

Måltidsupplevelser som verktyg för samverkan och ökad platsattraktion

Hur kan vi erbjuda konkurrenskraftiga, kvalitetssäkrade, ansvarsfulla måltidsupplevelser till den svenska och den internationella gästen?



Lokal mat och dryck som motor för platsutveckling och platsattraktion
Resenärernas önskemål och behov – hur skapar vi värde för dem?
Dra nytta av trender
Hur ökar vi vår synlighet mot valda målgrupper
Vägen framåt! Samverkan för att skapa långsiktigt hållbara och attraktiva platser



2019-2023

Visit Sweden

- **Sveriges marknadsföringsbolag**, helägt av staten
- **Uppdrag:** Marknadsföra Sverige som resmål
- **Målgrupper:** Globala och svenska resenärer + aktörer inom svensk besöksnäring

”Exportprogram för måltidsturism”

Utbildade och inspirerade företag runt om i Sverige till produkt- och affärsutveckling



<https://corporate.visitsweden.com/kunskap/maltid/step-for-step-guiden>
<https://corporate.visitsweden.com/om-oss/i-fokus/mat-och-dryck-ska-oka-destinationen-sveriges-konkurrenskraft>



https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/images.corporate.visitsweden.com/documents/Kulturförstudie_okt2023_TA.pdf

Guider

"hands-on"
tillvägagångssätt
där ni får praktisk
vägledning
och verktyg

Bianca Brandon-Cox

- Måltidsturismspecialist
- Marknadsföring av måltidskoncept
- Platsutveckling med lokal mat och dryck som motor
- AI-som hjälpverktyg
- Hands on konsult



Foto: Bianca Brandon-Cox <https://www.biancabrandoncox.com>

Gästbloggare – Från hållbara måltidskoncept till måltidsturism, trender och AI



2025-11-24 22:20

Biancas Trendrapport 2026 – Måltidsturismens stora genombrottsår

I detta uttömmande blogginlägg sjar Bianca Brandon-Cox om framtiden...



2026-07-07 09:23

ICEHOTEL – Del 4 i serien "Goda hållbara exempel"

Turismnytt's bloggare Bianca har varit på Icehotel och lyfter deras
hållbarhetsarbete och berättar om hur Icehotel kom till

nordics / WINTER WONDERLAND

Remote, peaceful and vast, the Arctic North offers rarities like reindeer, wild herbs and cloudberries — a quiet winter wonderland you can taste with every bite.

TEXTBIANC A BRANDON-COX

28 falstaff dec-feb 2026

At the loehotel in Jukkasjärvi, chefs translate the frozen poachers s into delicate, luminous flavours.

dec-feb 2026 falkstaff

Hållbarhet och autenticitet har blivit centrala värden för den kvalitetsmedvetna resenären. Taste of place/Local Gastronomy, Coolcation och Noctourism.

<https://www.yumpu.com/de/embed/view/dKvIDWYUfvwlcFhQ>
<https://www.nationalgeographic.com/travel/article/what-is-noctourism-rise-of-after-dark-activities>
<https://www.nationalgeographic.com/travel/article/what-is-coolcation-best-places-in-europe>

[illegible]

**Lokal gastronomi,
natur och kultur
vävs samman till en
helhetsupplevelse.**

SPÄNST = FRÅN TRADITION TILL INNOVATION

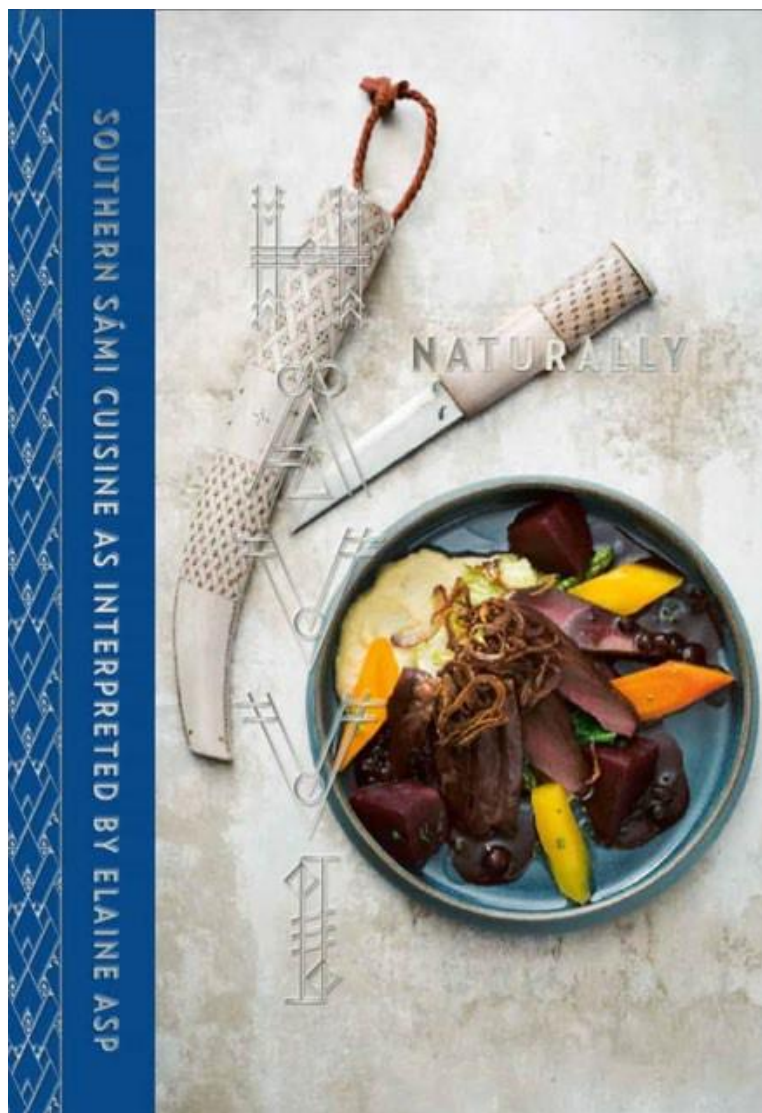
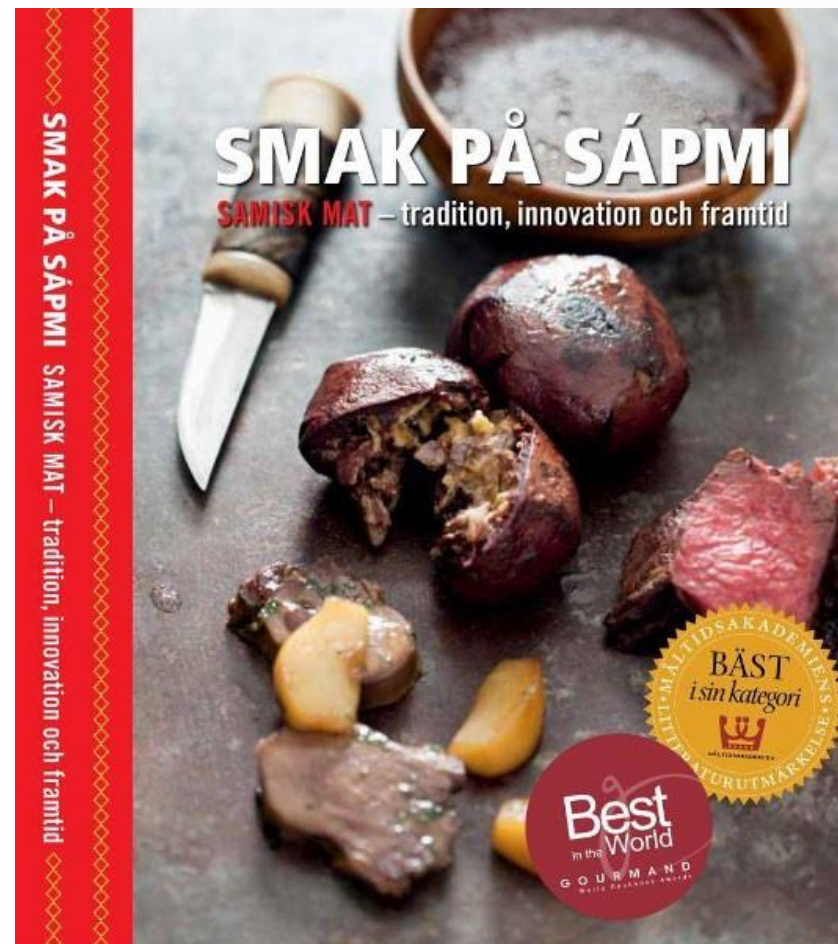


Foto: Bianca Brandon-Cox <https://www.biancabrandoncox.com>



<https://www.biancabrandoncox.com/awards-and-exhibitions>



Vad har vi hos oss
som vi själva tar för
givet, men som en
resenär kan
uppfatta som unikt
och minnesvärt?



TIPS NETFLIX!
LOKAL
PLATSUTVECKLING

RESTAURANTS ON THE EDGE

A team of experts turn restaurants with stunning views into destinations connected to their community and worthy of their jaw-dropping locations.

Vad är måltidsturism? Smaka på en plats!

"Food tourism is the act of traveling for a **TASTE OF PLACE** in order to gain a deeper **SENSE OF PLACE.**" TM

World Food Travel Association





TASTE OF PLACE – HELA MÅLTIDEN I FOKUS

Gott exempel på samarbets- och platsutvecklingsprojekt



Projektet Sveriges Landskapsmåltider har genererat kreativa nytolkningar av våra regionala mattraditioner. Målet är att väcka nya generationers intresse för landskapens unika råvaror och måltidskultur och på så vis stimulera till landsbygdsutveckling och gastronomisk turism i Sverige.

Här presenteras nyskapade menyer från Sveriges alla landskap samt huvudstaden – sammanlagt 26 unika måltider skapade utifrån lokala traditioner och råvaror.

SPJUTSPETSEN SKAPAR TRAFIK TILL ANDRA



SPJUTSPETSEN SKAPAR TRAFIK TILL ANDRA



Matsal&BarMenyerBoka StugaOm/About

Vi hyllar det småskaliga och lokala!

För Kittelfjäll Vårdshus är det en självklarhet att värna om den lokala och småskaliga livsmedelsproduktionen. Vi verkar i en fantastisk miljö med råvaror av världsklass och en matkultur, präglad av månghundraåriga traditioner av renskötsel, jakt- och fiske och på andra sidan bergen ligger nordatlanten.

Vi samarbetar med flera duktiga och hängivna lokala råvaruleverantörer och matproducenter, men odlar också örter kryddor och sallat själva. För oss är det inget konstigt, det är så man alltid har levt här.





Book now

Live like a bird

High up in the trees, with a fantastic view of the calm river below, are our popular Bird's Nests. We invite you to check in and feel the freedom. The tree hotel is open all year.

Book now





Welcome to our restaurant

Have a seat and enjoy our certified organic lunches and dinners. Always filled with flavors and inspiration from the nature surrounding us. We are open for both lunch and dinner.

Book a table





1. Philip Avesand, 2. Erik Nissen Johansen

PRESSMEDDELANDE — 22 SEPTEMBER 2026 09:31 Dela

Blå Huset vinner Västerbottens turismpris 2026

Blå Huset Umeå AB tilldelas Västerbottens turismpris 2026. Utmärkelsen uppmärksammar verksamhetens arbete med nytänkande, hållbar utveckling och kunskapsdelning inom besöksnäringen. Vinsten innebär också att Blå Huset blir Västerbottens kandidat till det nationella Stora turismpriset, som avågs i Stockholm den 1 december.

FOOD EXPERIENCES – THE MAIN REASON FOR THEIR TRIP:

*"Research conducted by the World Food Travel Association has consistently shown that a substantial and growing segment of travellers considers **food and beverage experiences a primary motivation for travel**, not a secondary benefit."*

World Food Travel Association, 2026 (Taste of Place Report 2026)



MAT OCH DRYCK SOM PRIMÄR DRIVKRAFT FÖR RESA



BEYOND GOURMET & KULINARISK IDENTITET = PLATSATTRAKTION

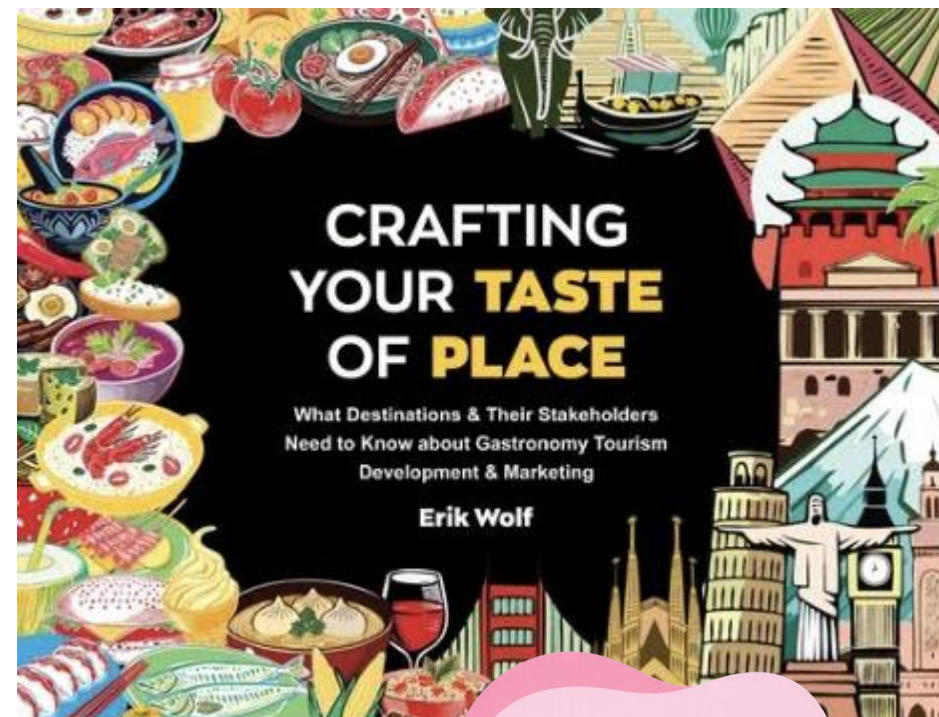
HUR UTVECKLAR MAN ATTRAKTIVA PLATSER?

Från *World Food Travel Associations* bok:

Discover – Kartlägg resurser, aktörer och identitet.
Identifiera styrkor, svagheter och unika berättelser.

Develop – Utveckla produkter, nätverk och kommunikation.
Bygg samverkan mellan producenter, besöksnäring och kultursektor.

Deploy – Genomför, marknadsför och följ upp. Testa, mät och justera löpande.

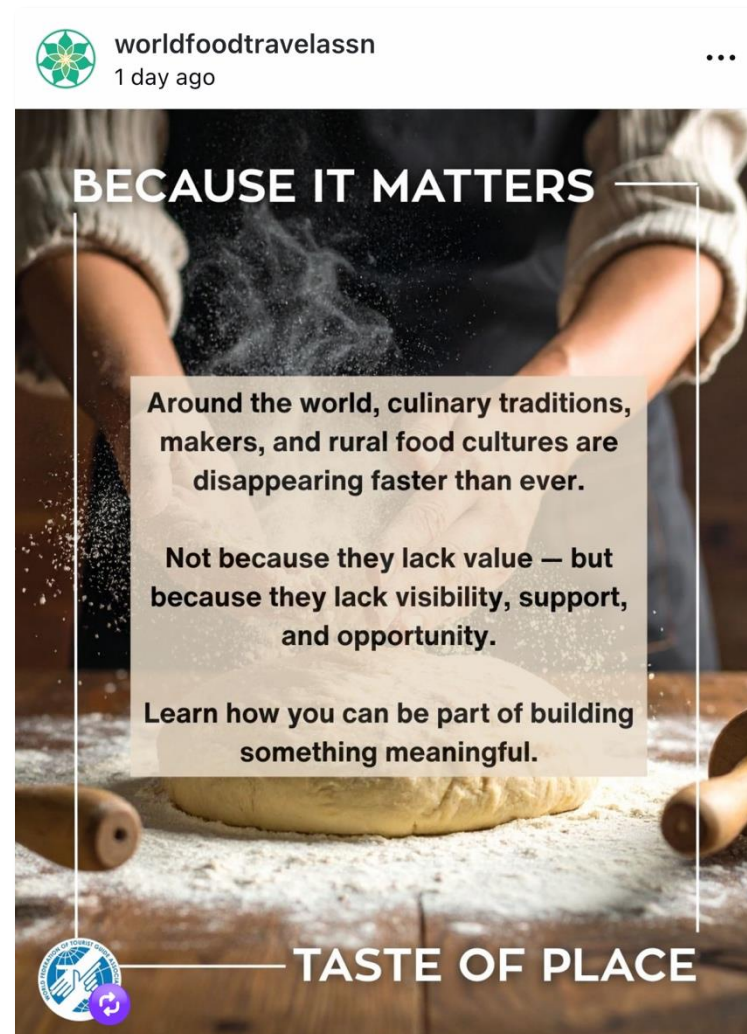


Inventera
platsunika resurser.
Lokal mat & dryck
som motor.

TASTE OF PLACE – Vilken värld vill vi leva i?

Vikten av kulinariska traditioner, matarv och mångfald

World Food Travel Association



Vision:

“En värld där varje resenär kan uppleva unika och autentiska mat- och dryckesupplevelser, oavsett vart de reser.”

TASTE OF PLACE – HÅLLBAR MATKULTUR = HÅLLBAR VÄRLD

Alla måste tänka på mat som nr 1

FoodTrex Global Online Summit:

Platsunik lokal mat med storytelling
kommer rädda världen



Chef Pierre Thiam ✓ (He/Him) · 2nd

Founder, Yolélé & Teranga | TED Global Speaker | Sustainability and Innovation in the Food Industry | Transformational Leader | Author and Restaurateur Sharing the Flavors of West Africa with the World!



