

# **FWB-KANTAKIRJAN MARKKINATUTKIMUS**



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Mustiala, Hevostalouden koulutusohjelma

2019

Johanna Valtonen

Hevostalouden koulutusohjelma  
Mustiala

---

<b>Tekijä</b>	Johanna Valtonen	<b>Vuosi</b> 2019
<b>Työn nimi</b>	FWB-Kantakirjan markkinatutkimus	
<b>Työn ohjaaja/t</b>	Terhi Thuneberg	

---

## TIIVISTELMÄ

Tämän työn tarkoituksena on selvittää markkinatutkimuksen avulla, kuinka suomalaista lämminveristä ratsuhevosta, eli FWB:tä, voitaisiin markkinoida paremmin Suomessa ja ulkomailla, sekä kuinka rodun brändiä voitaisiin kehittää. Opinnäytetyön toimeksiantajana on Suomen Hippos ry. Työssä myös tutkitaan viiden eri eurooppalaisen ratsuhevoskantakirjan toimintaa, sekä niiden käyttämiä markkinoinnin ja brändäyksen keinoja.

Markkinatutkimuksen menetelmänä käytettiin avointa kyselytutkimusta verkossa. Se oli suunnattu FWB-hevosen kasvattajille, omistajille, kilparatsastajille, valmentajille ja ratsuttajille. Kysely oli avoinna Suomen Hippoksen verkkosivuilla kaksi viikkoa loka-marraskuussa 2018.

Tutkimuksessa selvitettiin vastaajien mielikuvia FWB-hevosesta, sekä heidän käsitystään kantakirjan tämän hetkisestä markkinoinnista ja sen toimivuudesta. Kyselyssä myös selvitettiin vastaajien tyytyväisyyttä rotuun liittyvien järjestöjen toimintaan ja tämänhetkisiin tapahtumiin, sekä mitä puutteita he näkevät nykyisessä toiminnassa.

Mielikuvat FWB-hevosesta olivat pääosin positiivisia ja tämän hetkisiin tapahtumiin ja kilpailuihin oltiin melko tyytyväisiä. Vastaajat kuitenkin kaipaivat lisää erilaisia markkinoinnin toimia, parempaa yhteistyötä järjestöjen ja eri asiakassegmenttien välillä, sekä parempaa palvelua ja tiedonkulkua FWB-hevosten kasvattajille ja omistajille.

**Avainsanat** Markkinatutkimus, hevonen, kantakirja, markkinointi, brändäys

**Sivut** 47 sivua, joista liitteitä 9 sivua

Equine industries and management  
Mustiala

---

<b>Author</b>	Johanna Valtonen	<b>Year</b> 2019
<b>Subject</b>	Marketing Research of the FWB-studbook	
<b>Supervisors</b>	Terhi Thuneberg	

---

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to use a marketing research to find out how we could better market the Finnish warmblood horse, and how we could start to improve the studbook's brand both in Finland and abroad. The organization who commissioned this thesis was Suomen Hippos ry. In this thesis also five European studbooks were studied, to find out how they work, and how they have marketed and branded their respective breeds.

The marketing research was an open poll in the internet. It was aimed at FWB breeders, owners, trainers and professional and competing riders. The poll was open two weeks between October and November in 2018 at the website of Suomen Hippos ry.

The research focused on finding out how people perceive the FWB horse and how successful the studbook's marketing has been so far in their experience. The research also aimed to find out how satisfied people are with the actions of organisations who are closely related to the breed, and how happy they are about the competitions and events that are aimed at FWB horse.

The impressions about FWB were mainly positive and people were quite satisfied with the events and competitions. People who answered this poll expressed, that the organisations should focus and improve on marketing the breed and collaborate with each other and the perceived segments more. The breeders and horse owners also stated that they want better services and more information available regarding the FWB horse and the studbook.

**Keywords** Marketing, research, studbook, horse, branding

**Pages** 47 pages including appendices 9 pages

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	SUOMALAINEN LÄMMINVERINEN RATSUHEVONEN (FWB) .....	1
2.1	FWB-yhdistys.....	4
2.2	Suomen Hippos .....	4
2.3	World Breeding Federation of Sport Horses (WBSFH).....	4
3	ULKOMAISET KANTAKIRJAT.....	5
3.1	Hollantilainen lämminverinen ratsuhevonen (KWPN).....	5
3.2	Hannover ja Holstein.....	6
3.2.1	Hannover .....	6
3.2.2	Holstein.....	7
3.2.3	Miten nämä kantakirjat eroavat toisistaan? .....	7
3.3	Tanskalainen lämminverinen ratsuhevonen (DWB) .....	8
3.4	Ruotsalainen lämminverinen ratsuhevonen (SWB).....	8
3.5	Kantakirjojen brändäys .....	9
4	FWB-KANTAKIRJAN MARKKINATUTKIMUS .....	11
5	MARKKINATUTKIMUKSEN TULOKSET.....	12
5.1	Syyt FWB-hevosen valitsemiseen.....	13
5.2	Mielikuvat FWB-hevosesta.....	14
5.3	Laatu ja kilpailukyky .....	15
5.4	Markkinointi ja mainonta .....	16
5.5	Rodulle suunnatut tapahtumat.....	18
5.6	FWB-Yhdistys ja Suomen Hippos .....	19
5.6.1	FWB-Yhdistyksen uudet verkkosivut .....	20
5.6.2	Kasvattajien näkökulma .....	21
5.7	Kasvattajat ja ratsuttajat .....	21
5.7.1	FWB-hevosen rekisteröinti .....	22
5.7.2	Palvelut kasvattajille .....	23
5.7.3	Yhteistyö kasvattajien kanssa.....	23
5.7.4	Ikäluokka- sekä muut kasvattajille suunnatut kilpailut .....	24
5.8	FWB-hevosen hankinta ja omistaminen .....	25
5.9	Kritiikkiä, kehitysehdotuksia ja ideoita .....	27
6	TULOSTEN TARKASTELO JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	28
7	POHDINTAA JA TOIMENPIDE-EHDOTUKSIA .....	29
	LÄHTEET .....	32

Liitteet

Liite 1

Markkinatutkimuksen kysymykset

## 1 JOHDANTO

Lähes jokaisella maalla Euroopassa on oma lämminverinen ratsuhevosrotu, isommilla hevosmailla jopa useampia. Myös Suomella on oma rotunsa, suomalainen lämminverinen ratsuhevonen, eli FWB. Suomessa suomenhevonen ja sen jalostus ovat merkittävä osa hevoskulttuuria, mikä on ehkä jättänyt ratsuhevosjalostusta varjoonsa. Tavoitteellinen ratsuhevoskasvatus on Suomessa vielä melko tuoretta verrattuna Euroopan isompiin hevosmaihin, kuten Hollantiin ja Saksaan. Tämän työn toimeksiantaja Suomen Hippos ry toivoi, että markkinatutkimuksen avulla selvitettäisiin, kuinka FWB-hevosen markkinointia ja brändiä voitaisiin parantaa niin, että rodun tunnettuus saataisiin paremmaksi sekä Suomessa että ulkomailla.

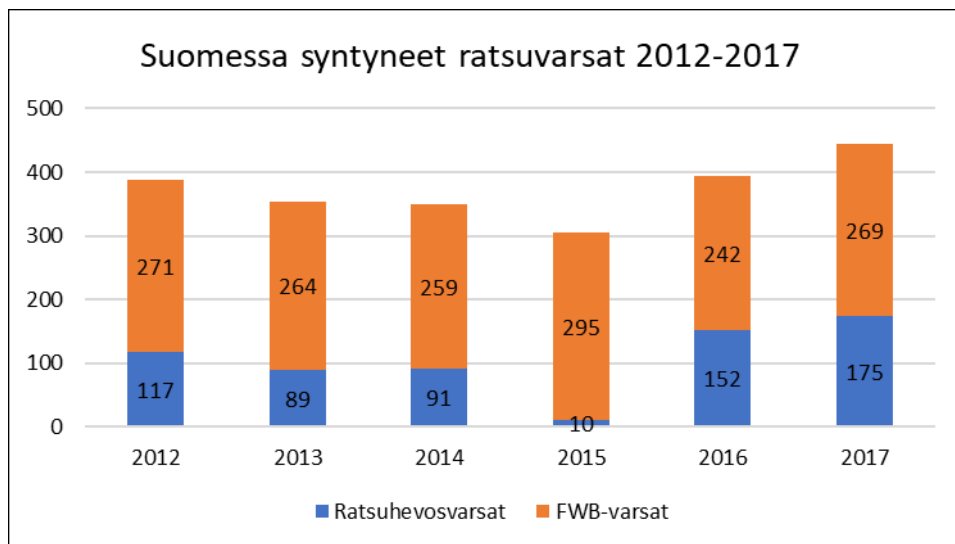
Valitsin tähän työhön viisi eri eurooppalaista kantakirjaa, hollantilaisen, ruotsalaisen, tanskalaisen, sekä kaksi saksalaista; Hannoverin ja Holsteinin. Tarkoituksena on tutkia, kuinka edellä mainitut kantakirjat toimivat, sekä millaisia markkinoinnin ja brändäyksen keinoja kantakirjat käyttävät. Ruotsalainen kantakirja valikoitui mukaan, koska se on eurooppalaisista kantakirjoista ehkä lähinnä suomalaista kokonsa puolesta ja maantieteelliseltä sijainniltaan. Tanskan valitsin, koska maan pienestä koosta huolimatta tanskalainen lämminverinen ratsuhevonen on erittäin menestynyt Euroopassa. Hollantilainen lämminverinen ratsuhevonen taas on tällä hetkellä yksi Euroopan suurimmista ja menestyneimmistä kantakirjoista. Syy, miksi valitsin työhön kaksi suurta saksalaista kantakirjaa oli, jotta voisin verrata, paljonko Holsteinin ja Hannoverin markkinointi ja brändäys eroaa toisistaan, sekä miten molemmat kantakirjat tuovat itseään esiin maassa, josta on kotoisin lukuisia tunnettuja ratsuhevoskantakirjoja.

FWB-kantakirja ei toimi aivan samalla tavalla kuin suuremmat vastaavat kantakirjat Euroopassa, mutta tämä huomioon ottaen työssä tutkittiin, miten muiden kantakirjojen menetelmiä markkinoinnissa ja brändäyksessä voidaan soveltaa FWB-kantakirjaan. Suomessa FWB-hevosen taustalla on kaksi organisaatiota, Suomen Hippos ry ja FWB-Yhdistys ry. Markkinatutkimuksessa selvitettiin myös vastaajien tyytyväisyyttä näiden kahden järjestön toimintaan ja heidän näkemyksiään kyseisten järjestöjen toiminnasta ja niiden järjestämistä FWB:lle suunnatuista kilpailuista ja tapahtumista.

## 2 SUOMALAINEN LÄMMINVERINEN RATSUHEVONEN (FWB)

Suomessa on jalostettu lämminverisiä ratsuhevosia 1500-luvulta asti. Vuonna 1926 perustettiin Hevosjalostusliitto Lämminverisiitosta varten ry, sekä kantakirja suomalaiselle lämminveriselle ratsuhevoselle avattiin.

Vuonna 1988 suomalaisen lämminverisen ratsuhevoson rekisteröinti ja kantakirjaus siirtyi kaikkien muiden rotujen tapaan Suomen Hippoksen vastuulle. Suomen Hippos ry on raviurheilun ja hevoskasvatuksen keskusjärjestö, joka ylläpitää kaikkien suomalaisten hevosten rekisteriä. Vuonna 1995 rodun nimeksi vaihdettiin Finnish Warmblood (FWB). (Kivilaakso-Mendes, 2003). Vuodesta 1996 Kantakirja on ollut täysivaltainen WBFSh:n jäsen (FWB-Yhdistys, 2018) (Kts. kpl 1.2). Kooltaan FWB-kantakirja on melko pieni, mutta se on nykyisessä muodossaan myös uusi verrattuna moniin muihin eurooppalaisiin kantakirjoihin. Esimerkiksi WBFSh:n mukaan vuonna 2017 Hollannin ratsuhevoskantakirjaan rekisteröitiin 9 803 varsa ja Ruotsin ratsuhevoskantakirjaan rekisteröitiin 2642 varsa. (World Breeding Federation of Sport Horses, 2018). Vuonna 2017 Suomessa syntyi 444 ratsuvarsa, joista 269 rekisteröitiin FWB-kantakirjaan. (Kuva 1.) (Suomen Hippos, 2018)



Kuva 1. Suomessa syntyneet ratsuvarsat 2012-2017

FWB-kantakirja on jalostukseen hyväksytyjen suomalaisten lämminveristen ratsuhevoson rekisteri, jotka polveutuvat koti- ja ulkomaisista ratsuhevoslinjoista. Jalostuksessa on tavoitteena käyttää kotimaista hevoskantaa, mutta jalostusmateriaalia täydennetään myös käyttämällä yksilöitä muista eurooppalaisista kantakirjoista. FWB-kantakirja koostuu kahdesta osasta; pääosastosta sekä ylimääräisestä osastosta. Kantakirjan pääosasto on jaettu neljään luokkaan, jotka ovat seuraavat: perusluokka, jalostusluokka I, jalostusluokka II ja valio. Jotta FWB-kantakirjaan ensirekisteröity hevon voi merkitä pääosastoon, tulee sen polveutua kantakirjan pääosastoon merkityistä vanhemmista, sekä FWB-kantakirjan tunnistaman kantakirjan jalostukseen hyväksytyistä orista. Vaihtoehtoisesti hevosen tulee polveutua kantakirjan pääosaston jalostusluokkaan merkitystä isäorista ja ylimääräiseen osastoon merkitystä emästä. Tässä tapauksessa emän tulee täyttää vaatimukset, joilla jälkeläinen voidaan merkitä kantakirjan pääosastoon. Hevosen tulee myös olla tunnistettu kantakirjan sääntöjen mukaisesti. Ylimääräiseen osastoon merkitään kantakirjaan

ensirekisteröitävät lämminveriset ratsuhevoset, jotka eivät täytä polveutumiseltaan pääosaston vaatimuksia, mutta joiden polveutuminen on kuitenkin varmistettu dna-testillä. Myös ulkomaalaisiin kantakirjoihin ensirekisteröidyt yksilöt voidaan merkitä ylimääräiseen osastoon, mikäli ne täyttävät asetetut vaatimukset. (Suomen Hippos, 2015). FWB-hevosille järjestetään vuosittain lukuisia kilpailuja ja tapahtumia, joilla on tarkoitus tukea ja edistää rotua sekä sen kasvatusta. Suomessa syntyy vuosittain noin 250 FWB-varsaa. (Kuva 1.)

Tällä hetkellä kaksi FWB-kasvatuksen taustalla olevaa organisaatiota ovat Suomen Hippos ry ja FWB-Yhdistys. Suomen Hippos pitää kantakirjaa FWB:stä ja vastaa näyttelyiden ja jalostusarvosteluiden järjestämisestä. (Suomen Hippos, 2018). FWB-Yhdistys listaa verkkosivuillaan tehtäväkseen suomalaisen lämminverisen ratsuhevosien kasvatusta ja jalostustyön kehittämisen, jäsenistön toiminnan tukemisen ja kasvattajataitojen edistämisen. Yhdistys myös muun muassa järjestää FWB:lle suunnattuja tapahtumia ja palkitsee vuosittain vuoden urheiluhevostaluttajan. (FWB-Yhdistys, 2018).

