verðlag á íslenskum vörum er almennt álitid frekar hátt. Illa hefur gengið að fá þýska aðila til að þjónusta og gera við hnakka sem seldir hafa verið til Þýskalands, en það er óheimilt að flytja þá hingað heim til viðgerða vegna sjúkdómavarna.

### **Svíþjóð**

Í Svíþjóð hefur áhuginn á íslenska hestinum aukist hvað mest síðustu árin. Árið 1975 var stofnað SIF (*Svenska Islandshästföreningen*, Landssamband áhugamanna um íslenska hestinn í Svíþjóð). Frá 1989 til 1990 fjölgaði hestum um 1000 og frá 1990 til 1995 hefur fjöldinn aukist úr 3000 hestum í 6.400. Hér er talað um skráða hesta en reiknað er með að í Svíþjóð séu samtals 7.000 hestar. Núna eru fluttir út u.þ.b. 600 hestar á ári til Svíþjóðar en auk þess er sænsk ræktun að aukast mjög mikið.

Félagatala í hestamannafélögum fyrir íslenska hesta eru u.þ.b. 4000, í 44 félögum. Félagum hefur fjölgað úr 26 í 44 síðustu fimm árin. Um allt landið eru íslenskir hestar og áhugafólk um þá, flest í nágrenni Stokkhólms, Gautaborgar og í Suður-Svíþjóð. Reiðkennarar á íslenskum hestum eru níu.<sup>12</sup>

### **Erlendir hestamenn á ferð um Ísland**

Á hverju ári koma u.þ.b. 2-3.000 erlendir ferðamenn til Íslands vegna áhuga á íslenska hestinum. Á Landsmótsári, sem er fjórða hvert ár, koma mun fleiri eða um 5000 manns.<sup>13</sup> Flestir koma á sumrin. Þessum gestum má skipta í a.m.k. tvo hópa eða hestamenn og ævintýrafólk.

Ætla má að 1.000 manns komi árlega vegna hestakaupa og um 2.000 manns í langar skipulagðar hestaferðir. Auk þeirra kynnast um 20-25.000 erlendir ferðamenn íslenska hestinum í styttri ferðum (1-3 klst.). Það er vænlegur markhópur sem fer nær allur um flugstöð Leifs Eiríkssonar.

Þess eru mörg dæmi að hingað leiti fólk sem vill læra ýmislegt um íslenska hestinn. Það fer t.d. í vöxt að haldin séu hér á landi alþjóðleg dómaramámskeið um íslenska hestinn. Grundvöllur ætti að vera fyrir ráðstefnum og fleiri tegundum námskeiða til að stækka þennan hóp sem er líklegur til að kaupa íslenskar hestavörur.

<sup>11</sup> Sjá skýrslu Útflutningsráðs Íslands, Vörur tengdar íslenska hestinum, 1995, bls. 24.

<sup>12</sup> Svenska Islandshästföreningen

<sup>13</sup> Félag hrossabænda og Landssamband hestamannafélaga.

## **Markhópar: stæ rð, hestamannafélög**

Það sem gerir erlenda markaðinn spennandi er að hann er frekar aðgengilegur og vel afmarkaður. Eigendur íslenska hestsins erlendis eru flestir í hestamannafélögum og starfandi eru rúmlega 250 félög í 19 löndum. Mörg félöganna gefa út félagsblað og stunda kynningarstarf fyrir sína félagsmenn.

Þeir sem stunda hestamennsku á íslenska hestinum erlendis eru:

- ◆ atvinnufólk í hestamennsku,
- ◆ ræktendur,
- ◆ hinn almenni hestamaður,
- ◆ áhugafólk.

Þessir hópar eru um margt ólíkir þeim sem stundar hestamennsku hérlendis. Meira en helmingur eru konur og unglingar eru einnig fjölmennir. Hér á landi eru karlar í miklum meirihluta þeirra er stunda hestamennsku, sérstaklega í keppni og í atvinnuskyni.

