



Nyhetsbrev nr 11 2005

Tema: Upplevelsenäring - Hälsa - Jakt – Fiske

Upplevelsenäring

”Summan av intrycken ska vara större än hålet i gästens plånbok”.

Turism som rör häst hittar du under temanumret ”Häst”

Alltid bokningsbar genom BuyIT

Region Halland och Turistbyråerna jobbar för att länet ska nå en gemensam bokningslösning att boka on-line, som innebär att boende, aktiviteter, varor och tjänster blir bokningsbara på Internet. Bokningssystemet passar såväl den enskilde företagaren, fåmansföretag och större företag. Kunden betalar direkt på Internet och inkomsterna fördelas direkt ut till leverantörerna i realtid. Tre marknadsplatser kommer att skapas: 1. Varberg (där även Kungsbacka ingår) 2. Falkenberg 3. Halmstad (där även Laholm och Hylte ingår). En medverkan på Marknadsplatsen kostar 199 kr/mån samt provisioner & transaktionskostnader. I samband med att Region Halland och Turistbyråerna startar upp projektet sker ett antal utbildningar som regionen finansierar (utbildning + uppläggningskostnad).

Väljer man att ansluta senare står man själv för denna kostnad på ca 7000 kr).

Utbildning 1: Sökbarhet på webben, 24 januari på Quality Hotel i Halmstad alt. 1 februari på Campus Varberg. Kl. 9-16.

Utbildning 2: Produktexponering & Prissättning, 25 januari på Quality Hotel i Halmstad alt. 2 februari på Campus i Varberg. Kl. 9-16. Fick du inte möjlighet att gå på informationen i höstas finns två tillfällen i samband med utbildningsdag 1: 24/1 i Halmstad resp. 1/2 i Varberg. Kl. 19-21.

Anmälan senast 10/1 till Halmstad: Johanna Gustafsson 035-132357 resp. Varberg 0340-86800

Upplevelsenäringens satsning

Göran Jönsson på Region Halland (035-179815) berättar att de speciellt under 2006 kommer uppmärksamma insatser som rör:

1. Marknadsföring och varumärkesutveckling.
2. IT-baserade informations- och stödsystem samt logistik.
3. Öka kunskapen om och stoltheten över turismtillgångarna hos boende.
4. ”Klusterarbete” tillsammans med företag inom geografiska och tematiska avgränsningar

Konsten att berätta det du vill förmedla

Story-telling är ett utmärkt manus för att regissera upplevelser och innebär att man med hjälp av en bra historia skapar en produkt som stimulerar så många sinnen som möjligt hos kunden - ibland påhittad, ibland sann. En affärsidé som fungerar väl i vår tid när människor mest av allt vill ha upplevelser. Ett 15-tal företagare deltog på kursen ”Bli en bättre berättare” (15/11) och fick kunskaper i hur man förmedlar gårdens och bygdens historia till gäster. Några av deltagarna samlades på bild: Lillemor Igrerup Fegen, Uno Karlsson Ullared, Ann Högwall Laholm, Kjell-Åke Kjällén, Katarina från Vallda och Ingrid Karlsson Hov, Laholm.



Årets höjdpunkt för konferensbranschen

- för konferens- och upplevelsebranschen

Mässan KonfEx går av stapeln i Eriksberghallen i Göteborg varje år och nästa tillfälle är 8-9 februari. En bra heltäckande fackmessa för konferens- och upplevelsebranschen i västra och södra Sverige. Mässan attraherar stora konferensköpare och inspirerar till affärer. Tylöhus Hotell och Ästad Gård är några av företagen som deltog från vårt län 2005. Eva Marie Bylander (0340-65500) är lärare på Löftadalens folkhögskola och besöker mässan varje år tillsammans med eleverna på turistlinjen som läst bl.a. Utställnings- och mässkunskap. Hon ser tillfället som ett attraktivt "spanings"- tillfälle både för nya och etablerade turistföretag. Hon berättar vidare att förra året deltog bl.a. Västgötalandet med en monter där flera landsbygdsföretag samlat sig runt en gemensam monter. Kanhända en ide även för företagare i Halland nästa år?! www.exponova.se/konfex 2006

