

Sammanställning Mathantverksdagar 2018 – 2019

Mathantverk och turism



Johanna Mårtensson



MATHANTVERKSDAGAR
VÅREN 2019

TEMA
**MAT-
HANT-
VERK
OCH
TURISM**

Hur kan besöksnäringen
och mathantverket
samarbeta för att
öka inkomsterna och
stärka den regionala
identiteten?

Läs mer och anmäl dig på eldrimner.com

ELDRIMNER
Samarbetsnätverk för
mathantverkare och besöksnäring

Diskussion och
kunskapsutbyte
mellan
mathantverkare
och besöksnäring

VÄSTERBOTTEN	30 januari	Bergmans Fisk och Vilt
NORRBOTTEN	31 januari	AlterHedens Gårdsbutik
DALARNA	20 februari	Sahlins Struts
VÄRMLAND	21 februari	Kulinarika
SKÅNE	13 mars	Hallongården
BLEKINGE	14 mars	Askunga Dovvilt
KALMAR	3 april	Ingebo Hagar
KRONOBERG	4 april	Sussies Café

Under hösten 2018 och större delen av 2019 har Eldrimner varit ute på turné med konceptet Mathantverksdagar. Temat för den här omgången var Mathantverk och turism. Det blev 21 besök i landets alla län där ungefär 650 mathantverkare och aktörer inom besöksnäringen medverkade. Det nätverkades, diskuterades olika aspekter av mathantverket och delades erfarenheter och kunskaper kring temat.

I den här sammanställningen har minnesanteckningarna från föreläsningarna och gruppdiskussionerna sammanfattats. Texten inleds med rubriken Möjligheter där fenomenet turism beskrivs och framförallt måltids/mathantverksturism, för att sedan

övergå till sammanfattningen av det som togs upp på Mathantverksdagarna med temat Mathantverk och Turism. Det som diskuterats mest har delats upp i olika ämnen och presenteras här genom rubrikerna Samarbete/samverkan, Produkter, Upplevelser, Marknadsföring och Kundkontakt, men ibland går ämnena ihop och förekommer under flera rubriker. Sammanställningen avslutas med en lista med andra tips/annat som är viktigt att tänka på, en lista med konkreta förslag på hur turister kan lockas till mathantverket samt en lista med organisationer som samordnar turismen/måltidsturismen i Sverige som Du kan ta kontakt med om just Du vill ha hjälp med att utveckla ett besöksmål kring din verksamhet.

När Du läser det här, är det viktigt att komma ihåg att det inte finns något "recept" för att lyckas med mathantverksturism, alla arbetar utifrån egna förutsättningar och värderingar som präglar respektive verksamhet. Kom också ihåg att en del tips kan appliceras på Mathantverksföretag rent generellt, tipsen behöver inte nödvändigtvis användas för att utveckla en besöksverksamhet.

Möjligheter

"Food tourism is the act of travelling for a taste of a place in order to get a sense of a place" - Erik Wolf, World Food Travel Association.

Måltidsturism är ett fenomen som har stor potential och inom den har mathantverket en betydande roll. Mathantverkare kan ge sina besökare minnesvärda upplevelser, visa hur unika produkter skapas samtidigt som kunskap om en speciell kultur förmedlas.¹

Den bästa upplevelsen är den som tillfredsställer alla våra sinnen – något som måltidsturism erbjuder. *”Att med egna ögon få se hur ostmassan bryts i det småskaliga, överblickbara mejeriet och sedan smaka på den färdiga osten. Att bjudas in i marmeladkokeriet där bären bereds i små grytor, till gårdscharken där skinkor och korvar lufttorkas eller till bageriet där surdegsbrödet bakas av lokalt mjöl. Det är upplevelser som fäster sig i medvetandet. Det finns också mathantverkare som erbjuder kurser i exempelvis surdegsbak eller korvstopning. I Halland erbjuds lammsafari, i Norrbotten kan en följa med på rabarbersafari och hos andra företag kan en göra matvandringar”.*²

I grund och botten handlar turism och resande om att spendera sin tid på en annan plats än i sin vanliga omgivning. Många reser för att upptäcka nya kulturer eller ta del av en upplevelse, och mat kan vara ett sätt att göra det på. Att smaka på mat med en lokal, regional eller nationell anknytning är något som sporrar många att resa.³ *”Måltidsturism definieras som besök hos primära och sekundära livsmedelsproducenter, matfestivaler, restauranger eller på utvalda platser där provsmakning och/eller besök i produktionen är den främsta anledningen till resan”.*⁴

Bara i Europa finns det 122 miljoner matintresserade resenärer och statistik visar att matintresserade turister spenderar mer pengar under sin resa än en genomsnittlig besökare. Undersökningar har visat på att upplevelsen kring mat och dryck är en viktig aspekt för många turister. Många – hela 70 procent – vill också köpa med sig produkter hem ifrån stället de

¹ Eldrimner. (u.å.). *Tema Mathantverk och Turism*. Tillgänglig på internet: https://www.eldrimner.com/mathantverksdagar/46012.mathantverksdagar-_turism.html [Hämtad 1/11 2019].

