



PERSINFORMATIE EUROMAST ROTTERDAM

**Nieuwe experience:
The rise of Rotterdam**

PERSCONTACT

Sophie van Heeswijk
PR Consultant Miss Publicity

sophie@misspublicity.nl
[+31 6 21526274](tel:+31621526274)



WAT VIND JE IN DIT PERSDOCUMENT?

- **INTRODUCTIE**
- **OVER DE EUROMAST**
- **NIEUW: THE RISE OF ROTTERDAM**
- **DE MAKERS AAN HET WOORD, INTERVIEWS MET YIPP, NORTHERNLIGHT & WOODWORK**
- **MARKT & STRATEGIE. LEONIE DIRECTEUR EUROMAST AAN HET WOORD**
- **OVER MAGNICITY, QUOTE ALEXIA VETTIER CEO MAGNICITY**
- **FACTS & FIGURES**
- **PERSBEELDEN**





ROTTERDAM, ECLECTISCH EN INTERNATIONALAAL

Rotterdam is een stad met een heel eigen karakter: jong, eigenwijs, ondernemend, kosmopolitisch, gericht op de toekomst en continu in ontwikkeling. Het is de grootste havenstad van Europa en staat bekend om haar eclectische en baanbrekende architectuur. Een internationale wereldstad met de absolute *cool factor*.

Sinds het bombardement in 1940, dat een groot deel van de binnenstad verwoestte, zijn de Rotterdammers hun stad aan het vernieuwen. Dat doen ze met veel lef en experimenteerdrijf. Van de eerste wolkenkrabber van Europa tot de Erasmusbrug, de Markthal, het Depot, De Rotterdam en het gloednieuwe museum Fenix. En de rivier de Maas die daar dwars doorheen kronkelt, met containerschepen onderweg naar elders.

Daarom moet je Rotterdam van bovenaf bekijken. Dán zie je Rotterdam in al zijn grootsheid, durf en diversiteit.

DE EUROMAST ICOON ÉN ATTRACTIE

De Euromast sinds 1960 een internationaal bekend symbool van Rotterdam. Met zijn 185 meter hoogte rijst hij trots boven Het Park uit en markeert hij de skyline van de stad. Maar de Euromast is meer dan een icoon, het is een levendige en veelzijdige attractie, waar je de stad beleeft in al haar dimensies.

Bezoekers genieten van een panoramisch uitkijkplatform, een restaurant dat van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat geopend is, moderne suites op grote hoogte, en de spectaculaire Euroscoop: een roterende glazen lift die je naar het hoogste punt van Rotterdam brengt, compleet met glazen vloer en adembenemend uitzicht.

Voor de echte durfals is er de mogelijkheid om te abseilen van grote hoogte, een ervaring die je niet snel vergeet. Daarnaast biedt de Euromast volop ruimte voor zakelijke bijeenkomsten, events en teamactiviteiten. De Euromast is een plek waar hoogte, uitzicht en beleving samenkomen.

COLOURFUL ROTTERDAM: EEN STAD VOL VERHALEN

Wie de Euromast bezoekt, stapt in het verhaal van *Colourful Rotterdam*. In een reeks zintuiglijke hoofdstukken ervaren bezoekers hoe Rotterdam kleur krijgt door haar mensen, architectuur, landschap en lef.

Sinds juli 2025 heeft de Euromast een gloednieuwe beleving : The rise of Rotterdam. Nog vóór bezoekers de lift naar boven nemen, stappen ze in het verhaal van de stad, in een interactieve, meeslepende ervaring die het perspectief op Rotterdam verandert.

Pas na The Rise of Rotterdam stap je in de lift naar boven, en wie daarna het platform of de Euroscoop betreedt, kijkt met andere ogen naar een skyline vol verhalen. Daar ontvouwt zich het panorama waarin je zojuist bent ondergedompeld. Wat je ziet, begrijp je. En wat je begreep, zie je met andere ogen.

