

kennistransfer en
bedrijfsopleidingen

20
15

HIPPISCHE MONITOR

ontwikkeling
door **inzicht**

INHOUD

› Voorwoord	3
› Ruiteronderzoek hippische ondernemers: Het draait om de klant. De rest is bijzaak.	5
› Kengetallen hippische ondernemers: Meer verdienen door keuzes maken en klantgerichtheid	8
› Factsheet hippische sector	12
› Ruiteronderzoek ruitersportretail: Hoe koopt de ruiter zijn ruitersportartikelen?	15
› Imago komt te voet en gaat te paard	18
› Colofon	20



“Paardensport verandert en daarom moet de klant voorop staan.”

Drs. Joep Bartels

*Lector Innovatief Ondernemen in de Paardenhouderij
HAS Hogeschool, Den Bosch*

De omgeving waarin hippische bedrijven opereren is in snel tempo aan het veranderen. Ondernemen is uitdagender en complexer dan ooit. Een verdienmodel dat jarenlang effectief bleek is niet per se toekomstbestendig. “Paardensport is emotie en mag wat kosten”, wordt wel eens gezegd. Maar is dit wel zo vanzelfsprekend? Wij, ondernemers in de sector, zijn stuk voor stuk afhankelijk van ruiters die bereid zijn om een groot gedeelte van hun leven, én een flink deel van hun besteedbaar inkomen, opzij te zetten voor hun hobby. In 2012 lag het gemiddeld besteedbaar inkomen per Nederlander rond de 2600 euro per maand. Een paardensporter met een eigen paard geeft minimaal 400 euro per maand uit, dat is dus ongeveer 1/7 deel van zijn of haar inkomen. Paardrijden op de manege is echter aanzienlijk goedkoper, dat kan vanaf 15 euro per week, en kost “slechts” € 60 per maand. Dat maakt de drempel aanzienlijk lager. Terwijl vroeger vooral nieuwe ruiters instroomden via de (landelijke) rijverenigen op het platteland, komt de aanwas nu via de manege, vooral in de stedelijke gebieden.

De hippische ondernemer groeit uit tot de hoeksteen van de paardenwereld. Gelukkig is dit inzicht nu in de hele paardenwereld door-

gedrongen. Ondernemers hebben zetels in de Sectorraad, de samenwerking tussen KNHS en FNRS is nieuw leven ingeblazen. Wat betekent dit voor ons, als hippische ondernemers? Haken we voldoende in op onze rol als “hoeksteen” en maken we gebruik van de nieuwe kansen? Richten we ons wel genoeg op de veranderende kenmerken van onze klanten? Inzicht hebben in de klant vormt de basis voor succesvol ondernemen. Wie is uw klant? Hoe goed weet u waar uw klant behoefte aan heeft? In de huidige tijd wordt het echte verschil gemaakt door de wijze waarop bedrijven en organisaties hun klanten behandelen. De internationale klant met veel geld en eigen paarden vraagt een andere benadering dan de manegeklant. De dynamische wereld van de paardensport vraagt om inzicht in ontwikkelingen, dit begint bij onderzoek.

De paardensport heeft een sterk imago. Daarom gebruiken grote bedrijven en topmerken al jarenlang het paard en de hippische evenementen in hun communicatie strategie. Internationaal staat de Nederlandse paardensport er ijzersterk voor. In fokkerij, sport en handel profiteren we ervan. Maar als we aan de manegesector denken dan zijn er ook

elementen die we kunnen verbeteren aan het imago. Historisch heeft de paardensport de uitstraling van “exclusief en duur”. Terwijl rijden op de manege niet veel duurder is dan andere sporten. Ook staat de paardensport bij de jeugd bekend als “meisjes sport”. Door onderzoek, nieuwe initiatieven en samenwerking kunnen we daar iets aan doen. Er zijn ongetwijfeld nieuwe kansen, maar ook nieuwe gevaren. We moeten daarop inspelen. Onderzoek is daarvoor noodzakelijk, maar niet zaligmakend.

Onderzoek geeft inzicht en richting, maar bepaalt niet altijd wat uw klant nodig heeft. Daar schuilt de uitdaging: als hippische ondernemers moeten wij de klant geven wat zij nodig heeft, en dat is niet altijd wat zij vraagt. “Had ik naar de consumenten geluisterd, dan hadden ze mij gevraagd een sneller paard te bouwen”, aldus Henry Ford. In plaats van een sneller paard bracht Ford de meest bekende innovatie aller tijden: de auto. Ook u, als hippische ondernemer kan niet meer bij het oude blijven, stilstand is immers achteruitgang. Inzicht in ruiters biedt kans op nieuwe innovaties. Ontwikkelt u mee?



Het draait om **de ruiter** de rest is bijzaak

De Nederlandse hippische sector is een dynamische sector. Geen enkele andere sector kent zo'n sterke emotionele binding als de band tussen ruiter en paard. Dit maakt ondernemen in deze sector uniek en niet te vergelijken met andere sectoren. Klantinzicht vormt de basis voor succesvol ondernemen. Internationaal marktperspectief lonkt voor sport-, fok- en handelsstallen. In en rond de grote steden bloeien manegebedrijven op en groeien uit tot hoekstenen van de Nederlandse paardensport. Verschillende klantgroepen vragen een verschillende benadering. Inzicht in ruitergedrag is daarom nodig.

HAS Hogeschool monitort jaarlijks, via onder andere het Nationaal Ruiteronderzoek, trends en ontwikkelingen in de hippische sector. In het Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015 zijn het gedrag, de wensen en behoeftes van de huidige paardensporter onderzocht en vergeleken met het profiel van voorgaande jaren. Het ruiterprofiel is, door de jaren heen, nauwelijks aan veranderingen onderhevig; nog altijd is het gros van de Nederlandse paardensporters vrouw, tussen de 13 en 29 jaar en woonachtig in de provincies Noord-Brabant, Zuid-Holland en Gelderland. Het profiel van de paardensporter verandert niet: drijfveren, behoeften en wensen van ruiters, uw klanten, veranderen door de jaren heen des te meer. Wat levert inzicht in ruitergedrag op? Het gaat er om de klant proberen te begrijpen door diens behoeften en wensen op gefundeerde wijze te onderzoeken. Met als doel: de klantbehoeften te vertalen in producten en diensten. Alleen op die manier kunnen we een gezonde basis leggen voor de doorontwikkeling van de hippische sector en succesvol ondernemerschap.

BINDING DOOR AANTREKKINGSKRACHT

De overheid, NOC*NSF en de sportbonden hebben de ambitie om meer mensen vaker te laten sporten omdat sportbeoefening bijdraagt aan een gezonde en actieve leefstijl en aan de binding in de samenleving. De landelijke overheid heeft nog nooit zo veel geïnvesteerd in sportbeoefening als in de afgelopen jaren. Op lokaal niveau krijgt de paardensport, in tegenstelling tot andere

sporten, nauwelijks overheidssteun. Maar via NOC*NSF wordt de paardensport wel ondersteunt. En de top van de paardensport zorgt voor eclatante successen. Levert dit een groei op in het aantal paardensporters? Het exacte aantal ruiters is niet bekend. Schattingen geven een aantal van ruim 460.000 ruiters in Nederland. Cijfers van de KNHS laten een geringe daling zien in ledenaantal: van 204.220 leden in 2013 naar 200.470 leden in 2014.

› Levensfase van een ruiter

	Drijfveren (motivatie)	Waarden	Behoeften (ambitie)	Ergernissen
Jongeren	Omgang	Vriendin	Plezier/ Wedstrijd	Paard luistert niet
Tieners				Niet doel bereiken
Twintigers		Vriendin/ Paard	Plezier	Geld en tijd
Dertigers				Onwetendheid
Veertigers		Paard	Plezier/ Gezondheid	Automobilisten
50+-ers				

Waarden, behoeften en ergernissen verschillen per leeftijd. Bron: HAS Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015.

