



2014-11-04 10:00 CET

Kolmården och Skara Sommarland kan vinna internationellt reklampris

Två av Parks and Resorts upplevelseparker, Skara Sommarland och Kolmården, har uppmärksammats internationellt för sin tv-reklam. Parkerna har nominerats i varsin kategori i den prestigefyllda tävlingen [IAAPA Brass Ring Awards](#), Marketing Excellence. Vinnarna tillkännages under en prisutdelning i Orlando, Florida den 19 november.

Skara Sommarlands och Kolmårdens reklamfilmer har nominerats till en Brass Ring Award, en av nöjesparksbranschens mest prestigefyllda tävlingar. IAAPA Brass Ring Awards arrangeras av branschorganisationen IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions) som representerar medlemmar i 97 länder.

Skara Sommarland tävlar i sin kategori mot Luna Park i Sydney, Australien samt Pacific National Exhibition i Vancouver, Kanada. Skara Sommarlands [bidrag](#) skildrar några av upplevelserna i parken, specifikt de tre senaste tillskotten i vattenparken som är Skandinavien största: Cobra, Big Drop och Racer. Cobra invigdes 2014, året då Skara Sommarland firade sitt 30-årsjubileum.

– Det är fantastiskt kul att filmen har fått ett internationellt erkännande. Den lyckas förmedla känslor som alla kan relatera till oavsett ålder och nationalitet: gemenskap, glädje och skräckblandad förtjusning. Nu håller vi tummarna inför prisutdelningen den 19 november, säger Linda Rönquist, t.f. marknadschef på Skara Sommarland.

Även Kolmården har nominerats till en Brass Ring Award för bästa tv-reklam. Kolmården tävlar i sin kategori mot andra djurparker, medtävlanden utgörs av Minnesota Zoo i Apple Valley, USA samt Utah's Hogle Zoo, Salt Lake City, USA. Kolmården, som verkar för en vildare värld genom bevarandearbete och utbildning, lockar till besök genom att skildra flera upplevelser i djurparken. Tre starka besöksanledningar lyfts fram i reklamfilmen "[En Vildare Värld](#)": delfinföreställningen Life, Tiger World och Safari.

– Jag är oerhört stolt över att vi uppmärksammas i ett internationellt sammanhang. Jag tycker att filmproduktionen lyckades förmedla en härlig känsla av vårt utbud och vårt kundlöfte om att Kolmården är en upplevelse i världsklass, säger Mattias Zingmark, Kolmårdens marknadschef.

Prisutdelningen går av stapeln den 19 november på den årliga IAAPA-mässan i Orlando, Florida. Reklambyrån Söder har tillsammans med respektive parks marknadsavdelning arbetat ut idé och koncept till filmerna. Effektfabriken stod för produktionen i Kolmårdens fall, Ligistfilm i Skara Sommarlands.

För mer information kontakta Mattias Zingmark, marknadschef Kolmården eller Linda Rönquist, t.f. marknadschef Skara Sommarland.

Kontakt

Mattias Zingmark, tfn: 010-708 75 39, email:

mattias.zingmark@kolmarden.com

Linda Rönquist, tfn: 010-708 8001, email: linda.ronquist@sommarland.se

Parks and Resorts är Nordens ledande aktör inom upplevelseindustrin. I gruppen ingår några av

Sveriges mest populära resmål; Gröna Lund, Kolmården, Aquaria, Furuvik och Skara Sommarland. Utöver att leverera skratt och upplevelser till ca 3 miljoner besökare årligen, driver Parks and Resorts en rad olika forsknings- och bevarandeprojekt för utrotningshotade arters fortlevnad. Sedan 2012 har koncernen en egen serviceakademi där ca 2 200 säsongsanställda utbildas i service och gästmöte. 2013 omsatte Parks and Resorts ca 980 miljoner SEK.

Kontaktpersoner



Annika Troselius

Presskontakt

Informationschef Parks and Resorts

annika.troselius@parksandresorts.com

0708580050