



2014-10-27 09:00 CET

Gröna Lund skrämde slag på stockholmarna

Den 30 oktober avslöjar Gröna Lund vad som blir årets nyhet 2015. För att bygga nyfikenhet kring attraktionen utvecklade man tillsammans med reklambyrån Pool en levande utomhusannons som under en dag skrämde slag på intet ont anande stockholmare. Reaktionerna dokumenterades med dolda kameror och nu släpps en film på sociala medier som en teaser inför avslöjandet.

Idag släpptes en teaserfilm på sociala medier inför vad som blir Gröna Lunds nya attraktion säsongen 2015. Filmen visar hur Gröna Lund skrämmer slag på intet ont anande stockholmare, när de går förbi vad de tror är en vanlig

reklamskylt. Reklamskylten uppmanar betraktaren att scanna in skyltens QR-kod för att sedan få se Gröna Lunds nya attraktion i sin mobil. Vad de inte vet är att skylten inte är någon vanlig skylt, utan en elastisk duk där en varelse döljer sig bakom för att kasta sig ut och skrämmas. Se videon här:

<http://youtu.be/3ECpxfJ3Zy8>

– Det är både kul och viktigt att få bjuda på små ledtrådar inför ett avslöjande av en ny attraktion. I år ville vi göra något som väldigt få aktörer har vågat sig på i Sverige, ett scare prank. Och utan att avslöja för mycket passar dessutom idén mycket bra in på temat inför nästa års nyhet, säger Catrin Söderberg, reklamansvarig på Gröna Lund.

Filmen spelades in på torget vid Skärholmen Centrum den 14 oktober. Den 30 oktober avslöjar Gröna Lund vad som blir årets nyhet 2015.

Arbetsgrupp Idén kommer från reklam- och upplevelsebyrån Pool. STOPP har producerat filmen.

Catrin Söderberg, reklamansvarig Gröna Lund

Anders Claesén, marknadsassistent Gröna Lund (aktören bakom den elastiska duken)

Philip Arvidson, AD Pool

Björn Wigenius, Copy Pool

Eva Inde, projektledare Pool

Arvid Axland, strateg Pool

Igor Zimmerman, regissör STOPP

Anna Adamson, producent STOPP

För mer information om inspelningen av Gröna Lunds scare prank, kontakta Annika Troselius, Informationsansvarig på telefon 0708-580050 eller e-mail annika.troselius@gronalund.com eller Arvid Axland, strateg på Pool på telefon 070-4495219 eller e-mail arvid@pool.se.

Gröna Lund är Sveriges äldsta tivoli och ingår i temaparkskoncernen Parks and Resorts, Nordens ledande aktör inom upplevelseindustrin, 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. 2013 hade tivolit ca 1400 anställda

under säsongen, över 1,5 miljoner besökare och omsatte ca 500 miljoner kronor, vilket gör tivolit till en av landets ledande besöksattraktioner.