

Utomhusmatlagning i Vildmarksriket

Av Dana El Soudi



(Visit Dalarna 2021)

Innehåll

Inledning	3
Nuläget.....	3
Önskat Läge	4
Hinder	5
Resurser	6
Aktiviteter	7
Recept	8
Källförteckning	9
Bilagor	10

Inledning

Vildmarksriket är ett initiativ finansierat av Leader-programmet, gemensamt drivet av Mora, Leksand och Vansbro kommuner tillsammans med SLU (Sveriges lantbruksuniversitet). Projektets mål är att utforska och främja möjligheten för utveckling av naturturism i det vackra området Vildmarksriket. Projektet har nyligen tagit sina första steg och befinner sig, nu i augusti 2023 i sin inledande fas.

Att laga mat utomhus behöver inte vara bökigt och krångligt utan med rätt förutsättningar kan det bli en fantastisk och enkel måltidsupplevelse i naturen utöver den vanliga korvgrillningen. Samtidigt är utomhusmatlagning en växande trend som har fångat de internationella turisternas intresse, där de får uppleva landets matkultur och natur. I och med att coronapandemins konsekvenser har påverkat bland annat turism och besöksnäringen världen över, innebär det att nya attraktiva produkter och upplevelser behöver skapas. I och med detta har utomhusmatlagning potential att vara en sådan pusselbit för att öka naturturismen.

Det finns flera exempel på att trenden kring utomhusmatlagning också ökar runt om i Sverige. Exempelvis startade Visit Sweden 2019 "Sweden- The Edible Country", en kampanj med fokus på utomhusmatlagning i den vackra och lättillgängliga svenska naturen (Visit Sweden 2023). Yttligare ett exempel är stjärnkocken Pontus Karén flyttade till Funäsdalen med sin familj och jobbar idag med utomhusmatlagning i form av event, workshops och sociala medier, är ett annat exempel (Pontus Karén 2017).

Målet med denna rapport är att fördjupa förståelsen kring de aktuella utomhusmatlagningens erbjudandena i Dalarna samt att bedöma omfattningen och möjliga utvecklingsområden för denna tjänst. Vidare avser rapporten att dra lärdomar från utomhusmatlagningens utövande på andra platser, med det övergripande syftet att främja naturturismen inom Vildmarksriket. Frågeställningarna som ska besvaras är således:

- Vad existerar inom matturism och matlagningsturism i Dalarna idag?
- Finns det något och i så fall vilken variant och i vilken omfattning?
- Vilka aktörer är de som anordnar aktivitet inom detta?
- Vilka förutsättningar finns det för att utveckla matturism inom Vildmarksriket?

Nuläget

Visit Dalarna samlar alla aktörer från hela Dalarna och dom får promota sig genom Visit Dalarna. Där Visit Dalarna stöttar och pushar företagen, både småföretag och lite större företag, där de får chansen till att promota sina produkter i Dalarna. Det görs genom att Visit Dalarna erbjuder kurser och utbildningar så att kunskapen ökar samt affärsrådgivning på olika nivåer, allt från basnivå och uppåt. Detta görs för att lyfta hela besöksnäringen i Dalarna, så att Dalarna blir en attraktiv destination i Sverige och norra Europa. I dagsläget finns det ett par aktörer som arbetar med utomhusmatlagning på olika sätt, där aktiviteten anpassas till målgruppen (Visit

Dalarna 2021). Ett par exempel på hur utomhusmatlagning genomförs inom Dalarna idag är följande:

Varumärket ”Taste of Dalarna” har skapats för att lyfta fram de aktörer som valt att ta tillvara på regionens resurser för att erbjuda kvalitetssäkrad mat- och dryckesupplevelser. Utmärkande för dessa aktörer är att de prioriterar och synliggör lokala råvaror, produkter samt hantverket bakom. Utmärks av kärnvärdena äkta, ärliga, genuina och med tydligt ursprung samt lyfter fram historien bakom råvaran, produkten och hantverket (Taste of Dalarna 2023).

På Fallängetorp, som ligger norr om Sala i natursköna Svartådalen med storskogen runt knuten, står djuren och naturen i centrum. Gården bedriver ekologiskt KRAV jordbruk med uppfödning av lamm och nöt i samklang med naturen. Fallängetorp erbjuder aktivitet i det vilda, där de anser att gemenskap, glädje, och god mat står i fokus. Aktiviteten börjar med en kort historisk bakgrund, därefter går de vidare med traktor och vagn till gårdsruin i Kina där de samlas runt elden och lagar mat tillsammans. Till sist i brasans sken avnjuts maten, kokkaffe och kvällens stillhet, och med lite tur även närvaron av vilda djur (Visit Dalarna 2023).