Hojåkare vill ha snabba stopp

Bor du längs slingrande asfalt och kan erbjuda



kaffe/mat i en speciell miljö har du goda chanser att attrahera turister i skinnställ. Här finns en underutnyttjad marknad att hugga tag i för gårdsbutiker, upplevelseföretag och naturnära husrum. Särskilt om det är kurviga vägar dit.

– Vi ser det som en fördel att det ligger lite avsidet, menar Stellan som ser sig om efter nya ställen att upptäcka. Hushållningssällskapet höll i träffen (8/11) med temat "mc-åkaren som kund" som lockade ett 20-tal lantbrukare och landsbygdsföretagare med turistambitioner. Alla intresserade av att veta vad Stellan Sturesson och hans gelikar i föreningen "Old Knutters" kräver för att gästa deras utflyktsmål.

200.000 kör mc i Sverige

Old Knutters består av nästan 900 entusiaster i åldern 50 +. De är stadda i kassa och får väl betecknas ingå i gruppen "DINK:s" (Double Income – No Kids). Förutom Old Knutters finns det även andra klubbar i länet. Sammanlagt är ca 3000 personer anslutna till någon av Hallands 17 mc-klubbar. Det borde vara en potentiell guldgruva om några av dem är lika flitiga som Stellans egen klubb, som kör flockrundor varje onsdagskväll från april till september. De lägger även många sommarsöndagar på bågen. – Vi borde vara en intressant grupp för er som har företag på landet, menar han. Vårt körschema görs upp tidigt på våren så var ute i tid. På Old Knutters håller Lennart Jonsson (035-37120) i trådarna när det gäller program. www.oldknutters.se

www.motorcyklisterna.org

Ta kontakt med mc-klubbarna, tipsa oss vad ni håller på med och skicka gärna material till SMC-kalendern, är Stellans råd. Sveriges Motorcyklisters Centralorganisation ger ut en SMC-kalender vari de listar knuttevänliga etablissemang och företag som är intressanta att besöka. Den innehåller dessutom kontaktuppgifter på alla anslutna klubbar vilket är intressant för dig som vill nå ut direkt med marknadsföring.

Rutter för tvåhjulingar

De har tagit fram speciella mc-kartor. Västergötlands Turistråd arbetar med riktad marknadsföring mot svenska, belgiska, tyska och danska åkare. Här följer några råd från dem:

- En detaljerad karta är viktigt för att locka mc-kunden att köra dit du vill
- Utländska gäster vill gärna ha en högre boendestandard t.ex. hotellstandard
- Motorcykeln ska stå säkert på parkeringen
- Kvällsöppna kafeer fungerar som magnet
- Maten är viktig!
- Stoppen får inte ta för lång tid
- Man går inte så långt i ett skinnställ!

Läs mer: www.vastgotalandet.se, www.bikemap.se www.touringsweden.com



De satsar på mc-åkaren på olika sätt

1. Agneta Callerås (0430-91095) driver sadelmakeri i Mästocka och även hon ser mc-åkaren som en intressant kund. Då handlar det om specialdesignade lädervaror t.ex. skinnställ och packväskor. Hon syr bl.a. i älgskinn och för den tyske mc-åkaren är väl packväskan tillverkad av älg inte svårsåld!
2. År 2006 är det premiär för MC i Bo på Lantgård. - Gårdar som kan tillgodose de rätta förutsättningarna har möjlighet att delta under vissa speciella sidor i katalogen, berättar Jen Jansdotter på Börs gård i Veddige som deltar i BpL för första gången. www.borsgard.se, www.bopalantgard.se
3. Mikael Svensson på Åkulla Friluftsgård har satsar på s.k. glidar-menyer och att de därigenom fått en del skånska mc-folk som gäster.
4. - Vårpigga mc-åkare borde vara en intressant målgrupp för många turistföretag, menar Ann-Christin Karlsson på Stakabergs Pensionat som söker efter det som lockar gästen under våren.

