



Pressmeddelande 2019-05-07

RADIOBILARNA ÄR FOKUS I ÅRETS REKLAMKAMPANJ FÖR FURUVIK

Idag inleds årets reklamkampanj för Furuvik, som slår upp sina portar för säsongen den 18 maj. Kampanjen fokuserar i år på parkens nya åkattraktion Radiobilarna som kommer tillbaka i en helt ny färgsprakande tappning. Även i år utesluts TV som kanalval helt, till fördel för digitala kanaler och OOH.

Den 18 maj slår Furuvik upp sina grindar, men redan idag är det premiär för årets reklamkampanj som fokuserar på parkens nya åkattraktion Radiobilarna. Målgruppen för årets reklamkampanj är främst barnfamiljer, med syfte att locka fler besökare från närområdet men även tillresta besökare.

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 Furuvik att använda OOH med Adshells i yttre närområde samt i närområde och kampanjen kommer även att synas på bussbaksidor i Gävle.

– 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 är bra komplement för att bygga top-of-mind inför Furuviks premiär både för tillresta gäster och gäster från närområdet, säger Frida Larsson, brand manager för Furuvik.

Se Furuviks reklamfilm här: <https://www.youtube.com/watch?v=y9icXzjDQms>



För mer information kontakta Nina Tano, VD på Furuvik på telefon 010-708 79 18 eller e-mail nina.tano@furuvik.se. För pressbilder besök vår Bildbank bilder.parksandresorts.com/furuvik

Furuvik är en kombinationspark med djurpark, tivoli, badland och konsertarena, naturskönt belägen vid havet ca 1 mil söder om Gävle. Furuvik öppnade redan 1900. Sedan 2008 återfinns Nordens enda primatforskningsstation i parken. Furuvik är medlem i Svenska Djurparksföreningen samt den europeiska branschorganisationen EAZA. En av parkens viktigaste uppgifter är att sprida kunskap om djur och natur. 2018 hade Furuvik totalt ca 350 anställda under säsong och gästades av drygt 340 000 besökare. Furuvik är sedan 2010 en del av Parks and Resorts, Nordens ledande aktör inom upplevelseindustrin. I gruppen ingår några av Sveriges mest populära resmål; Gröna Lund, Kolmården, Furuvik och Skara Sommarland.

ARBETSGRUPP FÖR FURUVIKS HUVUDKAMPANJ "RADIOBILARNA"

Beställare/Creative

Marknadsdirektör: Joanna Hammar
(Parks and Resorts)

Brand manager: Frida Larsson (Parks and Resorts)

CD: Navid Safiyari (Parks and Resorts)

AD: Robert Lövgren (Parks and Resorts)

Produktionsledare: Johanna Törnblom
(Parks and Resorts)

Film & Stillbild

Lavette Film

Producent: Per von Koch

Regi/Manus: Sebastian Lindblad

Grade/VFX: Johannes Öjring

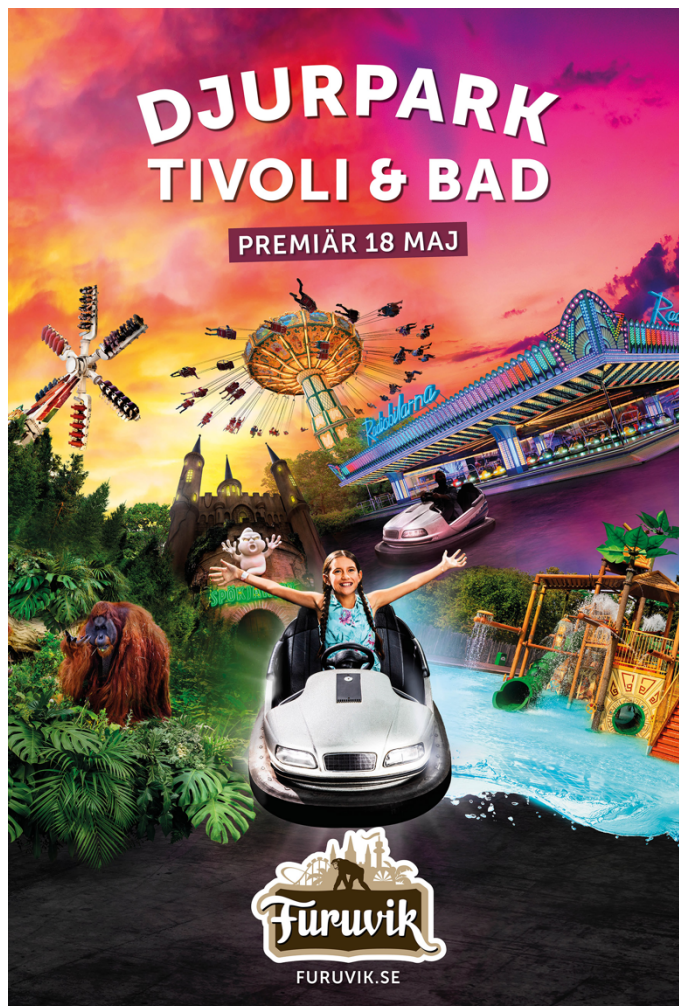
VFX: Jacob Danell

3D: Per Jonsson (Fiffigt)

Ljudmix: Seamus Deivert

Mediebyrå

The Amazing Society



Furuvik är en kombinationspark med djurpark, tivoli, badland och konsertarena, naturskönt belägen vid havet ca 1 mil söder om Gävle. Furuvik öppnade redan 1900. Sedan 2008 återfinns Nordens enda primatforskningsstation i parken. Furuvik är medlem i Svenska Djurparksföreningen samt den europeiska branschorganisationen EAZA. En av parkens viktigaste uppgifter är att sprida kunskap om djur och natur. 2018 hade Furuvik totalt ca 350 anställda under säsong och gästades av drygt 340 000 besökare. Furuvik är sedan 2010 en del av Parks and Resorts, Nordens ledande aktör inom upplevelseindustrin. I gruppen ingår några av Sveriges mest populära resmål; Gröna Lund, Kolmården, Furuvik och Skara Sommarland.