

Horses of Iceland



Markmið – verkefni – árangur 2017

MARKMIÐ

Tilgangur Horses of Iceland verkefnisins er að auka vitund um og styrkja ímynd íslenska hestsins á alþjóðavettvangi. Markmiðið er að leggja grunn að aukinni verðmætasköpun og auknum gjaldeyrstekjum 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. ferðþjónustu í markaðsverkefninu Inspired by Iceland og Iceland Naturally við kynningu á íslenskri menningu.

MARKHÓPAR OG MARKAÐSSVÆÐI

Á árinu 2017 var áhersla lögð á að ná til markhópanna; 1) erlendra aðila sem nú þegar tengjast íslenska hestinum um heim allan, með einum eða öðrum hætti, 2) ferðamenn á Íslandi og þá sem eiga leið um Leifstöð. Kynningarefni var m.a. birt í afþreyingarkerfi flugvéla Icelandair sem og í flugblöðum Icelandair og Flugfélags Íslands.

Auk þessara markhópa verður á næsta ári lögð áhersla á að ná 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.

Stefnan er að þegar við fáum samstarfsaðila erlendis frá, t.d. Íslandshestasamtök, að setja þá aukinn kraft í kynningarstarf í viðkomandi landi og styðja þannig við samstarfið.

Árið 2017 var lögð mikil áhersla á kynningarstarf í Þýskalandi þar sem íslenski hesturinn hefur mesta útbreiðslu, í Hollandi þar sem Heimsmeistaramótið var haldið, í Svíþjóð en sænska Íslandshestafélagið er aðili að verkefninu.

Einnig var lagt fjármagn í kynningarstarf í Bandaríkjunum, en bandaríska Íslandshestafélagið er aðili að verkefninu, þó í minna mæli en í hinum löndunum.

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.

MARKAÐSAÐGERÐIR, KYNNINGAREFNI OG VIÐBURÐIR ÁRIÐ 2017

Sýningar og viðburðir:

- Alþjóðlegur dagur íslenska hestsins á heimsvísu 1.maí (haldinn árlega)
- Skrúðreið um miðbæ Reykjavíkur 30.apríl (samstarf við LH)
- Kynningarsamstarf á EuroHorse í Svíþjóð í febrúar (sýnikennsla)
- Bás á Equitana í Essen í Þýskalandi í mars
- Heimsmeistaramót íslenska hestsins í Hollandi í ágúst
- Ferð með erlenda blaðamenn í Laufskálaréttir og heimsóknir (Hólaskóli o.fl.)
- Kynning á menningarviðburðinum Munsterland Festival í Þýskalandi í október
- Bás á Equine Affaire sýningunni í Springfield USA í nóvember (samstarf við Íslandshestasamtökin í Bandaríkjunum)
- Bás á Sweden International Horse Show í Stokkhólmi í Svíþjóð (samstarf við sænsku Íslandshestasamtökin)
- Pferd & Jagd sýningin í Hannover í Þýskalandi skoðuð

Vefsíða Horses of Iceland:

Vefsíðan HorsesofIceland.is er ætlað að halda utan um efni sem tengist íslenska hestinum og unnið er í nafni verkefnisins (the official site of the Icelandic horse).

Vefurinn er nú kominn á fjögur tungumál: íslensku, ensku, þýsku og sænsku. Sem stendur er unnið að uppfærslu á vefnum og verður hann tilbúinn innan skamms, í janúar mánuði.

Ætlunin er að hafa það efni sem er mest lifandi, s.s. sögurnar okkar, viðburði og myndabankann efst á síðunni. Þannig er hugsunin að síðan verði meira lifandi. Einnig er stefnt að því að bæta við nýjum þáttum á heimasíðunni, t.d. liðnum „gestapenni“, þar sem valinkunnur einstaklingur er fengin til að skrifa um alemenn málefni innan Íslandshestamennskunnar.