OVER DE EUROMAST

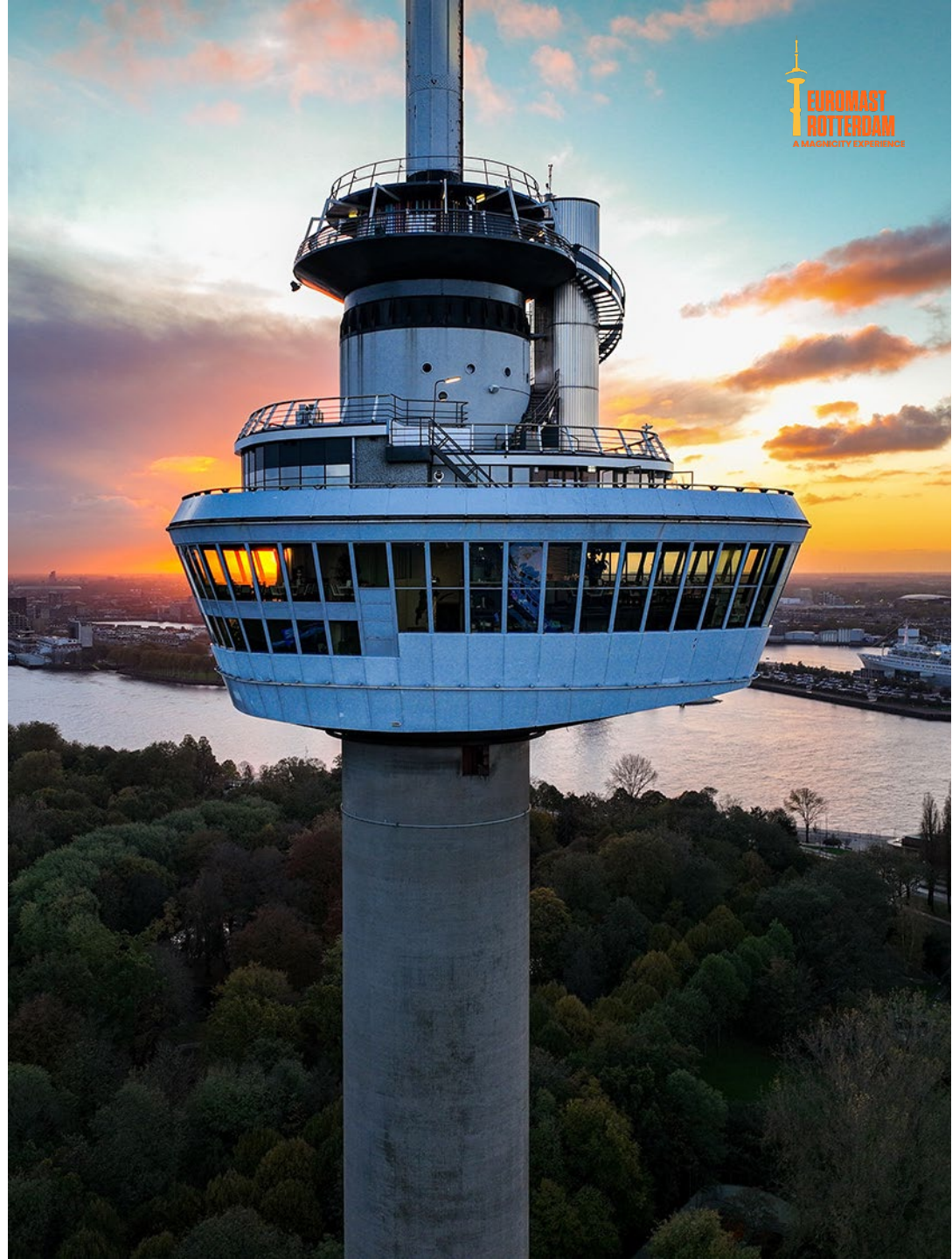
De bouw van de Euromast begon niet met beton en staal, maar met een visie. Een visie van mensen die geloofden dat Rotterdam verder kon kijken dan de horizon. De toren, geïnspireerd op de mast van een schip, werd een symbool van eenheid, veerkracht en samenwerking. De naam 'Euromast' weerspiegelt zowel Rotterdam als Europese handelsstad, als haar diepe maritieme wortels.

