

STRATEGISK PLAN



Nu är den på plats! Vår strategiska plan fram till 2030, den innehåller säkert till 90% gamla men bra tankar och idéer – den stora skillnaden är att vi nu måste gå från ord till handling. Allt handlar om att börja leverera och exekvera vad vi sagt vi skall göra och detta gäller samtliga intressenter i denna upplevelseindustri. Vi har inte råd att se till särintressen utan måste enas om riktningen i denna plan. Om någon lever i villfarelsen att vi bara behöver skruva lite på saker så löser sig allt, har hen fel. Med det tappet såväl sportsligt som finansiellt vi har sett krävs radikala åtgärder.

Vi har under de senaste 10 åren levt över vår förmåga och fattat ett antal felaktiga beslut. Nu har vi chansen att efter en rad förlustår kommit fram med en budget i balans för 2025 och det är Styrelsens klara ambition att inte tumma på detta fram till 2030. Eventuella överskott som genereras kommer gå till amortering av skulder eller återinvesteras i sporten.

Vi gör en strategisk plan väl medvetna om att vi har utmaningar med att få till en galoppanläggning i Skåne, men ambitionen och riktningen är klar: Vi måste behålla Svensk Galopp som en nationalsport och det uppnår vi inte utan en bana i Skåne.

Hästagare, uppfödare, jockeys, tränare, veterinärer, stallpersonal, banförvaltare, administrativ personal och spelbolag. Häng med på denna resa, för nu blir det åka av!

Denna strategi är inte en skrivbordsprodukt – det är ett gemensamt åtagande. För att lyckas krävs mod, samverkan och nytänkande från alla aktörer. Styrelse och VD för Svensk Galopp är förpliktigad till innehållet i detta dokument, nu måste alla intressenter också köpa in och leva efter denna strategi.

Off they go!

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning	2
1 Management Summary	5
2 Vår mission och vår vision.....	6
2.1 Ökad kundorientering och entreprenörskap.....	7
2.2 Professionalism och Sportslighet.....	7
2.3 Passion och Hängivenhet	7
2.4 Öppenhet och Gemenskap	7
2.5 Tradition och Innovation	7
2.6 Publikvänlighet och Tillgänglighet	7
2.7 Sportslighet och Fair Play	8
2.8 Sammanfattning	8
3 Nulägesanalys av Svensk Galoppsport.....	9
3.1 Hästpopulation och avel	9
3.2 Tävlingsstatistik och sportens attraktivitet	9
3.3 Prispengar och ekonomiska incitament.....	9
3.4 Ekonomiska aspekter och finansiering	10
3.4.1 ATG:s roll och utdelning	10
3.4.2 Ekonomiska utmaningar	10
3.4.3 Ohållbar affärsmodell.....	10
3.5 SWOT-analys	11
3.5.1 Styrkor	11
3.5.2 Svagheter.....	11
3.5.3 Möjligheter.....	11
3.5.4 Hot	12
3.6 Intressenter i ekosystemet Galoppsport	12
3.6.1 Hästägare – Investerare och Entusiaster	12
3.6.2 Uppfödare – Grundstenen i sporten.....	13
3.6.3 Tränaren – Strategen bakom hästens utveckling	13
3.6.4 Jockey – Atlet och taktiker i sadeln	14
3.6.5 Andra Viktiga Aktörer i Ekosystemet.....	14
3.7 Goda exempel inom svensk galopp – Inspiration och förebilder	14
3.7.1 Hästvälfärd och sportslig etik.....	15
3.7.2 Kommunikation.....	15
3.7.3 Ungdomsengagemang och framtidsinvestering.....	15
3.7.4 Hästägarengagemang & andelsmodeller	15
3.7.5 Framgångsrika koncept & events	16
3.8 Slutsats nuläge	16
4 Trender 2025–2030.....	17

4.1	Marknads- och publikutveckling	17
4.2	Nya affärsmodeller inom galoppsporten	17
4.3	Hästvelfärd och hållbarhet	17
4.3.1	Hållbarhet inom galoppen	17
4.4	Teknologiska trender och digitalisering.....	17
4.5	Hindersporten	18
4.5.1	Nuläge.....	18
4.5.2	Hästvelfärd och säkerhet	18
4.5.3	Strategisk lokalisering.....	18
4.5.4	Strategiskt återhållsam förvaltning	18
4.6	Sammanfattning	18
5	Bolags- och föreningsstyrning	19
5.1	Svensk Galopp IF.....	19
5.2	Svensk Galopp AB.....	19
5.2.1	Vilket värde ska SGAB skapa för sporten?	20
5.3	De tre sällskapen	21
5.4	Våra olika operativa roller	21
5.4.1	Svensk Galopps roll.....	21
5.4.2	Uppfödarnas roll	22
5.4.3	Tränarnas roll	22
6	Strategiska satsningar och mål för sporten.....	24
6.1	Ökad attraktionskraft (Kapitel 7).....	24
6.2	Ekonomi i balans (Kapitel 8).....	24
6.3	Proaktiv hästvelfärd (Kapitel 9).....	24
7	Ökad attraktionskraft för sporten	25
7.1	Befintliga och potentiella hästägare	25
7.2	Upplevelser och publikengagemang – ”At the races”	26
7.3	Tankar om en ny media och kommunikationsplattform.....	27
7.4	Strategi för Prissummor och Propositioner	27
7.4.1	Vad vill vi uppnå?.....	28
7.4.2	Prissummornas roll	28
7.4.3	Propositionernas roll	28
7.4.4	Lopp som hästägare förstår och vill vinna	28
7.4.5	Ekonomiska incitament som känns meningsfulla	28
7.5	Next Generation – Nyrekrytering.....	28
7.5.1	Utveckla och behålla unga aktiva	28
7.5.2	Etablera Galoppskolor på våra anläggningar	29
7.5.3	Aktiv rekrytering från rid- och travsporten.....	29
7.5.4	Synliggör sporten i skolor och media	29
7.5.5	Inkludera hela nätverket kring de aktiva	29
7.5.6	Konkreta åtgärder	29
8	Ekonomi i balans	30
8.1	Sänka vår kostnadsmassa	30
8.2	Öka våra intäkter.....	30

8.3	<i>Gamechanger</i>	30
9	Proaktiv hästvälfärd	31
9.1	<i>Regelförändringar</i>	31
9.2	<i>Systematiskt hästvälfärdsarbete</i>	31
10	Avslutning.....	32
10.1	<i>En långsiktigt livskraftig organisation!</i>	32

Bilagor:

Tillhörande den strategiska planen finns ett antal bilagor angivna nedan, bilagorna utvärderas och revideras löpande årsvis men det strategiska planens inriktning står fast. Dessa bilagor är en viktig del av strategin men är konfidentiella och därmed ej publika

Bilaga 1: Prognos 2025–2030

Bilaga 2: Mål och uppföljningsmodell

Bilaga 3: Åtgärdsplan för ekonomi i balans

(a) Intäktshöjande åtgärder

(b) Besparingsprogram

(c) Andra resultathöjande åtgärder

Bilaga 4: Plan för implementering av vår strategiska plan

1 Management Summary

Svensk Galopps strategiska plan syftar till att säkra sportens framtid genom ett förnyat fokus på kundorientering, hållbar ekonomi och hästvälfärd. Planen markerar ett skifte från ord till handling – nu krävs exekvering, ansvarstagande och samsyn i hela galoppens ekosystem.

Tre satsningsområden står i centrum:

- Ökad attraktionskraft – sporten måste erbjuda upplevelser som engagerar och interagerar både med publik och hästägare.
- Ekonomi i balans – vi måste minska vårt beroende av ATG:s utdelningar och skapa externa intäkter.
- Proaktiv hästvälfärd – med ledarskap inom djurskydd, forskning och teknik.

Svensk Galopp ska transformeras till en upplevelseindustri, där varje aktör – från tränare och jockeys till uppfödare och funktionärer – blir en del av en kunddriven helhet. Hästägaren är navet i modellen och måste behandlas som en VIP-kund, med enkel tillgång till ägarskap, god service och mervärde.

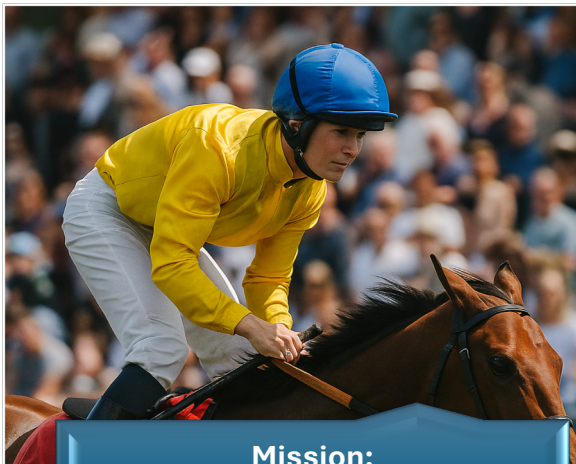


Ekonomiskt lämnar vi en tid av underskott och styr mot hållbarhet. Fokus ligger på kostnadskontroll, intäktsökning genom kommersiella initiativ och strukturell omställning. Samtidigt kräver det organisatoriska landskapet tydligare rollfördelningar och större respekt för beslutsprocesser.

Den svenska galoppsportens långsiktiga överlevnad kräver att vi når ut till nya målgrupper, särskilt ungdomar och företag. Med hjälp av digitalisering, storytelling och events med brett tilltal, kan vi bygga lojalitet och stolthet kring sporten.