Passionerade utomhuskocken Elle Nikishkova driver ”Elles Utemat”, när det kommer till mat och matproduktionen är det hållbarhetstanken som genomsyrar hela verksamheten skriver Elle på sin hemsida. Förutom drivkraften att lära ut kunskapen om ätlighet i naturen samarbetar Elles Utemat med lokala gårdar och småproducenter av hantverksmässig mat över hela Sverige. Elles Utemat erbjuder både kurser och events inom utomhusmatlagning, såsom ”Svampkurs Special med ostprovning under Skördefest i södra Dalarna”, ”Utomhuskurs under Historiska Hantverkslägret på Storholmen” och ”Toppfågeljakt i Norra Dalarna” (Elle Nikishkova 2023).

Dalum Sweden AB är ett företag som tillverkar lättare stenhällar, än traditionella, för att underlätta för kunderna att ta med ut i naturen. Dessutom vill de uppmäna samt inspirera allt fler till att faktiskt ta sig ut. Därav deltar de på olika events samt arrangerar workshops där de bland annat bidrar till ökad kunskap kring utomhusmatlagning. Dessutom är de villiga att samarbeta med andra aktörer för att bredda Dalarna-upplevelsen för gästerna och få exempelvis internationella gäster att stanna hela sin Sverigeresa inom Dalarna (Dalum Sweden AB 2023).

Önskat Läge

För att öka naturturismen genom mat-och matlagningsturismen krävs det att man har tydliga koncept med färdiga paket som är genomtänkta och enkla. Helst vill kunden ha transport, boende och aktiviteter i samma paket. För att uppnå detta krävs det att flera aktörer samarbetar för att erbjuda kunden alla delar i samma paket. Detta för att underlätta för kunden, att själv slippa hitta transport, boende och även aktivitet för vistelsen. Dessutom ska dessa paket även vara anpassningsbara för gruppen, då vissa vill ha med sig en guide på turen medan andra inte vill det påängterande Inger Rommedahl (turistbyrå).

Transport är en viktig faktor av den anledningen att det är dåligt med kollektivtrafik i delar av Dalarna och därmed svårt att ta sig runt i området utan bil. Dessutom är det inte mer än ca 4 timmar från Stockholms län till Dalarna län med bil. Däremot ifall de tre kommunerna Mora, Vansbro och Leksand tillsammans med exempelvis

Visit Dalarna skulle marknadsföra olika sätt att ta sig till Dalarna län med tåg och sedan eventuellt arrangera bussar eller hitta någon aktör som hyr ut cyklar som ingår i de olika paketen. Det som är viktigt att tänka på där är att kunden ska veta vad som ingår, är det buss eller cykel eller kan man välja ansåg Inger Rommedahl (Turistbyrå).

Boende är en annan viktig faktor som ska vara anpassningsbar, där vissa vill bo bekvämt som på hotell medan andra vill vara mer i naturen och skulle kunna tänka sig sova i tält eller vindskydd medan andra vill bo enkelt som till exempel på vandrarhem. Därav gäller det att hitta aktörer som erbjuder olika varianter av boende och samarbeta med så att olika paket kan sys ihop nämnde Katja Hekkala (Visit Dalarna).

Utomhusmatlagning är en aktivitet som växer och är en trend där intresset för att vara ett med naturen ökar, speciellt under pandemin där många privatpersoner investerade i ute matlagningsredskap. Det är en attraktiv produkt som måste marknadsföras på rätt sätt så att det lockar till sig fler kunder. Som tidigare nämnt vill kunden ha det genomtänkt och enkelt, därav anses att det vinnande konceptet vara "Back to basic". Alltså en vedeld och något enkelt traditionsenligt att laga. Dessutom vill inte kunden bära på någon tung packning utan de vill bara njuta av naturen och utsikten samt få den härliga matupplevelser som inte är den klassiska korvgrillningen har Tobias Eklund (Dalum Sweden AB) lagt märket till.

Något som förhöjer vistelsen och är en bra säljanledning är att lyfta fram lokala och närproducerade råvaror. Genom att involvera de aktörer som är anknutna till Taste of Dalarna skulle man definitivt kunna erbjuda så lokalt och närproducerat som man bara kan i och med att de aktörerna jobbar aktivt med att ta tillvara på det Dalarna har att erbjuda. Samt att de vill lyfta fram historien bakom råvaran, produkten och hantverket anser Peter Lundkvist (Smak av Dalarna).