Ruim 75.000 van die leden rijden wedstrijden op manegepaarden. De manegesport bloeit. Dit betekent dat de paardensport de laatste jaren een ingrijpende transitie doormaakt, van vereniging naar manege, van vrijwilligers naar professionals. De hippische ondernemer groeit uit tot de hoeksteen van de paardensport. De aantrekkingskracht van het paard is hét onderscheidende vermogen van de paardensport ten opzichte van andere sporten: de omgang met paarden is de voornaamste reden om te starten  n om te blijven paard rijden.

Het paard vervult voor jongeren en tieners een belangrijke rol als vriend of vriendin. Uit het Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015, uitgevoerd door HAS Hogeschool, komt sterk naar voren dat, naarmate de leeftijd vordert, de ruiter-paard relatie verandert. Het paard wordt weer meer gezien als paard. Voor de meeste ruiters staat de binding met paard,  n plezier hebben met het paard, voorop. Het valt ook op dat de sociale functie van de paardensport weer opleeft. De sterke onderlinge binding, die de vroegere landelijke concoursen kenmerkte, leek de laatste jaren geheel verdwenen. Maar met name de manege-wedstrijden laten weer een "revival" zien van "samen sporten". De bloei van de carouselwedstrijden is een prachtig voorbeeld.

DIERBAAR EN DEELBAAR

Na jaren van individualisering is de samenleving de laatste jaren enorm aan het socialiseren waarbij veel waarde wordt gehecht aan het samen zijn en samen delen: social media heeft hierbij een enorme groei doorgemaakt en is niet meer weg te denken uit het dagelijkse beeld. Na jaren van groei is het afgelopen jaar het vertrouwen in social media licht gedaald. Het vertrouwen is het grootst onder jongeren (27 procent). Nederlanders van 20 tot en met 39 jaar verloren het afgelopen jaar sterk het vertrouwen in social media: van 29 procent vorig jaar daalde het aandeel van (zeer) veel vertrouwen naar 17 procent. Onder 65-plussers nam het vertrouwen juist toe. Aanwezigheid en gebruik van social media is eveneens populair onder ruiters. Uit het Nationaal Rui-

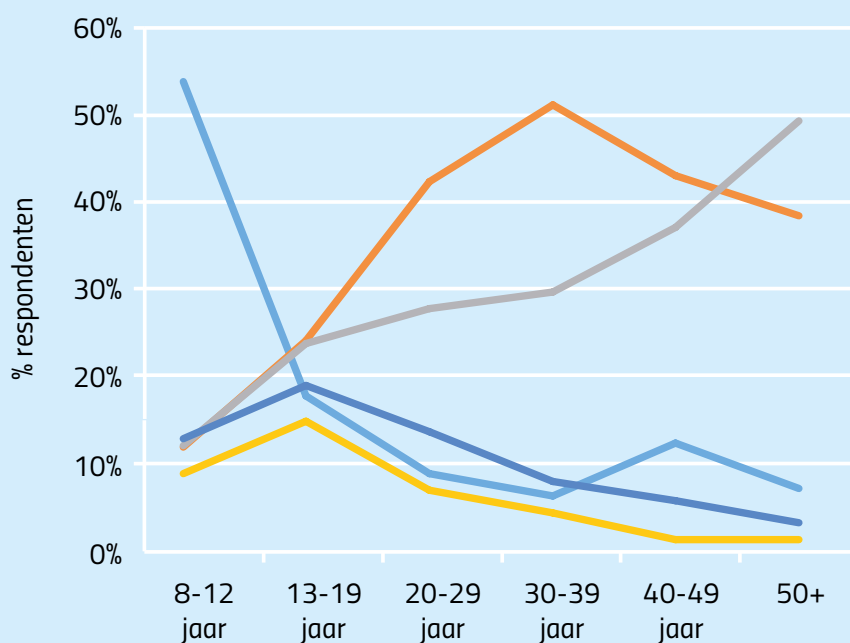
> Platformen en gebruik

Facebook	Twitter	Instagram	Pinterest	Bokt.nl
71% van de Nederlanders maakt gebruik van Facebook waarvan 50% dagelijks	21% van de Nederlanders maakt gebruik van Twitter	14% van de Nederlanders maakt gebruik van Instagram waarvan 5% dagelijks	12% van de Nederlanders maakt gebruik van Pinterest waarvan 2% dagelijks	
89% van de ruiters maakt gebruik van Facebook waarvan 14% dagelijks	32% van de ruiters maakt gebruik van Twitter waarvan 9% dagelijks	37% van de ruiters maakt gebruik van Instagram waarvan 14% dagelijks	23% van de ruiters maakt gebruik van Pinterest waarvan 9% dagelijks	79% van de ruiters maakt gebruik van Bokt.nl waarvan 29% dagelijks
Ruim 20% van de 30+ ruiters plaatst dagelijks een bericht op Facebook	14% van de ruiters in de leeftijd 13-19 jaar plaatst dagelijks een bericht op Twitter	26% van de ruiters in de leeftijd 8-12 jaar plaatst dagelijks een bericht op Instagram	12% van de ruiters in de leeftijd 13-19 jaar plaatst dagelijks een bericht op Pinterest	Ruim 20% van alle ruiters, muv 50+-ers, plaatst dagelijks een bericht op Bokt.nl

Ruiters maken meer dan gemiddeld gebruik van Facebook, Twitter, Instagram en Pinterest. Welke andere sport heeft een medium, zoals BOKT, waarvan 29% van de ruiters dagelijks gebruik maakt?
Bron: HAS Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015, Marketingfacts.nl

> Paardenbezit

- Ik rijd op een manege en heb zelf geen paard.
- Ik heb een eigen paard. Deze staat op een pensionstal.
- Ik heb een eigen paard. Deze staat thuis.
- Ik heb een verzorgpaard.
- Ik heb een leasepaard en/of ben bijrijder.



Paardenbezit wijzigt met de leeftijdscategorie. Meest opvallend is het percentage ruiters dat op een manege rijdt: ruim 50% van de jeugd, minder dan 10% van de 50 plusser. Het bewijs dat de maneges voor de instroom zorgen.
Bron: HAS Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015.

teronderzoek 2014/2015 blijkt dat ruim 40% van de ruiters 1 tot 3 uur tijd per dag besteedt aan dit platform. Kennelijk is er een, meer dan gemiddelde, behoefte aan onderlinge communicatie onder paardensporters.

Paardeneigenaren besteden 1/7 deel van hun inkomen aan hun hobby

PAARDENBEZIT EEN KOSTBAAR BEZIT

Ruiters delen graag hun dierbare momenten en herinneringen online. Momenten die 'offline' worden beleefd: op een manege of stal. Opvallend uit het Nationaal Ruiteronderzoek is dat het gros (57%) van de Nederlandse paardensporters aangeeft 'vroeger' geen paarden gehad te hebben in de directe omgeving. Ruim een kwart van de ondervraagden is voor het eerst in contact gekomen met paarden via vrienden of kennissen. Starten met paardrijden op de manege blijkt dan de meest logische keuze. Bij tiensers volgt een omslag: het aantal ruiters rijdend op een manege daalt sterk en het hebben of leasen van een eigen paard stijgt aanzienlijk. Paardrijden op de manege kan al vanaf 15 euro per week: het bedrijven van paardensport met een eigen paard al gauw 4.800 euro per jaar (gemiddeld besteedbaar inkomen Nederlanders in 2012: 33.200 euro). Hippische ondernemers doen er goed aan zich te realiseren dat paardeneigenaren bereid zijn om 1/7de deel van hun inkomen te besteden aan hun hobby. Het belang van klantgericht ondernemen is evident. In de huidige tijd wordt het echte verschil gemaakt door de wijze waarop bedrijven en organisaties hun klanten behandelen. Klantgerichtheid behoort een onderdeel te zijn van de bedrijfs-cultuur: een onderneming moet klantgerichtheid uitademen. Uiteindelijk maakt dit het verschil óók in het financiële resultaat. Het begint met inzicht in de behoeften en wensen van ruiters. Zoals al eerder in deze monitor werd aangegeven: geef ruiters, uw klanten, waar zij behoefte aan hebben, niet alleen waarom zij vragen. Denk met ze mee!

