**De vann Placebrander of the Year 2022**

**Hej Hemby vann Placebrander of the Year 2022 för sitt arbete med att attrahera nya invånare till Pajala och Överkalix – det stod klart under kvällen den 31 maj när platsutvecklare från hela landet möttes i Skellefteå på Placebranders Day. Dessutom gave juryn ett hedersomnämnende till ett gäng goda grannar.**

Fem finalister gallrades ut av en jury bestående av Charlotta Mellander, Simon Anholt, Oana Mihaescu, Lena Allerstam och Martin Roos. Bland finalisterna fanns också Jämtland, Söderhamn, Växjö/Kronoberg samt ett samarbetsprojekt mellan Karlstad, Linköping, Norrköping, Västerås och Örebro.

Under konferensen Placebranders Day i Skellefteå korades vinnaren. Årets vinnare är Övertorneå kommun och Pajala kommun som nu prisas för sin insats ”Hej Hemby” som matchar husägare med husletare och hjälper till med försäljning eller uthyrning. De har också drivit kampanjen ”Tjena polcirkeln” som erbjöd en chans att prova livet i glesbygd under ett halvår.

**Motiveringen lyder:**

”En plats långt från storstadens sus och dus. Ett område där aktörerna brutit ny mark i jakten på att öka attraktionskraften. Marknadsföring och konkret handling hand i hand när bilden av platsen nått nya rum i medier av olika slag. Kommunikation skapad av målgruppen själv med äkthet som ledstjärna. En kampanj, men kanske framförallt ett sätt att tänka, och göra, i arbetet med att locka nya människor till sin plats. Med visionen om omhändertagna, bebodda och livliga byar inspirerar årets vinnare små platser att ta kommando kring sin framtid. Och visst blir en sugen på att hitta sin nya hemby?”

**Hederspris till goda grannar**

Dessutom gav juryn ett hedersomnämnende till insatsen ”Nyfiken på grannen?” signerad Örebrokompaniet, Visit Västerås, Visit Linköping, Norrköpings kommun och Visit Karlstad med motiveringen:

”I en värld där gränser skapar alltför många konflikter, visar det här tävlingsbidraget att samverkan är framtiden. Ett stort geografiskt område med olika destinationer som till vardags jobbar på med sina utmaningar. Men som under pandemin lyfte blicken och frågade, vad händer om vi hjälps åt? Med besöksnäringsföretagarnas bästa för ögonen hjälpte de varandra att nå nya målgrupper. Och visst är en väl alltid lite nyfiken på grannen?”

**Vinnare 2022: Hej hemby med Tjena polcirkeln**

**Tävlande organisation**: Pajala kommun och Övertorneå kommun  
**Byrå**: Filmproduktion av[Korpics](https://www.instagram.com/korpics.se/)  
**Webbplats**: [Matilda och Erik får säga: Tjena Polcirkeln!](https://www.hejhemby.com/inspiration/matilda-och-erik-far-saga-tjena-polcirkeln)

Övertorneå och Pajala är två kommuner med en gemensam vision – att öka inflyttningen och skapa omhändertagna, bebodda och livliga byar. Tillsammans arbetar de med [Hej Hemby](https://www.hejhemby.com/) som matchar husägare med husletare och hjälper till med försäljning eller uthyrning. Kampanjen Tjena Polcirkeln erbjöd en chans att prova livet i glesbygd i ett halvår. Bland 25 ansökningar föll valet på Erik och Matilda. De matchades med en husägare och flytten gick från Stockholm till Tornedalen. Hej Hemby har ökat medvetenheten om livet i Tornedalen. Och för första gången sedan ett år på åttiotalet ökar inflyttningen. Hur det gick för Erik och Matilda? Efter ett halvårs prövotid valde de utan att tveka att bo kvar i Tornedalen.

**Hedersomnämnande 2022: Nyfiken på grannen?**

**Tävlande organisation**: Örebrokompaniet, Visit Västerås, Visit Linköping, Norrköpings kommun och Visit Karlstad

Vad händer [om vi tipsar om konkurrenten?](https://www.mynewsdesk.com/se/orebrokompaniet/pressreleases/god-grannsaemja-lockar-besoekare-3111451) Under två år har fem destinationer tipsat om attraktioner i grannstäderna. Först var uppmaningen att spendera 24 timmar hos grannen. Sen utvecklades konceptet till 48 timmar. Målet var att få invånarna att besöka varandras destinationer, helst med övernattning. Ett ovanligt drag som uppskattats hos målgruppen. Räckvidden i sociala medier uppgick till tre och en halv miljon. Sidan om Västerås var den tredje mest besökta på Örebros sajt och hotellen har sett ett ökat antal besökare från grannstäderna.

