

Redaktion,
produktion
och annons

Nr 10 2009. Årgång 10.

Dagliga uppdateringar på
www.hastmagazinet.com

Kundservice:

pren@lrfmedia.lrf.se
Tel: 08-588 366 23
Fax: 040-601 63 57
För tidningsärenden,
kontakta Kundservice.

2 sätt att prenumerera:

■ Tel: 08-588 366 23
■ Via www.hastmagazinet.com
479 kr/helår (11 nr) i Sverige. För
utland, kontakta Kundservice.

Redaktion:

Skommarvägen 3, 78350 Gustafs
Tel: 08-588 366 20
Fax: 0243-240028
info@hastmagazinet.com

Utgivare: LRF Media AB

Chefredaktör och ansvarig

utgivare: Robert Solin
Tel: 0705-37 96 30
robert@hastmagazinet.com

Förlagschef: Åsa Holmström

VD: Håkan Fredlund

Produktredaktör:

AnnaKarin Spjuth-Elvin
Tel: 08-588 367 52
anna.spjuth@lrfmedia.lrf.se

Layout: Patrik Andersson

AD: Eva Kjellström

Textredigering: LRF Medias korrekturavdelning

Bildproduktion: LRF Medias bildavdelning

Tryckeri: Sörmlands Grafiska,
Katrineholm. ISSN 1404-7322.
Inlagan är tryckt på miljövänligt
klorfritt papper.

Kommande utgivningar:

Nr 11/2009:
I butik 24/10, annonsstopp 26/10

Nr 1/2010:
I butik 15/12, annonsstopp 16/11

Annonsertidning:

Per Elvin
Tel: 08-588 367 51
per.elvin@lrfmedia.lrf.se

Annonsertidning internet:

Martin Nilsson
Tel: 040-601 64 37
martin.nilsson@
lrfmedia.lrf.se



Eftertryck, helt eller delvis, tillåts inte utan
utgivarens medgivande. Insänt material
publiceras även elektroniskt.
För insänt ej beställt material ansvaras ej.

Lätt att bli lurad i hästaffärer

Att hålla på med hästaffärer är inte lätt – oavsett om man är köpare eller säljare. Allra värst är det när säljaren befinner sig i ett kunskapsöverslag och köparen inte undersöker hästen tillräckligt noga och sedan går något snett. Det som skulle bli en guldkant på tillvaron kan förvandlas till en mardröm och faktiskt slå sönder en hel familjs ekonomi.

De personliga tragedierna är många och man blir riktigt förbannad när man tänker på hur oseriösa säljare till och med sätter i system att lura på mindre kunniga olämpliga hästar. Det är girighet när den är som värst. Du kan läsa mer om hur det är att uppleva sig lurad i hästaffärer i detta nummer.

MEN FRÅGAN ÄR MER KOMPLICERAD än så. Det kan också vara så att säljaren har sålt en frisk och bra häst, men köparen klarar inte av den, reklamerar och får rätt. Då kan säljaren få betala tillbaka hela köpeskillingen samt alla de omkostnader köparen haft för hästen under den tid den varit hos köparen. I det läget kan säljaren också bli ett offer för en oseriös köpare.

Det finns inga lätta svar på vad som är rätt eller fel i hästaffärer. Men de råd vi kan ge är att som köpare alltid låta undersöka hästen av egen veterinär och att skriva ett ordentligt köpekontrakt. Det vinner båda parter på om de är seriösa.

Problemet är förstas att identifiera vem som är seriös eller inte men med vanligt sunt konsumentförnuft kommer man långt. Ta reda på vem det är du gör affärer med, kontrollera om den personen/det företaget är restfördra hos kronofogden och be om referenser – ungefär som man gör när man ska anlita en hantverkare för större arbeten. Annars kan det gå illa...

EGNA KUNSKAPER är också ovärderliga när man gör hästaffärer – men kunskaper har man nytta av i all slags hästhantering. I den första delen av årets "Jobba med hästar"-special kan du läsa om hur det går till att bli cirkusartist, hur du kan bli egenföretagare inom hästsektorn, hur det är på

Sveriges närmaste ridgymnasium och hur det är att vara kvinna, ung, hovslagare och bo i glesbygd. Det kallar vi utmaning!

DET RÖR PÅ SIG inom svensk hoppssport! För första gången på mycket länge kommer det ett framåt-syftande initiativ på tävlingsfronten, lagtävlingen Kentucky Team Challenge. Det är mycket glädjande att den mångåriga stiltjen äntligen förbytts i åtminstone en fläkt.

Tyvärr är det inte mycket mer positivt att säga om initiativet. Det har presenterats av Ridsportförbundet som ett sätt att "lyfta fram sponsorer som satsar på ridsport och att öka intresset för nationella tävlingar bland ryttare, medier, sponsorer och publik". Hur det ska gå till med en tävling som i praktiken inte går att följa direkt på plats utom i finalen är för oss en gåta.

Kanske ryttarna gillar att betala 10 000 kronor i anmälningsavgift och enbart få 50 procent tillbaka i finalen, vad vet jag?

Sponsorerna kanske tycker om att stötta en tävling där det inte går att lista ut hur de ska kunna exponera sig, vad vet jag?

Och publiken kanske kommer att tycka om att behöva befinna sig på ett helt meeting från morgon till kväll för att få reda på hur det går, vad vet jag?

Jag kanske har missat finesserna i upplägget, men det jag vet är att det inte kommer att gå att få medierna intresserade av tävlingen.

Visst är det förstabeligt att detaljerna kanske inte är finslipade när initiativet kom så snabbt – men tänk i varje fall igenom hur tävlingen ska bli attraktiv, SvRF!

Trevlig läsning!

Det är
girighet
när den är
som värst

ROBERT SOLIN
CHEFREDAKTÖR OCH
ANSVARIG UTGIVARE