> Besteedbaar inkomen per leeftijdsgroep 2012

	Tot 25 jaar	25-44 jaar	45-64 jaar	65 jaar en ouder
Gemiddeld besteedbaar inkomen (x € 1.000)	12,3	33,5	34,2	28,2

Het ligt voor de hand dat eigen paardenbezit in verband staat met het inkomen. Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek.

'Riders journey': inzicht in oriëntatie

Een 'customer journey' beschrijft het, vaak onbewuste, gedrag dat een consument vertoont voor hij overgaat tot aankoop van een product of dienst. Inzicht in de 'customer journey' van een klant, van eerste kennismaking tot actieve sportbeoefening, stelt een ondernemer in staat om hier gericht op in te spelen. Inzicht in de customer journey van ruiters, de 'riders journey', biedt ondernemers handvatten om te bepalen welke acties en middelen ingezet moeten worden om

klanten gericht te benaderen. Het Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015 maakt de oriëntatiefase van ruiters op zoek naar een bedrijf, product of dienst inzichtelijk.

Internet vormt nog altijd het belangrijkste oriëntatiekanaal voor ruiters die op zoek zijn naar een bedrijf, product of dienst. Daarnaast vormt de invloed van relaties de grootste informatiebron, zowel online als offline. De invloed van de omgeving is het grootst bij de oriëntatie op diensten.

> Top 3: meest invloedrijke kanalen bij oriëntatie

	Bedrijf	Product	Dienst
1	Internet (63%)	Internet (54%)	Internet (26%)
2	Online forums (15%)	Online forums (21%)	Vrienden (24%)
3	Vrienden (9%)	Instructeurs (6%)	Stalgenoten (20%)

Het gebruik van verschillende informatiekanalen verschilt enigszins per categorie, maar overall is het internet 'leading'. Bron: HAS Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015.

Meer verdienen door keuzes maken en **klantgerichtheid**

De omgeving waarin hippische bedrijven opereren is in snel tempo aan het veranderen. Ondernemen is uitdagender en complexer dan ooit. Een verdienmodel dat jarenlang effectief bleek is niet per se toekomstbestendig. Het gemiddelde financieel resultaat van ruitersportcentra is in 2014 licht gedaald, het gemiddelde resultaat van pensionstallen pakt negatief uit. Uit cijfers blijkt dat de omzetontwikkeling toeneemt naarmate ondernemers keuzes durven maken en klantgericht ondernemen. Ruim 60 % van de ruiters is bereid om meer te betalen of zelfs van stal te veranderen indien een andere stal meer aan de wensen voldoet. Er zijn dus kansen.

Grip op de bedrijfskosten blijkt het afgelopen jaar niet makkelijk voor hippische ondernemers. Weliswaar zien zowel ruitersportcentra als pensionstallen de omzet per stallingsplaats stijgen en ook de directe kosten worden goed in de hand gehouden wat leidt tot een positieve marge-ontwikkeling (winst – directe kosten). De indirecte kosten, zoals lonen, afschrijvingen, huisvestingskosten en algemene kosten, drukken het financieel resultaat. De licht positieve margeontwikkeling bij ruitersportcentra lijkt te komen door een betere lesbezetting maar staat onder druk door stijgende personeelskosten en algemene kosten. Ook bij pensionstallen stijgt de omzet en is een positieve margeontwikkeling te zien. Deze ondernemers investeren het afgelopen jaar fors in onderhoud gebouwen en doorontwikkeling van de faciliteiten blijkt uit de investeringen met vreemd vermogen. Resultierend in een negatief winstscenario. Deze inzichten zijn afkomstig van ABAB Accountants en Adviseurs: zij analyseren jaarlijks de kengetallen vanuit de hippische sector op stallingsplaatsniveau

> Omzet per stallingsplaats

	2011	2012	2013	2014
Totaal ruitersportcentra	€ 6.230	- 5,4%	+0,8%	+7,9%
Waarvan:				
Manege activiteiten	€ 4.171	-7,12%	+2,0%	+12,2%
Pension activiteiten	€ 1.148	-8,2%	-3,6%	-3,6%
Horeca activiteiten	€ 749	-4,7%	-9,9%	-4,3%

Omzet per stallingsplaats van ruitersportcentra met een combinatie aan activiteiten zoals manege, pension en horeca.
Bron: ABAB Accountants en Adviseurs.

	2011	2012	2013	2014
Pension	€ 2.349	-1,2%	+6,9%	+4,8%

Omzet per stallingsplaats van pensionstallen.
Bron: ABAB Accountants en Adviseurs.

RESULTAAT MANEGE-ACTIVITEITEN STREVEN PENSION VOORBIJ

Uit de kengetallen blijkt dat de gemiddelde omzet per stallingsplaats op een ruitersportcentrum stijgt met ruim 7 procent: het aandeel pensionstalling hierin daalt echter met ruim 3%. De omzet van pensionstallen is het afgelopen jaar eveneens ruim gestegen. Het bedrijfsrendement lijkt toe te nemen naar mate ondernemers zich meer toespitsen op specifieke bedrijfsactiviteiten. De gemiddelde ondernemer gaat in 2014 investeringen niet uit de weg: de afschrijvingen stijgen zowel bij ruitersportcentra als bij pensionstallen met respectievelijk € 53 en € 15 per stallingsplaats. De stijgende rentelasten laten zien dat deze investeringen zijn gedaan met vreemd vermogen. Om dit geld terug te verdienen, moet de omzet stijgen.

RUITERS ZIJN BEREID MEER TE BETALEN

Omzetstijging door kostenbesparing is mogelijk maar niet oneindig. Ruiters zijn bereid om meer te betalen indien de accommodatie beter aansluit bij hun wensen, aldus het consumenten onderzoek van HAS Hogeschool. Het merendeel van de ruiters, ruim 60%, is bereid om van stal te veranderen indien een andere stal meer aan de wensen voldoet. Naast kostenreductie is het echter vooral belangrijk om te kijken naar omzetvergroting: wat levert geld op? Hoe kunnen investeringen zo efficiënt mogelijk ingezet worden?

Gemiddelde omzet per stallingsplaats op een ruitersportcentrum stijgt met ruim 7 procent: het aandeel pensionstalling hierin daalt echter met ruim 3 procent

> Directe kosten per stallingsplaats ruitersportcentra

	2011	2012	2013	2014
Voer	€ 514	€ 523	€ 608	€ 527
Strooisel	€ 431	€ 395	€ 294	€ 237
Mestafzet	€ 56	€ 47	€ 38	€ 39
Diergezondheid	€ 148	€ 149	€ 137	€ 160

Directe kosten per stallingsplaats dalen over de gehele linie, met uitzondering van kosten voor diergezondheid. Bron: ABAB Accountants en Adviseurs.

> Directe kosten per stallingsplaats pensionstallen

	2011	2012	2013	2014
Voer	€ 283	€ 271	€ 245	€ 251
Strooisel	€ 208	€ 248	€ 205	€ 200
Mestafzet	€ 21	€ 27	€ 19	€ 17
Diergezondheid	€ 43	€ 57	€ 75	€ 62

Opvallend is de lichte stijging van de voerkosten voor pensionstallen ten opzichte van de dalende kosten voor strooisel, mestafzet en diergezondheid. Bron: ABAB Accountants en Adviseurs.