## **Áhrifapættir á útflutning**

Aðilar sem starfa í greininni, knapar, keppnismenn, reiðkennarar og þeir sem stýra skipulögðum hestaferðum, geta haft mikil áhrif á hvaða vörur eru valdar og hvað er í tísku. Fjölmargir þessara aðila vinna fyrir ákveðin fyrirtæki og auglýsa vörur þeirra. Eru það bæði íslenskar og innfluttar vörur. Þannig getur skapast ákveðin tíska.

Mikilvægt er að góð samvinna og samstarf sé við þessa aðila og nauðsynlegt að reikna með þeim í kynningu og markaðssetningu. Þessir aðilar meta gæði mikils og því nauðsynlegt að leggja sérstaka áherslu á að kynna þau.

Auglýsingar og ýmis konar óbein kynning í fagtímaritum er einnig mikilvæg. Til dæmis greinaskrif þar sem fjallað er um ágæti einhverrar vöru.

## **Hindranir í markaðssetningu?**

Samkeppni á erlendum mörkuðum er mismikil en víðast er boðið upp á ódýrari hestavörur en hér eru framleiddar. Þess eru dæmi að íslensk fyrirtæki láti framleiða slíkar vörur fyrir sig erlendis.

Fjarlægðin frá markaðnum er tvímælalaust hindrun þar sem bæði þarf að flytja fullunna vöru út og oft að flytja hráefni inn. Sama gildir um þjónustu, flug til meginlands Evrópu og Norður-Ameríku er mjög kostnaðarsamt.

Reglur um sjúkdómavarnir leyfa ekki að ýmsar hestavörur séu fluttar hingað til viðgerða og þess vegna þarf hugsanlega að koma upp skipulagðri viðgerðaðþjónustu erlendis.

### **Dreifing og leiðir til að nálgast markhópin**

Markhópurinn er vel skilgreindur og tiltölulega auðvelt að nálgast hann. Stærstur hluti hópsins eru í félögum um íslenska hestinn. Bein markaðssetning ætti því að henta vel.

Þessi hópur fer á sýningar og hestamannamót og hefð er fyrir sölu á vörum á slíkum mótum. Einnig eru sérstakar vörusýningar, eins og Equitana sýningin í Þýskalandi og sýningar í Bandaríkjunum, kjörinn vettvangur til sölu og kynningar sem hingað til hefur verið frekar lítið nýttur til að kynna íslenskar hestavörur en fer vaxandi.

Dreifingaraðilar erlendis eru annars vegar hefðbundnir heildsalar en hins vegar er mikið selt í gegnum búgarða þar sem íslenski hesturinn er ræktaður og í reiðskólum.

Mikil útgáfustarfsemi tengist íslenska hestinum bæði innanlands og utan. Erlendu félögin gefa mörg út félagstímarit og fagtímarit. Eiðfaxi International hefur náð mikilli útbreiðslu. Í slíkum ritum er kjörin leið til kynningar sem íslensk fyrirtæki ættu að nýta sér.

## **4. Markmið útflutnings á íslenskum hestavörum**

Það er styrkur fyrir greinina í heild ef hægt er að setja markmið sem viðkomandi aðilar geta sætt sig við og stefna að því að uppfylla. Samkeppni er forsenda árangurs, en samstarf og samstaða er nauðsynleg á ýmsum sviðum til að skapa sterka ímynd út á við.

Markmiðið hlýtur því að vera:

- ◆ að á Íslandi verði “Mekka” íslenska hestsins og hingað leiti útlendingar upplýsinga, kaupi vörur og þjónustu sem tengist íslenska hestinum, fái ráðgjöf eða annað sem hefur hér sérstöðu;
- ◆ að þjónusta og vörur frá Íslandi sem tengjast íslenska hestinum verði ávallt þær eftirsóttustu í hugum þeirra sem þekkja íslenska hestinn;
- ◆ að íslenskar vörur og þjónusta séu ímynd gæða sem hægt sé að standa við og uppfylla.

