



2012-11-15 15:20 CET

Grönans reklamfilm vann internationellt pris

Sent igår, svensk tid, kammade Gröna Lunds reklamfilm hem förstapriset i en internationell tävling för nöjesparker.

Gröna Lunds reklamfilm "Upplev förvandlingen" vann sent igår 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.

– Det är jättekul att vår lilla film fått sådan uppmärksamhet och bekräftelse. De flesta som vinner är ju amerikanska nöjesparker och deras storslagna

reklamfilmer. Jag tror att vi stack ut med den genuina känsla som filmen har och att vi satte fingret på vad som verkligen händer när man åker berg- och dalbana, den inre förvandlingen, säger Kicki Kollstedt Gröna Lunds marknadschef.

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 gick av stapeln i går kväll svensk tid, på den årliga IAAPA-tillställningen i Orlando, Florida.

Arbetsgrupp på Pool

Baris Berktan (Art Director), Jenny Åberg Hüttner (Copywriter), Lisen Stålberg-Olmert (Projektledare), Arvid Axland (Strateg), Kristin Sköldebäck (produktionsledare), Henrik Hedin (regissör från Flodell Film).

Arbetsgrupp på Gröna Lund

Uppdragsgivare: Kicki Kollstedt, marknadschef

Projektledare: Anna Selqvist, marknadskoordinator

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