Kansainvälisesti tunnettuja ja menestyneitä FWB-hevosia on viime vuosien aikana noussut esille muutamia. FWB-Yhdistys listaa verkkosivuillaan 17 menestyneintä ja tunnetuinta FWB-hevosta. Näistä 17 hevosesta ehkä merkittävimmät ovat Donnperignon, Foxattac, Königin's Sohn KS, Roi du Ballet ja SG Oberon. Donnperignon on yksi parhaiten menestyneistä FWB-hevosista kouluratsastuksessa. Se on kilpaillut lukuisissa mestaruuskilpailuissa aina olympialaisiin asti, sekä ollut ratsastajansa kanssa FEI:n maailmanrankinglistalla kymmenen parhaan kouluratsukon joukossa. Foxattac on hyväksytty ensimmäisenä Suomessa kasvatettuna orina hannover-kantakirjaan. Sen jälkeläisistä kuusi on FWB-hevosia. Königin's Sohn KS on palkittu korkeimmalla mahdollisella jalostusarvokirjaimella menestyneiden jälkeläistensä perusteella. Tämä ori jätti 217 Suomessa syntynyttä jälkeläistä, joista viisi on ensimmäisellä palkinnolla kantakirjattuja tammoja. Königin's Sohnin tunnetuimmat ja menestyneimmät jälkeläiset ovat kansainvälisillä kilparadoilla menestyneet, sittemmin jalostuskäyttöön siirtyneet orit Königs Kronos KS ja Konstantinos KS. Kouluradoilla kilpauransa tehnyt Roi du Ballet hyväksyttiin Suomessa jalostukseen kaikkien aikojen parhaimmilla pisteillä. Se oli myös ensimmäinen FWB-ori, joka hyväksyttiin ruotsalaiseen SWB-kantakirjaan. FWB-hevosista löytyy myös kaikkien aikojen menestynein valjakkohevonen, SG Oberon. Se on myös ainoa FWB-hevonen, joka on ollut mitalisijoilla valjakkoajon maailmanmestaruuskilpailuissa ja ainoa hevonen maailmassa, joka on osallistunut kaikkiin valjakkohevosien MM-kilpailuihin vuodesta 1996 vuoteen 2010 asti. (FWB-Yhdistys ja Suomen Hippos ry, 2019).



## 2.1 FWB-yhdistys

FWB-Yhdistys on ollut mukana kehittämässä ja tukemassa suomalaista ratsuhevoskasvatusta 1920-luvulta asti. Alun perin se oli nimeltään Hevosjalostusliitto Lämminverisiihosta varten ry, yhdistyksen tehtävänä tuolloin oli kantakirjan pito, kilpailuiden ja näyttelyiden järjestäminen, siitoshevosten hankkiminen ja sijoittaminen, sekä neuvonnan tarjoaminen jäsenille hevosten siitoksessa, kasvatuksessa ja hoidossa. Liiton perustamisen myötä Suomessa aloitettiin myös lämminveristen ratsuhevosten vuosittaiset katselmukset. Vuonna 1969 Hevosjalostusliitto sai Suomen Hippoksesta tehtäväkseen ratsuhevosrekisterin ylläpidon, sekä kantakirjaustilaisuuksien ja jalostushevosten arvostelutilaisuuksien järjestämisen. Vuonna 1980 Hevosjalostusliiton nimi vaihdettiin Ratsujalostusliitoksi ja vuonna 1988 kantakirjaus ja rekisteröinti siirtyi Suomen Hippoksen tehtäväksi. (Zilliacus, 2011) Vuonna 2017 Ratsujalostusliitto vaihtoi nimensä FWB-Yhdistykseksi. (Ticklen, 2017)

## 2.2 Suomen Hippos

Suomen Hippos on hevoskasvatuksen ja raviurheilun keskusjärjestö, johon kuuluu 130 jäsenyhteisöä, mukaan lukien hevosjalostusliitot, rotuyhdistykset ja raviradat ympäri Suomea. Järjestö on ollut toiminnassa vuodesta 1973, jolloin Suomessa siihen aikaan toimineet hevosalan järjestöt Suomen Ravirengas ja Hevostalouden keskusliitto yhdistyivät. Hippoksen tärkeimpiin tehtäviin kuuluu hevosten rekisteröinti ja kaikkien Suomessa kasvatettavien hevosrotujen kantakirjojen ylläpito, sekä ravikilpailutoiminnan valvonta ja johtaminen. Tämän lisäksi Hippos harjoittaa koulutus,- järjestö- ja julkaisutoimintaa. (Suomen Hippos, 2019)

## 2.3 World Breeding Federation of Sport Horses (WBSFH)

WBSFH eli the World Breeding Federation of Sport Horses on maailmanlaajuinen urheiluhevostakirjojen kattojärjestö. WBSFH on yleishyödyllinen voittoa tavoittelematon järjestö ja se toimii edustajana urheiluhevostakasvatukselle ja sen jäsenkantakirjoille. WBSFH:lla on viisi päätavoitetta, jotka ovat seuraavat:

- Edistää urheiluhevosen kasvatusta maailmanlaajuisesti
- Koordinoida ja edistää jäsenkantakirjojen yhteistyötä
- Ajaa urheiluhevostakasvatuksen yhteisiä etuja maailmanlaajuisesti
- Tehdä yhteistyötä muiden asiaankuuluvien järjestöjen kanssa hevoskasvatuksen kehittämisen nimissä, urheilun ja hevoskasvatuksen yhdistämisessä, sekä jäsenkantakirjojen ja yksilöiden etujen ajamisessa.
- Olla tehokas ja vaikuttava järjestönä kunnioittaen hyvää taloudellista kontrollia, hyvää hallintoa ja parasta mahdollista johtamista.

WBFSH on perustettu vuonna 1988. Alun perin järjestö oli nimeltään World Breeding Championships for Sport Horses. WBCSH järjesti kantakirjojen välisiä kilpailuja este-, kenttä- ja kouluratsastuksessa. Nykyisen nimen ja muotonsa järjestö sai vuonna 1994. Vuonna 2017 marraskuussa WBFSH:lla oli 75 jäsenkantakirjaa ympäri maailmaa. (WBFSH, 2008).

### 3 ULKOMAISET KANTAKIRJAT

Tässä työssä perehdytään suomalaisen lämminverisen ratsuhevoson lisäksi viiteen eurooppalaiseen kantakirjaan, niiden toimintaperiaatteisiin sekä käytettyihin markkinoinnin keinoihin. Tarkoituksena on tutkia, kuinka muiden suurempien kantakirjojen markkinointikeinoja voitaisiin soveltaa FWB-kantakirjaan. Nämä eurooppalaiset kantakirjarodut ovat hollantilainen, ruotsalainen ja tanskalainen lämminverinen ratsuhevonen, sekä kaksi saksalaista kantakirjarotua, holstein ja hannover.

#### 3.1 Hollantilainen lämminverinen ratsuhevonen (KWPN)

Kantakirja KWPN:lle eli hollantilaiselle lämminveriselle ratsuhevoselle on perustettu vuonna 1970 (van Lijssel, 2006). Se on yksi suurimmista urheiluhevoskantakirjoista maailmassa 22 000 jäsenellä. Vuodesta 2006 KWPN:llä on ollut neljä kantakirjasuuntaa: este-, koulu-, ajo- ja gelderlandinhevonen. Gelderlandinhevonen on käyttötarkoitukseltaan yleishevonen ja verrattavissa ominaisuuksiltaan esimerkiksi ratsusuunnan suomenhevoseen. Rodulla on selkeät jalostustavoitteet listattuna kantakirjan verkkosivuilla. KWPN tunnistaa kaikki WBFSH:n alaiset kantakirjat lukuun ottamatta espanjalaisia kantakirjoja. KWPN:llä on myös alajärjestöt Iso-Britanniassa, Australiassa, USA:ssa, Kiinassa, Belgiassa ja Espanjassa. Kantakirjan edustajat pyrkivät vierailemaan ulkomailla toimivien kantakirjojen edustajien luona säännöllisesti ja avustamaan kantakirjaustapahtumien järjestämisessä ja arvosteluissa. (KWPN, 2018)

KWPN järjestää vuosittain rodun omat mestaruuskilpailut maan KWPN-keskuksessa Ermelossa. Tapahtuma on yleisölle ilmainen ja kestää viikon, sisältäen useita rodulle suunnattuja kilpailuja, näyttelyitä ja tapahtumia. Kantakirja myös valitsee vuosittain vuoden orin, hevosen, sekä ratsu- ajo- ja gelderlandinhevosen kasvattajan. (KWPN, 2018)

KWPN tarjoaa jäsenilleen useita palveluita. Maksulliseen jäsenyyteen kuuluvat seuraavat maksulliset palvelut: rekisteröinti, kantakirjaus, tammatesetit, nuorten hevosten kilpailut, hevospassi, erilaiset määritykset (mm. DNA-määritys ja geneettisen jalostusarvon määritys), sekä

jalostusneuvonta, Jäsenille ilmaisia palveluita ovat KWPN-tietokannan ja KWPN.tv:n käyttöoikeus, digitaalinen KWPN International Magazine-lehti, sekä myynti-ilmoitukset KWPN-hevosten myyntipalstalla. (KWPN, 2018)

KWPN markkinoi itseään huippu-urheiluhevosten kantakirjana, joka kuitenkin panostaa myös hevosen terveyteen ja luonteeseen. Kantakirjan tavoitteena on kasvattaa kilpahevosten lisäksi myös harrastajille soveltuvia laadukkaita hevosia. Vuonna 2018 WBSFH:n kantakirjojen ranking-listalla, KWPN oli ensimmäisellä sijalla koulu-, este- ja kenttäratsastuksessa. (WBSFH, 2018) KWPN:llä on myös oma verkkokauppa, jossa myydään erilaisia ratsastus- ja hevostarvikkeita varustettuna kantakirjan logolla. KWPN on tässä työssä käsitellyistä kantakirjoista eniten kansainvälisiin markkinoihin panostava Hannoverin lisäksi. (KWPN, 2018)

### 3.2 Hannover ja Holstein

Hannover ja Holstein ovat Saksan kaksi suurinta ratsuhevoskantakirjaa. Muita merkittäviä ratsukantakirjoja maassa ovat muun muassa Oldenburg, Trakehner ja Westfalen. Saksa on yksi Euroopan suurimmista hevosmaista ja tarkoituksena on tarkastella mitä markkinoinnin keinoja kantakirjat käyttävät erottuakseen kilpailevista kantakirjoista, sekä verrata, mitä juuri Holstein ja Hannover tekevät eri lailla, vai käyttävätkö ne samoja markkinointikeinoja. Vuonna 2017 Saksassa oli 2 997 rekisteröityä siitoskäytössä olevaa lämminveriratsua ja 31 733 rekisteröityä siitoskäytössä olevaa lämminveriratsutammaa. Maassa rekisteröitiin 25 255 lämminveriratsuvastaa. (Deutsche Reiterliche Vereinigung, 2018)

#### 3.2.1 Hannover

Hannover on suurin urheiluhevostantakirja maailmassa ja se on perustettu vuonna 1888. Hannoveriin kuuluu noin 16 000 tammaa ja yli 400 oria. Kantakirjaan kasvatetaan yleisesti ottaen urheiluhevosia, painottuen kuitenkin estehevosiin. Hevoset voidaan rekisteröidä Hannoverin sisällä kolmeen eri kantakirjaan, varsinaiseen Hannoveriin, Rheinlandin hevoseksi, sekä Hannoverilaiseksi puoliveriseksi urheiluhevoseksi. Kantakirjalla on oma erillinen jalostusohjelma estehevosille, Programm Hannoveraner Springpferdezucht (PHS), joka otettiin käyttöön vuonna 1993 parantamaan estehevosten laatua ja suorituskykyä. Toinen tärkeä brändi Hannoverille on ”G-linie”. G-linie on tietty sukulinja hannover-hevosia, joka on tuottanut vuosien saatossa kantakirjan parhaimmat suoritushevokset. (Hannover Verband, 2018)

Panostus nuoriin kasvattajiin on suuri. Hannover järjestää vuosittain nuorten kasvattajien kilpailun 8-25-vuotiaille, sekä useita koulutustapahtumia. Vuonna 1985 kantakirja perusti yhdistyksen nimeltä FRH, jonka tarkoituksena on tuoda yhteen nuoria lahjakkaita hevosia, sekä menestyneitä

ratsastajia. Hannoverilla on tytärorganisaatiot USA:ssa, Kanadassa, Australiassa, Uudessa-Seelannissa, Italiassa, Tanskassa, Suomessa, Ranskassa, Iso-Britanniassa ja Venäjällä. (Hannover Verband, 2018)

Hannover-kasvattajilta vaaditaan sekä Hannover Verbandin jäsenyys että oman alueensa kasvattajaseuran jäsenyys. Kantakirjalla on eri tasoisia jäsenyyksiä, joihin kaikkiin sisältyy etuna Der Hannoveraner-lehti. Kasvattajilta vaaditaan kasvattajajäsenyys ja nuorille on tarjolla hieman edullisempi jäsenyysvaihtoehto. Kantakirjan verkkosivuilta löytyy tarkka säännöstö sekä englanniksi että saksaksi. Hannover järjestää myös vuosittain viikon kestäväen kurssin Hannover-kasvatuksesta, sukulinjoista ja kantakirjan toiminnasta. (Hannover Verband, 2018)

### 3.2.2 Holstein

Holstein on Saksan toiseksi suurin kantakirja heti Hannoverin jälkeen. Se on perustettu 1883 ja ensimmäinen kantakirja on julkaistu vuonna 1897. 1900-luvun puolivälissä koneellistumisen myötä Holstein keskittyi pelkästään urheiluhevosen jalostukseen. Kantakirjatammoja Holsteinilla on noin 8000, yksityisomistuksessa olevia siitosoreja on 200, sekä kantakirjan omistuksessa olevia oreja on noin 70. (Holsteiner Verband, 2018). Suurin osa jalostuksesta on keskittynyt Saksan alueelle, mutta Holsteinilta löytyy kantakirjaoreja myös USA:sta, Belgiasta, Tanskasta, Iso-Britanniasta, Hollannista, Ruotsista ja Tšekistä. Kantakirjalla ei kuitenkaan ole varsinaisia alajärjestöjä kyseisissä maissa.

Holstein keskittyy jalostuksessa pääosin estehevosiin, mutta myös koulu- ja kenttähevosten jalostus on tärkeässä osassa. Tammojen kantakirja on suljettu, mutta poikkeuksellisen laadukkaita muun rotuisia oreja hyväksytään holstein-kantakirjaan. Holsteiner Verband on jakautunut 12 jalostusalueeseen, joilla jokaisella on oma lautakuntansa. 11 näistä jalostusalueista keskittyy Schleswig-Holsteinin alueelle ja yksi on tarkoitettu alueen ulkopuolisille kantakirjan jäsenille. Kantakirjan jäsenille tarjotaan apua orivalinnan teossa, mutta muista palveluista verkkosivuilla ei löydy mainintaa. (Holsteiner Verband, 2018)

Holsteiner Verband on osa European Innovation Partnership (EIP)-projektia, jonka tarkoituksena on vahvistaa hevosten terveyttä, hevostaloutta, sekä holsteinien käyttöä ja kasvatusta. Projekti on valtion ja EU:n tukema ja sen tarkoituksena on luoda internet-tietokanta kehitettävistä kohteista. (Holsteiner Verband, 2018)

### 3.2.3 Miten nämä kantakirjat eroavat toisistaan?

Pintapuolisesti tarkasteltuna Hannoverilla ja Holsteinilla ei näyttäisi olevan suuria eroja, molemmat kantakirjat panostavat estehevoskopasvatukseen ja

ne haluavat tuottaa laadukkaita urheiluhevosiä. Ensimmäisenä erona esiin nousee, että holstein-kantakirja omistaa itse osan siitosoreistaan, kun taas kaikki hannoverin siitosorit ovat yksityisomistuksessa.

Hannover on panostanut estehevoskopastukseen omalla jalostusohjelmalla, sekä brändäämällä G-linien. Holstein taas on keskittynyt tammalinjoihin ja niiden esiintuontiin. Hannover tuo itseään esiin avoimempana, holsteinin markkinointitapa taas on eksklusiivisempi, houkutustekijän ollessa se, että vain laadukkaimmat hevoset hyväksytään kantakirjaan. Holstein on keskittänyt jalostuksensa suurimmilta osin Saksan alueelle, lukuun ottamatta USA:ssa ja Euroopassa käytössä olevia yksityisomistuksessa olevia jalostusoreja, kun taas Hannover on huomattavasti kansainvälisempi kuudella alajärjestöllään ympäri maailmaa.

