

TIVOLIVREDENBURG EN AB INBEV BOUWEN OP INNOVATIES

TivoliVredenburg en bierbrouwerij AB InBev verlengden onlangs hun partnership met vijf jaar en introduceerden daarbij een aantal innovaties, zoals voor het eerst Jupiler 0,0% door de taps van het podium en Leffe Blond 0,0% op fles. De partners zijn daar overduidelijk trots op. Reden om dieper in het partnership te duiken. Een interview met Niki de Jonge (Partnerships & development bij TivoliVredenburg) en Wilco Heiwegen (Woordvoerder bij bierbrouwerij AB InBev).



Waarom is voor TivoliVredenburg gekozen voor deze innovaties?

Wilco Heiwegen: "TivoliVredenburg is een zeer gewaarde partner van ons. We zijn dan ook heel trots op het verlengde partnership. Al sinds 1996 delen we met TivoliVredenburg onze passie voor bier en muziek. TivoliVredenburg profileert zich als een innovatief podium en heeft een duidelijke ambitie om ook op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen een voorbeeld te zijn voor de buitenwereld. De introductie van de 0,0%-bieren past hier perfect bij. We hebben bewust gekozen voor een première van Jupiler 0,0% op tap samen met TivoliVredenburg aangezien we al zo lang partners zijn. Leffe Blond 0,0% - het

eerste alcoholvrije abdijbier van Nederland - wordt nu breder in de Nederlandse horeca uitgerold."

Niki de Jonge: "Bij de opening van TivoliVredenburg in 2014 lag er een uitdaging in het aanleggen en optimaliseren van de biertechniek in het muziekgebouw. Met de verlenging van het partnership gaan we samen een volgende fase in, waarbij onder andere de focus ligt op verantwoord genieten. Om het verlengde partnership te vieren, werd bij de introductie op vrijdagavond 10 mei een speciale Leffe-corner ingericht, waar bezoekers kennis konden maken met Leffe Blond 0,0%, gecombineerd met Leffe-bitterballen en Leffe-kaas en er Leffe-polaroids werden gemaakt. De introductie van Jupiler 0,0% op tap en Leffe Blond 0,0% is tot op heden een groot succes en overtreft alle verwachtingen."

Julie zijn al langer samen op zoek naar innovatieve oplossingen.

Niki de Jonge: "We zijn al in 2007 met AB InBev in gesprek gegaan om te kijken hoe we de technische uitdagingen van ons nieuwe pand, met al zijn bijzondere karakteristieken, het beste konden realiseren. Er ontstond een meerjarige, intensieve samenwerking tussen TivoliVredenburg en AB InBev, maar ook met de gemeente Utrecht als pandeigenaar, de aannemer, onderaannemers en andere bedrijven die horec-infrastructuur moesten aanleggen. De hoogte van het pand, maar ook de complexe constructie van de hangende zalen, zijn daarbij technische uitgangspunten die ons voor grote uitdagingen hebben gesteld. Inmiddels kunnen we tevreden terugkijken op een succesvolle innovatie. Er is veel interesse vanuit onze en aanverwante branches om deze installatie te komen bekijken. Er zijn al veel bedrijven en organisaties bij ons op bezoek geweest, waaronder ook het Wembley Stadium in Londen. Om dit

succes, en het vijfjarige lustrum van TivoliVredenburg, te vieren heeft AB InBev samen met brouwerij De Bronckhorster een jubileumbier voor ons gebrouwen. Dat was verkrijgbaar tijdens het jubileumweekend in januari.”

Wilco Heiwegen: “We hebben bijna alle stappen van de ontwikkeling van het gebouw van nabij samen meege maakt. Als brouwer hebben we een innovatieve bierinstallatie in het muziekgebouw geplaatst, onder meer bestaande uit 91 tapkranen en 2,2 kilometer bierleiding waarbij een hoogteverschil van dertig meter wordt overbrugd. Ook zijn twintig (kelder)biertanks van duizend liter geïnstalleerd, samen goed voor bijna 80.000 glazen bier. De biertankinstallatie in TivoliVredenburg is uniek, zelfs in de hoogste zaal van het pand komt het tapbier uit tanks. De installatie is opgebouwd uit twee delen met hogedruktanks vanwege de te overbruggen hoogte. Een geweldige technische uitdaging, maar we zijn heel trots op het resultaat. In totaal worden er op dit moment twintig barren voorzien van tankbier en zijn er een kleine honderd tapkranen tankbier en fustbier.”

In hoeverre is de verlenging van de samenwerking een gevolg van een koerswijziging van Jupiler met meer nadruk op entertainment en minder op voetbal?