## 5. Aðgerðir til að efla útflutning og tillögur um framkvæmd

- 5.1. Aðgerð:** Efla þarf markaðsstarf. Halda markaðsathugunum áfram í löndum þar sem margir íslenskir hestar eru. Kortleggja þarf óskir neytenda um vörur og þjónustu, dreifileiðir og kauphegðun. Danmörk, Austurríki, Noregur og Norður-Ameríka eru stórir eða vaxandi markaðir sem þarf að kanna nánar. Dæmin sanna að markaðsathuganir sem gerðar voru í Þýskalandi og Svíþjóð hafa nýst í markaðsstarfi einstakra fyrirtækja. Gefa þarf út sameiginlegan kynningarbækling. Ennfremur þarf að nýta Internet og beina markaðssetningu.
- Framkvæmd:** Útflutningsráði Íslands verði falið að halda áfram skipulegum markaðsathugunum í samvinnu við hagsmunaaðila. Jafnframt að vinna með framleiðendum og hagsmunaaðilum að öðru markaðs- og kynningarstarfi, t.d. að gefa út sameiginlegan kynningarbækling og nýta sameiginlega Internetið og beina markaðssetningu.
- 5.2. Aðgerð:** Kynna þarf, og framleiðendur þurfa að kynna sér, þá möguleika sem hér hefur verið fjallað um, sem bjóðast til stuðnings innra starfi og markaðsstarfi og geta leitt til eflingar útflutnings einstakra fyrirtækja. Margir framleiðendur telja sig hafa þörf fyrir að fjármagna framleiðslu til útflutnings en upp á slíkt hefur ekki verið boðið nema í bönkum.
- Framkvæmd:** Átak til atvinnusköpunar kynni sérstaklega það sem þessum hópi stendur til boða.
- 5.3. Aðgerð:** Efla þarf stuðning við atvinnugreinar ferðaþjónustu og útflutningsframleiðslu sem tengist íslenska hestinum. Fordæmi fyrir slíku eru vörur og þjónusta tengd sjávarútveginum, samstarfsvettvangur sjávarútvegs og iðnaðar.
- Framkvæmd:** Iðnaðarráðherra beiti sér fyrir að settur verði á fót samráðshópur ráðuneyta iðnaðar, samgöngu og landbúnaðar til að vinna að samræmdum heildaraðgerðum fyrir atvinnugreinarnar.
- 5.4. Aðgerð:** Tryggja þarf aðgang erlendra ferðamanna að íslenskum hestavörum. Samvinna við aðila í ferðaþjónustu er æskileg, t.d. þeirra sem selja skipulagðar hestaferðir. Þarna er um stóran, mjög mikilvægan markhóp að ræða.
- Framkvæmd:** Framleiðendur og seljendur eru hvattir til að kynna íslenskar vörur fyrir ferðaþjónustuaðilum og hafa sveigjanlegan opnunartíma til að þjóna erlendum ferðamönnum sem koma hingað til að kaupa innlenda framleiðslu. Fjölga þarf útsölustöðum sem tengjast ferðaþjónustu, t.d. leggja aukna áherslu á sölu í Leifsstöð.

- 5.5. **Aðgerð:** Mynda þarf sameiginlegan vettvang framleiðenda, þjónustu-aðila og seljenda. Þannig að hægt sé að vinna sameiginlega að ýmsum hagsmunamálum sem tengjast útflutningi á vörum og þjónustu við íslenska hestinn.

**Framkvæmd:** Iðnaðarráðherra hafi frumkvæði að stofnun samtaka ofangreindra aðila til að efla útflutning á vörum og þjónustu á þessu sviði.

- 5.6. **Aðgerð:** Kanna þarf ónýtta möguleika til framleiðslu og þjónustu. Verið er að flytja inn til landsins ýmsar vörur sem hægt væri að framleiða hér og flytja út. Efla þarf vöruþróun, gæðaeftirlit, vottun og markaðssetningu. Eftirfarandi hugmyndir mætti kanna nánar: **Ýmis konar hestasnyrtivörur:** Fax- og taglúða, úða gegn narti, hestasjampó, kæligel, hófáburð, hófolúu o.fl.