### 3.3 Tanskalainen lämminverinen ratsuhevonen (DWB)

DWB:n eli tanskalaisen lämminverisen ratsuhevosen kantakirja on melko tuore, se on perustettu vuonna 1962. Maan kokoon nähden DWB on suhteellisen suuri, jäseniä kantakirjalla on yli 5000. DWB keskittyy lähinnä este- ja kouluhevosten jalostukseen ja kasvatuksen painotus on hyvissä emälinjoissa. Rodun jalostustavoitteet ovat hyvin selkeästi listattuna verkkosivuilla, kuten myös tarvittavat toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi. Kantakirjan juuret juontavat pitkälti saksalaisiin hevosiin, muun muassa trakehner on rotuna vaikuttanut vahvasti DWB:hen. (DWB, 2018)

DWB on panostanut jonkin verran kansainvälisyyteen, rodulta löytyy kantakirja myös USA:sta. Huomion kuitenkin kiinnittää se, miten DWB panostaa nuoriin ja tuleviin kasvattajiin. Nuorille järjestetään omia koulutustapahtumia sekä kilpailuja, joiden tarkoituksena on rohkaista uusia nuoria kasvattajia lähtemään mukaan DWB:n toimintaan. Kantakirjan maksulliseen jäsenyyteen sisältyvät seuraavat palvelut: kuukausittain ilmestyvä lehti Ridehesten, kantakirjan tietokannan käyttöoikeus, jalostusneuvonta, osallistumisoikeus DWB:n tapahtumiin ja kilpailuihin, sekä hevosten myynti DWB:n myyntipalstan kautta. Jäsenillä on myös oikeus käyttää DWB:n omaa logoa, mutta ei kaupallisiin tarkoituksiin. (DWB, 2018) DWB myös järjestää kolme kertaa vuodessa suuren huutokauppatapahtuman, näistä kahden ollessa varsahuutokauppoja ja yhden ollessa avoin kaiken ikäisille hevosille. (Dansk Varmblod Auktion, 2017)

### 3.4 Ruotsalainen lämminverinen ratsuhevonen (SWB)

SWB:n eli Ruotsalaisen lämminverisen ratsuhevosen kantakirja on perustettu vuonna 1928. Se on yksi maailman vanhimpia lämminverirotuja, juontaen juurensa 1600-luvulle saakka. SWB-kantakirja on suhteellisen pieni, siihen kuuluu noin 3500 jäsentä. Kasvatuksen painopisteenä on este- ja kouluhevokset, mutta rotuun kuuluu myös menestyneitä kenttä- ja

valjakkohevosia. SWB:llä on lukuisia vuosittaisia tapahtumia, joissa rotu pääsee hyvin esiin, muun muassa Breeders Trophy -kilpailu, joka on hyvin samankaltainen Suomen Breeder's Prize -kilpailun kanssa. Kantakirja järjestää myös vuosittain varsojen eliittihuutokaupan Flyingessä, joka on Ruotsin hevoturheilun keskus. (SWB, 2018)

SWB erottuu positiivisesti muista suuremmista kantakirjoista sillä, että se tekee myös yhteistyötä maan raviurheiluväen kanssa, osallistuen Solvallassa järjestettävään vuosittaiseen ravivarsahuutokauppaan Kriterieen. Tapahtuma on raviväen suurin varsahuutokauppa, jossa myös huutokaupataan 2-vuotiaita tulevia estehevosia. Kouluhevosvarsojen suurin myyntitapahtuma on puolestaan Flyingessä suurten kansainvälisten kouluratsastuskilpailujen yhteydessä. (SWB, 2018)

SWB-kantakirjalla on kolme eri maksullista jäsenyysvaihtoehtoa; PLUS-, AKTIV-, ja perusjäsen. Alle 26-vuotiaat henkilöt saavat jäsenyyden puoleen hintaan, millä tuetaan nuorten saamista mukaan kantakirjan toimintaan. Kantakirjan jäsenillä on osallistumisoikeus muun muassa nuorten hevosten testeihin, verkostoitumistapaamisiin ja huutokauppoihin. (SWB, 2018)

SWB:llä on myös vuonna 2018 ollut projekti ”SWB on the Road”, missä kantakirja järjesti vuoden aikana eri puolella Ruotsia SWB-tapaamisia paikallisille hevosalan yrittäjille. Tapaamiset olivat maksuttomia ja jokaisessa oli lyhyitä luentoja, jotka käsittelivät muun muassa orivalintoja ja nuorten hevosten testejä. Tapahtumissa järjestettiin myös näytösluontoisia miniklinikoita. (SWB, 2018)

SWB:n ollessa pienempi kantakirja, se on käyttänyt hyvin hyödykseen verkostoitumista tehdäkseen itsensä tunnetummaksi myös muualla kuin ratsuhevospiireissä. Yhteistyö raviurheiluväen kanssa tuo rotua huomattavasti suuremman yleisön tietoisuuteen, raviurheilun vetäessä vuosittain noin 1,2 miljoonaa katsojaa. (Svensk Travsport, 2011)

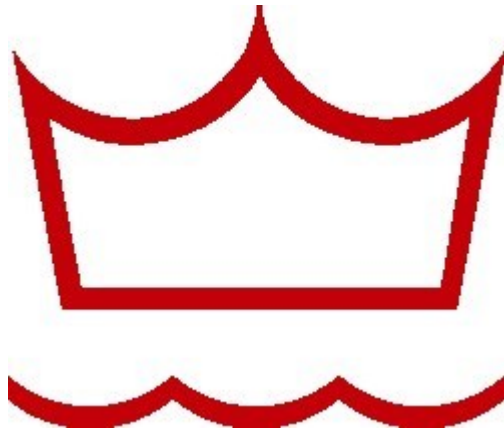
### 3.5 Kantakirjojen brändäys

Brändi on kaikkien mielikuvien ja tietojen summa, joka kuluttajalla on tietystä asiasta. Brändi on aina ”totta”, vaikka se ei olisikaan yrityksen tahtotilan mukainen. (Kahri & Mäkinen, 2010). Brändi on yhdistävä tekijä kaikille markkinointitoimenpiteille. Se antaa asiakkaille yksinkertaisen tavan muistaa, mikä tuote on ja mitä se tekee, joka puolestaan helpottaa miten asiakkaat näkevät tuotteen. Brändäys vaikuttaa merkittävästi asiakkaiden näkemykseen tuotteesta ja se onkin hyvä tapa erottua kilpailevista tuotteista markkinoilla. Tulisi myös muistaa, että brändi on paljon enemmän kuin pelkkä nimi. Nimellä tietenkin on merkittävä vaikutus, koska se ilmaisee brändin persoonallisuutta. (Blythe, 2006).

KWPN tuo verkkosivuillaan esiin brändilupaustaan. Hyödyn tai lupauksen tulisi kuvailla tuotteen merkittävintä ominaisuutta, joka tekee siitä spesiaalisen ja erottaa sen muista kilpailijoista. Hyödyn tulisi vastata peruskysymykseen; mitä hyötyä siitä on minulle? Ei ole kyse siitä mitä tuote tekee, vaan mitä se tekee asiakkaan hyväksi. (Gronlund, 2013). KWPN panostaa asiakaspalveluun ja korostaa palvelujensa yksinkertaisuutta asiakkailleen. Koostaan huolimatta kantakirja tähtää lähestyttävyyteen. Heti verkkosivujen etusivulla mainostetaan varsojen helppoa rekisteröintiä ja tarjolla olevaa jalostusneuvontaa. Myös kantakirjan jäseneksi pääsee liittymään suoraan etusivulta ja palvelut on listattu hyvin selkeästi.

Holstein on käyttänyt verkkosivuillaan yhtenä brändäyksen keinona iskulausetta. Kirjassa *Perspectives on Branding* todetaan, että brändillä on hyvä olla iskulause (tagline). Iskulauseen tulisi olla lyhyt ja ytimekäs viesti esimerkiksi brändilupauksesta tai brändin ydin tiivistetysti. Yleensä iskulause yhdistetään logoon. Koska iskulause usein näkyvyytensä vuoksi yhdistetään läheisimmin brändiin, se on valtavan tärkeässä asemassa brändin rakentamisessa. Logot käyvät usein läpi muutoksia ajan kuluessa, pieniä tai joskus hyvinkin dramaattisia. Iskulauseita taas muutetaan useammin, jotta ne pysyisivät mukana trendien ja markkinoiden muuttumisessa, pitäen brändin tuoreena ja mahdollisimman samaistuttavana. Useasti myös mainoskampanjoita varten kehitetään iskulauseita. Tällainen iskulause voi elää pitkäänkin, jos mainoskampanja on pitkä, mutta siitä harvoin tulee ikoninen osa brändiä. (Miletsky, 2009) Holsteinin iskulauseena on lyhyesti ja ytimekkäästi ”Charakter, Charisma, Class”, joka tiivistää kolmeen sanaan kantakirjan ytimen. Tätä voidaan myös pitää viestinä brändilupauksesta.

”Tuote erotetaan nimellä kilpailevista tuotteista. Kun nimi visualisoidaan logolla, saadaan aikaan tuotemerkki. Kun tuote viedään markkinoille, siihen liitetään haluttavia ominaisuuksia. Näin tuotemerkistä tehdään brändi.” (Bergström & Leppänen 2015.). Logo, sekä muut visuaaliset ja auditiiviset elementit, kuten värit, fontit, iskulauseet ja jopa musiikilliset yhteydet, ovat konkreettisia elementtejä brändin tunnistamisessa. Ihmiset olettavat useasti, että logo on sama asia kuin brändi. Näin ei kuitenkaan ole, vaan logon on tarkoitus edustaa brändiä. (Miletsky, 2009). Kaikilla tässä työssä käsitellyillä kantakirjoilla on oma logonsa, mutta DWB on ainoa, joka verkkosivuillaan kertoo logonsa taustasta ja synnystä, luoden tunnesidettä kuluttajan ja logon välille. Logon nimi on Kruunu Laineilla ja se kuvastaa veden ympäröimää kuningaskuntaa, eli Tanskaa. (Kuva 2.) Logo on yksinkertainen ja helposti tunnistettava ja se tiivistää hyvin brändin olemusta. (DWB, 2018).



Kuva 2. Kruunu laineilla

#### 4 FWB-KANTAKIRJAN MARKKINATUTKIMUS

Markkinatutkimus on tutkimusanalyysi markkinoista ja siellä vaikuttavista tekijöistä. Markkinatutkimuksen tarkoituksena on auttaa tunnistamaan markkinoitavan tuotteen vahvuudet ja heikkoudet kilpailijoihin nähden, ymmärtää, kuinka eri asiakassegmentit tekevät päätöksiä, sekä auttaa kehittämään kilpailuetuja. Markkinatutkimusta ei tule sekoittaa markkinointitutkimukseen, joka taas on laajempi tutkimus, jolla pyritään löytämään uusia markkinointimahdollisuuksia ja saamaan tietoa nykyisten markkinointitoimenpiteiden vaikutuksesta. (Heinonen, 2003)

Ensisijaisen tutkimuksen tekemiseen on monia tapoja, mutta ne voidaan jakaa kvalitatiivisiin ja kvantitatiivisiin tapoihin. Kvantitatiivisiin tapoihin sisältyy yleensä kyselyitä ja niiden tarkoitus on tuottaa informaatiota kuluttajien tavoista ja tottumuksista. Näin ollen kvantitatiivinen tapa tuottaa mitattavia tuloksia. Kvalitatiivinen tapa on parempi tuottamaan vastauksia, miksi kuluttajat tekevät asioita tietyllä tavalla. Kvalitatiivinen tutkimus käyttää kohderyhmiä tai haastatteluja selvittääkseen, mitä kuluttajien näkemykset ovat ja kuinka ne muodostuvat. Näin ollen se kertoo ongelman laadusta. Se auttaa myös selvittämään, millaisia ovat kuluttajien näkemykset brändeistä. (Blythe, 2006).

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää vastaajien tämänhetkistä kuvaa FWB-hevosesta rotuna ja brändinä ja tutkia, kuinka rotua voitaisiin markkinoida paremmin Suomessa ja ulkomailla, sekä sen tunnettuutta parantaa. Tutkimuksessa käytettiin ensisijaista kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Ensisijainen tutkimus on tehty juuri markkinoinnin kohdetta varten ja sen tarkoituksena on tuottaa uutta tietoa FWB:n markkinointia varten. (Blythe, 2006) Tarkoituksena oli tuottaa tietoa, joka kertoo millä tavalla eri taustatekijöiden mukaan jakautuneet ryhmät suhtautuvat kulloinkin



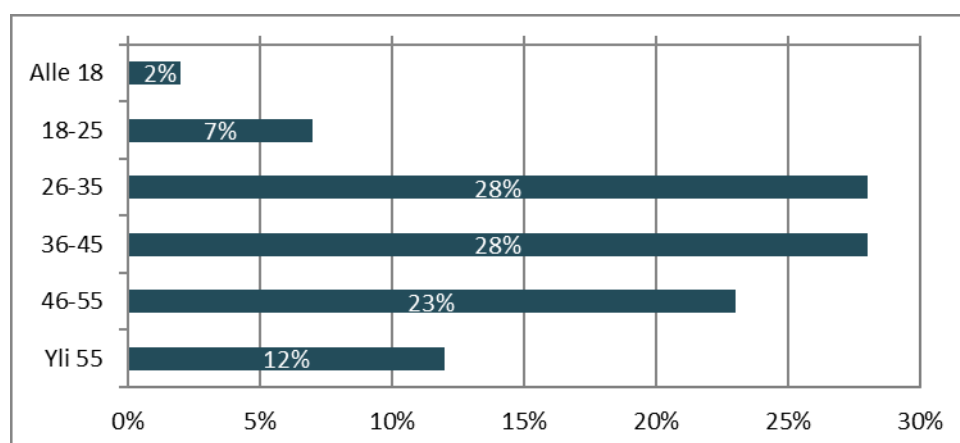
kyseessä olevaan asiaan, tai mikä on kunkin muuttujan saamien vastausten määrä. (Heinonen, 2003)

Menetelmänä käytettiin avointa internet-kyselyä, jonka kohderyhminä olivat FWB-hevosien kasvattajat, omistajat, valmentajat, ammattiratsastajat ja ratsuttajat. Kyselyä jaettiin julkisesti Suomen Hippoksen kautta. Kysely oli avoinna kaksi viikkoa aikavälillä 22.10.2018-5.11.2018 Suomen Hippoksen verkkosivuilla ja siihen vastasi 125 henkilöä.

Kyselylomakkeessa (liite 1.) oli monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä, sekä arviointiasteikoita. Suurin osa kysymyksistä oli valintoja ja arviointiasteikkoja, jotta kyselyyn vastaaminen ja sen analysointi olisi mahdollisimman yksinkertaista. Kysymyksiä oli yhteensä 34. Kysely oli jaettu neljään osa-alueeseen: yleiseen osioon, joka oli suunnattu kaikille vastaajille, kasvattajille suunnattuun osioon, ratsuttajille, kilparatsastajille ja valmentajille suunnattuun osioon, sekä hevosenomistajille suunnattuun osioon. Kyselyn lopussa oli avoin kysymys, johon kaikki vastaajat saivat antaa palautetta, kritiikkiä ja kehitysideoita koskien FWB-kantakirjaa ja sen markkinointia.

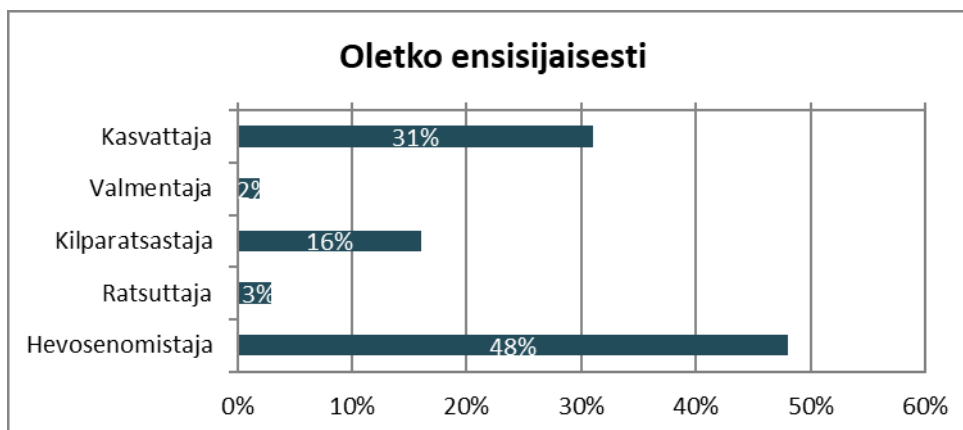
## 5 MARKKINATUTKIMUKSEN TULOKSET

Kyselyyn vastasi 125 henkilöä. Suurin osa vastaajista, noin 60 prosenttia, oli kotoisin Etelä-Suomesta, 35 %:n heistä ollessa kotoisin Uudeltamaalta. Vastaajien ikä jakautui melko tasaisesti 26 ja 55 ikävuoden välille. Vastaajista 9 % (11 henkilöä) oli alle 26-vuotiaita ja 12 % (15 henkilöä) yli 55-vuotiaita. (Kuva 3.)



