



2012-10-17 09:00 CEST

Gröna Lund prisas bland världens nöjesparker

Det som började som ett litet familjeägt tivoli på Djurgården i Stockholm hyllas nu 129 år senare av den internationella nöjesparksbranschen. Gröna Lund har i år utsetts till den tredje bästa sjönära nöjesparken i världen och har tre topp 5-placeringar för världens bästa attraktioner.

När den internationella nöjesparkstidningen Amusement Today's läsare listar de bästa sjönära parkerna i hela världen, kommer Gröna Lund på en tredjeplats. Läsarna har dessutom röstat fram Lustiga Huset som den tredje bästa "Funhouse/Walk-through attraction". Det tyska nöjesparksmagasinet "Kirmes & Park Revue" delar årligen ut priset "European Star Award" och har i år röstat fram Twister på tredjeplatsen till "Europe's Wooden Coaster" och Blå Tåget fick en femteplats i kategorin "Europe's best attraction".

Gröna Lunds reklamfilm har även blivit nominerad till ett Brass Ring Award för bästa TV-reklam. Brass Ring Award är ett pris som delas ut av IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions) och är ett utav nöjesparksbranschens mest prestigefyllda priser. Prisutdelningen går av stapeln i november på den årliga IAAPA-tillställningen i Orlando, Florida.

Alla nomineringar och priser för Gröna Lund 2012

Signumpriset – SIGNUMPRISET® delas ut årligen på Varumärkesdagen och uppmärksammar och belönar det nordiska företag som bäst förvaltar och vårdar sina varumärken. Gröna Lund vann varumärkespriset.

Guldnyckeln – Reklampris för DR-kampanjer där Gröna Lund vann Guldnyckeln för kampanjen för 5-kampen.

European Star Award – Tyska tidningen "Kirmes & Park Revue" gav Twister en tredjeplats i kategorin Europe's Wooden Coaster.

European Star Award – Tyska tidningen "Kirmes & Park Revue" gav Blå Tåget en femteplats i kategorin Europe's Best Attraction.

Golden Ticket Award – Amerikanska tidningen Amusement Today's läsare röstade fram Gröna Lund till en tredjeplats i kategorin Best Seaside Park.

Golden Ticket Award – Amerikanska tidningen Amusement Today's läsare röstade fram Lustiga Huset till en tredjeplats i kategorin Best Funhouse/Walk-through Attraction.

Brass Ring Award – Gröna Lunds reklamfilm är finalist i kategorin Marketing Excellence – Television Commercial. Brass Ring Award delas ut av IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions).

TRIP Award – Gröna Lund är nominerade till priset för bäst nyttjande av marknadsföring och distribution. Priset delas ut av Rese- och Turistnäringsen.

För mer information kontakta Annika Troselius, Informationsansvarig på telefon 0708-580050 eller e-mail annika.troselius@gronalund.com. För pressbilder besök Gröna Lunds bildbank www.bilder.gronalund.com och klicka på "Pressbilder".

Gröna Lund är Sveriges äldsta tivoli och ingår i temaparkskoncernen Parks and Resorts Scandinavia AB tillsammans med Kolmården, Aquaria, Furuvik och Skara Sommarland. Tivolit har 30 attraktioner och sex restauranger samt ett varierat utbud av lotterier, 5-kampsspel och mat- och snackskiosker. Gröna Lund bjuder även på en mängd underhållning i form av konserter, dans, barnunderhållning mm. 2011 hade tivolit ca 1400 anställda under säsongen, över 1,4 miljoner besökare och omsatte drygt 450 miljoner kr, vilket gör tivolit till en av landets ledande besöksattraktioner.

Kontaktpersoner



Annika Troselius

Presskontakt

Informationschef

Press och information

annika.troselius@gronalund.com

010-708 91 50

0708-580050