**Reiðfatnað:** Reiðbuxur og úlpur sérhannaðar fyrir hestamenn mætti framleiða hér á landi. Stórauka ætti framleiðslu á ullarvörum með hestamynstrum og framleiða regngalla sem væru sérhannaðir fyrir hestamenn. Auka ætti framleiðslu og útflutning á kuldagöllum (þeir hafa selst vel erlendis), auka framleiðslu á "fleece" fatnaði fyrir hestamenn o.fl. Aðalmálið er að skapa tísku í kringum hestamennsku, það gengur í hestamenn (sbr. t.d. innflutt merki eins og Mountain Horse, þar sem framleidd er sumar- og vetrarlína, allar vörurnar eru í ákveðnum litum o.s.frv.)

**Hóffjaðrir:** Íslendingar hafa um árabil framleitt skeifur, en hóffjaðrir eru innfluttar. Er ekki hugsanlegt að eitthvert íslenskt naglaframleiðslufyrirtæki gæti framleitt hóffjaðrir?

**Reiðhjálmar:** Engir reiðhjálmar eru framleiddir hér á landi.

**Hnakkar fyrir fatlaða:** Þeir eru ekki framleiddir hér á landi, en tilraunir til hönnunar hafa verið gerðar.

**Hnakkdýnur:** Til dæmis sérhannaðar geldýnur vantar fyrir íslenska hesta

**Mél:** Hingað til hafa flest hringamél verið innflutt. Að vísu eru framleidd íslensk hringamél í litlum mæli, en undanfarið hafa stangamél einkum verið framleidd hér.

**Ístöð:** Einhverjir íslenskir framleiðendur hafa framleitt og selt ístöð. Stórauka mætti sölu á ístöðum ef þau væru t.d. skreytt með einkennisstöfum hnakkeigandans eða íslensku hestamynstri.

**Hófhlífur:** Nær allar hófhlífur eru innfluttar. Þar er um að ræða vörur úr plasti, gúmmí og leðri.

**Reiðskór og stígvél:** Öll reiðstígvél eru innflutt og síðustu ár hafa svokallaðir reiðskór verið að ryðja sér til rúms. Hugsanlega gætu íslenskir framleiðendur framleitt bæði reiðskó og stígvél ætluð hestamönnum.

**Kambar og burstar:** Eitthvað af kömbum er framleitt hérlendis, en mest er innflutt.

**Saltsteinar o.fl. fóðurvörur.** Fleira mætti telja til, t.d. hringtaumsmúla, píska, hjálparbeisli o.fl.

**Sæði:** Kanna ætti kosti þess og galla fyrir ræktun og markaðsstarf að flytja út sæði.

**Framkvæmd:** Samtök framleiðenda og einstakir framleiðendur taki til umfjöllunar og kanni þær hugmyndir sem hér hafa verið settar fram.

- 5.7. **Aðgerð:** Alþjóðleg hesta - og hestavörusýning á Íslandi. Stefnt skal að því að halda alþjóðlega sýningu á íslenska hestinum og vörum tengdum honum – ISLANDICA '99. Nauðsynlegt er að nýta reynslu Þjóðverja í þessum málum samanber EQUITANA og HANSA-PFERD. Slík sýning myndi vonandi í framtíðinni draga til sín fjölmörg erlend fyrirtæki og eigendur og aðstandendur íslenska hestsins erlendis munu án efa flykkjast hingað. Heppilegur tími er í apríl eða október. Möguleiki er að tengja ráðstefnur, fundi o.fl. við slíkar sýningar.
- Framkvæmd:** Iðnaðarráðherra, í samvinnu við ráðuneyti samgöngumála og landbúnaðar, beiti sér fyrir því að nefnd um málið taki til starfa sem fyrst.