> Margeontwikkeling

	2011	2012	2013	2014
Marge per stallingsplaats ruitersportcentra	€ 4.448	€ 4.162	€ 4.275	€ 4.771
Marge per stallingsplaats pensionstal	€ 1.608	€ 1.511	€ 1.684	€ 1.863

Marges op zowel ruitersportcentra als pensionstallen ontwikkelen zich positief. Bron: ABAB Accountants en Adviseurs.

WAAR WIL KLANT VOOR BETALEN?

Iedere paardensporter is uniek en heeft zijn specifieke wensen en behoeften. Hij (of zij) is bereid om daar eventueel meer voor te betalen. Onderzoek laat een aantal interessante overeenkomsten en verschillen zien tussen verschillende segmentatie. Zo blijkt uit het Nationaal Ruitersonderzoek 2014/2015 dat zowel wedstrijd- als recreatieruiters de voorkeur geven aan volpension wanneer zij hun paard ergens stallen. Het aandeel wedstrijdruiters, dat een hogere pensioenprijs betaalt, is echter groter dan het aandeel recreatieruiters. Daar staat tegenover dat wedstrijdruiters meer faciliteiten en service in hun pensioenprijs hebben inbegrepen. Volpension in combinatie met groepshuisvesting is in trek bij recreatieruiters.

Het maken van keuzes en het creëren van meerwaarde is een belangrijke stap in de financiële bedrijfsvoering. Inzicht in kosten en het gebruiken van kengetallen blijft belangrijk. Ondernemers kunnen meerwaarde creëren en klantloyaliteit vergroten door in te spelen op de wensen en behoeften van de klant. Verschillende type paardensporters hebben andere behoeften, maar de meesten zijn wel bereid om meer te betalen als beter aan hun wensen en behoeften voldaan wordt. Kent u uw klant zodat u het verschil kunt maken?

De winstontwikkeling is gedaald. Met als resultaat een verminderd financieel resultaat voor ruitersportcentra

Bij pensionstallen is veel meer geld per stallingsplaats uitgegeven aan onderhoud gebouwen en investeringen

> Overige kosten ruitersportcentra

	2011	2012	2013	2014
Kosten	€ 3.570	€ 3.270	€ 3.077	€ 3.588
Rente	€ 316	€ 306	€ 365	€ 409
Kosten excl. rente	€ 3.254	€ 3.964	€ 2.712	€ 3.179

Overige kosten, zoals lonen, afschrijving, huisvestingskosten en algemene kosten, én ook rentelasten stijgen aanzienlijk.
Bron: ABAB Accountants en Adviseurs – ruitersportcentra.

> Overige kosten pensionstal

	2011	2012	2013	2014
Kosten	€ 1.496	€ 1.628	€ 1.536	€ 2.171
Rente	€ 241	€ 289	€ 269	€ 416
Kosten excl. rente	€ 1.255	€ 1.339	€ 1.267	€ 1.755

Overige kosten, zoals lonen, afschrijving, huisvestingskosten en algemene kosten, én ook rentelasten stijgen aanzienlijk.
Bron: ABAB Accountants en Adviseurs – pensionstal.

> Winst per stallingsplaats

	2011	2012	2013	2014
Winst ruitersportcentra	€ 878	€ 792	€ 1.198	€ 1.183
Winst pensionstal	€ 112	- € 117	€ 148	- € 308

De winstontwikkeling is gedaald. Met als resultaat een verminderd financieel resultaat voor ruitersportcentra. Pensionstallen laten zelfs een negatief eindresultaat zien: bij pensionstallen is veel meer geld per stallingsplaats uitgegeven aan onderhoud gebouwen en investeringen met vreemd vermogen ten opzichte van vorig jaar. Bron: ABAB Accountants en Adviseurs.

STAD ZORGT VOOR KLANDIZIE

De verschillen in omzet van bedrijven zijn groot: stadsbedrijven doen het veel beter dan bedrijven op het platteland. Locatie lijkt de meest bepalende omzetindicator: voor ruitersportcentra met name de aanwas van ruiters en pensionstallen op het platteland ondervinden hevige concurrentie door de boer op de hoek. De prijs voor de huur van een box op een pensionstal wordt vaak bepaald op basis van faciliteiten en vergelijking met concurrenten. Uit het Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015, uitgevoerd door HAS Hogeschool, blijkt dat 40% van de ruiters met een eigen paard dit paard gestald heeft in volpension. 18% kiest voor halfpension, 5% huurt een kale box en de overige ruiters hebben het paard aan huis staan.

> Gemiddelde pensionprijzen per type per provincie

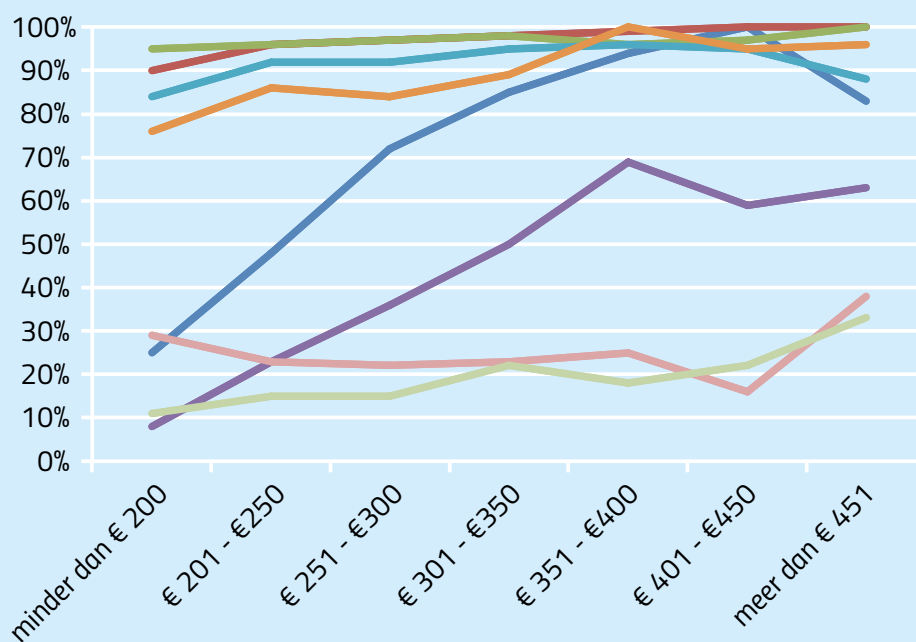
		Volpension	Halfpension	Kale box
Provincie	Noord-Holland	€ 271	€ 226	€ 196
	Zuid-Holland	€ 305	€ 251	€ 218
	Zeeland	€ 236	€ 190	€ 184
	Utrecht	€ 273	€ 238	€ 189
	Noord-Brabant	€ 258	€ 213	€ 181
	Limburg	€ 249	€ 229	€ 176
	Gelderland	€ 239	€ 204	€ 188
	Overijssel	€ 233	€ 210	€ 197
	Drenthe	€ 213	€ 183	€ 179
	Groningen	€ 212	€ 193	€ 187
	Friesland	€ 199	€ 192	€ 192
	Flevoland	€ 291	€ 226	€ 192
Nederland		€ 248	€ 212	€ 199

Pensionprijzen verschillen sterk qua provincie. De prijs voor de huur van een box op een pensionstal wordt vaak bepaald op basis van faciliteiten en vergelijking met concurrenten. Bron: HAS Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015.

Bepaalde faciliteiten en services, zoals een buitenbaan, paddock/weide, voer en stallen gemest door ondernemer / personeel, zijn bijna altijd aanwezig bij volpension ongeacht de prijs. Bij een binnenbaan en een stapmolen is een duidelijke stijging te zien naarmate de prijs toeneemt. Zo heeft slechts 25% van de ruiters in de categorie pensionprijs minder dan 200 euro een binnenbaan ten opzichte van 85% van de ruiters in de categorie pensionprijs tussen de 301 en 350 euro.