Kuva 3. Kyselyyn vastanneiden iät.

Vastaajista 60 oli ensisijaisesti hevosenomistajia, 39 kasvattajia, 20 kilparatsastajia, 4 ratsuttajia ja 2 valmentajia. Vain yhden vaihtoehdon sai valita tässä kysymyksessä. (Kuva 4.)

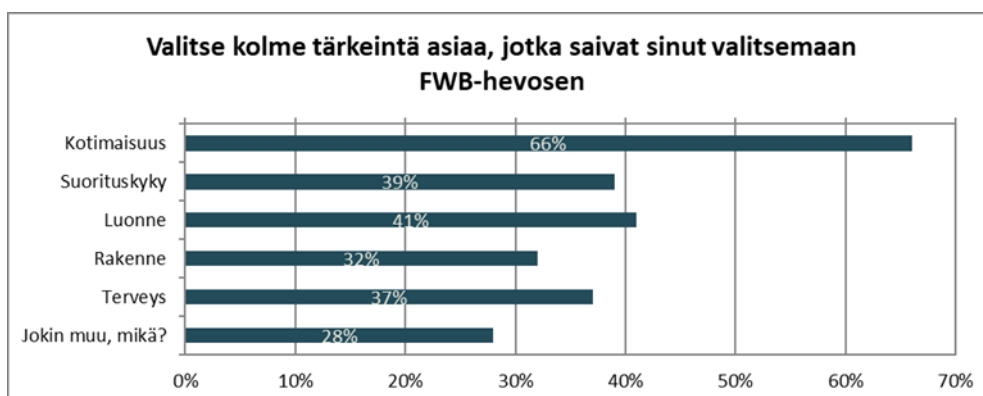


Kuva 4. Miten vastaajat olivat ensisijaisesti FWB:n kanssa tekemisissä.

Kaikki alle 18-vuotiaat kyselyyn vastanneet kertoivat olevansa kilparatsastajia. Yli puolet 18-25-vuotiaista sekä 26-35-vuotiaista vastasivat olevansa ensisijaisesti hevosenomistajia. Näissä ikäryhmissä oli noin viidesosa kasvattajia ja kilparatsastajia. Ensisijaisesti ratsuttajaksi itsensä nimesivät 26-35-vuotiaiden ikäryhmässä kaksi henkilöä. Ikäryhmä 36 ja 45 ikävuoden välillä sekä 46 ja 55 ikävuoden välillä jakautui melko tasaisesti ensisijaisten kasvattajien ja hevosenomistajien kesken. Vajaa viidesosa 36-45-vuotiaista nimesivät itsensä ensisijaisesti kilparatsastajiksi ja yksi vastaaja valmentajaksi, kun taas 46-55-vuotiaista yksi nimesi itsensä ensisijaisesti ratsuttajaksi ja kaksi kilparatsastajiksi. Yli 55-vuotiaat vastaajat jakautuivat melko tasaisesti ensisijaisiin kasvattajiin ja hevosenomistajiin, yhden vastaajista nimetessä itsensä ensisijaisesti valmentajaksi.

### 5.1 Syyt FWB-hevoson valitsemiseen

Vastaajia pyydettiin valitsemaan kolme tärkeintä asiaa, jotka saivat heidät valitsemaan FWB-hevoson. 66 % mielestä yksi tärkeimmistä asioista oli kotimaisuus. Seuraavaksi tärkeimpänä koettiin luonne ja suorituskyky. Terveiden valitsi 37 % ja rakenteen 32 % vastaajista. Kysymyksessä oli myös avoin vastausvaihtoehto; ”jokin muu, mikä?”, johon vastasi 34 henkilöä. (Kuva 5.) Avoimessa vastausvaihtoehdossa esiin nousivat eniten vastaukset suku, hevoson taustan tunteminen ja oma kasvattaminen.



Kuva 5. Kolme tärkeintä asiaa, jotka saivat vastaajat valitsemaan FWB-hevosien.

Kysymykseen vastanneet hevosenomistajat nimesivät kolmeksi tärkeimmäksi asiaksi kotimaisuuden, luonteen ja terveyden. FWB-hevosien kasvattajille ylivoimaisesti tärkein asia oli kotimaisuus, 81 prosenttia piti tätä seikkaa yhtenä tärkeimmästä ominaisuudesta. Muita kasvattajille tärkeitä asioita olivat suorituskyky, rakenne ja terveys. Kilparatsastajat valitsivat kolmeksi tärkeimmäksi asiaksi kotimaisuuden, suorituskyvyn ja luonteen. Ratsuttajat pitivät tärkeimpänä rakennetta ja suorituskykyä, valmentajat taas kotimaisuutta, terveyttä ja suorituskykyä.

## 5.2 Mielikuvat FWB-hevosesta

Vastaajia pyydettiin kuvailemaan FWB-hevosta kolmella sanalla. Kysymykseen vastasi 102 henkilöä 116:lla eri sanalla. Vastauksia analysoidessa jaoin sanat viiteen eri kategoriaan: ulkonäköä kuvaavat adjektiivit, luonnetta kuvaavat adjektiivit, muut FWB:tä kuvaavat adjektiivit, negatiiviset mielikuvat, sekä mielikuvat, jotka eivät sopineet mihinkään edellä mainituista kategorioista. Vastaajien mielikuvia kysyttäessä vastaukset ovat subjektiivisia, mutta jaoin vastaukset eri luokkiin kyselyn kontekstin ja vastausten herättämien mielikuvien ja tuntemusten mukaan. Negatiivisina mielikuvina pidin vastauksia, joissa oli käytetty negatiivisia tuntemuksia herättäviä adjektiiveja, kuten esimerkiksi huono ja kallis. Vaikka kallis ei välttämättä ole negatiivinen sana, tämän kyselyn kontekstissa se kuitenkin tuli esiin negatiivisena. Positiivisiksi mielikuviksi laskin vastaukset, jotka kyselyn kontekstissa nousivat esiin positiivisia tuntemuksia herättävänä. Neutraaleiksi mielikuviksi laskin sanat, jotka olivat ehkä enemmän toteamuksia FWB-hevosesta, eivätkä herättäneet negatiivisia tai positiivisia tuntemuksia.

Eniten käytettyjä sanoja olivat **kotimainen, laadukas, monipuolinen, terve** ja **urheilullinen**. Olin myös kategorioinut nämä kaikki sanat muihin FWB:tä kuvaaviin adjektiiveihin. Pääosin mielikuvat olivat positiivisia tai neutraaleja, alle 10 % vastauksista olivat negatiivisia. Useimmiten esiintyneet negatiiviset vastaukset olivat **huonosti brändätty, huonosti koulutettu ja kallis**. (Kuva 6.) Suurin osa kysymykseen vastanneista olivat kuvailleet FWB-hevosta joko pelkästään positiivisin tai pelkästään negatiivisin sanoin. Vain kaksi vastaajista olivat kuvailleet FWB:tä sekä positiivisin, että negatiivisin ilmauksin.

Useimmiten esiintyneet positiiviset sanat	Useimmiten esiintyneet negatiiviset sanat
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kotimainen</li> <li>• Laadukas</li> <li>• Monipuolinen</li> <li>• Terve</li> <li>• Urheilullinen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Huonosti brändätty</li> <li>• Kallis</li> <li>• Keskiverta/vaatimaton</li> <li>• Huonosti koulutettu</li> <li>• Sekalainen suku</li> </ul>

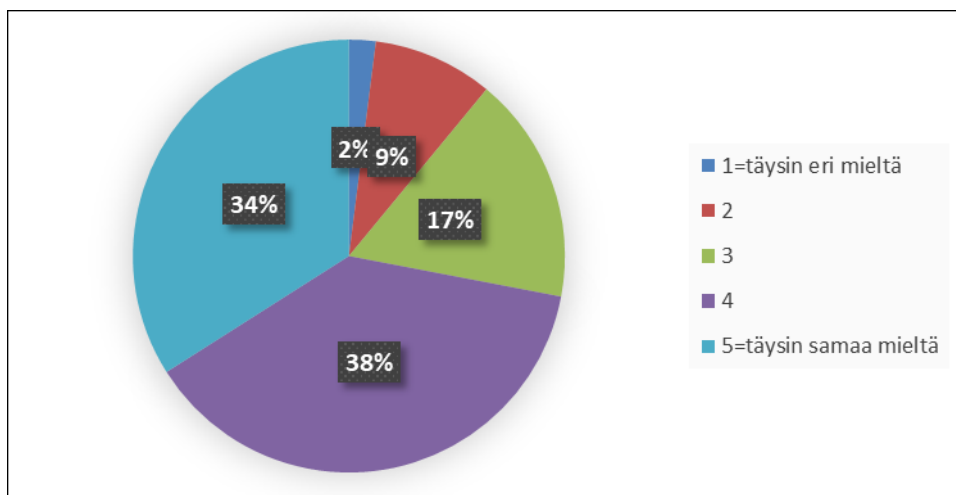
Kuva 6. Useimmiten esiintyneet positiiviset ja negatiiviset sanat.

Ulkonäköä kuvailevia sanoja oli 35. Yleisimmin esiintyviä sanoja tässä kategoriassa olivat kaunis, jalo, urheilullinen ja sporttinen. Muita ulkonäköä kuvailevia sanoja olivat hyvärakenteinen, hieno, näyttävä, ryhdikäs ja moderni. FWB-hevosen luonnetta kuvaavia sanoja oli 55. Näistä yleisimpiä olivat luotettava, rehellinen ja hyväluontoinen. Muita luonnetta kuvaavia sanoja, jotka esiintyivät useammin kuin kerran olivat herkkä, kuuliainen, varma ja yhteistyöhaluinen.

Eri vastaajaryhmien välillä ei ollut suurta eroa mielikuvien suhteen. Ensisijaisten hevosenomistajien vastauksissa eniten esiintyneet sanat olivat kotimainen, monipuolinen, terve ja laadukas. Ensisijaisilla kasvattajilla vastaavat olivat kotimainen, suorituskykyinen, terve ja laadukas. Kilparatsastajien mielikuvat olivat hyvin samankaltaiset hevosenomistajien kanssa, sillä erotuksella että urheilullisuus nousi esiin yhtenä yleisimmistä sanoista. Ratsuttajia ja valmentajia oli yhteensä vain kolme henkilöä, mutta myös heidän vastauksissaan esiin nousivat pääosin samat sanat kuin muillakin ryhmillä.

### 5.3 Laatu ja kilpailukyky

Vastaajia pyydettiin antamaan mielipiteensä asteikolla 1-5, onko FWB-hevonen heidän mielestään laadullisesti sekä suorituskyvyltään kilpailukykyinen muiden eurooppalaisten lämminveriroitujen kanssa. Asteikolla yksi tarkoitti, että vastaaja oli täysin eri mieltä väittämän kanssa ja viisi, että vastaaja oli täysin samaa mieltä. Vastausten keskiarvo oli 4. 72 prosenttia vastasivat 4 tai 5, eli suurin osa vastaajista oli samaa mieltä väittämän kanssa. (Kuva 7.)



Kuva 7. FWB on laadultaan ja suorituskyvyltään kilpailukykyinen muiden eurooppalaisten lämminverirotuksen kanssa.

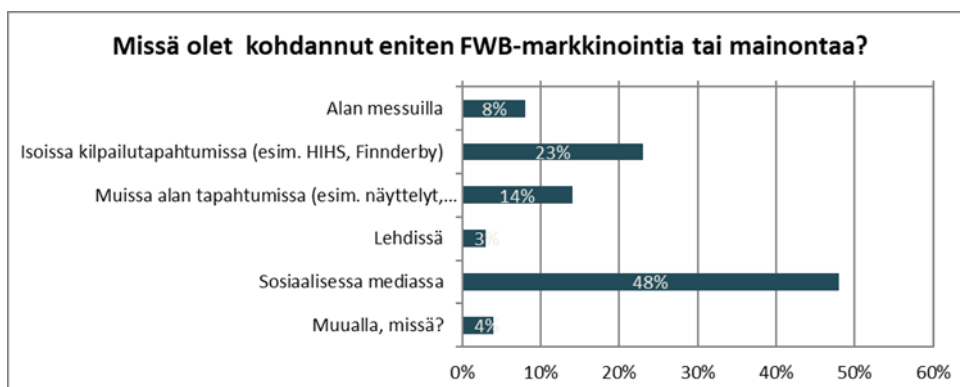
Vastaajien mielipiteet eivät vaihdelleet suuresti ikäryhmien välillä, eivätkä riippuneet juurikaan siitä, mihin ammattiryhmään vastaajat kuuluivat ensisijaisesti. Eniten eri mieltä olivat ratsuttajat keskiarvolla 3,75 ja täysin samaa mieltä valmentajat keskiarvolla 5. Tässä kuitenkin tulee ottaa huomioon, että ensisijaisesti ratsuttajia olivat neljä kaikista vastaajista ja ensisijaisesti valmentajia kaksi henkilöä vastanneista. Ikäryhmistä alle 18-vuotiaat olivat eniten samaa mieltä väittämän kanssa keskiarvolla 4,67, kun taas 18-25-vuotiaat olivat eniten eri mieltä keskiarvolla 3,88.

#### 5.4 Markkinointi ja mainonta

FWB-yhdistys ja Suomen Hippos ovat molemmat sosiaalisessa mediassa aktiivisia Facebookissa, sekä Suomen Hippos Twitterissä. Yhteensä nämä järjestöt tavoittavat sosiaalisessa mediassa noin 12 000 ihmistä. Tämän lisäksi useat FWB-hevosten kasvattajat ovat aktiivisia sosiaalisessa mediassa, pääosin Facebookissa.

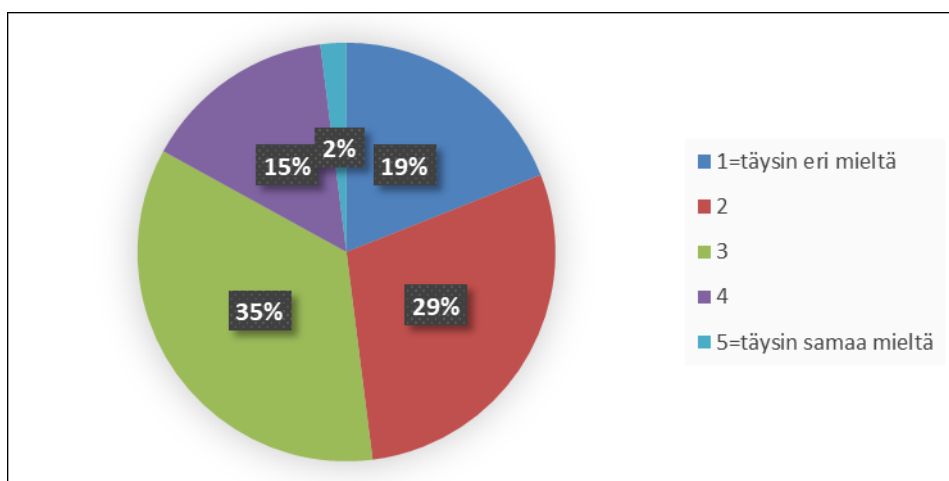
Vastaajista lähes puolet kertoivat kohdanneensa eniten markkinointia tai mainontaa sosiaalisessa mediassa, 23 prosenttia isoissa kilpailutapahtumissa (esimerkiksi HIHS ja Finnderby), 14 prosenttia muissa alan tapahtumissa (esimerkiksi näyttelyt ja valmennusklinikat), 8 prosenttia alan messuilla ja 3 prosenttia lehdissä. Kolme henkilöä kertoivat, että he olivat kohdanneet FWB-hevoseen kohdistunutta markkinointia tai mainontaa hyvin vähän. Kaksi vastaajaa kertoivat nähneensä eniten markkinointia ja mainontaa FWB-Yhdistyksen taholta. (Kuva 8.)

Eri ikäryhmistä kaikki lukuun ottamatta 18-25-vuotiaita vastasivat kohdanneensa eniten markkinointia tai mainontaa sosiaalisessa mediassa. 18-25-vuotiaat taas kertoivat kohdanneensa markkinointia ja mainontaa eniten muissa alan tapahtumissa.