² Eldrimner. (u.å.). *Tema Mathantverk och Turism*. Tillgänglig på internet: https://www.eldrimner.com/mathantverksdagar/46012.mathantverksdagar-_turism.html [Hämtad 1/11 2019].

³ Lundmark, L., Marjavaara, R., & Müller, D. (2011). *Turismen i Sverige – branscher och aktörer*. Malmö: Liber.

⁴ Hall, M. & Mitchell, R. (2005). Gastronomic tourism. I M. Novelli (Red.), *Niche Tourism*. Burlington: Elsevier. – Egen översättning.

besöker. ”Alla måste äta när de är ute och reser, men mat och dryck kan vara ett resmål i sig, en stor del av anledningen till resan, eller kanske rentav själva höjdpunkten. Mathantverk har en verklig potential i att öka dragningskraften för destinationen, kommunen, länet, regionen genom sina unika företag och unika produkter. Detta kan locka både nationella och internationella gäster”.⁵

All turism kan på sätt och vis ses som matturism eftersom maten som äts under en resa är en del av helheten. Allt fler väljer sitt resmål med fokus på kulturen kring mat. Sverige (och Skandinavien över lag) är ett populärt resmål för internationella turister. Vår kultur, däribland matkulturen, anses vara exotisk och erbjuder unika upplevelser. Internationella turister söker ofta efter minnesvärda upplevelser och vill vara med om något som grannen eller kompiserna inte har gjort – något som mathantverkare kan erbjuda exempelvis genom besök i produktionen.⁶

Måltidsturism kommer även med fler positiva aspekter. Turism kan vara ett verktyg för utveckling, tillväxt och arbetstillfällen⁷ och i många landsbygds- och glesbygdsområden är besöksnäringen en drivkraft som är nödvändig för den lokala ekonomin.⁸ När ett land, en region, ort eller sevärdhet marknadsför sig som en destination utifrån matupplevelser öppnas nya dörrar för utveckla turismen, varpå det uppstår nya möjligheter kopplade till ekonomisk utveckling och nya arbetstillfällen.⁹ ”Måltidsturism tillför nya typer av arbetstillfällen i landsbygderna. Den kan bidra till hållbarhet i den lokala miljön och i det lokala kulturarvet och stärka den regionala identiteten. Måltidsturism påverkar också livsmedelssystemet genom

⁵ Eldrimner. (u.å. – n). *Tema Mathantverk och Turism*. Tillgänglig på internet: https://www.eldrimner.com/mathantverksdagar/46012.mathantverksdagar-_turism.html [Hämtad 1/11 2019].

⁶ Jämtland Härjedalen Turism. (2018). *Måltidsexport – All turism är matturism*. Tillgänglig på internet: <https://jht.se/maltidsexport-all-turism-ar-matturism/> [Hämtad 25/9 2019].

⁷ Kvarnström, L. & Syssner, J. (2013). Staten och det turistiska fältets förutsättningar. I J. Syssner & L. Kvarnström (Red.), *Det turistiska fältet och dess aktörer*. Lund: Studentlitteratur.

⁸ Näringsdepartementet. (2018). *Remissvar betänkande SOU 2017:95 Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*. Stockholm: Näringsdepartementet.

⁹ Eriksson, B. E. (2013). Aktörer i samverkan: ett matturistiskt fält växer fram. I J. Syssner & L. Kvarnström (Red.), *Det turistiska fältet och dess aktörer*. Lund: Studentlitteratur.