## Heimildaskrá

- Átak til atvinnusköpunar 1997. Samstarfssamningur iðnaðar og viðskiptaráðuneyta, Iðnlánasjóðs og Iðnþróunarsjóðs. Reykjavík, mars 1997.
- Fjölbrautaskóli Suðurlands. Upplýsingar um fjölda útskrifaða söðlasmiða. (símbref 4.06.97)
- Frumvarp til laga um Lánasjóð landbúnaðarins.* (Lagt fyrir á 121. löggjafarþingi 1996-1997). Alþingi, Reykjavík
- Frumvarp til laga um Nýsköpunarsjóð atvinnulífsins.* (Lagt fyrir á 121. löggjafarþingi 1996-1997). Alþingi, Reykjavík.
- Frumvarp til laga um stofnun Fjárfestingarbanka atvinnulífsins hf.* (Lagt fyrir á 121. löggjafarþingi 1996-1997). Alþingi, Reykjavík.
- Iðnskólinn í Reykjavík. Upplýsingar um fjölda útskrifaða söðlasmiða. (símbref 15.05.97)
- Landssamtök félaga um íslenska hestinn í einstökum löndum.
- Utanríkisverslun eftir tollskrárnúmerum 1995.* Hagstofa Íslands, Reykjavík.
- Utanríkisverslun 1996.* [ óútg. ] Hagstofa Íslands, Reykjavík.
- Vörur tengdar íslenska hestinum.* 1995. Petra Mazetti tók saman. Útflutningsráð Íslands, Reykjavík.



### Fylgiskjal 1: Framleiðendur

Fyrirtæki	Staður	Póstfang
<b>Reiðtygi</b>		
Arndís Jóhannsdóttir	Vesturgata 4	101 Reykjavík
Brynjólfur Guðmundsson	Túngata 1	800 Selfossi
Flugureiðtygi	Lyngbrekka	370 Búðardal
Helluskeifur		850 Hellu
Hnakkvirki	Draupnisgata 7r	603 Akureyri
Litli Söðlasmiðurinn	Fornistekkur 12	109 Reykjavík
Saumastofan Freyja	Ásvegur 11	760 Breiðdalsvík
Saumastofan HAB	Melbrún 2	621 Dalvík
Saumastofan Þel	Strandgata	600 Akureyri
Sigrún Ólafsdóttir, Söðlasmiður	Brekkugeti	701 Egilsstaðir
Svarfdælingur, Sóley Sigtryggsdóttir	Göngustaðakot	621 Dalvík
Sveinn Kristjánsson	Bergholt, Biskupstungum	801 Selfoss
Söðlasm.v. Baldvin og Þorvaldur	Austurvegur 21	800 Selfoss
Söðlasm.v. Þorvaldar og Jóhanns	Frakkastígur 13	101 Reykjavík
Söðlasmiðurinn, Valdimar Tryggvas.	Nethylur 2	110 Reykjavík
Táp Reiðtyggjagerð	Reyholt	311 Borgarnes
Vallarskeifan	Ormsvöllur 3	860 Hvalsvíllur
Verslunin Hesturinn	Sæmundargata 3	550 Sauðárkrókur
Vigdís Ágústsdóttir	Hof, Vatnsdal	451 Blönduós
<b>Hestafóður</b>		
Fiskafurðir	Skipholt 17	105 Reykjavík
Fóðuriðjan í Ólafsdal	Ólafsdalur	370 Búðardalur
Kraftlýsi	Mörk 3	765 Djúpavogur
Lýsi	Eiðsgrandi 46	101 Reykjavík
Þörungaverksmiðjan	Reykhólar	380 Króksfjarðarnes
<b>Fatnaður og ullarvörur</b>		
Folda	Gleráreyrar	600 Akureyri
Gallerí Kiðagil, Sunneva	Listagil	600 Akureyri
Handknitting Assoc. of Iceland	Skólavörðust. 19	101 Reykjavík
Ístex	Álafossvegur 400	270 Mosfellsbær
Jónína Garðarsdóttir	Arnbórsgerði	641 Húsavík
Koltra Borgný Gunnarsd	Aðalstræti 57	470 Þingeyri
Lax-Gallar	Sámstaðir III	371 Búðardal
M. A. Eiríksson	Auðbrekka 21	200 Kópavogi
Max	Skeifan 15	108 Reykjavík
Mót-smávara	Gleráreyrar	600 Akureyri
Sjóklæðagerðin	Skúlagata 51	105 Reykjavík
Ullarselið	Hvanneyri	311 Borgarnes
Ullarvinnsla frá Láru	Öldgata 14	710 Seyðisfjörður
Ullarvinnslan Þingborg	Hraungerðishr.	801 Selfoss
Vaka	Borgarflöt 1	550 Sauðarkrókur