Gemensam marknadsföring för mc

Många landsbygdsvärdar står bakom idén med någon typ av gemensam marknadsföringsinsats som kan locka svenska och utländska MC-åkare. Till länet och ut på landet. Vill du sälla dig till skaran så kontakta Magdalena 035-46522. En av spåren kan handla om att införliva mc i den halländska marknadsportalen för landsbygdsturism www.hit-halland.com. "HIT the road". – Finns det bara ett tillräckligt stort intresse och en företagargrupp som driver frågan så är vi givetvis med på tåget, menar Göran Jönsson (035-179815) som ansvarar för upplevelsenäring på Region Halland. HallandTurist kan vara behjälpliga när det gäller marknadsföring om någon driver, finansierar och tillgodoser oss med material, menar Rosie Magnusson, som tror att produkten skulle passa för Halland.

Hylte är BESST

9 engelsmän, 7 norrmän och 15 svenska företagare. Under 5 dagar i november utforskade de olika äventyr på Hyltes landsbygd: Vallsnäs camping, Pensionat Sågknorren, Ridleden, Bäckhästen, Yvonne Halmslöjd, Saluhallen Smått & Gott, Järnvägmuseet i Landeryd (inkl. tågferd), GPS-övning på Charlottenlund, luppssafari Femsjö med "Mats on the Hill" och fiskfest på Tiraholm. www.besst.org



Stugorna syns i DDR

De är fyra grannar som slagit sig ihop om att marknadsföra sina stugor i Tyskland. - Vi har kopplat in en bokningscentral i Hamburg för att få en bättre beläggning på våra anläggningar, berättar Lennart Cederlöf (xxx) i Tofthult. Till hjälp har de även inlett samarbete med en dansk firma (www.yndal.dk) som kör prärievagnar (3-4 dagsturer) i bygderna runt Lidhult. Det största problemet har dessvärre varit knotten, berättar Lennart. www.suedschweden.de

Bed & Breakfast for Garden Lovers *

"En vacker herrgård i levande miljö med anor från 1800-talet". – Att profilera vårt boende mot trädgård kändes rätt för mig och för de förutsättningar vi har på gården, berättar Catti Slettengren. Säbyholms gård ligger inte långt från skidanläggningarna på Hallandsåsen så även skidgäster kan bli en intressant målgrupp för dem. - Att erbjuda frusna skidåkare ostfondue efter en dags åkning borde vara något som lockar, menar hon. På gården finns goda förutsättningar för att jaga rådjur, hare, räv och fågel. Förutsättningarna är onekligen goda för att deras satsning ska lyckas: Skidåkning på vintern, ridning/fiske under våren, bad på sommaren och jakt under hösten. Catti, Knut Slettengren, L:a Tjärby, Laholm, 070-5688848, www.linneturism.se



Anrika gårdar kan erbjuda unika miljöer *

Turism är just nu den störst växande näringen i världen. De stora vinnarna blir dem som kommer kunna erbjuda det absolut unika. Vad kan du som lantbrukare erbjuda som ingen annan kan? Kombinationen av ett gott värdskap, råvaran (gården, historien, naturen) och kunskaper om helheten (djur-skog-vatten-odling o.s.v) är lantbrukarens absolut starkaste konkurrensverktyg, tror jag. Värdskapet handlar om att kunna dela med sig. Lantbrukaren kan erbjuda gårdsmiljöer, vackra byggnader, unika (köks-) trädgårdar och möjligheter att rida, fiska, jaga på fastighetens egen mark. Jag vet många gårdar och lantbrukare i länet som sitter på dessa pärlor. Och som samtidigt besitter rätta förutsättningar för ett gott värdskap.

