1 800 artiklar i 70 länder - Visit Swedens globala marknadsföring erövrar världen (igen)

Över 1 800 artiklar har publicerats av press i över 70 länder sedan Visit Sweden i september lanserade den globala kampanjen om Sverige som resmål, The Swedish Prescription. Bland annat i brittiska BBC, amerikanska Fox News och Forbes och CBS Mornings (som är en av USAs största nationella morgon-TV-shower), Le Figaro i Frankrike, tyska Berliner Zeitung och brittiska Daily Mail.

Även i länder där Visit Sweden inte marknadsför Sverige som turistland, har det publicerats artiklar och TV-inslag, bland annat i SKY News Australia, SNT Paraguay, i Japan, Dubai, Singapore, Indien, Brasilien och Chile. För att nämna några.

- Det är glädjande är att vi med vår kreativa marknadsföring och begränsade resurser även denna gång når vår målgrupp och långt bortom de fokusmarknader vi har, säger Susanne Andersson som är vd för Visit Sweden.

Världens rese- och turismbransch har också uppmärksammat hur Visit Sweden marknadsför Sverige som besöksland för bättre hälsa och välmående. Bland annat på Hawaii, i Nya Zeeland.

- Genom att väcka nyfikenhet och engagemang om resmålet Sverige för turister via press och medier, bidrar Visit Sweden till att Sverige globalt uppfattas som ett attraktivt land att besöka, och i det långa loppet även att investera i samt köpa varor och tjänster av och bo i, säger Susanne Andersson som är vd för Visit Sweden.

Forbes reseskribent David Nikel kommenterar Visit Swedens senaste kampanj så här i en artikel:

” It’s clever, ironic and oozes Nordic charm. Yet behind the humor lies a serious point. While it’s framed as a joke, the campaign’s appeal reveals something deeper about the modern traveler’s craving for calm and why the Nordic model resonates so strongly worldwide.

The campaign, called ‘The Swedish Prescription’, draws on genuine research into the mental and physical benefits of nature, rest, and simplicity.

Working with medical experts from across Europe and the U.S., Visit Sweden identified eight “prescribed” activities from icy lake plunges and forest walks to foraging, saunas and Sweden’s coffee-and-cake ritual, fika.

In other words, Sweden is using its greatest natural and cultural strengths to sell something that’s increasingly rare in the modern world: the ability to slow down.”

Intresset för hälsa på recept och fysisk aktivitet på recept är något som ökar generellt i världen, vilket Visit Sweden tagit fasta på denna gång. Kampanjen bygger även på det svenska konceptet Fysisk Aktivitet på Recept (FAR), som används inom svensk vård.

Kampanjen The Swedish Prescriptions budskap om Sverige som receptbelagd upplevelse är vetenskapligt förankrat med flera läkare, som även figurerar i kampanjen.

Alla Visit Swedens kampanjer är utformade med humor och en glimt i ögat, med syfte att skapa global uppmärksamhet. Denna kampanj lyfter fram Sverige som innovativ föregångare inom hälsofrämjande turism.

Visit Sweden marknadsför aktivt Sverige som turistland i Norden, Tyskland, Nederländerna, Frankrike, Storbritannien, USA och Kina.

Mer pressinformation

Om senaste kampanjen: The Swedeish Prescription

Pressbilder för fritt bruk i Sverige

Pressbilder Susanne Andersson, vd Visit Sweden

Visit Swedens Press & Mediacenter

Jim Hofverberg, Corporate Communications Officer jim.hofverberg@visitsweden.com

Om Visit Sweden

Visit Sweden har ett statligt uppdrag att marknadsföra Sverige som resmål och skapa förutsättningar för en växande och konkurrenskraftig turismnäring. Visit Sweden arbetar nära med svenska turism- och besöksnäringen för att effektivt nå de mest eftertraktade målgrupperna för långsiktigt hållbar turism. Visit Sweden är baserat i Stockholm med lokal representation i en handfull länder. Visit Sweden har närmare 50 anställda. www.visitsweden.com/corporate

Jim Hofverberg, Corporate Communications
Corporate Communications Officer
jim.hofverberg@visitsweden.com
Visit Sweden är svenska statens marknadsföringsbolag. En nationell turismorganisation med uppdrag att genom marknadsföring av destinationen Sverige öka landets attraktionskraft och bidra till turismkonsumtion, exportintäkter och sysselsättning. Visit Sweden arbetar tillsammans med svenska turism- och besöksnäringen för att effektivt nå de mest eftertraktade målgrupperna för långsiktigt hållbar turism. Visit Sweden är baserat i Stockholm med lokal representation på flera utlandsmarknader. Visit Sweden har närmare 50 anställda. www.visitsweden.com/corporate

https://press.visitsweden.com/2025-11-07-1-800-artiklar-i-70-lander-Visit-Swedens-globala-marknadsforing-erovrar-varlden-igen