**Övriga finalister**

Lägg in beskrivningarna av övriga finalister här

**Jury**

**Simon Anholt** myntade begreppet ‘nation brand’. Han har varit rådgivare åt statschefer och regeringschefer i över 60 länder. Professor Anholt har också grundat the Good Country Index, som mäter länders bidrag till världen utanför sina egna gränser, till mänskligheten och till planeten.

**Charlotta** **Mellander**är professor i nationalekonomi vid Jönköping University. Hon forskar inom regional utveckling, städer och kreativitet. Hon är en del av Richard Floridas forskningsteam och är en av de mest framträdande profilerna i den nationella debatten om platsers förmåga att anpassa sig utefter omvärldens utveckling. Charlotta har varit en del av vår jury sedan 2013.

**Lena Allerstam** är chef för global kommunikation på Svenska institutet och ansvarar för Sveriges officiella webbplats sweden.se och sociala medier på engelska, ryska och arabiska samt för strategiskt arbete med varumärket Sverige. Lena har en gedigen bakgrund inom media och journalistik från SVT och UR, har arbetat med mediestrategiska frågor samt kommersiellt med redaktionell affärsutveckling.

**Martin Roos** är den Kentmanagern som idag är VD för Destination Eskilstuna och ordförande i Svensk Live. På Destination Eskilstuna har Martin bland annat varit med och format arbetet med Eskilstunas utveckling och fokus på hållbarhet, ett arbete som bland annat gett internationella tidningsrubriker och 2019 belönades med priset Placebrander of the Year.

**Oana Mihaescu** är forskare på Handelns forskningsinstitut med fokus på att mäta platsens attraktivitet. Även lektor vid Södertörns högskola. Tittar på regionala effekter av stora handelsetableringar och hur olika typer av utveckling påverkar platsens attraktivitet. Andra fokusområden är möjligheter för små och medelstora städer, för glesbygd samt relationen mellan stadskärnor och externhandel.

**Om priset**

Priset Placebrander of the Year instiftades 2013 och premierar imponerande insatser inom platsutveckling och platsmarknadsföring.

Tidigare Placebrander of the Year är:

* [2013 – Nyköping](https://placebrander.se/nykoping-blev-placebrander-of-the-year-2013/)
* [2014 – Umeå](https://placebrander.se/umea-blev-sveriges-basta-platsmarknadsforare-2014/)
* [2015  – Luleå](https://placebrander.se/lulea-blev-sveriges-framsta-platsmarknadsforare-2015/)
* [2016 – Surfbukten](https://placebrander.se/surfbukten-i-ostersund-ar-sveriges-framsta-platsmarknadsforare-2016/)
* [2017 – Hallifornia](https://placebrander.se/de-vann-placebrander-year-2017/)
* [2018 – FriluftsByn](https://placebrander.se/friluftsbyn-vann-placebrander-of-the-year-2018/)
* [2019 – Eskilstuna](https://placebrander.se/de-vann-placebrander-of-the-year-2019/)

**Kriterier tävlingsbidrag**

**–**Tävlingsbidraget ska på något sätt bidragit till att **attrahera människor eller kapital till en plats** (så som invånare, besökare, evenemang, investeringar eller etableringar)  
– **En plats kan vara** ett land, en region, en kommun, en stad, en ö, en stadsdel, en destination eller liknande  
– **Det ska finnas en samverkan** **mellan flera aktörer** som med gemensamma krafter vill stärka platsens attraktionskraft  
– Framgångsrik platsutveckling och platsmarknadsföring är ofta av långsiktig karaktär och du får tävla med insatser som startat för många år sedan, men **en betydande del av insatsen ska ha gjorts under 2019-2021**  
– **Tävlingsbidragen bedöms utifrån** idé, genomförande, förmåga att förhålla sig till det som pågår i omvärlden, förmåga att sticka ut samt effekter.