

Pressmeddelande 2015-04-29

GRÖNA LUND SATSAR STORT PÅ MUSIK UTANFÖR SCENERNA

**Som den första nöjesparken i världen har nu Gröna Lund tecknat ett samarbetsavtal med Soundtrack Your Brand och tjänsten Spotify Enterprise. Samarbetet innebär helt nya möjligheter att spela och skräddarsy musik på tivolits olika områden, på restaurangerna och i attraktionerna.**

När Gröna Lund slog upp sina portar den 25 april strömmade musiken ut från parken – bokstavligen. Som första nöjespark i världen har Gröna Lund inlett ett strategiskt samarbete med Soundtrack Your Brand kring tjänsten Spotify Enterprise. Samarbetet innebär att man nu via deras tjänst har möjlighet att spela över 30 miljoner låtar på tivolits olika områden, restauranger och attraktioner.

– Gröna Lund har sedan tidigare haft en dialog med Spotify gällande ett större samarbete, och i och med den nya tjänsten Spotify Enterprise via Soundtrack Your Brand, är detta nu verklighet, berättar Anders Claesén, projektledare på Gröna Lunds marknadsavdelning.

För att möta den växande efterfrågan från företagsmarknaden startades Soundtrack Your Brand, ett bolag som utvecklar och marknadsför tjänsten Spotify Enterprise, som gör det möjligt för företag att streama musik i offentliga miljöer. Tack vare det redan existerande samarbetet blev Gröna Lund bland de första företagen i Sverige och den första nöjesparken i världen att använda tjänsten. Utifrån Gröna Lunds musikstrategi har nu olika spellistor tagits fram för de olika områdena på tivolit.

– Det handlar om att få kontroll över musiken och jobba aktivt med den. Vi kan bestämma vilken musik som spelas var och vid vilken tidpunkt. Marknadsavdelningen ansvarar för innehållet, då musikfrågan i allra högsta grad är en varumärkesfråga. Det blir ett nytt uppdrag för oss som är mycket spännande. Helt plötsligt får vi ta ställning till hur Gröna Lund ska låta, säger Anders Claesén.

**Pop-Expressen får nytt liv där gästerna kan påverka låtvalen**
I samband med detta kommer också Pop-Expressen, som fram till förra året haft musik på en CD-växlare, att få en efterlängtad musikinjektion via Spotify Enterprise. Attraktionen får en egen Spotify-lista och på skärmar i köfållan kommer man se vilka låtar som spelas.

– Vi kommer att uppmana våra gäster att följa oss på Spotify och därigenom vara med och påverka vilken låt som spelas. Brandingen kring attraktionen förnyades också tack vare Spotify och hela Pop-Expressen har fått en nattklubbs- och dansgolvskänsla, säger Anders Claesén.

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

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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. 2014 hade tivolit ca 1400 anställda under säsongen och över 1,3 miljoner besökare, vilket gör tivolit till en av landets ledande besöksattraktioner.