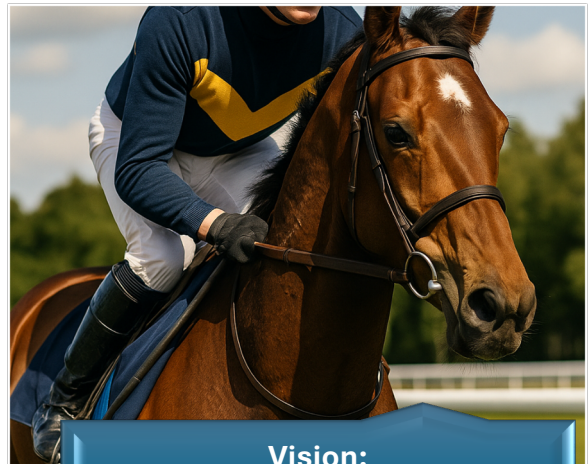
Slutligen ska hästvälfärd vara vårt främsta kännetecken. Genom innovation, utbildning och tydlig kommunikation strävar vi efter att vara en förebild internationellt.

2 Vår mission och vår vision



Mission:

Erbjuda upplevelser som engagerar publik och hästägare



Vision:

Sveriges mest attraktiva upplevelse med hästen i centrum

Det räcker inte att tillhandahålla galopptävlingar längre, vi behöver skapa upplevelser som attraherar en bredare publik och som gör att vi når nya målgrupper, vi behöver bli fler på rätt sätt. Vi utgår från vår historia och anpassar den till vår nuvarande miljö och vad omgivningen vill ha av oss. Vi ser åtminstone att Galoppen skall kännetecknas av att ca 10% av alla löpdagar satsar vi på någon utökad form av upplevelse som är lite mer speciell än andra dagar där alla intressenter satsar tillsammans med ett gemensamt mål – att få publik på plats och skapa en attraktiv upplevelse som inte går att få digitalt.

Vi måste sätta hästägaren i centrum, det är de som måste i huvudsak finansiera tränarnas verksamhet långsiktigt.

Hästägaren är kung!

Här skall Svensk Galopp skapa en plattform för att det skall bli enkelt att bli hästägare men även ha en miljö så hästägaren får en unik upplevelse och känner sig som VIP.

Tränarnas ansvar är att ta hand om sina kunder på bästa sätt genom att genomföra unika event och ge dem information.

Genom att ta hand om våra hästägare och skapa mervärde för dem skapar vi en lojalitet som leder till att de fortsätter köpa hästar av våra uppfödare. Samt lockar fler att bli hästägare.

Vår årliga stora utdelning från vårt ägande i ATG är naturligtvis möjliggöraren för att kunna bedriva Galoppsport, samtidigt har det bidragit till att vi har byggt en affär runt subventioner, bidrag och successivt minskat våra "externa intäkter". Vi



måste vända denna utveckling, ATG har en penningström som vi inte kan ta för givet framöver och absolut inte på dessa nivåer.

Alla inom sporten måste därför bli mer kundorienterade för att ha sin huvudsakliga intäkt från hästägare, publik och sponsorer där vi inte är beroende av prispengar i samma utsträckning.

Vårt grundfundament för 2025–2030 blir därför att hela sporten måste jobba med ökad kundorientering och att vi har ett allt större entreprenörskap.

2.1 Ökad kundorientering och entreprenörskap

Vi har blivit lite vilsna i begreppet ”kund”, vi behöver därför en högre grad av kundorientering och en insikt att vi är en del av upplevelseindustrin. Våra kunder är hästägare, publik och spelare det är allas intressenters största fokus. Det är de som skapar förutsättningar för sporten och skall då mötas med den uppmärksamhet och respekt de förtjänar.

En ökande grad av entreprenörskap där vi förstår att intäkterna måste överstiga våra kostnader är basen för vår verksamhet. Varje kostnad måste skapa värde och på ett eller annat sätt generera intäkter. Vi måste hela tiden i allt vi gör se hur vi kan maximera våra intäkter och minimera våra kostnader.

2.2 Professionalism och Sportslighet

Svensk galopp ska präglas av **hög professionalism** i alla led – från uppfödare och tränare till jockeys och hästägare. Sporten ska genomsyras av **rättvisa, integritet och respekt**, där tävlingar avgörs på lika villkor och med en tydlig och transparent regelbok. Det ska vara en sport där alla aktörer känner sig trygga och där etik och moral alltid står i centrum.

2.3 Passion och Hängivenhet

Hästsport är en livsstil, och svensk galopp ska kännetecknas av **passionen för hästar och tävlingar**. Det är denna hängivenhet som driver sporten framåt, och den ska vara tydlig både hos de aktiva och hos publiken. Oavsett om man är uppfödare, tränare, jockey eller hästägare ska sporten ge en stark känsla av samhörighet och stolthet.

2.4 Öppenhet och Gemenskap

Svensk galopp ska vara en **inkluderande sport** där alla känner sig välkomna, oavsett bakgrund. Sporten ska verka för ökad mångfald bland aktiva, publik och ägare. Genom att skapa en **öppen och inbjudande atmosfär** på tävlingsdagar, där människor kan komma nära hästarna och få en unik upplevelse, kan galoppen attrahera nya generationer av fans.

2.5 Tradition och Innovation

Galoppsporten har en rik historia, och svensk galopp ska vårda sina traditioner samtidigt som den anpassar sig till framtidens krav. Det innebär att kombinera klassiska värden som **tävlingskonkurrens, elegans och prestige** med moderna inslag som **digitalisering, AI och nytänkande publikupplevelser**. Genom att hitta rätt balans mellan dåtid och framtid kan galoppen fortsätta att vara relevant och spännande.

2.6 Publikvänlighet och Tillgänglighet

Svensk galoppkultur ska kännetecknas av **spänning och underhållning** där tävlingarna engagerar både den trogna publiken och nyfikna besökare. Sporten ska vara lättillgänglig

genom **bättre marknadsföring, digitala plattformar och publikaktiviteter** som gör att fler får upp ögonen för galoppen. Det ska vara en sport där man kan känna pulsen och uppleva dramatiken både på plats och via nya digitala kanaler.

2.7 Sportslighet och Fair Play

Galoppen är en **tävlingssport**, och det är avgörande att varje lopp och varje prestation präglas av **ärlighet, rättvisa och respekt**.

Antidoping och strikta regler ska vara en självklarhet inom sporten.

Både jockeys, tränare och hästägare ska agera **med respekt för varandra och sporten**.

Svensk galopp ska ha en **tydlig och transparent organisation**, där alla beslut grundas på rättvisa och tydliga regler.

2.8 Sammanfattning

Svensk galoppkultur ska vara **professionell, passionerad, hållbar och inkluderande**, samtidigt som den kombinerar tradition med innovation. Genom att bygga en sport som präglas av stark gemenskap, hästvälfärd och spännande tävlingar kan galoppen skapa en långsiktig och framgångsrik framtid.

3 Nulägesanalys av Svensk Galoppsport

Mycket av idéerna i dokument har tidigare framförts, vi nu måste komma till ett läge där vi börjar exekvera det vi säger. Det är bättre att ta nio rätta beslut och ett felaktigt istället för att göra inget alls och bara utreda, kompromissa etc. Åtgärder kommer leda till att Galoppen har en fin framtid men leder samtidigt troligtvis till olika offer.

Vi måste dessutom ändra kulturen inom sporten till ett silotänkande och att vi ser oss själva att vara offer till att vi alla försöker se möjligheterna och bli mer intäktsdrivna. Att gå från *bakåtlutat* till *framåtlutat* är bra beskrivande ord och en förståelse för att vi är i upplevelseindustrin är viktig.

Vår utdelning från ATG är naturligtvis bra och ger oss en grund men den har samtidigt medfört att vi inte genererar egna intäkter till sporten. Det är viktigt att tydliggöra roller för att fördela ansvaret. Det finns ett osunt beroende av ATG's utdelning och slippa "jaga kunder" (läs hästägare och sponsorer) och det fotarbetet måste **alla** intressenter ta ansvar för med stöttning från Svensk Galopp.

Den svenska galoppsporten står inför en rad utmaningar och möjligheter som påverkar sportens utveckling och hållbarhet. Denna analys syftar även till att ge en överblick över nuläget inom svensk galopp, med fokus på nyckelområden som hästpopulation, tävlingsstatistik, ekonomiska aspekter samt samhällseliga och internationella trender.

3.1 Hästpopulation och avel

Under de senaste åren har antalet födda föl i Sverige minskat stadigt. Denna trend påverkar direkt tillgången på nya tävlingshästar och kan på sikt hota sportens tillväxt. Enligt statistik från Svensk Galopp har denna nedgång varit en av de största utmaningarna för sporten.

Enligt hingstkatalogen för 2024 finns det 21 hingstar tillgängliga för avel i Skandinavien, vilket indikerar en diversifierad avelsbas. Det är viktigt att upprätthålla och öka den genetiska mångfalden för att säkerställa en hållbar utveckling av hästmaterialet.

3.2 Tävlingsstatistik och sportens attraktivitet

För att motverka effekterna av den minskande hästpopulationen har antalet lopp justerats. Det kommer leda till ett ökat genomsnittligt antal hästar per lopp, vilket är positivt för sportens attraktivitet och för samarbetet med spelbolag som ATG. Det har också höjt den genomsnittliga prissumman per häst och start till en rekordhög nivå.

3.3 Prispengar och ekonomiska incitament

Trots att den totala prispotten har minskat jämfört med för 10–15 år sedan, har prispengarna per lopp, per startande häst och per start ökat. Det innebär att varje häst i dag har större chans att ta del av prispengar, även om antalet lopp per häst är begränsat. Denna förändring fungerar i nuläget som ett visst incitament för både hästägare och tränare.

Ett beslut har fattats om att försöka indexjustera prispengarna i takt med inflationen. Det kräver dock att våra totala intäkter ökar i ännu högre grad för att åtgärden ska vara ekonomiskt hållbar.

Samtidigt är det tydligt att enbart höjda prispengar inte är tillräckligt för att öka antalet hästar i sporten – något vi har fått erfara under de senaste två decennierna. Historiskt har satsningar på ökade prispengar, parallellt med en minskande hästpopulation, inte gett någon positiv effekt på hästantalet, trots att det då funnits mer pengar att vinna per häst. För att vända den trenden krävs nu en samordnad insats där flera olika strategier samverkar.