Projekt "Landsbygdsturism i Falkenbergs inland"

Ett 50-tal besöksmål i Falkenbergs inland finns samlade i pärmen "Välkomna till Ullaredsbygden". Turistpärmerna ligger på utvalda platser där många besökare rör sig. Förhoppningsvis kommer turistpärmens innehåll att läggas på Internet och så småningom även vara länkad till Ge-Kå:s hemsida. Info: Viola Claesson, Gunnarp 0346-31123

Leasa en kanin

...Gangvide Gård på Gotland hyr ut smådjur. För 225 kr per vecka hyr stugfamiljer sin kanin, inkl. bur och viss del foder. Ca 30 kaninungar står till förfogande sommartid till många barns glädje. Likaså finns höns, myskankor och gäss med på leasinglistan. "Grälletraktor-race" och "fågelskådning med lite rock á roll" är några av lantbruksföretagets andra djärva idéer.

www.gangvidefarm.com

Meka amerikanare

"Ta med bilen ut på vischan och skruva så mycket du vill". Gangvide gård (se ovan) erbjuder verkstadsplatser med all utrustning. Läs om deras affärsidé i avsnittet "Entreprenad".

www.upplevelsefabriken.se

På sidan medverkar många intressanta gotländska landsbygdsvärdar. Nya kombinationer. Land och stad. Stora och små. Aktion och frid.

"Destination Ysby-Hjörnered"

Så heter projektet där upplevelseföretag runt Hjörneredssjöarna och Ysby samverkar kring ett koncept och marknadsföring. En viktig hörnsten för dem är logi och logiförmedling. Hela 14 företagare deltar och i vår kommer projektet drivas vidare i någon typ av förening, berättar landsbygdsutvecklare Susanne Paulsson (0430-26521).

Exklusiv hemtrevnad på Tjauls gård

- "Inget hotell utan ett hem där du är gäst"

Vad gör man med ett 350 m² stort hus? På en resa i Irland besökte Pernilla och Fredrik Munthe flera Manor House Hotels (se nedan) där lantbrukare öppnat upp sina hem och skapat en speciell profil för sitt företagande. Familjen fick blodad tand att göra något liknande på sin gård som ligger vid Lummelunda på Gotland, och slog (bildligt) upp dörrarna 2004. Deras kunder består till 80% av utländska gäster (fransosor, italienare, norrmän, amerikanare m.m.) som för det mesta bor tre nätter och inkluderar två middagar. Värdepåret lägger sin själ i det de gör – du känner dig verkligen speciell som gäst. Att kunna förmedla denna känsla är avgörande för att målgruppen som annars väljer ett exklusivt hotell ska våga välja nya alternativ, menar Pernilla. Dygnspriset för att bo på Tjauls Gård ligger på 900-1.100 kr/pers. Ett dubbelrum kostar 2200 kr och då ingår 4-rätters middag. – Våra utländska gäster vill gärna resa vidare i landet och hitta liknande boende i andra län, berättar hon. De ser gärna att fler startar liknande verksamhet och menar att man då tillsammans kan marknadsföra konceptet på bredare front. Intresserade i Halland - hör gärna av er. 0498-273113, www.tjauls.se

Hitta irländska gårdar & slott

Inspireras och läs mer om företeelsen i Irland: www.tourismireland.com/swe

1. Manor House Hotels (www.manorhousehotels.com) - här ingår 25 exklusiva lyxhotell, lantgods, slott och magnifika bostadshus.
2. Irish Country Hotels (www.irishcountryhotels.com) - en samling av 30 familjedrivna hotell.



