

2013-12-02 06:00 CET

SkiStar AB: SkiStars gäster lockar samarbetspartners

Mängder av skidsugna gäster lockar stora företag att sprida sitt budskap i fjällvärlden. Och färsk forskning visar att företagets budskap uppmärksammas i hög grad av gästerna. Till kommande vinter blir ICA och Arla huvudsponsorer till skidskolornas verksamhet i Sälen, Åre och Vemdalen. Ett samarbete som ytterligare kommer att stärka gästens vintersemester positivt.

Gäster på SkiStars destinationer är en attraktiv målgrupp för företag som vill synas och aktivera sig i den svenska fjällvärlden. En ny mätning genomförd av Rubin Research* visar att erinran av varumärken från partnersamarbeten är hög under en fjällsemester. Till exempel kunde hela 72 procent erinra sig Audi som ett företag som hade reklam i Åre under vintern. Undersökningen visar också att interaktiva aktiveringar ger hög uppmärksamhet. Några exempel på bra partneraktiveringar som genomfördes förra vintern är TryggHansas säkerhetstest, Audis ski race och Telenors speedski arena.

- De aktiveringar som görs tillsammans med samarbetspartners på våra resmål ska stärka den positiva semesterupplevelsen för gästen. Gästen är alltid i fokus när vi tillsammans med partners diskuterar olika sätt att synas, det gynnas både vi och våra partners av. Vi satsar därför mycket på partneraktiveringar där gästen själv kan delta, säger Maria Andrén, partneransvarig SkiStar AB.

- Det faktum att målgruppen är lediga och utövar sin passion och sitt intresse gör att de är positivt inställda och mer mottagliga till budskapen de får under fjällvistelsen. Detta i kombination med att reklamen tillför upplevelsevärden till vistelsen tror jag är bidragande till den höga erinran som reklambudskapen från företagen får. Bäst genomslag får reklam på liftar och stortavlor. Men även reklam i TV Åre och interaktiva aktiveringar i backarna når i hög grad ut, säger Fredrik Rubin, Rubin Research.

Det senaste i raden av företagssamarbeten är ICA och Arla som i vinter blir huvudsponsorer av Skidskolan i Sälen, Åre och Vemdalen.

- Det här är ett samarbete som främjar en aktiv och hälsosam livsstil vilket är viktigt för SkiStar, ICA och Arla att förmedla. För ICA och Arlas del innebär samarbetet en klockren ingång till den aktiva familjen och för skidskolans deltagare ger samarbetet ett mervärde till en redan positiv upplevelse, säger Maria Andrén.

Till denna vinter har SkiStar för första gången inhouse producerat ett inspirationsmagasin som distribueras till dryga 260,000 hushåll i Sverige, Norge och Danmark. I magasinet Älska Snö presenteras resmålen Sälen, Åre, Vemdalen, Hemsedal och Trysil tillsammans med intressanta tips, nyheter och artiklar. I och med detta har befintliga och nya partners getts helt nya annonsmöjligheter.

*Rubin Research marknadsundersökning genomförd i Sälen, Åre och Vemdalen vecka 9 och 10, 2013.

För ytterligare information:

Maria Andrén, partneransvarig SkiStar AB

Mobil: +46 72 532 05 26

E-post: maria.andren@skistar.com

Linda Wasell, PR & pressansvarig SkiStar AB

Mobil: +46 70 674 74 74

E-post: linda.wasell@skistar.com

Kort om SkiStar:

[SkiStar AB \(publ\)](#), vars B-aktier är noterade på Nasdaq OMX Mid Cap Stockholm, äger och driver skidanläggningar på alpindestinationerna [Sälen](#), [Åre](#) och [Vemdalen](#) i Sverige samt [Hemsedal](#) och [Trysil](#) i Norge samt [Hammarbybacken](#) i Stockholm. Marknadsandelen är i Sverige 50 %, i Norge 29 % och totalt i Skandinavien 41 %. Kärnverksamheten är alpin skidåkning med gästens skidupplevelse i centrum. Övriga verksamheter är logiförmedling, skidskola och skiduthyrning.

Kontaktpersoner



Åsa Bergendorf

Presskontakt

press@skistar.com

+46 76 765 09 65