

Thy som julekalender **- besøgt 150.000 gange**

150.000 gange er der klikket deltag i en julekalender fra Thy, som Bakkedal står bag. Livsstilsekspert Flemming Møldrup fra 'Kender du typen' mener, det bl.a. handler om at have ramt længslen i os alle efter den uspolerede natur.

150.000 gange har deltagerne nu været inde på Bakkedal.info for at åbne en låge i Bakkedals julekalender, og tallet stiger for hver dag, der går.

"Vi har aldrig oplevet noget lignende. Det er fantastisk, at så mange deltagere fra København, Bornholm, Sønderjylland – ja hele landet nu har været inde og åbne julekalenderen," siger Michael Pilgaard, marketingchef for Bakkedal.

Julekalenderen er blevet til i samarbejde med andre lokale producenter fra Thy. Bag hver låge er der et smukt vinterbillede, som er taget af lokale hobbyfotografer. Dagens billede kan man navngive og vinde lokale præmier, som fx vandreture i Thy, lokale øl eller noget andet lokalt.

Fra os i Thy rammer præcist

Livsstilsekspert Flemming Møldrup fra 'Kender du typen' siger: Jeg er ikke forundret over succesen. 'Fra os i Thy' rammer præcist den længsel, som er i os alle. En længsel efter den uspolerede og den rå natur, roen og fordybelse. Det søger vi efter i en hektisk hverdag.

Han oplever i disse år, at folk - ikke bare fra København - men alle i større byer søger tilbage til det naturlige, og Thy er indbegrebet af den storslåede naturoplevelse i Danmark. Her føler man, at man står på kanten af verden – det er stort.

Lysten til at vende tilbage til det naturlige ses på mange måder i disse år, fx er der mange, som dyrker vinterbadning, vandrer i naturen eller finder den indre ro gennem mindfulness.

Thy skal være autentisk

"Thy er en magnet og langtidsholdbar så længe, at det er autentisk. Det samarbejde og de aktører, som står bag julekalenderen, er et godt eksempel på, at man kan få stor succes, når forbrugerne oplever, at det er ægte og troværdigt," siger Flemming Møldrup.

Lene Alkemade, Senior Brand Manager fra Dragsbæk siger om julekalenderen, som er et af flere initiativer, hvor man i Thy er gået sammen i et markedsføringssamarbejde:

"Vi samarbejder med andre i Thy om julekalenderen. Det gør kampagnen bedre for vores kunder – præmierne bliver mere spændende og kampagneuniverset langt mere varieret og interessant på grund af de mange fotos af lokale hobbyfotografer. Der er noget i det for alle parter. Tror der er en ægthed over tingene, som værdsættes. Det er billeder fra Thy, og præmierne er lokale hele vejen igennem."

PRESSEMEDDELELSE
13.12.2016, Thisted

Interessen vokser

Og interessen for Thy vokser og vokser. "Thy, havet, rå natur, stilheden og roen er blevet moderne. Det har bl.a. Klitmøller – Cold Hawaii – bidraget til. Ikke bare i Danmark, men internationalt. Surfere mødes her, og det samme gør alle andre mennesker, der længes efter det naturlige og uspolerede," siger Michael Pilgaard, som på sin vej gennem klitterne kan støde på fx Flemming Møldrup og mange andre fra storbyerne, der har tabt deres hjerte til egnen.

Og julekalenderen – ja, man kan nå at være med endnu: Bakkedal.info

Yderligere oplysninger kan fås ved henvendelse til:

*Michael Pilgaard, marketingchef i Dragsbæk A/S, tlf.: 60 60 14 13, mail:
michael.pilgaard@dragsbaek.dk*

Foto: Bakkedal julekalenderen er en del af en stor kampagne op til jul, som er lavet i samarbejde med en række lokale producenter fra Thy. Om billedet i julekalenderen bliver deltagerne spurgt, om billedet skal navngives 'juleræs' eller 'julekø' i Thy. (Foto: Susanne Worm).