3.4 Ekonomiska aspekter och finansiering

Svensk galoppsport finansieras genom flera olika inkomstkällor, men den största källan är utdelning från ATG, hästägerinsatser, sponsorer, tränare och publikintäkter.

Utdelning från ATG

Även om galoppen får den mindre andelen av ATG:s överskott jämfört med travet är den fortfarande den viktigaste finansieringskällan.

Hästägerinsatser och uppfödning:

Hästäger betalar för inköp, uppfödning, träning och tävlingsverksamhet för sina hästar. Många hoppas på att tjäna pengar genom prispengar, hästförsäljningar och avel.

Sponsorer och samarbetspartners:

Både enskilda tävlingar och hela galoppbanor får ekonomiskt stöd från sponsorer och partners. Dessa företag bidrar antingen med direkta pengar eller genom varor och tjänster.

Publikintäkter och event:

Biljettförsäljning till tävlingar, restaurangverksamhet och event i samband med galopptävlingar är också viktig intäktskälla.

3.4.1 ATG:s roll och utdelning

AB Trav och Galopp (ATG) spelar en central roll i finansieringen av svensk galoppsport. ATG ägs till 90,1 % av Svensk Travsport och till 9,9 % av Svensk Galoppsport, och 98% av överskottet från ATG går tillbaka till hästnäringen. Detta inkluderar medel till banor, prispengar, uppfödare och ungdomssatsningar.

3.4.2 Ekonomiska utmaningar

Den globala ekonomiska situationen, med faktorer som inflation och ökade levnadskostnader, påverkar även galoppsporten. Dessa utmaningar kan leda till minskade intäkter från sponsorer och publik, vilket kräver anpassningsstrategier för att säkerställa sportens ekonomiska hållbarhet.

3.4.3 Ohållbar affärsmodell

Vi har under en lång tid levt över våra intäkter och tillgångar och därmed byggt upp en stor låneskuld. Vi har förhållandevis få intäkter och finansieringen av sporten bygger på ATG:s utdelning.

Nu har vi fattat ett antal beslut som medfört att vi närmar oss en långsiktig budget i balans men det medför en hårdare ekonomisk situation för alla parter.

Tränarna har svårt att få ihop sin ekonomi och har delvis satt sig i en situation där man är såväl tränare som ägare och beroende av prispengar och hyressubventioner från Svensk Galopp,

istället för att få en större del av intäkterna från externa hästägare. Den dysfunktionella affärsmodellen förstärks även från aveln som sätter ut hästar till tränare utan att tränaren får ersättning.

Vi kommer senare i dokumentet att kort beröra behovet av att galoppens respektive aktörer har en tydlig huvudfunktion i verksamheten. Troligen är hästägandet ett av områdena där skiljelinjen mellan olika funktioner (ägare, tränare, uppfödare) behöver förstärkas.

3.5 SWOT-analys

En SWOT-analys är en strategisk planeringsmetod som används för att utvärdera styrkor, svagheter, möjligheter och hot (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) i en organisation. Den ger en översiktlig bild av interna och externa faktorer som kan påverka ett företags framgång.

3.5.1 Styrkor

Svensk galopp har en rad styrkor som skapar en stabil grund för sportens utveckling. En stark balansräkning och ett stabilt intäktsflöde på kort sikt ger ekonomisk trygghet, samtidigt som det finns en engagerad organisation och en stor hängivenhet hos både hästägare och aktiva, såsom uppfödare, tränare och jockeys. Den ökade medvetenheten bland hästägare om sportens utmaningar är en viktig faktor för att driva utvecklingen framåt. Dessutom är ekonomin i balans, vilket ger förutsättningar för en hållbar verksamhet.

3.5.2 Svagheter

Trots dessa styrkor står galoppen inför flera utmaningar. En av de mest påtagliga svagheterna är otydlighet kring organisationens struktur och ekonomiska ansvar. Låga egna intäkter gör sporten beroende av ATG's utdelningar och höga räntekostnader för våra lån. Vi har ett otydligt och splittrat ägarskap som skapar silotänkande där särintressen kan hämma utvecklingen. Vidare saknas kontinuitet på ledningsnivå, där återkommande förändringar av VD och styrelse har skapat en brist på långsiktig strategi. Kostnader för Bro Park är oproportionerligt höga, och det finns en svag respekt för beslut fattade av styrelse och ledning. Dessutom påverkas sporten av bristande rutiner, dålig förutsägbarhet och en åldrande hästägarbas, samtidigt som tränarnas ekonomiska situation är svår.

3.5.3 Möjligheter

Trots dessa utmaningar finns det många möjligheter för svensk galopp att utvecklas. Det stabila intäktsflödet kan användas för att skapa nya intäktskällor och göra sporten mer självförsörjande. Rekrytering av hästägare är en nyckelfaktor, och genom att använda befintliga anläggningar för fler aktiviteter och event kan sporten bredda sin ekonomiska bas. Dessutom kan trenden med "flygskam" locka en ny publik till galoppbanorna, då allt fler söker nöjesupplevelser på hemmaplan. Kommunerna blir mer och mer intresserade av meningsfull fritid för sina invånare och att framstå som en bra ort att bo på och jobba inom. Skolors och andra barn- och ungdomsinriktade aktörers behov av nya ytor att använda för utbildning och social gemenskap ökar. Konsumtionen av fritidsaktiviteter och event växer, vilket ger galoppen en chans att attrahera nya målgrupper. Fokus på hästvelfärd, digitalisering och AI kan skapa en modernare och mer transparent sport, medan förbättrad stallkapacitet och förändringar inom ATG:s struktur kan öppna upp för nya affärsmöjligheter.

En ny bana i Skåne kan ge det lyft till sporten som den behöver i södra landsändan. Här finns ett bra fundament för galoppporten.

3.5.4 Hot

Samtidigt finns det hot som kan påverka sportens framtid negativt. Höga fasta kostnader och skulder kan belasta ekonomin, medan ett minskat intresse och ett sjunkande antal utövare riskerar att försvaga sportens långsiktiga tillväxt. Det finns en risk att organisationen splittras på grund av interna konflikter och offentlig debatt, vilket kan skada sportens rykte. Skånes framtid som galoppcentrum är osäker, och minskningen av aktiva aktörer på grund av ålder kan leda till färre tränare, jockeys och hästägare. vilket kan leda till decimering av antalet aktiva aktörer vilket också kommer att medföra betydligt färre tävlingshästar totalt.

Den stigande åldern på våra aktiva i hela landet kan också leda till färre tränare, jockeys och hästägare.

Där svårt att attrahera en yngre publik, vilket kan försvåra sportens långsiktiga överlevnad. Vårt stora beroende av ATG kan också påverka galoppen negativt, särskilt om spelintresset minskar. Slutligen finns en politisk risk i form av potentiella förbud mot hästtävlingar och en lågkonjunktur som kan minska investeringarna i sporten.

3.6 Intressenter i ekosystemet Galoppsport

Galoppsporten är ett komplext ekosystem där flera aktörer samverkar för att utveckla, träna och tävla med hästar på högsta nivå. De viktigaste aktörerna i detta ekosystem är **hästägare, uppfödare, tränare och jockeys**, men även veterinärer, stallpersonal, banskötare och spelbolag spelar viktiga roller. Kompetenta anställda i både huvudorganisationen och i stallarna är också avgörande. Vi är alla representanter för sporten och agerar med respekt mot varandra.

3.6.1 Hästägare – Investerare och Entusiaster

Hästägare är de som finansierar galopphästars inköp och träning, det är här allt startar. De kan vara:

- Privatpersoner (kan även drivas i företagsform) **som äger en eller flera hästar.**
- Ägarkonsortier **där flera personer delar på kostnader och vinster.**
- **Amatörtränare** som tränar och äger sin egen häst
- **Professionella tränare** som äger egna andelar eller helt egna hästar



Utan hästägare stannar sporten. Det finns kvarlevor av ”det är ju så fantastiskt med galopp, om vi bara når ut så kommer många att vilja vara med” men det räcker inte i dagens konkurrens om resurser och uppmärksamhet. En sak vi behöver göra är att hitta strategier för att hästägarna ska återkomma till galoppen men framför allt att det kommer nya ägare.

En strategi för hästägare behöver innehålla olika insatser som gör ägarna nöjda och glada, att det blir en upplevelse att äga en häst och att se den tävla. Det som dock behövs allra först är dels en diversifiering av olika hästägartyper, dels en minsta gemensam nämnare som gör att alla hästägare känner att de ingår i den spretiga gruppen ”hästägare.”

Det är rimligt att anta att kärleken till hästen är den minsta gemensamma nämnaren men det bör också sägas att prestige, profilering och eventkänsla nuförtiden troligen är lika stora

anledningar till ägande som den traditionella "kärleken till hästen" som vi ofta återkommer till. Det är bara två-tre generationer sedan hästen var en centralfigur i Sverige, både som yrkesredskap och beståndsdel i försvaret. Alla hade en relation till hästen. Om vi fortsätter bygga endast på tradition och på att "alla gillar hästar" så kommer vi att hamna i problem.

Hästägarens roll inkluderar:

- Investering i unghästar eller färdiga tävlingshästar.
- Välja en tränare och tillsammans med tränaren bestämma tävlingsstrategi.
- Anställa rätt skötare och annan personal för ökad konkurrenskraft.
- Att delta i tävlingar och njuta av prestige och eventuella prispengar.

3.6.2 Uppfödare – Grundstenen i sporten

Uppfödarna avlar fram galopphästar och säljer dem oftast på auktioner eller direkt till hästägare. De viktigaste faktorerna för en framgångsrik uppfödare är:

- **Blodslinjer** – Att kombinera rätt hingstar och ston för att få fram snabbhet, uthållighet och styrka.
- **Uppväxtmiljö** – Foder, träning och tidig hantering påverkar hästens utveckling.
- **Försäljning** – Uppfödare säljer hästar vid olika åldrar, oftast som åringar (ettåriga hästar) på stora auktioner.