Ytterligare en viktig aspekt är att man vill göra denna upplevelse tillgänglig för alla och därmed bredda målgruppen. Genom att anpassa paketen så att de även är tillgängliga för personer med funktionsvariation, skulle ytterligare en målgrupp kunna ta del av denna fantastiska upplevelse. Detta behöver inte avanceras utan det räcker med att man har en transport där rullstolar och permobiler får plats. Sedan är det bara att åka till utomhusmatlagningsplatsen. Där får de hjälpa till att förbereda maten i den mån de vill och kan och sedan avnjuta en måltid med familj och vänner poängterade Stina Barrsäter (Fallängetorp för få och folk).

Hinder

Det finns en del hinder som är kopplade med utomhusmatlagning, speciellt eftersom aktiviteten anses vara en sommarsäongsaktivitet. Dessa hinder är eldningsförbud och regn. Andra hinder som är kopplade till utomhusmatlagning är språk, logistik, renlighet och marknadsföring.

Väder är en faktor som inte går att styra över, vid torka och ett varmare klimat införs det oftast eldningsförbud. Detta kommer i sin tur att påverka möjligheten till utomhusmatlagning med eld i stor utsträckning. Även regn är ett hinder för eldning. Detta är ett hinder som man tyvärr inte kan anpassa eller förutse och därmed

skrämmar en del aktörer till att vilja erbjuda utomhusmatlagning, då de inte vill stå med en grupp och inte kunna genomföra aktiviteten på grund av vädret sade Tobias Eklund (Dalum Sweden AB).

Många av de turister som besöker Dalarna kommer från olika länder och talar engelska. Eftersom dessa turister behöver information och instruktioner på engelska, så känner sig vissa aktörer osäkra när det gäller att arrangera utomhusmatlagning. Detta beror på att deras engelska språkkunskaper har sina begränsningar när det gäller ord och uttryck som är specifika för utomhusmatlagning. Katja Hekkala (Visit Dalarna) tog upp detta som en anledning till varför vissa aktörer är tveksamma till att organisera evenemang för matlagning utomhus.

Logistik är ytterligare ett hinder som begränsar aktörerna till att involvera sig med utomhusmatlagning. Detta beror mycket på att kunskapen kring produkten är bristfällig och kan vara lite skrämmande. Många aktörer är rädda för att göra fel när de provar sig fram, även aktörerna vill ha det enkelt och genomtänkt för att man ska våga erbjuda denna produkt ansåg Peter Lundkvist (smak av Dalarna).

I och med att kunderna vill ha det enkelt krävs det mycket av aktörerna att arrangera detta på ett så genomtänkt och smidigt vis. Där renligheten gällande råvarorna och matlagningen är superviktig så att specialkosten inte blir kontaminerad. En aspekt som kan vara svår att hålla kontinuerligt eftersom det inte finns tillgång till rinnande vatten på samma sätt som i ett inomhus kök anser Stina Barrsäter (Fallängetorp för få och folk).

Marknadsföring är viktigt för att locka kunder och det kan vara ett hinder ifall det inte görs på rätt sätt. Även här vill kunden ha det enkelt, genomtänkt och lättillgängligt, alltså det ska tydligt framgå vad som ingår och hur man tar sig från A till D och B till C osv sade Inger Rommedahl (turistbyrå).

Resurser

Det fina med detta är att alla de hinder som har nämnts av aktörerna har lösningar bara viljan finns. Exempelvis kan väderhindret lösas med att när det är eldningsförbud används det ett stormkök istället för en öppen eld. Dock är det viktigt att detta framgår tydligt för kunden, att när det är eldningsförbud kommer stormkök att användas istället sade Tobias Eklund. Detta för att minimera risken för att stå där med en besviken grupp. Genom att bygga ett vindskydd över utomhusmatlagningsplatsen, kan man genomföra aktiviteten även när det regnar nämnde Stina Barrsäter (Fallängetorp för få och folk). Det gäller bara att vara tydlig med kunden att aktiviteten sker utomhus och det är kläder efter väder som gäller.

För att lösa hindren med språk och logistik kan exempelvis Visit Dalarna involveras genom att specifikt erbjuda aktörerna språk och kunskaps specifika kurser. Detta för att stärka aktörerna men det språkkunskapen som krävs för att känna sig trygg med att hålla i denna aktivitet. Samt öka kunskapen och bemötandet av turisterna i denna form av aktivitet Katja Hekkala (Visit Dalarna). Under de senaste åren har många kockar ägnat sig åt att utforska och skapa matlagning utomhus, vilket har resulterat i flera böcker som behandlar detta ämne. Dessa böcker kan vara en värdefull resurs för aktörerna att dra nytta av. Genom att använda sig av dessa böcker kan aktörerna öka sin kunskap om utomhusmatlagning och även få hjälp med att hantera logistiken

kring att arrangera och erbjuda denna typ av aktivitet. Sammantaget kan dessa böcker fungera som en stödjande guide för att både förbättra förståelsen för ämnet och göra det enklare att genomföra och erbjuda utomhusmatlagning.