Smålandsnätverk som hjälps åt

- Leverantör + återförsäljare+ turistbyrå säljer varandra

Ett 30-tal turistiska företag i Småland erbjuder tillsammans ett 90-tal olika aktiviteter (ridning, jakt, vandring, äventyr, fiske, o.s.v.) Nu testas ett nytt säljsystem för att motivera boendanläggningar/säljställen (=A) att sälja fler aktiviteter kring sina anläggningar. Det baserar sig på en provision (10-20%) och fungerar som så att när kunden beställer och betalar (till A) erhåller den en voucher. Detta värdebevis fungerar sedan som kvitto hos aktivitetsutövaren. Därefter fakturerar A utövaren med avdrag för överenskommen provision. Förhoppningsvis kan man på så sätt även nå fler utländska gäster på besök i Sverige med aktiviteter. Utbudet hittar du på: www.visit-smaland.com

1+1 = 3

Alla skulle tjäna på om vi vågar börja ta betalt av varandra, tror jag. Konceptet i Småland (se ovan) skulle passa även mellan många mindre företag. Genom att "lägga jobb" på att sälja in andra företagens verksamheter till sina gäster så erhåller man en viss provision för detta. Det skulle båda parter tjäna på.

Att ta betalt för sin tjänst *

- *imagen har stor betydelse*

Många företagare funderar mycket runt sin prissättning. - Vi tror ofta att priset är det avgörande för kunden men så är inte fallet, menar Stefan Hjelmér som höll i diskussionen på kursen "Konsten att ta betalt"(14/11). Den absolut största utmaningen för en producent blir att få kunden inse att kvalitet kostar pengar.

Kan du höja din image kan du också ta bättre betalt, menar han. Deltagarna drev verksamhet inom häst, fiske, boende, konferens och hälsa.

Bytte från bussresenär till konferensgäst

Stefans familj driver Handelsman Flink på Flatön på Orust. Han berättar bl.a. om Londonbor som lägger 10.000 kr inkl. resa per person för att uppleva någon unikt under ett dygn. För utlänningen erbjuder de en exklusiv produkt som denne inte kan uppleva någon annanstans. Hummerfisket på Handelsman Flink tar 3 timmar och för fiskeupplevelsen, tillagningsinstruktioner och övernattningsgång går kalaset på ca 3000 kr/person (exkl. mat). - Vi företagare är många gånger dåliga på att räkna på hur mycket vi tjänar på varje kund, menar han. I så fall skulle många fler styra riktningen mot en mer hållbar lönsamhet. Han berättar att de själva, efter att ha räknat ut att 300 bussresenärer gav lika vinst som 5 småkonferenser, valde att successivt ändra målgrupp. Information: Stefan Hjelmér, tel 0706-964596, www.handelsmanflink.se

"Priser följer varandra"

Ta ut rätt pris på kärnprodukterna från början. Sätter man ett högt pris på dem går det enklare att hålla hög nivå för extratjänsterna också. Försök också att motstå frestelsen att säga ja till alla typer av gäster alla delar på året. Många är tyvärr alldeles för heta på att få in folk till sin anläggning utan att tänka på konsekvensen med lönsamhet. Stefan tar bröllop som ett exempel från Handelsman Flink, vilka endast är bokningsbara maj och juni. - Under andra tider skulle dessa hindra bokningar från konferensgäster som ger oss det största nettot.

- Lägg dig inte under dina konkurrenter i pris. Lägg dig gärna något över.
- Sälj inte en produkt "ren" utan bygg på den med så mycket som möjligt. Detta hindrar konkurrenter för att efterapa din produkt/tjänst.
- Det är frestande att ge rabatter. Det går att rikta vissa rabatter mot lågsäsong men om ni inte styr dem riskerar man att få s.k. rabattkunder på högsäsong.



Företags image kan du ta betalt för!

Personen är ofta det som skapar image i ett mindre företag och därför är du som företagare/ägare/familj/anställd oerhört betydelsefull! Speciellt när det rör småskalig verksamhet. Säljer du ditt företag är det imagen som du får betalt för. Stefans råd är att inte lämna ifrån sig sälj- och marknadsföringen eftersom det mesta av imageskapandet ligger där. Behöver du bli av med arbetsbörda så välj hellre t.ex. bokföringen.