3.6.3 Tränaren – Strategen bakom hästens utveckling

Det ska finnas både proffs och amatörer, och deras villkor ska i så stor utsträckning som möjligt bli så bra som möjligt. Det är dock viktigt att proffstränare lever på att vara tränare, inte hästägare. Samtidigt är det viktigt att kombinationen tränare/ägare är fullt möjlig som amatör. En proffstränare ska kunna leva på sitt jobb och ha anställda som har schyssta villkor och vita löner. Det är dags att visa vad det egentligen kostar att ha en häst i träning inklusive allt som behövs (stallhyra, anställda, träningsbana, hö, osv) och visa vad den här hobbyn faktiskt kostar. Att älska sitt jobb är inte samma sak som att behöva jobba gratis. Finns inte hästägarna som vill betala vad det kostar får man antingen leta upp dem eller sluta erbjuda sina tjänster.



Tränaren ansvarar för att utveckla hästen från en lovande unghäst till en färdig tävlingshäst. Skapa individuella träningsprogram baserade på hästens förmågor.

- Planera tävlingsschema och anmäla hästen till rätt lopp.
- Samarbeta med veterinärer och hästskötare för att hålla hästen i toppform.
- Välja jockey för att maximera hästens chans att vinna.

3.6.4 Jockey – Atlet och taktiker i sadeln

Jockeys är de som rider hästarna i tävlingar och spelar en avgörande roll i hästens prestation.

Deras nyckelroller inkluderar:

- **Vikthantering** – Jockeys är ofta små och måste hålla sig inom en strikt viktgräns (ca 50–55 kg).
- **Taktik och positionering** – Taktik och positionering – vara påläst inför loppet, att i loppet kunna avgöra när det är dags att avancera eller avvakta. Att ge hästen bästa möjliga chans till placering.
- **Kommunikation med hästen** – Förstå hästens beteende och få den att prestera på topp.
- **Samarbete med tränaren** – Analysera tidigare lopp och justera strategin för framtida tävlingar.



Kända jockeys har ofta långa karriärer och rider för flera tränare och hästägare samtidigt.

3.6.5 Andra Viktiga Aktörer i Ekosystemet

- **Veterinärer och hovslagare** – Ansvarar för hästens hälsa och välbefinnande.
- **Hästkötare och stallpersonal** – Tar hand om hästarna dagligen, rider, fordrar, mockar m.m.
- **Banförvaltare och tävlingsarrangörer/funktionärer** – Ansvariga för att galoppbanan håller hög standard och att tävlingarna genomförs på rätt sätt.
- **Spelbolag och bookmakers** – Spelindustrin är en stor del av galoppsporten och skapar intresse genom odds och betting och skapar finansiering av sporten.
- Administratörer och specialister anställda eller anlitade av SG.



3.7 Goda exempel inom svensk galopp – Inspiration och förebilder

Att lyfta fram framgångsrika initiativ och förebilder inom svensk galoppsport är ett kraftfullt sätt att inspirera, utveckla och förstärka sporten, speciellt för de som är nya inom sporten. Här presenteras goda exempel som på olika sätt bidrar till en mer hållbar, engagerande och professionell galoppsport. Dessa exempel fungerar som inspiration och visar hur framgångsrikt arbete kan se ut i praktiken.

Genom att samla och sprida dessa goda exempel kan vi gemensamt bidra till att bygga en mer hållbar, öppen och framgångsrik galoppsport.

Vi har många starka initiativ – både lokalt och centralt. Nästa steg är att skapa mer utbyte av erfarenheter. Att dela både framgångar och lärdomar från det som inte gått som planerat är avgörande för fortsatt utveckling.

3.7.1 Hästvälfärd och sportslig etik

Strategiskt värde: Bygger en sportkultur med respekt för både häst och människa.

Jessica Long

Jessica prioriterar hästvälfärd med tydliga rutiner för återhämtning, individanpassad träning och långsiktigt tänkande. Hon visar att hög prestation och etik går att förena.

Madeleine Smith (tränare och jockey)

Madeleine hjälpte en yngre jockey under tävling – ett exempel på stark sportslig etik där medmänsklighet sätts före resultat.

3.7.2 Kommunikation

Strategiskt värde: Bygger intresse, förtroende och relationer mellan publik, aktiva och ägare.

Elina Björklund (amatörryttare och skribent)

Genom sociala medier och bloggar bjuder Elina in till galoppvärlden med ärlighet, humor och kunskap.

Flera tränare håller sina hästägare uppdaterade via nyhetsbrev och sociala medier, vilket ökar insyn och närhet.

3.7.3 Ungdomsengagemang och framtidsinvestering

Strategiskt värde: Säkerställer återväxt och långsiktig sportutveckling.

Ponnygaloppen & Galopptränarnas Riksförbund (GTR)

Skapar viktiga ingångar för unga genom ponnygalopp, mentorskap och utbildningssatsningar för blivande tränare.

3.7.4 Hästägarengagemang & andelsmodeller

Strategiskt värde: Skapar delaktighet och lojalitet – avgörande för sportens ekonomi och tillväxt.

Min Galopphäst / Jessica Olsson

Andelsägarmodell där man köper en andel per år – enkelt att delta, även utan stor ekonomisk insats.

Annika Sjökvist – Racehorses and Bubbles

Satsar på kvalitet och transparens med rimliga avgifter, uppföljning online, stallträffar och galopptävlingar.

Julian McLaren

Arrangerar ägaraktiviteter som tävlingsdagsluncher, luciafika, visningar bakom kulisserna och informationsmöten.

3.7.5 Framgångsrika koncept & events

Strategiskt värde: Förstärker galoppen som publikvänlig och affärsmässigt intressant upplevelse.

Jockeyklubben vid stordagar

Aktiviteter vid stora tävlingsdagar stärker upplevelsen och bygger gemenskap.

”Hästägare för en dag” – Övrevoll (och Bro Park under 2025)

Ett lyckat koncept där företag bjuds in och får uppleva galoppvärlden – ett effektivt sätt att bredda målgruppen.

3.8 Slutsats nuläge

Den svenska galoppsporten står inför flera utmaningar, inklusive en minskande hästpopulation och ekonomiska osäkerheter. Samtidigt finns det möjligheter att stärka sportens position genom att anpassa sig till trender och göra bra medvetna val. Genom strategiska satsningar och anpassningar kan svensk galopp fortsätta att utvecklas och förbli en vital del av landets sport- och kulturarv.

4 Trender 2025–2030

Den svenska galoppsporten befinner sig i en period av förändring, påverkad av globala trender, ekonomiska faktorer och förändrade publikbeteenden. För att säkerställa en hållbar och växande sport under perioden 2025–2030 behöver beslutsfattare inom Galoppen identifiera och agera på nyckeltrender inom upplevelser, företagande och hästvelfärd.

4.1 Marknads- och publikutveckling

- Vi har en demografisk utmaning i form av att hästägare och beslutsfattare blir äldre och äldre. Nyrekryteringar är på en för låg nivå.
- **Upplevelseinriktade event:** Besökare söker inte enbart tävlingar utan helhetsupplevelser med mat, underhållning och interaktivitet.
- **Digital närvaro och engagemang:** Ökande användning av streaming, sociala medier och AI-drivna analysverktyg för att förstå och engagera publik.
- **Generation Z och millenniegenerationen:** Dessa grupper prioriterar unika upplevelser, hållbarhet och socialt engagemang i sina val. De yngre i gruppen attraheras av highlights, korta reels och annan kortfattad kommunikation.

4.2 Nya affärsmodeller inom galoppsporten

- **Galoppkonsortier och andelsäggande:** Starkt växande trend där flera personer kan gå ihop och äga hästar tillsammans, vilket skapar bredare intresse och engagemang.
- **Corporate partnerships och sponsring:** Företag vill associeras med exklusiva och hållbara evenemang – hur kan galoppen kapitalisera på detta?
- **Skandinaviska samarbeten:** Ökat intresse för skandinaviska serier, där hästar och jockeys rör sig mellan länder för att skapa mer dynamik och skalbarhet.
- **Företagande:** Nuvarande form för att bedriva galoppsport är inte lönsam och hållbar, tränarna behöver marknadsanpassa sig och ta ett eget ansvar för sin framgång. Lösningen är inte att få mer pengar till sporten utan intäkterna måste komma utifrån genom hästägare och sponsring. Svensk Galopp ska möjliggöra för tränare att kunna generera dessa externa intäkter men ansvaret är tränarnas.

4.3 Hästvelfärd och hållbarhet

- Större transparens och ökad efterfrågan på veterinärmedicinsk data för att säkerställa hästarnas välbefinnande.
- Striktare regelverk både nationellt och internationellt, vilket kräver proaktiv anpassning från svensk galopp.

4.3.1 Hållbarhet inom galoppen

- Miljömässiga krav på anläggningar, foderproduktion och transport av hästar.
- Ökad användning av innovativa material och lösningar inom banunderhåll

4.4 Teknologiska trender och digitalisering

- Prediktiv analys för att optimera hästars träning och minska skaderisk.

- AI-baserade plattformar för att förbättra publikupplevelsen genom personifierad marknadsföring och oddsanalys. Här måste vi accelerera samarbetet med travet och bli tydligare kravställare.

4.5 Hindersporten

4.5.1 Nuläge

Hindersporten har historiskt varit en del av svensk galoppsport, men står idag inför en rad avgörande frågor som rör såväl ekonomi, hästvälfärd som strategisk relevans. Denna strategi syftar till att tydliggöra nuläge, möjliga vägval och förutsättningar för framtida beslut om hindersportens roll inom svensk galopp.

En av de mest centrala utmaningarna är den mycket begränsade tävlingsvolymen inom hindersporten. I dagsläget används hinderbanan Bro Park under endast cirka 55 minuter per år – en nivå som är svår att motivera ekonomiskt i relation till underhålls- och säkerhetskrav.

I övrigt har ATG beslutat att stoppa allt spel på Hindersport vilket sänker intresset för sporten och finansiering.