Bæklingar og kynningarefni:

Ítarlegur bæklingur hefur verið gerður um íslenska hestinn. Hann hefur verið prentaður á fjórum tungumálum; ensku, þýsku, sænsku og kínversku. Eitt af verkefnum ársins 2018 verður að þýða bæklinginn á íslensku.

Skráning á póstlista:

Í gegnum vefinn hefur verið hægt að skrá sig á póstlista og eru nú tæplega 4.000 manns alls staðar að í heiminum að fá sendar fréttir reglulega frá okkur.

Samfélagsmiðlar:

Íslenski hesturinn nýtur mikillar velgengni á samfélagsmiðlum. Fylgjendur okkar eru nú um 67.000 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, þeir póstar sem við birtum fær mjög hátt „engagement rate“ sem segir til um hversu margir líka við, skrifa athugasemdir og deila efninu okkar. Það gerir samfélagsmiðla okkar að mjög góðum vettvangi til þess að ná til þessa stóra hóps.

Video:

Framleidd hafa verið fimm „stærri“ myndbönd á vegum verkefnisins, auk fjölmargra minni og styttri myndbanda. Þau eru aðgengileg á vef verkefnisins, á YouTube og Facebook.

Gangtegundamyndbandið sem birt var í október hefur hlotið frábærar viðtökur og höfðu 934.000 manns séð það í lok árs 2017.

Nýjasta myndbandið sem kynnt var í nóvember sl. og segja má að sé kynningarmyndbandið okkar hjá HOI hefur einnig fengið góðar viðtökur og höfðu 893.000 manns séð það í lok árs 2017.

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:

1. Landssamband hestamannafélaga
2. Icelandair Cargo
3. Hey Iceland
4. Eldhestar
5. SIF – sænska félagið
6. Íshestar
7. Hof á Höfðaströnd
8. Íslenski hesturinn
9. Sólvangur
10. Riding Iceland
11. Margrétarhof
12. Skjaldarvík
13. MAST
14. Lífland
15. Hrímnir

Búið er að heimsækja Blesastaði og Vesturkot og mun umfjöllun birtast núna í janúar og febrúar 2018. Fjallað verður um 1-2 samstarfsaðila í mánuði að jafnaði.

Á sýningum; þeir samstarfsaðilar sem styrkja verkefnið fyrir kr. 300.000 eða meira hafa aðgang að bás á þeim viðburðum og sýningum sem HOI tekur þátt í. Þar geta samstarfsaðilar nýtt sér aðstöðuna til að kynna sitt fyrirtæki, halda kynningar, dreifa kynningarefni, sýna kynningarmyndbönd, lógó fyrirtækisins sýnilegt á einum af veggjum básarins.

Auk þess má nefna að verkefnið hefur verið kynnt á fjölmörgum stöðum, t.d. á FEIF þingi, formannafundi LH, aðalfundi Félags hrossabænda, landsfundi norsku samtakanna o.fl.

HVAÐ STENDUR UPP ÚR FRÁ ÁRINU 2017 / MÆLANLEGUR ÁRANGUR 2017

Equitana

[Horses of Iceland tók þátt í Equitana sýningunni](#) í Essen í Þýskalandi sem stóð yfir dagana 18.-26. Mars með myndarlegan 63 fm bás. Auk þess að kynna HOI gafst samstarfsaðilum (sem greiða kr. 300.000 eða meira) kost á að vera með efni á básnum. Um er að ræða stærstu hestasýningu í Evrópu og voru gestir um 30.000 á dag þegar mest var. Þetta er í fyrsta sinn sem markaðsverkefnið HOI tekur þátt í alþjóðlegri sýningu sem þessari, en Íslandshestasamtökin í Þýskalandi og íslensk fyrirtæki hafa verið með um árabíl. Þorgerður Katrín Gunnarsdóttir sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra heimsótti sýninguna og naut leiðsagnar okkar á sýningunni, tók þátt í fundi með þýsku samtökunum og ræddi m.a. um ávinning þess að allir sameinuðust í kynningarstarfi íslenska hestsins um heim allan. Ráðherrann opnaði formlega fyrir sölu á miðum á Landsmót 2018 sem haldið verður í Reykjavík í byrjun júlí.

