

## FAMILJ SLÄPPER TYGLARNA I GRÖNANS NYA REKLAMFILM

Imorgon släpps Gröna Lunds reklamfilm på nätet och måndagen den 18 april har den premiär i TV4. Filmen, som är den första kampanjen för nya marknadschefen Joanna Hammar, visar en familj som släpper tyglarna på Gröna Lund på ett lite annorlunda sätt.



Årets kampanj för Gröna Lunds säsongsöppning kallas för "Släpp tyglarna" och syftar till att man inte ska vara så strukturerad och ordningsam eller följa invanda mönster och rutiner hela tiden i vardagen. Varför inte ta barnen till Gröna Lund en vanlig torsdag efter jobbet, istället för att åka hem och laga fiskpinnar och se på TV? I reklamfilmen låter man detta visualiseras av en pappa, till hälften häst, till hälften människa, som faktiskt "släpper tyglarna" med sin familj på Gröna Lund.

– Vi är ett tivoli, en fantasivärld. När våra gäster kliver in genom våra grindar ska de glömma vardagens bekymmer och bara ha roligt. Det ska även reflekteras i vår marknadsföring och det var det vi ville förmedla med vår reklamfilm. På Gröna Lund kan allting hända! Upp blir ner och ner blir upp, gammal blir ung, modig blir rädd och svag blir stark. Här träffar man clowner, spöken och ja, varför inte kentaureer? Alla är vi ju faktiskt till hälften en kentaur, säger Joanna Hammar, marknadschef på Gröna Lund.

Utöver TV-reklamen kommer kampanjen även att synas digitalt, i sociala medier och OOH.

För mer information kontakta Annika Troselius, Informationsansvarig på telefon 0708-580050 eller e-mail [annika.troselius@gronalund.com](mailto:annika.troselius@gronalund.com). För pressbilder besök Gröna Lunds bildbank [www.bilder.gronalund.com](http://www.bilder.gronalund.com)

---

*Gröna Lund är Sveriges äldsta tivoli och ingår i temaparkskoncernen Parks and Resorts, Nordens ledande aktör inom upplevelseindustrin, 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. 2015 hade tivolit ca 1300 anställda under säsongen och över 1,4 miljoner besökare, vilket gör tivolit till en av landets ledande besöksattraktioner.*

# PROJEKTGRUPP

Marknadschef: Joanna Hammar (Gröna Lund)  
CD/Copy: Navid Safiyari (Gröna Lund)  
AD: PJ Lindqvist (Pool), Emma Höglund (Gröna Lund)

## **Adamsky Production**

Account manager: Alexander Aaseby  
Executive producer: Karolina Smedberg  
Agency producer: Viktor Araskog

## **Hobbyfilm**

Director: Magnus Renfors  
Producent: Anna Bergström  
Produktions ledare: Stefan Henriksson  
DOP: Christian Haag  
Offline: Simon Pontén  
Grading: Ola Bäckman  
Online: Love Fagerstedt

## **Stillbild**

Fotograf - Bisse Bengtsson  
Producent - Ulrika Brotaeus

---

*Gröna Lund är Sveriges äldsta tivoli och ingår i temaparkskoncernen Parks and Resorts, Nordens ledande aktör inom upplevelseindustrin, 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. 2015 hade tivolit ca 1300 anställda under säsongen och över 1,4 miljoner besökare, vilket gör tivolit till en av landets ledande besöksattraktioner.*