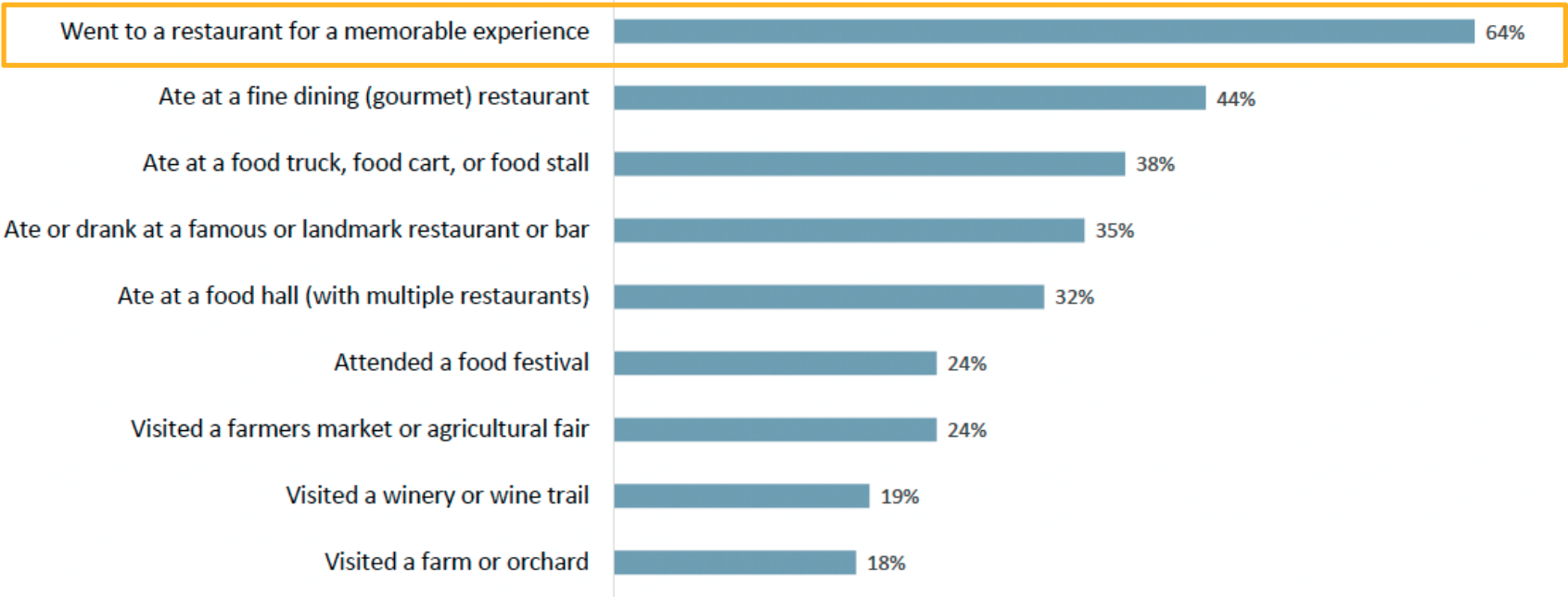
Global matkultur tar död på biologisk mångfald!

“The diversity is the answer, that’s sustainable for real.”

“We have no choice; we have to choose the path of diversity and let the unique terroir shine.”

Most Popular Food or Drink Activities While Traveling

Percentage who have done this activity while traveling in past 2 years



TASTE OF PLACE – DET ENKLA EXKLUSIVT

Lära sig tända en eld och göra kokkaffe - Det enkla lockar mest på Eldson



UTEMATLAGNING

Laga mat utomhus och över öppen eld är en speciell upplevelse. Vi befinner oss i vacker natur med dess färger, former och ljud.



KOKKAFFE-WORKSHOP

Det är härligt att göra kaffe ute i naturen. Tända en brasa, sätta kitteln över elden. Men hur gör man egentligen ett riktigt gott kaffe över öppen eld?



SVAMPKURS MED SVAMPPROVNING

Lär er att plocka spännande och goda matsvampar och hitta en favorit på svampprovningen



glod_bakfickan

Message + ...

125 posts

1,136 followers

115 following

Glöd Bakfickan
Tunnbröd, potatis och vilda korvar
Vi lyfter den nordiska matkulturen. Ältavägen 109 13837 älta.
👉 Öppet 👈 fredag-söndag... more
glodvildmarkskok.se + 1

< GLÖD_BAKFICKAN Posts ...



glod_bakfickan
Glöd Vildmarkskök



❤️ 69 💬 1 📌

Liked by stockholm and others
glod_bakfickan Kokkaffet och den varma chokladens tid är här. Kom och mys runt elden och njut av en go tunnbrödsrulle med gräddstuvade kantareller. Öppet fredag till söndag 11-16 på Äventyrsbanan Ältavägen 109





80 miljoner Sverigeintresserade resenärer

DGR VISIT SWEDENS prioriterade marknader:

Norge, Nederländerna, Danmark, Finland, Frankrike
Tyskland, USA, Storbritannien, Sverige



80 miljoner

Visit Sweden



9 MARKNADER DGR, GLOBALA RESENÄRER 80 MILJ:

1. **Tyskland: 27 miljoner**
2. **USA: 23,8 miljoner**
3. **Storbritannien: 7,4 miljoner**
4. **Nederländerna: 6,5 miljoner**
5. **Frankrike: 5,4 miljoner**
6. **Sverige: 4,5 miljoner**
7. **Norge: 2 miljoner**
8. **Danmark: 2 miljoner**
9. **Finland: 1,3 miljoner**



Foto: Tina Stafrén/Visit Sweden

Globala Sverigeintresserade resenärer (DGR)

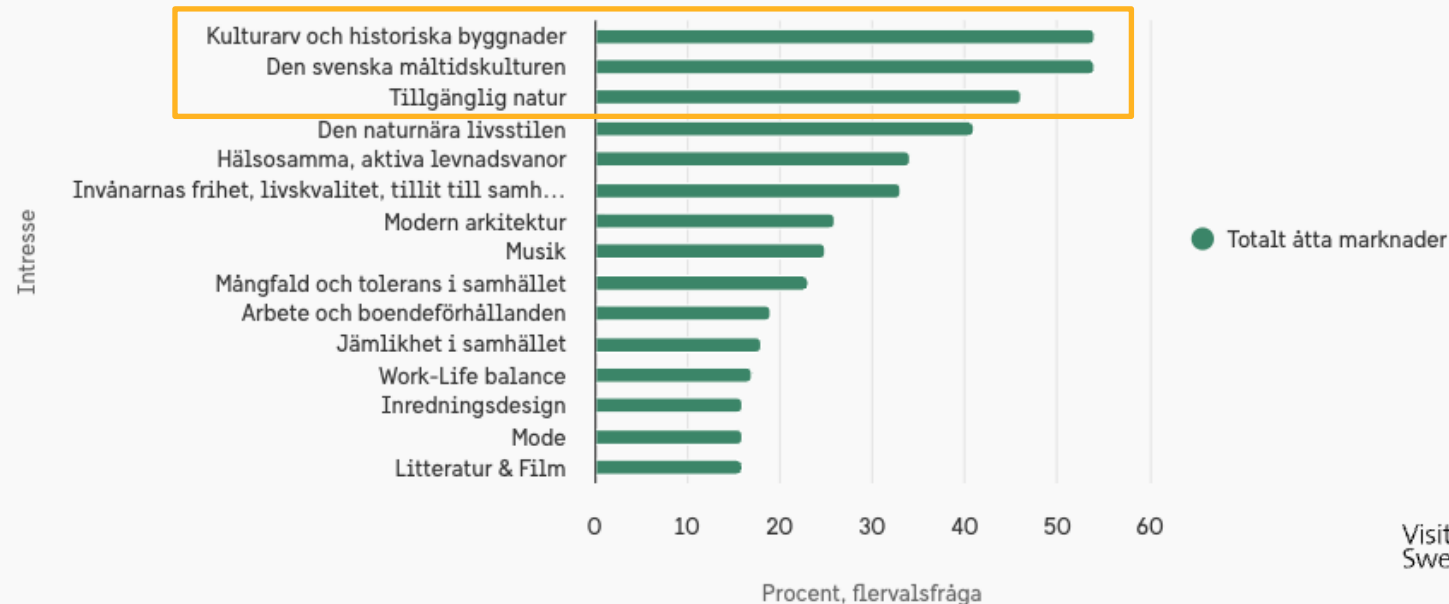
Topp fem aktiviteter i Sverige

Utgår vi från vad alla nio marknader vill göra på en semesterresa i Sverige ser topplistan ut som följer:

1. Uppleva städer.
2. Kulinariska upplevelser.
3. Utomhusaktiviteter barmarkssäsong.
4. Uppleva svensk kultur, tradition och livsstil.
5. Uppleva landsbygden.

Natur +
kultur +
måltid

Vad vill du veta mer om på din resa i Sverige?



Källa: Målgruppsanalys 2024. Visit Sweden/YouGov

Frågan ställdes inte till svenska resenärer.

ANDEL MÅLTIDSINTRESSERADE INOM GRUPPEN GLOBALA RESENÄRER 40 MILJ:

1. **Tyskland: 11 miljoner → 40%**
2. **USA: 15,5 miljoner → 65%**
3. **Storbritannien: 4,2 miljoner → 57%**
4. **Frankrike: 2,7 miljoner → 50%**
5. **Nederländerna: 2,7 miljoner → 42%**
6. **Sverige: 2,1 miljoner → 46%**
7. **Norge: 605.000 → 31%**
8. **Finland: 590.000 → 43%**
9. **Danmark: 587.000 → 29%**

50%

njuta av god mat
och dryck är en
viktig eller helt
avgörande drivkraft
för att semestra
i Sverige.



Foto: Tina Stafrén/Visit Sweden

VISIT SWEDENS KUNSKAPSBANK – INSIKTER OM DGR MÅLGRUPPERNA

Visit Sweden

Vår SverigemarknadsföringMarknadsplanErbjudandenNationellt APIOm ossKunskapsbank

Kunskapsbank

Målgrupp och marknad ▲

Överblick: 9 marknader ▼

Sverige ▼

Danmark ▼

Norge ▼

Finland ▼

Tyskland ▼

Nederländerna ▼

Frankrike ▼

Storbritannien ▼

USA ▼

Kina ▼

Vad är du intresserad av?

Sök på innehåll i Kunskapsbanken

Trendspaningar inför 2026



Foto: Henrik Trygg/imagebank.sweden.se

När världen söker det Sverige står för

Februari 2026. Sverige förknippas med natur, autenticitet, hållbarhet och livskvalitet – värden som blir allt viktigare när resenärer söker mening, kvalitet och äkta upplevelser. I Trendspaningar 2026 ser vi hur den globala efterfrågan rör sig närmare Sveriges styrkor. För svensk turismnäring skapas ett tydligt affärsläge – och nya möjligheter till starkare erbjudanden, fler gäster och långsiktig tillväxt.

Läs artikeln →

Nya insikter om en av svensk turismnäringens mest attraktiva målgrupper

När har utländska resenärer ledigt

För dig som arbetar med att ta emot utländska resenärer. Här kommer en sammanställning över när resenärerna från våra prioriterade marknader har ledigt. Allt för att underlätta er planering.

Senast uppdaterad: 25 september 2025

Snabblänkar till:

När resenärer från olika länder är lediga och kan resa. Sidorna är uppdaterade med 2026 års ledigheter.

[Danskars ledigheter →](#)[Norrmäns ledigheter →](#)[Finnländarnas ledigheter →](#)[Tyskars ledigheter →](#)[Nederländarnas ledigheter →](#)[Fransmäns ledigheter →](#)[Britters ledigheter →](#)[Amerikaners ledigheter →](#)[Kinesers ledigheter →](#)

SVENSKARNA 4,5 MILJONER

Fem viktiga punkter att som företag ha koll på för att attrahera svenska resenärer:

1. Vill du locka en svensk resenär så prata kulinariska upplevelser, berömda platser, slott och herrgårdar, gårdsbutiker och lokalt producerad mat och dryck. Visa gärna fina platser att bada och sola på, vandringsleder att vandra på, gärna i nationalparker eller i naturreservat och berätta om våra kulturarv då de lockar svenska resenärer mer och mer.

VAD KRÄVS FÖR ATT VINNA SVENSKA SEMESTERRESENÄREN 2026?

OBS! Ny temperaturmätning kommer snart!

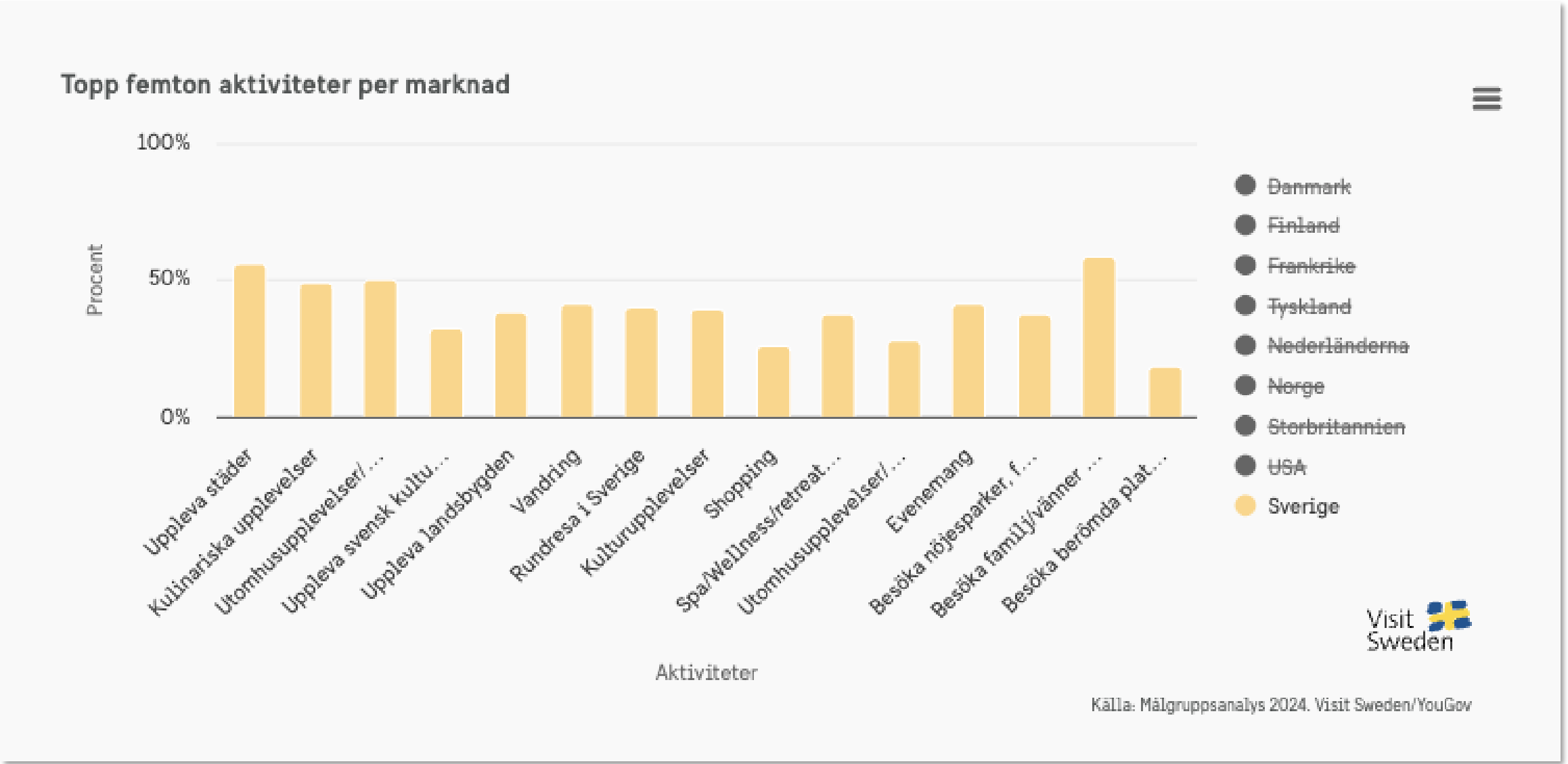
Långsiktiga beteendeförändringar består

Flera beteenden som vuxit fram de senaste åren verkar bestå. Fler uppger att de framöver vill:

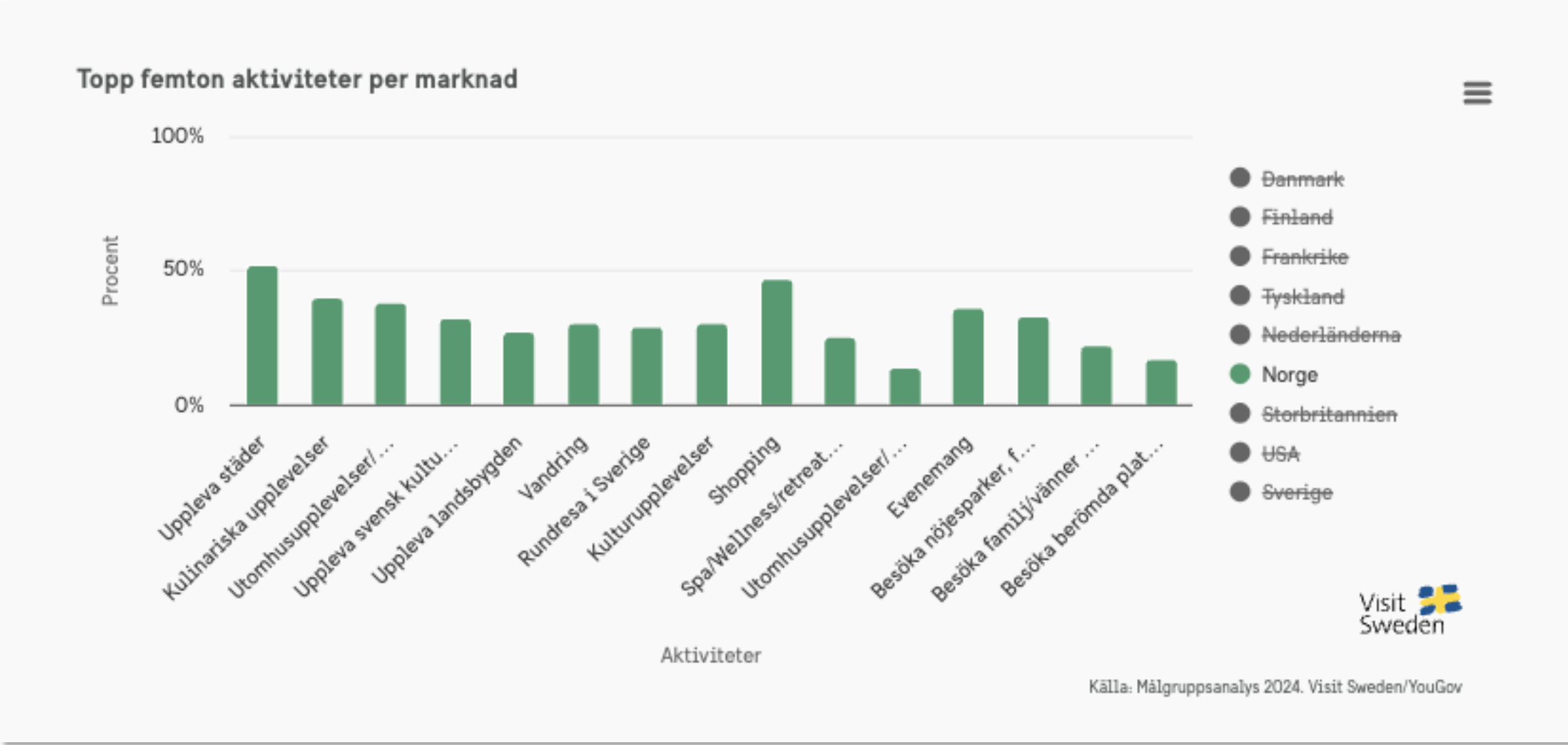
- resa utanför högsäsong,
- välja lokala producenter,
- prioritera trygghet och säkerhet,
- Tillbringa mer tid nära naturen.

