

**Een evenement van 15 uur**

'Het mocht geen voorspelbaar jubileum worden. Het moest de kernwaarden van het bedrijf ademen en de gasten een onuitwisbare ervaring meegeven. Het werd: 15 hours BrandLoyalty', kijkt evenementenbureau De Vries + Partners terug naar de opdracht. De Vries + Partners eventmarketing organiseerde in opdracht van BrandLoyalty een evenement ter gelegenheid van het 15-jarig jubileum. Locatie voor dit jubileum evenement was resort Hof van Saksen in Drenthe. 'Tot de start van het evenement was de inhoud van het programma geheim gehouden voor alle 500 internationale gasten (medewerkers en relaties). In een 15 uur durend evenement zagen de gasten het beste van BrandLoyalty en beleefden zij de 4 kernwaarden die het bedrijf gemaakt hebben tot wat ze nu zijn.' De Vries + Partners geeft aan hoe de kernwaarden verwerkt werden in het jubileumevenement:

**Authentic:** 400 kinderen geselecteerd door de Richard Kraijcek Foundation arriveerden op het resort en kregen onder leiding en begeleiding van alle BrandLoyalty gasten een geweldige middag aangeboden.

**Reliable:** stond centraal tijdens een indrukwekkend en tegelijkertijd intiem diner. Passionate: kwam tot leven tijdens het avond/nacht feest in nachtclub sferen.

**Flexible:** werd getoond tijdens het aansluitende early morning breakfast dat al om 7 uur 's ochtends begon.

'De gasten ondergingen 15 hrs. BrandLoyalty vanaf het eerste moment dat er onverwachts 400 kinderen arriveerden en er plots de handen uit de mouwen gestoken moesten worden, van de geweldige tent die herrezen was op het terrein voor een groots diner, het intieme optreden van Trijntje Oosterhuis, de energie van Evers slaat door, tot en met de ijskoude ochtendduik tijdens een afsluitend ontbijt', aldus Pascale de Wijs van het evenementenbureau uit Oss.