Imageskapande strategi

- metod för att ta ut ett högre pris

Alltför ofta överskattar företagaren sin produkt (vacker natur, fina rum, god mat, snälla hästar, trevligt fiske o.s.v.). Stefan menar att mindre upplevelseföretag ska lyfta fram och bli bättre på att utveckla sin service, person och försäljning. I vecka 12-13 planerar vi en ny seminariedag, denna gång i norra Halland, med inriktning på "Image & imageskapande strategier för landsbygdsföretag". Är du intresserad av att delta så kontakta Magdalena eller Helena Lans 035-132256.

Regler som kan vara till hjälp

För dig som vill veta mer om vilka regler som gäller i branschen (avbokningar, förskottsbetalning m.m.) så rekommenderas Sveriges Hotell- och Restaurangers hemsida: www.shr.se. Här finns regler som rör allt från grupp-, festarrangemang-, bröllop och konferensbokningar. Stefan menar att det är upp till varje företag att sätta sin egen policy när det gäller bokningsförfarandet. Vissa företag väljer att låta kunden betala 50% direkt vid bokningen och resten senast 30 dagar före ankomst. Andra tar ut 25 % vid bokning och resten vid ankomst. Hur agerar man som företagare när besökaren uteblir? Eller när det dyker upp sex personer i en grupp som bokat sig för åtta? Stefan menar att även här väljer respektive företag hur man vill agera. Även bussresenärernas branschorganisation (BRA) har regler som småföretagare kan luta sig mot. T.ex. för varje 20:e passagerare äter en person (busschaufför el. guide) utan kostnad. 40 resenärer 2 personer o.s.v. Läs mer: www.bra.se

Ge löften - möjliggöra löften - håll löften

Badwill uppstår om gästen fått överdrivet många löften som sedan inte uppfylls. Om tjänsten å andra sidan överträffar upplevelsen skapar det goodwill. Kan vara värdefullt att tänka på eftersom bästa och minst kostnadskrävande marknadsföringsinsats alltid går via kunden.

Följa utvecklingen

Genom Hallandsbladet kan du se vad som är på gång. Skriv in dina uppgifter under: www.hallandsturist.se/utskick, så får du del av utskicken 2 ggr/år.

Hälsa

Hälsa – en affärsidé för Lil*

"Är det klokt att starta eget när man fyllt 60 år". Det säger Lil Larsson som valde att ta steget till eget företagande lite senare i livet. Behandlingarna på "Hälsokällan Lilla Qi" handlar främst om akupunktur med moxaljus och Q-light ljusterapi. Till den lilla byn Gassbo, mellan Hyltebruk och Unnaryd, hittar kunder till från en omkrets av 5-6 mil. Lil stimuleras av att delta i olika sammanhang. Ett exempel på nätverk där Lil och ytterligare sju företagare i Hylte ingår är Yrkesnätverket. Ett annat är Hälsokraft i Hylte med tio personer som arbetar med alternativa behandlingar. 0371-45034, www.lillaqi.se



Fyra nya i Naturlig Laddning

Ett 100-tal landsbygdsföretag från hela landet har under det senaste året tagit del av NL:s introduktionskurser. I höstas certifierades ett 20-tal nya företag och fyra av dem kom från Halland. De flesta har gått en kurs i Flow Learning (www.sharingnature.com) vilken är en utomhuspedagogik som NL lär ut tillsammans med Studieförbundet Vuxenskolan. - Kursen ger verktyg till att jobba med fördjupade naturupplevelser och är mycket uppskattad, berättar Karin Abramsson som leder Natur & Hälsa inom LRF (0470-703659). Fler företag önskar gå kursen och vi har planer på att tillhandahålla fler kurstillfällen, menar hon. Förutsättningen att delta är att man gått NL:s introduktionskurs. www.naturligladdning.se

”Grön väg tillbaka till egenförsörjning”

Så heter ett rehabiliteringsprojekt med Studieförbundet Vuxenskolan som projektägare.