Det pekar på ett resande där både flexibilitet och meningsfulla upplevelser blir allt viktigare.

SVENSKARNA 2,1 MILJONER MÅLTIDSINTRESSERADE (4,5 MILJONER HELA DGR)



NORRMÄN 605 000 MÅLTIDSINTRESSERADE (2 MILJONER HELA DGR)



VAD SHOPPADE MÅLGRUPPEN DGR?

- Kläder, skor
- Livsmedel
- Lokalt producerad mat och dryck
- Souvenirer
- Mode från Svenska designers
- Svenska hantverksprodukter

Källa: Målgruppsanalys vår 2024 DGR, 80 miljoner, Visit Sweden
<https://news.cision.com/se/ok-vasterbotten/r/ok-vasterbottens-stationer-testbadd-for-lokalproducerad-mat-c3774363>
<https://grythyttangastgivaregard.se>
<https://www.matkompassen.info/producent/skyltarna-som-ger-en-knuff-i-ratt-riktning-2>

OK Västerbottens stationer testbädd för lokalproducerad mat

TOR, MAJ 25, 2023 09:00 CET

Report this content



OK Västerbottens stationer kommer agera testbädd i projektet "Ät hela Västerbotten", ett länsövergripande projekt i flera delar med gemensam målsättning att öka tillgängligheten av lokalproducerade livsmedel i butiker och restauranger i Västerbotten.

"22 bensinstationer runt om i länet. Vad sägs om smörkola från Öre, röding från Vilhelmina och stenugnsbakat bröd från Storuman på menyn?"

Skyltarna som ger en knuff i rätt riktning



Intresset kring hur och var vår mat producerats växer bland konsumenter. Märkningen "Lokal mat Västerbotten" guidar effektivt besökaren till lokalproducerade alternativ via butiksskyltning eller i restaurangmenyn.

Här kan du ladda ner Lokal Mat-logotypen för användning i digitalt och tryckt format, för att guida kunderna till mat producerad i Västerbotten.

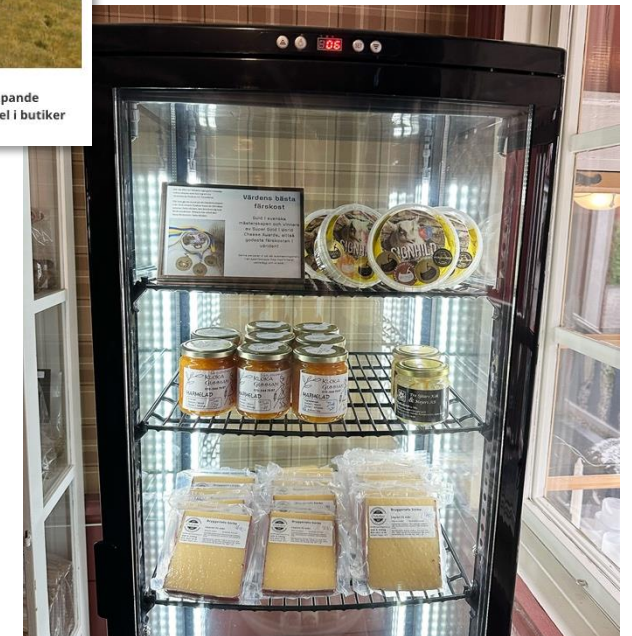


Foto från Grythyttans Gästgivaregård, Bianca Brandon-Cox

TASTE OF PLACE – LOKALT & PLATSUNIKT – KONST + MAT & DRYCK

Tanka konst på OK Västerbottens station i Skellefteå

mån, maj 06, 2024 11:40 CET



Just nu visar Skellefteåkonstnären Åke Olofsson en serie nyproducerade verk på OK Västerbottens station på Solbacken genom projektet Konst på väg. Initiativet kommer från OK Västerbotten, som vill lyfta lokala konstnärer och bjuda sina besökare och kunder på en upplevelse utöver det vanliga. Tidigare har OK Västerbottens station på Parkvägen i Umeå presenterat konstnären Ludwig Franzén. – Konst och konstnärligt skapande är en positiv kraft som jag tror är väldigt betydelsefull. Det handlar om all tid som tillbringas i ateljén, tankar känslor och hantverket med att måla en

OK
Västerbotten

• Oktober 2026

Öppna nyhetsbrevet i en webbläsare



Lokala smaker på rull ut i Västerbotten!

Nu kommer man snart kunna se OK Västerbottens alldeles egna matvagn rulla ut i länet. Den nyinköpta vagnen har fått föreningens färger och ska göra det möjligt för oss att finnas på fler marknader, evenemang och andra mötesplatser runt om i länet.

I matvagnen kan besökarna smaka på delar av det lokala matutbud som finns på våra stationer. Samtidigt får vi möjlighet att berätta om föreningen, möta både befintliga och blivande medlemmar och visa vad det innebär att vara en lokal aktör i Västerbotten. Premiären ägde rum under Umeå Smakfestival. På menyn fanns ren-souvaswrap, rödingwrap, rödingsallad och burgare med ost från Svedjans. Det blev så uppskattat!

TOPPLISTA 40 miljoner! (50% av 80 milj) MÅLTIDSINTRESSERADE GLOBALA RESENÄRER

MÅLTIDSUPPLEVELSER SOM LOCKAR

1. Besöka restauranger med lokal mat (56%).
2. Smaka traditionellt svensk mat och dryck (55%).
3. Besöka lokala matmarknader och saluhallar (53%).
4. Prova street food med hög kvalitet (50%).
5. Utforska en stad för att hitta bra restauranger och barer (48%).
6. Caféer (45%).
7. Besöka gårdsbutiker/producenter av lokala råvaror (40%).
8. Besöka bryggerier, destillerier, vingårdar eller musterier (37%).
9. Mat- och dryckesturer - exempelvis en guidad kulinarisk vandring/provning (37%).
10. Mat- och dryckesfestivaler (36%).



TASTE OF PLACE – LOKALT I SKYLTFÖNSTRET MEN HELST ALLTID INTE BARA SOM KAMPANJ





Matsal&BarMenyer ▾Boka StugaOm/AboutAktuelltEvent ▾Öppettider

Stugförsta 25-26 September

Okategoriserade

Under Stugförstahelgen fredag 25/9 och lördag 26/9 serverar vi en fantastisk meny med traktens bästa råvaror i fokus som vanligt

Två sittningar, från ca 17:00 och 20:00. Välkommen att boka bord på info@kittelfjallvardshus.se / 0940-57 47 00

100% (nästan :-)) råvaror från Västerbotten

Nygräddat korntunnbröd, hemkärnat smör

Kallrökt öring från Stoere Guarhta

krassemajonnäs, vinbärsvinägrett, friterad jordärtsskocka

Rullader på Slussforskoska & Järvtjärnsbacon

grönt från Stalon, läcker svampgräddsky, Lottas vinärgurka och andra klassiska tillbehör

Värdshusets drottningdessert

Västerbottenska blåbär & hallon i olika varianter,

krossade kornmjöldrömmar, creme fraiche,

KONVERSATIONER PÅ SOCIALA MEDIER & MATRELATERADE SÖKNINGAR OM SVERIGE

- Samiska kulturen
- Hälsosam mat
- Traditionell mat
- Svensk dryck
- Atmosfär
- Svenska bär (hjortron toppar!)
- Typiskt svenskt – Swedish fika
- Lokala specialiteter på frukosten



Foto från Talldungen i Skåne, Bianca Brandon-Cox

**I jakten på den autentiska smaken
har lokala drycker fått en rejäl skjuts.
Över 70 % av de kulinariska resenärerna
dricker lokalt öl och vin på åtminstone
hälften av sina resor.**

Ta del av
vår artikel "Svensk
dryck gör måltiden
komplett"

Källa: Stone, M.J. & Migacz, S (2020). 2020 Food Travel Monitor. World Food Travel Association

TASTE OF PLACE – LOKAL DRYCK

Kommunicera mervärden med internationella glasögon på



Norrskan och polarmagi

Modern och naturistisk

Nordisk dryckeskultur arv

Någon särskilt som förhöjer dryckesupplevelsen, är inte som någon annan

Erbjuder en smula mer speciellt och minnesvärt besök

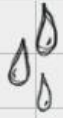
Dynamisk mat och dryckesmenyn

Dessa ord sammanfattar det unika av Bar Nordic erbjuder, inklusive nordiska smaker, traditioner och innovationer

- Wow-upplevelser
- Midnattssolen fångad i en flaska
- Viner gjorda på vilda blåbär och lingon, viner från svenska vinproducenter
- Fantastiska cocktails skapade från svenska och nordiska dryckesproducenter
- Histaminfritt och elegant vin från nordiska bär
- Små och mellanrätter med nordiska smaker
- Erbjuder unika dryckesprovningar, event, försäljning och dryckesservering av nordiska drycker
- Innovation baserade på svenska traditioner

Vi är glada att få bjuda in dig till smygöppningen av Bar Nordic, vår nya satsning i hjärtat av Stockholm! Bar Nordic blir en plats där vi firar och lyfter fram Västerbottens och Norrlands fantastiska drycker, mat och traditioner – och vi skulle så gärna vilja att du delar detta speciella ögonblick med oss.

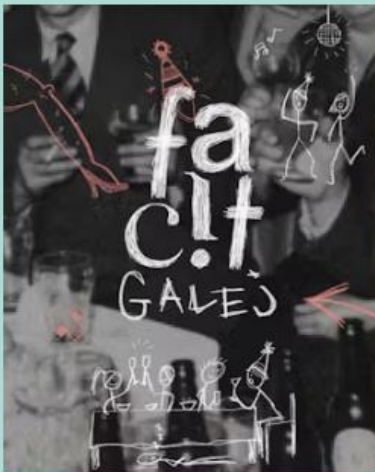
TASTE OF PLACE – LOKAL DRYCK, KOMMUNICERA OCH EXPONERA



Facit
tunnbrödspizza och
plankstekhus



På Facit satsar vi på svensk
sprit, plankstekhus och helt
ok sällskap



Facit Galej:
Festlokal i
världsklass, mitt i
stan



Cocktailmeny



SPRIT



TASTE OF PLACE – NY RANGORDNING MED VÄRDE

PRE-DINNER COCKTAILS

CREUTZ CLOUDBERRY MARTINI

Creutz Vodka, cloudberrysliquer, lemon, eggwhites

Sweet and berry-like tones, with a citrus twist from Creutz vodka.

160:-



1. Hyperlokalt
2. Lokalt
3. Svenskt
4. Övrigt

<https://golfbaren.se/swing>

BEERS - BOTTLES & CANS

GOLFBARENS MULLIGAN PALE ALE 81:-

Sweden - Solna bryggeri, 33 cl / 4,5%

JÄMTLANDS IPA 88:-

Sweden, 33 cl / 5,5%

H.T.T.D.T.W (SOUR BEER) 85:-

Sweden, 33 cl / 4,5%

BIRRA MORETTI LAGER 83:-

Italy, 33 cl 4,6 %

LONDON PRIDE AMBER ALE 85:-

England, 33 cl, 4,7%

ESTRELLA GLUTENFREE LAGER 83:-

Spain, 33 cl, 5,5%

GUINNESS STOUT 89:-

Ireland, 33 cl 5%

FULLERS ESB 98:-

England, 33 cl 5,9%

CHIMAY DORÉE GOUD 110:-

Belgium, 33 cl 4,8%

KRIEK BONN 115:-

Belgium, 33 cl 4%

TASTE OF PLACE – ALKOHOLFRI DRYCK LIKA VIKTIG – KOMMUNICERA SMAK



DRYCKEN I GLASEN

För oss är drycken lika viktig som maten.

Det spelar ingen roll om du önskar vin, öl eller alkoholfria alternativ - vi strävar alltid efter att hitta nya spännande kombinationer och på ett lekfullt och lustfyllt sätt matcha dryck och mat med varandra.

Vi som jobbar i matsalen har ett nära samarbete med köket för att få till smaker som utmanar och överträffar dina förväntningar. Vår vision är att du ska få uppleva helt nya smakkombinationer!

Att tänka hållbart finns i vår ryggrad och vi hämtar mycket dryck - särskilt öl, sprit och alkoholfritt - från närbelägna producenter.

ALKOHOLFRI DRYCK LIKA VIKTIG – VAD PASSAR TILL?



Hjortron mousserande

Denna mousserande dryck är skapad av 3 dl hjortron från norrland som sedan har varsamt kallpressats, kolsyrats och blandats med lite socker för att balansera smakupplevelsen. Resultatet är en exklusiv dryckesupplevelse där bäret får stå i fokus. Denna passar till efterrätter, ostbrickor, och även utmärkt som ett festbubbel med is. Serveras väl kyld.

Ingredienser: Kolsyrat vatten, kallpressad hjortron bärsjuice 30%, socker, natriumbensoat.

Köp produkt

KORSBEFRUKTANDE HELHETSUPPLEVELSER & PAKET

Tematiska intresseaktiviteter

Måltidsresenärerna (40 miljoner) av den globala resenären, utlandsmarknader

Sverige

- Kulinariska upplevelser
- Uppleva städer
- Uppleva svensk kultur, tradition och livsstil
- Utomhusupplevelser och naturaktiviteter
- Kulturupplevelser
- Uppleva landsbygden

Natur

- Se på solens upp- & nedgång
- Bara vara i naturen
- Vandring
- Uppleva ljusa sommarnätter
- Besöka nationalparker eller naturreservat
- Sola och bada
- Åka ut med båt i skärgården & besöka öar
- Uppleva matlagning i naturen
- Fotografera
- Safari och viltskådning

Kultur

- Uppleva den lokala matkulturen
- Besöka parker & trädgårdar
- Besöka berömda platser & sevärdheter
- Besöka slott & herrgårdar
- Uppleva stämningen på plats & träffa människorna som bor där
- Besöka museer, utställningar med historiskt fokus
- Besöka lokala attraktioner
- Shopping
- Uppleva arkitektur/design
- Besöka konstmuseum

Måltid

- Besöka restauranger med lokal mat
- Smaka traditionell svensk mat & dryck
- Besöka lokala matmarknader och saluhallar
- Prova street food med hög kvalitet
- Utforska en stad för att hitta bra restauranger & barer
- Gå på kaféer
- Besöka gårdsbutiker/producenter av lokala råvaror
- Besöka bryggerier, destillerier, vingårdar & musterier
- Mat- & dryckesturer (guidade)
- Mat- & dryckesfestivaler

PAKETERING EFTER RESENÄRERNAS ÖNSKEMÅL

Exempel Visit Östersund

Eating and drinking in Östersund

Östersund is a great place to visit if you are interested in discovering Swedish food. The city is an appointed UNESCO Creative City of Gastronomy. We have a long-lasting culinary tradition based on locally produced sustainable food.

Make sure to try char, moose and reindeer, cheese from our local farm dairies and our award winning beers and sparkling wine.



Restaurants

Östersund has a wide selection of nice restaurants. Many of the restaurants here serve food made with local ingredients from the county.

Show more ▶



Cafes

Östersund has a large selection of cafes, ranging from Wedemark's, which is the city's oldest confectionery to most newly opened courtyards.

Show more ▶



Outdoor restaurants

Here is a guide to 14 nice restaurants where you can sit out on a terrace and enjoy a tasty bite to eat and a glass of some refreshing.

Show more ▶



Swedish Traditions

Have you tried ginger bread biscuits and lucia-buns yet? If not, here is some inspiration to get you going.



Brunch

Enjoy a tasty and cosy brunch. Here are some tips on lovely places to eat brunch for those who would like to enjoy an extra treat at the weekend.



Self guided food walk

Go for a self guided food walk. Here are a many nice restaurants, cafes and shops with tasty food and local produce.



