



Grundande VD lämnar över ett framgångsrikt ABBA The Museum. Ingmarie Halling blir museichef.

Mattias Hansson fick för tre år sedan konsultuppdraget att dra upp riktlinjerna för det nya konceptet och leda arbetet med att bygga, starta samt marknadsföra det som kom att bli ABBA The Museum på Djurgården i Stockholm. Snart två år efter öppning är succén ett faktum. Och nu tar en ny huvudägare över driften. Fas två inleds. POP HOUSE SWEDEN, som sedan tidigare äger fastigheten på Djurgårdsvägen och driver hotellet och restaurangen tar nu även över driften av ABBA The Museum. Museichef blir museets curator, Ingmarie Halling.

ABBA The Museum har haft över 600.000 besökare från hela världen och museet har på kort tid blivit en av Skandinavians mest omtalade och uppskattade turistdestinationer.

Trots att ABBA tillhör ett av världens mest välkända pop-varumärken krävs mycket hårt arbete för att fylla det med ständigt nya vinklingar och nytt innehåll så att besökarna väljer att gå till just, det hyperinteraktiva, ABBA The Museum.

-- Mattias har varit en nyckelperson under skapandet av museet. Utan hans kreativa förmåga hade det inte sett ut som det gör idag", säger Björn Ulvaeus som i nära samarbete med Hansson lett arbetet med att etablera museet.

När adressen Djurgårdsvägen 68 nu blir POP HOUSE SWEDEN med aktieägarna Conni Jonsson, Björn Ulvaeus och Pelle Lindberg, kommer bolagsstrukturen att förändras. POP HOUSE innehåller tre verksamheter; hotell, restaurang och museum, där ABBA The Museum är den stora publikmagneten.

Pelle Lindberg är vd för POP HOUSE SWEDEN, Ingmarie Halling blir museichef och Mattias Axengard tar uppdraget som hotellchef på POP HOUSE HOTEL. Catarina Falkenhav blir sälj- och marknadschef för POP HOUSE SWEDEN med säljansvar för husets hela utbud; museum, hotell och restaurang.

-- Det känns otroligt spännande att få uppdraget som museichef för ett av Stockholms kanske Sveriges mest populära resmål. Jag har ju jobbat med museet i flera år och till och med turnerat med utställningen så nu blir utmaningen att bibehålla våra höga fina besökssiffror och få våra besökare att besöka oss flera gånger, säger Ingmarie Halling och fortsätter; Mattias har gjort ett fantastiskt

ABBATHEMUSEUM.COM

MAIN SPONSORS



SPONSORS



SUPPLIERS



SUPPLIERS



MEDIAPARTNERS



Aller media



JCDecaux

A PART OF



ABBA[®] THE MUSEUM



Photo by Michael Ochs Archives/Getty Images

arbete och både affärsmässigt och kreativt, det är bara att gratulera nästa gång som lyckas få honom ombord, säger Ingmarie Halling.

-- Nu har jag gjort min del. Den konsultande VD-rollen försvinner. Tre års hårt arbete med världens bästa medarbetare har gett ett strålande resultat - och besökarna stormtrivs! Nio av tio vill återkomma och berättar gärna för andra om sitt besök. Jag är stolt att kunna lämna över en succé och det känns bra, säger Mattias.

-- Vi fortsätter förädla mot visionen om ett Musikens Hus och skapar ett vallfärds mål för alla som vill uppleva svensk popmusik. Vi kommer bland annat utveckla pedagogiska erbjudanden för skolor och utbildningar, ett arbete som Mattias Hansson fortsatt är ansvarig för, avslutar Björn Ulvaeus.

MER INFORMATION

POP HOUSE SWEDEN

Pelle Lindberg

C: +46-70-694 40 20

E: pelle@pophouse.se

ABBA The Museum

Catarina Falkenhav

C: +46-733-60 31 17

E: catarina@abbathemuseum.com

ABBATHEMUSEUM.COM

MAIN SPONSORS



SPONSORS



SUPPLIERS



SUPPLIERS



MEDIAPARTNERS



Aller media



JCDecaux

A PART OF