Dessutom skulle Visit Dalarnas kunna erbjuda kurser kring renlighet och kontaminering, för att öka aktörernas kunskap kring detta hinder också. Av den anledning att det finns många personer med specialkost och allergier är det extra viktigt att kunna förse kunden med kvalitetssäkrad mat. Dessutom kan man förbereda en hel del innan man tar sig ut till utomhusmatlagningsplatsen, detta för att dels underlätta för aktörer men också för att kunna säkerställa en kvalitetssäker mat och upplevelse för kunderna anser Stina Barrsäter (Fallängetorp för få och folk).

Genom att utnyttja de event som redan sker i Dalarna till att marknadsföra detta koncept skulle man dels eventuellt få fler besökare att stanna kvar ytterligare en natt men också öka intresset för ytterligare en anledning för dagens besökare att faktiskt komma tillbaka till Dalarna. Dessutom vill man samarbeta med en turistbyrå som kan jobba med en tillgänglig webbplats där alla dessa paket finns beskrivna. Detta för att öka tillgängligheten och spridningen av konceptet anser Inger Rommedahl (turistbyrå).

Något som har poängterats flera gånger är vikten av lokala och närproducerade råvaror, något som Dalarnas aktörer har mycket kunskap och engagemang kring. Dessutom finns det mycket som Vildmarksrikets skogar kan erbjuda, såsom bär och svamp. Bären kan användas i exempelvis muffins och svampen kan användas antingen till att göra svampstuvning att ha på tunnbrödet för förrätt eller som tillbehör till kolbullarna nämnde Stina Barrsäter (Fallängetorp för få och folk) och Peter Lundkvist (smak av Dalarna).

Aktiviteter

En del aktörer ser utomhusmatlagningen som en aktivitet i sig medan andra vill kunna kombinera det med en annan aktivitet. Samtidigt vill kunderna kunna ha valmöjligheter. Genom att erbjuda utomhusmatlagningen som en aktivitet i sig, kommer man att locka de turister som kanske inte är vana med naturen men samtidigt vill närma sig och upptäcka vad den har att erbjuda. Däremot att erbjuda utomhusmatlagning tillsammans med en annan aktivitet blir det lättare att fylla ut en hel dag med gruppen. Följande aktiviteter har föreslagits av intervjupersonerna som möjliga alternativ - vandring, cykling, jakt, fiske, paddling och/eller stand-up paddling (SUP).

Inom området Vildmarksriket finns det ett brett utbud av olika vandringsleder och cykelleder som leder till olika platser med grillmöjligheter. Genom att förbättra dessa grillplatser med arbetsytor, vindskydd och sittplatser kan grupper vandra eller cykla till dessa platser. Där kan de tillsammans förbereda och laga maten för att sedan njuta av den i trevligt sällskap. En betoning ligger på att använda lokala och närproducerade råvaror för matlagningen, vilket skapar en stark lokal koppling för kunderna. Vandringen kan genomföras året runt, så länge det finns intresse från kunderna. Å andra sidan kan cykling vara mer begränsad till vår, sommar och höst (Visit Dalarna år 2021).

Jakt är en vanlig aktivitet i Dalarna, även om det inte alltid garanterar en fångst. För att erbjuda denna aktivitet krävs att deltagarna både har jaktlicens och intresse av att tillaga det de eventuellt fångar. Förberedelse av tillbehör som potatis, sallad och sås är aktörernas ansvar. Det är viktigt att notera att denna aktivitet är beroende av jaktsäsongen och av framgång i själva jakten. Vidare är det markägaren som innehar jakträttigheterna på marken och som har befogenheten att organisera jaktlag. Aktivitetens genomförande som turistaktivitet är därför i hög grad beroende av markägarens vilja och val.

Fiske är en annan aktivitet som gärna kombineras med utomhusmatlagning och samma gäller här som vid jakt att aktören får förbereda tillbehören. När gruppen har fått napp är det bara att grilla fisken och njuta av upplevelsen. Fiske är en aktivitet som kan göras året runt och som är en lugn upplevelse. Däremot kan det ibland vara svårt att få napp och då kan det vara bra med en plan B, så att utomhusmatlagningen fortfarande kan ske.