4.5.2 Hästvälfärd och säkerhet

Hindersporten medför, av sin natur, en ökad risk för skador. Behovet av dubbla besiktningar och särskilda säkerhetsrutiner ställer hindersporten i ett särskilt ljus inom det övergripande arbetet med hästvälfärd. Det väcker frågan om denna gren är förenlig med den moderna synen på djurvälfärd som svensk galopp i övrigt strävar efter.

4.5.3 Strategisk lokalisering

Att en specifik bana hålls vid liv enbart för en begränsad tävlingsaktivitet framstår som resurskrävande och ineffektivt. Det finns alternativa möjligheter att nyttja Hinderbanan som kan generera intäkter. En idé är att kunna rikta den hindersport som eventuellt ska fortsätta mot andra orter och i andra former.

4.5.4 Strategiskt återhållsam förvaltning

Sammantaget föreslås en återhållsam strategi där hindersporten ges möjlighet att utvecklas i nya former, men utan ytterligare centrala investeringar. Fokus bör ligga på lokal innovation, hästvälfärd och resurseffektivitet. Om sporten inte möter uppsatta kriterier inom en överskådlig tidshorisont, bör en avvecklingsplan tas fram.

4.6 Sammanfattning

Svensk galoppsport har en unik möjlighet att växa och stärka sin position genom att anpassa sig till globala och lokala trender. Genom att fokusera på upplevelser, hållbarhet och teknologiska framsteg kan galoppen inte bara överleva utan blomstra under perioden 2025–2030.

Beslutsfattare inom Svensk Galopp måste fatta ett antal avgörande beslut agera proaktivt för att skapa en långsiktigt hållbar och attraktiv sport.

5 Bolags- och föreningsstyrning

I många framgångsrika verksamheter kan de flesta aktörer en hel del om helheten men nästan alla har ett specialområde och en väldefinierad uppgift. Genom att renodla uppdrag och säkerställa kompetens för just det uppdraget kan organisationen som helhet vara framgångsrik och utvecklas.

I galoppsportens fall betyder det att vi i större utsträckning behöver få flera att välja var och i vilken funktion de gör mest nytta. Självklart ska det gå att vara hästägare och engagerad i ett sällskap, tränare som arbetar med rekrytering av unga till sporten eller spelare som vill vara med jobba med besöksupplevelsen på banorna. Det är när de olika rollerna korsas och påverkar varandra för mycket, med eller utan jävsrisk, som det gäller att vara vaksam. Vi behöver tydliggöra olika roller på många plan och säkerställa att den som är bäst lämpad att utföra en uppgift gör det samt att den har mandat och manöverutrymme att göra det. I en hybridorganisation av vårt slag är kunskapen om denna rollfördelning extra avgörande för att arbetsro och tid att utföra sina uppgifter ska finnas, och för att beslut ska fattas i de organ och på det sätt det är tänkt.

5.1 Svensk Galopp IF

Svensk Galopp Ideell Förening har tre medlemmar, de tre sällskapen, Stockholm Galoppsällskap, Skånska Fältrittklubben och Göteborgs Galoppsällskap. SGIF har som ändamål att främja galoppsporten och fullblodsaveln i Sverige samt övervaka och främja hästvälfärden. Galopptävlingar ska bedrivas på minst tre platser i Sverige (Mälardalen, Skåne och Göteborg). Den operativa verksamheten sköts av Svensk Galopp AB.

Organisationen lider trots sin relativa ålder av barnsjukdomar där beslut emellanåt har fattats utan tillräcklig hänsyn till helheten. Det tydligaste exemplet på detta är svårigheterna att få sporten att acceptera en ekonomisk situation som är mycket ansträngd, trots flera försök till åtgärder de senaste åren. Mycket förenklat kan det bero på att de funktioner/viljor som korsas är aktiv, beslutsfattare och ansvarig där den sistnämnde kan vara både en anställd med ansvarsfunktion och en förtroendevald beslutsfattare. I värsta fall kan i vissa fall aktiv bytas ut mot särintresse som samtidigt ska bevaka sitt område och fatta beslut som gagnar helheten.

Ett vanligt sätt att skapa en fungerande organisation är göra precis det galoppen gjort; organisera sig så att alla som vill kan engagera sig i sportens drift och utveckling. En sådan lösning kräver att det finns regler för hur förslag ges, beslut fattas och förutsättningar för verkställande uppnås. Här har sporten fortfarande vissa problem med att hitta sin minsta gemensamma nämnare, som i grunden är det som avgör om det ska finnas en gemensam organisation eller inte. Vi behöver en gång för alla samlas kring de minsta gemensamma nämnarna som alla kan stå bakom och hoppas att de är tillräckliga för att hålla ihop organisationen.

Vi ska arbeta med:

- Kunskapshöjning om organisationens struktur och beslutsnivåer
- Tydlighet i organisationsdelarnas ansvar, inklusive sällskapens och fullmäktiges
- Korrekt användande av befintlig struktur för förslag, beslut och verkställande
- Diskussion om organisationsförändringar utan att förändra medlemsinflytandet

5.2 Svensk Galopp AB

Svensk Galopp AB är beroende av ett ägardirektiv och vilka långsiktiga inriktningsbeslut som fattas av styrelse samt medlemmarna i SGIF, och är den operativa garanten för att sportens beslut verkställs.

Styrelseledamöterna för Svensk Galopp AB har en rad olika lagar att förhålla sig till, där framförallt aktiebolagslagen (ABL), Årsredovisningslagen (ÅRL), Bokföringslagen (BFL) och skatteförfarandelagen är några. I ett kommande ägardirektiv tydliggörs Styrelsens makt och mandat.

Aktiebolaget är ett verktyg som underlättar vissa saker men kan inte på egen hand besluta vart sporten är på väg, samtidigt som såväl styrelse som anställda måste agera på ett sätt som svarar mot såväl fattade beslut som de regler som styr och begränsar en seriös arbetsgivare och ett aktiebolag.

Svensk Galopp AB skapar ekonomiskt, sportligt, upplevelsebaserat, hållbart och samhälleligt värde genom att utveckla och administrera galoppsporten i Sverige. Genom att stärka affärsmodeller, publikengagemang och hästvälfärd bidrar bolaget till en hållbar och konkurrenskraftig galoppsport. Genom att bygga plattformar för ägande och bra inramningar för sporten ökar vi attraktionskraften. Genom att vara en god arbetsgivare tillser vi att kompetent personal stannar och gör sitt jobb på bästa sätt. Allt som bolaget arbetar med ska ha sin grund i långsiktiga, övergripande beslut fattade av medlemmarna men såväl bolagsstyrelse som anställda måste ha utrymme att tolka och genomföra beslut på det sätt som kan anses lämpligt utan att dagliga eller veckovisa propåer utifrån ständigt ändrar fokus för arbetet.

Vi behöver:

- Kunskapshöjning om aktiebolagets roll för drift och utveckling av sporten
- Tydlighet vad gäller bolagets ansvar och mandat samt av omkringliggande regelverk
- Korrekt planering och genomförande av operativ verksamhet
- Diskussion om bolagets funktion utan att förändra strategiskt eller operativt utrymme

5.2.1 Vilket värde ska SGAB skapa för sporten?

Svensk Galopp AB ska tillse och ansvara för att det ges förutsättningar för att bedriva en attraktiv och hållbar galoppverksamhet i Sverige, det är kärnverksamheten och prioriteten ska kopplas mot detta.

Svensk Galopp AB skapar **ekonomiskt, sportligt, upplevelsebaserat, hållbart och samhälleligt värde** genom att utveckla och administrera galoppsporten i Sverige. Genom att stärka affärsmodeller, publikengagemang och hästvälfärd bidrar bolaget till en hållbar och konkurrenskraftig galoppsport.

Vi ska kontinuerligt arbeta för att vara så kostnadseffektiva som möjligt.

Vi ska aktivt leta efter möjligheter till att öka och optimera våra intäkter. T.ex. optimerad utdelning av ATG och sponsorsarbeten som delfinansierar vår verksamhet.

Vi ska söka möjligheter för att tränare och uppfödare ska kunna erbjuda sina kunder en förhöjd upplevelse.

Vi är det övergripande paraplyet och har det övergripande ansvaret för att driva och utveckla sporten.



5.3 De tre sällskapen

De tre galoppsällskapen – Stockholm, Göteborg och Skåne – är inte bara medlemmar i Svensk Galopp IF, utan utgör grunden för sportens demokratiska struktur och regionala och nationella förankring. Sällskapen har en formell och strategisk roll i att säkerställa att sportens långsiktiga mål uppnås och att medlemmarnas perspektiv tas tillvara.

I den strategiska planen för 2025–2030 förväntas sällskapen fungera som nav för dialog, engagemang och idéutveckling. De ska fånga upp synpunkter från aktiva, publik och lokala intressenter och kanalisera dessa till Svensk Galopp IF:s beslutsprocesser. I händelse av att en medlem vill att ett förslag förs till IF-stämman/fullmäktige kan sällskapet fungera som vägledare mellan medlem och fullmäktigeledamot eller själva ta upp frågan i sällskapets styrelse för att lämna förslag till IF-stämman. De har en viktig uppgift att balansera lokal förankring med nationellt helhetsperspektiv.

Sällskapet fungerar också som arena för å ena sidan mer lokala frågor gällande sin regionala bana och verksamheten där, och å andra sidan som en samtalspartner till SG IF:s styrelse i allehanda frågor där sällskap eller styrelse önskar diskutera med eller rådfråga varandra i olika frågor. Sällskapen och dess styrelser har däremot inte någon formell roll direkt gentemot SG-styrelsen och beslut den fattar.

Samtidigt kräver strategins genomförande ett tydligt mandat och ansvarstagande från sällskapen. De ska bidra till stabilitet i styrning, arbeta för att minska silotänkande och motverka särintressen som riskerar att hämma sportens utveckling. Det innebär att sällskapen även måste ha en god förståelse för de ekonomiska och organisatoriska ramarna inom vilka Svensk Galopp verkar.

