Visit Sweden News Room

Lihapullafondueta Swederlandissa? Sweden (ei Sveitsi)-kampanja herättää suuria reaktioita!

Visit Sweden käynnisti 24. lokakuuta kampanjan "Sweden (ei Sveitsi)", jolla pilke silmäkulmassa haluttiin korjata sekaannusta Sveitsin ja Ruotsin maiden kesken, ja päättää lopullisesti, kuka saa puhua ja mistä!



Photo: Visit Sweden (Download)

Katso uusi video TÄÄLTÄ

Kampanjan on nähnyt yli 110 miljoonaa ihmistä yli 40 maassa maailmanlaajuisesti, ja se on herättänyt valtavasti positiivisia kommentteja. Pelkästään Visit Swedenin sosiaalisissa kanavissa lähes 38 000 ihmistä on sitoutunut seuraamaan uusia vinkkejä. Toistuva ehdotus ympäri maailmaa on ollut Ruotsin ja Sveitsin yhdistäminen "Swederlandiksi" ja ystävällisessä hengessä jakaa kaikki sen tuomat edut.

Ehdotusten joukossa esitetään, että Ruotsissa puhutaan edelleen lihapullista, kanelipullista, ABBA:sta, Pepistä ja hirvistä, kun taas Sveitsi keskittyy suklaaseen, juustofondueen, DJ Boboon, Heidiin ja lehmiin. Esimerkki fuusion eduista on lihapullafondue mahdollisena ruokayhdistelmänä, kun taas jotkut ajattelivat, että Ruotsi voisi pitää itsellään hapansilakkansa...

- Olemme äärimmäisen iloisia ja tällä kertaa hieman yllättyneitä siitä, kuinka nopeasti myönteinen palaute kasvoi Ruotsin ja matkailumaana tunnetun Ruotsin markkinoinnin ympärillä, mikä on ehdottomasti paras menestyksen ansiomerkki, jonka voi saada, Visit Swedenin toimitusjohtaja Susanne Anderson sanoo.

Sveitsin Yhdysvaltain-suurlähettiläs astui keskusteluun siitä, mikä on ruotsalaista ja mikä sveitsiläistä

Kampanjan herättämä suuri rakkauden ja lämmöntäyteinen kiinnostus sai Sveitsin Yhdysvaltain-suurlähettiläs Jaques Niculin Jägerin vastaamaan julkaisuun nopeasti Ruotsin suurlähettiläs Jonas Wendelsille omalla lyhytelokuvalla.

Koko hommasta kehittyi humoristinen kädenvääntö, jossa haluttiin oikaista kysymyksiä siitä, mikä on ruotsalaista ja mikä sveitsiläistä. Myös kansainvälinen kiinnostus näitä elokuvia kohtaan meni heti läpi ennätyksellisillä katsojaluvuilla.

Katso videot Twitteristä ja Instagramista Ruotsin ja Sveitsin suurlähetystöjen ja Yhdysvaltojen pääkonsulaatin välillä käydystä 'keskustelusta' täältä:https://swissimpactusa.com/switzerlands-not-swedens-impact-in-the-united-states/

Tietoja kampanjasta:
24.10.2023 alkaneen kampanjan ensimmäisten päivien aikana Ruotsista julkaistiin yli 860 uutisartikkelia yli 40 maassa ympäri maailmaa, ja ne tavoittivat miljoonia lukijoita. Aihe on kirvoittanut kymmeniä tuhansia ihmisiä vuoropuheluun sosiaalisessa mediassa, ja tuhannet ihmiset ovat antaneet ehdotuksiaan siitä, kenen pitäisi saada puhua mistäkin.

Esimerkkejä kansainvälisistä julkaisuista:
USA: ABC News
Sveitsi: 20 Minuten Watson
Ranska: France 2 Le 20h
Saksa: ZDF Heute in Europa

Iso-Britannia: Independent
Etelä-Korea: Korean Broadcasting System KLAB

lehdistökuvat ja elokuvat löydät TÄÄLTÄ
Osallistuaksesi kampanjaan käy osoitteessa https://visitsweden.com/sweden-not-switzerland/

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

Visit Swedenin Ruotsin hallitukselta saamana virallisena tehtävänä on markkinoida Ruotsia turistikohteena. Visiomme on, että Ruotsi on vuoteen 2030 mennessä maailman kestävin ja houkuttelevin, innovaatioihin perustuva matkakohde. Juuri nyt on entistä tärkeämpää, että tarkoituksenmukainen matkustaminen on merkityksellistä ja harkittua sekä luo pysyvää arvoa vieraillemme, paikalliselle yhteisölle ja maapallolle. Tervetuloa Ruotsiin.

---

https://press.visitsweden.com/2023-12-13-Lihapullafondueta-Swederlandissa-Sweden-ei-Sveitsi-kampanja-herattaa-suuria-reaktioita