*att stimulera det lokala jordbruket och livsmedelsproduktionen och kan vara en länk till ökad livsmedelsexport”.*¹⁰

Med hjälp av Eldrimners karta kan en hitta till mathantverkare runt om i landet, den finns tillgänglig på www.mathantverk.se. Kartan finns också i tryckt format och går att beställa via www.eldrimner.com. Det finns också en app som heter Mathantverk som går att ladda ner gratis via både App Store och Google Play.¹¹

Samarbete/samverkan

Samarbete och samverkan var ett viktigt ämne som togs upp på i stort sätt alla träffar under Mathantverksdagarna med tema Mathantverk och Turism. Att nätverka genom att vara med i olika föreningar, skapa lokala facebooksidor för producenter och samverka med andra lokala mathantverkare kan vara ett framgångsrikt sätt för att stärka företagen, entreprenörsandan och landsbygdsutvecklingen. Tillsammans kan företagare diskutera hur nya och återkommande besökare ska kunna lockas till verksamheterna, ta fram en gemensam paketering, marknadsföring och strategier, arrangera gemensamma evenemang, ha samma öppettider med mera. Om det handlar om att nå ut till internationella besökare är en gemensam kommunikation fördelaktigt då den utländska besökaren lätt kan känna igen sig och hitta information.

Turisten bryr sig sällan om kommungränser, företagsnamn eller byråkratisk indelning – att göra saker tillsammans stärker besöksnäringen och skapar en enhetlig bild av ett område. Har du en idé, släng fram den i dina kanaler eller ditt nätverk och se om någon nappar!

Det kan vara bra att ha koll på trender och vad som händer runtomkring i närheten, i resten av landet och i hela världen och dra nytta av aktuella händelser. Att studera andras verksamheter och lära sig av varandra – oavsett om det är av en företagare på en ort i närheten eller av en företagare på andra sidan jorden – är ett utmärkt sätt att utveckla sin verksamhet. Viktigt att tänka på är då att det finns olika förutsättningar som påverkar och att en kanske måste anpassa sig efter rådande villkor, lagar och regler och så vidare.

Genom att gå på kurser och möten – så som Eldrimners Mathantverksdagar – kan du lära känna andra mathantverkare att samarbeta med och samtidigt få information om vad som finns och

¹⁰ Näringsdepartementet. (2018). *Remissvar betänkande SOU 2017:95 Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*. Stockholm: Näringsdepartementet.

¹¹ Eldrimner. (u.å.). *Hitta mathantverkare*. Tillgänglig på internet: https://www.eldrimner.com/om-eldrimner/31997.hitta_mathantverkare.html [Hämtad 1/11 2019].

händer i närområdet. När kontakten sedan är etablerad kan ni tillsammans planera nätverksträffar, anordna studieresor, besöka varandra, smaka andras produkter och så vidare. Att mötas och dela med sig av sina kunskaper och bygga på olika drivkrafter kan vara ett sätt att inspireras och utvecklas. Olika kunskaper kan komplettera varandra och tillsammans kan företagare hjälpas åt att stärka sina respektive verksamheter. Om det finns många mathantverkare i ett område kan ni kanske ”para ihop” de som producerar mat som passar ihop, exempelvis bagare och mejerister – och sälja varandras produkter eller tipsa besökare om var de hittar produkter som passar bra ihop med det de köpt hos dig – det stärker både företagen och produkterna. Ni kan tillsammans bestämma att ha gemensamma öppettider så att kunden enkelt vet när hen kan handla mathantverk och ni kan tipsa besökare om andra mathantverkare som de kan besöka. För mathantverkare är det viktigt att inte vara konkurrenter utan kollegor (eller som någon kallade det: ”*konkulleger*”!) och ju mer mathantverkare lyfter upp varandra, ju mer ökar intresset för mathantverket! Att rekommendera, lyfta och berömma varandra stärker alltså mathantverket som fenomen och är ett också enkelt sätt att sprida kunskapen om dess mervärde. Glöm inte bort att tipsa dina besökare om Eldrimners karta som finns på www.mathantverk.se, i tryckt format som kan beställas från www.eldrimner.com och som appen Mathantverk och som kan laddas ner gratis via både App Store och Google Play.

Samarbete och samverkan kan även ”ske över gränserna” – det vill säga även mellan mathantverkare och aktörer inom andra branscher – konstnärer, andra hantverkare, hembygdsföreningar och så vidare. Eller gå ihop flera företag och skapa ett besöksmål tillsammans?! Om du eller någon i närheten har stora lokaler, gå ihop och använd dem gemensamt eller hyr ut till andra hantverkare. Så har Johanna Lagercrantz och hennes man på Elfviks Gård gjort och utöver deras egen verksamhet med kor, får, hästar och jordbruksdrift finns det på gården även ett mejeri, en bistro, en florist, en metallslöjdare och en antikvarie. Större aktörer/organisationer som Eldrimner, Hushållningssällskapet, Länsstyrelsen och lokala turismsamordnare kan också vara nyttiga att ha kontakt med. Våga ta hjälp av andra och varandra!

