



Pressmeddelande den 9 juli 2010

Hetast i Almedalen 2010: Gudruns grill fick grytan att koka

Pr-byrån Westanders jury utsåg på fredagen veckans vinnare och förlorare i den hårda konkurrensen om uppmärksamhet under Almedalsveckan. Priset delades av Feministiskt initiativ för den kontroversiella eldningen av 100 000 kronor och Frälsningsarmén för budskapet "Bränn inte pengar – vi behöver dem bättre".

– Pengabålet delade Almedalen i två läger och fick ett massivt genomslag. Den kontroversiella protesten mot löneskillnaderna mellan kvinnor och män har gett eko i media över hela världen, säger Nina Halling, pr-konsult på Westander och juryns ordförande.

Kallast i Almedalen var Telia, vars instabila 3G- och 4G-nät blev en källa till irritation bland twittrande besökare och organisationer som sände webb. Jury menade att Telia i stället för att sponsra ett traditionellt pressrum i högskolans lokaler borde ha utnyttjat Almedalsveckans pr-potential genom att erbjuda snabb och lättillgänglig uppkoppling i Visby.

– Frälsningsarmén var snabba att utnyttja debatten om pengabrännningen till att öka intresset för sin insamling till behovande. Med skyltar som bar texten "Bränn inte pengar – vi behöver dem bättre" fick organisationen uppmärksamhet och vann sympatier, säger Nina Halling.

Juryns motiveringar:

En trädgårdsgrill delade Almedalen 2010 i två läger. Feministiskt initiativ och Gudrun Schyman skapade därmed definitivt årets snackis. Men diskussionerna om aktionen handlade framförallt om huruvida det var bra eller dålig pr, snarare än om Feministiskt initiativs budskap.

Genom att snabbt utforma enkla plakat med texten "Bränn inte pengar – vi behöver dem bättre" lyckades Frälsningsarmén smartare än någon annan utnyttja den möjlighet som pengabålet skapade för att kommunicera sitt budskap.

Juryledamöter:

Claes Nyberg, presschef Lärarförbundet
Helena Fornstedt, informationsdirektör Statoil
Helene Sigfridsson, generalsekreterare Makalösa föräldrar
Rolf van den Brink, journalist Dagens Opinion
Nina Halling, pr-konsult, Westander

Tidigare vinnare: 2009 utsågs organisationen Rättvisemärkt. Genom att låta besökare trycka tröjor med individuell text lyckades organisationen bäst av alla med att få ut sitt budskap bland de många besökarna. Kallast i Almedalen var det svenska ordförandeskapet i EU, som lyste med sin frånvaro under premiärveckan.

2008 utsågs Ingvar Åkesson, generaldirektör för FRA, till Hetast i Almedalen. Hans myndighet var det största samtalsämnet under veckan, trots att de inte ens fanns representerade på plats. Ett hederspris delades ut till Svenska Kyrkan.

Westander hjälper företag och organisationer att få publicitet och/eller påverka politiska beslut. Vi vill bidra till att fler blir aktiva samhällsaktörer. Westander avviker i flera avseenden från den rådande branschlogiken: ENGAGEMANG – vi åtar oss enbart uppdrag som såväl företaget som de personer som jobbar med uppdraget sympatiserar med. ÖPPENHET – vi respekterar och värnar om den öppna demokratiska processen. EFFEKTIVITET – vi hjälper uppdragsgivarna att bygga sin egen pr-kompetens. HANDLING – vi är handlingsorienterade och proaktiva. Bland Westanders uppdragsgivare finns Akademiska Hus, Collectum, Hjärt-Lungfonden, Kronans Droghandel, Michelin, Previa, Statoil, Stim och Svensk Vindenergi.

Under 2007 års politikervecka utsågs vigseln mellan RFSL:s ordförande Sören Andersson och Daniel Juvas till Hetast i Almedalen. Kallast i Almedalen var statsminister Fredrik Reinfeldt, som valde att inte åka till Visby.

För mer information:

Nina Halling, juryordförande och pr-konsult på Westander, 070-842 43 73, nina.halling@westander.se

Westander hjälper företag och organisationer att få publicitet och/eller påverka politiska beslut. Vi vill bidra till att fler blir aktiva samhällsaktörer. Westander avviker i flera avseenden från den rådande branschlogiken: ENGAGEMANG – vi åtar oss enbart uppdrag som såväl företaget som de personer som jobbar med uppdraget sympatiserar med. ÖPPENHET – vi respekterar och värnar om den öppna demokratiska processen. EFFEKTIVITET – vi hjälper uppdragsgivarna att bygga sin egen pr-kompetens. HANDLING – vi är handlingsorienterade och proaktiva. Bland Westanders uppdragsgivare finns Akademiska Hus, Collectum, Hjärt-Lungfonden, Kronans Droghandel, Michelin, Previa, Statoil, Stim och Svensk Vindenergi.