In 1960 werd de Euromast gebouwd voor de Floriade, midden in Het Park, pal aan de rivier de Maas, waar containerschepen en watertaxi's af en aan varen. Terwijl de stad nog volop in de wederopbouw was, markeerde de toren een hoopvolle toekomst. Architect Huig Maaskant gaf het uitkijkplatform met restaurant de vorm van een kraaiennest in een scheepsmast. Oorspronkelijk 107 meter hoog, kreeg de toren in 1970 een 85 meter hoge opbouw: de Space Tower.

Dagelijks kopen gemiddeld 1100 bezoekers een kaartje naar boven (400.000 bezoekers per jaar). Vanaf het uitkijkplatform kunnen ze al die andere Rotterdamse iconen zien liggen: de Erasmusbrug, de Willemsbrug, Hotel New York, het Stoomschip Rotterdam, de Markthal, het Depot. Bij mooi weer is zelfs Den Haag te zien. Wie nog hoger wil, stapt in de Euroscoop en laat zich rond de mast de wolken in draaien. Met onder hun voeten Het Park, dat dwars door de glazen vloer goed te zien is. Wie 's avonds gaat, geniet van een stad vol met lichtjes.

In 2010 kreeg de Euromast de status van Rijksmonument, het hoogste van Nederland. Sinds 2020 maakt hij deel uit van **Magnicity**, een Frans bedrijf dat wereldwijd belevingen op grote hoogte ontwikkelt en beheert. Vandaag de dag is De Euromast niet alleen een uitzichttoren, maar ook een bruisende belevenislocatie met restaurant, suites, de Euroscoop en zelfs abseilen. Een baken van transformatie en een levend icoon in een stad die zichzelf steeds opnieuw uitvindt.

Een plek waar verleden, uitzicht en toekomst samenkomen, voor Rotterdammers, toeristen en iedereen die het veranderende gezicht van de stad van dichtbij wil ervaren.



THE RISE OF ROTTERDAM

De gloednieuwe experience **The Rise of Rotterdam** neemt bezoekers mee in het verhaal van Rotterdam en De Euromast, nog voor ze naar boven gaan. Deze immersieve attractie prikkelt alle zintuigen, informeert én inspireert. De nieuwe experience bestaat uit twee delen:

In **Rotterdam risen from the water** reizen bezoekers terug in de tijd waar Rotterdam ooit ontstond. Bezoekers worden letterlijk onderdeel van het verhaal. Ineens staan ze midden in een onherbergzaam, moerasachtig landschap: het Rotterdam van 1270, toen de stad nog niet bestond. Ze ervaren hoe het moet zijn geweest om achthonderd jaar geleden op deze plek te wonen. Het water van de rivier de Rotte klotst over hun voeten. Om te overleven, moet een dam worden gebouwd. Aan bezoekers wordt gevraagd om mee te helpen en het land droog te leggen. Door samen te werken met de andere bezoekers leggen zij de basis voor een bloeiende stad. De projecties op de wanden en op de vloer, de soundscapes en de interactiviteit maken de ervaring intens en levensecht.

“We wilden een ervaring creëren die betekenis toevoegt aan je bezoek. Iets waardoor je niet alleen kijkt, maar voelt wat Rotterdam is. En dat je de stad daarna door een andere bril ziet.”

Leonie Staat, General Manager Euromast

Vervolgens leidt de route naar **A Colourful Panorama**. In deze tweede ruimte reis je razendsnel door naar het Rotterdam van nu: internationaal, divers, architectonisch gedurfd. Door licht, kleur, skyline en perspectief verandert letterlijk hoe je naar de stad kijkt. In het Rotterdam van 1960 staat de stad in bloei, letterlijk en figuurlijk: de Floriade vindt plaats! Dat is de aanleiding om De Euromast te bouwen. Bezoekers zien de mast verrijzen, tegen een achtergrond van een florerende haven en steeds modernere schepen en gebouwen. Wolkenkrabbers schieten de lucht in, de stad krijgt iconische architectuur. Rotterdam ontwikkelt zich tot de bruisende, kleurrijke metropool die het nu is. Internationaal en multicultureel. Beeld en geluid maken de energie van Rotterdam bijna tastbaar. Wanneer bezoekers het stadshart in hun borstkas voelen kloppen, zijn ze er klaar voor. Klaar om naar boven te gaan!