<b>Bækur, tímarit, dagatöl og spil</b>		
Bókaútg. á Hofi, Gísli Pálsson	Hofi, Vatnsdal	541 Blönduós
Eiðfaxi	Ármúli	108 Reykjavík
Hjörtur Sandholt	Norðurbyggð 22 a	815 Þorlákshöfn
Jóhanna Sveinsdóttir	Laugavegur 70	101 Reykjavík
Nýjar Víddir	Bolholt 6	108 Reykjavík
Snerruútgáfan ehf	Pósthólf 12210	132 Reykjavík
Þorbjörg Höskuldsdóttir	Efstasund 98	104 Reykjavík
<b>Gjafavörur (skartgripir o.þ.h.)</b>		
Anna Þóra Karlsdóttir	Njálsgata 10	101 Reykjavík
Álfasteinn	löngarðar	720 Borgarfirði E.
Beinhornið Kristín Ketilsdóttir	Hallgilsstaðir	601 Akureyri
Björk Eyjólfsdóttir	Gauksrimi 22	800 Selfoss
Dröfn Guðmundsdóttir	Listakot, Laugav. 70	101 Reykjavík
Eik	Miðhús	700 Egilsstaðir
Elísabeth Haraldsdóttir	Hvanneyri	311 Borgarnes
Glaðnir	Aðalstræti 4b	101 Reykjavík
Guðrún Reynisdóttir	Garðarsbraut 61	640 Húsavík
Guðrún Steingrímsdóttir	Stekkarflatir	601 Akureyri
Helgi Björnsson	Huppahlíð	531 Hvammstangi
Jóhanna Haraldsdóttir, Græna Smiðjan	Breiðum	810 Hveragerði
Kvennasmiðjan	Varða 14	765 Djúpavogur
Lára Gunnarsdóttir	Aðalgata 13	314 Stykkishólmur
Lene Zakharíason	Dæli	621 Dalvík
Límtré	Flúðir	801 Selfoss
Margrét Ingvarsdóttir	Ytri Mælifellsá	560 Varmahlíð
Philippe Ricart	Vogabraut 5	300 Akranes
Sigríður Ívarsdóttir	Vatnsleysa	601 Akureyri
Sigrún Kristjánsdóttir	Bárugata 29	101 Reykjavík
Sigurbjörg Jónsdóttir	Litli-Dalur	541 Blönduós
Skinnaíðnaður hf	Gleráreyrar	600 Akureyri
Þórey Jónsdóttir	Keflavík	551 Sauðárkrókur
<b>Verslanir</b>		
Ástund	Háaleitisbraut 68	108 Reykjavík
Hestamaðurinn	Ármúli	108 Reykjavík
Reiðlist	Skeifan 7	108 Reykjavík
Reiðsport	Faxafen 10	108 Reykjavík
<b>Ýmislegt</b>		
Ísteka	Grensásvegur 8	108 Reykjavík
SD-Sjávar og jurtasmyrsl	Grandavegur 42	107 Reykjavík
Bændasamtök Íslands	Bændahöllin	107 Reykjavík

