

Trender 2026 - hämtade ur sociala medier

Sammanfattning av föreläsning med Jennie Lund, Turistrådet Västsverige,
Turistrådet Online 9 september 2026

Sammanfattning

Rese- och besöksåret 2026 definieras som "paradoxernas år". I en tid av AI-explosion och konstant uppkoppling söker sig resenärer bort från digital stress mot autentiska, analoga och mänskliga upplevelser IRL. För besöksnäringen inom bo, äta, göra och resa innebär detta en stark efterfrågan på stillhet, intressebaserat resande, naturnära hälsa och opretentiös gemenskap. Genom att paketera det befintliga lokala utbudet kring välmående, äkthet och personligt bemötande möter man gästens längtan efter det som känns på riktigt.

Trender hjälper oss att förstå vart människor är på väg, så vi kan anpassa vårt innehåll, vår marknadsföring och våra erbjudanden i tid.

10 Key Takeaways för besöksnäringen

- **Digital detox är den nya statussymbolen:** Gäster är villiga att betala för att koppla ned. Koncept som offline-lounger, mobillådor, tysta zoner och "raggsocketempo" möter en stark längtan efter återhämtning.
- **"Nonna maxxig" och granny hobbies driver besök:** Aktiviteter som stickretreats, surdegbakning, svampkurser och hantverk lockar unga målgrupper. Det analoga, långsamma vardagslivet är en stark reseanledning.
- **Äkthet slår AI-perfektion i marknadsföringen:** Besökare tröttnar på tillrättalagt eller AI-genererat material och vill se mänskligt, varmt och transparent innehåll. Fokusera på genuint berättande och opolerad verklighet framför perfekta fasader.
- **Trendord som säljverktyg för befintligt utbud:** Begrepp som *slowcation*, *coolcation*, *boredom travel* och *viking wellness* sammanfattar samma behov: svalka, natur, stillhet och mindre stress. Företag kan använda dessa sökord för att paketera sina befintliga naturnära produkter.
- **Astro-turism och stjärnskådning är det nya skogsbadet:** Mörka natthimlar med låga ljusföroreningar, solförmörkelser och himlafenomen lockar resenärer. Besöksmål som kan erbjuda stjärnskådning eller nattupplevelser har en växande nisch.
- **Böcker och popkultur sätter resrutten:** Från BookTok- och romantasy-resor till slott, till filmturism och book retreats – fiktion inspirerar till fysiska resor. Företag kan dra nytta av litterära kopplingar, mystiska miljöer och lokala berättelser.
- **Boendet i sig är destinationen:** Gäster väljer allt oftare hotell där själva vistelsen är huvudevenemanget – antingen via extrem naturkontakt, helhetskoncept eller motsatsen: robotiserad bekvämlighet och hyperpersonlig butlerservice.

- **Skräddarsy för soloresenärer:** Att resa ensam på egna villkor växer starkt. Det finns en växande affärsmöjlighet i att ta bort enkelrumstillägg och skapa prisvärda, attraktiva paket riktade direkt till singelresenären.
- **Hundvänlighet är en stark bokningsfaktor:** Sällskapsdjur styr hushållens resmål i allt högre grad. Tydligt kommunicerade faciliteter för hundar på hotell och restauranger ger direkta konkurrensfördelar och snabb konvertering.
- **"Shellfies", social eating och fikatriumf:** Resenärer prioriterar matmarknader, ätbara souvenirer, öppna eldar och avslappnad gemenskap framför stela avsmakningsmenyer. Samtidigt visar klassiker som fika, prinsesstårta och lokala hållbara råvaror enorm dragningskraft i både digitala kanaler och på plats.

Note: Denna text har sammanställts med hjälp av AI