

PRISREGN ÖVER GRÖNANS NYA NATTKLUBBSKONCEPT NIGHT RIDER

Igår höll Sponsrings & Eventsverige den årliga prisutdelningen ”Gyllene Hjulet” - branschtävlingen för alla verksamma inom event, sponsring och expo. När branschen samlades för första gången på tre år var listan på bidrag som slogs om priserna lång och konkurrensen hård. När kvällen var slut så stod det klart att det var Gröna Lunds och Heinekens nya koncept Night Rider som var galans stora vinnare med totalt tre guld och ett silver.

Under nio kvällar i augusti och september kunde man för första gången uppleva Gröna Lund nattetid som man aldrig tidigare sett tivolit. Heineken och Gröna Lund lanserade nämligen det unika konceptet *NIGHT RIDER*, där Gröna Lund förvandlades till Sveriges mest unika klubbmiljö med utökat serveringstillstånd i parken och en åldersgräns på 23 år. Åkattraktioner, spel och barer blandades med ljud, ljus, DJ:s och underhållning som fick natten att vibrera.



NIGHT RIDER arrangerades exklusivt för 1 000 personer per tillfälle enligt pandemins restriktioner.

När Sponsrings & Eventsveriges årliga prisutdelning ”Gyllene Hjulet” gick av stapeln under gårdagskvällen stod det klart att Night Rider blev kvällens stora vinnare, med tre guld och ett silver. Så här lydte juryns motivering:

När Sverige längtade efter att ha kul igen kraftsamlade Gröna Lund och Heineken. Tillsammans gjordes det omöjliga möjligt. Trots restriktioner skapades ett unikt event som fick en ny målgrupp att festa loss på ett nytt sätt och åka allt de orkade efter stängning. Night Rider blev klubbkonceptet maxat med ljud, ljus och underhållning av aldrig tidigare skådat slag. Biljetterna sålde slut, relationen med målgruppen stärktes och alla inblandade fylldes med energi vilket banat väg för en uppföljare.

– Det här är en fantastisk bekräftelse på en enastående laginsats och det är ett tydligt kvitto på vad vi tillsammans kan åstadkomma när vi väljer att tänka nytt och se möjligheter i ett läge där förutsättningarna var allt annat än enkla. Det känns jättekul att vi har fått visa våra kollegor i branschen att Gröna Lund ligger i framkant vad gäller att skapa upplevelser utöver det vanliga. Nu ser vi fram emot att ta både Night Rider och våra andra upplevelsekoncept till nya höjder, säger Johan Lotsander, Chef för Tematiserade Säsonger på Gröna Lund.

Gröna Lund och Heineken kammade tillsammans hem följande priser för Night Rider:

Guld – Årets kultur/underhållningssponsring

Guld – Årets B2C

Guld – Årets Sponsring

Silver – Årets Event

För mer information kontakta:

Annika Troselius, Informationschef på Gröna Lund, telefon 0708-580050 eller e-mail annika.troselius@gronalund.com.

Johanna Pihl, Brand Manager Spendrups, telefon 073-360 81 67, eller e-mail johanna.pihl@spendrups.se