Visit Sweden News Room

Tävlingsdeltagare från mer än halva världen ville vinna de fem svenska öarna – här är vinnarna

Idag publicerar Visit Sweden vinnarna av de fem öar som bokstavligen mer än halva världen tävlat om – i vart fall sett till varifrån de tävlande kommer. 2 242 tävlingsbidrag har skickats in från 100 av världens 195 länder (självständiga stater, erkända av Sverige).



Visit Sweden, som globalt marknadsför Sverige som turistdestination, lanserade i februari en tävling, Your Swedish Island, som skulle ge tävlingens vinnare tillgång till fem rätt svårtillgängliga, men nåbara öar, öppna för allmänhet att besöka och beträda.

Tävlingen tog avstamp i växande efterfrågan på avskildhet, natur och enkelhet med syfte att skapa global uppmärksamhet om Sverige som attraktiv och hållbar destination, där natur, kultur och livsstil samverkar. Genom tävlingen tydliggjordes att svenska naturupplevelser är tillgängliga, kan vara ensligt belägna men alltid något man delar, respekterar, skyddar och tar ansvar för tillsammans.

– Att människor från över halva världens länder deltagit i tävlingen bekräftar att Sveriges natur och livsstil väcker stark nyfikenhet och reslust. Samtidigt har vi kunnat lyfta fram det ansvar som följer med när vi delar våra unika naturmiljöer, säger Susanne Andersson som är vd för Visit Sweden.

– Det stora internationella intresset visar att Sverige svarar väl mot en global längtan efter naturupplevelser, stillhet och autenticitet, fortsätter Susanne.

Visit Swedens ö-tävling – vida omtalad

Tävlingen och kampanjen har nått flera miljoner personer. Fler än 1850 tidningsartiklar har publicerats om Sverige och tävlingen i över 60 länder, där Sverige ramas in som en destination med variationsrik, tillgänglig natur och allemansrätt. Ett välkomnande land för turister, där naturen har huvudroll och kulturen är ett värdesystem präglat av ansvar, respekt, balans och långsiktighet.

– Genom att paketera faktan att Sverige har flest öar i hela världen på ett lekfull och oväntat sätt skapade vi stort engagemang och global spridning som visar hur kreativ, idéburen kommunikation kan bidra till att öka intresset för Sverige som resmål, säger Nils Persson som är marknadschef hos Visit Sweden.

Här är vinnarna:

Bronwen Bird från Kanada**: Storberget** (Nynäshamn, Stockholm)

Eric Holmer från USA: **Skötbådan** (Norrtälje, Stockholm)

Miriam Wiskemann från Tyskland**: Marsten** (Falkenberg, Halland)

Freek van Heertum och Eva Holleman från Nederländerna: **Medbådan** (Robertsfors, Västerbotten)

Jonathan Scyboz och Daniella Zarza Tapia från Schweiz: **Tjuvholmen** (Lidköping, Västra Götaland)

Se och läs om alla vinnare och deras tävlingsbidrag här(länk till Visit Swedens Instagram)

Vinsten inkluderar en resa till Sverige för två personer, ett diplom (ett slags vinstbevis) och information om den ö man tävlat om. Även information om hur man ansvarsfullt upplever svensk natur, bland annat Allemansrätten. Ingen vinnare ges äganderätt för någon av öarna. Vinnarna förväntas, liksom andra som rör sig i naturen att visa hänsyn och respekt.

Vinnarna som utsetts av en jury från Visit Sweden, Statens fastighetsverk och Prime Weber Shandwick bestämmer nu själva när, inom 12 månader, de vill besöka Sverige. Väl i Sverige, ansvarar de själva för att organisera eventuella ö-besök, utifrån egna förutsättningar.

Målet med kampanjer och tävlingar av det här slaget, är att genom kreativitet och relevans nå ut till många personer. Att attrahera journalister att vilja berätta om och besöka Sverige, att internationella researrangörer intresserar sig för och vill paketera och sälja resor till Sverige, att öka söket och Googlandet om resmålet Sverige. Att skapa något positivt som sprids genom sociala medier. Genom dessa kampanjer stärks varumärket och positionen för Sverige.

Mer om kampanjen och tävlingen:

Här beskriver vi kampanjen: https://corporate.visitsweden.com/marknadsforing-av-sverige/kampanjer-och-utspel/your-swedish-island/

Den officiella kampanj- och tävlingssidan: visitsweden.com/your-swedish-island/

Tidigare, svenskt pressmeddelande om tävlingen: https://corporate.visitsweden.com/press/svenskar-och-miljardarer-gore-sig-icke-besvar-nar-visit-sweden-tavlar-bort-fem-svenska-oar/

För ytterligare pressinformation:

Visit Swedens Press & Mediacenter

Pressbilder:

Kampanjbilder, för fritt bruk

Allmänna pressbilder från Sverige, för fritt bruk i Sverige

Film om vinnare:

https://contentbank.visitsweden.com/selection/d8a501297a22337ffe87f7d4e2447b4b

Kort 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.

https://press.visitsweden.com/press-releases?item=123356