

PRESSMEDDELANDE 2012-02-28

Dubbel succé för Vattenfalls app King of the Slope

Vattenfalls egen app för skidåkare, King of the Slope, har laddats ned över 72 000 gånger och är nominerad till Gyllene hjulet som den mest kreativa appen.

- King of the Slope har spridit sig som en löpeld bland skidåkare vilket är helt unikt och målet på 50 000 nedladdningar har överträffats rejält och än är säsongen inte slut. Vi är också stolta över nomineringen till ett kreativt marknadsföringspris, säger Linus Almqvist, chef för varumärkesstrategi och sponsring på Vattenfall.

Hittills har drygt 72 000 laddat ned appen. King of the Slope är tekniskt avancerad och är utvecklad för att tilltala tävlingsinriktade skidåkare och det har visat sig att de gärna tillbringar flera timmar med den.

Vattenfall sponsrar både det svenska och det internationella skidförbundet och skidåkning finns i företagets gener. Dessutom vill Vattenfall skapa mötesplatser och appen engagerar människor.

Det som lockar mest är den öppna tävlingen som varje dag får en vinnare - King of the Slope - i hundratals backar över hela världen.

- Vi har lyckats ta fram en app som ingen annan riktigt har tänkt på. Många hör av sig med glada kommentarer om att de länge väntat på något sådant här. Vi ser att den fört människor samman och att de har kul, säger Linus Almqvist.

Läs mer om King of the Slope och nomineringen här:

www.vattenfall.se/kingoftheslope

<http://www.gyllenehjulet.se/nomineringar/2012/kingoftheslope>

För mer information, kontakta:

Linus Almqvist, chef för varumärkesstrategi och sponsring, 070-390 00 55

Lämnat av Vattenfalls Pressavdelning, telefon: 08-739 50 10, press@vattenfall.com