Paddling och sup är ytterligare aktiviteter som kan vara roligt att kombinera med utomhusmatlagning under sommarsäsongen. Där tanken är att gruppen får paddla eller supa från A till B, där B är grillplatsen, där de tillsammans njuter av utomhusmatlagningen. Där fokuset på matlagningens råvaror kommer från lokala och närproducerade aktörer, så att det blir så lokalt anknutet som möjligt för kunderna. Vandringen kan man absolut göra året runt så länge det finns intresse från kundernas sida. Medan cykling kanske blir begränsad till vår, sommar och höstsäsongen.

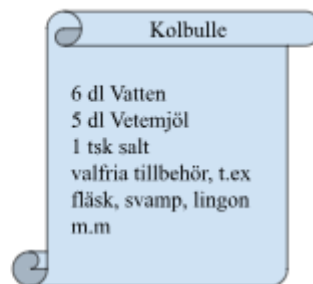
Recept

Här kommer två recept som är klassiska för Dalarna län samt väldigt enkelt att genomföra i utomhusmatlagningssammanhang. Dessutom är ytterligare ett tips att göra muffins i urgröpta apelsinskal samt lägga i bär i muffinsen och grädda i elden. Ett stort tack till Karin Eriksson (Mora kommun, näringsliv) och Tomas Isaksson (Vansbro kommun, miljökontoret) för recepten.



Potatisen är kokt med skal och därefter skalad och malt kall i köttkvarnen. Funkar att koka och skala dag 1 och mala dag 2.

Arbeta ihop alla ingredienser till en lagom konsistens, där volymmässigt lite mer potatis än mjöl. Sedan är det bara att forma och steka.



Vispa ihop vatten, mjöl och salt. Stek lagom stor mängd av tillbehöret, sedan håll över en lagom mängd av smeten ovanpå. Stek kolbullen ca 2-3 min på båda sidorna.

I slutändan handlar det om att skapa en helhetsupplevelse som inte bara tillfredsställer besökarnas kulinariska önskemål, utan också engagerar dem på djupare nivåer genom att erbjuda en möjlighet att uppleva naturen, kulturen och historien på ett meningsfullt sätt. Genom att kombinera dessa element och använda en smart och strategisk marknadsföring kan utomhusmatlagning bli en lockande och minnesvärd turistupplevelse som lockar fler besökare till Vildmarksriket.

Källförteckning

Dalasmaker. (2023). <https://www.dalasmaker.se/> [2023-06-08]

Dalum Sweden AB. (2023). <https://dalumsweden.se/sv/> [2023-06-08]

Elle Nikishkova. (2023). *Elles utemat*. <https://ellesutemat.se/> [2023-06-08]

Pontus Karén. (2023). *Utematlagning och matkreatör*. <https://pontuskaren.se/> [2023-06-08]

Pontus Karén. (2017). *Utomhusmatlagning*. Bagaren och kocken AB. <https://bagarenochkocken.se/utomhusmatlagning/> [2023-06-08]

Taste of Dalarna. (2023). *Besöksnäring, för företag*. <https://www.besoksnaringdalarna.se/tasteofdalarna> [2023-06-08]

Visit Dalarna. (2023). *Fallängetorp för få och folk*. <https://www.visitdalarna.se/boende/anlaggning/fallangetorp-fa-och-folk> [2023-06-08]

Visit Dalarna. (2021). *Vårens bästa utomhusupplevelser*. <https://www.visitdalarna.se/artikel/varens-basta-utomhusupplevelser-i-dalarna> [2023-06-08]

Visit Sweden. (2021). *Med naturen som kök och skafferi*. <https://corporate.visitsweden.com/kunskap/maltid/med-naturen-som-kok-och-skafferi/> [2023-06-08]

Visit Sweden. (2023). *The Edible Country*. <https://visitsweden.com/edible-country/> [2023-06-08]

Intervjuer

Anna-Greta Fagerberg (Flint tjärns Cafe) 2023-06-20 kl. 10:20 (mailtråd finns)

Inger Rommedahl (turistbyrå) 2023-06-09 kl. 09:15 (spelades ej in)

Katja Hekkala (Visit Dalarna) 2023-06-20 kl. 14:07 (inspelning finns)

Peter Lundkvist (Smak av Dalarna) 2023-06-20 kl. 10:46 (mailtråd finns)

Stina Barrsäter (Fallängetorp för få och folk) 2023-06-20 kl. 15:06 (inspelning finns)

Tobias Eklund (Dalum Sweden AB) 2023-07-04 kl. 11:04 (inspelning finns)

Bilagor

Intervju Utomhusmatlagning

Telefon

Inger Rommedahl 2023-06-09 kl. 09:15 (spelades ej in)

Vandring är en populär aktivitet, där man vill kunna ta paus på vägen, dock vill man inte behöva bära någon tung packning utan det ska vara enkelt och genomtänkt. Vinnande koncept är färdiga paket, både med och utan guide samt ska mat ingå. Dessutom ska det vara tydligt vad som ingår i dessa "paket" → Ska man hjälpa till att bära något? Ska man själv tillaga maten på plats eller fixar guiden det? Man vill ha det bekvämt, helst även en samlingsplats eller en upphämningsplats då det även är dåligt med kollektivtrafiken. En efterfrågan är att man vill kunna köpa lättare mat på vägen under vandringen, exempelvis något kallt att dricka eller en smörgås.