- binnenbaan
- buitenbaan
- paddock/weide
- stapmolen
- voer
- stallen gemest door bedrijf
- dekens op en af doen
- peesbeschermers aan en af doen

> Faciliteiten volpension per prijs categorie

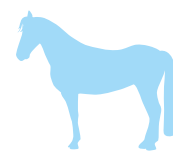


Bron: HAS Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015

THE EQUESTRIAN WORLD

Bron: Equi Development BV, FEI

- Naar schatting zijn er wereldwijd 80 miljoen ruiters op meer dan 60 miljoen paarden*
- Totale economische waarde van de internationale hippische sector is onbekend. In 2005 werd alleen al de economische waarde van de Amerikaanse hippische sector door Deloitte geschat op \$200 miljard
- Omzet retail: \$10 miljard verdeeld over 25.000 ruitersportwinkels wereldwijd*
- In 2013 werden in de hele wereld zo'n 3557 FEI wedstrijden georganiseerd, waarvan 1314 springwedstrijden



>60 miljoen



1314

AMERIKA VERSUS EUROPA

Bron: Equi Development BV, HAS, FEI

- Aantal paarden in Amerika: 9,2 miljoen*
- Aantal paarden in Europa: 5,4 miljoen*
- Naar schatting zijn de werelddelen vergelijkbaar qua economische waarde en retail-omzet resp. €45-50 miljard en €5,3-€5,4 miljard, aldus Trendpanel Paard
- Naar schatting zijn er ruim meer dan 12.500 ruitersportwinkels in zowel Amerika als Europa*
- Aantal FEI Events in Europa aanzienlijk hoger: 2.000 tov 328 in Amerika
- Ruiters geregistreerd bij FEI Europa: 21.017
- Ruiters geregistreerd bij FEI Amerika: 2.690



50 miljard

> Nederland, Duitsland, België

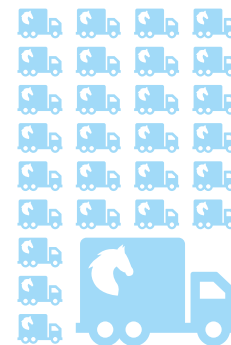
	Nederland	België	Duitsland
Aantal paarden*	400.000	150.000	1 miljoen
Aantal ruiters*	466.000	200.000	1,7 miljoen
Economische waarde*	€ 1,2 miljard	€ 219 miljoen	€ 5 miljard
Retail omzet*	€ 100 - €110 miljoen	€ 32 miljoen	€ 675 miljoen
Aantal winkels	530	80 (Vlaanderen)	> 2.000
FEI Events 2013	125	123	292
FEI Ruiters 2013	943	1224	3130
FEI Paarden 2013	2567	3687	7659

Bron: HAS Hogeschool, FGHS, Vlaams Loket, FN, FEI

NEDERLAND PAARDENLAND

Bron: HAS Hogeschool, De Hippische Ondernemer, KNHS, FNRS

- Aantal ruiters in Nederland: 466.000 en aantal paarden geschat op 400.000
- Export van paarden steeg in 2014 naar €222 miljoen waarvan het meest geëxporteerd wordt naar de USA en Groot-Brittannië
- Economische waarde van €1,2 miljard wordt gerealiseerd door zo'n 6.600 hippisch gerelateerde bedrijven
- Er zijn in Nederland ongeveer 1000 manegebedrijven: 300 zijn lid van de FNRS en 44 daarvan hebben 5 FNRS-sterren
- Op deze FNRS maneges rijden 75.000 ruiters met een FNRS ruiterspaspoort
- De KNHS heeft 50.000 actieve wedstrijdporters. Zij starten jaarlijks zo'n 830.000 keer op 7.500 wedstrijden



222 miljoen

Marjolein

Betaalt > €300,- per maand aan stalling voor haar paard

Profiel

Geslacht: vrouw
Leeftijd: 20 – 29 jaar
Provincie: Gelderland
Discipline: dressuur

Heeft haar paard gestald op een pensionstal is in het bezit van een smartphone. Lid van KNHS en in voorbereiding op wedstrijden

Waarden en ambities

Rijdt paard beter te worden in het rijden van paarden. Heeft wedstrijdambities en wil graag een hoger wedstrijdniveau behalen. Vindt ontspanning het meest prettig aan de omgang met paarden

Online

Is, naast een Facebook, ook actief op Instagram en plaatst 1x per week een bericht. Blijft graag online op de hoogte: besteedt gemiddeld 2 uur per dag aan social media. Heeft een Bokt-account maar vooral om te lezen, niet om te discussiëren

Aanschaf ruitersportartikelen

Koopt bij voorkeur artikelen in een ruitersportwinkel en shopt 1x per maand, het liefst telkens bij een andere winkel. Ergert zich het meeste aan het niet op voorraad zijn van producten. Daarom kiest ze soms voor het gemak van een online aankoop.



Dit ruitersprofiel is opgebouwd op basis van gegevens uit het Nationaal Ruiteronderzoek. Uit het onderzoek blijkt dat dat 9% van respondenten maar liefst € 300 euro of meer betaalt voor pensionstalling; ook in ander gedrag vertonen zij overeenkomsten.

Simone

Geeft > €50,- per maand uit aan ruitersportartikelen

Profiel

Geslacht: vrouw
Leeftijd: 30 – 49 jaar
Provincie: Zuid-Holland
Discipline: dressuur

Is in het bezit van een smartphone
Lid van KNHS en actief wedstrijdruiter

Waarden en ambities

Rijdt paard om te ontspannen en om plezier te hebben. Heeft wedstrijdambities en wil altijd beter rijden. Ergert zich blauw aan betweters en ruiters die niet kunnen rijden.

Voorkeuren

Heeft haar keuze voor pensionstalling online bepaald. Vraagt stalgenoten graag om advies mbt hoefsmid, tandarts etc.

Online

Heeft een Facebook-account en plaatst 1x per week een bericht. Blijft graag online op de hoogte: besteedt gemiddeld 2 uur per dag aan social media. Heeft een Bokt-account maar vooral om te lezen, niet om te discussiëren

LinkedIn-profiel is up-to-date: je weet nooit wat het brengt

Pensionstalling

Op basis van volpension: en dan ook écht volpension: van binnenbak tot stapmolen, van stallen mesten tot dekens wisselen, van trailerstalling tot kantine en warm water bij poetsplaatsen. Bijkomende kosten bestaan voornamelijk uit lessen en eventueel voer en supplementen.



Dit ruitersprofiel is opgebouwd op basis van gegevens uit het Nationaal Ruiteronderzoek. Uit het onderzoek blijkt dat 16% van de respondenten maandelijks meer dan 50 euro uitgeeft aan ruitersportartikelen; ook in ander gedrag vertonen zij overeenkomsten.



14:59 PM



online-shop | trends and fashion at best prices

Log in | Register

MY BAG: 67 \$

ONLINE-SHOP

BOUTIQUE | OUTFITS | FULL LOOKS | FASHION

WOMAN | MAN

Clothing | Shoes | Accessories

HOME > SHOES > NEW SHOES



Buyer rating: EMMA ROSBERG
49\$

Please select colour

Qty:

Size:

- + STYLE
- + DETAILS
- + DELIVERY AND RETURN INFO

ADD TO BAG

Suggestions we think you'll love:



Hoe koopt de ruiter zijn ruitersportartikelen?

De toenemende aandacht voor sport als onderdeel van een gezonde en actieve leefstijl zorgt in de sportretail voor een toenemende vraag naar sportartikelen. Door de toenemende branchevervaging worden sportartikelen echter minder vaak gekocht bij de sportspeciaalzaak. Gebleken is dat consumenten eerder bezuinigen op sportmaterialen dan op sportlidmaatschappen. Het is de vraag of deze trends ook van toepassing zijn op de ruitersportretail.