På seminarium den 7 februari kl. 12.00- 16.00 tar de upp forskningsrön och diskuterar framtida möjligheter för grön friskvård och grön rehabilitering. Plats: Konst Studio Håkan Lindskog, Grimsholmen, Falkenberg. Anm/info: Liselotte Bergenzaun Abel, 0346-20443

Satsade på ostronbar i havsbandet

Ostronbaren på Karingön gör tvärtemot alla andra: de har stängt på sommaren och öppet på vintern. Sjöboden rymmer bara 12 gäster och även om den är småskalig rymmer en hel del verksamhet. För Kent Berntsson, f.d. grävmaskinist, har byråkratin varit enorm med många myndigheter involverade för bygglov, alkohol- och livsmedelstillstånd, vattenrätt, yngelimport o.s.v. Efter 4 år har ynglen under bryggan vuxit till sig och är redo att avnjutas. Gästerna serveras färska ostron och champagne medan de njuter av 38-gradigt saltvatten i det vedeldade träbadkaret på bryggan. 0736-344 941, www.karingon.cc/ostronbar

Jakt - Vilt

De gör alla affärer på vildsvin!

1 Arnes Vilt i Knäred

Han tar emot kött från jägarna, styckar det i slakteriet och säljer produkterna (kött, korv, skinka) i gårdsbutiken. Wienerkorven med råvara från både älg/vildsvin är en helt ny produkt och Arnes varmrökta vildsvinsskinka har f.ö. inbringat en silvermedalj i Chark SM! Vildsvins-Julskinkan ökar i popularitet för varje år och har serverats bl.a. på julborden på Charlottas Vårdshus L:a Böslid. Vårdshuset köper även annat kött från ArnesVilt t.ex. grytbitar för sin vildsvinsgrytor. Arne Olsson. 070-2943551, www.arnesvilt.se

2 Sembas Mölla i Asige

De säljer upplevelser av många skilda slag. Vår ansats mot jakter och vildsvinssafari är vi både lite stolta och lagom kaxiga över, menar Ingela Ljungek som berättar att gästerna får uppleva svinen med både kikare och kamera. De gör nedslag vid utfodringsplatser, lär ut viltvård- och spårkunskap och avslutar med en god vildsvinmiddag. Förutom detta kan gästen välja mellan fler naturupplevelser på Sembs Mölla: Över stock och sten, upplevelse på hästryggen, häst & vagn, whiskeyprovning, konferens och boende på höloftet, i magasinet eller mormors stuga. Företaget bedriver även stuteri. I vår/sommar räknar de med att företaget, förutom Björn och Ingela, sysselsätter ytterligare sex säsongsanställda. 0346-42144, www.semb.se/upplevelser

3 LBF Stängsel i Morup

Enligt honom själv så är elstängsel bästa skydd mot vildsvin. Kalle Karlsson är ordförande i Vildsvinsklubben och tillika VD för ett stängselföretag med åtta anställda. – För oss har vildsvinen öppnat dörren till ett helt nytt affärsområde. Projektet har gett idéer som resulterat i nya produkter. En av dessa är startpaketet ”Viltutfodring” som nu säljs över hela landet. Flera andra produkter såsom automater, kontrollutrustning och åtelkedjor har även de sitt ursprung ur Viltvinsprojektet som drivs i Falkenbergs inland. 0346-94100, www.stangsel.nu, www.vildsvinsklubben.se



Hur vild är din matbutik?

