



Heineken Experience

Inspiratie opdoen tussen de brouwketels

Met een productie van bijna 20 miljard liter bier per jaar, een omzet van 20 miljard euro en een portfolio van meer dan 250 merken in 180 landen is Heineken een van de meest succesvolle Nederlandse multinationals. In de Heineken Experience in Amsterdam wordt door middel van objecten en interactieve opstellingen het verhaal verteld over dit bijzondere familiebedrijf en het brouwen van bier. Heineken Experience nodigt bedrijven en organisaties graag uit om zich door deze bijzondere brouwerij te laten inspireren. "Iedereen is welkom om het merk Heineken te ervaren en het geheim achter het succes van dit bedrijf te achterhalen", aldus manager Dirk Lubbers.

De geschiedenis van Nederlands grootste bierbrouwerij start in 1864, wanneer Gerard Adriaan Heineken besluit om brouwerij de Hooiberg aan de Nieuwezijds Voorburgwal in Amsterdam over te nemen. Vanwege het grote succes ontstaat twee jaar later al de noodzaak om uit te wijken naar een nieuw te bouwen locatie aan de Stadhouderskade. Deze nieuwe stadsbrouwerij is in de loop der jaren verder uitgebreid. Het kenmerkende gebouw in de stijl van de Amsterdamse School dateert uit 1930. De voormalige brouwerij is als rijksmonument een fraai voorbeeld van industrieel erfgoed. En vanwege haar kenmerkende uiterlijk is het pand zelfs als nummer 95 opgenomen in de huisjes-reeks die KLM aan haar Business en Royal class-gasten meegeeft.

Topattractie

Ondanks het feit dat de bierproductie in Amsterdam in 1988 werd gestaakt, staat de voormalige brouwerij als Heineken museum onder de naam Heineken Experience nog altijd geheel in het teken van het bekende biermerk. In de Heineken Experience maken bezoekers kennis met de familie Heineken en zien zij hoe het bedrijf is uitgegroeid tot een moderne bierbrouwerij en wat het brouwproces precies behelst. Museale opstellingen met bijzondere objecten zoals de originele eerste steen van de brouwerij uit 1867, oude foto's, prijzen en oorkondes en de verschillende bierflesjes door de jaren heen worden afgewisseld met korte films, een interactieve reis door de silo's, brouwketels en de bottelarij en diverse opstellingen waar bezoekers foto's en filmpjes kunnen maken met henzelf in de hoofdrol. Ook het succes achter de marketingcampagnes en de rol van Freddy Heineken hierin wordt uitgebreid belicht, net als de verschillende sportevenementen die door Heineken worden gesponsord. Tijdens een bierproeverij leren de bezoekers onder begeleiding van een medewerker meer over het bier en de functie van een mooie schuimkraag en kunnen ze na het voltooien van een tapcursus een certificaat verdienen. Genieten van maximaal twee biertjes kan in één van de bars, waarna een ritje met de Heineken shuttle naar de Brand Store aan de Amstelkade kan worden gemaakt. Zowel hier als bij de Heineken Experience kan een gratis authentiek glas met het allereerste logo op worden gehaald. "Gasten vinden het leuk om achter de schermen van Heineken te kijken", vertelt manager Dirk Lubbers. "Het doel van de Tour is om bezoekers kennis te laten maken met het product, hen te enthousiasmeren over het merk en hen ambassadeurs te maken. In 4,5 jaar tijd is het aantal bezoekers verdubbeld. We mogen inmiddels maar liefst 730.000 bezoekers per jaar verwelkomen, waarvan 95% uit het buitenland afkomstig is. Daarmee behoren we tot de top drie van attracties in Amsterdam."