ROTTERDAM RISEN FROM THE WATER



A COLOURFUL PANORAMA



MAGNICITY: "At Magnicity, we believe that every city has an incredible story to tell. This new immersive journey at Euromast brings Rotterdam's powerful history to life in a way that is deeply locally rooted and truly awe-amazing. From the warm welcome our teams offer to the highly elevating views that inspire wonder, we create experiences that reveal the real soul of each city – and make every visit unforgettable." – Alexia Vettier, CEO, Magnicity

Euromast: 'Een bezoek aan De Euromast is altijd een bijzondere belevenis geweest. Je koopt je kaartje, stapt in de lift en ineens ligt heel Rotterdam aan je voeten. Dat moment blijft indrukwekkend. Maar we dachten: wat als we dat gevoel nóg rijker kunnen maken? Wat als je, nog vóór je omhooggaat, al iets voelt van het verhaal áchter de stad? Zodat je niet alleen kijkt, maar ook echt ziet

DE MAKERS VAN THE RISE OF ROTTERDAM AAN HET WOORD.

Northernlight: 'De wens was om bezoekers meer te betrekken en meer context te geven. Over De Euromast zelf, maar ook over de stad. Het liefst op een verrassende, verhalende, immersieve, interactieve manier. Passend bij deze tijd.'

Woodwork: 'We zijn aan het project gestart met de wens om bezoekers echt een immersieve ervaring te geven. Dat wil zeggen dat ál hun zintuigen aangesproken worden. Daarbij kozen we een poëtische aanpak, met een geabstraheerde versie van de werkelijkheid'

Yipp: 'Rotterdam, Risen from the Water is een kunstwerk an sich,' zegt Wouter Verbiest, oprichter van YIPP. 'Het biedt een ervaring die zeer esthetisch en memorabel is, maar ook informatief'

DE MAKERS VAN THE RISE OF ROTTERDAM AAN HET WOORD: NORTHERNLIGHT

The rise of Rotterdam werd ontwikkeld door creative agency NorthernLight. Door te starten bij het verhaal van de stad en samen te werken met de juiste partijen, creëerden ze op de begane grond van De Euromast een magische experience die bezoekers nog lang zal bijblijven.

Wat was de vraag van De Euromast aan jullie?

Peter Slavenburg, oprichter van NorthernLight: 'De wens was om bezoekers meer te betrekken en meer context te geven. Over De Euromast zelf, maar ook over de stad. Het liefst op een verrassende, verhalende, immersieve, interactieve manier. Passend bij deze tijd.'

Hoe hebben jullie het aangepakt?

Peter: 'We kennen De Euromast goed. In 2022 hebben we de Euroscoop-experience ontwikkeld, waarmee we de blik van de bezoeker richtten op de veelkleurigheid van de stad: Colourful Rotterdam. Nu kregen we de kans dat verhaal rond te maken, door bezoekers al bij binnenkomst door die bril naar de stad te laten kijken. Er kwamen twee verhalen bovendrijven: dat van de ontstaansgeschiedenis van Rotterdam én dat van de recente ontwikkeling van Rotterdam, tot de internationale, culturele *melting pot* die het is, en de potentie die in Rotterdam voelbaar is.'

Hoe brengen jullie die verhalen over?

Andrea Veldkamp, senior project manager: 'We wilden niet alleen verhalen vertellen, maar bezoekers er volledig onderdeel van maken. Zodat ze het echt kunnen voelen! Hieruit ontstond het idee om twee multimediale ruimtes te creëren, die de bezoekers als het ware naar een andere tijd transporteren. Met Woodwork als partner op audiovisueel gebied en YIPP voor de interactieve software hebben we een experience gecreëerd die bezoekers compleet onderdompelt in het heden en verleden van de stad.'