Ett sätt att locka besökare till sin verksamhet är att tillsammans med andra mathantverkare arrangera olika slags evenemang, ett förslag som kom upp under flera av Mathantverksdagarna var matrunda/gourmetsafari där unika platser, produkter och företag kan visas upp. Inspiration till ett sådant evenemang kan hämtas bland annat från www.eatup.nu Att arrangera ett gemensamt öppet hus, gemensamma aktivitetsdagar eller ett besöksstråk föreslogs också. Olika teman kan användas och på så vis även locka återkommande besökare.

Alla kan inte göra allt. Samarbete/samverkan är nyckeln till många viktiga aspekter inom mathantverket och landsbygdsutveckling. Och kom ihåg! ”Det är roligare att göra saker tillsammans än att göra det själv!” – Anna-Lena Fransson, Äggaboden.

Produkter

En av de viktigaste pusselbitarna inom mathantverket är såklart produkterna! Att erbjuda smakprov i sin butik/på marknader resulterar i merförsäljning, kanske kunden upptäcker en ny smak och köper något som hen inte planerat!? När det kommer till hur produkten visas upp finns det oändliga alternativ för hur de säljs, paketeras och marknadsförs. Att ha återkommande produkter och hitta ett genomgående tema på paketering kan vara fördelaktigt så att kunden känner igen sig. Helheten är en viktig aspekt av upplevelsen kring en produkt eller verksamhet. Men var samtidigt inte rädd för att göra förändringar om så behövs, exempelvis byta namn på produkter eller på verksamheten om så behövs. Våga tro på dina idéer och våga satsa när du tror trenden kommer.

Ett ämne som lyftes under många av Mathantverksdagarna är fenomenet som kallas *storytelling*, något som används flitigt inom besöksnäringen. *Storytelling* är en slags marknadsföringsmetod där en berättelse används för att skapa en djupare förståelse för en produkt, tjänst eller ett företag/organisation. Det kan också användas för att lyfta fram de mål, visioner och värderingar som ett företag valt att arbeta utifrån.¹² När det kommer till mathantverk kan det handla om att förmedla historien bakom en produkt, exempelvis vilket djur den kommer ifrån eller hur den framställs. Eller kanske hur det kommer sig att ett framgångsrikt mathantverksföretag börjat med just mathantverk – eller något annat intressant som kan lyfta produkterna och företaget! Anna Kävlebrand på Ostmakeriet förvarar exempelvis sin ost i en gammal fästning – snacka om en spännande story bakom produkterna! *Storytelling* skapar kontext och kan förstärka besökarens upplevelse.¹³ Allt fler människor vill handla med hjärta och känsla, och där kommer produkter som tillverkats av en eldsjäl och av bra råvaror in i bilden – alltså kan *storytelling* ses som en viktig del för mathantverkare! Kvalitet på produkterna, ärlighet och personlighet kommer en mathantverkare långt med!

Intressanta fakta kring en produkt kan också kopplas till hållbarhet – efterfrågan på hållbara produkter ökar, de ska ha tillverkats på ett socialt-, ekonomiskt- och miljömässigt hållbart sätt,

¹² Mossberg, L. & Eide, D. (2017). Storytelling and meal experience concepts. *European Planning Studies*, Vol. 25 (No. 7), s. 1184-1199. <https://doi.org/10.1080/09654313.2016.1276156>

¹³ Ibid.

och genom *storytelling* kan det förmedlas till besökaren. Samtal med besökaren är en viktig del av besöksnäringen, men är också viktigt för att sprida kunskap om mathantverket och den kultur och de traditioner som ligger bakom. När besökare handlar, skicka med en eller flera broschyrer om verksamheten eller annat som är relevant för mathantverket – om ditt mathantverk är certifierat är exempelvis Eldrimners information om Certifierat mathantverk utmärkt att dela med sig av och kunden får en djupare förståelse för hantverket. Att vara generös med råd och tips kring produkterna skapar dessutom en relation till kunden och det finns en stor möjlighet att kunden blir nöjd och återkommer vid fler tillfällen.