Reglulega voru sýningar á íslenska hestinum í gerði inni á sýningarsvæðinu. Helmut Bramesfeld, heimsmeistari í 100 m skeiði sýndi m.a. æfingar þar sem hann stýrði þremur hestum án reiðtygja og gerðu þeir alls kyns æfingar, en hann beitir svokallaðri Natural Horsemanship aðferð.

Heimsmeistaramót íslenska hestsins í Hollandi.

Íslandsstofa hafði umsjón með [Íslandstjaldi á mótinu](#) þar sem HOI var kynnt (auk samstarfsaðila), Landsmót hestamanna og nokkur fyrirtæki voru með sér bás til að kynna vörur sínar og þjónustu. Á mótið komu um 40.000 gestir alls staðar af úr heiminum. Haldið var boð fyrir gesti, samstarfsaðila og íslenska landsliðið og mætti Sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra sem heiðursgestur. Einnig var haldið hádegisverðarboð til heiðurs Forseta Íslands. Þar voru samstarfsaðilar sýnilegir, myndbönd og annað kynningarefni sýnt og dreift til gesta.

Munsterland Festival í Þýskalandi.

Lista- og tónlistarhátíð haldin í Munster í Þýskalandi. Unnið í samvinnu við íslenska sendiráðið í Berlín. Hátíðin er haldin árlega og í hvert sinn eru ákveðin lönd tekin fyrir. Í ár var Ísland og Grikkland í sviðsljósinu. Fyrsti dagur hátíðarinnar, og opnunardagurinn, var til heiðurs íslenska hestinum. Farin var hópreið um Munster, haldnir fyrirlestrar, kynningarefni sýnt, horft á íslenskar myndir tileinkaðar íslenska hestinum. Um 100 manns tóku þátt í hópreiðinni og um 200 manns hlýddu á fyrirlestrana.

Equine Affaire í USA.

HOI tók þátt í Equine Affaire í USA, sýning sem stendur yfir í 4 daga í Springfield í MA. Þar eru samankomin um 50 mismunandi hestakyn. HOI var í samstarfi við bandaríska íslandshestafélagið með kynninguna. Áætlaður gestafjöldi á sýningunni var rúmlega 100.000 manns.. Haldnir voru fyrirlestrar og kynningar á íslenska hestinum sem og sýningaratriði með íslenska hestinum. Mikill áhugi gesta – kynningarefni HOI kláraðist á þriðja degi sýningarinnar.

Sweden International Horse Show.

Haldin í Friends Arena í Solna í Svíþjóð. Áætlaður gestafjöldi 90.000 manns. Haldnar voru sýnikennslur sem og tekið þátt í kvölddagskrá bæði föstudags- og laugardagskvöld. Fjöldi áhorfenda á kvölddagskrá milli 10-15.000 manns. Sýningar og sýnikennslur í háum gæðaflokki, fram komu heimsmeistarar og atvinnumenn í greininni um allan heim.

Rannsóknir:

Framkvæmd var spurningakönnun á meðal félagsmanna FEIF – Alþjóðasamtaka íslenska hestsins.

Spurningakönnunin var send út til allra félagsmanna FEIF, í 21 þjóðlandi, á fjórum tungumálum. Um 1100 manns svöruðu könnuninni. Niðurstöður voru kynntar á fundi með samstarfsaðilum HOI í september sl. Skýrsla með niðurstöðum var send á samstarfsaðila og sett inn á lokaðan hóp þeirra á Facebook. Áhugaverðar niðurstöður verða einnig kynntar almenningi nú á vetrarmánuðum.

