

Pôvodný text nájdete [tu](#).

Ako chcel Heineken zachrániť ľudstvo

Miképpen akarta megmenteni az emberiséget a Heineken

Tušili ste, že za vznikom jedného z najpredávanejších značiek piva, Heineken bola snaha jeho tvorcu vyriešiť dlhodobý problém ľudstva s alkoholizmom? Aj o tom je podnikateľský príbeh tohto svetového pivovaru.

Gondolta volna, hogy az egyik legkeresettebb sörmárka, a Heineken megjelenése mögött az alkotójának azon igyekezete állt, hogy megoldást kínáljon az emberiség régóta fennálló problémájára az alkoholizmussal? Erről is szól ezen világméretű sörmárka (a szlovák szövegben álló sörgyár szó ebben az esetben helytelen – szerk.) vállalkozói története.



Bojoval proti alkoholizmu pitím piva

Harc az alkoholizmus ellen – sörivással

S nápadom prísť na trh s novou značkou piva, prišiel Gerard Adriaan Heineken, ktorému išlo v prvom rade o vyriešenie problému s alkoholom. Domnieval sa, že proti alkoholizmu môže ľudstvo bojovať tým, že namiesto ginu sa bude piť viac piva. A keďže bolo v danom období kvalitného piva na svete nedostatok, rozhodol sa, že on bude tým, kto to zmení. Presvedčil preto svoju matku, aby kúpila pivovar, The Haystack, pôvodne založený ešte v roku 1582 a ako 22 ročný prevzal kontrolu nad vtedy najväčším pivovarom. 15. februára 1864 sa začala písať história pivovaru Heineken, ktorý je dnes trojkou na svetovom pivovarníckom trhu.

Az új márka ötletével Gerard Adriaan Heineken hozakodott ki a piacra, akinek elsősorban az alkoholprobléma megoldása volt a célja. Azt gondolta, hogy az emberiség úgy tud küzdeni az alkoholizmus ellen, ha gin helyett több sört iszik. Mivel az adott időszakban az egész világon hiány volt a minőségi sörből, úgy döntött, hogy ő lesz az, aki változtat a helyzeten. Ezért hát meggyőzte az édesanyját, hogy vásárolja meg a „The Haystack” sörgyárat, melyet eredetileg még 1582-ben alapítottak meg, és huszonkét éves korában átvette az irányítást az akkori legnagyobb sörgyár felett. 1864 február 15-én

elkezdődött a Heineken története, amely jelenleg a harmadik legnagyobb a világ sörpiacán.

„Heineken A-yeast“ - kľúč k nenahraditeľnej chuti a vône Heinekenu

„Heineken A-élesztő“ – kulcs a Heineken utánozhatatlan ízéhez és illatához

V priebehu nasledujúcich štyroch rokov dosahoval úspechy a tak vybudoval ďalšiu prevádzku na predmestí Amsterdamu. Následne kúpil ďalší pivovar v Rotterdame a v roku 1873 bola už spoločnosť Heineken's Bierbrouwerij Maatschappij N.V. zapísaná do obchodného registra. Boli prvými, ktorým sa podarilo variť pivo celoročne, a to bez straty na jeho kvalite. Ďalší rok, ktorý sa vryl do histórie pivovaru Heineken bol rok 1886 kedy Dr. Elion (bývalý študent Louisa Pasteura) vyšľachtil pre pivovar nový kmeň kvasníc. Tieto kvasnice pod menom Heineken A-yeast dodávajú typickú a nenahraditeľnú chuť a vôňu pivu Heineken dodnes.

Az ezt követő négy év alatt sikereket ért el és így felépített egy újabb üzemet Amszterdam külvárosában is. Ezután megvásárolt egy újabb sörgyárat Rotterdamban és 1873-ban a „Heineken's Bierbrouwerij Maatschappij N.V.” nevű társaság is bejegyzésre került a cégjegyzékbe. Ők voltak az elsők, akiknek sikerült egész évben sört főzni minőségvesztés nélkül. A következő jelentős év 1886 volt a Heineken történetében, amikor Dr. Elion – Louis Pasteur korábbi diákja – kinemesített a sörgyár számára egy új élesztőtörzset. Ez a „Heineken A-élesztő” nevű élesztő adja a Heineken tipikus és utánozhatatlan illatát és ízét a mai napig.



Po obsadení domáceho trhu sa začali orientovať stále viac na export a to nie len v rámci Európy. Export do USA bol prerušený až v 20. rokoch 20. storočia, prohibíciou, a teda zákazom pitia alkoholických nápojov na celom území Spojených štátov. Po jej ukončení bolo pivo Heineken prvým, ktoré sa znova objavilo na americkom trhu.

A hazai piac elfoglalása után a társaság elkezdett folyamatosan több terméket exportálni nem csak Európába. Az export Amerikába csak a 20. század húszas éveiben szakadt meg a szesztilalommal, ami az Egyesült Államok teljes területén megtiltotta az alkoholtartalmú italok fogyasztását. A szesztilalom cégeztével a Heineken söre volt az első, amely ismételten megjelent az amerikai piacon.