Många producenter upplever att det är svårt att ta betalt för sina produkter. I en småskalig produktion blir ens produkter lätt dyra och på landsbygden är det generellt mer priskänsligt än inne i större städer – men våga ta betalt för dina produkter! Två tips som kom upp under Mathantverksdagarna var 1) att ta fram en produkt i begränsad upplaga, som då inte blir tillgänglig för alla och så pass unik att fler vill ha den och det blir lättare att ta mer betalt, samt 2) det kan vara fördelaktigt att ha en grundförsäljning till lokala restauranger för att under turistsäsongen sälja spetsprodukter till besökare.

Intresset för lokalproducerat ökar och så även viljan att betala för bra produkter tillverkade på bra råvaror. Samtidigt saknar konsumenter ofta kunskap om arbetet som ligger bakom det vi äter och dricker och även här kommer fenomenet *storytelling* in i bilden. Det kan vara fördelaktigt att förmedla en historia bakom produkterna, förklara mervärdet med mathantverk – att det bidrar till exempelvis landsbygdsutveckling, turism, bevarandet av ett kulturarv, en möjlighet att upptäcka unik natur med mera och inte bara för en enda företagare. Det blir generellt lättare för kunden/besökaren att betala när hen fått ta del av lite bakgrundshistoria och/eller mer information.

Se inte andra mathantverkare som konkurrenter, utan som kollegor som Du kan lära Dig saker av! Ta hjälp av andra för att bolla nya idéer, tillvägagångssätt och utvecklingsmöjligheter för ditt sortiment och andra aspekter av din verksamhet! Mathantverkare i samma område kanske kan samarbeta och hjälpas åt att sälja varandras produkter eftersom dess unikheter kan fördjupas och komplettera varandra – exempelvis en ost och ett surdegsbröd.

Upplevelser

Mathantverk har stor potential som lockbete för turister. Alla behöver äta och sova, även när en är ute på resande fot, och det finns stora möjligheter för den som tar vara på det behovet – men många turister vill gärna uppleva något i anslutning till måltiden. ”*Extraordinära upplevelser*

*kan vara intensiva, glädjande, ofta lätta att komma ihåg och något som besökare gillar att prata om och rekommendera till andra”.*¹⁴

Arbete inom besöksnäringen kräver att en är beredd på att prata och vara värd för sitt besöksmål. Att möta besökare som vill uppleva mer, älskar att umgås och njuta av platsens förutsättningar av smaker, natur och kultur kan vara en otroligt berikande upplevelse även för dig som tar emot besökarna.

För mathantverkare är det vanligt att en behöver göra lite av allt för att klara sig och det kan vara en riktig utmaning att satsa på turism. Under Mathantverksdagarna lyftes det ett par gånger att det är viktigt att hitta en balans mellan att producera och visa upp sig samt att en inte kan vara till för allt och alla. Samtidigt är det också viktigt att göra lite extra för de som besöker ens verksamhet. Värdskap och personligt bemötande uppskattas av många besökare och företagaren kan vinna mycket på det, för om besökarna känner sig väl bemötta finns det en stor chans att de rekommenderar dig och dina produkter till sina vänner och bekanta – och nya besökare lockas till din verksamhet – en marknadsföringsmetod som kallas för *Word of mouth*.

Avstånd kan också vara en utmaning, exempelvis om ens verksamhet inte ligger i nära anslutning till ett samhälle eller transportmöjligheter och det därför kan vara svårt locka besökare. Men det behöver inte vara en nackdel, det kan vara en del av upplevelsen att köra genom skogen i två timmar för att besöka något unikt! Om din verksamhet ligger långt ifrån andra service-anläggningar, som caféer eller affärer, är det värdefullt för besökaren om du erbjuder fika.

Som tidigare nämnts kan det vara fördelaktigt att hålla koll på vad som händer i närområdet runtomkring ens eget företag – och även ur ett upplevelseperspektiv. Ta inspiration från andra och om ett evenemang anordnas i närheten kan du exempelvis locka besökare även till dig genom ett specialerbjudande, kanske något som kan relatera till temat på evenemanget om du vill nå ut till samma målgrupp.

Många förslag på aktiviteter, upplevelser och erbjudanden som kan locka besökare gavs under Mathantverksdagarna. Några av dem var guidade turer, äggjakt i påsktider, klappa på djuren, gårdssafari, matlagningskurser, kalvsläpp, marknader med olika teman, få vara med i produktionen, stickcafé, vara med och fodra djuren med mera. I slutet av den här texten hittar du en lista med fler exempel på aktiviteter. Att erbjuda upplevelser där besökaren kan vara

¹⁴ Mossberg, L. & Eide, D. (2017). Storytelling and meal experience concepts. *European Planning Studies*, Vol. 25 (No. 7), s. 1184-1199. <https://doi.org/10.1080/09654313.2016.1276156> Egen översättning.

medskapande ger ett mervärde som kan vara svårt att hitta någon annanstans, exempelvis att få rundvisning av produktionslokalerna eller kunna titta in genom ett fönster och se hur produktionen går till. Arrangerar du ett evenemang där du tar betalt för inträde kan det vara bra att ta betalt i förväg eftersom det annars finns en risk att den kostnaden gör slut på besökarens budget och då inte har råd att handla av dina produkter. Alternativt vara väldigt tydlig med att det är en inträdesavgift, så att besökaren kan planera sina utlägg.

