Visit Sweden News Room

Kjøttbollefondue i Swederland? «Sweden (not Switzerland)» vekker stort engasjement!

Den 24. oktober lanserte Visit Sweden kampanjen «Sweden (not Switzerland)», som med glimt i øyet ville bli kvitt forvekslingen av Sveits og Sverige en gang for alle. I dag er kampanjen sett av over 110 millioner mennesker i mer enn 40 land. Den har skapt enormt engasjement og ført til mange positive kommentarer – bare i Visit Swedens kanaler har nesten 38000 personer sendt inn sine tips.



Photo: Visit Sweden (Download)

Se den nye videoen HER

Et gjennomgående forslag verden rundt er å slå sammen Sverige og Sveits til «Swederland» – slik atandene i all vennskapelighet kan dele på fordelene det vil føre med seg. Ellers foreslås det at Sverige skal fortsette å fortelle verden om kjøttboller, kanelboller, ABBA, barne-tv-helten Pippi og elger i skogen, mens Sveits skal fokusere på sjokolade, ostefondue, DJ Boko, filmlegenden Heidi og kyr i grønne enger. Noen mener at kjøttbollefondue kunne ha blitt en suksess ved en sammenslåing av landene, mens andre synes at Sverige kan beholde rakfisken for seg selv ...

– Vi er både ekstremt glade og litt overrasket over hvor enorm responsen på kampanjen har vært. At vi umiddelbart fikk så mange gode tilbakemeldinger på markedsføringen av Sverige som turistland, er det beste som kunne skjedd, sier direktør i Visit Sweden, Susanne Anderson.

Den sveitsiske ambassadøren i USA kastet seg ut i debatten
Med like mye kjærlighet og varme som Visits Swedens kampanje ble laget med, svarte den sveitsiske ambassadøren i USA, Jaques Niculin Jäger, med sin egen lille film. Den responderte den svenske viseambassadøren Jonas Wendel på – med nok en film. Det hele utviklet seg til en humoristisk feide, der de to ambassadørene en gang for alle ville bli ferdige med diskusjonen om hva som egentlig er svensk og hva som er sveitsisk. Den internasjonale interessen for disse filmene gikk rett i taket, og seertallene var rekordhøye.
Se filmene fra den svenske og sveitsiske ambassaden og generalkonsulatet i USAHER

Om kampanjen
Etter at kampanjen ble lansert den 23. oktober 2023, ble det i løpet av de første dagene publisert over 860 nyhetsartikler om Sverige i mer enn 40 land. Artiklene nådde over 110 millioner lesere, og i tillegg har titusenvis engasjert seg i sosiale medier.

Eksempler på internasjonale publikasjoner:
USA: ABC News
Sveits: 20 Minuten Watson
Frankrike: France 2 Le 20h
Tyskland: ZDF Heute in Europa
Storbritannia: Independent
Sør-Korea: Korean Broadcasting System KLAB

Pressebilder og film finner du HER

For å ta del i kampanjen, besøk https://visitsweden.com/sweden-not-switzerland/

Ebba Ekelund
Senior PR Manager, Nordics
ebba.ekelund@visitsweden.com

Visit Sweden har det offisielle oppdraget fra den svenske regjeringen om å markedsføre Sverige som reisemål. Vår visjon er at Sverige innen 2030 er verdens mest bærekraftige og attraktive reisemål bygget på innovasjon. Nå mer enn noen gang, må målrettet reise være meningsfylt, bevisst og skape varig verdi med hensyn til våre gjester, for lokalsamfunnet og planeten vår. Velkommen til Sverige.

---

https://press.visitsweden.com/2023-12-13-Kjottbollefondue-i-Swederland-Sweden-not-Switzerland-vekker-stort-engasjement