Stina Barrsäter (Fallängetorp för få och folk) 2023-06-20 kl. 15:06 (inspelning finns)

Gården bedriver ekologiskt KRAV jordbruk med uppfödning av lamm och nöt i samklang med naturen, där allt utspelar sig och har med turismen att göra. Detta innebär att de har råvaran till utomhusmatlagningen samt tillgång till boendet för grupperna som kommer. Vid grillplatsen som ligger vid en gårdsruin som kallas för Kina, där de även har byggt ett vindskydd, sker utomhusmatlagningen. Vi erbjuder olika färdiga paket både där maten redan är förberedd och där gruppen får vara med och förbereda råvaran. I båda dessa paket samlas gruppen vid mellangården och får åka traktor och vagn till Kina. Paketerna är väldigt anpassningsbara beroende ifall gruppen "bara vill äta" eller kanske ha mer av teambuilding. Exempelvis kommer det en del konferensgrupper där man vill inkludera lite teambuilding i gruppen och då är det bra att få möjligheten till att tillsammans i gruppen få förbereda råvaran samt tillaga maten.

Något som är en väldigt stor grej är att man får ta del av lokala råvaror samt råvaror från skogen och naturen. Av den anledningen att vår utomhusmatlagning bedrivs vid en gård, där vi odlar potatis, lök och har uppfödning av lamm och nöt, används ofta detta i matlagningen. Där betonar vi för gästerna att det är lokala och närproducerade råvaror. Och det i sig förhöjer upplevelsen. När det är svampsäsong tar vi med oss några personer från gruppen ut i skogen för att plocka lite och använda i matlagningen. Utifrån vildmarksperspektivet tänker jag att man har alla förutsättningarna till att verkligen ta in lokala och närproducerade råvaror, så att det blir så lokalt anknutit som man bara kan. Det tror jag absolut är

en bra säljledning och nått som förhöjer vistelsen. Sedan är det som alltid när det kommer till turistiska verksamheter och det är hur man gör denna merförsäljning, vilka typer av paket man erbjuder och hur man marknadsför det. Det är inte alltid man har möjligheten att erbjuda allt i paketen så som både aktiviteter och boende och sker utomhusmatlagningen på kvällen, så kanske gästerna behöver ett boende. Så det är bra att ifall man själv inte har ett boende att erbjuda kanske man kan koppla ihop sig med dem som har.

Något man alltid strävar efter inom turistnäringen är att få besökarna att stanna kvar längre och detta kan man uppnå ifall man gör det enkelt och bekvämt för kunden genom att paketera ihop upplevelsen med andra och marknadsföra det för gästerna.

Sedan vi gjorde vindskyddet har vi faktiskt haft utomhusmatlagning trots att det har regnat. Dock har det enda spontana hindret varit när man faktiskt inte får elda, så när det är eldningsförbud. Annars skulle jag säga att vi kan genomföra de flesta gångerna. Något som vi jobbar mycket med som eventuellt skulle kunna vara ett hinder är allergier och specialkost, där vi försöker göra liknande måltid för de personer som har specialkost. Detta brukar oftast vara väldigt uppskattat.

Intresset för utomhusmatlagning har varierat under perioder, ibland är det högtryck medan andra perioder har det inte varit det. Dock handlar det om en marknadsföringsgrej än att produkten i sig inte är attraktiv.

Det jag kan tillägga är att vi jobbar ju jättemycket med tillgänglighet och vi har även vår utomhusmatlagingsplats där vi åker traktor och vagn till. På vagnen kan man få med exempelvis rullstolar och permobiler på, därav har vi möjligheten att få med personer som sitter i rullstol eller permobil på utomhusmatlagning. Detta är något jag tycker man ska tänka på ifall man idag har en verksamhet som inte är tillgänglig för alla. Men också något att tänka på om man ska starta upp en verksamhet. Detta kräver inte mycket för att anpassa, runt vår utomhusmatlagingsplats finns det grus och gräs men det går att ta sig fram där med.