S každou generáciou rástla aj produkcia piva

Termelésnövekedés generációról generációra

V roku 1893 došlo vo vedení pivovaru k personálnym zmenám. Zomrel zakladateľ spoločnosti G. A. Heineken a vedenia pivovaru sa ujal Petersen, ktorý v spoločnosti pracoval. Ten sa neskôr oženil s vdovou po Heinekenovi, Mary Tindal a stal sa nevlastným otcom Heinekenovho

syna, Henryho Pierre Heinekena. Po nadobudnutí skúseností sa však práve Henry v roku 1914 ujal vedenia pivovaru. Jeho politika firmy bola zameraná predovšetkým na zlepšenie podmienok pre zamestnancov a to skrátením pracovnej doby, neprepúšťaním v období krízy, či založením dôchodkového fondu.

1893-ban személyi változások következtek be a cégvezetésben. Elhunyt G. A. Heineken, a társaság alapítója, a cégvezetést pedig Petersen vette át, aki a társaságnál dolgozott. Ő aztán elvette feleségül Heineken özvegyét, Mary Tindalt és Heineken fiának, Henry Pierre Heinekennek mostohaapjává vált. Tapasztalatszerzés után Henry 1914-ben átvette a Heineken vezetését. Az ő cégpolitikája elsősorban a munkavállalók körülményeinek javítása volt pl. a munkaidő rövidítésével, valamint azzal, hogy válság esetén nem bocsátotta el őket és még nyugdíjalapot is létrehozott.

Vedenie firmy si časom uvedomilo riziko konkurencie a preto vyslalo Alfreda Henryho Heinekena, teda vnuka zakladateľa spoločnosti do New Yorku, kde sa učil marketingu a reklame. Vďaka skúsenostiam, ktoré nadobudol tak s jeho návratom prišiel do spoločnosti i úplne nová obchodná stratégia. Pivo Heineken začalo byť propagované v rádiu, predávalo sa v obchodoch s koloniálnym tovarom a zmenilo svoje logo. Pivovar sa od tej doby tiež skupoval ďalšie pivovary a tak dosahoval neustále väčší a väčší podiel na trhu.

A cégvezetésben idővel tudatosult a konkurencia rizikója, ezért New Yorkba delegálták Alfred Henry Heinekent, aki a társaság alapítójának unokája volt, hogy marketinget (és reklámot) tanuljon. A tapasztalatainak hála, melyeket így szerzett, visszatérésevel egy teljesen új kereskedelmi stratégia is érkezett a társasághoz. A Heinekent reklámozni kezdték a rádióban, került belőle a gyarmatok termékeit kínáló üzletekbe és megváltozott a márka logója is. A Heineken ettől kezdve felvásárolt további sörgyárakat és így egyre nagyobb és nagyobb részt hasított ki a piacból.



V dôsledku rastu spoločnosti už nebola pôvodná budova pivovaru dostačujúca a tak sa v roku 1988 všetka produkcia presťahovala do väčšieho závodu v Zoeterwoude neďaleko Haagu. Pôvodný pivovar nachádzajúci sa v Amsterdame v súčasnosti slúži ako múzeum Heineken Experience.

A társaság növekedésének következtében a sörgyár eredeti épülete nem volt már elegendő, ezért 1988-ban az egész termelést átköltöztették egy nagyobb gyárba Zoeterwoude-be, nem messze Hágától. Az eredeti amszterdami sörgyár jelenleg Heineken Experiece múzeumként szolgál.

Čo má spoločné Zlatý Bažant a podnikateľský príbeh piva Heineken

Mi köze a Zlatý Bažantnak a Heineken vállalkozói történetéhez?

Prvé zmienky o pivovare na Slovensku pochádzajú z Hurbanova z roku 1967. Hurbanovo bolo v tom čase spomedzi všetkých slovenských miest vybraté ako najvhodnejšia alternatíva pre svoju výhodnú polohu, priaznivé klimatické podmienky a dostupnosť základných surovín jačmeňa a vody na jeho výrobu. Najrezonujúcejšia zmena, ktorá pivovar v Hurbanove postretla bol vstup medzinárodného pivovarnického koncernu Heineken do Hurbanovského pivovaru v roku 1995. Aj to je dôvod, prečo je dodnes pivovar v Hurbanove najväčším a súčasne i najmodernejším pivovarom na Slovensku. Zlatý Bažant je značka, pod ktorou Hurbanovský pivovar vyrába pivo dodnes. Názov bažant bol pomenovaný podľa vysokého výskytu bažantov na okolitých poliach, zároveň chyrovala poviedka o tom, že nájsť bažanta v poli zrejúceho obilia bola predzvestou dobrej úrody. Prívlastok zlatý dostal od zlatistej farby typickej pre pivo. V súčasnosti sa pivo Zlatý Bažant licenčne vyrába v 4 krajinách a exportuje do 14 krajín sveta. Aj vďaka tomu sa na celom svete vypije až dvesto miliónov veľkých pív značky Zlatý Bažant ročne. Okrem Zlatého Bažanta však produkuje súčasný pivovar v Hurbanove aj ďalšie silné a známe značky, ktorými sú Corgoň, Kelt, Martinier, Gemer, zo zahraničných sú to Krušovice, Starobrno, či Desperados.