Sällskapens roll är därmed dubbelsidig – dels att vara bärare av engagemang och tradition, dels att vara aktiva medägare med ett gemensamt ansvar för sportens framtid, långsiktiga prioriteringar och legitimitet.

5.4 Våra olika operativa roller

Svensk Galopps (IF/AB) roll och ansvar definieras i våra stadgar samt kommande ägardirektiv, denna punkt syftar till att sätta vår roll i ett sammanhang tillsammans med övriga intressenter för att tydliggöra ansvar och befogenheter.

5.4.1 Svensk Galopps roll

Svensk Galopp har en central roll som samlande kraft och drivande aktör i genomförandet av den strategiska planen. Organisationen fungerar som navet i svensk galoppsport – med uppdrag att leda, möjliggöra och samordna utvecklingen mot en modern, attraktiv och hållbar sport.

Som strategisk ledare ansvarar Svensk Galopp för att sätta gemensam riktning och säkerställa att sportens mål genomsyrar alla nivåer, från banor och tränare till uppfödare och hästägare. Rollen som möjliggörare innebär att SG utvecklar digitala och fysiska plattformar, kommunikationslösningar och affärsmöjligheter som stärker publikupplevelsen och ökar antalet hästägare.

Samtidigt bär SG ett särskilt ansvar för att svensk galoppsport är ett föredöme inom djurvälstånd, etik och hållbarhet. Genom att följa forskning, införa proaktiva regler och kommunicera öppet om hästarnas välbefinnande ska organisationen vara internationellt ledande inom området.

Slutligen är SG också organisatoriskt sammanhållande genom sin samverkan mellan Svensk Galopp IF, Svensk Galopp AB och de tre sällskapen. Med tydliga mandat, transparens i beslutsprocesser och utbildning i styrningsfrågor skapas förutsättningar för en effektiv och sammanhållen utveckling.

Svensk Galopp ska därmed gå från en förvaltande funktion till att bli en motor för tillväxt, innovation och samverkan – med hästen och upplevelsen i centrum.

5.4.2 Uppfödarnas roll

Svensk Galopp stödjer uppfödarna direkt genom uppfödarpremier, auktion och bidrag för import av dräktiga ston samt indirekt genom svenskbonus. Överlag får svenska uppfödare ses som väldigt gynnade. I grunden har vi just nu ingen hästbrist, det är snarare en brist på ägare för de hästar som vi har. Uppfödare måste visa på en plan hur deras affär skall stärkas.

Uppfödaren utgör grunden i hela galoppsportens ekosystem. Genom att föda upp, utveckla och marknadsföra galopphästar säkerställer uppfödarna sportens framtida konkurrenskraft och kvalitet. Deras roll är avgörande för att möta den långsiktiga utmaningen med en minskande hästpopulation och ett åldrande hästägarklientel.

Strategin 2025–2030 betonar behovet av ett mer affärsmässigt uppfödarskap där varje uppfödare inte bara producerar hästar utan också aktivt arbetar för att hitta rätt köpare och tydligt visa hur deras hästar bidrar till sportens utveckling. Marknadsföring, nätverkande och förståelse för köparens behov blir lika viktiga som traditionella avelskriterier.

Svensk Galopp ska fortsatt stödja uppfödarna genom uppfödarpremier, avelsincitament och marknadsföring av svenskfödda hästar. Samtidigt uppmuntras uppfödarna att utveckla sina affärsmodeller och delta aktivt i rekryteringen av nya hästägare, bland annat genom samverkan vid auktioner, visningar och digitala plattformar.

Uppfödarens roll i strategin är därmed både traditionell och förnyande – de ska fortsatt säkra hästmaterialets kvalitet men också bidra till sportens tillväxt genom ökat kundfokus, tydligare affärstänk och ett aktivt deltagande i sportens utveckling.

5.4.3 Tränarnas roll

Tränarna måste finansiera sin verksamhet i högre grad med träningsintäkter, tränarna måste samarbeta med Svensk Galopp för att öka rekryteringen. De sitter med kunskapen om vilka möjligheter som finns för att de ska kunna bistå.

Det finns väldigt bra exempel på hur tränare lyckas ta hand om sina hästägare och rekrytera nya, vi måste dela med och lära av varandra.

Tränaren är den centrala länken mellan häst, hästägare och sportens publika uttryck. Deras roll är både operativ och relationsbyggande – de ansvarar inte bara för att utveckla hästens potential, utan också för att skapa en attraktiv, professionell och trygg miljö för sina kunder.

I strategin 2025–2030 tydliggörs att tränarna måste ta ett större affärsansvar och i högre grad finansiera sin verksamhet genom träningsintäkter snarare än subventioner eller prispengar. Det innebär ett paradigmskifte där tränaren förväntas bli en mer aktiv entreprenör – som marknadsför sina tjänster, bygger lojalitet bland sina hästägare och skapar upplevelser kring hästägandet.

Tränarens roll omfattar också att stärka sporten som helhet. De förväntas vara förebilder i hästvälfrädsfrågor, dela med sig av kunskap, medverka i nyrekrytering av både aktiva och publik samt bidra till att föra sporten framåt genom samarbete och transparens.

Svensk Galopp ska ge tränarna verktyg att lyckas – genom affärsstöd, synliggörande, digitala plattformar och utbildningsinsatser. Men ansvaret för att bygga en hållbar verksamhet, attrahera kunder och vara en ambassadör för sporten ligger i slutändan hos varje enskild tränare.

Tränarens roll i den strategiska planen är därmed tydlig: de ska vara sportens professionella ryggrad – både sportsligt, kommersiellt och relationellt.

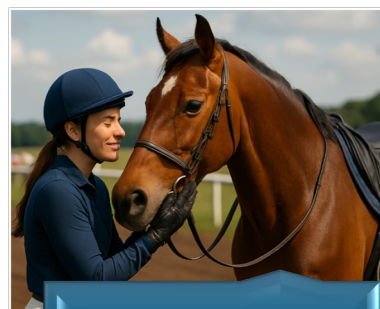
6 Strategiska satsningar och mål för sporten



**Ökad
attraktionskraft**



Ekonomi i balans



Hästvelfärd

Detta är de strategiska satsningsområden som Svensk Galopp och dess intressenter behöver målmedvetet arbeta med för att nå framgång för de närmaste 5 åren. De aktiviteter som vi gör ska alltid vara i linje med de olika områden som vi identifierat. Var och en av dessa frågor sitter samman och är avgörande för vår framgång och definieras i varsitt kapitel men förklaras kort nedan.

6.1 Ökad attraktionskraft (Kapitel 7)

Under detta kapitel kommer vi att visa våra satsningar på Hästägare – såväl befintliga som ny. Vi berättar om kommande satsningar för att skapa upplevelser och publikengagemang, hur vi kommer öka sporten genom att arbeta med rätt propositioner och prispengar.

Vi presenterar våra idéer hur vi skall kommunicera inom galoppen och göra oss mer relevanta på en medieplattform. Slutligen berätta om hur vi skall aktivt arbeta med nyrekrytering av utövare.

6.2 Ekonomi i balans (Kapitel 8)

Svensk Galopp har en stor potential att få ordning på sin ekonomi långsiktigt och även allokera mer pengar till det sportsliga. Det kommer dock krävas en del beslut men framför allt hårt arbete för att nå dit.

6.3 Proaktiv hästvelfärd (Kapitel 9)

Den sista pusselbiten som kommer vara en viktig faktor är på det viset vi kommer arbeta med vår hästvelfärd. Vi behöver vara proaktiva och ligga före myndigheter och vår omvärld. Här krävs ett starkt ledarskap med mogna överväganden alltid med hästens bästa i sikte.

7 Ökad attraktionskraft för sporten

Om ett träd faller i skogen men ingen hör det, ger det då ifrån sig något ljud?

Samma gäller inom Svensk Galopp, har vi ingen publik, inga spelare inga hästägare så upphör sporten, det kan synas självklart men det är ändå det som vi ser hända nu. Detta måste vi ändra och det krävs en rad olika handlingar för att få till den vändningen. Det enda vi vet är att vi inte får till denna vändning om alla intressenter inte är med.

Det måste vara enkelt att bli hästägare, man skall känna sig välkomnad och ”VIP”ad som ägare.

För att nå ut i bruset måste vi vara relevanta vi behöver därför bygga en rad samarbeten här är några exempel på vad vi skulle kunna göra:

- Skapa skandinaviska initiativ och skapa utbyten mellan olika galoppsnationer för att höja sportens status.
- Hitta gemensamma aktiviteter med andra hästsporter
- Erbjuda annan underhållning på galoppbanan för att stärka värdet att komma dit.

Vi behöver jobba med storytelling i en eller annan form där vi lyfter fram alla våra intressenters berättelser genom olika sätt i artiklar och sociala medier.

Vi behöver få tillbaka intresset och det är inte enkelt i en värld där upplevelser staplas på varandra och lojaliteten minskar. Vi måste rikta oss till att förstärka upplevelsen live i första hand då det är på plats vi kan skapa något unikt och locka fler att bli hästägare. Vi måste vara enkla och inkluderande, det skall vara fest, flärd, tävling och kamratskap, vi måste jobba med våra kunder inte bara under löpdagarna utan även mellan tävlingarna.

Åskådare, spelare och hästägare måste bli våra fans. Då har vi satt ribban på rätt nivå.

7.1 Befintliga och potentiella hästägare

Det är här allt börjar, hästägaren är den verkliga kunden till uppfödare och tränare, vi måste värna om dessa och attrahera nya hästägare. Hästar kan alltid införskaffas om det finns hästägare som är beredda att stå för inköp och träningsavgifter.