Creative City of Gastronomy

Östersund is appreciated for its gastronomic culture and has been noticed as a Unesco City of Gastronomy since 2010.

Show more ▶



Bars

The bars in Östersund all have their own special and unique concepts. Enjoy a refreshing drink or a beer from one of the local breweries.

Show more ▶



Microbreweries & local beer

There are quite a few breweries in Jämtland working on small scale with local craftsmanship. Here are some tips where to go for the beer enthusiast.

Show more ▶



9 places with delicious ice-cream

A warm summer day - an ice cream is a must. Here is a guide to 9 places with delicious ice cream.

Show more ▶

- Besöka restauranger med lokal mat
- Smaka traditionell svensk mat & dryck
- Besöka lokala matmarknader och saluhallar
- Prova street food med hög kvalitet
- Utforska en stad för att hitta bra restauranger & barer
- Gå på kaféer
- Besöka gårdsbutiker/producenter av lokala råvaror
- Besöka bryggerier, destillerier, vingårdar & musterier
- Mat- & dryckesturer (guidade)
- Mat- & dryckesfestivaler

KORSBEFRUKTANDE HELHETSUPPLEVELSER - NATUR + KULTUR + MÅLTID



Bauerpaket

Njut av trolsk natur och vällagad mat med inslag av lokala råvaror. Ta dagen som den kommer eller välj någon av våra omtyckta aktiviteter. I alla våra Bauerpaket ingår vår stolthet Bauermenyn – en meny att uppleva.

Läs mer och boka



Bauersk efterrättsbricka

- Ostkaka från Prästgårdens mejeri i Lommaryd med hjortronsylt & vispad vaniljgrädde.
- Polkatryffel med Äkta Gränna Polkagris från Grenna Polkagriskokeri.
- Kaffe eller te

I dryckespaketet: Wista Härads Apel, Kaxholmen

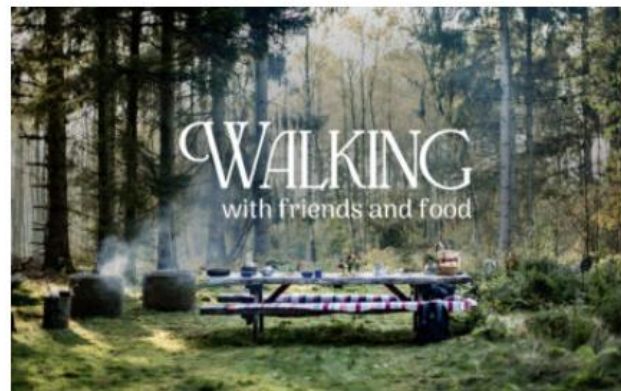
BOKNINGSBARA PAKET



Bo & Bärsa

Välkommen till Halland för att bo & bärsa. Drick hantverksöl av allra bästa slag, ät våfflor, njut av vackra omgivningar och salta stänk från havet. Bo på Kuststationen i Steninge och ha ett stenkast till havet.

LÄS MER



Walking with friends & food

Vaggas till sömns av trädskronornas dans med två dagars härlig vandring i de Halländska skogarna och dukat bord mitt i skogen. Ett äventyr med skratt, goda vänner, ångande bastubad och kvällsdopp i Yasjöns tysta lugn.

LÄS MER



Smakbastun

Bland Skreas öppna fält väntar magiska ostar, fantastiska smörrebröd och – en bastu på hjul. Häng med och låt Monica på Skrea Ost och Lotta på Kullängs Påtår ta dig med på en riktigt värmande upplevelse.

LÄS MER

KORSBEFRUKTANDE HELHETSUPPLEVELSER + LÄRANDEUPPLEVELSER



KORSBEFRUKTANDE HELHETSUPPLEVELSER - PLATSUNIKA PRODUKTER MED "SPÄNST"

Snackisar värda en omväg och där du både äter och shoppar med dig hem

Aktuellt



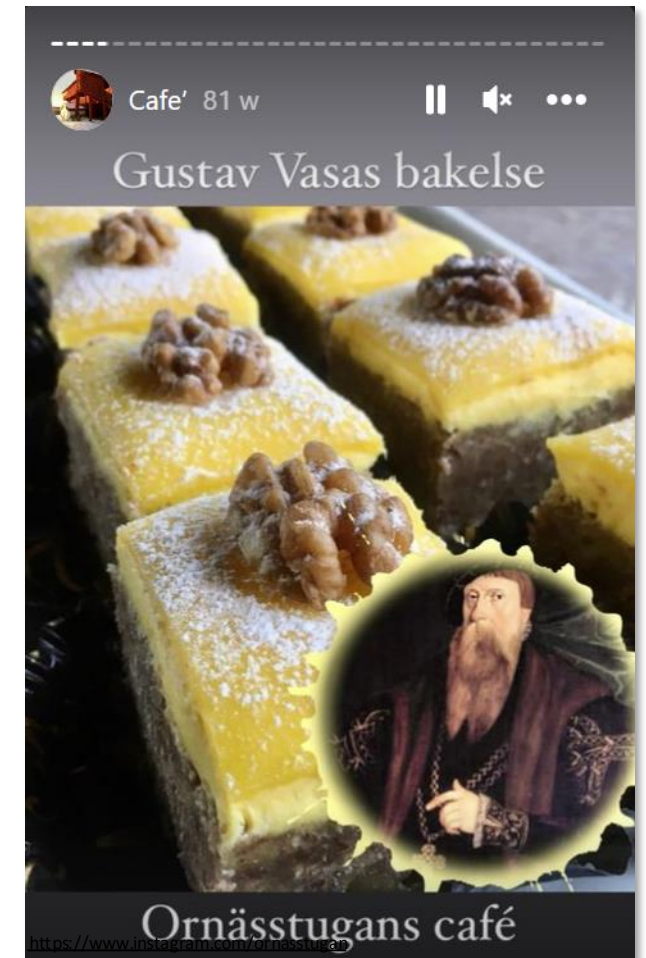
Livia Thors, konditor på Ornässtugan, har skapat Vasabakelsen. Fotograf: Åsa Ehlis

Baka din egen Vasabakelse

Nu kan du baka Ornässtugans Vasabakelse. En bakelse baserad på smaker som ansågs lyxiga på 1500-talet.



<https://www.facebook.com/reel/615377160315521>



KORSBEFRUKTANDE HELHETSUPPLEVELSER - MATARKEOLOGER & KULINARISKA UTGRÄVARE

The Food Archeologists 2024 - Smaka, förstå, tillhöra

Passionsdrivet

Resenärer väljer i allt större utsträckning resmål utifrån sina passioner och mat är en av de starkaste.

(Booking.com Travel Trends 2026)

Framtidsspaning: Cultural Exploration

Resenären vill förstå hur människor levde och lever på ett mer medvetet sätt än tidigare.

(Visit Sweden, Resetrender 2026)



Discovering the Origins of Local Cuisine



Sharing Traditional Food and Stories

Culinary Excavators

Foto: ChatGPT (AI-genererad)

KORSBEFRUKTANDE HELHETSUPPLEVELSER - MATARKEOLOGER & KULINARISKA UTGRÄVARE



ASSOCIATIONER TILL SVERIGE JÄMFÖRT MED KONKURRENTER (Förväntansbild och konkurrenskraft)

Sveriges position = Naturligt progressiv

Sveriges främsta styrkor inom matområdet i förhållande till konkurrenter.

Trendigt & "Up and coming"

Intressant matscen
Kreativ/innovativ mat
Trendig mat
Progressiv matkultur

Naturligt & hälsosamt

- Unika lokala råvaror
- Möjlighet att äta utomhus i naturen
- Naturlig mat/mat från naturen
- Hälsosam mat & dryck
- Hållbar & ekologisk mat

Vegetarisk mat

- God vegetarisk och vegansk mat

Resenärernas bild av Sverige som måltidsdestination

Frankrike

Fine dining &
romantiskt

Italien

Spanien

Prisvärt &
familjevänligt

Norge

Vegetariskt

SVERIGE

Naturligt &
hälsosamt

Finland

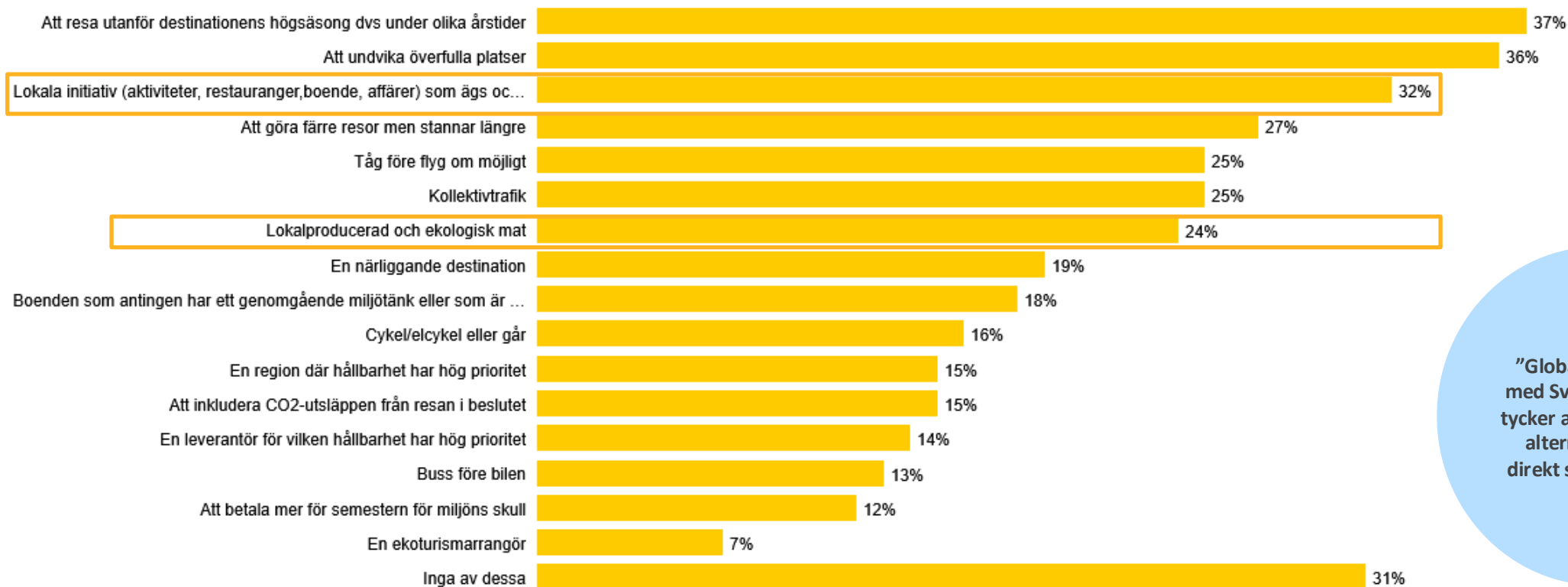
Danmark

HUR VISAR DE GLOBALA RESENÄRERNA MILJÖHÄNSYN? LOKALT!

Miljöhänsyn

H3: När du funderar på vart du ska åka på semester, gäller något av följande för dig när det gäller miljöhänsyn? &

H4: Och gäller något av följande för dig vad gäller miljöhänsyn? Jag skulle välja... [Flerval]



■ 2024 höst - DGR med Sverigeintresse

"Globala resenärer med Sverigeintresse" tycker att miljövänliga alternativ inte är direkt synliga online.

RESPONSIBLE TOURISM PROGRAM – VI VISAR OMTANKE

Gemensam vision för Västerbottens besöksnäring:

Västerbottens besöksnäring är ett föredöme inom hållbar platsutveckling, vilket leder till ett mer attraktivt och konkurrenskraftigt Västerbotten.

Ansvarstagande turism för en hållbar framtid

Responsible Tourism Program är ett arbetssätt som tagits fram under mer än 10 års tid för att främja en mer hållbar besöksnäring, där företag, destinationer och kommuner arbetar tillsammans för ökad miljöhänsyn, resurssparande lösningar, och lokalsamhällets utveckling.

Hur ska
resenärerna
kunna visa
omtanke?

Varför är ansvarsfull turism så viktigt?

HÅLLBART RESANDE ALLT VIKTIGARE:

MILJÖ, MÄNNISKOR OCH PLATSER

Växande medvetenhet innebär en stor möjlighet – och ett stort ansvar – för turismverksamheter och destinationer runt om i världen.

Det ökar kravet på handling och att ta ansvar. Samtidigt är det viktigt att kommunicera sitt hållbarhetsarbete rätt för att inte anklagas för greenwashing.

Enligt en global undersökning från Booking.com av 32,000 resenärer i 34 länder/områden så söker nu 59% av resenärerna aktivt hållbarhetsreferenser när de bokar boende.

93% av besökare vill göra mer hållbara resval

74% vill att utgifter ska gynna den lokala ekonomin

69% av besökare vill lämna destinationen i ett bättre skick än de fann den

RESENÄRERNA VILL BIDRA & LÄRA SIG NYA SAKER

Låt dem bidra!

"Jag vill att de pengar jag spenderar ska göra nytta för den plats jag besöker"

Andel som instämmer:

57%	53%	50%
USA	Storbritannien	Tyskland
54%	50%	66%
Frankrike	Italien	Spanien



Visit Sweden

-det är att besökarna gärna vill bidra till den plats som de besöker-

Erbjudande

Nu finns det möjlighet för dig som älskar destination Vemdalen att bidra till lokal utveckling genom att årligen köpa ett virtuellt ledkryss. Pengarna går oavkortat (exkl. avgifter för betalningar) till lokal utveckling, och genom att fylla i din **mailadress** får du årligen ett mail från oss där vi berättar vad pengarna har gått till. Du får även ett klistermärke som du kan hämta på turistinformationen på skalets torg. Visa bara upp ditt kvitto så får du klistermärket som passar perfekt på bilen eller varför inte takboxen.

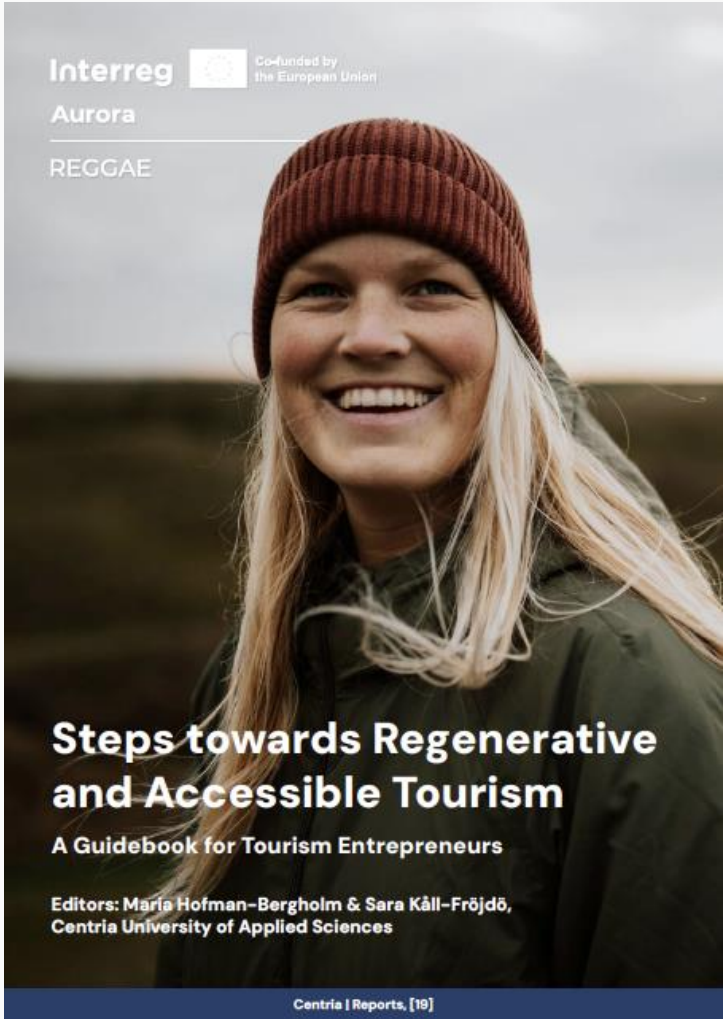
Vi hoppas att du vill bidra och köpa ett eller flera ledkryss mot den årliga avgiften 250 kronor.



Tack för att du vill hjälpa oss att ta ansvar för vår natur och miljö!

REGENERATIVA MÅLTIDSUPPLEVELSER

Lärandeupplevelser och utbyten med lokalt i fokus



Sweden as a Launchpad for Regenerative Initiatives

With its longstanding environmental tradition, strong social structures, and diverse landscapes, Sweden is an ideal place to develop and test regenerative tourism. Engagement is already evident in many regions, and interest is growing among both businesses and travelers.

Granö Beckasin

In Västerbotten, Granö Beckasin invites guests to stay in treehouses and participate in forest restoration projects. Here, tourists are not just visitors but active participants in improving the natural environment. At the same time, new jobs are created, and local identity is strengthened.

TABLE 1. Examples of experiential activities with regenerative perspectives.

Ecological Restoration Experiences	Visitor participation in habitat restoration (e.g., tree planting, wetland cleanup), guided by ecological experts and local/indigenous knowledge
Placebased Education Programs	Stories and learning modules focused on local ecological systems, traditional lifestyles, sustainable land use, and evolving local practices.
Cultural Immersion & Exchange	Collaborative events where tourists and residents mutually share traditions, art forms, crafts, and local cuisine.
Reflective & Mindful Practices	Activities such as guided nature walks, journaling sessions, meditation or reflection activities designed to deepen visitor experiences.
Circular Economy Demonstrations	Visits to community-led initiatives showcasing sustainable practices; local food production, recycling, energy autonomy.
Longitudinal Engagement Programs	Extended stays, volunteering opportunities, repeated visits that allow visitors to witness and support ongoing development processes.