Az első említések szlovákiai sörgyárról Ógyalláról gyármaznak 1967-ből. A kiválasztott Ógyalla abban az időben a legelőnyösebb alternatíva volt az összes szlovák város között az előnyös fekvése, éghajlati adottságai és a maláta és víz, mint a sör alapvetői összetevőinek rendelkezésre állása miatt. A Heineken nemzetközi sörgyárkonzern belépése 1995-ben a legjelentősebb változás volt, amely az ógyallai sörgyárat érintette. Ez is az oka annak, hogy az ógyallai sörgyár a legnagyobb és jelenleg a legmodernebb sörgyár Szlovákiában. A Zlatý Bažant márka, mely márkanév alatt az ógyallai sörök napjainkig készülnek. A bažant (fácán) nevet a sör a környező mezőkön sűrűn előforduló fácánok után kapta, de egy legenda szerint a mezőkön feltűnő fácán egyben jó termés jele és garanciája is. A zlatý (arany) jelzőt a sör a lágersör tipikus arany

színe miatt kapta. A Zlatý Bažantot jelenleg 4 országban licencfőzik és a világ 14 országába exportálják. Ennek is köszönhető, hogy közel kétszázmillió korsó sör fogy az egész világon a Zlatý Bažant márkanév alatt évente. A Zlatý Bažanton kívül a jelenlegi sörgyár további erős és ismert márkákat is gyárt, melyek: Corgoň, Kelt, Martiner, Gemer, valamint külföldről a Krušovicét, a Starobrno-t és a Desperadost is.

Prečo červená hviezda?

Miért pont vörös csillag?

Červená hviezda je pôvodnou značkou, ktorú pivovar Heineken používa od úplného začiatku. Jej presný pôvod nie je známy, existuje však viacero vysvetlení. Prvé vysvetlenie hovorí, že červená hviezda je symbolom stredovekých európskych pivovarníkov, ktorí verili v to, že práve ona ich pivo ochráni. Druhé vysvetlenie tvrdí, že štyri cípy hviezdy predstavujú štyri živly: zem, oheň, voda, vzduch a posledný piaty cíp symbolizuje element, ktorým pivovarníci v stredoveku nedokázali ovládnuť. Tretie vysvetlenie napokon hovorí, že umiestnenie hviezdy na dverách pivovaru vždy indikovalo proces varenia piva. V období studenej vojny bola červená hviezda nahradená bielou s červenou siluetou, z dôvodu aby nebol znak spájaný s komunizmom. Po ukončení studenej vojny sa však pivovar Heineken vrátil k pôvodnej červenej hviezde.

A vörös csillag az eredeti márkajelzés, amelyet a Heineken a kezdetek kezdetétől használ. A pontos eredete nem ismert, különféle magyarázatok azonban léteznek. Az első magyarázat szerint a vörös csillag a középkori európai sörfőzők szimbóluma, akik hittek abban, hogy a vörös csillag megvédi a sörüket. A második magyarázat azt állítja, hogy a csillag négy ága a négy alapvető elemet, a földet, a tüzet, a vizet és a levegőt szimbolizálja, az utolsó, ötödik pedig azt az elemet, amelyet a középkori sörfőzők nem tudtak uralni. Végül a harmadik magyarázat szerint, hogy a csillag elhelyezése a sörgyár ajtaján minden esetben a sörfőzési folyamatot jelentette. A hidegháború ideje alatt a vörös csillagot fehérrel helyettesítették vörös sziluettel abból az indokból, hogy a márka ne kötődjön a kommunizmushoz. A hidegháború után a Heineken visszatért az eredeti vörös csillaghoz.



Do dnešnej doby vyrába a predáva spoločnosť Heineken okrem globálnych pivných značiek Heineken a Amstel, vyše 200 ďalších značiek piva. Je už len na nás vybrať si spomedzi nich, tú našu pravú a schlaďiť sa v horúcich, letných dňoch kvalitným pivom Heineken.

Napjainkban a Heineken társaság az Amstel és a Heineken globális sörmárkákon kívül kétszáznál is több sörmárkát forgalmaz. Csak rajtunk áll, hogy melyiket választjuk közülük a forró nyári napok lehűtésére.

Fordító/Prekladateľ: Unger Tamás István

Obrovské ďakujem patrí mojej výbornej slovenskej jazykovej lektorky, Miriam Oršosovej za jej dôkladnú a nenahraditeľnú prácu.

Rendkívül hálás vagyok Orsós Mirinek a sokadik alapos és nélkülözhetetlen nyelvi lektormunkájáért.

Zdrojmi snímok: [1.](#), [2.](#), [3.](#), [4.](#), [5.](#)

A felhasznált ábrák forrásai: [1.](#), [2.](#), [3.](#), [4.](#), [5.](#)

Bp., 2019. július 31.