Upplevelser kan skapas med olika syften – inom mathantverksvärlden kan upplevelser skapas för att inspirera och höja kunskapen om hur maten blir till på ett naturligt sätt. Här kommer begreppet *storytelling* in i bilden igen. Som tidigare nämnts kan det genom *storytelling* exempelvis förmedlas en djupare förståelse för en produkt, tjänst eller ett företag/organisation. Det kan också vara ett sätt att förmedla och höja kunskapen om landsbygden, djuren, naturen och hur mat blir till på ett naturligt sätt. På Kastebergs Gård utanför Ljungby erbjuds det under somrarna gårdssafari där de tar med sig besökarna ut med traktor och vagn för att fodra djuren samtidigt som de pratar om aktuella ämnen – exempelvis var det under sommaren 2018 naturligt och viktigt att prata om den extrema torkan. Även om upplevelsen är viktig, kan det också vara viktigt att tänka bortom det och koppla till lokal natur, kultur, människor, livsstil, historia, plats och så vidare.

På ett par av Mathantverksdagarna lyftes det också upp att det inte behöver vara något komplicerat, många uppskattar det enkla som exempelvis ren luft, norrsken, tystnaden och så vidare. För besökare som bor i en större stad kan titta på och/eller klappa djur som inte finns i hemstaden vara en väldigt exotisk upplevelse. På Mathantverksdagen i Jämtland gav Martin Bergman från Bergmans Fisk och Vilt i Vilhelmina som exempel på något så enkelt som att han går in i röken och sedan ut i gårdsbutiken och luktar rök – och besökaren får en bild av hur verksamheten ser ut till vardags.

Planering är en viktig del för att en besöksverksamhet ska fungera och för att kunna erbjuda en unik upplevelse. Att tänka igenom besökarens vistelse hos dig kan vara fördelaktigt för att försäkra sig att allting fungerar praktiskt. Planering för hur verksamheten ska fungera under hela året är också en viktig aspekt att tänka på. Turismens högtid är under sommaren och under resten av året kan det vara svårt att locka besökare till sig. Då kan paketering vara något att jobba med. Exempelvis kan färdiga upplevelsepaket vara ett sätt att förlänga säsongen genom att bestämma att paketet bara kan nyttjas under lågsäsong.

Marknadsföring

Ämnet marknadsföring har smugit sig in under de tidigare rubrikerna genom begreppen *word of mouth* och *storytelling*, men återkommer här ännu en gång eftersom det var ett ämne som togs upp många gånger under Mathantverksdagarna. Framförallt var fenomenet *Word of mouth* ett populärt diskussionsämne och många lyfte fram det som den marknadsföring som betyder mest.

Word of mouth är en effektiv marknadsföringsstrategi, även om ingen företagare till fullo kan påverka utfallet av den. Kort sammanfattat handlar det om att någon, genom någon annan, blir rekommenderad/informerad om ett företag, en produkt, ett evenemang, en tjänst et cetera. I dagens digitala samhälle har *word of mouth* också tagit plats på internet och kan ske genom e-mail och chattar samt sociala medier när bilder delas.¹⁵ Den del som kan påverkas är hur besökaren blir bemött. Genom personligt bemötande och gott värdskap finns det en chans att nöjda besökare gärna pratar gott om sina upplevelser – en viktig del av marknadsföringen eftersom många konsumenter litar mer på personliga rekommendationer än på kommersiell reklam. Du kan själv bidra till fenomenet *word of mouth* genom att tipsa dina besökare om andra mathantverkare och marknadsför på så sätt även dem och mathantverket som helhet.