Op basis van de trends in de sportretail en licht dalende ledenaantallen van paardensportbond KNHS ligt een verdere stabilisatie van het volume in de ruitersportretail in de lijn der verwachting. De komst c.q. de verdere groei van grote buitenlandse (ruiter)sportretailers gaat de markt de komende jaren definitief veranderen. Ook internet speelt een steeds grotere rol. Niet alleen oriëntatie en prijsvergelijking vindt plaats op internet maar de drempel om te kopen is inmiddels ook erg laag. De verschillen tussen de paardensporters zijn echter groot. HAS Hogeschool heeft, in samenwerking met Equi Development BV en Bieman de Haas, verschillende trends in ruitersportretail gedefinieerd en, met uitkomsten uit het Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015, klantprofielen geanalyseerd.

> Factoren van invloed op ervaring bezoek winkel of webshop

Prettig bij winkel	Ergernis bij winkel
Beleving	Niet op voorraad
Service/passen	(opdringerig) Personeel
Advies	Druk / wachtrijen
Prettig bij webshop	Ergernis bij webshop
Gemak	Niet kunnen passen / zien
Assortiment	Verzendtijd
Vergelijken van prijs	Verzendkosten

Voor beleving, service en advies gaat de consument naar de winkel. Bron: HAS Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015.

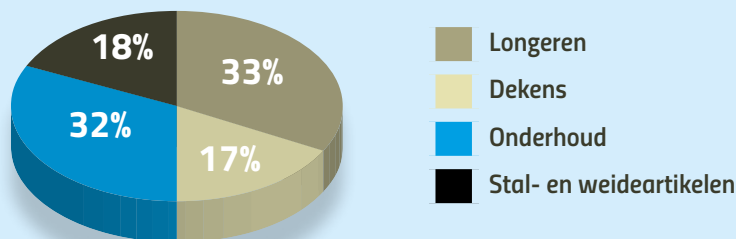
LOYALITEIT EN HERHALINGSAANKOPEN

In Nederland koopt een derde van de consumenten hun sportaankopen online. Naar verwachting zal het online marktaandeel in 2020 meer als 30% bedragen, afhankelijk van de subsegmenten zo stelt Sportfocus. Uit het Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015 blijkt dat 75% van de paardensporters hun aankopen het liefst in de ruitersportspecialzaak doet, de rest shopt het liefste online. Ruitersportretail blijkt hierin dus achter ten opzichte van de sportretail. Ruiters zijn tevens erg loyaal: vaak doen zij hun aankopen bij dezelfde ruitersportwinkel en maar liefst 83% van de ruiters bezoekt de winkel 1x per kwartaal. Bij webshops is de loyaliteit aanzienlijk minder. Het grootste deel van de online shoppers is fanatiek, zij kopen meer dan de helft van hun aankopen online. Producten die direct online gekocht worden, dragen weinig risico bij zich: het zijn producten waar geen maten in zijn en waarin minder geconcurrereerd kan worden op kwaliteit, zoals longerspullen, onderhoudsmaterialen, dekens en stal- en weideartikelen. Opmerkelijk is dat rijbroeken, bij een herhalingsaankoop, vaak online gekocht worden. Het lijkt erop dat merkartikelen, zoals kleding, hoofdstellen en dekens, eerst in de winkel 'getest' worden om vervolgens online gekocht te worden op basis van de beste prijs.

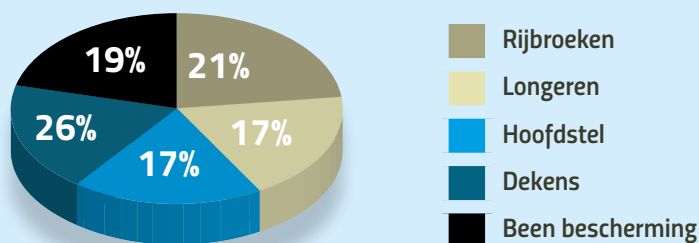
DE WAARDE VAN BELEVING

In vrijwel alle branches speelt de online verkoop in toenemende mate een rol. Dit zal de komende jaren nog verder uitbreiden. Aankooptriggers voor een webshop zijn met name presentatie van het product, inspiratie en prijs. Onderscheidend vermogen door ruitersport-specialzaken kan gecreëerd worden door service, overzicht en sfeer. Onder service verstaan ruiters voornamelijk advies en retourneren. Bij een bezoek aan een ruitersportwinkel vinden paardensporters beleving, de ervaring die een ruiter aan het bezoek overhoudt, het allerprettigste: bijvoorbeeld testzones, workshops en het bouwen van een community rondom de winkel. Paardensporters zijn zelfs bereid om 1 tot 10% extra te betalen voor "beleving".

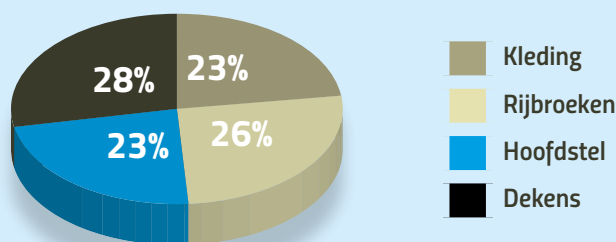
› Wat koopt een ruiter direct online?



› Welke herhalingsaankoop doet een ruiter online?



› Wat koopt een ruiter online na oriëntatie in een winkel?



› Top 3 Aankooptriggers in een webshop

1	Presentatie product (25%)
2	Inspiratie (14%)
3	Prijs (14%)

› Top 3 Aankooptriggers in een winkel

1	Service (38%)
2	Overzicht (23%)
3	Sfeer (15%)

RUITERS EN HUN BESTEDINGEN

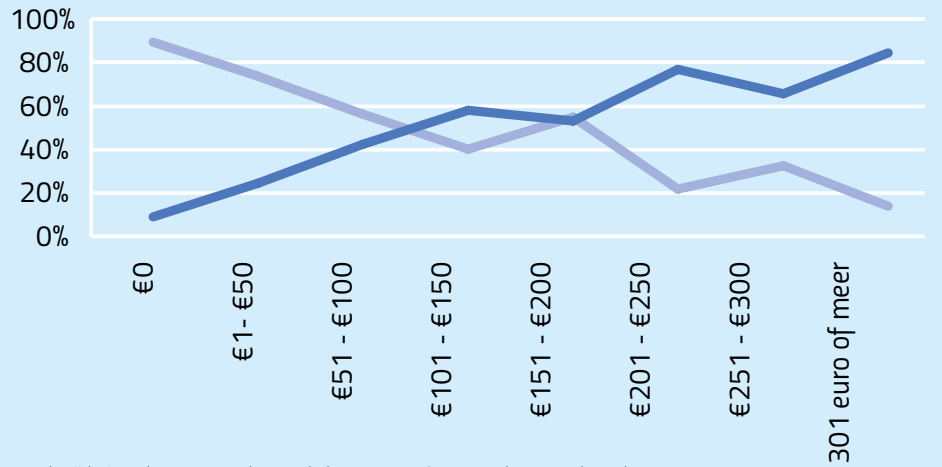
Beleving creëren is dus van grote extra waarde voor een ruitersportretailer. Consumentenwensen veranderen. Nog nooit is de consument zo onvoorspelbaar geweest en nog nooit had hij zo veel kanalen ter beschikking om een aankoop te doen, om informatie te vergaren en te delen. De verschillen tussen consumenten, ruiters, zijn groot. HAS Hogeschool bracht via het Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015 het uitgavepatroon van manege-, wedstrijd- en recreatieruiters in beeld. Meer dan de helft van de paardensporters zijn recreatieruiters: zij hebben een lager uitgavenpatroon per maand per persoon dan de wedstrijdruiters of manegeruiters. De grootte van deze groep zorgt echter voor een groot omzetspotentieel.