Här är ett antal exempel som skall påbörjas och genomföras under perioden:

- Våra event ska få hästägarna att känna stolthet.
- Införa VIP-koncept för hästägare på alla banor.
- Skapa förutsättningar för digitala tjänster: ägarportal, andelsköp online, ”Bli hästägare på 3 minuter”.
- Storytelling och medverkan i sociala medier – särskilt fokus på vinnarcirkeln och hästägarintervjuer.
- Erbjuda paketerande erbjudanden för företag och privat.
- Våra event ska få hästägarna att känna stolthet.
- Införa VIP-koncept för hästägare på alla banor.

Att äga häst medför höga kostnader, det är inte alla förunnat att ha flera hästägare, vi behöver därför fortsätta att satsa på en diversifiering av hästägare.

Diversifieringen av hästägandet kan ske på många sätt men kan enkelt illustreras så här:

- Anders Larsson, storägare med 19 hästar
- Laila Olsson, tränar själv och äger en häst
- Admir Dragovic, äger en egen häst
- Lennart Steen, deläger två hästar tillsammans med ett gäng kompisar
- Anders Jansson, ansvarig för Skolans Häst som bekostas av Upplands Bro Kommun och är en del av undervisningen i biologi, samhällsvetenskap och företagande för gymnasieeleverna



Det finns hur många grupper som helst och vi behöver ta reda på varför de vill ha en häst, men framför allt berätta för den som inte har en häst vad den kan göra för ens anseende i andra sammanhang än galopptävlingen. Vi ska vara tacksamma för alla som äger 10-20 hästar men de är för få för att rädda sporten, vi behöver fler som äger 1/5 eller 1/10 häst.

7.2 Upplevelser och publikengagemang – ”At the races”

Svensk Galopp måste utveckla den digitala kommunikationen gentemot alla grupper av hästägare. Inför varje tävlingsdag ska ett mejl skickas ut med vad just den tävlingsdagen har att erbjuda, vilka aktiviteter som kommer att finnas, olika erbjudanden och alternativ till bordsbokning.

Vi måste främja ”Nationaldagsgaloppen”: Ett årligt, landsomfattande evenemang för att fira Galoppen där alla intressenter är inkluderade för att skapa ett maximalt momentum. Här är vår största säljarena varje år. För att maximera effekten kanske vi kan kombinera detta event med öppet hus på lokala banor och träningsanläggningar (kanske deltagande via storbildsskärm?). Nyttja en kommande medieplattform för att genom digital kommunikation och sociala medier stärka vår profil och få ökad spridning. Vi är små så vi kan vara innovativa och få ut nya tjänster snabbt. Här nedan punktats en del idéer som vi kan genomföra.

- Utveckla eventformat som kombinerar galopp med andra kulturella eller sportsliga upplevelser. Gärna på två dagars event.
- Förstärk upplevelsen på både banan och TV-sändningar med att interagera mer vad som händer innan, under och efter loppet.
- Skapa event där vi bjuder in till föredrag med intressanta talare
- Förstärka den digitala upplevelsen
- Vi skapar intressanta event för hästägarna där vi bjuder in till intressanta föredrag som kan vara kopplat helt utanför sporten. I kretsen runt galoppen finns intressanta resurser att tillgå för detta. Vissa av dessa event kanske skall vara exklusiva för hästägare och speciellt inbjudna.
- Införa en kommunikationsrutin före tävlingsdag (mejl med erbjudanden, aktiviteter m.m.).



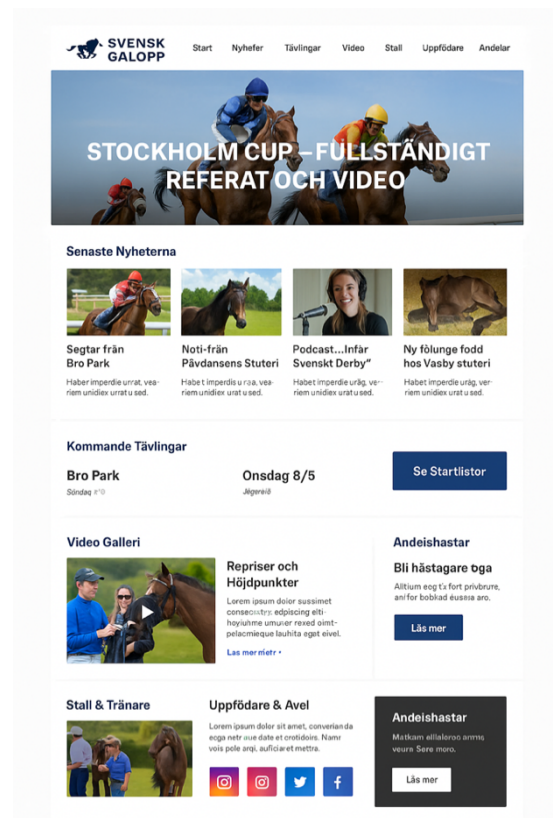
- Arrangera 6–7 temadagar per år (t.ex. Nationaldagsgaloppen, Derbyt, Stockholm Cup) med helhetsupplevelser.
- Erbjud paketerande erbjudanden för företag och privat.
- Fler kameror, grafik, data = Förbättra den digitala upplevelsen
- Galoppbar inne i city
- Göra sporten attraktiv så att det attraherar nya yngre spelare. Höja bilden för galoppsporten. Hästsportens Formel 1. Dramaturgi, filmkameror ”behind the scenes”, vid start mm.
- Intervjuer. Team som tävlar mot varandra. Vi är snabbare och vackrare.

7.3 Tankar om en ny media och kommunikationsplattform

Vi behöver göra galoppsporten mer tillgänglig, transparent och engagerande, på det viset skapar vi lojalitet och relationer med användarna. Dessa kan generera nya intäkter och konverterar publik till hästägare. Idag har vi ett antal kanaler där vi kommunicerar. För att få en bättre struktur behöver vi integrera och utveckla alla dessa kanaler till en samlande plattform för sporten. Vi sätter en hög ambitionsnivå men vi ser en nödvändighet i att satsa på allt detta, det kommer bli en successiv utbyggnad med en tydlig målbild.

Idéer om plattformens huvudfunktioner:

- Live-streaming med kommentatorer, statistik och interaktiv chatt
- Möjlighet att följa specifika hästar, jockeys eller tränare
- Digitala programblad + personlig tävlingskalender
- Socialt, personligt, direktsänt
- Hästagarportal 2.0
- Social galopp – skapa engagemang på riktigt
- Spelintegration
- Influencers
- Bakom kulisserna
- Premium abonnemang



7.4 Strategi för Prissummer och Propositioner

Fler hästägare och en stark sportbalans där vi nyttjar verktygen prissummer och propositioner.

Svensk galopp står inför utmaningen att med begränsade resurser skapa maximal effekt och långsiktig attraktionskraft. Prissummer och propositioner är två av våra viktigaste verktyg – inte bara för att främja sportslig utveckling, utan för att inspirera nya hästägare, stärka upplevelsen och skapa framtidstro.

Det skall vi uppnå genom att ha attraktiva propositioner som ger alla hästar startmöjligheter, och möjlighet att generera pengar tillbaka till sina hästägare.

Det uppnås genom en bra fördelning mellan storlopp och vardagslopp.

För att öka intresset och generera fler hästägare måste vi ha ett attraktivt tävlingsprogram, fördelat mellan vardagskvällar och helger.

7.4.1 Vad vill vi uppnå?

- En sport där fler vill äga häst – oavsett ambitionsnivå
- En tydlig väg från debut till elit – som lockar investeringar
- En balanserad tävlingsstruktur – som både engagerar och utmanar
- En modell som skapar spelbarhet, publikt intresse och ekonomisk uthållighet

7.4.2 Prissummornas roll

Storloppen och årgångsloppen skapar medial uppmärksamhet, engagemang och drömmar.

Dessa måste få ha ett starkt fokus, eftersom stjärnor bygger sporten. Prissummorna i dessa lopp bör vara tillräckligt höga för att motivera investering i dyrare unghästar och långsiktigt tävlande.

Samtidigt behövs en levande vardagslopp där många hästar kan tävla regelbundet. Här är det viktigare med rimlig spridning och tävlingsfrekvens än höga individuella prissummor. Bredden skapar basen – men det är eliten som skapar dragningskraften.

7.4.3 Propositionernas roll

Varje proposition ska inte bara fylla ett schema – den ska ha ett tydligt syfte, målgrupp och dramaturgi. Propositioner bör:

- Skapa naturliga ”vägar” uppåt i klasserna
- Leda mot stora mål som hästägare kan identifiera sig med
- Vara anpassade efter hästmateriell i respektive region
- Strategiskt verktyg: En tydlig karriärtrappa gör det mer attraktivt att satsa – även för nya hästägare.

7.4.4 Lopp som hästägare förstår och vill vinna

Vi behöver mer än bara pengar – vi behöver lopp med identitet, prestige och storytelling.

Exempel:

- Namngivna serier (till exempel 'Mellanårsserien', 'Hästägarkannen')
- Lopp där vinnaren får profilering i våra kanaler
- Matchningsbara propositioner (till exempel öppna starter för nyförvärv eller återkommande hästar)

7.4.5 Ekonomiska incitament som känns meningsfulla

Prissummorna måste vara tillräckliga för att skapa rimlig återbäring, särskilt för de som ligger i segmentet precis under eliten.

7.5 Next Generation – Nyrekrytering

7.5.1 Utveckla och behålla unga aktiva

Stärk ponnyverksamheten: Vi har en växande ponnyverksamhet som fungerar mycket väl tack vare engagerade ledare. Fokus framåt ska ligga på att behålla dessa unga aktiva och skapa en naturlig övergång till stor häst när de når rätt ålder.

Skapa en tydlig övergång till galopp på stor häst: Vi behöver ett system för att "slussa" ponnyryttare och ponnyägare vidare inom galoppen, så att glädjen och engagemanget för sporten inte försvinner med åldern.

7.5.2 Etablera Galoppskolor på våra anläggningar

Bro Park som pilotprojekt: Undersök möjligheten att använda ett av stallen på Bro till att starta en Galoppskola, i samarbete med Stockholms Galoppsällskap.