Kuva 8. Missä olet kohdannut eniten FWB-markkinointia tai mainontaa.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-5 panostusta FWB-hevosen esilletuontiin ja markkinointiin. 48 % oli sitä mieltä, että rodun markkinointiin ja esilletuontiin ei panosteta riittävästi. Vain 17 prosenttia olivat tyytyväisiä nykyiseen panostukseen ja kokivat sen riittäväksi. (Kuva 9.) Vastausten keskiarvo oli 2,36.



Kuva 9. FWB-hevosen markkinointiin ja esilletuontiin panostetaan mielestäni riittävästi.

Alle 26-vuotiaat olivat väittämän kanssa eniten samaa mieltä, vastausten keskiarvon ollessa 3. Vanhemmat vastaajat olivat huomattavasti negatiivisempia, vastausten keskiarvon ollessa enimmäkseen lähellä kahta. Ammattiryhmien välillä ei ollut suurta eroa mielipiteiden suhteen. Kasvattajat olivat väittämän kanssa eniten eri mieltä 2,36 keskiarvolla, mutta eroa ei ollut paljon hevosenomistajiin, joiden vastausten keskiarvo oli 2,46. Kilparatsastajat, ratsuttajat ja valmentajat olivat huomattavasti enemmän samaa mieltä keskiarvolla kolme. Huomioitavaa kuitenkin on jälleen, että ensisijaisesti kyselyyn vastanneita ratsuttajia ja valmentajia oli vain kuusi henkilöä.

## 5.5 Rodulle suunnatut tapahtumat

FWB-hevoselle järjestetään vuosittain Suomen Hippoksen ja FWB-Yhdistyksen toimesta erilaisia tapahtumia ja kilpailuja. Näitä ovat muun muassa Laatuarvostelu, oriiden ja tammojen jalostusarvostelut, Kyvyt Esiin ja FWB-päivät.

Kysymykseen vastanneista 63 henkilöä olivat sitä mieltä, että rodulle järjestetään riittävästi tapahtumia. Vastaajista 32 olivat sitä mieltä, että tapahtumia ja kilpailuja voitaisiin vielä lisätä, kun taas 28 henkilöä eivät osanneet arvioida, onko nykyinen määrä riittävä. (Kuva 10.) Vastaajista hevosnomistajat ja kasvattajat olivat tyytyväisimpiä nykyisten tapahtumien määrään. Kasvattajista kuitenkin myös 39 % toivoivat lisää FWB:lle suunnattuja tapahtumia. Näitä olivat muun muassa nuorten hevosten sarjakilpailut, ikäluokkakilpailut, sekä vain FWB-hevosille avoimet luokat eri lajien kilpailuissa. Vastaajien tyytyväisyys jakaantui maantieteellisesti niin, että pohjoisempana asuvat vastaajat kaipaivat enemmän tapahtumia. Esimerkiksi Pohjois-Savossa asuvista 37 % olivat sitä mieltä, että FWB:lle ei järjestetä riittävästi tapahtumia. Samaa mieltä olivat myös kaikki kolme kyselyyn vastannutta Pohjois-Karjalassa asuvaa henkilöä. Kyselyyn kuitenkin vastasi selvästi eniten eteläisessä Suomessa asuvia henkilöitä.



Kuva 10. FWB:lle suunnatut tapahtumat.

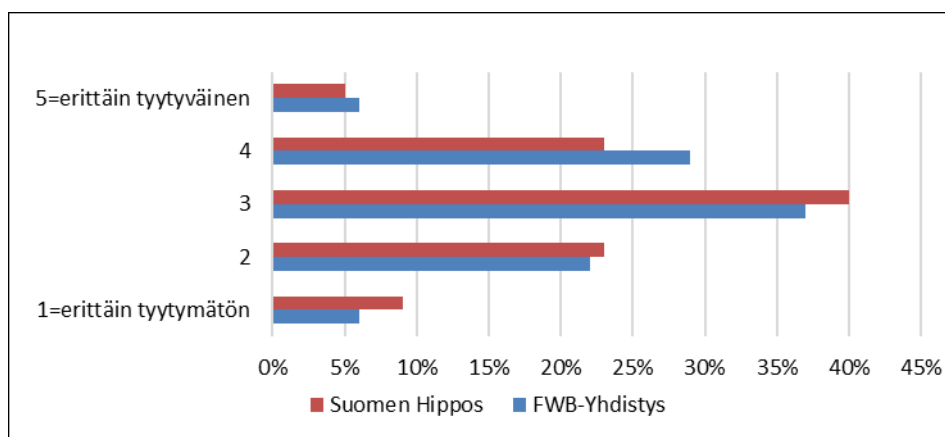
34 henkilöä vastasi jatkokysymykseen, jossa selvitettiin, millaisia tapahtumia he kaipaivat lisää. Vastaajat toivoivat avoimia luokkia, enemmän tapahtumia muualle kuin Etelä-Suomeen, muita FWB:lle suunnattuja tilaisuuksia kuin kilpailuja, enemmän luokkia nuorille hevosille, sekä parempia palkintoja. Vastaajat myös toivoivat, että FWB-hevosten tapahtumien järjestämisessä otettaisiin mallia suomenhevosista.

Vastaajia pyydetiin myös ilmaisemaan tyytyväisyytensä tällä hetkellä järjestettäviin FWB-tapahtumiin. Suurin osa olivat melko tai hyvin tyytyväisiä, tyytymättömiä olivat vain noin 10-20 prosenttia vastaajista. Parhaimpana tapahtumana pidettiin Breeder's Prizea ja heikoimpana tapahtumana oriiden jalostusarvostelua. Vastaajat, joiden mielestä FWB:lle suunnattuja tapahtumia järjestetään riittävästi, olivat tyytyväisempiä tällä hetkellä

järjestettyihin tapahtumiin (ka 3,39), kuin vastaajat, joiden mielestä ro-  
dulle ei järjestetä riittävästi tapahtumia (ka 3,07). Tämänhetkisten tapah-  
tumien määrään tyytyväiset vastaajat olivat tyytyväisimpiä 5-Vuotisder-  
byyn (ka 3,63) ja tyytymättömiä oriiden jalostusarvosteluun (ka 2,98).  
Vastaajat, jotka eivät olleet tyytyväisiä nykyisten tapahtumien määrään  
olivat tyytymättömiä FWB-päiviin (ka 2,76) ja tyytyväisimpiä laatu-  
arvosteluun (ka 3,32).

## 5.6 FWB-Yhdistys ja Suomen Hippos

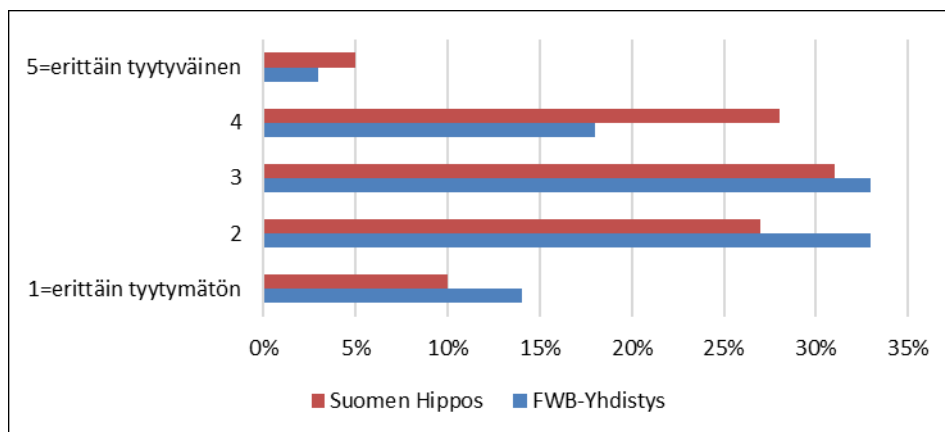
Hippoksen ja FWB-Yhdistyksen toimintaan kokonaisuudessaan oltiin  
melko tyytyväisiä. Erittäin tyytymättömiä tai erittäin tyytyväisiä oli noin  
kymmenen prosenttia. FWB-Yhdistyksen toimintaan oltiin hiukan tyytyväi-  
sempiä kuin Suomen Hippoksen. (Kuva 11.). Keskimääräisesti kasvattajat  
olivat tyytymättömiä FWB-Yhdistyksen toimintaan (ka 2,72) ja valmen-  
tajat olivat tyytymättömiä Suomen Hippoksen toimintaan (ka 2,5).  
Suomen Hippoksen toimintaan tyytyväisimpiä olivat kilparatsastajat (ka  
3,15) ja FWB-Yhdistyksen toimintaan valmentajat (ka 4,5). Kaiken kaikki-  
aan tyytyväisimpiä olivat kilparatsastajat ja tyytymättömiä kasvattajat.  
Eri ikäryhmistä tyytyväisimpiä molempien järjestöjen toimintaan olivat alle  
26-vuotiaat, tyytymättömiä olivat 36-55-vuotiaat.



Kuva 11. Kuinka tyytyväinen olet Suomen Hippoksen ja FWB-Yhdistyksen toimintaan?

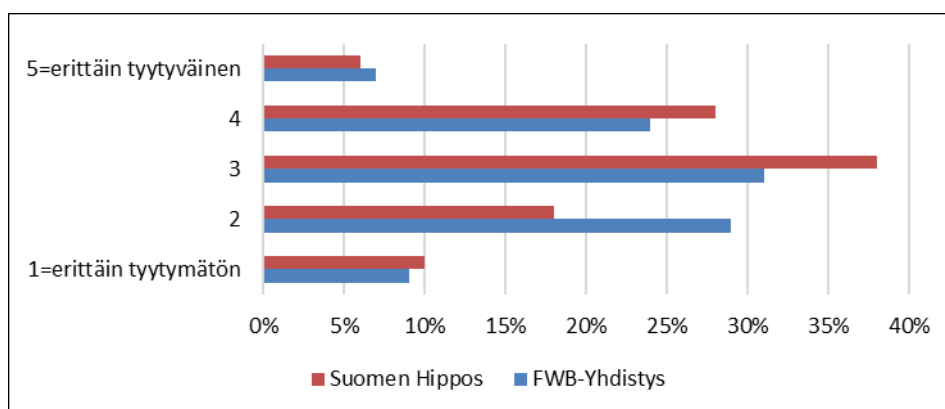
Molempien järjestöjen tiedotukseen oltiin melko tyytymättömiä. Suomen  
Hippoksen tiedotusta pidettiin hieman parempana, mutta kaiken kaikkiaan  
lähes puolet vastaajista pitivät järjestöjen tiedotusta riittämättömänä.  
(Kuva 12.). Kaikista tyytymättömiä molempien järjestöjen tiedotuk-  
seen olivat hevosenomistajat ja tyytyväisimpiä olivat valmentajat. Ikäryh-  
mien välillä tyytyväisyydessä ei ollut suuria eroja lukuun ottamatta alle 18-  
vuotiaita, jotka kokivat olevansa hyvin tai erittäin tyytyväisiä sekä Suomen  
Hippoksen että FWB-Yhdistyksen tiedotukseen.





Kuva 12. Kuinka tyytyväinen olet edellä mainittujen järjestöjen tiedotukseen?

Suomen Hippoksen tavoitettavuuteen oltiin tyytyväisiä, lähes 70 % koki järjestön olevan melko hyvin tai hyvin tavoitettavissa. Noin 30 prosenttia pitivät Hippoksen tavoitettavuutta huonona. FWB-Yhdistyksen tavoitettavuuteen oltiin hieman tyytymättömämpiä, noin 40 % vastaajista olivat sitä mieltä, että Yhdistys on erittäin tai melko huonosti tavoitettavissa, 60 % ollessa tyytyväisiä. (Kuva 13.). Valmentajat olivat selkeästi tyytyväisimpiä FWB-Yhdistyksen tavoitettavuuteen keskiarvolla 4,5. Valmentajat olivat myös tyytymättömimpiä Suomen Hippoksen tavoitettavuuteen keskiarvolla 2,5. Suomen Hippoksen tavoitettavuuteen tyytyväisimpiä olivat hevosenomistajat (ka 3,12) ja kasvattajat (ka 3,1). FWB-Yhdistyksen tavoitettavuuteen tyytymättömimpiä olivat kasvattajat keskiarvolla 2,69. Ikäryhmistä alle 18-vuotiaat olivat jälleen selkeästi tyytyväisempiä kuin vanhemmat vastaajat.

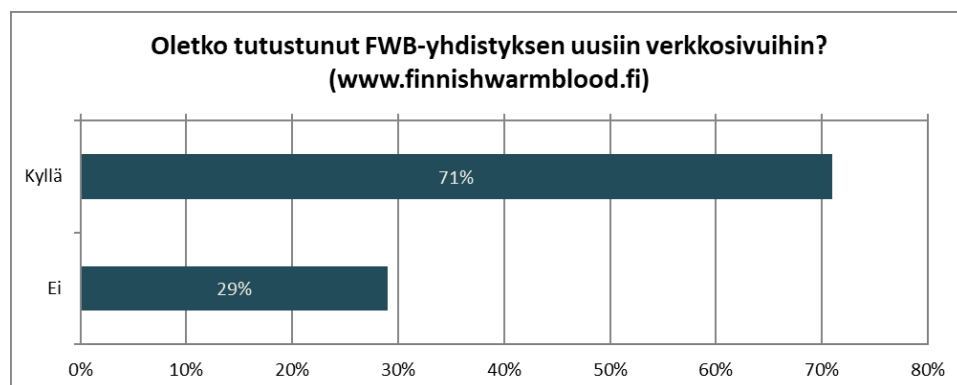


Kuva 13. Kuinka tyytyväisiä vastaajat ovat em. järjestöjen tavoitettavuuteen

### 5.6.1 FWB-Yhdistyksen uudet verkkosivut

FWB-Yhdistys julkaisi uudet verkkosivunsa maaliskuussa 2018. 71 prosenttia vastaajista kertoivat tutustuneensa yhdistyksen uusiin verkkosivuihin. Verkkosivuihin tutustuneita henkilöitä pyydettiin antamaan sivuista arvio

asteikolla 1-5. Noin 44 prosenttia vastaajista olivat tyytyväisiä verkkosivuihin. Vain noin kymmenen prosenttia vastaajista oli uusiin verkkosivuihin tyytymättömiä. (Kuva 14.)



Kuva 14. FWB-Yhdistyksen uusiin verkkosivuihin tutustuneet.

### 5.6.2 Kasvattajien näkökulma

FWB-hevosten kasvattajia pyydettiin kuvailemaan, miten he näkevät FWB-Yhdistyksen ja Suomen Hippoksen roolit hevoskasvatuksessa. Suomen Hippoksen rooli nähtiin pääosin kasvatuksen kattojärjestönä, rekisterin pitäjänä ja näyttelyjärjestäjänä. Myös kasvattajien tukeminen ja neuvonta nostettiin esiin. FWB-Yhdistys nähtiin pääosin rodun esille tuojana, asiantuntijana ja markkinoijana. Myös FWB-Yhdistyksen roolia tapahtumajärjestäjänä pidettiin tärkeänä.

Kasvattajilta kysyttiin myös, millaisia etuja ja palveluja he odottaisivat saavansa vastineeksi, jos FWB-Yhdistyksen jäsenyys olisi kasvattajille pakollinen. Suosituimpia vastauksia olivat neuvontapalvelut, alennetut hinnat rekisteröinneissä ja kilpailumaksuissa, oma lehti, sekä erilaisia koulutus- ja tapahtumapäiviä. Kysymykseen saadut vastaukset linjautuivat hyvin tutkimieni eurooppalaisten kantakirjojen tarjoamien palvelujen kanssa. Jos jäsenyys tulisi maksulliseksi ihmiset odottaisivat saavansa samanlaisia palveluita kuin muidenkin kantakirjojen maksulliset jäsenet.

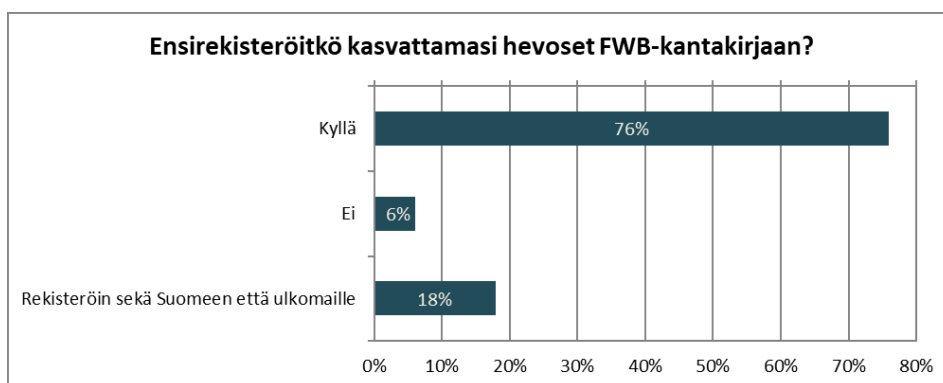
### 5.7 Kasvattajat ja ratsuttajat

Kyselyyn vastanneista 39 henkilöä kertoivat olevansa ensisijaisesti hevoskasvattajia. 72 prosenttia heistä olivat 36-55-vuotiaita. Suurin osa oli kotoisin Etelä-Suomesta, niin kuin kaikki kyselyyn vastanneet, mutta kasvattajat olivat silti jakautuneet melko tasaisesti koko Suomen alalle.

Ensisijaisesti ratsuttajia vastaajista oli vain neljä henkilöä. Kilparatsastajia vastaajista oli 19. Kilparatsastajat olivat vastaajista nuorimpia, 55 prosenttia olivat alle 36-vuotiaita. Valtaosa, 42 prosenttia, oli kotoisin Uudelta maalta.

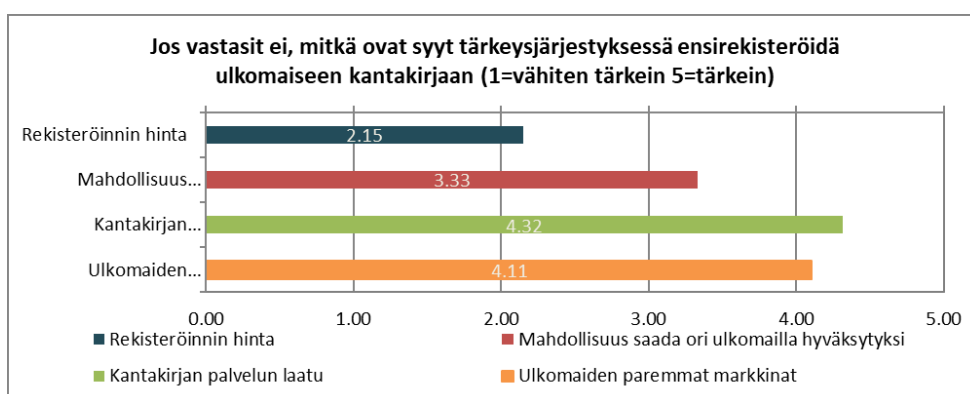
### 5.7.1 FWB-hevosien rekisteröinti

Kasvattajista 76 prosenttia ensirekisteröi hevosensa FWB-kantakirjaan. Kuusi prosenttia rekisteröi kasvattamansa hevoset ulkomaisiin kantakirjoihin ja 18 prosenttia vastasi rekisteröivänsä kasvattamansa hevoset sekä Suomeen että ulkomaille. (Kuva 15). Kysymykseen vastasi 88 henkilöä, joista 39 kertoivat olevansa ensisijaisesti kasvattajia. Näistä henkilöistä 76 prosenttia vastasivat ensirekisteröivänsä FWB-kantakirjaan ja 24 prosenttia rekisteröivänsä kasvattamansa hevoset sekä Suomeen että ulkomaille. Ensisijaisista kasvattajista kukaan ei ensirekisteröinyt kasvattejaan pelkästään ulkomaisiin kantakirjoihin.



Kuva 15. FWB-kantakirjaan ensirekisteröivät.

Tärkeimpinä syinä rekisteröidä ulkomaiseen kantakirjaan pidettiin kantakirjan palvelun laatua ja ulkomaiden parempia markkinoita. Tärkeänä syynä pidettiin myös mahdollisuutta saada ori ulkomailta hyväksytyksi. Merkitysettömimpänä syynä koettiin rekisteröinnin hinta. (Kuva 16.). Yhdeksän ensisijaista kasvattajaa vastasi tähän kysymykseen ja heidän vastauksensa olivat samassa linjassa muiden vastaajien kanssa.

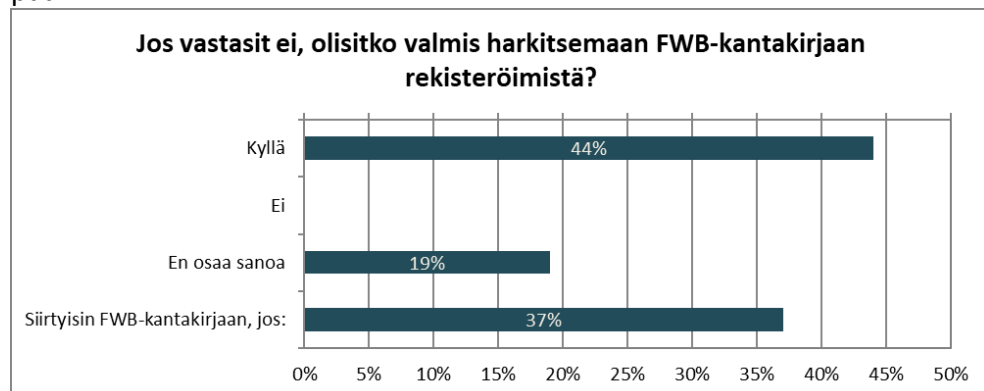


Kuva 16. Tärkeimmät syyt rekisteröidä ulkomaiseen kantakirjaan.

Yli 40 prosenttia ulkomaisiin kantakirjoihin rekisteröivistä kasvattajista olisi valmiita siirtymään FWB-kantakirjaan ja lähes 40 prosenttia olisi valmis siirtymään tietyin ehdoin. Viidesosa ei osannut sanoa olisivatko he valmiita siirtymään FWB-kantakirjaan, mutta kukaan vastaajista ei sanonut, etteivät he olisi valmiita ainakin harkitsemaan FWB:hen siirtymistä. (Kuva

17.) Ensisijaisista kasvattajista 71 prosenttia olisivat valmiita siirtymään pelkästään FWB-kantakirjaan ja 29 prosenttia olisi valmis siirtymään tietyn ehdoin.

Kasvattajien ehtoja FWB-kantakirjaan siirtymisessä olivat muun muassa, että ulkomailla syntyneiden varsojen rekisteröinnin tulisi olla yksinkertaisempaa ja niille passien saamisen Suomen Hippokselta tulisi olla helpompaa.



Kuva 17. Olisitko valmis harkitsemaan FWB-kantakirjaan rekisteröimistä?

### 5.7.2 Palvelut kasvattajille

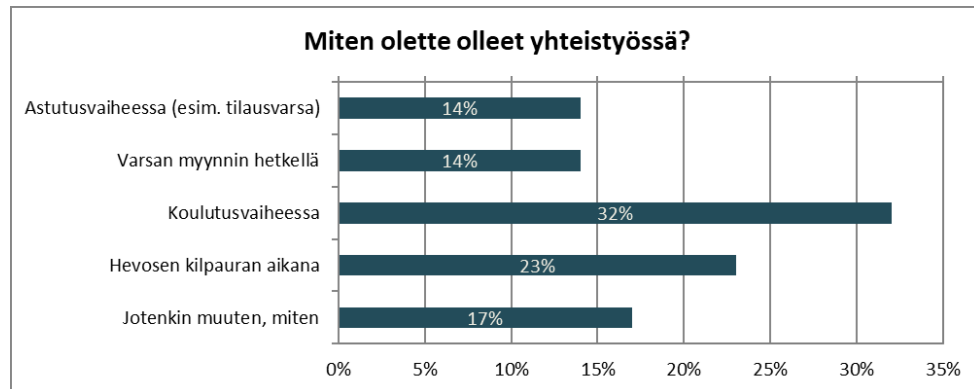
Kasvattajat kaipaavat enemmän neuvontaa. Lähes puolet vastaajista olivat tyytymättömiä kasvattajille tarjolla olevaan neuvontaan, kun taas vain hieman yli kymmenen prosenttia olivat hyvin tai erittäin tyytyväisiä. Hevoskasvattajat olivat myös melko tyytymättömiä kasvattajille tarjolla olevaan informaatioon ja sen saatavuuteen. Vain noin 14 prosenttia olivat hyvin tai erittäin tyytyväisiä, kun taas lähes puolet olivat melko tai erittäin tyytymättömiä.

### 5.7.3 Yhteistyö kasvattajien kanssa

45 prosenttia vastanneista ratsuttajista ja kilparatsastajista olivat tehneet yhteistyötä FWB-hevosten kasvattajien kanssa. Kysymykseen vastanneista 27 prosenttia olivat ensisijaisesti kilparatsastajia ja kolme prosenttia ensisijaisesti ratsuttajia. Kilparatsastajista 65 prosenttia vastasivat tehneensä yhteistyötä FWB-kasvattajien kanssa, ensisijaisista ratsuttajista kukaan ei ollut tehnyt yhteistyötä FWB-kasvattajien kanssa.

Suurin osa vastaajista olivat tehneet yhteistyötä hevosen koulutusvaiheessa tai kilpauran aikana, 14 prosenttia olivat tehneet yhteistyötä astutusvaiheessa ja 14 prosenttia varsan myynnin hetkellä. Hieman alle viidesosa vastasivat myös tehneensä yhteistyötä kasvattajan kanssa jotenkin muuten. Näihin sisältyi muun muassa, että yhteistyötä oli tapahtunut kaikissa edellä mainituissa vaiheissa tai että vastaaja oli ollut mukana avustamassa orivalinnassa. (Kuva 18.) Ensisijaisista kilparatsastajista 39

prosenttia vastasivat tehneensä yhteistyötä koulutusvaiheessa, 23 prosenttia varsan myynnin hetkellä ja 23 prosenttia hevosen kilpauran aikana. 15 prosenttia ensisijaisista kilparatsastajista kertoivat tehneensä yhteistyötä jotenkin muuten. Yksi vastanneista ensisijaisista kilparatsastajista kertoi kasvattavansa kilpahevosensa itse.



Kuva 18. Yhteistyö kasvattajien ja ratsastajien välillä.

Yhteistyön aikana esiin nousseina ongelmakohtina mainittiin ensisijaisesti kulujen jakamisen hankaluus niin, että molemmat osapuolet olisivat tyytyväisiä.

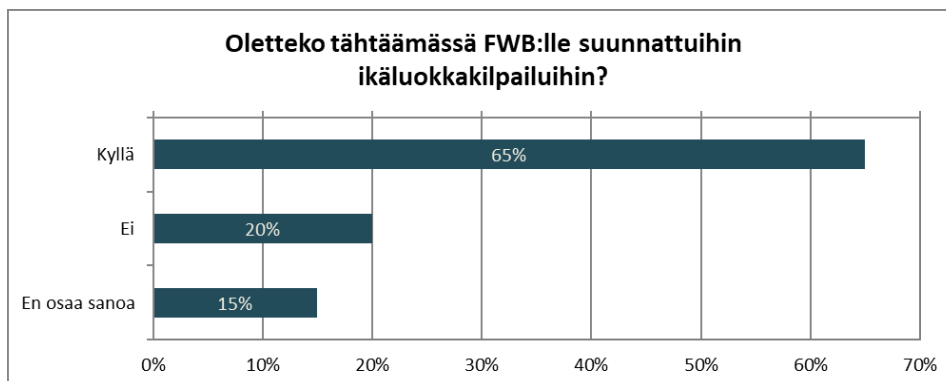
Hieman yli 60 prosenttia kertoivat olleensa tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä yhteistyöhön. Noin 11 prosenttia olivat tyytymättömiä tai erittäin tyytymättömiä. Ensisijaisista kilparatsastajista kukaan ei vastannut olleensa tyytymätön yhteistyöhön ja 85 prosenttia vastasivat olleensa tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä yhteistyöhön.

Kysyttäessä mikä yhteistyössä oli ollut hyvää ja toimivaa, esiin nousivat hyvin toiminnut yhteistyö sekä molemminpuolinen kiinnostus hevosta ja sen tulevaisuutta kohtaan. Maininnan saivat myös uuden oppiminen ja molemminpuolinen luottamus ja rehellisyys.

#### 5.7.4 Ikäluokka- sekä muut kasvattajille suunnatut kilpailut

Eri ikäisille nuorille FWB-hevosille järjestetään vuosittain ikäluokkakilpailuja ja -tapahtumia. Pääosin nämä kilpailut järjestää FWB-Yhdistys, mutta myös Suomen Hippos on joissain tapahtumissa mukana. Laatuarvostelu on vuosittainen kilpailu 4-vuotiaille FWB-hevosille, sekä 5-vuotiaille varsoille FWB-tammoille. Laatuarvostelussa hevonen osallistuu joko este- tai askellajihevosen arviointiin, jonka lisäksi hevoset rakennearvostellaan. 5-vuotiaat FWB-hevoset (myös 6-vuotiaat varsonet FWB-tammat) voivat osallistua 5-vuotisderbyyn, joka kilpailaan vuosittain este- ja kouluratsastuksessa. 6-vuotiaille FWB-hevosille ja 7-vuotiaille varsoille FWB-tammoille järjestetään vuosittain Breeder's Prize-kilpailu. Tähän kilpailuun osallistuvat hevoset tulee ilmoittaa mukaan jo varsana osallistumisoikeuden saamiseksi. Myös Breeder's Prize kilpailaan sekä este- että kouluratsastuksessa. (FWB-Yhdistys, 2018)

Yli puolet vastaajista, noin 65 prosenttia vastaajista aikovat tähdätä FWB:lle suunnattuihin ikäluokkakilpailuihin. Viidesosalla vastaajista osallistuminen ei ollut suunnitelmassa ja 15 prosenttia ei osannut sanoa. (Kuva 19.). Ensisijaisista kilparatsastajista ikäluokkakilpailuihin aikoo tähdätä 61 prosenttia, kasvattajista 72 prosenttia ja hevosenomistajista 58 prosenttia.



Kuva 19. FWB-ikäluokkakilpailuihin tähtääjät.

Kyselyssä myös selvitettiin vastaajien kiinnostusta mahdolliseen Prix de Hippos-kilpailusarjaan. Suomen Hippoksella on jo olemassa oleva saman niminen kilpailusarja suomenhevosille, jossa kilpailujärjestäjät voivat hakea rahallista tukea järjestettäviin suomenhevosluokkiin. (SuoRa, 2017) Luokkia järjestettäisiin FWB-hevosille koulu-, este- ja kenttäratsastuksessa, sekä valjakkoajossa ja Suomen Hippos palkitsisi luokissa sijoittuneet rahapalkinnoin. Lähes 90 prosenttia vastaajista kertoivat olevansa kiinnostuneita. (Kuva 20.)

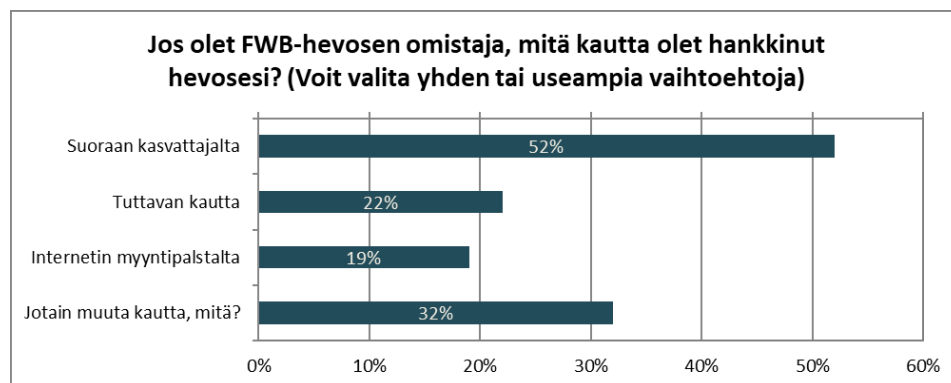


Kuva 20. Prix de Suomen Hippos-luokat FWB-hevosille

## 5.8 FWB-hevosien hankinta ja omistaminen

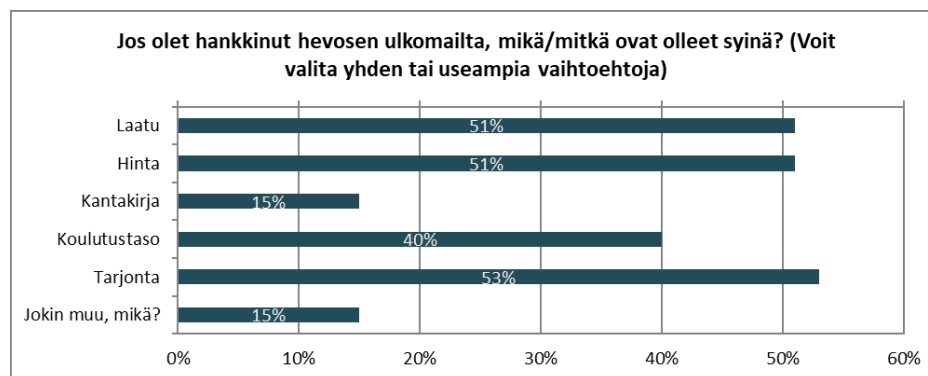
Hieman yli puolet kyselyyn vastanneista kertoivat hankkineensa oman hevosensa suoraan kasvattajalta. Viidesosa vastaajista olivat hankkineet hevosensa tuttavien kautta, viidesosa internetin myyntipalstalta ja noin 30 prosenttia jotain muuta kautta. (Kuva 21.) Suurin osa ”muuta kautta” vastanneista olivat kasvattaneet oman hevosensa itse. Kysymykseen vastanneista 56 prosenttia olivat ensisijaisia hevosenomistajia. Ensisijaisten

hevosenomistajien ostokanavat jakaantuivat lähes samalla tavalla, suurin ero oli, että 24 prosenttia vastasivat hankkineensa hevosensa jotain muuta kautta. Jotain muuta kautta hevosensa hankkineet ensisijaiset hevosenomistajat kertoivat kasvattaneensa hevosensa itse.



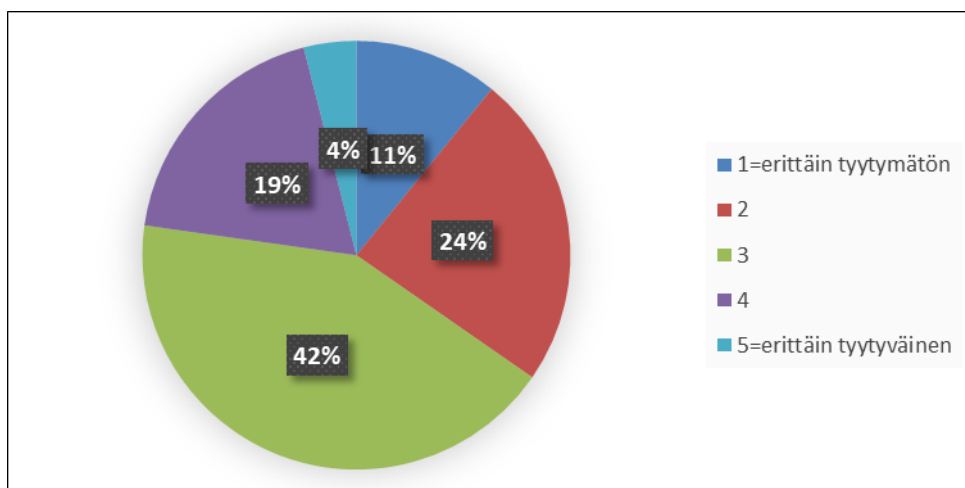
Kuva 21. Mistä olet hankkinut FWB-hevosesi?

Hevosenomistajille kolme tärkeintä syytä hevosen hankkimiseen ulkomailta olivat tarjonta, laatu ja hinta. Noin 40 % kertoivat yhden tärkeimmistä syistä olevan koulutustaso ja 15 % kantakirjan. 15 prosenttia vastasivat tärkeimmän syyn olevan jokin muu, johon sisältyi muun muassa hevosen suku. (Kuva 22.). Ensisijaisista hevosenomistajista 33 prosenttia kertoivat hankkineensa hevosen ulkomailta. Ensisijaisten kasvattajien osuus oli 44 prosenttia ja kilparatsastajien 70 prosenttia. Kaikki ammattiryhmät valitsivat syiksi samat vaihtoehdot. Ainoa ero oli kilparatsastajien kohdalla, he listasivat syiksi ainoastaan laadun, hinnan, koulutustason ja tarjonnan.



Kuva 22. Syyt hevosen hankkimiseen ulkomailta.

Vastaajilla ei ollut vahvoja mielipiteitä FWB-hevosten myyntikanavista. Hieman yli viidesosa olivat tyytyväisiä ja noin 30 prosenttia olivat tyytymättömiä. Noin 40 prosenttia vastasivat, etteivät ole tyytyväisiä tai tyytymättömiä. (Kuva 23.). Kasvattajat olivat selkeästi tyytymättömiä FWB-hevosten myyntikanaviin. 52 prosenttia kasvattajista vastasivat olevansa kanaviin tyytymättömiä. Myös kilparatsastajat olivat melko tyytymättömiä, 30 prosenttia vastasivat olevansa myyntikanaviin erittäin tyytymättömiä. Tyytyväisimpiä olivat hevosenomistajat, 22 prosenttia kertoivat olevansa myyntikanaviin tyytyväisiä.



Kuva 23. Kuinka tyytyväinen olet FWB-hevosien myyntikanaviin?

### 5.9 Kritiikkiä, kehitysehdotuksia ja ideoita

Kyselyn viimeisessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin antamaan vapaasti kritiikkiä, kehitysehdotuksia ja ideoita. Tähän kysymykseen vastasi 51 henkilöä, joista 16 olivat ensisijaisia hevosenomistajia, 24 kasvattajia, sekä yhdeksän kilparatsastajia. Yksikään ensisijaista valmentajista tai ratsuttajista ei vastannut tähän kysymykseen.

Vastaajista ensisijaiset hevosenomistajat toivat vastauksissaan eniten esille, että FWB-hevosien esilletuontiin, markkinointiin ja tunnettuuden parantamiseen tulisi panostaa lisää. Seuraavaksi eniten kaivattiin lisää yhteistyötä eri järjestöjen välillä, myös kansainvälisesti, sekä enemmän tukea ja neuvontaa nuorten hevosten omistajille. Myös nuorille hevosille suunnattuihin tapahtumiin kaivattiin lisää selkeyttä ja enemmän informaatiota hevosten omistajille.

Ensisijaiset kasvattajat toivoivat eniten FWB-Yhdistyksen ja Suomen Hippoksen lähentymistä tai toiminnan yhdistämistä. Toinen vastauksissa useasti esiin noussut asia oli, kuten hevosenomistajienkin vastauksissa, että FWB-hevosta pitäisi tuoda vielä enemmän esille ja markkinoida paremmin. Vastanneet kasvattajat myös toivoivat parempia FWB-hevosien myyntikanavia, enemmän kasvattajille kohdistettua koulutusta ja jalostusneuvontaa, sekä panostusta myös nuoriin kasvattajiin. Myös toive rahallisesta tuesta kasvattajille nousi vastauksissa esiin.

Kilparatsastajat toivoivat kasvattajien lailla parempia FWB-hevosien myyntikanavia, sekä parempaa esilletuontia kasvattajien toimesta. Myös nuorten hevosten kilpailuihin ja tapahtumiin kaivattiin päivitystä enemmän muiden eurooppalaisten kantakirjojen kaltaiseksi. Vastaajat toivoivat myös FWB-sarjakilpailua, sekä enemmän panostusta koulu- ja kenttähevoisiin.



## 6 TULOSTEN TARKASTELU JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyyn tuli enemmän vastauksia kuin odotin, joten olin erittäin tyytyväinen. Olisin kaivannut vastaajiksi vielä useampia ensisijaisia ratsuttajia ja valmentajia, mutta kaiken kaikkiaan olin vastausten kattavuuteen erittäin tyytyväinen. Kyselylomaketta olisi voinut vielä hioa ja testata hieman enemmän ennen kyselyn julkaisua, mutta lopputulos oli kuitenkin hyvä. Mielestäni työn tutkimuskysymyksiin, mikä ihmisten mielikuva FWB-hevosesta tällä hetkellä on ja miten rotua voitaisiin markkinoida paremmin, saatiin hyvin vastauksia. Kyselyyn saadut vastaukset olivat myös pääosin asiallisia ja kattavia ja niistä oli helppo tehdä johtopäätöksiä.

Kyselyn perusteella mielikuvat FWB-hevosesta ovat pääosin positiivisia. Rodun laatua ja luonnetta, sekä erityisesti kotimaisuutta pidetään hyvin tärkeänä. FWB:lle suunnattuihin tapahtumiin ja niiden määrään ollaan pääosin tyytyväisiä. Suomen Hippoksen ja FWB-Yhdistyksen rooleihin FWB-hevosta koskien kaivattaisiin lisää selkeyttä ja tavoitettavuutta. Vastaajat kaipaivat myös lisää järjestäytyneitä yhteistyötä eri järjestöjen ja segmenttien välillä. Myös yhteisötoimintaa ja koulutustapahtumia kaivattaisiin lisää, lisäksi vastaajat toivoivat FWB:lle parempia myyntikanavia ja parempaa medianäkyvyyttä. Lähdeittäessä kehittämään kantakirjan brändiä huomio olisi hyvä kiinnittää juuri FWB-hevosen mielikuviin. Käytettäessä mielikuvakysymyksessä useimmiten esiin nousseita positiivisia avainsanoja, voitaisiin jo olemassa olevista mielikuvista lähteä rakentamaan vahvaa brändiä ja brändilupausta. Esimerkiksi rodun kotimaisuuden, terveyden ja laadun esille nosto markkinoinnissa tukisi ihmisillä jo ennestään olevia näkemyksiä kantakirjasta.

Vastaajien kokemukset FWB-hevosen markkinoinnista ja mainonnasta olivat melko yksipuolisia, valtaosa kertoi kohdanneensa markkinointia ja mainontaa sosiaalisessa mediassa. Huomion kiinnitti kuitenkin 18-25-vuotiaat vastaajat, jotka kertoivat kohdanneensa eniten FWB:hen kohdistuvaa markkinointia ja mainontaa sosiaalisen median sijaan alan tapahtumissa. Yhtenä mahdollisena syynä voisi olla, että alle 25-vuotiaat henkilöt ovat aktiivisia eri sosiaalisissa medioissa kuin vanhemmat henkilöt. FWB-hevosen esiintuonti sosiaalisessa mediassa painottuu pitkälti Facebookiin, mikä voi selittää vastaustulosta. Tässä olisi mahdollisuus monipuolistaa ja laajentaa rodun esiintuontia eri sosiaalisen median ja markkinoinnin kanaviin suuremman yleisön saavuttamiseksi. Sosiaalisista medioista esimerkiksi Instagram on helppo tapa yrityksille ja järjestöille tuoda itseään esiin.

Pääosin vastaajat olivat tyytyväisiä FWB-hevosille suunnattujen tapahtumien ja kilpailujen määrään. Vastaajat toivoivat lisää nuorille hevosille suunnattuja sarjakilpailuja ja FWB-hevosille rajattuja kilpailuluokkia. Kyselelyssä myös selvitettiin vastaajien kiinnostusta mahdollisiin FWB-hevoselle suunnattuihin Prix de Suomen Hippos-luokkiin. Tämä sai ylivoimaisen

positiivisen vastaanoton, 90 prosentin vastatessa, että he olisivat kiinnostuneita osallistumaan. Vastaus oli samassa linjassa vastaajien kanssa, jotka kaipasivat enemmän FWB-hevosille suunnattuja kilpailuluokkia. Tämä olisi hyvä tapa tuoda FWB:tä enemmän esiin myös kenttäratsastus- ja valjakkoajopuolella Suomessa, sekä tuoda myös hevosharrastajia ja aikuisia FWB-hevosia esiin, nykyisten FWB:lle suunnattujen tapahtumien ollessa lähinnä ikäluokkakilpailuja.

## 7 POHDINTAA JA TOIMENPIDE-EHDOTUKSIA

Tarkastellessa ulkomaalaisia kantakirjoja ja niiden toimintaa, esille nousi yksi hyvin selkeä ero verrattaessa FWB-kantakirjaan. Eurooppalaiset ratsuhevoskantakirjat vastaavat itse hevosten rekisteröinnistä kantakirjoihin, kun taas Suomessa on yksi organisaatio, Suomen Hippos, joka vastaa kaikkien suomalaisten hevosten rekisteröimisestä. Suomen hevoscannan ollessa verrattain pieni tämä on looginen ratkaisu, mutta tulee mielestäni ottaa huomioon verrattaessa eurooppalaisia ratsuhevoskantakirjoja ja niiden markkinointitoimenpiteitä FWB:hen.

Kantakirjoilla, joihin keskityin tässä työssä, vaikutti olevan selkeät kuvat omista brändeistään ja niitä tuotiin mielestäni hyvin esiin. FWB:llä brändin rakentamisessa ja esiin tuomisessa on selkeästi vielä runsaasti työtä, mutta esimerkiksi rodun logo ja sen esille tuonti on jo hyvä alku. FWB-Yhdistys on myös käyttänyt verkkosivuillaan samaa menetelmää kuin SWB, yhdistäen tuntemuksia herättäviä kuvia ja iskulauseita nostoen esiin tunteita ja ajatuksia FWB-hevosesta. Tässä voitaisiin myös käyttää hyväksi mielikuvakysymyksessä esiin nousseita mielikuvia FWB-hevosesta. Rakentamalla iskulauseita, jotka kuvaavat FWB:n brändiä halutulla tavalla ja joihin asiakassegmentit voivat helposti samaistua, saadaan tehtyä vahva vaikutus.

Kyselyssä nousi esiin FWB-Yhdistyksen ja Suomen Hippoksen roolit ja kuinka vastaajat pitivät usein näiden järjestöjen tehtäviä epäselvinä ja toivoivat jonkinlaista yhdistymistä. Kun vertasin tätä systeemiä muihin eurooppalaisiin kantakirjoihin, tämä jako Suomessa tuntui olevan melko uniikki. Esimerkiksi eurooppalaiset kantakirjat, joita tarkasteltiin tässä työssä, huolehtivat itse kaikista omaan kantakirjarotuunsa liittyvistä asioista, kuten rekisteröinnistä ja jalostustapahtumista. Kuitenkin myös suomenhevosen taustalla isona toimijana on Suomen Hippoksen lisäksi yhdistys Suomenratsut ry, hyvin samalla tavalla kuin FWB:llä. Tämä myös herätti ajatuksia, että kuten SWB-kantakirja tekee Ruotsissa yhteistyötä maan raviväen kanssa, myös Suomessa voitaisiin FWB:n kanssa harkita samankaltaista toimintaa. Ensimmäisenä tuli mieleen yhteistyömahdollisuudet suomenhevosen ja Suomenratsut ry:n kanssa, kyseessä kuitenkin ovat kaksi kotimaista rotuamme. Mahdollisuuksia voisi olla esimerkiksi yhdessä järjestetyt suuremmat kilpailutapahtumat, jotka olisivat suunnattuja FWB:lle

ja suomenhevosille. Toinen hyvä mahdollisuus voisi olla yhdessä järjestetyt koulutustapahtumat tai kasvattajille suunnatut infotilaisuudet. Tässäkin kyselyssä tuli FWB:n kotimaisuus vahvasti esille, joten sitä kannattaisi tulevassa markkinoinnin suunnittelussa hyödyntää. Mielestäni myös Ruotsissa järjestettävät yhteiset varsahuutokaupat ravi- ja ratsuväelle ovat hyvä konsepti, jota voitaisiin myös toteuttaa Suomessa.

Toinen kyselyssä esille noussut asia, joka on myös iso osa markkinointia, on FWB-hevosen myyntikanavat. Kyselyyn vastanneet henkilöt toivoivat parempia myyntikanavia FWB:lle, sekä kasvattajien taholta enemmän nuorten myytävien hevosten esilletuontia. Nuorten myytävien hevosten esilletuonti ja markkinointi olisi hyvä keino parantaa rodun tunnettuutta maan ratsuhevosväen keskuudessa. Tapoja markkinoida myytäviä nuoria hevosia ulkomaille voitaisiin myös miettiä ja tässä nouseekin esille mahdollinen yhteistyö muiden eurooppalaisten kantakirjojen kanssa. Esimerkiksi Ruotsin ja Hollannin kantakirjojen myyntipalstoista voitaisiin ottaa mallia FWB-hevosen myyntikanavien kehittämisessä. Suomen Hippoksella on olemassa oleva varsamyntisivusto ([www.varsat.hippos.fi](http://www.varsat.hippos.fi)), missä kasvattajien on mahdollista myydä FWB-varsoja, mutta rodulla ei ole olemassa omaa myyntikanavaa. Muun muassa DWB:llä maksulliseen jäsenyyteen sisältyy oikeus käyttää kantakirjan omaa myyntipalstaa. FWB-hevosen paremmilla myyntikanavilla ja markkinoinnilla voitaisiin myös innostaa hevosharrastajia ja kilparatsastajia hankkimaan hevosensa Suomesta ulkomaiden sijaan.

Kyselyyn vastanneista yksikään alle 26-vuotias ei nimennyt itseään ensisijaisesti kasvattajaksi. Kokonaisuudessaan kyselyyn vastasi vain 11 alle 26-vuotiasta henkilöä. Tässä olisi hyvä ottaa mallia esimerkiksi Hannover-kantakirjasta. Hannover järjestää vuosittain useita tapahtumia ja kilpailuja 8-25-vuotiaille nuorille, mikä kannustaa myös nuorempia lähtemään mukaan hevoskasvatukseen. Tämä olisi hyvä tapa saada myös Suomessa nuorempaa väkeä mukaan FWB:n toimintaan. Myös mahdollisessa tilanteessa, että FWB-Yhdistyksen jäsenyys tulisi pakolliseksi kasvattajille, voitaisiin ottaa mallia SWB-kantakirjasta, jossa nuoria kannustetaan mukaan halvemmalla jäsenyyshinnalla.

FWB:n brändiä ja tunnettuutta voitaisiin myös parantaa tuotteistamisella. Tällä hetkellä FWB-Yhdistyksen verkkosivuilta löytyy linkki hevosvaruste-liikkeen sivuille, mistä voi tilata FWB-logolla varustettuja tuotteita. (Kuva 24.) Valikoimaa voitaisiin kuitenkin laajentaa ja tuoda enemmän esiin, tällä hetkellä "FWB-Shop" on FWB-Yhdistyksen verkkosivuilla hyvin huomattomaton. Esimerkiksi DWB:ltä löytyy kokonaisuudessaan oma "DV-Shop", josta on mahdollista ostaa kantakirjan logolla varustettuja tuotteita niin ihmisille, hevosille, kuin koirille. Kaupalla on myös omat sivut Facebookissa paremman näkyvyyden takaamiseksi. Tuotteisiin on myös mahdollista saada omat brodeeraukset. Näin FWB:n logoa saataisiin enemmän esille, mikä auttaisi puolestaan brändin rakentamisessa.



Kuva 24. FWB-Kantakirjan logo

Kansainvälistä markkinointia ajatellessa FWB-Yhdistyksen verkkosivujen olisi hyvä olla käännetty ainakin englanniksi, myös ruotsinkielinen vaihtoehto olisi hyvä. Suomen Hippoksen sivuilta nämä käänösvaihtoehdot löytyvät, tosin englanninkielinen käänös verkkosivuista on hyvin rajallinen. FWB-kantakirjaa on äärimmäisen vaikea lähteä markkinoimaan kansainvälisesti, jos rodusta on saatavilla informaatiota verkossa vain suomen kielellä.

Kaiken kaikkiaan olen työn lopputulokseen tyytyväinen, kyselyssä nousi esille paljon FWB:hen ja sen markkinointiin liittyviä asioita, joihin tulevaisuudessa voitaisiin keskittyä rodun parempaan esilletuontiin ja sen tunnettuuden nostamiseen. Kantakirjan markkinointi ja brändäys Euroopassa ei ole helppoa, varsinkin kun kyseessä on pienempi ja suhteellisen uusi kantakirja, mutta pitkäjänteisellä työllä ja hyvien verkostojen luomisella FWB:n nousu hyvin tunnettujen eurooppalaisten kantakirjojen rinnalle on täysin mahdollista.

## LÄHTEET

Albaum, G. & Duerr, E. (2011). *International marketing and export management* (7th ed.). Harlow: Financial Times Prentice Hall.

Baker, M. J. & Hart, S. J. (2008). *The Marketing book* (6th ed.). Amsterdam; Boston: Elsevier / Butterworth-Heinemann.

Blythe, J. (2006). *Marketing*. London: Sage.

Dansk Varmblod (2018) Haettu 11.3.2018 osoitteesta <http://varmblod.dk/gb.aspx>

Dansk Varmblod Auktion (2017) Haettu 19.2.2019 osoitteesta <http://www.varmblodauktion.dk/>

Deutsche Reiterliche Vereinigung (2018) Zahlen, Daten, Fakten 2018. Haettu 2.1.2019 osoitteesta <https://www.pferd-aktuell.de/>

Dibb, S. (2008). *Market segmentation success: Making it happen!* New York: Routledge, Taylor & Francis Group

Fifield, P. (2007). *Marketing strategy: The difference between marketing and markets* (3rd ed.). Amsterdam ; Boston: Elsevier/Butterworth-Heinemann.

FWB-yhdistys ry (2018) Haettu 22.3.2018 osoitteesta <https://www.finnish-warmblood.fi/>

Hannoveraner Verband (2018) Haettu 6.3.2018 osoitteesta <https://en.hannoveraner.com/?L=1>

Heinonen J., Mäntyneva M. & Wrange K. (2003) *Markkinointitutkimus*. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy

Hippolis, Luke Hevostalous, Suomen Hippos ry, Suomen Ratsastajainliitto ry (2018) Hevostalous lukuina 2017. Haettu 18.1.2019 osoitteesta [http://www.hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/Hevostalous%20lukuina%202017\\_lopullinen.pdf](http://www.hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/Hevostalous%20lukuina%202017_lopullinen.pdf)

Holsteiner Verband (2018) Association. Haettu 6.3.2018 osoitteesta <https://www.holsteiner-verband.de/en/>

Kahri A, Kahri T & Mäkinen M. (2010) *Brändi Kulmahuoneeseen*. Sanoma Pro Oy.

Kivilaakso-Mendes, S. (2003) *Suomalaisen puoliverihevosien mahdollisuudet kilparatsastuksessa*. (Opinnäytetyö, Hämeen Ammattikorkeakoulu)

KWPN – Royal Dutch Sport Horse (2018) About KWPN. Haettu 5.3.2018 osoitteesta [www.kwpn.org](http://www.kwpn.org)

Miletsky, J. (2009). *Perspectives™ on branding*. Boston: Course Technology, Cengage

Suomen Hippos ry (2018) Jalostus ja näyttelyt. Haettu 11.3.2018 osoitteesta <http://www.hippos.fi/>

SuoRa suomenratsut ry. (2019) Prix de Suomen Hippos. Haettu 22.1.2019 osoitteesta <https://suomenratsut.fi/>

Svensk Travsport (2019) Haettu 1.2.2019 osoitteesta <https://www.travsport.se/>

Swedish Warmblood association (2018) Framgång föder framgång. Haettu 6.3.2018 osoitteesta <http://swb.org/>

Ticklen, M. (10.2.2017) RJL:n tuleva nimi: FWB-Yhdistys. *Horsemail.fi*. Haettu 20.1.2019 osoitteesta <https://horsemail.fi/2017/02/10/rjl-n-tuleva-nimi-fwb-yhdistys/>

Van Lijssel A. (2006) Revolution in horse breeding: The Geldlander. Haettu 2.10.2018 osoitteesta <http://www.gelderlanderhorse.nl/english/revolution.htm>

Webropol powerful insights (2015) Opas Markkinatutkimuksen tekemiseen [sähköinen tietoaiteisto]. Haettu 5.3.2018 osoitteesta [http://webropol.fi/pdf/Opas%20markkinatutkimuksen%20tekemiseen%202015\\_09\\_10.pdf](http://webropol.fi/pdf/Opas%20markkinatutkimuksen%20tekemiseen%202015_09_10.pdf)

World Breeding Federation for Sport Horses (2018) About the WBFSH. Haettu 8.3.2018 osoitteesta <http://www.wbfsh.org/GB.aspx>

World Breeding Federation for Sport Horses (2018) Annual Member/Student Report for 2017. Haettu 20.1.2019 osoitteesta [http://www.wbfsh.org/files/Foal Number 2017 for publication.pdf](http://www.wbfsh.org/files/Foal%20Number%202017%20for%20publication.pdf)

Zilliacus, M. (2011) RJL/FWB-Yhdistyksen historiikki. Haettu 10.4.2018 osoitteesta <http://www.finnishwarmblood.fi/rjl-fwbyhdistyksen-historiikki/>

## MARKKINATUTKIMUKSEN KYSYMYSLOMAKE

**FWB-kantakirjan markkinatutkimus****1. Asuinmaakunta**

- Ahvenanmaa
- Etelä-Karjala
- Etelä-Pohjanmaa
- Etelä-Savo
- Kainuu
- Kanta-Häme
- Keski-Pohjanmaa
- Keski-Suomi
- Kymenlaakso
- Lappi
- Pirkanmaa
- Pohjanmaa
- Pohjois-Karjala
- Pohjois-Pohjanmaa
- Pohjois-Savo
- Päijät-Häme
- Satakunta
- Uusimaa
- Varsinais-Suomi

**2. Ikä**

- Alle 18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- Yli 55

**3. Oletko ensisijaisesti**

- Kasvattaja
- Valmentaja
- Kilparatsastaja
- Ratsuttaja
- Hevosenomistaja

**4. Valitse kolme tärkeintä asiaa, jotka saivat sinut valitsemaan FWB-hevosien**

- Kotimaisuus
- Suorituskyky
- Luonne
- Rakenne
- Terveys
- Jokin muu, mikä? \_\_\_\_\_



**5. Mitkä kolme sana kuvaavat FWB-hevosta mielestäsi parhaiten?**

1.	
2.	
3.	

**6. Mielestäni FWB-hevonen on laadullisesti ja suorituskyvyltään kilpailukykyinen muiden eurooppalaisten lämminverirotojen kanssa.**

1    2    3    4    5

Täysin eri mieltä      Täysin samaa mieltä

**7. Missä olet kohdannut eniten FWB-markkinointia tai mainontaa?**

- Alan messuilla
- Isoissa kilpailutapahtumissa (esim. HIHS, Finnderby)
- Muissa alan tapahtumissa (esim. näyttelyt, valmennusklinitkat ym.)
- Lehdissä
- Sosiaalisessa mediassa
- Muualla, missä? \_\_\_\_\_

**8. FWB-hevoseen ja sen esilletuontiin ja markkinointiin panostetaan mielestäni riittävästi**

1    2    3    4    5

Täysin eri mieltä      Täysin samaa mieltä

**9. Järjestetäänkö mielestäsi FWB:lle suunnattuja tapahtumia riittävästi (esim. Laatuarvostelu, kasvattajakilpailut, tamma- ja varsanäyttelyt)?**

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

10. Jos vastasit ei, millaisia tapahtumia toivoisit lisää?

---



---



---



---



---

11. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin tällä hetkellä järjestettyihin FWB-hevosille suunnattuihin tapahtumiin ja kilpailuihin?

		1	2	3	4	5	
<b>Kyvyt esiin</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen
<b>Laatuarvostelu</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen
<b>5-vuotisderby</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen
<b>Breeders' Prize</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen
<b>FWB-päivät</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen
<b>Tammojen jalostusarvostelu</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen
<b>Oriiden jalostusarvostelu</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen

12. Kuinka tyytyväinen olet Suomen Hippoksen ja FWB-yhdistyksen toimintaan?

		1	2	3	4	5	
<b>FWB-yhdistys</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen
<b>Suomen Hippos</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen

13. Kuinka tyytyväinen olet em. järjestöjen tiedotukseen?

		1	2	3	4	5	
<b>FWB-yhdistys</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen
<b>Suomen Hippos</b>	Erittäin tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen

14. Kuinka hyvin tavoitettavissa em. järjestöt mielestäsi ovat?

		1	2	3	4	5	
<b>FWB-Yhdistys</b>	Erittäin huonosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Erittäin hyvin
<b>Suomen Hippos</b>	Erittäin huonosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Erittäin hyvin

15.

- Kyllä  
 Ei

16. Jos olet, mikä on arviosi sivusta asteikolla 1-5?

	1	2	3	4	5	
Erittäin huono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Erittäin hyvä

17. Ensirekisteröitkö kasvattamasi hevoset FWB-kantakirjaan?

- Kyllä  
 Ei  
 Rekisteröin sekä Suomeen että ulkomaille

18.  
kantakirjaan (1=vähiten tärkein 5=tärkein)

	1	2	3	4	5
Rekisteröinnin hinta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mahdollisuus saada ori ulkomailla hyväksytyksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kantakirjan palvelun laatu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulkomaiden paremmat markkinat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Jos vastasit ei, olisitko valmis harkitsemaan FWB-kantakirjaan rekisteröimistä?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

Siirtyisin FWB-kantakirjaan, jos: \_\_\_\_\_

20. Kuinka tyytyväinen olet kasvattajille tarjolla olevaan neuvontaan?

1 2 3 4 5

Erittäin tyytymätön      Erittäin tyytyväinen

21. Kuinka tyytyväinen olet kasvattajille tarjolla olevaan informaatioon ja sen saatavuuteen?

1 2 3 4 5

Erittäin tyytymätön      Erittäin tyytyväinen

22. Miten näet kasvattajana

Suomen Hippoksen roolin	
FWB-yhdistyksen roolin	

23. Suomessa FWB-kasvattajilta ei vaadita FWB-yhdistyksen jäsenyyttä. Jos jäsenyys olisi pakollinen, millaisia etuja odottaisit saavasi vastineeksi?

---



---



---



---

24. Oletko ratsuttajana/kilparatsastajana tehnyt yhteistyötä FWB-kasvattajien kanssa?

Kyllä

Ei

25. Jos vastasit kyllä, miten olette olleet yhteistyössä?

Astutusvaiheessa (esim. tilausvarsa)

Varsan myynnin hetkellä

Koulutusvaiheessa

Hevoson kilpauran aikana

Jotenkin muuten, miten \_\_\_\_\_

26. Onko yhteistyössä ollut mielestäsi jotain ongelmakohtia, joita tulisi korjata?

---

---

---

---

---

27. Jos olet, kuinka tyytyväinen olet ollut yhteistyöhön?

1 2 3 4 5

Erittäin tyytymätön      Erittäin tyytyväinen

28. Mikä yhteistyössä on ollut hyvää ja toimivaa?

---

---

---

---

---

29. Oletteko tähtäämässä FWB:lle suunnattuihin ikäluokkakilpailuihin?

- Kyllä  
 Ei  
 En osaa sanoa

30. Jos FWB-hevosille järjestettäisiin omia Prix de Suomen Hippos-luokkia koulu-, este- ja kenttäratsastuksessa sekä valjakkoajossa, olisitko kiinnostunut osallistumaan? (Tarkoittaen että Suomen Hippos palkitsisi luokissa sijoittuneet rahapalkinnoin)

- Kyllä  
 Ei  
 En osaa sanoa

31. Jos olet FWB-hevosien omistaja, mitä kautta olet hankkinut hevosesi? (Voit valita yhden tai useampia vaihtoehtoja)

- Suoraan kasvattajalta  
 Tuttavan kautta  
 Internetin myyntipalstalta  
 \_\_\_\_\_  
Jotain muuta kautta, mitä?

32. Jos olet hankkinut hevosen ulkomailta, mikä/mitkä ovat olleet syinä? (Voit valita yhden tai useampia vaihtoehtoja)

- Laatu  
 Hinta  
 Kantakirja  
 Koulutustaso  
 Tarjonta \_\_\_\_\_

Jokin muu, mikä?

**33. Kuinka tyytyväinen olet FWB-hevosien myyntikanaviin?**

1 2 3 4 5

Erittäin tyytymätön      Erittäin tyytyväinen

**34. Kehitysehdotuksia, ideoita, kritiikkiä**

---

---

---

---

---