The following example illustrates the components that were considered in a regenerative tourism product design during the REGGAE project.

HÅLLBART PÅ KROGEN 2025

Desirée Jaks

“Jag tror att vi kommer se en fortsatt ökning av medvetna gäster som ställer högre krav på råvarornas ursprung och restaurangens val bakom dem. Hantverk, transparens och tydliga, nischade koncept med ett starkt fokus på råvara och service kommer bli ännu viktigare.

Gästerna vill inte bara ha en god måltid – de vill förstå varför just dessa ingredienser används och hur de bidrar till en större helhet, både smakmässigt och hållbarhetsmässigt.

...förmedla kunskap via personal kommer vara viktigare än någonsin.”



TASTE OF PLACE – LOKALT & PLATSUNIKT ÖKAR FÖRSÄLJNINGEN

What's in it for me?

En mindre fältstudie under Smaka på Värmland visar att konsumenter upplever 20% högre smak och kan sälja upp till 100% mer när de kommunicerar/paketerar producenternas bakgrund, ursprung och platsunikitet (se seminariet, högra).

Seminarieerien Food & Health@ORU 2026



Food & Health@ORU 27 Februari 2026

Mats Carlbäck, docent i måltidskunskap vid Örebro universitet berättar om hur man kan få restaurang- och gastronomibranschen att bli mer lönsam, hållbar och effektiv.



Food & Health@ORU 30 Januari 2026:

Peter Samuelsson, forskare vid Handelshögskolan vid Örebro universitet och Helén Williams, docent vid Karlstad universitet berättar om hur ökad tillgänglighet till lokal mat uppfattas – och vad som faktiskt får lokal mat att upplevas som mer värdefull och smaka bättre för konsumenter.

TASTE OF PLACE - PRISBELÖNTA PLATSUNIKA PRODUKTER

Produkter att vara STOLT över & prata om på menyer, med gäster mm

Västerbotten tog flest medaljer i SM i Mathantverk 2025, Skellefteå

12 guld · 18 silver · 15 brons
= 45 medaljer

26 västerbottniska företag deltog med 78 produkter.



FÖRRÄTTER

TARTAR PÅ SVENSKA BETOR

Serveras med rostade och picklade rödbetor, getostkräm, dillemulsion och friterad schalottenlök.

Ölrekommendation: Chimay Dorée, Ale, Belgien - 110:-

Alkoholritt: St: Eriks, IPA, Sverige - 58:-

OST OCH CHARKBRICKA

Med tillbehör och fröknäcke.

Vinförslag: Monti Garbi, Corvina, Rondinella, Italien - 155:-

Ölrekommendation: Jämtlands, IPA, Sverige - 88:-

Alkoholritt: St: Eriks, IPA, Sverige - 58:-

TARTAR PÅ SVENSK MJÖLKKO

195:-

Serveras med picklade betor och lökchips.
(med fries 245:-).

Vinförslag: Patriarche, Pinot Noir, Frankrike - 160:-

Alkoholritt: Stella, Ljus lager, Belgien - 58:-

TOAST SKAGEN

195:-

Smörstekt toast toppad med Kalix Ljörom.

Vinförslag: Leits, Riesling, Rheingau, Tyskland - 145:-

Alkoholritt: Owl Ghoul, Citrus soda, Sverige - 75:-

KALIX LÖJROM

195:-

Serveras med smörstekt toast, rödlök, smetana, citron och dill.

Vinförslag: Leits, Riesling, Rheingau, Tyskland - 145:-

Alkoholritt: Owl Ghoul, Citrus soda, Sverige - 75:-



MENYER

Berätta om
platsunikt
hantverk och
ursprung.

VARMRÄTTER

CAESARSALLAD

235:-

Med svensk kyckling, romansallad, rökt bacon, Caesardressing, lagrad Parmesan (22 mån), ugnsröstade krutonger och vitlökschips.

Vinförslag: Ballard Lane, Chardonnay, USA - 145:-

Alkoholritt: Stella, Ljus lager, Belgien - 58:-

OSTFYLLD RAVIOLI

255:-

Pecorino romano och lagrad Parmesan, glaserade svartrötter, brynt smör, citron, valnötter, salvia och svartrotskrisp.

Vinförslag: Patriarche, Pinot Noir, Frankrike - 160:-

Alkoholritt: St: Eriks, IPA, Sverige - 58:-



UGNSBAKAD SVENSK FJÄLLRÖDING

295:-

Serveras med syrlig smörsås med svensk rökt forellrom, dillolja, inlagda granskott, bellaverde och dillslungad potatis.

Vinförslag: Ballard Lane, Chardonnay, USA - 145:-

Alkoholritt: Stella, Ljus lager, Belgien - 58:-

SWING'S LOBSTER ROLL

345:-

Klassiker sedan 2017! Krämig hummerröra och cole slaw i briochebröd. Toppad med kokt ägg och svensk rökt forellrom. Serveras med fries.

Vinförslag: Eidosela, Albariño, Spanien - 145:-

Alkoholritt: Odd Bird, Mousserande, Sverige - 99:-

PEPPARRULLAD SVENSK OXFILE

395:-

Serveras med pepparsås, svartkål och potatisterrin.

Vinförslag: Ballard Lane, Cabernet Sauvignon, USA - 155:-

Ölrekommendation: Jämtlands, IPA, Sverige - 88:-

Alkoholritt: St: Eriks, IPA, Sverige - 58:-

TASTE OF PLACE – LIKVÄRDIGA UPPLEVELSER FÖR ALLA!

”Specialkost” + alkoholfritt



Upplev ett julbord med kärlek
till maten, råvaran & jorden!

Mellan den 28 november och 21 december välkomnar vi dig till Rosendals Trädgård för en oförglömlig kväll där säsongens råvaror från våra egna odlingar, Djurgården och lokala matproducenter står i centrum.

Vi låter klassiker möta nya trädgårdsfavoriter – på vårt bord finns sillen och julsinkan men också alternativen från växtriket som "svillen" och najadrödbetan. Vi lovar er en modern och medveten måltid i klassisk förpackning som ni sent ska glömma!

Boka din plats och upplev en härlig vinterkväll tillsammans med oss på Rosendals Trädgård – en cirkulär plats som hyllar kärleken till jorden, bröd och mat!

God Jul!



I GLASET TILL JUL!

Dryckerna vi serverar är noga utvalda, i huvudsak ett ekologiskt och hantverksmässigt producerat sortiment av vin, öl och alkoholfria alternativ.

Till jul blandar vi glögg enligt traditionsenligt recept. Från fruktträdgården har vi skördat äpplen till vår must som vi serverar både varm (med en skvätt Calvados för den som önskar) eller kall till maten.

Tillsammans med Stockholms Bränneri har vi tagit fram en egen gin med smaker hämtade i vår trädgård. Av vår trädgårdsgin blandar vi julens signaturdrink.



TASTE OF PLACE – LOKALT & INTERNATIONELLT

Resenärerna uppskattar även internationella restauranger gärna med svenska råvaror



Sörmlands bästa pizzor

📅 16 september 2021 📍 Åt lokalt. Familjeaktiviteter, Se & göra

Pizza är om möjligt mer populärt än någonsin och allt fler ställen dyker upp där pizzan görs med kvalitetsråvaror och stor kärlek. Flera ställen runt om i Sörmland satsar på surdegsbotten, närproducerade råvaror och Italienimporterade vedugnar. Det finns också möjlighet att själv baka sin pizza, med dina favorit-toppings. Häng med och upptäck riktigt bra hantverkspizza!

<https://visitsormland.se/aktor/sormlands-basta-pizzor>

TASTE OF PLACE – KULINARISK MÅNGFALD MED LOKALA RÅVAROR

Resenärerna uppskattar även internationella restauranger gärna med svenska råvaror



The screenshot shows the homepage of the Mii Soo restaurant website. The header features a dark background with a blurred image of the restaurant interior. On the left is a white hamburger menu icon. In the center is a white progress bar with three segments. On the right is the Mii Soo logo, consisting of the Chinese characters '米' (rice) and '木' (wood) above the text 'MII SOO'. The main content area has a light gray background. The title 'Restaurang i Örebro' is centered in a large, bold, blue font. Below it, the subtitle 'Välkommen till Mii Soo!' is centered in a smaller, bold, blue font. The first paragraph states: 'Vi lagar all mat i restaurangen från grunden och använder inga glutamat. De flesta maträtter kan ersättas med tofu eller vegetarisk färs. Allt för ni ska få en bättre upplevelse. Vår restaurang har fullständiga rättigheter.' The second paragraph states: 'Vi är väldigt noga med kvalitet och serverar svenskt kött och kyckling. Dessutom har vi enklare lunchalternativ vardagar 11:00 - 15:00. Vill ni ta med maten hem har vi också en enklare avhämtningsmeny som du hittar på Facebook. Ni kan även beställa mat för hemkörning via Foodora.' The third section has the title 'Bäst upplevelse får ni förstås på vår restaurang i Örebro!' in a bold, blue font. The final paragraph states: 'Vi är en liten restaurang med stora smaker och kärlek och passion till maten och människorna! Mii Soo är en asiatisk restaurang med en touch av det malaysiska, indiska och kinesiska köket. Om du är nyfiken på smakerna av Asian fusion rekommenderar vi dig att planera in ett besök hos oss i Örebro!'

Restaurang i Örebro

Välkommen till Mii Soo!

Vi lagar all mat i restaurangen från grunden och använder inga glutamat. De flesta maträtter kan ersättas med tofu eller vegetarisk färs. Allt för ni ska få en bättre upplevelse. Vår restaurang har fullständiga rättigheter.

Vi är väldigt noga med kvalitet och serverar svenskt kött och kyckling. Dessutom har vi enklare lunchalternativ vardagar 11:00 - 15:00. Vill ni ta med maten hem har vi också en enklare avhämtningsmeny som du hittar på Facebook. Ni kan även beställa mat för hemkörning via Foodora.

Bäst upplevelse får ni förstås på vår restaurang i Örebro!

Vi är en liten restaurang med stora smaker och kärlek och passion till maten och människorna! Mii Soo är en asiatisk restaurang med en touch av det malaysiska, indiska och kinesiska köket. Om du är nyfiken på smakerna av Asian fusion rekommenderar vi dig att planera in ett besök hos oss i Örebro!

VAD LOCKAR OCH GÖR MÅLTIDSRESENÄRERNA NÖJDA?

UNIKA MINNESVÄRDA MÅLTIDSUPPLEVELSER

- Autenticitet i mat, dryck och atmosfär samt platsunika hållbara upplevelser
- Riktigt bra, och/eller unika och lokala råvaror
- Att hitta en "dold pärla" eller bli positivt överraskad
- Gärna helhetsupplevelser, till exempel konst, design eller natur i kombination med en måltid
- Söker självutveckling och vill lära sig något nytt

"TALKABLE" UPPLEVELSER

- Vill berätta historier och dela med sig till vänner (gärna i sociala medier)



Foto: Tina Stafrén/Visit Sweden

EN ÖNSKAN OM ÖKAT VÄLMÅENDE!

Välbefinnandefaktorer för globala resenärer

10 i topp!

Vad ökar välbefinnandet för dig under en semesterresa till Sverige?

- Frisk luft
- Kvalitetstid med mitt resesällskap
- **Lokal hälsosam mat & dryck**
- **Den svenska livsstilen och kulturen**
- Kvalitetstid för mig själv
- Min mentala hälsa
- Sömn
- Att komma in kontakt med lokalbefolkningen/känna gästfrihet
- Motion
- **Utvecklas genom att lära mig nya saker**

***1/3 säger att det är viktigt
att resan till Sverige ökar
deras välbefinnande.***

Resetrender Visit Sweden 2026

Hur kan dessa resetrender användas i erbjudanden & marknadsföring relaterat till måltidsturism?

1) Social Reconnection:

Måltidsupplevelser som uppmuntrar till gemenskap t ex långbord med gemensamma sittningar som gör det lätt att mötas och samtala.

2) Local Trust:

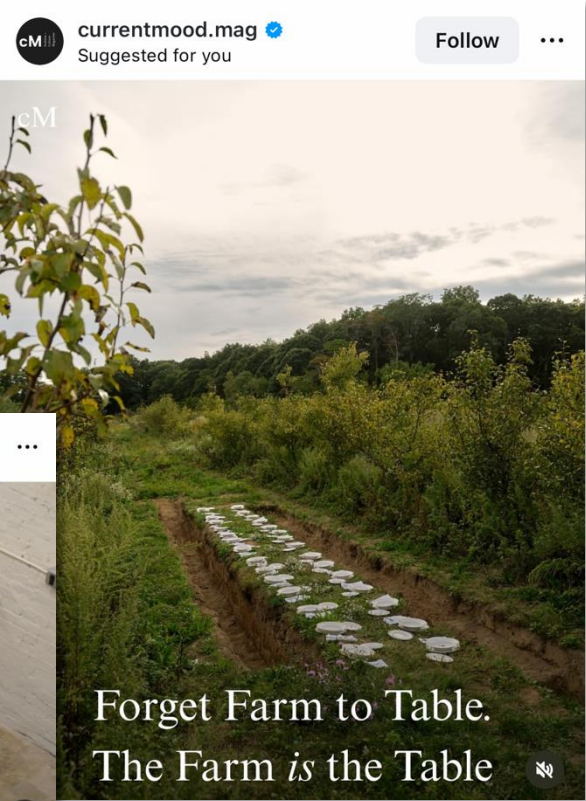
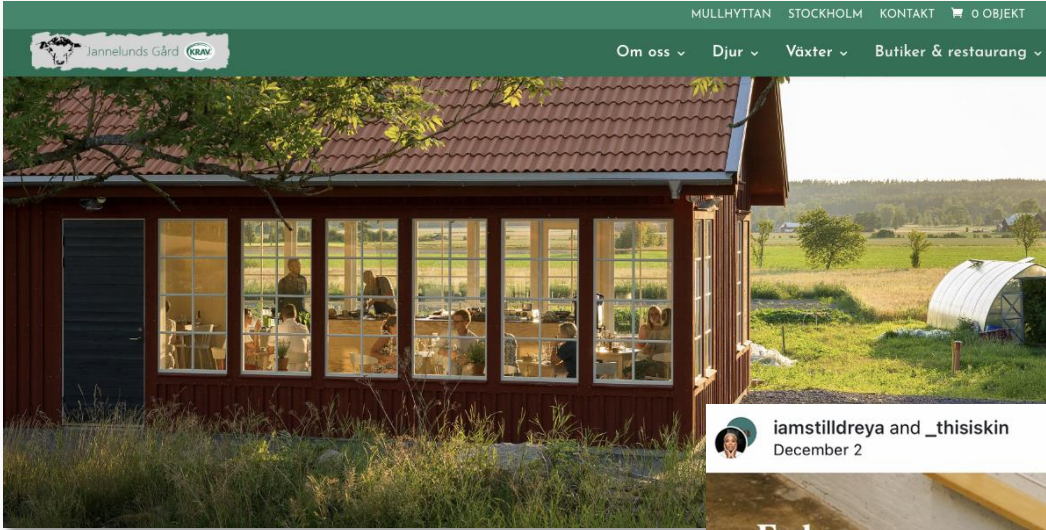
Framhäv det lokala på platsen. Låt gästerna få möta människorna bakom maten, förstå råvarornas ursprung, smaka på platsen och ta del av platsens berättelser. När det är transparent var maten kommer ifrån och vem som står bakom upplevelsen stärks känslan av autensitet, äkthet och tillit.

Framtidsspaning: Cultural Exploration:

Resenären vill förstå hur människor levde och lever på ett mer medvetet sätt än tidigare. Inventera er plats kulturella identitet och erbjud t ex en platsunik meny med matarkeologisk koppling men som har en nutida innovativ touch.

SOCIAL RECONNECTION + LOCAL TRUST = MINNESVÄRDA HELHETSUPPLEVELSER

Från jord till bord – the farm is the table + dukning



LOCAL TRUST - KULINARISKA TRØNDELAG

“Hemma hos” opplevelse med produsent, lokal mat/dryck



LOCAL TRUST - KULINARISKA TRØNDELAG

Produktstorytelling



LOCAL TRUST - KULINARISKA TRØNDELAG

Produktstorytelling kultur + måltid



CULTURAL EXPLORATION

Spänst!

SVERIGES LANDSKAPSMÅLTIDER

Kreativa nytolkningar av regionala mattraditioner

Koncept- och receptframtagning

Bakom Västerbottens landskapsmåltid står Freddy Holmgren, köksmästare som tillsammans med partner Emma Wählstedt driver restaurangen Wild River vid Mårdseleforsen.

DRYCKER

Förrätt

Rälund Classic blåbärsvin är en fantastisk kombination till tjädernas smak Idunn (Norsjö Wine & Co)

Huvudrätt

Bergskär Lingonvin

En lingonrosé, som uppskattar de rökiga toner i vår fiskrätt

Idunn (Norsjö Wine & Co)

Dessert

Bute mousserande iscider från Carlshe i Umeå med sin mörka äppelsmak och sina nätta bubblor passar ljuvligt till Brytan

VÄSTERBOTTENS LANDSKAPSMÅLTID



FÖRRÄTT

Gravad tjädertartar

Tjäder är en fågel som hör ihop med de vilda skogarna i Västerbottens inland. Fågels smak kompletteras med smakerna som finns i fågelns närhet som goliatmusseron, picklade granskott, picklade svartvinbärsbladsskott, kapriserade omogna svarta vinbär, picklade gula kantareller och lingon.

Tjädern är en fågel som hör hemma i de vilda skogar som Västerbottens inland består av. En fågel som är vacker till sitt utseende, intressant till sin personlighet, och lite bortglömd i våra kök. Många jägare i vårt närområde jagar tjäder, men få restauranger tar sig an råvaran.



