



"Bilresan", en av tre kampanjfilmer som uppmärksammas i utmärkelsen "Månadens film"

2021-04-30 09:26 CEST

## Nationell uppmärksamhet när kampanjfilmer får prestigefylld utmärkelse

Kampanjfilmerna "Bilresan", "Prinsen" och "Upplevelseöverföringen" har blivit utnämnda till Månadens film av tidningen Resumé och lyfts nationellt via tidningens hemsida samt i den tryckta utgåvan.

Nyligen lanserade Visit Östergötland det nya marknadsföringskonceptet "Östergötland måste upplevas" som ska skapa en röd tråd i Östergötlands marknadsföring. I regionen finns ett potpurri av platser som skapar minnen i

hjärnskafferiet att återvända till resten av livet men tyvärr vet inte alla om det. Och det knepiga är att det aldrig går att förmedla med foto och text exakt hur fantastisk en plats är till någon som inte varit där själv. Därför ser vi ingen annan väg än att försöka vända vårt knepigaste problem till ett unikt angreppssätt: Östergötland måste upplevas.

Syftet med konceptet och kampanjerna är att väcka nyfikenhet och plantera ett östgötskt sädeskorn i bakhuvudet på den som ser dem och är ett samarbete mellan [Visit Östergötland](#) och [Markus Reklam](#).

Att våga frångå det klassiska manéret för marknadsföringsfilmer från en destination med natur, sommar och bad har visat sig löna sig och de tre lite "skruvade" filmerna har fått stor uppmärksamhet. Juryn för Månadens kampanjfilm jublade åt filmerna vid jurymötet i april.

#### Citat från juryn:

*Är otroligt svag för detta. Det är konstigt, det är oväntat, det är roligt! En idé som fått leva hela vägen till utförandet. Den sjungande lilla gubb-älvan kommer jag tänka på länge. Det är bara att gratulera byrån och planera in Östergötland på semestern. (Sara Edbom, art director, Acne)*

*Lynchigt och knäppt på ett jättepiggt sätt! Speciellt kul med en avsändare som inte gissningsvis skulle vilja kommunicera Lynchigt och knäppt! (Magnus Renfors, regissör, Hobby Film)*

*Jag har bara upplevt Östergötland en gång. Jag spelade fotboll i Hammarby och vi hade bortamatch mot IFK Norrköping. Vi förlorade med 4-1 och jag svor för mig själv att jag aldrig igen skulle återvända till den "lilla skitstaden". Mycket vatten har runnit under många broar sen dess och efter dessa otroligt fina filmer överväger jag att kanske, bara kanske, ge Östergötland en chans igen. Fint, bra och kreativt – värdig etta. (Noah Bramme, copywriter, Åkestam Holst)*

[Läs mer om utmärkelsen på Resumés hemsida](#)

[Läs mer om konceptet "Östergötland måste upplevas" med tillhörande kampanjer](#)

## Om kampanjfilmerna

De inledande kampanjfilmerna ska väcka nyfikenhet och tar avstamp i konceptets grundtes - Östergötland kan inte återberättas, det måste upplevas.



[Se YouTube-videon här](#)

Vad är det med Östergötland som skapar det där skimret i blicken, det saliga grinet och pulsen i öronen? Svårt att förklara, eller helt omöjligt. Östergötland måste upplevas.



[Se YouTube-videon här](#)

För dig som inte råkar ha ett laboratorium i garaget. Låt dig förföras av Östergötland på nära håll istället.



[Se YouTube-videon här](#)

Ingen älvprins i världen kan göra Östergötland rättvisa med sin lovsång, och inte vi heller. Det är nog bättre du kommer hit och ser själv.

---

Besöksnäringen är en viktig del för den regionala utvecklingen i Östergötland. Därför arbetar Region Östergötland, genom varumärket Visit Östergötland, med att utveckla besöksnäringen i regionen och marknadsföra Östergötland som ett attraktivt besöksmål.

## Kontaktpersoner



**Hanna Nord**

Presskontakt

Strateg Visit Östergötland

[hanna.nord@regionostergotland.se](mailto:hanna.nord@regionostergotland.se)

010-103 65 34