Visit Sweden News Room

Schweden auf kulinarischer Stippvisite in Berlin

16.–25. Januar 2026, Berlin: Mit seinen roten Holzhäusern und den typischen Produkten aus verschiedenen Regionen ist der schwedische Pavillon seit Jahren ein fester Orientierungspunkt auf der **Grünen Woche**. Viele Besucher steuern ihn gezielt an, sei es aus Neugier oder weil sie Schweden bereits gut kennen. In diesem Jahr findet der Auftritt vor dem Hintergrund des 100-jährigen Messejubiläums statt.

Unternehmen aus ganz Schweden vertreten

Am Stand sind rund 20 Aussteller vertreten, darunter Fischereibetriebe, Käseveredler, Bäckereien, Getränkehersteller und kleine Manufakturen. Viele von ihnen arbeiten seit Jahren mit denselben Rohstoffen und beziehen sie aus ihrem direkten Umfeld. Andere bringen neue Produkte mit, die auf lokalen Zutaten basieren und Entwicklungen aus ihren Regionen widerspiegeln.

Die Bandbreite reicht vom breiten Heringssortiment aus Klädesholmen über Knäckebrot aus Dalarna mit geografisch geschützter Herkunftsbezeichnung bis hin zu Craft-Bieren aus verschiedenen Landesteilen. Ergänzt wird das Angebot durch Produkte wie Birkensaft-Getränke, aromatisierte Fladenbrotchips oder Wildfleisch aus Südschweden. Einige dieser Lebensmittel sind bei deutschen Besucherinnen und Besuchern bereits bekannt, andere dürften für erste Aha-Momente sorgen.

Die Ausstellung bietet vor allem kleineren Betrieben die Möglichkeit, den deutschen Markt direkt kennenzulernen. Dazu gehört

auch der Kontakt zu Fachhandel, Gastronomie und touristischen Akteuren. Die Nachfrage aus Deutschland spielt für viele dieser Unternehmen eine wichtige Rolle, insbesondere in Regionen, in denen Tourismus und Lebensmittelproduktion eng verbunden sind. https://visitsweden.de/aktivitaten/essen-trinken/schwedische-kuche

Dass der schwedische Pavillon jedes Jahr gut besucht ist, liegt auch an Produkten, die hierzulande seit Langem ihren Platz gefunden haben, ob eingelegter Hering, Knäckebrot, Elchwurst oder Schokolade. Neue Geschmacksrichtungen oder Varianten werden erfahrungsgemäß mit Interesse ausprobiert. Manchmal sorgt eine ungewöhnliche Zutat für Gesprächsstoff, etwa wenn Zuckertang im Knäckebrot auftaucht. https://www.vastsverige.com/de/essen-und-trinken/blaue-nahrungsmittel-aus-dem-meer/

Schwedens Lebensmittelstrategie 2.0

Organisiert wird der Auftritt durch das Schwedische Zentralamt für Landwirtschaft (Jordbruksverket). Die Teilnahme ist Teil der nationalen Lebensmittelstrategie und soll Produzenten und Akteure dabei unterstützen, ihre Produkte international sichtbarer und erlebbar zu machen.

Ein Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung von Qualitätsstandards, darunter die vergleichsweise niedrigen Antibiotikaeinsätze in der Tierhaltung und der Umgang mit geschützten Herkunftsbezeichnungen. Diese Themen werden am Stand ebenso erläutert wie regionale Besonderheiten der verschiedenen Betriebe.

”Es erfüllt uns mit Stolz, dass das Jordbruksverk (Schwedisches Zentralamt für Landwirtschaft) das Vertrauen genießt, den schwedischen Pavillon zu gestalten. Die Teilnahme an der Grünen Woche gibt Lebensmittelproduzenten die Möglichkeit, die fantastische Kombination aus Tradition und Innovation, die die schwedische Lebensmittelproduktion ausmacht, zu präsentieren. Je mehr deutsche Konsumenten schwedische Geschmäcker und Produkte kennenlernen und Schweden als attraktives Reiseziel entdecken, desto mehr trägt dies schlussendlich auch zu höheren Einnahmen und einer stabileren Lebensmittelkette bei. Und das ist wichtig für alle in Schweden”, so Anna Olofsson, stellvertretende Generaldirektorin des Schwedischen Zentralamts für Landwirtschaft.

Für das Messepublikum bietet der Pavillon einen Uberblick über typische und überraschende Produkte aus Schwedens Regionen. Probieren gehört selbstverständlich dazu und viele Aussteller geben Einblicke in ihre Arbeitsweisen oder erläutern, welche Rohstoffe sie verwenden. Wer schon einmal in Schweden unterwegs war, wird einiges wiedererkennen. Wer noch nicht dort war, bekommt zumindest eine Idee davon, wie unterschiedlich die kulinarischen Prägungen im Land sind. Und vielleicht Lust auf mehr.

Mehr Infos unter:

Swedish food has many advantages

Mehr kulinarische Erlebnisse in und aus Schweden:

10 schwedische Spezialitäten für deine kulinarische Wunschliste

Typisch schwedisches Essen in vier Regionen

Gourmetsafaris in Schweden für Fans von Hummer, Austern und Fisch

Verwurzelt in Schweden: genieße die leckere Pflanzenküche

Schwedische Gourmetsafaris – genussvolle Abenteuer in der Natur

Streetfood- und Getränkefestivals für jeden Geschmack

Die schwedische Küche: lokale Produkte, internationale Aromen und fortschrittliches Denken

Das bekommt jeder gebacken: Fika mit sieben Kekssorten

Fika - Mach es wie die Schweden

Pressebilder:

jordbruksverket.se/gwpressphotos

Imagebank Sweden (Food & Drinks)

Visit Sweden GmbH
Sabine Klautzsch
Senior PR Manager
Große Bäckerstr. 10
20095 Hamburg

sabine.klautzsch@visitsweden.com
www.visitsweden.de

Visit Sweden ist das offizielle Marketingunternehmen für den Tourismus in Schweden – im Auftrag der schwedischen Regierung. Als nationale Tourismusorganisation vermarktet Visit Sweden das Reiseland Schweden mit dem Ziel, die Attraktivität des Landes zu steigern und so den Tourismus, die Exporterlöse und die Beschäftigung zu fördern. In enger Zusammenarbeit mit der schwedischen Tourismusbranche richtet sich Visit Sweden gezielt an die attraktivsten Zielgruppen – für einen langfristig nachhaltigen Tourismus. Der Hauptsitz befindet sich in Stockholm, ergänzt durch Vertretungen auf mehreren internationalen Märkten. www.visitsweden.com/corporate

Willkommen in Schweden - von Natur aus anders.

Additional assets available online: Photos (4)

https://press.visitsweden.com/2026-01-15-Schweden-auf-kulinarischer-Stippvisite-in-Berlin