HUVUDRÄTT

Bakad fjällröding



Fjällrödingen, från fjällsjöarna, har vackert fiskkött och en mjuk smak som attraherar många smaklökar. Serveras här med Västerbottensost-brynt smör, mandelpotatis, sotad gurka, löjrom, friterad svartrot, picklade kålrabbiknyten med gräslöksaioli, späd broccoli, hyvlade rädisor och västerbottenost-chips.

Rödingen är en fisk som ofta förknippas med Västerbotten. En fisk som älskar klara och kalla vatten.



DESSERT

Brytan på nytt vis

Att brytan är en del av vårt Västerbotten kan intet tvivel stå kring – även om det kanske inte är en del av allas Västerbotten. Det är rimligt att fråga sig, för den oerfarne, vad en bryta egentligen är.

I sin enkelhet kan det bäst förklaras som ett slags mellanmål där kall mjölk hälls över brutet hårt tunnbröd, sylt tillsätts, och på sidan om sin tallrik ska en bit rökt falukorv finnas för att bidra med salta och en känsla av matighet. Att omskapa brytan till en restaurangvärdig rätt har köksmästare Freddy Holmgren på Wild River länge haft i sina tankar. Detta är hans försök att ge brytan den strålgång den förtjänar genom hans minnen av en barndom med kärleksfulla

<https://www.landskapsmaltider.se/meny/vasterbottens-landskapsmaltid>

<https://www.lansstyrelsen.se/vasterbotten/natur-och-landsbygd/livsmedel-och-foder/livsmedelsstrategi/vasterbottens-landskapsmaltid.html>

<https://smakasverige.se/mat/fisk-och-skaldjur/lapplandsk-fjallroding> Märkningen ger konsumenterna en kvalitetsförsäkran som härrör till hantverk och ursprung.

<https://smakasverige.se/nyheter/nyhetsarkiv/2024-06-27-vindelnrokt-skinka---ett-hundraarigt-hantverk-som-skyddas-ino-m-eu>

CULTURAL EXPLORATION - MICHELIN GUIDE INSPECTORS

”Redefining how we dine”



CULTURAL EXPLORATION

6 RESTAURANGTRENDER SOM KRÖGARE INTE FÅR MISSA 2026

“Upplevelsebaserat och tradition möter innovation.

Restaurangbesök blir allt mer upplevelsebaserade 2026.

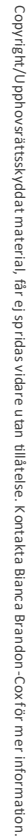
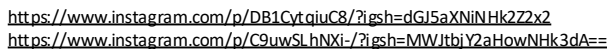
Gäster söker helhetskoncept där atmosfär, storytelling och design är lika viktiga som maten.

Klassiska svenska rätter återkommer i modern tappning och kombineras med internationella influenser, exempelvis miso och kryddor från Mellanöstern, vilket ger en spännande fusion av tradition och innovation.”



Foto: Bianca Brandon-Cox, Restaurang Eld

Utveckla och bevara matarvet



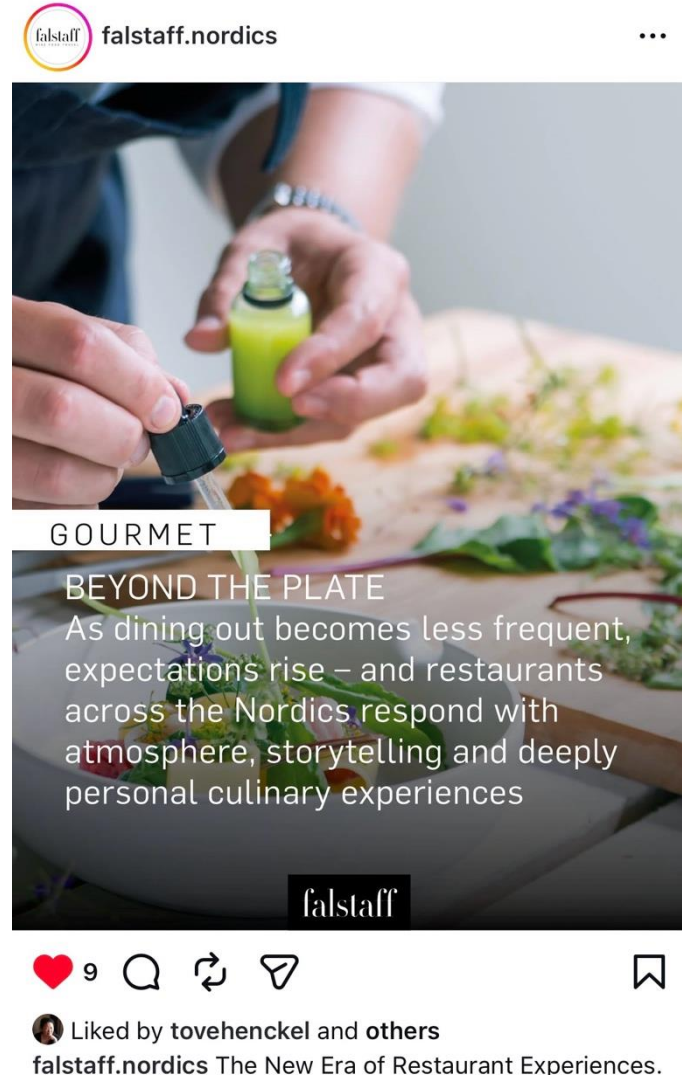
TREND - VARFÖR LÄGGA PENGAR PÅ RESTAURANG?

”Atmosphere , storytelling & deeply personal culinary experiences”

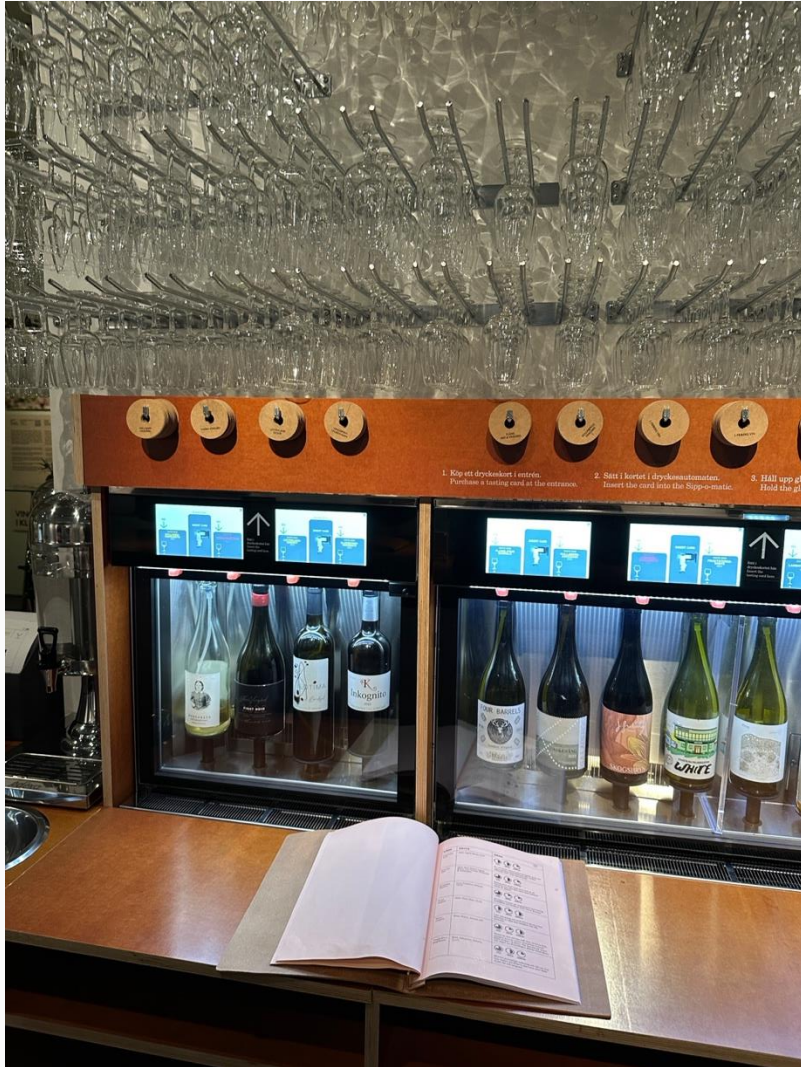
“Rising living costs, shifting consumer priorities, and a renewed focus on quality have led many guests across Europe — including the Nordic region — to dine out less frequently ...

...when people go out less often, they expect every visit to feel special.

...A restaurant is no longer just a place to eat. It has become a curated experience — one that blends cuisine, atmosphere, service, and narrative into a memorable evening.”



TREND - SENSORISKA HELHETSUPPLEVELSER



Utställningen Made in Sweden. Idé: Per Styregård och Spritmuseum, Stockholm <https://spritmuseum.se/en/exhibition/made-in-sweden>

TREND – SMÅ FORMAT, MINDRE RÄTTER

Lokala smårätter, brickor och snacks



Smörgåsbordet mathantverk

Diléns bresaola och salami från Högbo
Ostar från Högbo Närproduktion
Lokalt bröd från Épi Bageri & Café bakat på vete
och råg från Berglunds i Kungsgården
Gravad och rökt lax från Bergmans Fisk
Jädraås The Mosaic Daisy, nr 37435



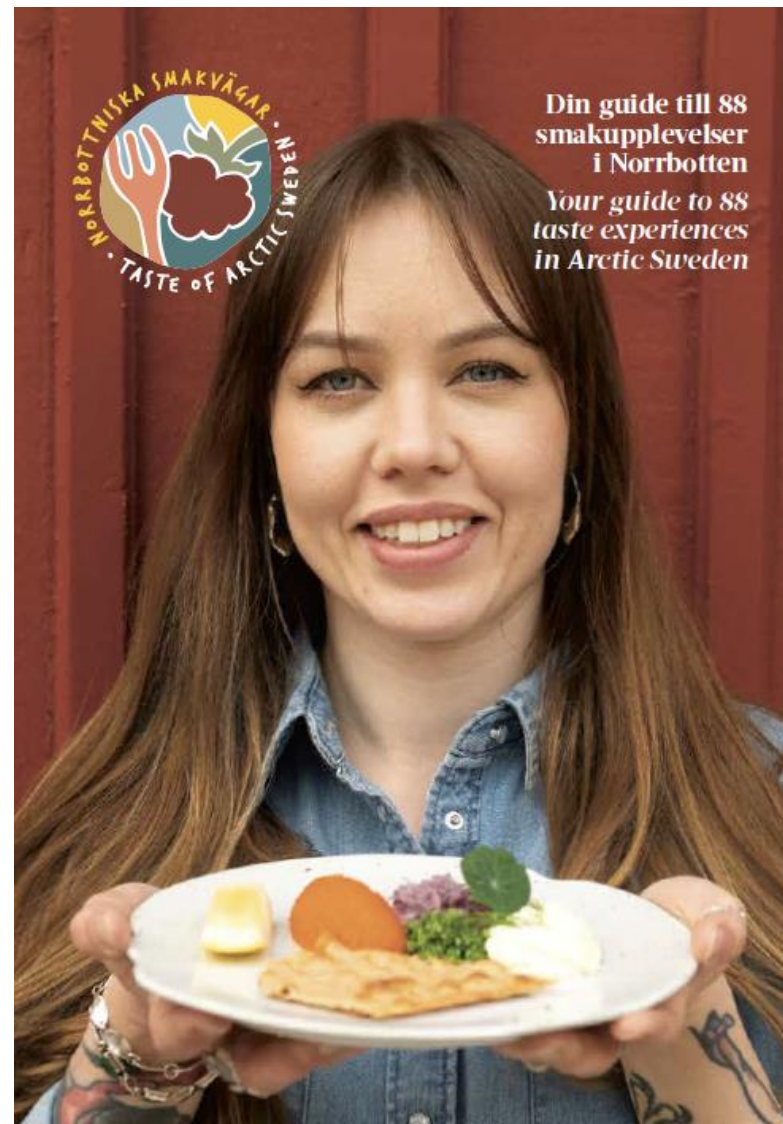
For you



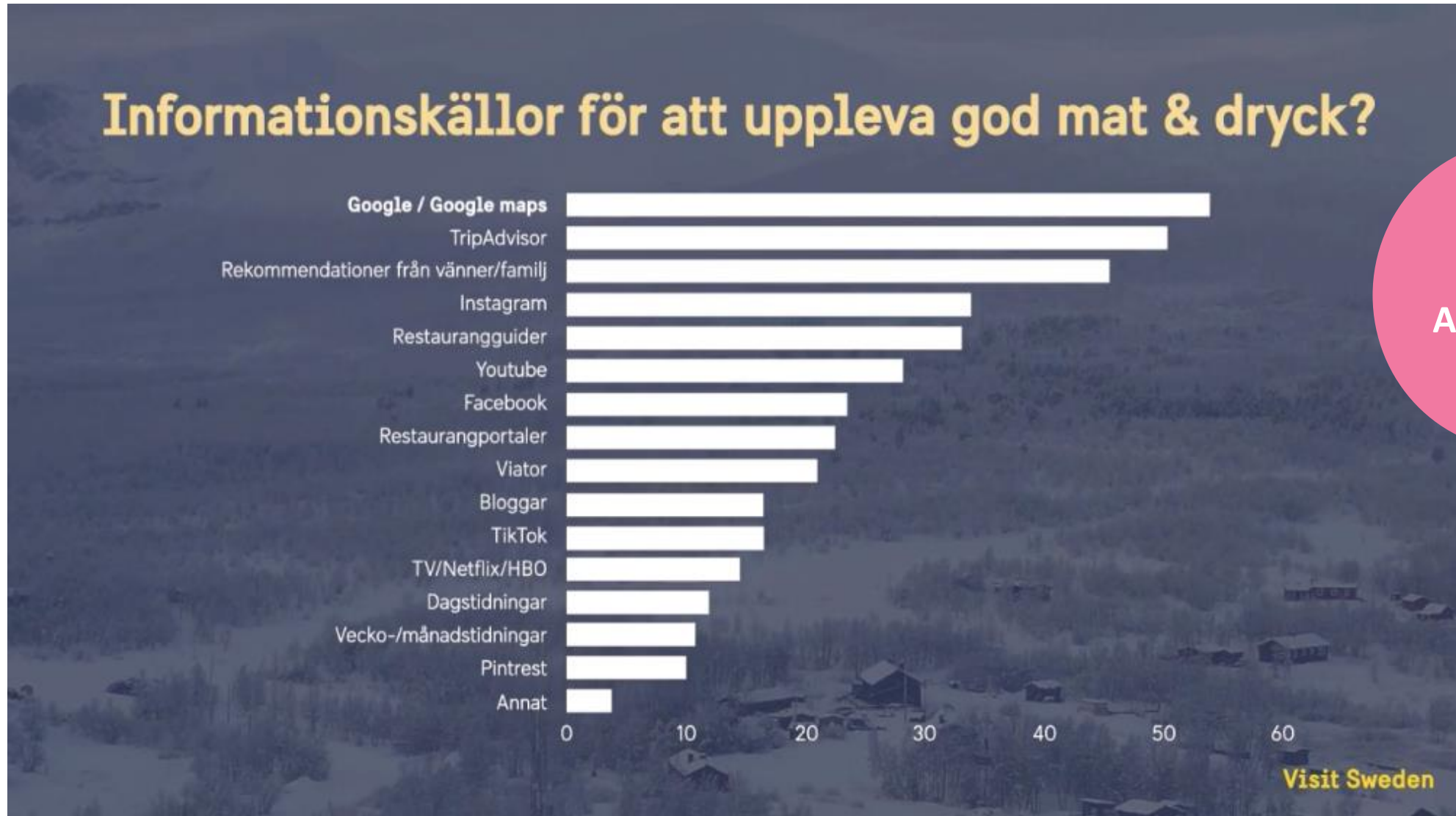
Hur ska vi få fler att upptäcka Västerbotten?
Hur kan vi öka vår synlighet?



RESUR SINVENTERING - LOKAL & PLATSUNIK MAT & DRYCK ÄR EN RESEANLEDNING & BEYOND GOURMET!



SÖKRESAN BÖRJAR OFTAST PÅ GOOGLE



Nu även
AI-verktyg!

DIGITAL ANALYS GÄSTRECENSIOER (AI-CLAUDE) PÅ VÄSTERBOTTENS FOKUSMARKNADER

Dra nytta av “Missed opportunities”

VÄSTERBOTTEN · GÄSTRÖST OM MAT OCH DRYCK · SEPTEMBER 2026

Gästerna har rikt språk för landskapet och fattigt språk för tallriken.

95

av 124 insamlade recensioner om mat i Västerbotten innehåller inte ett enda regionalt ord. Inte en råvara, inte en plats, inte ett ursprung.

01

Skriv ut leverantörens namn i själva rätten

EN EFTERMIDDAG

Åtta krogar påstår "lokala råvaror" och namnger ingen. Bryggargatan visar hur enkelt det är: "grönkål från Ljusvassgården", "Kalix löjrom från Bröderna Persson i Piteå". Namnet står i menyraden, inte på en om-oss-sida ingen läser. Fakturan ligger redan i pärmen. Det här är den detalj en matresenär reser för, fotograferar och berättar vidare.

03

Ge maten en plats på hyllan som redan finns

EN INTEGRATION

Destinationsbolagen säljer redan liftkort, skiduthyrning och boende genom egna bokningsmotorer. Att lägga in en provning eller en fredagsmiddag är ingen ny plattform — det är en ny produktkategori i en befintlig. Det är den enskilt största strukturella möjligheten i hela materialet.

HUR OPTIMERAR VI VÅRA TEXTER UTIFRÅN MÅLGRUPPSINSIKTER?



VAREND A ORD RÄKNAS & SKAPAR MERVÄRDE FÖR SEO, AI & FÖR RESENÄRER/GÄSTER



We choose carefully

The restaurant at Granö Beckasin is located in Granö, between Umeå and Lycksele in Västerbotten, northern Sweden. We are open to hotel guests, groups and for anyone who lives in the area or is passing through. We offer food based on local and organic ingredients.