Wat maak je als bezoekers mee?

Andrea: 'De eerste ruimte transporteert je naar een andere plaats en tijd, ineens ben je daar. Je krijgt informatie over het begin van Rotterdam, je wordt gevraagd om mee te helpen het land droog te leggen. Daarvoor moet je samenwerken met andere bezoekers. Als dat gelukt is, ga je naar de tweede ruimte, waar de energie een stuk hoger ligt. Deze pompt je op voor het echte werk: naar boven reizen, die stad zien. Geïnspireerd stap je in de lift. Boven kijk je heel anders naar de stad. Je begrijpt wat je ziet. De ervaring is rijker en gelaagder. Dat is precies wat Magnicity, de groep waartoe De Euromast behoort, graag wil: een ander perspectief bieden.'

Jullie wilden dat het een sociale ervaring werd. Waarom?

Peter: 'Rotterdam is een stad die heel erg over 'wij' gaat: niet lullen, maar poetsen, met zijn allen de schouders eronder. Zo is de stad ontstaan, door samen een dam te bouwen. Ook deze experience onderga je niet alleen, of met je Instagram-followers. Je bent samen met een groep en er wordt van je gevraagd om samen te werken. Daarmee wilden we iets losmaken. Saamhorigheidsgevoel. Hand-in-hand-kameraden. Dát.'

w: www.northernlight.nl

DE MAKERS VAN THE RISE OF ROTTERDAM AAN HET WOORD: WOODWORK

Marvin Koppejan en Nina Fabel van Woodwork zijn visual storytellers. Met hun team zetten ze met *The rise of Rotterdam* een beleving neer die even dromerig is als levensecht lijkt.

'We zijn aan het project gestart met de wens om bezoekers echt een immersieve ervaring te geven. Dat wil zeggen dat ál hun zintuigen aangesproken worden. Daarbij kozen we een poëtische aanpak, met een geabstraheerde versie van de werkelijkheid.

De film begint in de wolken. Wanneer die oplossen komt een oer-Hollandse landschap tevoorschijn. De sfeer is mystiek en een beetje geheimzinnig. Tegelijkertijd moest dat wat je ziet realistisch zijn. Bij historici hebben we nagevraagd hoe de huizen er in 1270 uitzagen, hoe drassig de grond precies geweest moet zijn en hoe de dam waarmee Rotterdam begon, er ongeveer uit moet hebben gezien.

We kozen ervoor een Rotterdamse stem het verhaal van het ontstaan van de stad te laten vertellen. De beelden zorgen voor de sfeer, Tato Wesselo's stem brengt de feiten.

Als bezoeker vlieg je als het ware over het landschap. Je ziet het water steeds onstuimiger worden en dan ineens is daar die grote golf water die over je voeten spoelt en moet je aan de slag. We wilden dat die interactieve ervaring indrukwekkend werd, maar ook nog leuk voor kleine kinderen en ouderen. Dat is goed gelukt.

Als de deuren naar de volgende ruimte openen, stap je in de recente geschiedenis van Rotterdam. Ook hier is het alsof je erbij bent, op het moment dat de Euromast in 1960 wordt gebouwd. Om je heen zie je Rotterdam uitgroeien tot de bruisende, kleurrijke metropool die het nu is.

Alle landmarks die je ziet, van Erasmusbrug tot het Depot en de Markthal, hebben we eigenhandig 3D gemodelleerd en met wat creatieve vrijheid een plek in de skyline gegeven. Een hele klus, maar zo hielden we controle over het eindresultaat en konden we ook auto's laten rondrijden en bootjes laten varen.

Terwijl we aan het ontwerpen waren, hoorden we dat in de ruimte een pilaar zou staan. Wat even een probleem leek, hebben we omgebogen naar een kans, door de pilaar om te toveren in een Euromast, compleet met kraaiennest. Als bezoeker sta je ernaast, alsof je in een maquette bent beland.