Idag utgör den digitala världen en viktig aspekt av besöksnäringen, oavsett om en är resenär eller om en är entreprenör och vill locka besökarna till sin verksamhet. Genom att använda digitala kanaler kan en nå många potentiella besökare utan att behöva lägga ner varken mycket tid eller pengar.¹⁶ Många besökare hittar ofta till nya besöksmål genom att läsa tidigare besökares omdömen på söktjänster – exempelvis TripAdvisor och Google. För den som är nyfiken går det att få ut gratis statistik från dessa tjänster. Sociala medier utgör också en viktig marknadsföringskanal och i dagens digitala samhälle är det viktigt att hänga med på det. Vanliga kanaler är Facebook och Instagram, och såklart är en hemsida också bra att använda sig av. Om en vill marknadsföra sig mot internationella besökare är det extra viktigt att tänka på att presentera sitt utbud på en hemsida och att informationen finns på engelska.

Det kan vara gynnsamt att ha en tydlig bild över hur du vill bedriva din verksamhet, det kan vara något så enkelt som att sätta ledord att arbeta utifrån och låta dem förmedlas i

¹⁵ Doyle, C. (2016). *A Dictionary of Marketing*. Oxford: Oxford University Press.

¹⁶ Tourism In Skåne. (u.å.). *Försäljning och marknadsföring online*. Tillgänglig på internet: <https://tourisminskane.com/sv/verktygslada-foretagare/forsaljning-och-marknadsforing-online> [Hämtad 4/11 2019].

marknadsföringen och mötet med besökaren/kunden. Exempelvis ”äkta, glatt, familjärt och vi-känsla” som Hallongården använder.

Övriga funderingar kring marknadsföring som togs upp under träffarna var 1) att det är viktigt att skylta tydligt så att besökarna hittar till din verksamhet, 2) om du får besök av media är det viktigt att ställa upp och prata med dem – reportage i lokaltidningar utgör ett enkelt sätt att marknadsföra sig på, 3) att sälja sina produkter via en återförsäljare är också ett sätt att marknadsföra sig på – konsumenterna blir nyfikna och kommer till dig för ett besök, 4) lämna broschyrer på turistbyrån, 5) sätt upp affischer på anslagstavlor och 6) säljer du via en RekoRing – passa på att stoppa ned lite information om din verksamhet i kundens påse! Sist men inte minst 7) gå genom olika medlemsorganisationer, nätverk, kollegor, lokala turismsamordnare och samarbetspartners för att marknadsföra sig – exempelvis Eldrimner, Fjärhundraland, Visit Dalarna, Destination Östersund, LRF osv. I slutet på den här texten finner Du en lista över organisationer som samordnar turismen/måltidsturismen i Sverige – ta gärna kontakt med dem om Du behöver hjälp med något!

Kundkontakt

Som tidigare nämnts utgör gott värdskap och personligt bemötande en väldigt viktig del i en besöksverksamhet. Om en har satsat på gårdsbutik eller på annat sätt tar emot besökare är det viktigt att dom och deras upplevelse ska stå i centrum. Om du har anställda i din verksamhet är det viktigt att ta hand om dom. Dom är verksamhetens ansikte utåt och utgör ambassadörer för ditt företag och dina produkter.

Har du möjlighet kan det vara fördelaktigt att fråga besökarna lite kring deras besök – exempelvis ”Hur kommer det sig att ni kommer till mig just idag?”, ”Varför vill ni köpa just min produkt?”, ”Hur har du fått information om min verksamhet” och så vidare. Men det gäller att orka lyssna på – och komma ihåg svaret. Genom svaren kan du få ut mycket information kring hur ett besök i din verksamhet kan se ut och du kan få reda på vad som fungerar bra/dåligt.

Är ditt företag med på söktjänster så som TripAdvisor är det bra att ha koll på de omdömen som besökare lägger ut och vara beredd på att svara på kritik. Tourism In Skåne rekommenderar att svara på dessa – tacka för feedbacken, anpassa ditt svar efter innehållet i omdömet, notera det positiva och välj ut några specifika kommentarer att svara direkt på – exempelvis be om ursäkt för en negativ upplevelse. Kom ihåg att vara artig och professionell i ditt bemötande – oavsett hur omdömet och rankingen ser ut – och att ett genomtänkt svar ger ett bra intryck av

ditt företag.¹⁷ Om du ska ge kompensation för en dålig upplevelse är upp till dig att bestämma. En del tycker att det är bra, men en del anser att kompensation leder till att alla klagar och vill ha ersättning – och verksamheten kanske går med förlust.