Skalning av modellen: Om initiativet på Bro faller väl ut, ska vi utvärdera möjligheten att etablera liknande verksamhet på andra anläggningar runtom i landet.

7.5.3 Aktiv rekrytering från rid- och travsporten

Målgrupp: ridskolor och ridsportungdomar: Många inom galoppen har sin bakgrund i ridsporten. Dessa unga har stort hästintresse och vana, men saknar ofta kontakt med galoppsporten.

Samarbete med ridskolor: Skapa relationer med ridklubbar och erbjud dem att besöka våra anläggningar. Det skapar en bro till vår värld och stärker sportens trovärdighet kring djurvälfärd.

7.5.4 Synliggör sporten i skolor och media

"Om de unga inte kommer till oss – kommer vi till dem": Vi behöver närma oss barn och ungdomar där de finns – i skolan, på ridklubben och online.

Utbildande skolbesök och evenemang: Bjud in skolor att besöka stallar och galoppanläggningar. Exempelvis: "Hela klassen besöker Bro Park" – det är ett budskap som engagerar även utanför galoppsportens kretsar.

7.5.5 Inkludera hela nätverket kring de aktiva

Rekrytering ger ringar på vattnet: Varje ny aktiv person inom galoppen tar ofta med sig vänner och familj. Vi ska ha en plan även för hela omgivningen, för att de ska känna sig välkomna och delaktiga.

7.5.6 Konkreta åtgärder

Nationell inbjudan till ridklubbar: Skicka ut en enkel inbjudan till samtliga ridklubbar i Sverige – fri entré för 20 personer och en guidad visning på en galoppbana. Lokala galoppsällskap kan hjälpa till med mottagandet.

8 Ekonomi i balans

Vi måste under de närmaste fem åren ha en ekonomi i balans, intäkterna måste växa organiskt och vi behöver göra oss mindre beroende av utdelningar. Inom denna period kan vi inte räkna med medel från försäljningen av Täby Park.

Vi har ett holistiskt perspektiv tar hänsyn till flera dimensioner av ekonomi än bara Svensk Galopp AB, planen omfattar ekonomin för våra hästägare, uppfödare och tränare också.

Vi har fyra parametrar som övergripande har stor påverkan för vårt resultat:

- Inflation
- Räntekostnader
- ATG's utdelning samt statens beskattning av denna
- Driftkostnader för anläggningar

Vår framtida prognos visar att vi inte har pengar att fortsätta på det sätt vi gör idag, vi behöver därför ha ett antal områden som vi lyckas med för att göra resultatförbättringar. Utöver det skulle vi behöva någon form av "Gamechanger (punkt 8.3)" för att få den extra finansiella hjälp vi behöver för sporten. Under kommande tre punkter beskrivs lite mer ingående vad som krävs och allt är finansiellt sammanställt i Bilaga 3.

8.1 Sänka vår kostnadsmassa

Vi har under 2024 minskat vår kostnadsmassa men jakten på våra kostnader fortsätter och vi behöver skärskåda allt vad vi gör för att trimma kostnaderna under hela perioden. Att vi har ett resultat i balans för 2025 och 2026 beror även på engångseffekter. Vi ser därför det som nödvändigt att vidta åtgärder framåt för att undvika hamna med ett negativt resultat. Vi måste även skapa utrymme för att börja amortera på våra lån.

8.2 Öka våra intäkter

Vi ser ett antal områden för att öka våra intäkter. På Bro Park finns det flertalet områden som vi måste arbeta med. Det gäller både ökad uthyrning av stallar, uthyrning av annan mark inom området och se över möjligheten att avyttra delar av marken. Vidare behöver vi arbeta med att hyra ut marken på Bro Park till olika events. Vi behöver också bli bättre på att hitta sponsorer till våra befintliga events, stordagar och Nationaldagsgaloppen.

8.3 Gamechanger

Vi behöver konsekvent arbeta med att få vår budget i balans, vi behöver skära på kostnader som inte direkt belastar sporten men samtidigt räcker inte småjusteringar. Vi behöver en form av paradigm som radikalt förändrar vår finansiella situation. Förhoppningsvis finns denna "Gamechanger" genom utkomsten av Täby Park men den kommer troligen inte inom varande strategiska plans tidsrymd om alls. Styrelsen behöver arbeta med att få till detta paradigm under åren 2025–2030.

- Något utöver att se över vår intäkts och kostnadsmassa
- Säkerställa Galoppens långsiktiga överlevnad med stort tillskott årligen eller som en engångseffekt
- Få ned vår skuldsättning och därmed reducera våra räntekostnader

9 Proaktiv hästvälfärd

Vad gäller hästvälfärden så måste vi fortsatt vara aktiva,

Svensk galopp ska noggrant följa såväl nationell som internationell forskning inom området. Rådande trender och regelförändringar i galopps juridiktioner runt om i världen ska följas och analyseras.

9.1 Regelförändringar

Svensk galopp ska vara världsledande i att implementera regelförändringar som främjar hästvälfärden. Vi ska till fullo utnyttja modern teknologi och AI för att förstärka den mänskliga kompetensen hos tävlingsveterinärer. Vi ska aktivt och tydligt gentemot allmänheten visa och kommunicera ut att vi har en tydlig målbild att vara världsledande på detta område.

9.2 Systematiskt hästvälfärdsarbete

Svensk galopp ska ha ett välutvecklat skaderapporteringssystem för skador som inträffar under tävling. Dessa data ska insamlas och analyseras enligt en fastställd och regelbunden tidsplan. Om möjligt bör någon form av skaderapportering också ske vid träning. Analysresultaten ska ligga till grund för förbättringar/förändringar av underlag och övriga yttre påverkbara faktorer i tävlings- och träningsssammanhang. De har också ett stort värde för vidareutbildning av tränare samt för veterinärmedicinsk forskning.

Hästen är kärnan i galoppsporten, och varje beslut som tas ska ha **hästens bästa i fokus**. Svensk galopp ska vara ledande i att säkerställa god hästhållning, ansvarsfull träning och ett hållbart tävlingsliv.

- Hästar ska tränas och tävlas under **säkra och etiska förhållanden**.
- Efter avslutad tävlingskarriär ska det finnas tydliga strategier för hästarnas vidare liv.
- Stallar, banor och tävlingsmiljöer ska hålla **högsta möjliga standard** för hästarnas välbefinnande.

Förmodligen kommer det även att tas fram digitala pass och journaler på EU-basis,

Vi ska ett systematiskt hästvälfärdsarbete vilket inkluderar återkommande utbildningar/föreläsningar.

Nedan listas ett antal områden och frågeställningar som vi ska analysera och utvärdera framåt:

- Ska vi ha dubbla besiktningar av hinderhästarna på alla banorna?
- Ska vi Genomföra regelrevision med fokus på djurskydd?
- Kommer det att finnas världsledande standarder för träningsmetoder och tävling?
- Behöver vi införa digital journal- och skaderapportering (även under träning)?
- Ska vi analysera skadedata årligen och justera tränings- och tävlingsförutsättningar?
- Behövs program för omställning efter avslutad tävlingskarriär?
- Hur säkerställer vi att stallmiljö, träningsbanor och personal är av högsta kvalitet?
- Hur ökar vi öppenhet mot allmänhet och media kring djurvälfärd?
- Hur stärker utbildningsprogram för aktiva, särskilt inom hästhållning och etik?

- Skall vi införliva rapporteringsskyldighet av skador inom 48 h från tävlingstillfället?

10 Avslutning

Svensk Galopp som organisation står inför ett vägskäl, för att kunna växa och utveckla sporten behöver vi åstadkomma kraftfulla prioriteringar inom verksamheten. Svensk Galopp är högt belånad och det krävs idéer som inte bara handlar om att skruva här och där i verksamheten för att få resurser att utveckla galoppsporten till att bli den hobby, den (arena)sport och den professionella hästnäring den har potential att bli.

Med denna efterfrågade plan vet vi alla vad som behöver göras, nu gäller det bara att vi enas och börja jobba efter strategin. Först då kan vi göra verklig skillnad.

Allt pekar på att det kräver förändring på många olika områden och ett av dem kan vara den formella organisationens beskaffenhet för att nå den förändring som börjar bli mer och mer nödvändig.

10.1 En långsiktigt livskraftig organisation!

Svensk galopp ska vara en **inkluderande sport** där alla känner sig välkomna, oavsett bakgrund. Sporten ska verka för ökad mångfald bland aktiva, publik och ägare. Genom att skapa en **öppen och inbjudande atmosfär** på tävlingsdagar, där människor kan komma nära hästarna och få en unik upplevelse, kan galoppen attrahera nya generationer av fans. Genom samarbeten med andra kan vi bli en mötesplats för de skaror av ungdomar som behöver meningsfull fritid och som behöver lära sig ta ansvar.

Svensk galoppkultur ska vara **kundorienterad, professionell, passionerad, hållbar och inkluderande**, samtidigt som den kombinerar tradition med innovation. Genom att bygga en sport som präglas av stark gemenskap, hästvelfärd och spännande tävlingar kan galoppen skapa en långsiktig och framgångsrik framtid.

Svensk galopp ska präglas av en stark och unik kultur som särskiljer sporten och gör den attraktiv för både utövare och publik. Vi ska ha en gemensam värdegrund som genomsyrar hela sporten – från hästägare och tränare till jockeys, funktionärer och publik. För att skapa en långsiktig och hållbar framtid för sporten krävs en tydlig identitet som bygger på respekt, engagemang och utveckling.

Den svenska galoppen ska präglas av en **stark identitet** där tradition möter innovation, och där hästvelfärd, sportslighet och passion är de centrala byggstenarna. Sporten ska vara **inkluderande och hållbar**, med ett tydligt fokus på **etiska värderingar, transparens och utveckling**.

Genom att förena **professionell tävling, en engagerad gemenskap och en modern strategi** kan svensk galopp bli en **ledande och respekterad aktör på den skandinaviska hästsportsscenen**.