ABBA THE MUSEUM

Photo by Michael Ochs Archives/Getty Images

ABBA THE MUSEUM FIRAR SIN 500 000:e BESÖKARE

ABBA The Museum och Swedish Music Hall of Fame välkomnar idag sin 500 000:e besökare sedan öppning maj 2013. Museet blev även valt av utländska researrangörer i TRIP Global Award som en av top tre destinationer i Sverige. Med dessa siffror slår museet sina besöksmål med råge. Och besökarna fortsätter komma – från hela världen.

Idag torsdag den 18 september välkomnades den halvmiljonte besökaren på ABBA The Museum. Den lyckliga besökaren blev Laurence Siby, 38 år, från Frankrike som fick ta emot det stora gratulationskortet från museets ledning och en unik golden ticket som berättigar henne till fria besök på museet - livet ut. Laurence är på besök i Stockholm tillsammans med sin familj; man och två barn (10 år och 13 år).

"Det här är inte klokt! Det här måste vara min lyckliga dag! Det blir många besök framöver!" säger Laurence Siby.

På förfrågan vilken låt familjen Siby gillade bäst, sjöng de Money, Money, Money och tog några danssteg. Deras favorit i museet var 3D illusionen där de gick upp på scenen och sjöng Mamma Mia tillsammans med abborna.

ABBA THE MUSEUM

Photo by Michael Ochs Archives/Getty Images

Det har varit ett framgångsrikt öppningsår för ABBA The Museum och Swedish Music Hall of Fame. Besökare från världens alla hörn har strömmat in och nu välkomnar alltså museet sin 500 000:e besökare.

'Vi är stolta och ödmjuka inför det här, säger Mattias Hansson, vd för museet. Att presentera ett av världens största pop-fenomen för en stor publik, det är ett stort ansvar. Museet ska både berätta ”the true story” samtidigt som ABBA:s fantastiska låtskatt ska komma till sin rätt. Det är ju just musiken, låtarna, som ger oss och besökarna den där speciella glädjen och museets själva existensberättigande.'

Och det är just ABBA:s musik som är en av de största anledningarna till att man vill besöka museet. I en nyligen genomförd besökarundersökning på museet (augusti 2014) nämnde nästan var fjärde besökare det som skäl till sitt besök. Och 8 av 10 säger att de rankar de interaktiva attraktionerna högt: som att till exempel få sjunga och dansa med abborna i museets unika 3D-illusion, eller pröva att sjunga till ABBA-låtar i Polarstudion. Besökarna värderar också Waterloo-rummet högt, som visar ABBA:s internationella genombrott. En annan mycket populär attraktion i museet är Guldrummet som ställer ut flera av ABBA:s ikoniska scenkläder i original. Dessutom uppgav mer än 96 % av besökarna att de var så nöjda med sitt besök att de gärna rekommenderade museet till familj och vänner.

"Nöjda besökare är museets huvud-fokus och siffrorna visar att vi gör något rätt", säger Mattias Hansson.

På 2013 års Turistgala valdes ABBA The Museum av utländska researrangörer som en topp-tre-destination i Sverige. Priset, TRIP Global Award, är instiftat av Rese- och Turistnäringen i Sverige och betyder att ABBA The Museum är en av de högst rankade upplevelserna i Sverige för utländska besökare. I undersökningen deltog researrangörer från de viktigaste marknaderna; Danmark, Finland, Holland, Norge, Kina, Ryssland, Tyskland och USA.