We hebben er bewust voor gekozen om heel veel stijlen, technieken en disciplines met elkaar te combineren. Want zo is Rotterdam: divers, eclectisch en vol energie.'

w: www.woodwork.nl

DE MAKERS VAN THE RISE OF ROTTERDAM AAN HET WOORD: YIPP

Met innovatie technieken maakte ontwerp- en productiestudio YIPP van The Rotterdam Risen from the Water een interactieve ervaring, waar je je als bezoeker in onderdompelt.

‘Rotterdam, Risen from the Water is een kunstwerk an sich,’ zegt Wouter Verbiest, oprichter van YIPP. ‘Het biedt een ervaring die zeer esthetisch en memorabel is, maar ook informatief. Wij werden gevraagd de presentatie interactief te maken. Met de meest innovatieve multimediale technieken hebben we een vloedgolf gecreëerd, die zó dreigend op de bezoekers afkomt, dat die vanzelf achteruitspringen. Wanneer jou als bezoeker om hulp wordt gevraagd onderga je zelf hoe het was om mee te bouwen aan wat later Rotterdam zou gaan heten. Wij noemen dit een *mindset show*: de interactieve experience brengt je in de juiste stemming voor wat je daarna gaat beleven, als je de lift naar boven neemt. Door die ervaring bewust even uit te stellen, bouwen we de spanning op. En als je er helemaal klaar voor bent, dán pak je de lift.. En als je er helemaal klaar voor bent, dán ga je naar boven.’

w: www.yipp.nl



LEONIE STAAT; MARKT & STRATEGIE

Met The Rise of Rotterdam zet De Euromast een belangrijke stap in haar positionering. Met de nieuwe experience op de begane grond willen we bezoekers in het hart raken, en hun totaalbeleving van De Euromast verrijken.

‘Een bezoek aan De Euromast is altijd een bijzondere belevenis geweest. Je koopt je kaartje, stapt in de lift en ineens ligt heel Rotterdam aan je voeten. Dat moment blijft indrukwekkend. Maar we dachten: wat als we dat gevoel nóg rijker kunnen maken? Wat als je, nog vóór je omhooggaat, al iets voelt van het verhaal áchter de stad? Zodat je niet alleen kijkt, maar ook echt ziet. Samen met NorthernLight, Woodwork en YIPP hebben we die wens tot leven gebracht. The Rise of Rotterdam is een beleving die je meeneemt in het ontstaan van de stad. Indrukwekkend, leerzaam, en bovenal iets wat je raakt. Voor jong, oud, en iedereen daartussenin.’

De komst van deze experience markeert een nieuwe koers. De toren is allang niet meer alleen een uitkijkpunt, maar een plek waar je de stad ervaart vanuit verschillende perspectieven. Dankzij een combinatie van storytelling, slimme techniek en zintuiglijke beleving, wordt elk bezoek betekenisvoller.

The Rise of Rotterdam is inbegrepen in het ticket en vormt een extra dimensie aan het bezoek. “We vinden het belangrijk om met de tijd mee te bewegen, te blijven investeren in kwaliteit en tegelijkertijd toegankelijk te blijven voor een zeer brede doelgroep die Rotterdam wil ontdekken.’

A woman with curly blonde hair, wearing a white button-down shirt and blue jeans, stands on a balcony with a metal railing. In the background, a cityscape is visible under a cloudy sky.

LEONIE STAAT IS GENERAL MANAGER VAN DE EUROMAST

OVER MAGNICITY

Magnicity is een Frans bedrijf, dat wereldwijd toeristische locaties op grote hoogte beheert. Deze locaties zijn te vinden op de bovenste verdiepingen van spectaculaire wolkenkrabbers en historische monumenten. Het bedrijf is in 1974 opgericht als M56 Group en begonnen met een eerste uitkijkplatform op de 56^e verdieping van het Parijse La Tour Montparnasse. In 2020 ging het bedrijf verder onder de naam Magnicity. Met de slogan *Taking you higher* onderstreept het haar missie om steden te vergroten, voor iedereen. Inmiddels is Magnicity actief in vijf iconische steden – Parijs, Berlijn, Rotterdam, Warschau en Chicago, en druk bezig om uit te breiden. Het doel is om wereldwijd marktleider te worden op het gebied van stedelijke vrijetijdsbesteding en toerisme.

