

ÄVEN FÖR FEGISAR!



2023-04-03 10:00 CEST

Joel Kinnaman som feg actionhjärte i Gröna Lunds nya reklamfilm

Gröna Lund – även för fegisar. Så lyder Gröna Lunds nya reklamkampanj som går live idag med Hollywoodstjärnan och actionhjälten Joel Kinnaman i huvudrollen. Filmen leker med stereotypen av den traditionella actionhjälten, där det blir tydligt att modiga karaktärer på film inte alltid behöver vara modiga i verkligheten. Och att det är ok att vara en fegis.

Idag är det premiär för Gröna Lunds årliga reklamkampanj, där konceptet

”Även för fegisar” leker med stereotypen av vilka vi förväntar oss ska vara modiga. Gröna Lund erbjuder massor av upplevelser och känslor, men det som många kanske kopplar ihop oss allra mest med är ”action”, allt ifrån höga höjder och fria fall till snabba åk och snurr. Vem skulle då inte vara bättre som ansiktet utåt än en äkta actionhjärte från Hollywood. Dessutom en actionhjärte som älskade Gröna Lund som barn, Joel Kinnaman. Under inspelningen av reklamfilmen visade det sig dock att livet på andra sidan Atlanten har förändrat saker. Allt är inte som det verkar, modiga actionhjärtar har ”body doubles” och är inte alls så oövervinnerliga som man kan tro. Men för oss på Grönan gör det inget.

– Vi har funnits i 140 år för stora som små, gamla som unga, modiga som fegisar. Alla har vi den där kompisen eller släktingen som hellre äter sockervadd eller spelar spel än att åka Fritt Fall eller Monster. Och de är i gott sällskap. Även den tuffaste actionhjälten från Hollywood kan vara en fegis ibland, och det är ok. Gröna Lund är helt enkelt minst lika mycket en plats ”även för fegisar”. I år har vi till och med tagit fram en entrébiljett för fegisar, Ticket-to-Play, där obegränsat med spel ingår istället för åk, säger Sebastian Delefors, marknadschef på Gröna Lund.

– Även om jag spelar en nidroll av den typiska Hollywood-actionhjälten i filmen var jag nervös på riktigt. Ikaros på Gröna Lund är bland det värsta jag någonsin gjort, så det är ingen skam att istället nöja sig med några varv i Flygande Elefanterna istället. På det sättet är jag helt klart hellre en fegis, säger Joel Kinnaman.

Reklamkampanjen startar den 3 april och består av en längre film på 1 min och 55 sek samt fyra kortare versioner på 15-30 sekunder. Filmen kommer att visas på bio samt i digitala kanaler som Facebook, TikTok, Snapchat, Instagram och YouTube. För att stärka upp de digitala kampanjerna tas även en stillbild fram för OOH i närområdet.

För att se reklamfilmen besök: <https://youtu.be/SsD69GojpeE>

Beställare/Creative

Vice vd och chef för kommersiell utveckling: Joanna Hammar (Parks and Resorts)

Marknadschef: Sebastian Delefors (Gröna Lund)

CD: Navid Safiyari (Parks and Resorts)

Film

Produktionsbolag: FLX

Regissör: Linda Callenholt

DoP: Linus Eklund

Exekutiv producent: Therese Pettersson

Exekutiv producent: Johan Gabous

Producent: Frida Heder

Offline/ Online: Adam Casselbrant

Grade: Sander van Wijk

Ljudläggning: Calle Wachtmeister

Stillbild: Golden Retriever

Mediebyrå

The Amazing Society

Gröna Lund är Sveriges äldsta tivoli och ingår i temaparkskoncernen Parks and Resorts, Nordens ledande aktör inom upplevelseindustrin, tillsammans med Kolmården, 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 och barnunderhållning. Tivolit sysselsätter ca 1500 säsongsanställda och är en av landets ledande besöksattraktioner.

Kontaktpersoner



Annika Troselius

Presskontakt

Informationschef

Press och information

annika.troselius@gronalund.com

010-708 91 50

0708-580050