Älgekött efterfrågas alltmer. Förra året såldes älgfärs för 35 kr/kg i butik men i år kostar den 60 kr/kg beroende på att tillgången har varit mindre. Den vacuumförpackade älgsteken (190 kr/kg) du hittar i butikens kyldisk kommer vanligtvis från "Åke P Fågel & Vilt" i Malmö som är Sveriges ledande leverantör av vilt. Genom ett nära utbyte med restauranger och butiker utvecklar företaget nya produkter som passar ett modern matlagning. Viltfågel, rådjur och vildsvin är ofta för exklusivt för att säljas i livsmedelsbutiker menar många. Köttet från dessa produkter ska saluföras på platser där kunden sätter helt andra värden än priset i första rum. 040-945926, www.akepfagelovilt.se

Allt mindre tid för egna jaktmarker

Att arrendera mark är dyrt. Sedan Öresundsförbindelsen öppnade har arrendena stigit kraftigt i Skåne och ett normalarrende ligger på 400-500 kr/ha/år. I Danmark är priserna de dubbla och det märks. Ett allt vanligare sätt, för jägare som inte har tid att sköta sina jaktmarker, är att köpa hela jaktpaket av markägare. Denna utveckling skapar affärsutrymme för markägare. Priset (i Skåne) för att få jaga rör sig från 1000 kronor per person och dag exkl. kött, trofé, hund och utrustning.

"Många vill jaga"

Thomas Andersson (t. 046-61248) är en av de många markägare i Skåne som säljer jaktpaket. Hans företag "Perdix jaktservice" ligger vid Våmbsjön och kan erbjuda de flesta jakter. Han har själv specialiserat sig på fasan, änder och rapphöns. - För att kunna erbjuda bl.a. klövvilt samarbetar jag med andra kollegor och markägare. Efterfrågan är stor. - Det handlar dels om företag men också om kompisar som tillsammans köper en eller ett par jakt dagar, berättar han. De flesta av Thomas gäster är stamkunder och grupperna brukar pendla mellan tre till tio personer. En förklaring till att marknaden ökar är att allt fler vill få det alltmer s.k. serverat, menar Thomas. Många har inte den tiden längre att sköta om sina arrenden. Det krävs en hel del jobb att göra markerna trevliga för viltet och att träna hunden är också tidskrävande. Företag som exempelvis Perdix kan således lösa deras problem. Hans priser ligger från 3000 kr per dag beroende på innehåll. Läs mer på hemsidan (www.perdix.nu) om företagets: Fasanjakt, Harklappsjakt, Rough shooting, Sträckjakt, Rapphönsjakt, Uppflogsjakt, Gås jakt, Ripjakt, Tjäderjakt, Bockjakt, Dovhjortsjakt, Vildsvinsjakt, Rådjursjakt. I vår planerar vi att bjuda in Thomas till en kväll där han berättar mer om sin affärsidé. Är du intresserad av att komma å lyssna? Kontakta mig.



Fiske

Hitta rätt till fisket

En ny länstäckande fiskeguide med information om länets fiskevatten håller på att tas fram. Har du värdefull info som bör finnas med i den så kontakta Randolph Stenlund på Falkenbergs Turistbyrå 0346-886100.

Småskalig karpodling

I höstas genomförde Stiftelsen Holma i Skåne en 3-dagars kurs för landsbygdsföretagare med intresse för att odla karp. "Att starta och utveckla sin odling". Ledaren hette Anders Harjeby t. 046-2228429

Gå inte miste om godbitar! Läs mer under de övriga avsnitten (Upplevelsenäring, Skog, Entreprenad, Livsmedel, Häst, Affärsutveckling). "Affärsutveckling - Stöd" berör delar för alla branscher.

* = Läs hela artikeln i HS Tidskrift eller på nätet www.hshalland.net - under Landsbygdsutveckling - Idéarkiv

= Kursen/resan finansieras av Länsstyrelsens Lantbruksprogram. Deltagaren betalar för förtäring och ev. boende

E-post: magdalena.petersson@hs.halland.net. Tel 035-465 22. Adress: Hushållningssällskapet, Lilla Böslid, 310 31 Eldsberga