Een zinnenprikkelende ervaring

Naast waanzinnige uitzichten biedt Magnicity bezoekers een meeslepende totaalervaring. Met behulp van spannende attracties, virtual reality, interactieve displays, tentoonstellingen en evenementen, beleven bezoekers de stad in al haar dimensies: van de geschiedenis en de cultuur tot de hedendaagse lifestyle. De restaurants en bars op deze locaties zijn een belangrijk onderdeel van de experience.

Magnicity in Rotterdam

Op 18 december 2024 opende Magnicity de deuren van een nieuwe locatie in Rotterdam: Celest. Een uniek uitkijkpunt met bar en restaurant op de 57^e en 58^e verdieping van de moderne woontoren De Zalmhaven. Het is een plek die bezoekers in staat stelt Rotterdam op een meeslepende manier te beleven. Celest neemt bezoekers mee op een avontuurlijke, culinaire reis. Vanaf 190 meter hoogte, in een mooie setting genieten zij van hun lunch, diner of cocktail, warme gastvrijheid en een magistraal uitzicht. Het is de tweede locatie van Magnicity in Rotterdam, sinds 2020 is het Franse bedrijf beheerder van de Euromast.

Impact

Met haar activiteiten heeft Magnicity een positieve impact op de levendigheid en de aantrekkelijkheid van steden voor ogen, en daarmee op de economie. Ondertussen doet het er alles aan om de impact op het milieu zo laag mogelijk te houden. Om people, planet, profit in balans te houden, worden keuzes met betrekking tot materiaalgebruik, inkoop van goederen en producten, energie- en watervoorziening met grote zorgvuldigheid gemaakt.

MAGNICITY



"At Magnicity, we believe that every city has an incredible story to tell. This new immersive journey at Euromast brings Rotterdam's powerful history to life in a way that is deeply locally rooted and truly awe-amazing. From the warm welcome our teams offer to the highly elevating views that inspire wonder, we create experiences that reveal the real soul of each city – and make every visit unforgettable." – Alexia Vettier, CEO, Magnicity

