

Hör allt om årets juryarbete

Intervju med Nils Persson,
Chief Marketing Officer på Visit Sweden



”Juryarbetet har varit svårt med många väldigt starka bidrag.”

Sveriges Annonssörer har arrangerat 100 wattaren sedan 1990 för att belöna kommunikation som fungerar, dvs marknadsföring och kommunikation som gett bevisad effekt.

Ett av de viktigaste momenten i tävlingen är själva juryarbetet, där kunniga, erfarna branschpersoner, fördelade i 7 jurygrupper, diskuterar och nominerar de bidrag som skapat bäst effekt.

I år samlades jurygrupperna under ett par dagar i november för att tillsammans utse årets vinnande bidrag. Arbetet i jurygrupperna leds av en juryordförande.

När arbetet var klart ställde vi några frågor till Nils Persson, Chief Marketing Officer på Visit Sweden, som har varit juryordförande för kategorierna ”Internationellt” och ”Strategisk Design”.

Hur har juryarbetet varit?

”Det har varit enkelt att vara juryordförande när man arbetar med en professionell och engagerat gäng. Det har varit väldigt bra snack och olika perspektiv har kommit från hela gruppen vilket har gjort att vi vridit och vänt på alla case. Sen har det varit väldigt roligt att ha fått förmånen att få djupare förståelse och insikter och inte minst se effekter från alla inskickade bidrag.”

Har det varit svårt att utse vinnare bland bidragen?

”Vi har vridit och vänt på alla case och det har varit tufft att utse vinnare på alla nivåer från nominerad till 100W, så ja det har varit svårt med många väldigt starka bidrag.”

Vad ser du fram emot på galan på Stadshuset den 12/2?

”En härlig fest där vi firar och inspireras tillsammans med branschkollegor.”

Tack Nils!

Den 9 december offentliggjordes årets nomineringar i 100 wattaren – hoppas vi ses på 100wattsgalan den 12 februari i Blå Hallen!

Se alla nominerade och köp biljetter till galan 100wattaren.se