Wilco Heiwegen: “Zowel muziek als voetbal zijn belangrijke *passion points* voor Jupiler. Het beëindigen van de Jupiler League-sponsoring had als achtergrond dat deze jarenlange samenwerking de gewenste resultaten had behaald.”

Gebruiken jullie het nieuwe sponsoringmodel van AB InBev, dat gebaseerd is op incentives en performance en niet meer op exposure, bij deze samenwerking?

Wilco Heiwegen: “Wij hanteren in onze samenwerkingen verschillende sponsoringmodellen en zien ook zeker de meerwaarde van *performance based*-overeenkomsten. In deze overeenkomsten sturen we op KPI's in plaats van op een lange lijst van specifieke afspraken. Waar passend, maken wij dus dit soort afspraken. Zoals je ongetwijfeld kan begrijpen kunnen we over individuele samenwerkingen geen mededelingen doen.”

Er is een gezamenlijke doelstelling om verantwoord genieten te promoten. Hoe gaan we dat terug zien?

Niki de Jonge: “Naast de huidige primeurs worden de komende tijd ook laag-alcoholhoudende bieren zoals Goose Island Midway Session IPA extra in het zonnetje gezet. Naast de verantwoordelijkheid die wij voelen om verantwoord genieten te promoten, merken we bij onze bezoekers een groeiende behoefte aan alcoholvrije en laag-alcoholhoudende dranken. We willen niet alleen inspelen op die behoefte, maar een stapje verdergaan. Al vanaf het begin zijn we continu bezig met de ontwikkeling en uitbreiding van ons drankenassortiment, zowel alcoholisch als laag-alcoholhoudend en non-alcoholisch. Door het aanbieden van een breed assortiment wordt de keuze aantrekkelijker. We zijn daarom ook aangesloten bij het Convenant Veilig Uitgaan, waarbij de gemeente Utrecht, Politie, horecaondernemers en Jellinek samen werken aan veilig uitgaan in de breedste zin van het woord. Een van de thema's binnen dit convenant is verantwoorde alcoholconsumptie. TivoliVredenburg ziet het als haar taak om hierin het voortouw te nemen.”

“TivoliVredenburg heeft de ambitie om op het gebied van mvo en productinnovatie de trends scherp te blijven volgen en bij voorkeur zelf in te zetten. Daarom verlangen wij ook van onze partners dat ze ons inspireren, initiatiefrijk zijn en ons actief ondersteunen. Een mooi voorbeeld van hoe we elkaar als partners hierin vinden, zijn de plannen voor de inzet van elektrische vrachtwagens voor de levering van het bier. Als grote speler binnen ons werkveld willen we onze verantwoordelijkheid nemen en maatschappelijk verantwoord ondernemen als speerpunt in onze bedrijfsvoering verankeren. Hierbij zijn in de samenwerking met AB InBev duurzaamheid en het ondersteunen van projecten met maatschappelijk relevante uitdagingen iets waarin we graag samen opgaan.”

Wilco Heiwegen: “We hebben als brouwer ambitieuze doelstellingen als het gaat om verantwoord drinken en duurzaamheid. Zo is onze ambitie dat in 2025 20% van al het bier dat we wereldwijd verkopen alcoholvrij of laag-alcoholhoudend is. Daarom zullen we met TivoliVredenburg

“ **WIJ VOELEN DE VERANTWOORDELIJKHEID
OM VERANTWOORD GENIETEN TE PROMOTEN** ”

Niki de Jonge (TivoliVredenburg)

nog meer gaan inzetten op een breed assortiment en op het promoten van alcoholvrij en laag-alcoholhoudend bier richting de gasten. Ook op het gebied van duurzaamheid hebben we hoge ambities, net als TivoliVredenburg. Zo willen we dat in 2025 onze verpakkingen 100% circulair zijn, dat wil zeggen hervulbaar of bestaand uit ten minste 50% gerecycled materiaal. We gaan samen kijken hoe we het aandeel gerecycled materiaal in herbruikbare bekertjes die TivoliVredenburg in gebruik heeft nog verder kunnen verhogen. Ook willen we dat al onze bieren in 2025 gebrouwen worden met 100% hernieuwbare elektriciteit. Dit onderwerp gaan we zeker uitdragen richting bezoekers van TivoliVredenburg. Elektrisch transport is inderdaad ook een topprioriteit. We kijken er dan ook enorm naar uit samen met TivoliVredenburg verder aan de slag te gaan en de plannen voor onze gezamenlijke ambities verder vorm te geven. De gasten van TivoliVredenburg gaan we de komende jaren samen echt verrassen.” **R**

“ZOWEL MUZIEK ALS VOETBAL ZIJN BELANGRIJKE PASSION POINTS VOOR JUPILER”

Wilco Heiwegen (AB InBev)