When you eat here, whether it's a simple lunch or a three course dinner celebrating a major life event, we want you to taste the earth, forest and river, our history and our nordic outdoor lifestyle.

In our restaurant, guests and staff from all over the world meet and share good times together in a relaxed environment.

Welcome to us, all year.

SÖKORDINSIKTER - VISIT SWEDENS 2025-SÖKDATA + 2026-INSIKTER (CHATGPT)

Det som sticker ut för Västerbotten

Marknad	Intressanta söksignaler 2025	Färsk 2026-signal
Sverige	Ishotell 127 096, nationalparker 71 515, +16%, skidorter 67 826, +7,5%, Michelinrestauranger 32 841, +46%, cykling +8,6%.  Visit Sweden	35% planerade en Sverigeresa kommande sex månader i april. Visit Sweden ser också intresse för natur, lokalproducerat, småskaligt och genuint , samtidigt som många fattar beslut sent.  Visit Sweden
Norge	Camping 72 205, spahotell 22 871, semesterhus 15 729, +14%, stugor 11 356, +9%, safari 13 645, skidanläggningar +24% och faktiskt trädhotell 2 623 .  Visit Sweden	Nästan hälften tror att de kommer resa till Sverige inom 1–2 år. 75% av norska gästnätter 2025 gjordes utanför Stockholm, Göteborg och Malmö . Resandet utanför sommaren har också vuxit jämfört med 2019.  Visit Sweden
Finland	Vandring 11 314, ishotell 10 115, +6%, skidåkning +10%, stugor +15%, fiske +19%, bastu +12%, norrsken +10%, nationalparker +14%.  Visit Sweden	Över hälften av målgruppen tror att de kommer resa till Sverige inom 1–2 år. 58% av de finska gästnätterna 2025 låg utanför juni–augusti och 52% utanför storstadsregionerna.  Visit Sweden
Tyskland	Camping 170 053, ishotell 46 183, norrsken 42 106, nationalparker 42 068, skidåkning 41 848, +10%, vandring 27 172, fiske 25 559, bastu +30%.  Visit Sweden	76% planerar att resa 2026 och Visit Sweden uppskattar att 27 miljoner tyska globala resenärer är intresserade av Sverige. Natur, lugn, avkoppling, rundresor, kultur och naturnära boende är centralt. Resandet utanför sommaren växer snabbare än sommarresandet.  Visit Sweden
Nederländerna	Camping 53 013, semesterhus 42 644, skidåkning 20 301, rundresor 20 013, ishotell 14 384, vandring 7 354, cykling 6 505, bastu +56%, nationalparker +11%, fiske +18%, kajak +8%.  Visit Sweden	87% planerade en övernattningsresa april–september 2026 . Gästnätterna utanför sommaren har vuxit 63% sedan 2019 , och 65% av gästnätterna sker utanför storstadsregionerna. Visit Sweden lyfter natur, tystnad och autentiska upplevelser.  Visit Sweden



KOMMUNICERA I ALLA KANALER! SKAPA VÄRDE FÖR MÅLGRUPPEN

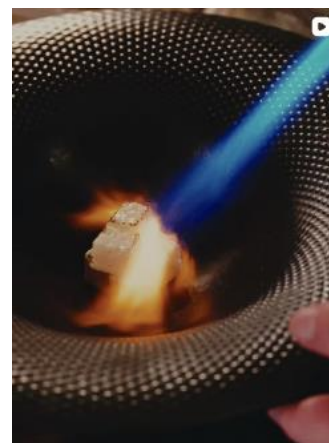
**Visa vad ni erbjuder med
resenärernas glasögon på!**

Curerad portfolio på Instagram:

Erbjudanden/Produkter:

Mat och dryck, lunch, middag, provningar, gästspel,
events/happenings, presentkort mm för B2B & B2C

Varva interior, exteriör, personal, gäster, mat, dryck,
detaljer med helhetsbilder, porträtt samt gruppbilder.



VÄRDE FÖR MÅLGRUPPEN I FLERA LED + ÖKAD SYNLIGHET

Lokala prisbelönta produkter
på menyn + personal + sociala medier

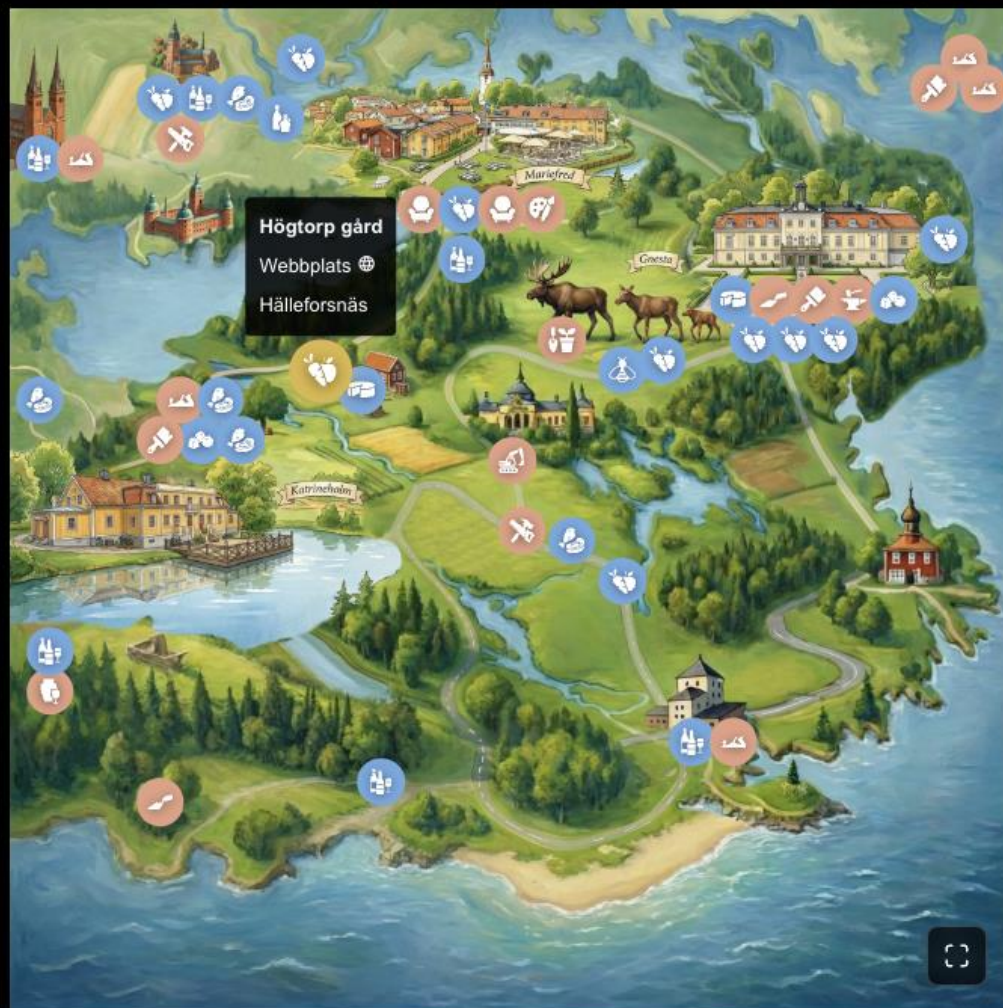
Tagga
leverantörer
och bli delad

Sätt de extra
kronorna på
marknadsförings-
-budgeten!

Långsiktigt
positiv effekt
med lokalt i
skyltfönstret.



ÖKAD SYNLIGHET GENOM LOKAL LEVERANTÖRSKARTA/HÅLLBARHETSPOLICY = LYFT VARANDRA! Svenska kulturpärlor (slott och herrgårdar i Sörmland)



Frukt och grönsaker

Hornuddens trädgård 🌍 Strängnäs
Peace, Love & Farming 🌍 Gnesta
Ärnäs Gård Mariefred
Arkadien Mat & Trädgård 🌍 Gnesta
Stiftelsen Skillebyholms Odlingar 🌍 Järna
Frönäs gård Gnesta
Kronogårdens Odlingar & Café 🌍 Stigtomta
Högtorp gård 🌍 Hälleforsnäs
Ekhov Säteri Björnlunda
Maria Printz 🌍 Stora Lundby



Öl, cider, must och sprit

Sörmlands musterier 🌍 Strängnäs
Eskilstuna Ölkultur 🌍 Eskilstuna
Virå Fattighus 🌍 Stavsjö
Nils Oscar 🌍 Nyköping
Almqvist Destilleri 🌍 Rejmyre
Pomologik 🌍 Åkers styckebruk



Kött och chark

Allt om Vilt i Vrena 🌍 Vrena
MälarChark 🌍 Strängnäs
Sjöholms Gård 🌍 Katrineholm
Fors Säteri i Floda 🌍 Katrineholm
Katrinelunds Gårdsstyckebruk 🌍 Vingåker



Ost

Jordnära mat i Sverige 🌍 Gnesta
Jürss Mejeri 🌍 Hälleforsnäs



Praliner

Pralinörskans Praliner 🌍 Katrineholm
Björk Hills (Saras Skafferi) 🌍 Gnesta



Vinäger och ättika

Patrik Arneke 🌍 Stallarholmen



Honung

Björnlunda Honung 🌍 Björnlunda



Trä och snickerier

Bettina Säg 🌍 Bettina
Gripsholms finsnickeri 🌍 Strängnäs



Färg

Elerts Färg & Tapeter 🌍 Katrineholm
Gnesta Färghus 🌍 Gnesta
Engwall och Claesson 🌍 Bandhagen



Tapetserare

Rakelorakel 🌍 Mariefred
Susanna Tapetserare 🌍 Mariefred



Mur och puts

Jakobssons Mur o Puts 🌍 Gnesta
Norrköpings kakelugnsmakeri 🌍 Kolmården



Kulturarv/byggnadsvård

Tadi Bygg 🌍 Katrineholm
Ridderstrands Byggnadsantikv. 🌍 Stockholm
Nacka byggnadsvård 🌍 Stockholm
Ernst Leather Studio 🌍 Nyköping
Eskilstuna kulturbeslag 🌍 Eskilstuna



Konststaketet

Ingenjörsfirman Bergvall-Leindahl Strängnäs



Järn och smide

Björkeby Svets 🌍 Gnesta



Konst och formgivning

Johan Patricny 🌍 Mariefred



Markarbeten

Markjobb Sörmland 🌍 Flen



Trädgårdsmästare

Anette Andersson Stjärnhov



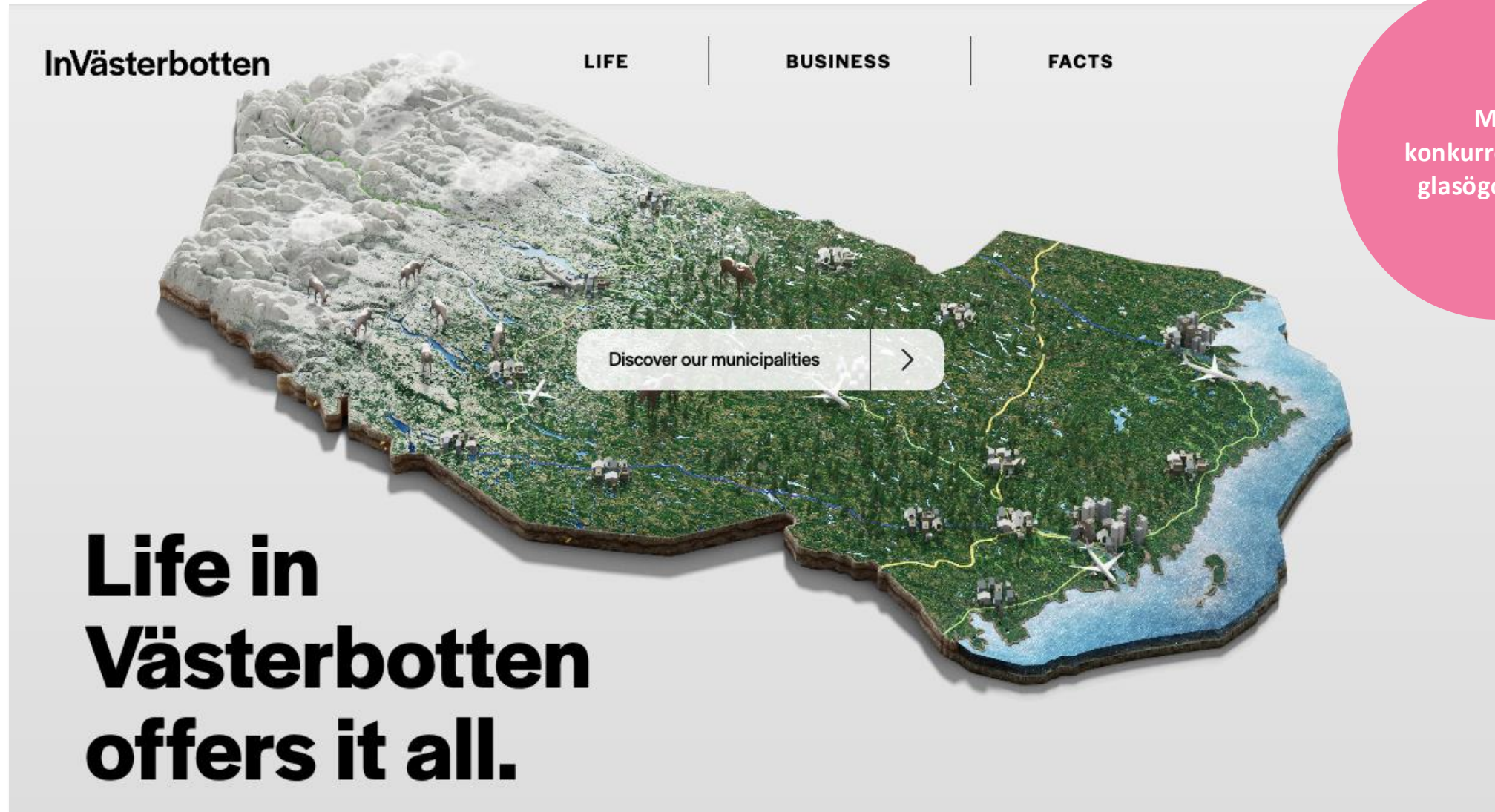
Glas, ljuslyktor, vaser

Rejmyre Glasbruk 🌍 Rejmyre

Vägen framåt! Samverkan för att skapa långsiktigt hållbara och attraktiva platser



LÅT OSS LYFTA BLICKEN – GEMENSAM PLATSBERÄTTELSE + LOKALA PLATSBERÄTTELSER



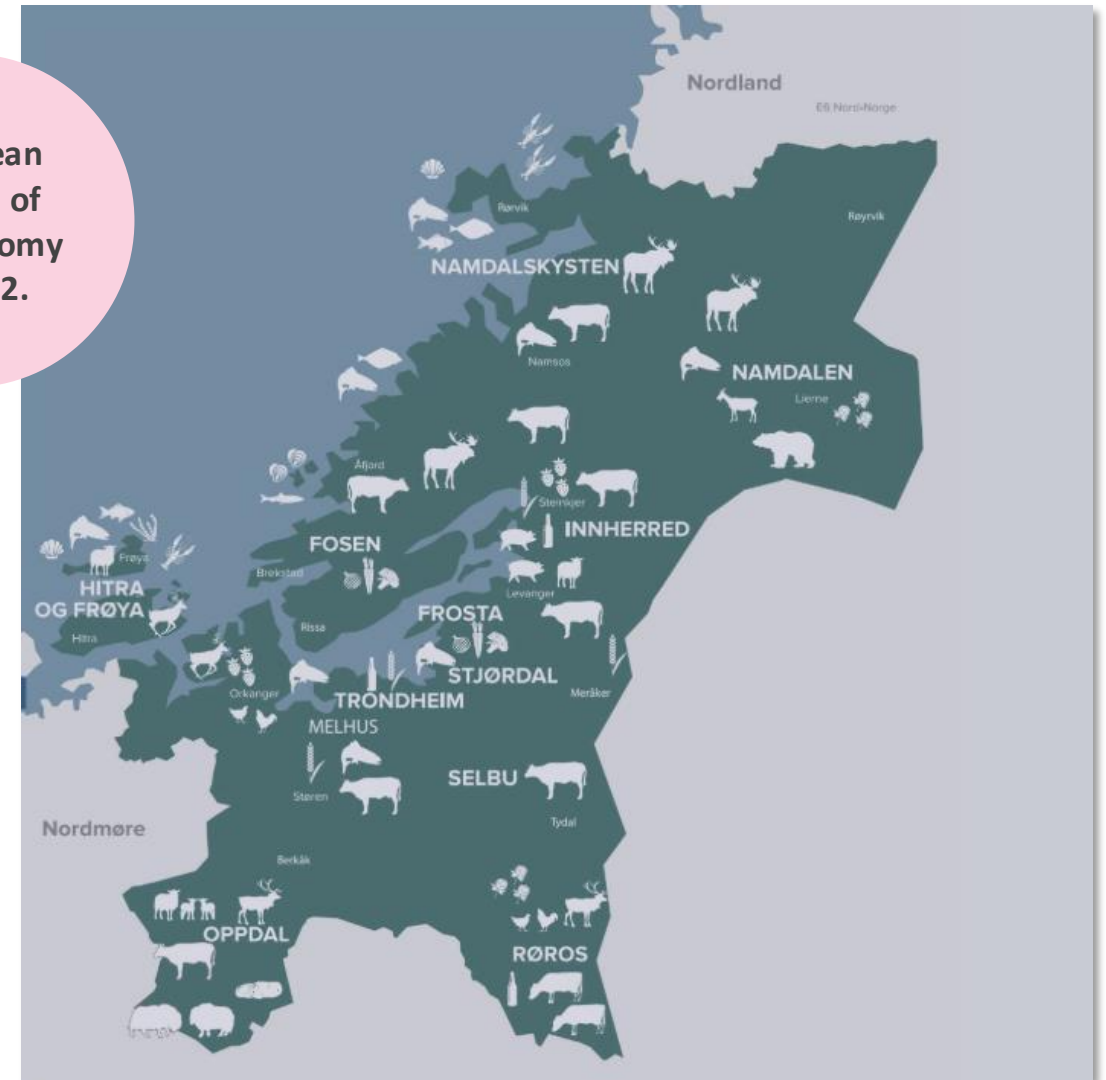
Med
konkurrenskraft-
glasögonen på

20 ÅR - KULINARISKA TRØNDELAG – POLITIK, BESÖKSNÄRINGSFRÄMJARE, NÄRINGSLIV TILLSAMMANS!



In the heart
of Norway.

European
Region of
Gastronomy
in 2022.

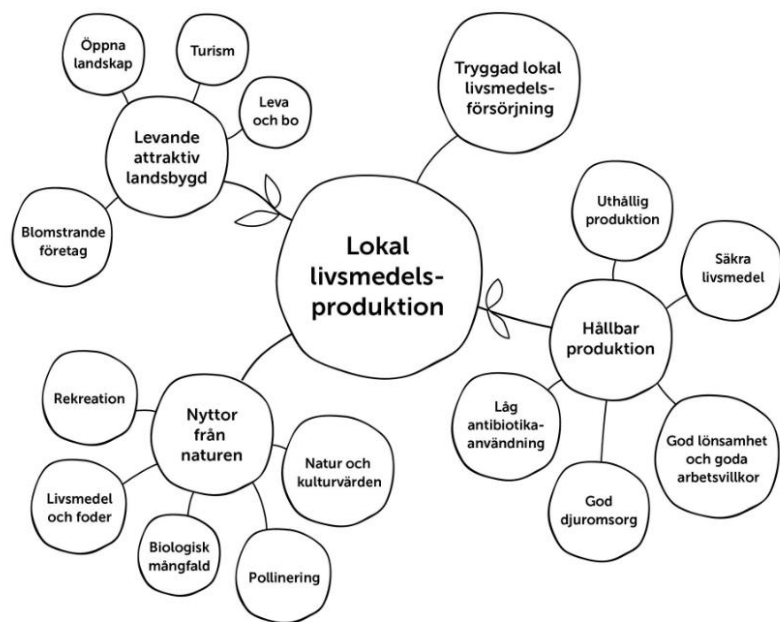


SAMARBETSPROJEKT MED FOKUS PÅ RESUR SINVENTERING, PRODUKTUTVECKLING, PAKETERING & SAMVERKAN

Mer Matinnovation - En plattform för att öka innovationen inom livsmedelssystemet i Västerbotten

Vad är en innovation? Och vem är en innovatör?

Innovation kan enkelt beskrivas som nya lösningar som skapar värde. Det är lätt att innovation förknippas med en helt ny uppfinning, men innovation är så mycket mer än så. Kanske är det en lösning som underlättar arbetet på en gård eller ser till att man får mindre svinn vid produktion av en vara. Att lösa problem kan vara innovation och problemlösaren kan vara en innovatör.



Matplats Västerbotten - från skafferi till måltid

Kliva in i ett skafferi stort som ett helt län

Välkommen till Matplats Västerbotten – satsningen som vill sätta både smaklökar och Västerbotten på kartan!

Efter tidigare framgångar där Länsstyrelsen Västerbotten och Region Västerbotten Turism kroat arm med några av länets kockar är det nu dags att ta nästa steg. Och ja – det blir ännu mer smak, fler berättelser och mer Västerbotten på tallriken och i glaset.

Många kunder vill veta varför lingonen är extra röda just här, vem som rökt fisken, hur många myggbett som krävdes för att plocka hjortronen – och varför allt smakar lite bättre när man känner historien bakom. När det som serveras får en koppling till platsen, människorna och traditionerna, då händer något magiskt. Plötsligt är det inte längre bara en middag – det är en upplevelse som gör att kunden är villig att betala mer.

Samarbetsprojekt med fokus på äkta smaker

Samarbetsprojektet Matplats Västerbotten är ett initiativ som handlar om äkta smaker, hållbarhet och innovation. Projektet tar sitt avstamp i Västerbottens unika råvaror och berättelser. Genom dessa skapar vi mat- och måltidsupplevelser som känns äkta och som fördjupar matgästens relation till platsen genom att stärker stoltheten till det lokala köket.

FRAMTIDSSÄKRING - EVENT MED HÅLLBARHET OCH REGENERATIVITET I FOKUS



The image shows a screenshot of the Umeå Smakfestival website. At the top, there is a green navigation bar with the festival's logo on the left and a menu with the following items: PROGRAM, OM FESTIVALEN, HÅLLBARHET, KONTAKT, IN ENGLISH, and UMEÅ SMAKPROMENAD. Below the navigation bar is a large photograph of numerous small, round, light-brown paper cups filled with various food samples. Most cups contain a potato-based dish topped with green herbs, while a few on the right contain a red salsa-like dish topped with white cheese. Below the photo, the heading "Hållbarhet" is displayed in green. Underneath, a paragraph in Swedish states: "Umeå Smakfestival ska vara en av Sveriges mest hållbara festivaler, det är vår strävan och vi ska göra allt vi kan för att uppnå detta. Här nedan kan du se exempel på vad vi jobbar med. Något vi missat? Hör av dig till oss med dina förslag!"

Hållbarhet

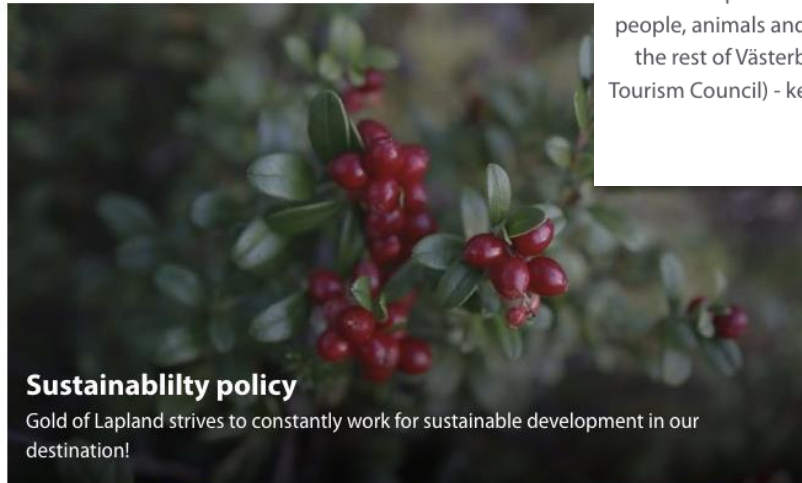
Umeå Smakfestival ska vara en av Sveriges mest hållbara festivaler, det är vår strävan och vi ska göra allt vi kan för att uppnå detta. Här nedan kan du se exempel på vad vi jobbar med. Något vi missat? Hör av dig till oss med dina förslag!

TILLSAMMANS!

OBS!

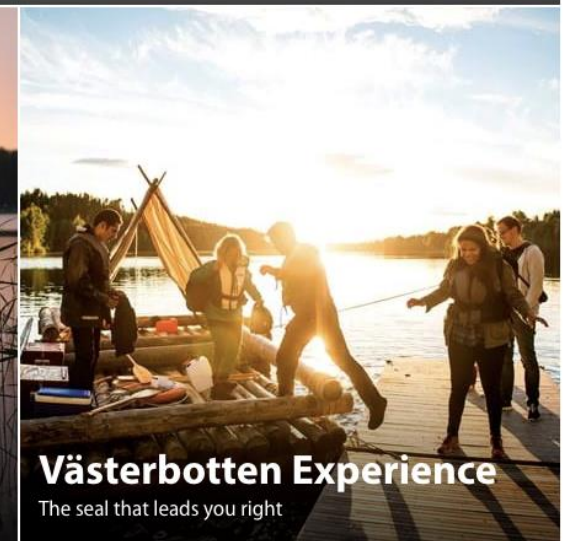
**Ansvarsfull marknadsföring.
Inte använda vildmark, det
är samiska kulturlandskap.**

goldoflapland.com/en/sommar/



A responsible destination

Gold of Lapland works continuously to take care of our place on earth. We want to do good for people, animals and nature so that future generations can visit, live and grow here. Together with the rest of Västerbotten, we work on the basis of the global tool **GSTC** (Global Sustainability Tourism Council) - keep an eye out for the seal Västerbotten Experience when you discover Gold of Lapland!



SMARTA SAMARBETEN –

Lokalt & platsunikt ökar försäljningen & stoltheten

<https://news.cision.com/se/ok-vasterbotten/r/ok-vasterbottens-stationer-testbadd-for-lokalproducerad-mat,c3774363>
<https://vasterbottensmat.se/at-hela-vasterbotten/>

OK Västerbottens stationer testbädd för lokalproducerad mat



TOR, MAJ 25, 2023 09:00 CET

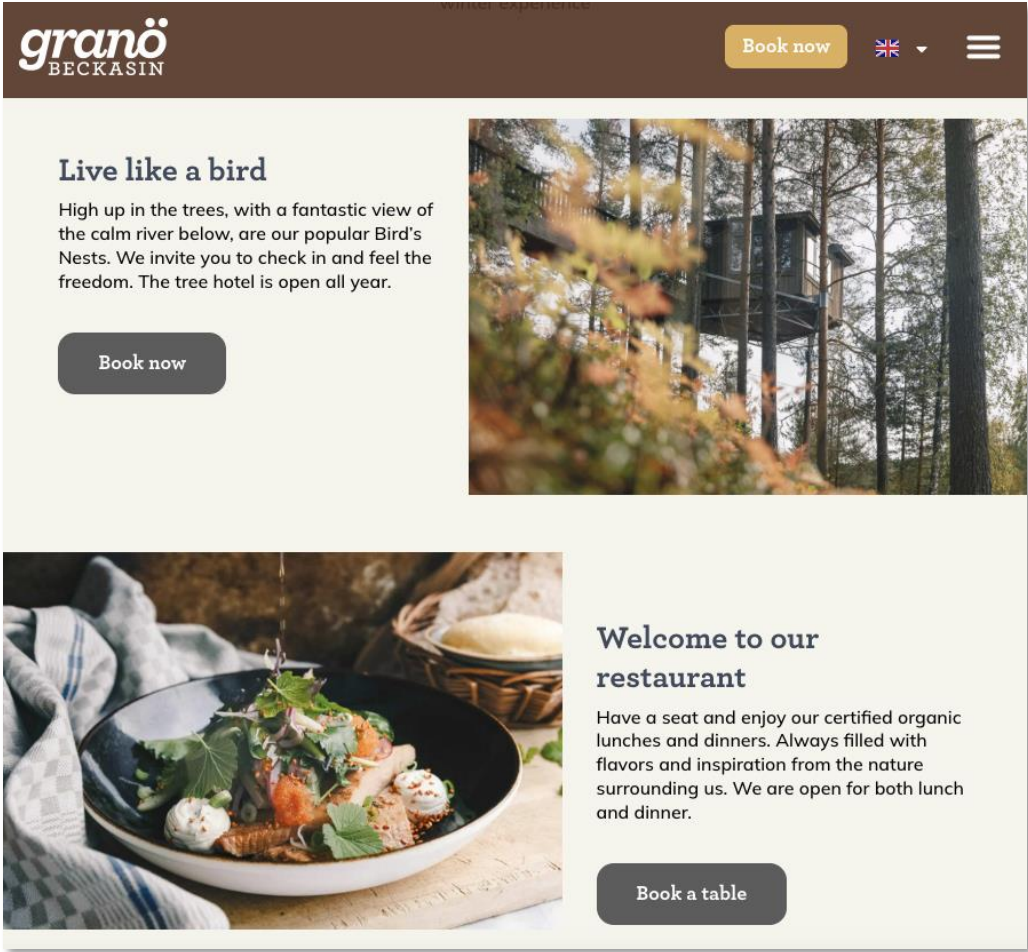
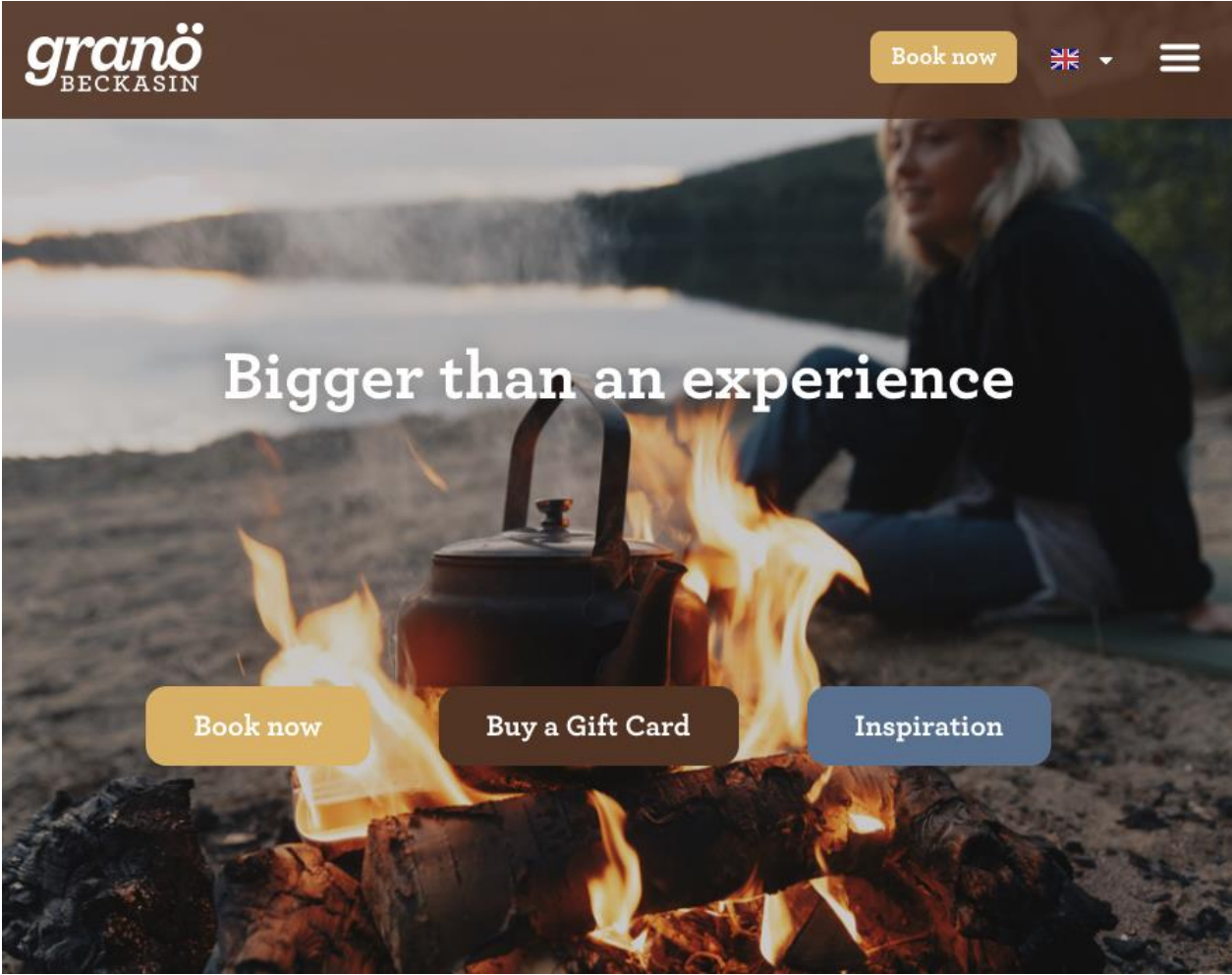
[Report this content](#)



OK Västerbottens stationer kommer agera testbädd i projektet "Ät hela Västerbotten", ett länsövergripande projekt i flera delar med gemensam målsättning att öka tillgängligheten av lokalproducerade livsmedel i butiker och restauranger i Västerbotten.

Syftet är att möjliggöra för fler att göra medvetna val och öka efterfrågan på mat som produceras i Västerbotten. Genom delprojektet i butik, som sker i samverkan med Sveriges forskningsinstitut RISE, Länsstyrelsen och institutionen för kost- och måltidsvetenskap vid Umeå universitet, hoppas OK Västerbotten kunna tillhandahålla mer hållbara och hälsosamma måltider på sina stationer.

TÄNK STORT! VAR KAXIGA & STOLTA, SPÄNNING I KONTRASTERNA



Så kan vi erbjuda konkurrenskraftiga, kvalitetssäkrade, ansvarsfulla måltidsupplevelser till den svenska och den internationella gästen!



TASTE OF PLACE – VAD KAN NI GÖRA?

- Inventera er plats platunika berättelser “gräv där ni står”:
natur & miljö
traditioner/högtider
unik lokal mat & dryck, smaker, produkter, terroir
människor – producenter, kulturprofiler, ägare mfl
kulturell mångfald
- Platsunika erbjudanden ”Smaka på en plats” med spänst
- Helhetsupplevelse, lokal mat dryck + natur + kultur
- Skapa en “kulinarisk identitet” t ex under gemensamt varumärke
- Samarbeta med andra för innovativ produktutveckling, paketering och ökad synlighet, var generös mot varandra!
- Kommunicera på olika språk att ni erbjuder lokal mat och dryck och i olika kanaler (meny, webb, sociala medier)
- Använd menyn som kommunikationsyta + digitalt + personal
- Öka er digitala synlighet redan idag genom att skapa värde!

BEYOND GOURMET



Foto: Patrik Svedberg/Visit Sweden



<https://corporate.visitSweden.com/kunskap/malgrupp/sverige/sa-mycket-att-fira-i-sverige>

Kontakt

Bianca Brandon-Cox

bianca@biancabrandoncox.com

<https://biancabrandoncox.com>

@biancabrandoncox (Instagram)

<https://www.linkedin.com/in/biancabrandoncox>

0761877400