Tobias Eklund (Dalum Sweden AB) 2023-07-04 kl. 11:04 (inspelning finns)

Vårt företag heter Dalum Sweden AB, och vi är en tillverkare av ute matlagningsutrustning. Där bland annat tillverkar vi stekhäll i lite olika storlekar. Där vårt koncept bygger på att göra en lite lättare stekhäll än traditionella, som är väldigt tunga av gjutjärn. Vilket är otympligt att ha med sig. Därav har vi utvecklat en stekhäll som är lättare med en tillhörande väska. Detta för att man lättare kan ta med ut i naturen och laga mat, och inte endast ha den hemma ute i trädgården. Utan man kan ta med den ut på vandring, paddling så lite mer mobil stekhäll kan man säga. Dessutom kan man använda denna stekhäll med olika värmekällor, elda med ved, gasol och detta för att den är lättare och mindre, så krävs det mindre värmeeffekt för att värma upp den. Även grillkol går att använda. Vi som företag vill inspirera fler att ta sig ut i naturen, så det är ett av våra ledord utöver att vi vill sälja produkten. Jag har själv barn och vet och ser hur lätt det är att fastna vid skärmar, så därför tycker jag att det är viktigt

för välbefinnandet att ta sig ut. Ett bra sätt att uppleva naturen är genom matlagning, man måste ju kända och det krävs inte så mycket utrustning och kunskap för att kunna ta sig ut och laga mat i naturen. I jämförelse om man kanske ska klättra i berg eller så.

Vi har en tydlig vision på hur vi vill göra och hur företaget ska växa. Som nytt märke så gäller det att ha tålamod och uthållighet liksom. Det tar tid att bygga upp något och vi tror stenhårt på detta, vi har dessutom fått bra feedback på produkterna. Vi är även ute på en del events och håller workshops och så där. Där bidrar vi till kunskap på hur man kan laga mat ute. Så vi brukar ha grupper ibland och laga mat tillsammans med. Sedan har vi även ett samarbete med Visit Dalarna, där vi jobbar med att kunna ta emot internationella gäster och fungerat som ett bollplank.

Både att erbjuda enbart utomhusmatlagning som en aktivitet i sig samt kombinera det med till exempel vandring, paddling, fiske eller något annat skulle vara ett vinnande koncept. Dels så kan man ha rena matlagningskurser, där man får tillaga en tre-rätters meny i en grupp. Viktigt att tänka på att ha tillräckligt många stenhällar så att alla kan vara med, inte mer än 5–6 stycken per stekhäll. Där deltagarna, är de som lagar maten tillsammans och får lära sig eldteknik samt kontrollera värmen. Sedan kan man självklart kombinera utomhusmatlagning med andra aktiviteter, vi har bland annat haft en helg där man fick tälja fram matlagning redskapen som sedan användes i matlagningen. Även inför frukosten, vandrade vi ut och lagade en frukostbuffé tillsammans i skogen. Helgen kombinerades under ett tema. Man ska ju alltid äta och därför anser vi att man kan kombinera utomhusmatningen med i princip allt, som t.ex. fiske eller jaktresa.

Vi skulle kunna t.ex. också om det är ett företag som kör paddlingsturer så kan de höra av sig till oss att de skulle vilja ha en mysig lunch när vi kommer till ett av våra stopp, skulle ni kunna komma och ha en workshop och stå för matlagningen → Där vi Dalum Sweden AB absolut ser ett samarbete på sådana vis.

Det är just eldningsförbud och att man har bottenmark att man blir begränsad, vi kan ju använda gasol också. När man kör workshop så behöver man en stor yta med plats för flera värmekällor och oftast när man kommer ut till en vindskyddsplats finns det bara en eldstad som kan begränsa utomhusmatlagning. Specialkost är en annan utmaning, där det är allt vanligare samtidigt som man inte vill utesluta någon. Viktigt att få denna information i förväg så att man kan förbereda sig i god tid.

Under pandemin blev det väldigt populärt med ute matlagning och många investerade i sådan utrustning men nu efter pandemin verkar det som om denna hypen har bommat lite av den anledning att man kan gå ut på restaurang igen. Därav vill man hitta en infallsvinkel så att dessa personer får användning av redskapen så att de inte ligger liggande i garagen. Ur ett hållbarhetsperspektiv, en produkt som inte används är ju inte bra liksom.

