



Het Nederlands Openluchtmuseum als eventlocatie

Op zoek naar een geschikte vergader- of eventlocatie? Al eens aan het Nederlands Openluchtmuseum gedacht? Dat is meer dan een prachtige locatie, het biedt de mogelijkheid om verbinding te zoeken met het verleden in een of meerdere van de 102 gebouwen. Olivier Zwartkruis (accountmanager Hospitality) legt het uit.

Tekst Hans Ebersson

Olivier Zwartkruis is verantwoordelijk voor een deel van de zakelijke sales en events in het museum. "Ik heb best even nagedacht voordat ik hier solliciteerde. Ik heb gereisd, in het buitenland gestudeerd (onder andere aan de universiteit van Shanghai) en ervaring opgedaan in de horeca en FMCG-branche. De stap naar een museum was voor mijn gevoel iets heel anders. Maar ik heb er niet alleen goed over nagedacht, ik heb er ook een dag rondgelopen. Toen zag ik met eigen ogen hoe tof het is om hier te zijn en hoe divers het museum is."

EXPLOITATIE

Het Nederlands Openluchtmuseum is met jaarlijks zo'n 550.000 bezoekers het best bezochte museum buiten de

"Ons laatste paradepaardje is Loods Goes, een voormalige opslagplaats voor landbouwwerktuigen"

Randstad. Het museum werd in 1912 door een aantal particulieren opgericht, omdat zij als gevolg van de industriële revolutie bang waren dat oude ambachten en traditionele gebouwen voorgoed verloren zouden gaan. De oprichters pachtten 31 hectaren grond van de gemeente Arnhem op voormalig landgoed De Waterberg. Voor het museum was 1991 een belangrijk jaar, want toen ging het verder als Stichting 'Het Nederlands Openluchtmuseum'. De collectie bleef eigendom van het Rijk en voor het beheer en onderhoud ontving de stichting voortaan jaarlijks een bijdrage. Ook kreeg het museum zelf de verantwoordelijkheid voor de exploitatie. Vanaf dat moment werd de koers verlegd; er vond een verschuiving plaats van het leven en werken op het platteland naar de cultuur van het dagelijks leven. In 2017 werd het nieuwe entrepaviljoen met de prikkelende presentatie de Canon van Nederland geopend.

ZAKELIJKE MARKT

Dat het museum verantwoordelijk werd voor de exploitatie betekende ook dat er gekeken werd naar nieuwe inkomstenbronnen. “De zakelijke markt was toen nog redelijk nieuw voor ons. Het mooie is dat het park ons fantastische mogelijkheden biedt om bezoekende bedrijven aan de historie te koppelen. Onze locaties zijn zo divers, ze hebben allemaal een eigen verhaal. Ze zijn bij uitstek geschikt voor een bedrijfsuitje, een vergadering of congres, maar ook voor personeelsfeesten en events. Zo hebben we verschillende locaties waar ambachten worden getoond, zoals de scheepswerf, de smid en de drukkerij. Maar ook talloze boerderijen, van een paar eeuwen oud tot heel recent. Bijzonder trots zijn we op onze eigen brouwerij. Met het bier dat daar wordt gebrouwen zijn we volledig zelfvoorzienend in onze horecalocaties. Een deel van onze gebouwen is ingericht om aan specifieke zakelijke vragen te kunnen voldoen. Ons laatste paradepaardje is Loods Goes, een voormalige opslagplaats voor landbouwwerktuigen, die in januari is geopend en helemaal is ingericht op de zakelijke gebruiker.”

MOOI PRODUCT

Zwartkruis noemt het Nederlands Openluchtmuseum een bijzonder product. “Onze uitdaging is dat we onze zakelijke klanten over de drempel moeten helpen, ze moeten met eigen ogen zien wat hier allemaal mogelijk is. Dat gaat verder dan een geschikte vergaderzaal met goede horecakoppeling, je hebt het



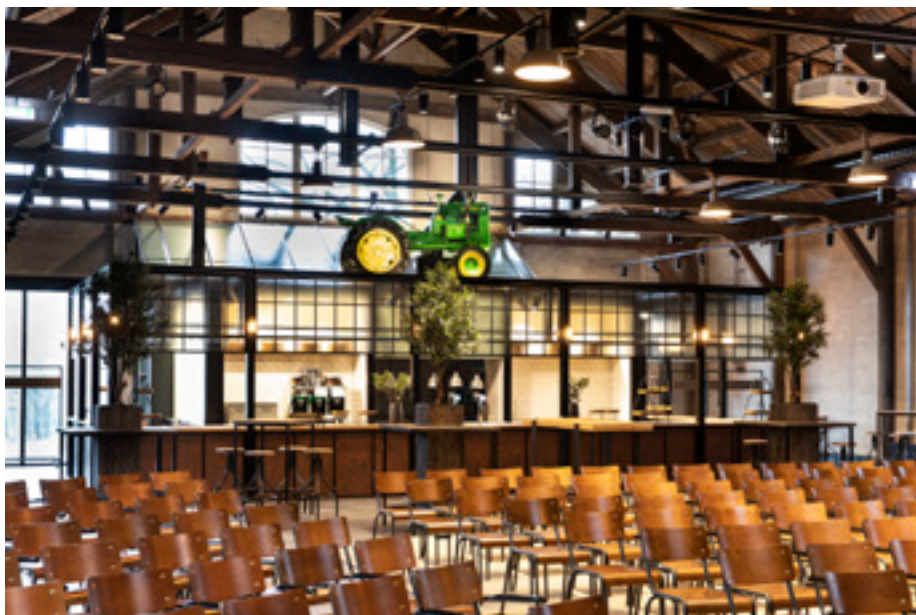
“Een exclusief avondbezoek aan de Canon van Nederland. Waar vind je dat?”

over een unieke historische locatie met een verhaal, die in overleg op allerlei manieren kan worden ingezet. Dat is maatwerk. Dat gaat van de inzet van het gehele park tijdens familiedagen van bedrijven, een wandeling over het Zaanse plein als break-out tijdens een congres, tot zelfs enkele keren per jaar een exclusief avondbezoek aan de Canon van Nederland. Waar vind je dat?”

GRUWELIJK LEKKER

Op 29 maart ging het jaarthema Gruwelijk Lekker van start over de Nederlandse eetgewoonten door de jaren heen. Zwartkruis: “We laten tien smaken door de eeuwen heen zien. Zo komen bijvoorbeeld vet, suiker, bloed en koffie terug. We hebben samen met chef-kok Estée Strooker een culinaire tijdreis samengesteld die als lunch of diner voert langs zes locaties. Deelnemers krijgen er telkens een typisch gerecht geserveerd, zoals bijvoorbeeld vegetarische bloedworst, tulpenbollen of hotdog (hond was in vroegere tijden een heel normaal ingrediënt in de Nederlandse keuken). Zo wordt elk zakelijk event gegarandeerd een unieke en onvergetelijke herinnering.”

www.openluchtmuseum.nl



Olivier Zwartkruis