

**PRESSMEDDELANDE**

**Stockholm 9 maj**

## **Best Western Hotels & Resorts bakom Umeå-hypen**

**Tidigare i veckan hamnade Umeå oväntat på världskartan när flera internationella influencers började photoshoppa in sig i staden. Något som uppmärksammades både i influencers flöden, i communities och bland annat hos VK.se och Bloggbevakning. Bakom hypen ligger hotellkedjan Best Western, som genom ett experiment ville lyfta det exotiska i Skandinavien.**

– Vi har sett trenden och sociala medier fenomenet att fejka in sig på platser man inte är på, det ville vi leka med. Svenskar drömresemål är exotiska platser och vi ville därför göra ett experiment och se om vi kan skapa något exotiskt över en plats som många nordbor inte tänker på. Många svenskar har varit på andra sidan jorden men aldrig norr om Östersund, säger Sara Hallsund, Marknadschef Best Western Hotels & Resort Skandinavien

Nu rullar Best Westerns sommarkampanj ut som frontas av bland annat Maria Montazami där man spinner vidare på de photoshoppade bilderna och etablerar begreppet fakeaction samt låter influencers ”testa” Best Western hotell i Skandinavien.

– Nu i sommar sänker vi priset med 20% för att fler ska ha råd att uppleva på riktigt, i sommar behöver man inte fejka sin upplevelse, säger Sara Hallsund, Marknadschef Best Western Hotels & Resort Skandinavien

**Så här tävlar du:** Åk på fakecation du med! Posta en bild när du ”bor” på ett Best Western-hotell och tävla om en drömsemester i Skandinavien. Bilder och mer info hittar du på [bestwestern.se](https://bestwestern.se). Använd #fakecations #bestwestern.

Se när Maria Montazami och danska Rasmus Kolbe är på sin drömsemester här:

<https://www.youtube.com/watch?v=dJ7jOkI7UXE&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=ItuHJC8yQ5M&feature=youtu.be>

Sara Hallsund, marknadschef Best Western  
Best Western Hotels & Resorts  
E-post: [sara.hallsund@bestwestern.se](mailto:sara.hallsund@bestwestern.se)