

2019-04-08 08:00 CEST

Sagodjur driver årets kampanjer för Gröna Lund och Kolmården

Idag inleds huvudkampanjerna för två av Sveriges största besöksmål, Gröna Lund och Kolmården. Kampanjerna fokuserar i år på respektive parks nya åkattraktioner, som båda är tematiserade efter två olika sagodjur; Snake för Gröna Lund och Mini-Hopp för Kolmården. Även i år utesluts TV som kanalval helt, till fördel för digitala kanaler, OOH och bio.

Snart slår nöjesparkerna upp sina grindar och idag är det premiär för de två huvudkampanjerna för Kolmården och Gröna Lund, som båda ingår i nöjesparkskoncernen Parks and Resorts. Kampanjerna fokuserar på parkernas två nya åkattraktioner. Kolmården introducerar en ny karaktär i Bamses Värld, Lille Skutts energiske son Mini-Hopp, som ger namn till en ny skuttig attraktion. Gröna Lunds nya attraktion, som bara kommer att finnas under säsongen 2019, heter Snake och är en av tivolits mest intensiva åkattraktioner någonsin. Målgruppen för Kolmårdens Mini-Hopp-kampanj är familjer med yngre barn medan Gröna Lunds kampanj siktar på en bredare målgrupp och inkluderar både barnfamiljer, ungdomar och unga vuxna.

Förra året var första gången man helt valde bort TV som kanalval, en strategi som man även fortsätter med i år. Istället läggs tyngdpunkten på de digitala kanalerna som Facebook, Snapchat, Instagram och YouTube. För att stärka upp de digitala kampanjerna kommer både Kolmården och Gröna Lund att använda OOH i sina närområden med Adshels och båda kampanjerna kommer även att synas på bussbaksidor i Stockholms innerstad. Reklamfilmerna kommer också att visas på bio innan målgruppsanpassade filmer.

– Vi når våra målgrupper på ett exaktare och mer kostnadseffektivt sätt via våra digitala kampanjer, där vi även kan fokusera på konvertering i ett andra skede. Utomhus och bio är bra komplement för att bygga top-of-mind inför

parkernas premiärer, säger Joanna Hammar, marknadsdirektör på Parks and Resorts, vars centrala marknadsavdelning ansvarar för kampanjerna för respektive park i koncernen.

Se Gröna Lunds reklamfilm här: <https://youtu.be/0-rYXRb2xa0>

Se Kolmårdens reklamfilm här: <https://youtu.be/X1qjbCUNLLI>

För mer information kontakta Annika Troselius, Informationschef på telefon 0708-580050 eller e-mail annika.troselius@parksandresorts.com. För pressbilder besök vår bildbank bilder.parksandresorts.com.

ARBETSGRUPP FÖR KOLMÅRDENS HUVUDKAMPANJ "MINI-HOPP"

Beställare/Creative

Marknadsdirektör: Joanna Hammar (Parks and Resorts)

Brand manager: Sebastian Delefors (Parks and Resorts)

CD: Navid Safiyari (Parks and Resorts)

AD: Robert Lövgren (Parks and Resorts)

Produktionsledare: Johanna Törnblom (Parks and Resorts)

Film

Lavette Film

Producent/Manus: Per von Koch

Regi/Manus: Sebastian Lindblad

Grade/VFX: Johannes Öjring

3D: Per Jonsson (Fiffigt)

Musik: Gustaf Spetz

Ljudmix: Seamus Deivert

Stillbild

Fotograf/CGI: Sven Prim

Mediebyrå

The Amazing Society

ARBETSGRUPP FÖR GRÖNA LUNDS HUVUDKAMPANJ "SNAKE"

Beställare/Creative

Marknadsdirektör: Joanna Hammar (Parks and Resorts)
Brand manager: Sebastian Delefors (Parks and Resorts)
CD: Navid Safiyari (Parks and Resorts)
AD: Patrik Buch (Parks and Resorts)
Produktionsledare: Johanna Törnblom (Parks and Resorts)

Film

Syndicate Entertainment
Director/DoP/Editor/Creative Lead: Björn Benckert
Director/Executive producer:
Anetka Benckert
VFX: Mattias Malmer, Robert Westman
Musik: Alec Eklöv (ImALec)
Ljudmix: Anton Ahlberg (Red Pipe)

Stillbild

Syndicate Entertainment
Fotograf: Björn Benckert
3D/post produktion: Mattias Malmer, Robert Westman
Director/Executive producer: Anetka Benckert

Mediebyrå

The Amazing Society

Parks and Resorts är Nordens ledande aktör inom upplevelseindustrin. I gruppen ingår några av Sveriges mest populära resmål; Gröna Lund, Kolmården, 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 alla säsongsanställda utbildas i service och gästmöte. 2018 omsatte Parks and Resorts drygt 1,3 mdr SEK.

Kontaktpersoner



Annika Troselius

Presskontakt

Informationschef Parks and Resorts

annika.troselius@parksandresorts.com

0708580050