Kort sammanfattning

Som mathantverkare finns det många utmaningar att tackla. Det kan vara svårt att ta betalt för sina produkter; svårt att hitta en balans mellan produktion och besöksnäring; svårt att begränsa sina öppettider och hitta gränsen mellan privat vs. professionellt (vid verksamhet hemma på gården); svårt att veta vad som lockar besökare och om det är rätt tid; svårt att hitta en bra balans så att en inte bränner ut sig; svårt att leda (anställda); svårt att nå ut med små medel och så vidare. Men som tidigare delar av den här texten lyfter fram, finns det mängder av möjligheter och det finns mängder med hjälp att få om en vill och behöver – *”Mathantverkare är entreprenörer, en skapar något i mellanrum, hittar möjligheter, testar hållbarheten och vågar ta risker”* – Maria Printz, Printz Bageri.

Andra tips/Annat som är viktigt att tänka på

- På Tourism In Skånes hemsida finns en sammanställning med massor av tips kring verksamheter inom besöksnäringen. Googla ”Verktygslåda för dig som företagare inom besöksnäringen” så hittar Du dem!
- Tänk på att toaletter och parkering är grundläggande infrastruktur som behövs i en besöksverksamhet – anpassat för funktionsvariationer
- Tänk på att det inte alltid är soligt och fint väder – har Du lokaler om det blir regn och blåst?
- Infrastruktur är betydelsefullt – vi kanske tycker att grusvägar är pittoreskt, men alla besökare kanske inte gör det

Sammanställning konkreta förslag för att locka besökare till mathantverket

- Matsafari
- Kokkaffe över öppen eld med en fin utsikt
- Besök i produktionen – eller ha en glasruta mellan gårdsbutik och produktionen så det går att titta på tillverkningen
- Äventyr med bonden – rundvandring i fälten, det berättas om djuren och spannmålen

¹⁷ Tourism In Skåne. (u.å.). *4 tips för att jobba aktivt med TripAdvisor*. Tillgänglig på internet: <https://tourisminskane.com/sv/verktygslada-foretagare/4-tips-for-att-jobba-aktivt-med-tripadvisor> [Hämtad 4/11 2019].

- Träffa djuren
- Säsongsanpassade aktiviteter
 - Äggjakt i påsk
 - Kalvsläpp på våren
- Sagoberättare
- Guidade turer
- Matlagningskurser och aktiviteter
- Pubkvällar
- Afterwork
- Café
- Stickcafé
- Studiebesök
- Andel i ett djur – med besök på gården och följa djurets år. I slutet av året får konsumenten en köttlåda, garn eller skinn.

Organisationer som samordnar turismen/landsbygdsutvecklingen i Sverige

Det här är bara ett axplock av organisationer. Det finns oftast en turismsamordnare på ditt lokala kommunkontor, de står inte med i den här listan. Det finns också rikstäckande organisationer, bland annat Visit Sweden, LRF, Hela Sverige Ska Leva, Hushållningssällskapet och Länsstyrelsen med sina lokalkontor.

- **Blekinge län:** Visit Blekinge, Region Blekinge
- **Dalarnas län:** Visit Dalarna, Taste of Dalarna
- **Gotlands län:** Region Gotland
- **Gävleborgs län:** Hälsingland Turism, MatVärlden, Destination Järvsö
- **Hallands län:** Region Halland
- **Jämtlands län:** Jämtland Härjedalen Turism (JHT), Destination Östersund, Destination Åre
- **Jönköpings län:** Smålands Turism
- **Kalmar län:** Visit Småland
- **Kronobergs län:** Destination Småland, Visit Småland
- **Norrbottnens län:** Region Norrbotten, Swedish Lapland, CEWARO
- **Skåne län:** Tourism In Skåne, Smaka på Skåne, Visit Skåne

- **Stockholms län:** Visit Stockholm, Fjärdhundraland (Västerås, Sala, Strängnäs, Uppsala, Enköping, Stockholm), Smakrik och blomstrande besöksnäring (Länsstyrelsen)
- **Södermanlands län:** Smakrik och blomstrande besöksnäring (Länsstyrelsen)
- **Uppsala län:** Smakrik och blomstrande besöksnäring (Länsstyrelsen)
- **Värmlands län:** Visit Värmland
- **Västerbottens län:** Region Västerbotten
- **Västernorrlands län:** Leader Höga Kusten
- **Västmanlands län:** Smakrik och blomstrande besöksnäring (Länsstyrelsen)
- **Västra Götalands län:** Göteborg & Co, Next Skövde
- **Örebro län:** Örebrokompaniet (Visit Örebro), Smakrik och blomstrande besöksnäring (Länsstyrelsen)
- **Östergötlands län:** Region Östergötland, Visit Östergötland