Eigen geschiedenis

Naast de particuliere bezoekers komen ook zakelijke gasten graag naar de Heineken Experience toe. "Een aantal zalen in het pand wordt sinds 2004 verhuurd", vertelt Lubbers. "Niet alleen Heineken zelf, maar ook diverse andere bedrijven maken hier graag gebruik van. Het mooie van het pand en van de zalen is dat je de oude elementen nog ziet zitten. Elke zaal heeft zijn eigen geschiedenis." De meest populaire en tevens grootste zaal is het Koelschip, gelegen op de bovenste verdieping van het 35 meter hoge gebouw. "In het Koelschip werd in de jaren 50 de wort - gerstemout en water dat samen wordt verhit - opgeslagen om af te koelen. De architectonische elementen zijn bewust behouden en gecombineerd met modern meubilair en een verkoperde bar." Onder andere RTL Lounge maakt graag gebruik van deze ruimte en volgens Lubbers heeft het dakterras daar zeker mee te maken. "Vanaf het

Koelschip heb je een fantastisch uitzicht. Je ziet hier zo het Rijksmuseum en het prachtige centrum van Amsterdam liggen. Bovendien kan je hier ook heerlijk genieten van een barbecue." Het Koelschip is onder andere geschikt voor recepties en diners.

Hop

Voordat de wort in het Koelschip werd gebracht, moesten natuurlijk eerst de bestanddelen worden verzameld. In de Hopzolder werd de hop bewaard in grote jute zakken. Tegenwoordig wordt de inrichting van de Hopzolder, die onder andere als tussenruimte wordt ingezet, niet langer gedomineerd door zakken hop maar door een bar met tapkast en een aan te passen dineropstelling. Ook hier komen de industriële elementen zoals de oude buizen goed tot hun recht. In de aangrenzende Molenzolder stond de schrootmolen opgesteld waarin de moutkorrels werden vermalen. Nu staat er op de houten vloer een massief houten bar en hangen aan de muren diverse oude foto's. De ruimte is



Dirk Lubbers

bijzonder geschikt voor presentaties, diners en feesten. Een verdieping hoger ligt de Moutzolder. Deze zaal is gesitueerd tussen maar liefst 22 moutsilos van 20 meter hoog. In deze silos werd de mout bewaard, één van de bestanddelen van de wort. Net als bij de Molenzolder geven de houten bar, de lampen en het meubilair sfeer tijdens een borrel of presentatie.

Wie een kijkje in de originele handboeken van Heineken wil nemen, kan zijn hart ophalen aan de goed gevulde boekenkast in de Brouwerskamer. Deze kamer roept herinneringen op aan de luxe van weleer en is eveneens voorzien van een eigen bar. Lubbers: "Leuk detail is dat niet alleen gasten hier samenkomen, maar ook de familie Heineken zelf de ruimte graag gebruikt voor diners en vergaderingen. Je zit dus letterlijk aan de tafel waar ook Freddy Heineken zelf ooit zat."

Inspiratie

De diversiteit aan zalen maakt dat er in de Heineken Experience veel mogelijk is. Maar het hoeft volgens Lubbers niet alleen bij vergaderen te blijven. "Bij elke bij-

Over de Heineken Experience

- Vijf zalen voor grote en kleine bijeenkomsten (Koelschip: 350 m² met dakterras, Molenzolder: 330 m², Hopzolder: 225 m², Moutzolder: 160 m², Brouwerskamer 50 m²)
- Drie boardrooms in de Heineken Brand Store aan de Amstelkade (Lagerhouse: 62 m², Draughtroom 30 m², Sixpack Space: 30 m², Lounge: 60 m²)
- Heineken Experience Tour
- Heineken Shuttle

eenkomst proberen we de magie en de bijzondere facetten achter Heineken hiervan onderdeel uit te laten maken in de hoop dat gasten er inspiratie uit putten. Wanneer we een grote groep mogen ontvangen, geven we ook vaak een presentatie over Heineken en wat gasten in de Heineken Experience kunnen zien en beleven." De Experience wordt zo veel mogelijk bij de bijeenkomsten betrokken. "Uiteraard kunnen onze gasten door de Experience lopen en zich onderdompelen in de wereld van Heineken, maar



Molenzolder