



2012-01-26 08:00 CET

Gröna Lund vinner nordiskt varumärkespris

Gröna Lunds Tivoli har idag utsetts till vinnare av det nordiska varumärkespriset Signumpriset på den årliga Varumärkesdagen i Stockholm. I motiveringen nämner juryn bland annat Gröna Lunds arbete med medarbetarna som spridare av varumärket och det tydliga grafiska manéret.

Sedan Gröna Lund slog upp sina portar för första gången 1883 har den nu 129-åriga nöjesparken sålt samma sak: upplevelser. Upplevelserna har givetvis varierat genom åren, men man har fortsatt växa och utvecklas genom 129 års medgång, motgång, världskrig och lågkonjunkturer. Idag är Gröna Lunds Tivoli en framgångsrik nöjespark som 2011 lockade 1,4 miljoner besökare och omsatte ca 450 miljoner kronor. Detta tack vare bland annat engagerade ägare och ett fokus på nöjesparkens gäster och medarbetare.

SIGNUMPRISET[®] uppmärksammar och belönar det nordiska företag som bäst förvaltar och vårdar sina varumärken. Gröna Lund vann priset i konkurrens med 10 andra starka varumärken; Blocket, Bring, Brämhults, Bukowskis, Ericsson, Mackmyra, Polarbröd, Poolia, Pågen och SEB.

– Jag känner mig otroligt stolt över att få ta emot det här priset. Som marknadschef är det min uppgift att förvalta det här varumärket men också att utveckla det och lotsa det genom nya tidsepoker. Tack vare engagerade ägare och passionerade medarbetare är det ett sant nöje att driva vårt varumärkesarbete. Ett arbete som även marknadschefer efter mig kommer att fortsätta med i minst 129 år till, säger Kicki Kollstedt, marknadschef på Gröna Lunds Tivoli.

Om SIGNUMPRISET

SIGNUMPRISET[®] uppmärksammar och belönar det nordiska företag som bäst förvaltar och vårdar sina varumärken. Priset sätter den långsiktiga

planeringen och värden av varumärket i centrum, snarare än enstaka lyckade kampanjer.

SIGNUMPRISET[®] har delats ut sedan 1995 i samband med arrangemanget Varumärkesdagen[®]. Priset är instiftat av Groth & Co, ett konsultföretag inom immaterialrätt och Nordens äldsta patent- och varumärkesbyrå.

Tidigare vinnare av priset är bland andra Marimekko, ICA, Absolut, Bang & Olufsen och Volvo.

För mer information kontakta Annika Troselius, informationsansvarig Gröna Lund på telefon 0708-580050 eller e-mail annika.troselius@gronalund.com. Eller Lena Fredriksson, marknadsassistent, Groth & Co, 070-651 34 44, lena.fredriksson@groth.eu eller läs mer på www.signumpriset.se.

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, Vildmarkshotellet, Furuvik, Skara Sommarland och Aquaria Vattenmuseum. 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