## Fylgiskjal 2: Vöruframboð á Íslandi

REIÐTYGI o.fl.	FATNAÐUR	FÓÐURVÖRUR	GJAFAVÖRUR	ANNað
Hnakkar	Lopapeysur	Graskögglar	Teppi	Fylpróf , Pregn Mare
Beisli	Ullarpeysur, hestamynstur	Hestakögglar	Veggspjöld	Tamningar erlendis
Reiðmúlar	Leðurskálmar	Steinefni	Dagatöl	Reiðkennsla - -
Taumar	Fóðraðar leðurskálmar	Hestalýsi	Spil með hestamyndum	Ráðgjöf - -
Ýmsar ólar	Vetrargallar f. hestamenn	Paramjöl	Nælur	Tölvuforrit
Hnakktöskur	Járningasvuntur	Þangmjöl	Styttur	Snyrtivörur og kren
Stoppgjardir	Fleecepeysur	Fjallagrös	Skartgripir úr silfri	
Utanáhnýtingar-gjardir	Regngallar f. hestamenn		- " - úr hrosshári	
Stallmúlar	Treflar		- " - úr hófum	
Tökumúlar			Bréfaðnfárfar	
Reiðar			Munir úr beini, hófum	
H.B. beisli			Tréhestar	
Mél			Flókahestar	
Stangamél			Hrosshárgjardir o.fl.	
Ístöð			Málaðir hestar	
Hófhlífur			Hnakkar o.fl. úr keramik	
Skeifur			Hesthausar úr gleri	
Ábreiður á hesta			Beisli úr ullarböndum	
			o.fl. handunnar vörur	
			Myndbönd	
			Tímarit: Eiðfaxi	
			Tímarit: Hesturinn okkar	
			<b>Bækur:</b>	
			Á hestbaki	
			Á fáksspori	
			Hestaheilsa	
			Hestar í Norðri I - IV	
			Hrímfaxi (hestanöfn)	
			Hestar og menn (árbók)	
			Ættbækur	
			Litaafbrigði	
			Hestur í lífi þjóðar	
			Með hestinn í öndvegi	
			Hestamenn af lífi og sál	

### Fylgiskjal 3: Spurningakönnun

## Spurningakönnun til framleiðenda á varningi tengdum íslenska hestinum

### - Niðurstöður -

Spurningakönnunin var send til 65 aðila sem framleiða og selja vörur tengdar íslenska hestinum. Svör bárust frá 19 aðilum (29% svörun).

Skipting þessara 19 eftir framleiðsluvörum var eftirfarandi:

Fjöldi	Framleiðsluvörur
5	Reiðtygi
6	Fatnaður
1	Fóðurvörur
6	Mínjagripir
0	Bækur
1	Tímarit
1	Myndbönd
5	Annað: loðsútaðar trippa- og hrosshúðir, þang- og þaramjöl, hestaábreiður, ullargarn, handprjónapeysur, kort, dagatöl

Langflestir eða 12 aðilar framleiða eina vörutegund/vöruflokk, en fimm framleiða tvo vöruflokka, einn framleiðir þrjá og einn reyndist ekki vera að framleiða, bara að selja.

Þær vörur sem þessir aðilar hafa til sölu eru eftirfarandi:

Fjöldi	Söluvörur
5	Reiðtygi
7	Fatnaður
3	Fóðurvörur
5	Mínjagripir
1	Bækur
1	Tímarit
2	Myndbönd
7	Annað: loðsútaðar trippa- og hrosshúðir, tölvuforrit, þang- og þaramjöl, dagatöl, hestavörur, ullargarn, handprjónapeysur, kort

Svipuð dreifing er varðandi vörflokka í sölnunni, en ellefu selja eina vöru- tegund/ vörflokk, fjórir tvo, einn selur fjóra og einn átta eða alla vörflokka. Hins vegar eru tveir sem ekki merkja við að þeir selji vörur (og má líklega flokka það sem mistök í útfyllingu spurningalistans).

Svör um veltu fengust frá 16 aðilum og meðalsvelta er 133,5 milljónir króna. Mjög mikil breidd er þó í veltu þessara aðila, frá 100 þúsund kr. á ári upp í 1.000 milljónir króna en staðalfrávikid er 258 milljónir króna.