FACTS & FIGURES

Algemeen

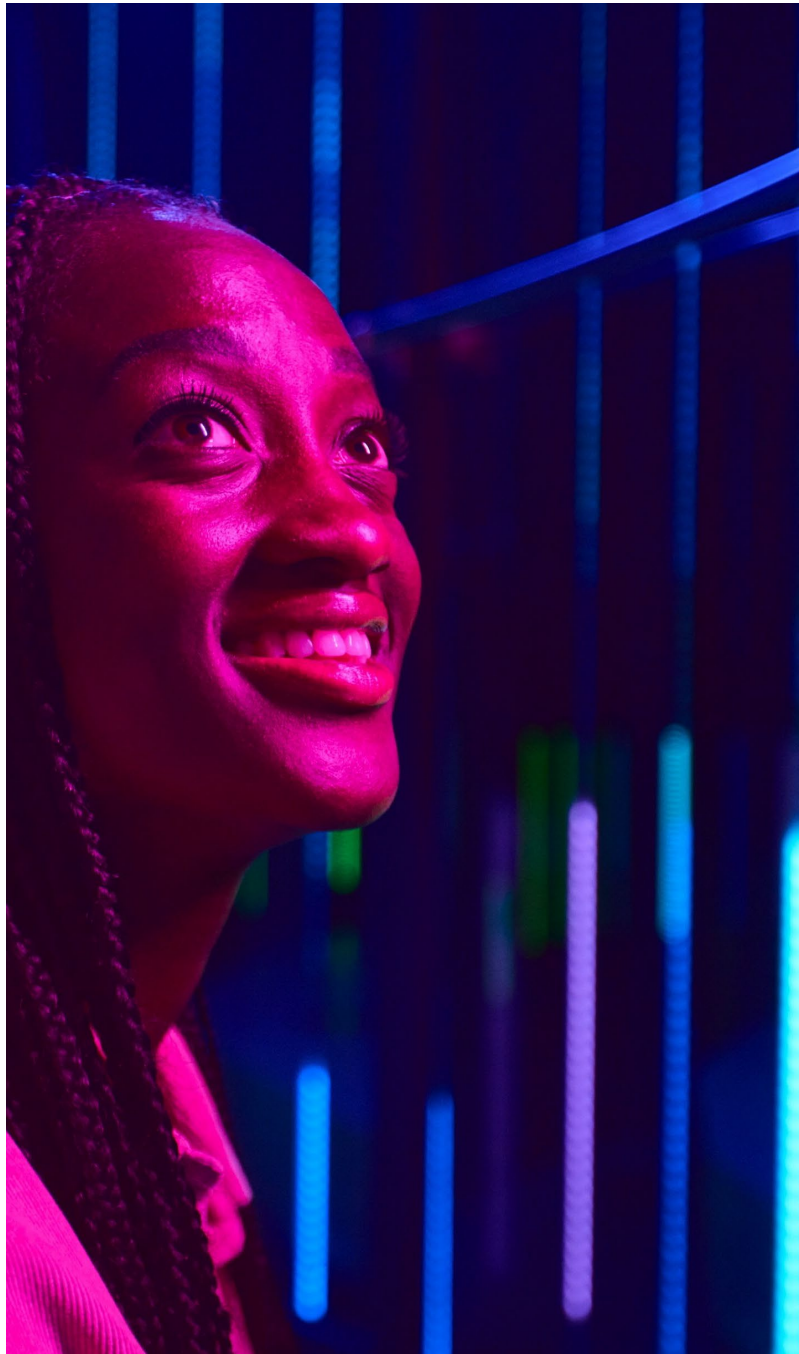
- 185 meter hoog
- Uitkijkplatform op 100 meter hoogte
- 360 graden uitzicht
- Brasserie op 100 meter hoogte met 160 zitplaatsen
- Moderne hotel suites met 2 slaapkamers, bezettingsgraad 85%
- 400.000 bezoekers per jaar
- 60% van alle bezoekers gaat daarvan met de Euroscoop
- De Euroscoop gaat tot 185 meter hoogte
- In 2022 werd de Euroscoop vernieuwd met lichtshow, muziek & storytelling. In 2023 kreeg de attractie kreeg glazen vloer.
- De Euromast heeft 598 traptreden
- Bezoekers van De Euromast kunnen de Magnicity-App gebruiken, om de omliggende gebouwen te kunnen duiden.
- Tickets zijn online verkrijgbaar en bij de automaten bij de ingang van De Euromast
- De experience The rise of Rotterdam duurt ongeveer 7 minuten in totaal.

Geschiedenis

- Gebouwd in 1960, ter ere van de Floriade
- Ontworpen door architect Huig Maaskant
- Geïnspireerd door de vormtaal van scheepsmasten
- Locatie: Het Park, aan de rivier de Maas
- De toren was bij aanvang 107 meter hoog
- Het kraaiennest werd op de grond gebouwd en is in 5 dagen omhoog getild
- In 1970 werd er 85 meter bovenop gebouwd: de Space Tower
- Sinds 2020 hoort De Euromast bij de Franse groep Magnicity, dat uitkijktorens wereldwijd beheert

Gebouw

- De toren heeft een diameter van 9 meter met een wanddikte van 30 centimeter
- De fundering alleen al weegt 2 miljoen kilo
- Het kraaiennest van staal en glas weegt 240.000 kilo







Euromast HORECA B.V.
Parkhaven 20
3016 GM, Rotterdam

Perscontact
Sophie van Heeswijk
Sophie@misspublicity.nl