

# Keine Schnapsidee: Bier als Exportschlager

## Das »Heineken Experience« in Amsterdam

**W**ar es nüchterner Geschäftssinn oder die Ahnung, dass Durst grenzenlos ist? Was immer den jungen Gerard Adriaan Heineken bewog, am 16. Dezember 1863 das Familienvermögen in eine Brauerei zu investieren – es hatte ungeahnte Folgen. Das Unternehmen, das der 22-Jährige erwarb, war die 1592 gegründete Brauerei »De Hooiberg« (»Der Heuschöber«) in Amsterdam. Zum Zeitpunkt der offiziellen Übergabe im Mai 1864 war die traditionsreiche Brauerei mit einem Jahresausstoß von 1.200 Fässern (ungefähr 1.000 Hektolitern) die größte unter den 63 Brauereien in Amsterdam und Umgebung. Was folgte, war ein rasantes Wachstum. Gerard Adriaan vervielfachte den Absatz innerhalb weniger Jahre, so dass bereits 1867 eine neue Brauerei in Amsterdam gebaut werden musste. Heute ist in diesem Gebäude – dem ersten Meilenstein auf dem Weg zum weltweit größten Bier-Exporteur – das »Heineken Experience« untergebracht: ein Museum, das an authentischer Stelle den Brauprozess erläutert und die Geschichte des Unternehmens nachzeichnet. Es ist nicht zuletzt die Geschichte einer Marke, ihrer Entwicklung und erfolgreichen Vermarktung.

Der Aufstieg verlief steil: Aus der offenen Gesellschaft wird im Jahr 1873 eine Aktiengesellschaft; am 11. Januar 1873 erfolgt die Gründung der »Heineken's Bierbrouwerij Maatschappij N.V.«, heute die Heineken N.V. Noch im selben Monat wird der Bau einer neuen Brauerei in Rotterdam beschlossen, die ein Jahr später den Betrieb aufnimmt. Im Jahr 1886 entwickelt Dr. H. Elion, ein Schüler von Louis Pasteur, die so genannte Heineken-A-Hefe. Sie ist bis heute eine der Hauptbestandteile des Heineken-Bieres und verleiht ihm seinen unverkennbaren Geschmack. Das unternehmenseigene Labor – damals einzigartig in der Branche – überwacht die Qualität der Rohstoffe und des Endproduktes. Die Krönung des Lebenswerks von Gerard Adriaan ist die Goldmedaille, die der Brauerei bei der Weltausstellung 1889 in Paris verliehen wird. Als der Unternehmer im Jahr 1893 stirbt und das Geschäft in die Hände seines Sohnes Henry Pierre übergeht, ist die Brauerei mit einem Absatz von etwa 200.000 Hektolitern pro Jahr auf dem Weg, eine der größten und bedeutendsten Brauereien der Niederlande zu werden. Zum Vergleich: Eine durchschnittliche niederländische Brauerei verkaufte damals höchstens 3.000 Hektoliter jährlich.

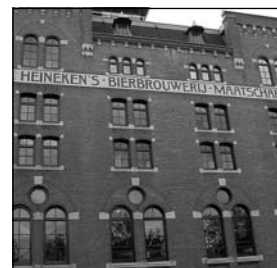
Unter Führung der zweiten Heineken-Generation beginnt das Unternehmen, den Blick über den niederländischen Heimatmarkt hinaus auf andere Märkte zu richten. So kommt es außer Exporten zu ersten Beteiligungen an ausländischen Brauereien. Zu den Ländern, in die Heineken exportiert, zählen auch die Vereinigten Staaten. Im April 1933, nur drei Tage nach der Aufhebung der Prohibition in den USA, trifft dort eine Sendung Heineken Bier ein – die erste »legale« Sendung, die die Vereinigten Staaten nach der Aufhebung des Importverbotes erreicht. Die Lieferung sorgt für großes Aufsehen. Seit jenen Tagen ist Heineken das meistverkaufte Importbier in den USA. In den 1930er Jahren forciert Heineken den

Aufbau einer Marktposition im Fernen Osten, zunächst durch ein Joint Venture mit Fraser & Neave in Singapur, das heute unter dem Namen Asian Pacific Breweries fortbesteht. Inzwischen besitzt Heineken selbst mehrere Unternehmen im asiatisch-pazifischen Raum.

Nach dem Zweiten Weltkrieg schwächelt der Binnenmarkt – umso wichtiger werden die Exporte. In den ersten Jahren der Nachkriegszeit zählen die westafrikanischen Länder zu den wichtigsten Exportgebieten für Heineken Bier. Als gegen Ende der 1940er Jahre immer mehr afrikanische Regierungen ihre Einfuhrzölle erhöhen, schaltet Heineken auf die Bierherstellung in einigen dieser Länder um. In den 1950er und 1960er Jahren erzielt Heineken Jahr für Jahr Rekordabsätze im In- und Ausland. Im Jahr 1968 fusionieren die zwei größten Brauunternehmen der Niederlande, Heineken und Amstel. In den 1970er und 1980er Jahren wird der europäische Markt intensiv bearbeitet, alles getreu der Devise von Alfred Henry Heineken (†2002), dass »Bier reisen kann« und dass »die Marke reisen kann«. Heineken erwirbt Mehrheitsbeteiligungen in mehreren europäischen Ländern und vergibt Lizenzen an ausländische Brauereien, um seine Marktstellung im Ausland zu verbreitern. In Lateinamerika ist das Unternehmen an zwei schnell wachsenden Brauerei-Gruppen beteiligt. Darüber hinaus erwirbt Heineken 1990 das Unternehmen Van Munching & Co., das mittlerweile Heineken U.S.A heißt. Heute ist Heineken in mehr als 170 Ländern aktiv.

In der Brauerei im Zentrum von Amsterdam endete die Produktion im Jahr 1988 – die City-Lage war mit den logistischen Herausforderungen eines modernen Unternehmens nicht mehr vereinbar. Ein Großteil der Produktionsanlagen wurde abgerissen, einige wichtige Gebäudeblöcke blieben jedoch erhalten, darunter die Brauhalle, der Heferaum und die Malz-Lagerhalle. Sie illustrieren die Geschichte des Bier-Brauens und seiner Industrialisierung. Die Brauhalle ist das beste Beispiel für eine klassische Brauerei in deutscher Tradition. Bis in die 1860er Jahre hinein wurde in den Niederlanden nach englischer Tradition obergäriges Bier gebraut. Danach setzte sich das hochklassigere untergärige Bier durch. Besucher des »Heineken Experience« können durch Malzsilos laufen, einen Blick in die Maische-Kessel werfen und sich in den Kellern umsehen, in denen das junge, »grüne« Bier reifte. An der Brauhausbar endlich gibt es flüssige Fakten zur Heineken-Geschichte, die in den riesigen Reifungstanks anschaulich präsentiert wird. Denn darin unterscheidet sich das »Heineken Experience« von anderen Industrie-Museen: Es steht nicht am Ende einer Ära, sondern blickt auf eine Erfolgsgeschichte zurück, die bis heute andauert.

Heineken Experience  
Stadhouderskade 78  
1072 AE Amsterdam  
Niederlande  
Telefon 0031/0205/239666  
[www.heinekenexperience.com](http://www.heinekenexperience.com)



Text:  
Frieder Bluhm,  
Köln

Fotos:  
Heineken  
Experience