Feiten en cijfers laten zien dat de ruitersportretail de laatste jaren is veranderd. En dat deze verandering de komende jaren doorzet. Dat ligt onder meer aan het koopproces van de paardensporters, de toenemende rol van webshops, en de veranderende wereld in de (sport)retail. Hoe speelt u in op deze veranderingen?

Ruiters zijn bereid om 1 tot 10% extra te betalen voor "beleving"



> Uitgavepatroon ruiters

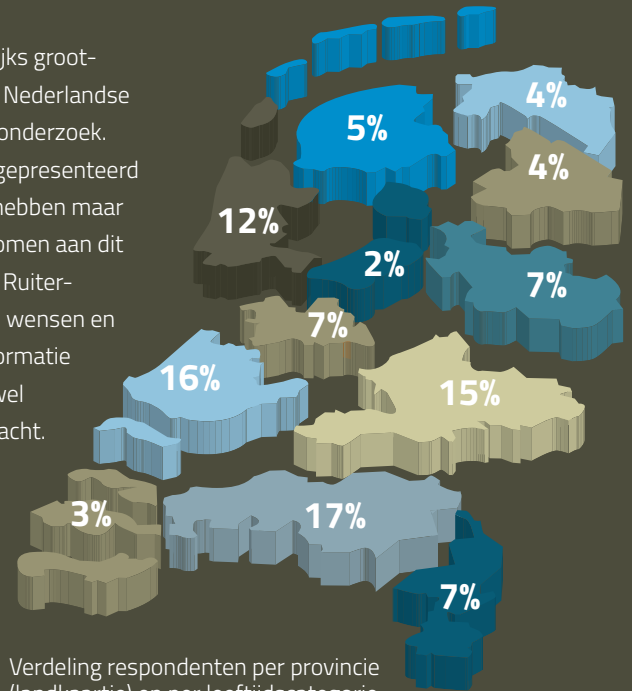
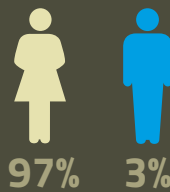


Wedstrijdruiters kopen meer dure artikelen. Bron: HAS Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015.

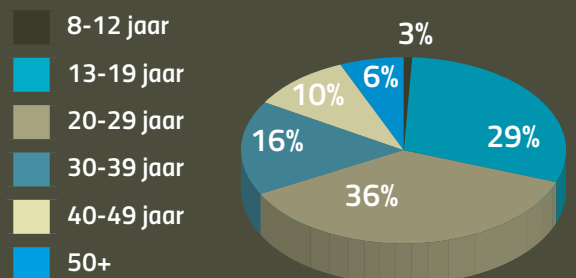
Nationaal Ruiteronderzoek 2014/2015: de resultaten

HAS Hogeschool voert jaarlijks grootschalig onderzoek uit onder Nederlandse ruiters: het nationaal Ruiteronderzoek. In 2014 / 2015, resultaten gepresenteerd in deze Hippische Monitor, hebben maar liefst 4.686 ruiters deelgenomen aan dit onderzoek. In het Nationaal Ruiteronderzoek 2014 / 2015 zijn wensen en behoeften, motivatie en informatie en bestedingspatroon oftewel "ruitergedrag" in beeld gebracht.

Profiel respondenten:



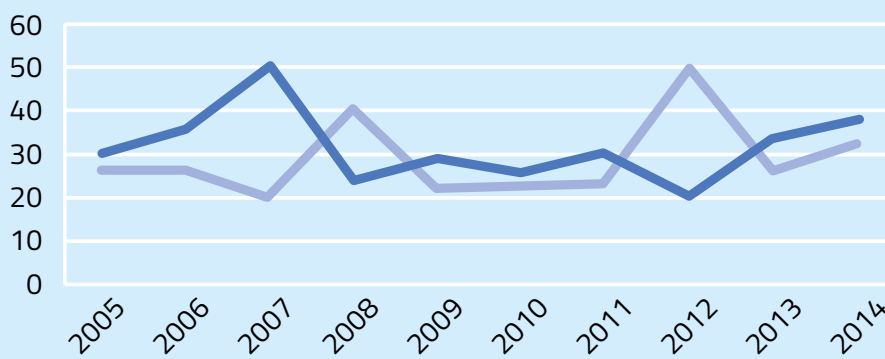
Verdeling respondenten per provincie (landkaartje) en per leeftijdscategorie



Resultaten uit het Nationaal Ruiteronderzoek hebben gediend als basis voor de artikelen in deze publicatie van de Hippische Monitor. Voor meer informatie over dit onderzoek en de resultaten kunt u contact opnemen met HAS Hogeschool via kennismakerpaard@has.nl.

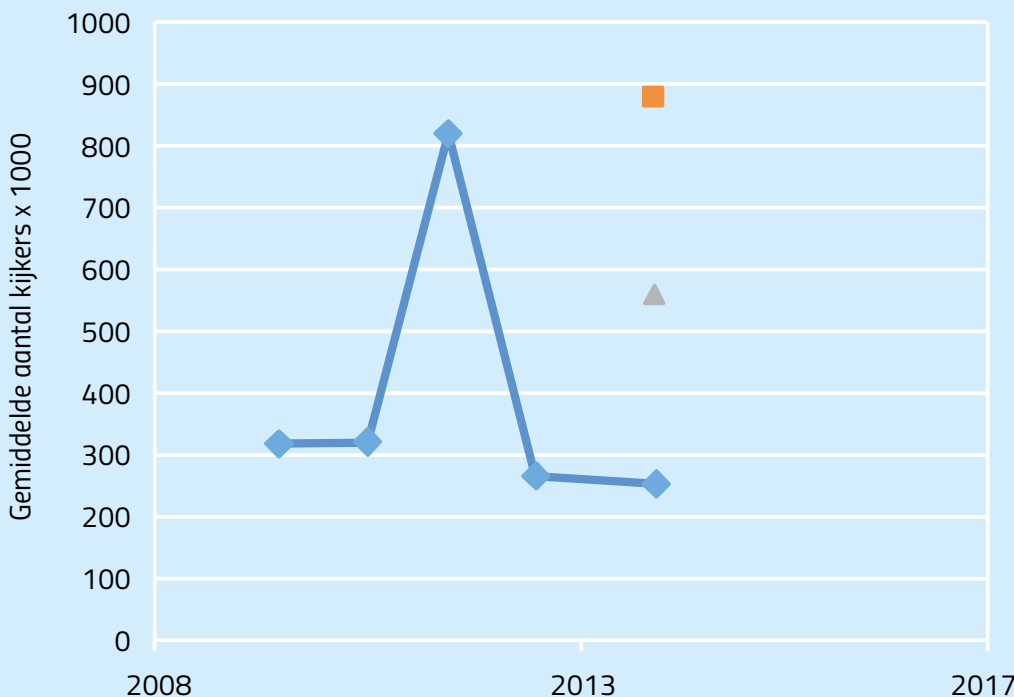
Imago komt te voet en gaat te paard

De hippische sector groeit en bloeit: rond de voormalige elitehobby en het collectieve vervoersmiddel is anno de 21e eeuw een miljardenindustrie ontstaan: van sport als doel, naar sport als middel tot sport als economische waarde. Met het groeiend economisch belang en het vermarkten van de sport, groeit ook de aandacht voor de paardenwereld en al haar facetten. Het aspect imago wordt nogal eens onderschat, terwijl het effect op een sector erg groot kan zijn.