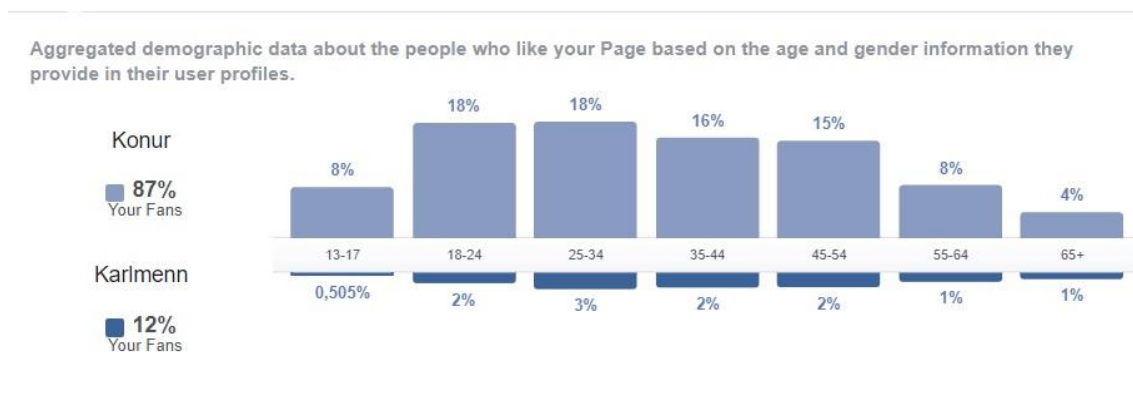
Samfélagsmiðlar:

Efni frá HOI hefur birst í fréttaveitu nokkurra milljóna manna á samfélagsmiðlum. Líklega er um að ræða stærstu og viðamestu kynningu sem íslenski hesturinn hefur náð nú á tímum stafrænna miðla. Fylgjendur á samfélagsmiðlum eru rúmlega 67.000 manns. Meirihluti fylgjenda eru konur (87%). Það sem einkennir þennan hóp fylgjenda er hversu virkur hann er (e. Engagement rate er 17,6% á Instagram og um 8% á Facebook). Þetta sýnir að fylgjendur er mjög virkir að skoða, líka við, deila og skrifa athugasemdir við það efni sem við birtum. T.d. má nefna að myndböndunum tveimur, „gangtegundamyndbandi“ og „Hero-myndbandi“ hefur verið deilt hvoru fyrir sig um 11.000 sinnum.

Próun í fjölda fylgjenda:



Skipting fylgjenda eftir aldri má sjá hér:



Skipting fylgjenda eftir löndum má sjá hér:

Þýskaland	10.330	Tékkland	90
Svíþjóð	3.924	Portúgal	89
Bandaríkin	3.765	Grikkland	84
Ísland	2.415	Nýja-Sjáland	79
Danmörk	2.168	Ungverjaland	78
Noregur	1.686	Pakistan	65
Bretland	1.516	Taíland	61
Holland	1.414	Slóvenía	58
Austurríki	998	Suður-Afríka	58
Kanada	691	Litháen	55
Finnland	669	Argentína	50
Sviss	561	Tyrkland	50
Frakkland	546	Færeyjar	41
Ítalía	527	Tævan	41
Ástralía	410	Japan	40
Pólland	385	Slóvakía	40
Belgía	310	Rússland	38
Spánn	187	Filippseyjar	38
Írland	147	Lúxemborg	38
Brasilía	144	Búlgaríka	36
Mexíkó	129	Alsír	32
Indland	108	Egyptaland	31
Rúmenía	104		

Almannatengsl – blöð/tímarit/miðlar/sjónvarp

Í lok september var tveimur þýskum blaðamönnum boðið til landsins að taka þátt í Laufskálaréttum. Þau voru frá tveimur stórum dagblöðum í Þýskalandi:

- Nurnberger Zeitung, upplag 281.240 eintök, áætlað virði einnar blaðsíðu 2.764.332 ISK
- Stuttgarter Zeitung, upplag 411.950 eintök, áætlað virði einnar blaðsíðu 9.702.748 ISK

Auk þess var með í för íslenskur blaðamaður sem skrifar fyrir Air Iceland Connect en það er tímarit sem er dreift í allar flugvélar Flugfélags Íslands innanlands.