Velta	Fjöldi
0-5 milljónir	5
5,1-20 milljónir	4
20,1-100 milljónir	2
100,1 og meira	5

Rúmlega helmingur flutti út vörur á erlendan markað árið 1996 eða 10 aðilar. Svæðin sem flutt er út til eru Evrópa og Bandaríkin og einstök lönd eru Svíþjóð, Þýskaland, Frakkland, Sviss, Noregur, ofl. Eitt fyrirtæki flytur út til 21 lands.

Lönd	Fjöldi
Svíþjóð	4
Þýskaland	4
Bandaríkin	3
Noregur	2
Sviss	2
Frakkland	2
Danmörk	1
Ítalía	1
Belgía	1
Spánn	1
Nýja Sjáland	1
Evrópa	2

Upplýsingar um hlutfall útflutnings af veltu fengust frá 9 aðilum og er útflutningurinn að meðaltali 10% af veltu, en hlutfall útflutnings er frá 0,1% upp í 30% af veltunni.

Af þeim níu aðilum sem fluttu ekki út framleiðslu sína 1996, stefna sex þeirra (67%) að útflutningi í framtíðinni.

Rúmlega helmingur eða tíu af nítján eiga kynningarefni um framleiðslu sína á erlendu tungumáli. Flestir eru með kynningarefni á ensku (9) en einnig er um að ræða efni á þýsku (2).

Tæp 70% telja gæði íslenskrar framleiðslu sambærileg eða meiri en erlendar samkeppnisvöru. Enginn taldi vörurnar síðri en sex aðilar tóku ekki afstöðu.

Spurt var um afstöðu viðkomandi til þess að framleiðendur stæðu sameiginlega að ýmsum þáttum markaðssetningar. Afstaða til þess er almennt jákvæð, þ.e. stór hluti svarenda er hlynntur því að sameinast í markaðsstarfi eins og eftirfarandi tafla sýnir.

	<b>hlynnt(ur)</b>	<b>andvíg(ur)</b>	<b>tóku ekki afstöðu</b>
markaðsathuganir erlendis	15 (79%)	1 (5%)	3 (16%)
þátttaka í sýningum erlendis	13 (68%)	2 (10%)	4 (21%)
markaðssetning á Interneti	12 (63%)	1 (5%)	6 (32%)
útgáfa kynningarbæklinga	16 (84%)	2 (10%)	1 (5%)
gæðaeftirlit í framleiðslu	13 (68%)	3 (16%)	2 (10%)

Svarendur voru spurðir á lits um hvað þyrfti að bæta/auka til að efla útflutning á vörum tengdum íslenska hestinum.

	<b>Fjöldi</b>	<b>Hlutfall</b>
upplýsingar um erlenda markaði	14	24%
tungumálakunnáttu	8	14%
fjármagn	14	24%
sameiginlegt átak framleiðenda	12	21%
afurðalán	5	9%
annað:	5	9%

Mest þörf var talin fyrir upplýsingar um erlenda markaði og fjármagn. Þar á eftir sameiginlegt átak framleiðenda og loks að bæta tungumálakunnáttu. Annað sem nefnt var er “kynningarefni - ímyndaruppbygging”, “Styrkja framtak þeirra aðila sem leggja í útgáfu á bæklingum fyrir íslandshesta eigendur”, “Auglýsingar í erlendum blöðum” og “Einhvers konar fjármagn”.

Allir nema tveir tjáðu sig um hvernig stuðningur myndi gagnast viðkomandi best til að efla útflutning. Flestir nefndu einhvers konar fjárhagsstuðning og stuðning við markaðssetningu (sjá nánar á meðfylgjandi lista).

Ýmsar athugasemdir bárust nefndinni (sem svar við spurningu nr. 10). Það var allt frá lýsingu á vinnubrögðum í framleiðslu yfir í ábendingar um að nefndin hefði átt að leita meira til verslunareigenda (sjá meðfylgjandi lista).