— Gemiddeld aantal minuten paardensport per sportuitzending
— Aantal sportuitzendingen met daarin paardensport

Uit cijfers van de NOS blijkt dat het aantal uitzendingen met daarin aandacht voor de paardensport toeneemt. Ook het aantal minuten per uitzending groeit. Alleen in Olympische jaren daalt het aantal minuten per uitzending omdat het aantal uitzendingen dan beduidend hoger is dan in niet-Olympische jaren. Bron: NOS



◆ Gemiddeld aantal kijkers x 1000
■ Documentaire "Totilas" uitgezonden door omroep MAX
▲ Documentaire London, uitgezonden door omroep MAX

Een licht dalende trend in het aantal kijkers van paardensport in uitzendingen van de NOS. Opvallend is de enorme piek tijdens een Olympisch jaar. De documentaire 'Totilas: Paard en Fenomeen' steekt maar liefst de Olympische spelen naar de kroon met bijna 900.000 kijkers. Bron: NOS

Imago is het beeld dat personen hebben van andere personen, organisatie of sector. Dat beeld wordt gevormd door wat mensen lezen, horen of ervaren. Met de groei van het economisch belang van de sector speelt een goed sector-imago een steeds belangrijkere rol. Een sector kan jarenlang succesvol zijn en een goed imago hebben, maar opeens kan ze bij een klein incident gaan irriteren en protesten oproepen. En daarmee het draagvlak verliezen binnen de maatschappij en politiek. Zonder draagvlak is er geen bestaansrecht.

De hippische sector leunt op een breed maatschappelijk en politiek draagvlak. Uit onderzoek van de KNHS (2011) blijkt dat de paardensport vooral wordt gezien als ontspannende sport waar je met hart en ziel voor gaat. Ook wordt de sport relatief vaak geassocieerd met in de natuur zijn en met uitdaging. De afgelopen jaren heeft de paardensport in toenemende mate meer media-aandacht gekregen: qua sportprestaties, maar ook de berichtgeving rondom ontwikkelingen in de sector. Denk hierbij aan documentaires en nieuwsuitzendingen, maar ook aan de berichten op social media en internet.

Maatschappelijk draagvlak wordt sterk beïnvloed door (social) media-aandacht. Deze aandacht levert momenteel nog altijd een sterke positieve bijdrage aan de ontwikkeling van de sector, het is immers 'ons' visitekaartje. Ook iedere organisatie, ondernemer en sporter vormt een visitekaartje voor de sector en daarmee van invloed op 'ons' imago en het benodigde draagvlak binnen maatschappij en politiek. Afgelopen EK in Aken hebben 'onze' sporters een prachtig visitekaartje afgegeven: individueel goud voor Jeroen Dubbeldam, goud in de landenwedstrijden springen, dressuur en vierspannen, zilver voor IJsbrand Chardon, brons in de landenwedstrijd reining en twee keer individueel brons: voor Hans Peter Minderhoud en Koos de Ronde. Een prachtprestatie én een pracht promotie van de paardensport. 'Ons' imago verdient momenteel goud. Hoe gaan we ervoor zorgen dat we deze positie ook in de toekomst blijven behouden? Welke hippische organisatie ontwikkelt initiatieven om het imago te bewaken en, waar mogelijk, positief te beïnvloeden? En waar liggen de knelpunten?



Aandacht voor imago:

noodzaak of nutteloos?

Eind 2014 leverde een onaangenaam kerstcadeautje op voor Duitse paardenbezitters: de omstreden paardenbelasting werd door de bestuursrechter in Hessen goedgekeurd, waarmee paardeneigenaren 200 euro per paard per jaar belasting moeten gaan betalen. Sönke Lauterbach van het FN, sprak in november jl. op de World Horse Welfare conferentie in Londen zijn ongenoegen uit over de houding van Duitse gemeenteraden die erop lijken te vertrouwen dat alle paardeneigenaren in de eigen staat rijk zijn en deze belasting met gemak kunnen betalen. Dit imago komt indirect aan de orde in de documentaire 'Totilas: Paard en Fenomeen' van programmamaakster Annette van Trigt en uitgezonden door omroep MAX (en ook, onder grote belangstelling, uitgezonden in Duitsland). Het grote geld is kennelijk de baas in de paardensport, zou de conclusie kunnen zijn. De paardensport heeft van oudsher het imago van een dure en exclusieve sport. Ook in Nederland speelt het 'rijke imago' van de paardenbezitter een rol, hoewel inmiddels het gros van de ruiters

de paardensport voor een bescheiden bedrag per week op de manege beoefent. Naast het 'dure imago' heeft de paardensport ook last van andere imago kenmerken. Het is een van de populairste sporten onder jonge meisjes. Maar 'ieder voordeel heeft zijn nadeel': dat betekent dat jongetjes niet zo snel aan deze 'meidensport' gaan deelnemen. En ook in de maatschappelijke ontwikkeling van het dierenwelzijn schuilt een aandachtspunt. Er zijn diverse dierengroeperingen en individuele welzijnsfanaten die sporten met paarden afkeuren en daarmee de (sociale) media opzoeken. Naast een actief imago beleid is een zelfkritische houding, controle en regelgeving noodzakelijk om het positieve imago van de paardensport te bewaken. Organisaties, zoals de KNHS en de Sectorraad, zien dat in en ontwikkelen sectorbrede initiatieven. Het imago van de sector is automatisch verbonden aan uw eigen bedrijf zodra u voorziet in 'paardensport'. En vice versa. Bent u al bewust bezig met imago? Noodzaak of nutteloos?

De Hippiſche Monitor 2015 is ontstaan uit een samenwerking tussen HAS Hogeschool en partners uit het Trendpanel Paard 2014 – 2015. Het Trendpanel Paard vertegenwoordigt de hippische sector van primaire ondernemer tot toeleverancier, van brancheorganisatie en sportbond tot ruitersportretailer. Het Trendpanel signaleert trends en ontwikkelingen binnen de hippische sector (van consumentenwensen tot ondernemerskwaliteiten, van kengetallen tot retailtrends) en fungeert als klankbord voor de diverse onderzoeken die jaarlijks in de Hippiſche Monitor gebundeld worden. Deelname aan het Trendpanel Paard vindt plaats op uitnodiging en varieert per jaargang.

Samenstelling Trendpanel Paard 2014 – 2015

HAS Hogeschool	Joep Bartels (voorzitter)
HAS Hogeschool	Monique van Hal
HAS Kennistransfer	Evelien van Gijzen
HAS Kennistransfer	Peter Scheer
KNHS	John Bierling
Boertjes Makelaardij	Harry Boertjes
Eisma Horses Media	Minne Hovenga
Equi Development Group	Brenden Keon
PAVO Paardenvoeders	Rob Krabbenborg
Sectorraad paarden	Nelleke Krol
Hippo Zorg	Jack Oomen
FNHO / GGP	Julius Peters
LTO	Bert Poppelaars
ABAB Accountants en Adviseurs	Frank de Reu
Bieman de Haas	Ludy Swinkels
FGHS	Dirk Vinken
FNRS	Adriaan Vonk
KWPN	Irene Wolfs
Rabobank	Arjan Ausma

Onderzoeken gebundeld in deze uitgave van de Hippiſche Monitor

- Nationaal Ruitersonderzoek 2014 / 2015, HAS Hogeschool, 2015
- Kengetallen monitor 2010 - 2014, ABAB, 2014

Overname van artikelen is alleen toegestaan na toestemming van de redactie. Hoewel aan de samenstelling van de inhoud de meeste zorg is besteed, kan de redactie geen aansprakelijkheid aanvaarden voor mogelijke onjuistheden of onvolledigheden.

Informatie & vragen:

kennismakerpaard@has.nl

Redactie:

Monique van Hal
Joep Bartels

Met bijzondere dank aan de studenten van de HAS Hogeschool die een belangrijke bijdrage hebben geleverd aan het tot stand komen van de Hippiſche Monitor 2015: Rowie Rooth, Annelore Teurlings, Jessy Stoop, Lucy van Eldik en Stefanie Scholtens.

Ontwerp en vormgeving:

Jasper Razenberg – Freelance Creatief
> freelancecreatief.nl

Deze uitgave is geproduceerd door HAS Hogeschool en mede tot stand gekomen door bijdragen van:

