

Måltidsturism

Växande efterfrågan på lokal, äkta mat och genuina upplevelser

Turistrådet
VÄST SVERIGE



- Turistrådet Västsveriges uppdrag och arbete
- Trender och Visit Swedens arbete med måltidsturism
- Avslutande tips

Turistrådet VÄST SVERIGE



Turistrådet Västsverige

- 30 anställda
- Ägs av Västra Götalandsregionen
- Verksamma i hela Västsverige
- Utveckling och marknadsföring

Turistrådet VÄST SVERIGE



- 46 av 49 kommuner anslutna
- Ca. 800 verksamheter anslutna

Turistrådet VÄST SVERIGE

FYRA GRUNDLÄGGANDE PRINCIPER



- Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt
- Bra för både boende och besökare
- Fler besökare när och där det inte är fullt
- Fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter

HÅLLBARHETS KLIVET


Vandring


Paddling


Evenemang

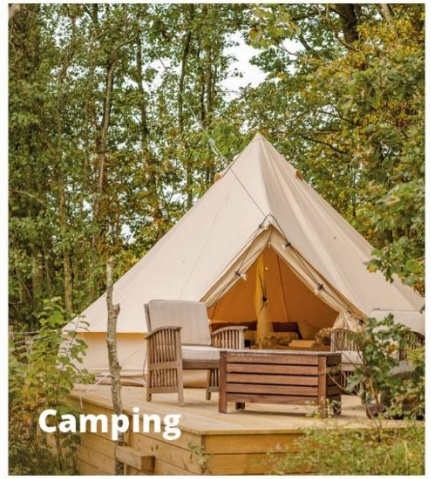

Konferenser


Semester med hund


Cykling


Västsvenska trädgårdar


Mat


Camping

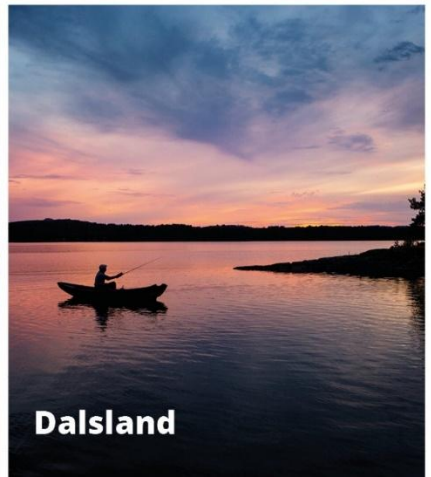

Kultur


Träning och hälsa

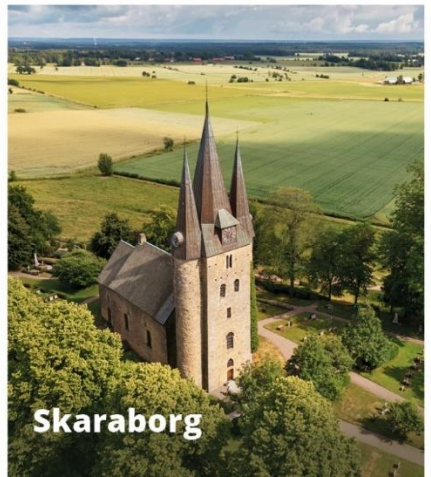

Skollov


Golf

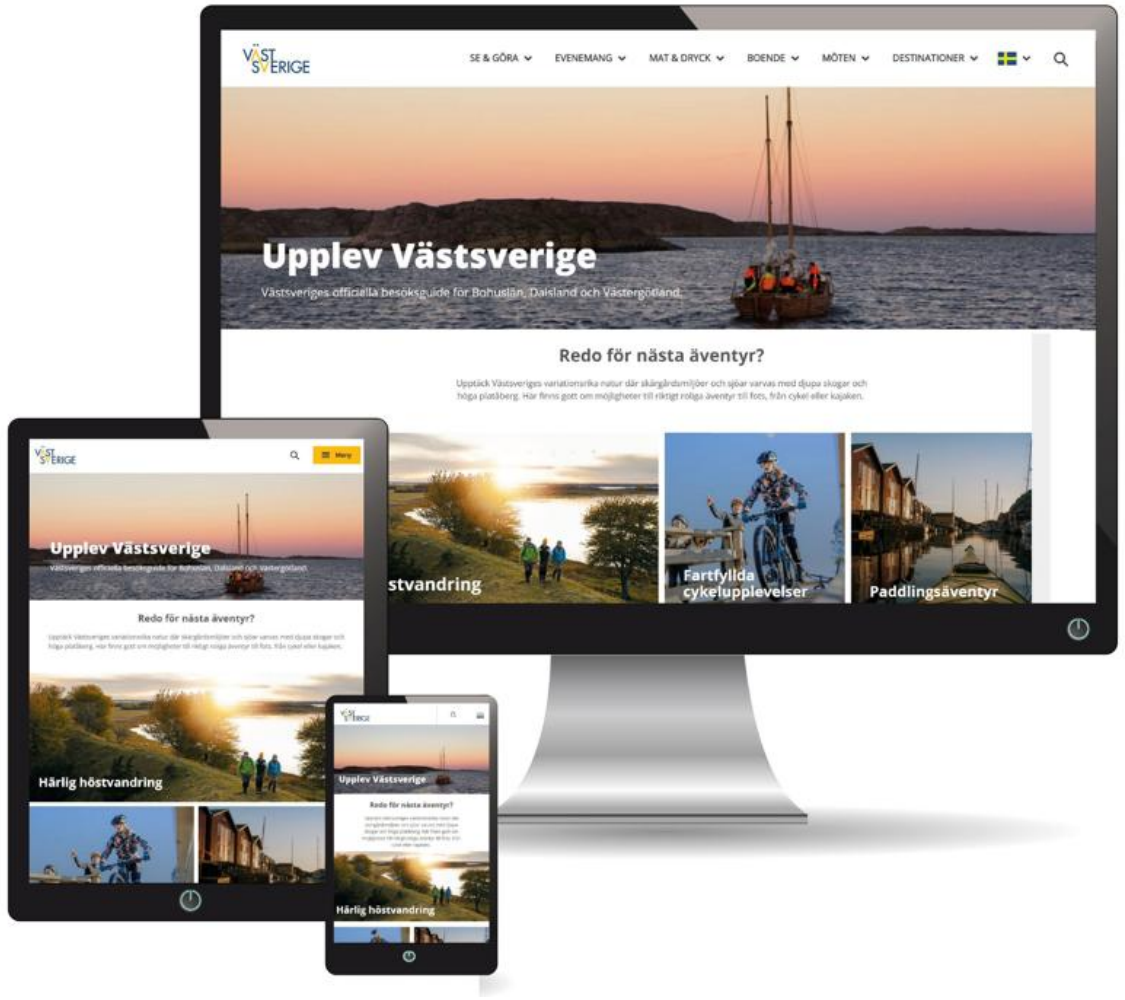

Bohuslän


Dalsland


Sjuhärad


Skaraborg


Vinter



vastsverige.com

- Gemensam sajt för alla kommuner i Västsverige
- Byggts upp under 20 år
- Stort träd av destinationsportaler och temasidor
- Ca 12 miljoner besökare per år
- Drygt 2 miljoner klick på externa länkar per år

Turistrådet VÄST SVERIGE



Res och upplev Västsverige & Göteborg

Välkommen till Västsverige och den officiella besöksguiden för **Bohuslän**, **Dalsland**, **Västergötland och Göteborg**. Vi arbetar för en hållbar besöksnäring som gynnar både dig som gäst och de som bor här året om. Genom att resa med omtanke hjälper du oss att bevara platsen vi alla älskar.





SVERIGE – NORDEN – VÄRLDEN

Förutsättningar

Sverige

- Lagstadgade krav
- Egen hemsida

Norden

- Snabbt svar
- Förse Turistrådet med material
- Onlinebokning
- Hållbarhetsklivet

Världen

- Google business profile
- Tripadvisor
- Facebook/Instagram
- Översatt hemsida
- Professionalitet i samband med visningsresor
- Medverka vid uppföljning och utvärdering
- Miljöledningssystem

Förmåner

Sverige

- Utbildningar

Norden

- Digital närvaroanalys
- Exponering på vastsverige.com

Världen

- Exponering i Turistrådets övriga kommunikationskanaler
- Medverkan i kampanjer
- Exponering vid visningsresor
- Kontaktperson

Turistrådet VÄST SVERIGE



Riktlinjer för gårdsbutik på vastsverige.com

- Fysisk butik att besöka, räcker inte med webbshop
- Fasta öppettider, tex söndagar mellan x-x, eller fler tider och dagar per vecka. (Räcker inte att ha öppet vid förfrågan). Självbetjäning godkänns.
- Öppet stor del om året, dock godkänns säsongsrelaterade butiker.
- Öppettider och kontaktinformation ska tydligt framgå på webb, instagram eller FB.
- Verksamheten ska drivas som företag/förening och ej som privatperson.
- Butiken ska primärt sälja mat, härproducerat, lokalt, regionalt, svenskt. (Butiker som bara tex bara säljer italienska delikatesser eller bara har inredning ingår ej här).

Turistrådet VÄST SVERIGE



Arbetat länge med måltidsturism

- Maten som reseanledning
- Press/media
- Stötta matevenemang
- Smaka på Västsverige

Turistrådet VÄST SVERIGE



SMAKA PÅ VÄSTSVERIGE

Smaka på Västsverige är ett regionalt nätverk som främjar relationer mellan restauranger, caféer och producenter.

Fungerar som en guide till lokala mat- och dryckesupplevelser i Västsverige. Drivs av Turistrådet Västsverige och Lokalproducerat i Väst.

www.smakapavastsverige.com



Guide till lokala mat- och dryckesupplevelser i Västsverige

Vi blir fler och fler som gärna reser för att upptäcka lokal mat och dryck. Som låter fräscha råvaror, lokala specialiteter, passionerade kockar och unika smaker visa vägen till platser och upplevelser runt om i världen. Om du är en av dessa resande matälskare - eller om du bara vill passa på att äta riktigt gott när du reser - ska du hålla utkik efter Smaka på Västsverige.

Här nedan hittar du alla restauranger och kaféer som ingår i nätverket Smaka på Västsverige.





Guide: Gårdsbutiker

Lokala råvaror, lantliga miljöer och kulinariska upplevelser. Vad kan vara bättre än att handla pinfärska råvaror eller härligt förädlade produkter i en gårdsbutik? Här hittar du gårdsbutiker i Västsverige.

Västsveriges gårdsbutiker



Matproducenter

I Västsverige finns gott om unika råvaror och många lokala matproducenter som håller högsta kvalitet i allt från miljö och djurhållning till färdig produkt. Hitta lokala produkter från regionen.

Västsveriges producenter







Turistrådet VÄST SVERIGE







Webben

Under Mat & Dryck på vastsverige.com samlas allt ifrån:

- Restauranger
- Fika
- Gårdsbutiker
- Hantverksbryggerier
- Skaldjursupplevelser
- Maten i Göteborg
- Evenemang osv...

Turistrådet VÄST SVERIGE



Göteborgs-Posten

Nyheter Göteborg Borås Din ekonomi Sport Kultur Ledare Debatt

Matkultur har ingen hjärna och ingent nervsystem, säger kocken Emelie Olsen. Maestro har däremot en enorm förmåga att filtrera och rena vatten. Bild: Peter Modt 1/6

Så gör du perfekta matresan längs Västkusten

Två Dagar • En kräfta, mussla eller ett ostron får olika karaktär beroende på vilken plats de kommer från. Petra Dokken gör en resa från Bohuslän till Halland och



Diese Reiseziele verbergen sich hinter Ikea-Produkten





Når drivhuseffekten er en god ting



Travel > Sustainable travel

SUSTAINABLE TRAVEL

Why West Sweden is Europe's straight-A student for sustainability

Innovative eco-hotels, sustainable saunas, low-impact kayak tours and public transport perfection – this Swedish region is going all out when it comes to greener travel, says **Sian Lewis**

Saturday 13 August 2022 12:49 • Comments



Sian exploring the Bohuslan archipelago
(Jacob Little)



SUÈDE

IL ÉTAIT UNE FOIS DANS L'OUEST

Du nord de Göteborg jusqu'à la frontière avec la Norvège, le littoral occidental de la Suède est bordé de près de 8 000 îles qui constituent l'archipel de Bohuslän. Ce territoire préservé a initié un développement touristique simple et durable. Un modèle vertueux.

Par Olivier Reneau (texte) et Éric Martin pour Le Figaro Magazine (photos)

L'île de Hamneskär où se dresse depuis 1868 le phare Pater Noster.

84 Le Figaro Magazine / 10 juin 2022

85 Le Figaro Magazine / 10 juin 2022



DE BESTEMMING

OP ZOEK NAAR LAGOM IN

WEST-ZWEDEN

Scandinaviërs storen altijd hoog in de ranglijst van gelukkigste mensen. Denen en Noren verwijzen als basis van dat geluk wel eens naar hygge, wat wij een beetje krom vertalen als gezelligheid. De Zweden hebben het over lagom: het streven naar evenwicht. Of ook wel: tevreden zijn met alles wat met mate komt. Over dat laatste willen we graag meer weten, en dus gingen we in de leer bij enkele levenskunstenaars in West-Zweden.

AFSTAND HOUDEN

EEN MONDJE ZWEEDS

ALLEMANSRECHT







Influencersamarbeten

Stockholmfood



Martina Söderhielm



Postcardbyrebecca



Turistrådet VÄST SVERIGE



Sociala medier

- Facebook (Ca.150 000 följare)
  - Västsverige
  - Bohuslän
  - West Sweden
  - Turistrådet
- Instagram (Ca. 100 000 följare)
  - Västsverige
  - Bohuslän
  - West Sweden
- YouTube
  - Västsverige
- LinkedIn (Ca. 6 000 följare)
  - Turistrådet
- TikTok

Turistrådet VÄST SVERIGE

Höstens webinarier & utbildningar



9 september: Från trend till möjlighet – insikter för framtidens besöksnäring

Turistrådet delar egna trendspaningar och Xperience Next bjuder på insikter om innovation och förändrade beteenden – med fokus på framtidens hållbara besöksnäring.



22 september: Lär dig annonsera på Facebook och Instagram

Lär dig grunderna i Meta Ads Manager och få praktiska tips om strategi, innehåll och effektiv annonsering. För dig i Västsveriges besöksnäring på Norden- eller Världennivå.



6 oktober: Verktyg som underlättar din jobbvardag

Gästernas omdömen ger värdefulla insikter, samtidigt som AI-chattar blir en allt viktigare väg till information. Lär dig vad som påverkar hur din verksamhet syns i AI.



21 oktober: Att attrahera, engagera och bygga relationer med nästa generation

Anmälningslänk läggs upp inom kort



18 november & 3 december: Lönsamhet för företagare i besöksnäringen (Göteborg)

Denna utbildning, fördelad på två halvdagar, görs i samarbete med Almi Väst, och är inriktad på lönsamhet för företagare i besöksnäringen – med fokus på siffror, beslut och tillväxt.



18 november & 3 december: Lönsamhet för företagare i besöksnäringen (Trollhättan)

Denna utbildning, fördelad på två halvdagar, görs i samarbete med Almi Väst, och är inriktad på lönsamhet för företagare i besöksnäringen – med fokus på siffror, beslut och tillväxt.



Värdskapsutbildning

Den digitala värdskapsutbildningen Service & Bemötande ger en introduktion till varför service och bemötande är viktigt för gästupplevelsen och affären.



Serveringsutbildning

Har du planer på att nyanställa serveringspersonal? Då kan du passa på att utbilda dem via Turistrådets kostnadsfria serveringsutbildning!

Trender och Visit Swedens arbete med måltidsturism



Turistrådet VÄST SVERIGE











Några övergripande trender

- Autentiska och medvetna resor – lokal kultur, människor och mat. Mer fokus på upplevelsen än på att bocka av destinationer.
- Soft Travel – resa långsammare, stanna längre och hinna mindre. Tåg, roadtrips och lugnare äventyr.
- Nonna-maxxing – ”lev som mormor”: laga mat från grunden, promenera, plocka svamp, umgås och minska skärmtiden.
- Detour destinations – upptäck mindre kända platser nära de stora destinationerna och kom bort från de största turistströmmarna.

Turistrådet VÄST SVERIGE

BILDEN AV SVERIGE - SVERIGE SOM RESMÅL

Så beskriver resenärerna Sverige som resmål

Resenärer beskriver Sverige som resmål främst med följande associationer:

- **Vackert, äkta och omtänksamt** – värden som länge präglat Sverigebilden och som resenärer främst kopplar till naturens karaktär; naturligt och okonstlat och en livsstil präglad av balans, närhet och omtanke om både människor och miljö.
- **Hållbarhet och hälsosam livsstil** – områden där Sverige uppfattas som ledande, ofta kopplade till naturens närvaro i vardagen, miljömedvetna val, goda möjligheter till rörelse utomhus samt en balans mellan arbete, fritid och välmående.
- **Mycket att se och göra, spännande mat och dryck samt att resmålet är värt pengarna** – teman som är viktiga för resenärers intresse för Sverige och som delvis har stärkts över tid. Uppfattningen om att det finns mycket att se och göra ligger stabilt, medan bilden av spännande mat och dryck samt att Sverige är värt pengarna har stärkts. Tillsammans speglar de en bredare bild av Sverige som resmål, där variationen av upplevelser, lokala smaker och känslan av kvalitet i relation till pris blir allt viktigare.

https://corporate.visitsweden.com/kunskap/budskap/vad-ska-vi-beratta/bilden-av-sverige/visit-sweden-brand-tracking
Källa: BrandTracking 2025. Visit Sweden/Ipsos

Copyright/Upphovsrättsskyddat material, får ej spridas vidare utan tillåtelse. Kontakta Bianca Brandon-Cox för mer information.

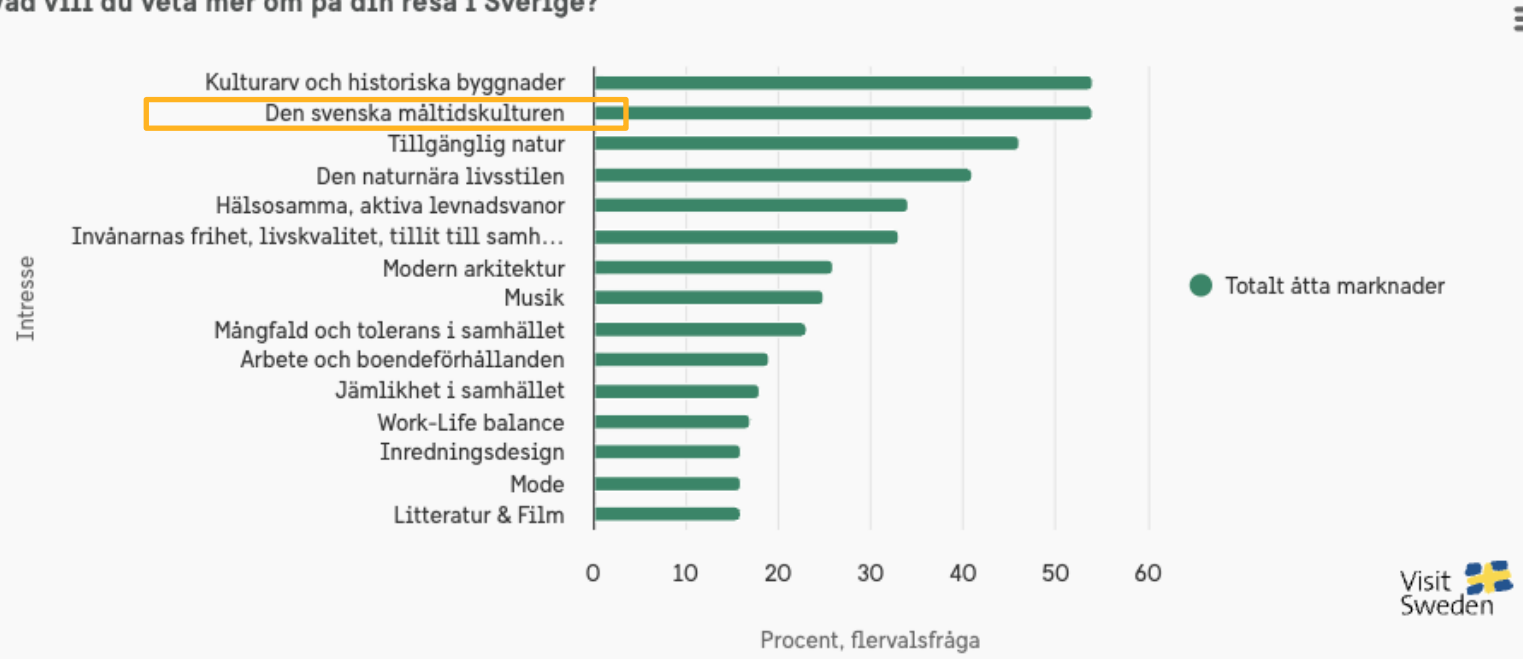

Visit Sweden

MÅLGRUPPSANALYS 2024 - 80 miljoner Globala Sverigeintresserade resenärer

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.



Frågan ställdes inte till svenska resenärer.

https://corporate.visitsweden.com/kunskap/malgrupp/malgruppsanalys-nio-marknader/vad-gillar-man-med-sverige
https://corporate.visitsweden.com/kunskap/maltidsturism/maltidsintresserade-globala-resenarer

Copyright/Upphovsrättsskyddat material, får ej spridas vidare utan tillåtelse. Kontakta Bianca Brandon-Cox för mer information.

LOKALT OCH TRADITIONELLT LOCKAR SAMT LÄRANDEUPPLEVELSER



https://corporate.visitsweden.com/kunskap/maltidsturism/maltidsintresserade-globala-resenarer

Copyright/Upphovsrättsskyddat material, får ej spridas vidare utan tillåtelse. Kontakta Blanca Brandon-Cox för mer information.

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

https://corporate.visitsweden.com/kunskap/maltid/vad-soker-maltidsresenarerna
https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/images.corporate.visitsweden.com/documents/Visit-Sweden-Steg-for-steg-guiden-2021_xyww8ft.pdf

Copyright/Upphovsrättsskyddat material, får ej spridas vidare utan tillåtelse. Kontakta Bianca Brandon-Cox för mer information.



Några tips …

- Var lätt att hitta – och lätt att välja
  Se till att öppettider, priser, bilder och annan digital information alltid är aktuell.
- Tänk svenska + engelska
  Gör det enkelt för internationella gäster att förstå vad ni erbjuder – och hur de bokar.
- Visa det genuina
  Lyft människorna, platsen och berättelsen bakom verksamheten. Det personliga är en styrka.
- Tänk som er målgrupp
  Gör hela resan enkel: Hur hittar jag hit? Hur bokar jag? Vad kan jag göra mer när jag är här?
- Samverka och förläng säsongen
  Tipsa om varandra och samordna öppettider, aktiviteter och erbjudanden. Tillsammans skapar ni fler anledningar att komma – och att stanna länge.

Turistrådet VÄST SVERIGE



TACK!

jill.axelsson@vastsverige.com
070-825 39 55