Myndbönd voru sett í afþreyingarkerfi Icelandair flugvélanna, bæði stutt myndband á tímabilinu júlí til september í upphafi (sem allir sjá) og einnig lengra myndband undir „promos“ á tímabilinu október til desember.

Auglýsing HOI var birt í Icelandair tímaritinu sem er dreift í allar flugvélar Icelandair. Auglýst var á tímabilinu júlí-desember. Upplagið var um 50 þús. eintök.

Farþegafjöldinn (seld sæti) á tímabilinu júlí-desember var um 2.3 milljónir. Samkvæmt “inflight” könnun er lestur blaðsins um 60%.

MÆLIKVARÐAR

Hér má sjá þá mælikvarða, bæði ytri og innri, sem nýttir eru til að meta árangur af markaðsstarfi HOI og fylgjast með þróun í starfsemi sem tengist verkefninu.

Ytri:

- Magn, verðmæti og markaðshlutdeild
- Velta og gjaldeyristekjur af útflutningi
 - Fjöldi hesta og verðmæti eftir löndum
 - Vöruútflutningi (ath. tollflokka)
 - Ferðaþjónusta á Íslandi: hve margir ferðamenn (eða hlutfall) kaupa hestaferðaþjónustu (hestaferðir, lengri og skemmri ferðir) og tíðni
 - Önnur þjónusta?
- Fjöldi íslenskra hesta í heiminum
- Fjöldi hestafélaga í heiminum og meðlima
- Vitund og viðhorf neytenda og annarra aðila í virðiskeðjunni

Innri:

- Fjármögnun verkefnisins og áhugi á þátttöku, innanlands og erlendis
- Virkni á samfélagsmiðlum
- Heimsóknir á vefsíður og virkni
- Árangur af einstökum viðburðum og almannatengslum
- Virði umfjöllunar í fjölmiðlum
- Þátttaka og ánægja meðal samstarfsaðila, vitund og viðhorf innlendra og erlendra samstarfsaðila
- Fjöldi innlendra og erlendra aðila í gagnagrunni

ÁVINNINGUR AF ÞÁTTTÖKU Í VERKEFNINU

Ávinningur þátttakenda felst í eftirfarandi:

- Samlegð – vera þátttakandi í hópi samstarfsaðila sem vilja leggja sitt af mörkum til markaðssetningar á íslenska hestinum.
- Þátttaka í fundum tvisvar til þrisvar á ári til að rýna stefnu og móta áherslur.
- Tengslamyndun við þátttakendur - Aðgangur að tengslaneti HORSES OF ICELAND.
- Aðgangur að upplýsingum um markaðsaðgerðir, niðurstöður rannsókna og ýmis fræðsla.
- Möguleiki að tengjast markaðsaðgerðum og viðburðum s.s. í tengslum við Landsmót og Heimsmeistaramót þar sem verkefnið verður kynnt.
- Sýnileiki og upplýsingar um þátttakanda, m.a. með logo viðkomandi á vefsíðu verkefnisins og tengill á vefsíðu þátttakanda, sýnileiki á viðburðum, upplýsingaefni í fjölmiðlapakka sem dreift er til blaðamanna sem koma til landsins í tengslum við verkefnið og kynning með beinum markpósti (ath. fer eftir fjármagni sem lagt er til verkefnisins).
- Leyfi til að nýta einkenni verkefnisins (Horses of Iceland – brings you closer to nature) á vefsíðu þátttakanda með tengingu inn á vefsíðu verkefnisins og aðgangur að kynningarefni HOI.
- Ýmis fleiri tækifæri s.s. á samfélagsmiðlum.

Nánari upplýsingar veitir Þórdís Anna Gylfadóttir verkefnastjóri, thordis@islandsstofa.is. Sjá einnig www.horsesoficeland.is www.facebook.com/horsesoficeland www.instagram.com/horsesoficeland