



2012-10-17 09:00 CEST

## Grönans reklamfilm kan vinna internationellt pris

**2012 var ett mellanår för Gröna Lund utan någon ny attraktion, men där reklamen ändå skulle skapa en längtan till tivolit. Resultatet blev en reklamfilm där en gammal man förvandlas till pojke genom att åka olika berg- och dalbanor. En film som nu kan vinna internationellt pris.**

Gröna Lunds reklamfilm "Upplev förvandlingen" har 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.

Reklamfilmen bygger på samma koncept som Gröna Lund använt sig av i flera år – Upplev förvandlingen. Filmen utspelar sig på Gröna Lund, där en gammal man i brun kavaj och fluga blir yngre och yngre för varje berg- och dalbana han åker. Filmen slutar med att han är en liten pojke, fortfarande iklädd brun kavaj och fluga. Pojken går återigen förbi spegeln, där spegelbilden visar hans riktiga, gamla jag.

Det är reklambyrån Pool tillsammans med Gröna Lunds marknadsavdelning som tagit fram idé och koncept till filmen. Filmen producerades av Flodell Film med Henrik Hedin som regissör. Prisutdelningen går av stapeln i november på den årliga IAAPA-tillställningen i Orlando, Florida.

– Det var helt rätt koncept för oss i år och den här filmen känns verkligen i magen. Ett besök på Gröna Lund kan verkligen förvandla stora som små, säger Anna Selqvist Gröna Lunds marknadskoordinator och projektledare för filmen.

– Det är superkul att reklamen uppmärksammas internationellt. Det är ju inga dåliga upplevelseaktörer vi jämförs med. Framgången är att vi satt människans upplevelse i fokus och byggt en story som många kan känna igen sig i. Tydligt även i USA, säger Arvid Axland, grundare av reklambyrån Pool.

### **Arbetsgrupp på Pool**

Baris Berktan (Art Director), Jenny Åberg Hüttner (Copywriter), Lisen Stålberg-Olmert (Projektledare), Arvid Axland (Strateg), Kristin Sköldebäck (produktionsledare).

### **Arbetsgrupp på Gröna Lund**

Projektledare: Anna Selqvist, marknadskoordinator

Uppdragsgivare: Kicki Kollstedt, marknadschef

För mer information kontakta Annika Troselius, Informationsansvarig på telefon 0708-580050 eller e-mail [annika.troselius@gronalund.com](mailto:annika.troselius@gronalund.com). För pressbilder besök Gröna Lunds bildbank [www.bilder.gronalund.com](http://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](mailto:annika.troselius@gronalund.com)

010-708 91 50

0708-580050