Mail

Anna-Greta Fagerberg (Flint tjärns Café) 2023-06-20 kl. 10:20 (mailtråd finns)

1. Beskriv gärna er verksamhet lite kort, vad är syftet med verksamheten?
Naturupplevelser för att skapa en hälsosam livsstil. Där en av aktiviteterna är utematlagning.
2. Erbjuder ni några utomhusmatlagnings kurser?
Gjorde det för några år sedan och det har faktiskt efterfrågats.
3. Vad känner du till angående utomhusmatlagning?
Vet inte riktigt vad du menar. Jag har hållit på i flera år men inte i så stor omfattning/år. Har haft grupper upp till 100 personer.
4. Vilka aktiviteter skulle man eventuellt kunna kombineras med utomhusmatlagning? Vandring? Paddling? Fiske? Jakt?
Det går nog att kombinera allt med matlagning. Bara att få gästen att betala!
5. Tror du att utomhusmatlagning skulle locka fler turister till Dalarna?
Det finns säkert utematlagning i hela Sverige men det gäller att paketera med en helhetsupplevelse, med det lilla extra! Det kanske skulle vara med en fiske/jakt/eller som jag skulle vilja, en upplevelse för kropp och själ. Jag har inte lyckats marknadsföra mitt koncept så bra!
6. Vilka hinder ser du med att erbjuda denna tjänst? (Utomhusmatlagning)
Sommartid är det torkan och eldningsförbud som gör det svårt. Att boka in en grupp och sen när de kommer får man inte elda.
7. Skulle din verksamhet kunna vara en utgångspunkt för att utveckla utomhusmatlagning?
Kanske, måste i så fall diskutera mera och fundera på saken!

Peter Lundkvist (Smak av Dalarna) 2023-06-20 kl. 10:46 (mailtråd finns)

1. Beskriv gärna er verksamhet lite kort, vad är syftet med verksamheten?
Vi driver 4 olika restauranger där syftet är att skapa upplevelser med mat och dryck till våra gäster. våran kundgrupp är väldigt blandad. semestergäster, konferens, skidåkare, företag, privatpersoner i närområdet mfl.
2. Erbjuder ni några utomhusmatlagnings kurser?
nej endast catering.
3. Vad känner du till angående utomhusmatlagning?
inte mycket mer än vad man själv lagar när man är ute.
4. Vilka aktiviteter skulle man eventuellt kunna kombineras med utomhusmatlagning? Vandring? Paddling? Fiske? Jakt?
det måste vara all form av utomhusaktiviteter.
5. Tror du att utomhusmatlagning skulle locka fler turister till Dalarna?
vet inte om det är en reseanledning men absolut för konferensgästen och träningsgrupper.
6. Vilka hinder ser du med att erbjuda denna tjänst? (Utomhusmatlagning)
logisitk och renligheten är två faktorer som man måste ta med i beräkningen.
7. Skulle taste of Dalarna vara en utgångspunkt för att utveckla utomhusmatlagning? Har ni några aktörer som skulle vara intresserade?
det kan det vara men jag vet inte vilka aktörer som kan vara intresserade och har möjligheten.

IRL

Katja Hekkala (Visit Dalarna) 2023-06-20 kl. 14:07 (inspelning finns)

Visit Dalarna samlar alla aktörer från hela Dalarna och dom får promota sig genom Visit Dalarna. Så det är inte vi "visit Dalarna" som har några aktiviteter ute. Utan Visit Dalarna stöttar och pushar företagen både små och stora, som ska promota sina produkter i Dalarna. Visit Dalarna stöttar aktörerna genom kunskap, kurser, och utbildningarna samt affärsrådgivning på olika nivåer, allt från basnivå och uppåt. Detta gör vi för att lyfta hela besöksnäringen i Dalarna, så att Dalarna blir en attraktiv destination i Sverige och norra Europa.

Det finns flera aktörer här i Vansbro som erbjuder utomhusmatlagning, både för grupper, enskilda, par eller vad det är man vill. Dessa aktörer anpassar aktiviteten utefter vad gruppen, personen i fråga är ute efter. (Dalarna Outdoor och Nova Events är exempel på dessa aktörer). Ett hinder som har uppstått är språket, när det är internationella turister som kommer. Ett flertal aktörer känner en skräck för att hålla matlagningen på engelska.

Ett projekt inom Visit Dalarna är "Internationalisering", där ett par företag väljs ut och lyfts fram. Processen som de får gå igenom tar ca 1 år. Där tanken är att de ska bli redo för att ta emot den utländska gästen. En process där vi lär företagen vad de ska tänka på och hur de ska bemöta den utländska turismen.

Utomhusmatlagning är en trend just nu och därav är det vinnande konceptet "Back to basic". Många väljer att betala stora summor för att få det så enkelt och genomtänkt som möjligt, där allt ingår i färdiga paket. Från Arlanda till skogen och tillbaka med tydliga upphämtningsplatser i och med att kollektivtrafiken är begränsad.