

Heeft een attractiepark kleine of grote attracties nodig?

Ontwikkeling attractieparken



Foto: Toverland

Ton Derks van BillyBird bracht de discussie aan het rollen.

Waar moet je op dit moment als attractiepark in investeren. In veel kleine attracties? De succesvolle attractieparken scoren deze zomer op show en entertainment. Geef potentiële gasten vooral de tijd om langs te komen.

Nog groter en nog sneller is niet zo interessant meer meldt Ton Derks. Gelijk heeft hij want slechts een handjevol pretparken zoekt specifiek die positionering op. Het speelveld is veel breder en op de redactie is door het nieuws over attractieparken een veranderend beeld ontstaan van succesfactoren. Klopt het dat succes komt door een cluster aan kleine attracties zoals BillyBird doet geloven. Of gaat het deze zomer vooral om entertainment. Wie heeft gelijk. Eerst de mening van Derks over de ontwikkeling van pretparken.

BillyBird Park Hemelrijk opende op 12 juli een gebied met verschillende kleine attracties onder het thema Kinderkermis. De Kinderkermis bestaat uit een overdekte botsautobaan, een draaimolen, een zweefmolen, een kop en schotel carrousel, een food outlet in candy sfeer en een ToiletExperience onder een carrousel dak. Klassieke attracties die je op iedere kermis vindt. Derks is er van overtuigd dat clustering van kleine attracties de trend is in pretparken. Hij verwijst naar Toverland met de Magische Vallei dat in 2014 werd geopend. Deze vallei bevat 10 attracties. Het Deense Djurs Sommerland in Denemarken kwam met een gebied dat gethematiseerd is naar een boerderij met 10 attracties.

Waarom cluster kleinere kermisattracties?

Ton Derks: "Ik zie hiervoor meerdere redenen. Hierbij kun je er allereerst aan denken dat een heleboel parkbezoekers niet zitten te wachten op nog sneller, of nog hoger. Men wil gewoon een gezellig dagje uit met de familie of met de vrienden. Daarnaast slaat in Europa en Noord-Amerika de vergrijzing toe. Oudere bezoekers willen vooral ondergedompeld worden in een wereld van plezier. Daarvoor hoeft niet alles high speed te zijn. Het gaat bij deze gasten veel meer om een totaalbeleving. Verder bestaan een heleboel parken al weer heel wat jaartjes en hebben dus al veel attracties. Als je dan

ergens in een hoekje een nieuwe attractie plaatst, dan heeft dat weinig impact. Een thematisch ingericht nieuw gebied heeft dan veel meer impact. Verder probeer je als recreatiebedrijf je gasten langer vast te houden. Hoe langer de verblijfsduur, hoe hoger de besteding in het park. Bovendien is een park waar gasten langer kunnen verblijven, meer entreegeld waard. De prijs per bezoek stijgt dan toch niet. Wij hebben trouwens dit jaar onze entreeprijs niet verhoogd. We hopen dat we zo de 'value for money' voor onze gasten laten stijgen en daarmee een hogere gastwaardering krijgen. Kortom, er zijn nogal wat redenen die allemaal deze trend ondersteunen.

De ontwikkeling past in de visie van Derks dat zijn park slechts een middel is om de band tussen mensen te versterken. "Daarom gaat men naar een recreatiepark, om er samen plezier te hebben."

Meer succes door lange zomeravonden

Toverland is het niet direct eens met de trend in het bundelen van vele kleine attracties. Het succes zit een andere factor, de bundeling van slimme openingstijden en entertainment. Dat leidde tot onverwacht hoge bezoekerscijfers. Niet van Nederlandse bodem, dat aantal steeg licht. De Belgen kwamen opeens vaak tijdens de lange zomeravonden naar Sevenum. Het groeipercentage aantal Belgische gasten in juli in vergelijking met juli 2014: 27%. Het was soms erg druk. Op de vierde Midzomeravond van het pretpark (5 augustus) kwamen 11.000 mensen langs de kassa. In de middag besloot het parkmanagement bezoekers af te raden naar het park te komen.



Zomeravond in Toverland

De meeste Vlaamse gasten zijn afkomstig uit de provincies Antwerpen en Limburg, maar ook de andere provincies zijn goed vertegenwoordigd. De vele overnachtingsmogelijkheden in de omgeving maken dat het attractiepark ook door verder gelegen provincies bezocht wordt. "Ons voordeel is dat ons park dichtbij de Belgische grens ligt, bovendien organiseren we gedurende het jaar speciale evenementen die veel bezoekers trekken," aldus Inge van Roij, Marketeer België. In de maanden juli en augustus kunnen bezoekers tot 23:00 uur genieten van de Midzomeravonden vol zomerse sfeer en live entertainment in de verschillende themagebieden. Daarnaast wordt het park tijdens 8 Halloween Nights in de maand oktober overgenomen door allerlei monsters, die in de verschillende scare zones de bezoekers de stuipen op het lijf jagen. Ook hier wil het park met langere openingstijden de bezoeker naar zich lokken. Toverland houdt met de programmering en openingstijden rekening met de Belgen. De herfstvakantie in Vlaanderen loopt pas op 8 november af.

Kleiner? Nee

Inge van Roij vindt andere trends belangrijker: "Kleinere attracties? Nee, ik zie dat grote attracties de impact maken.

Plopsaland met zijn grote houten achtbaan. Efteling met de Baron 1898. In onze branche zijn juist grote acties nodig. Met

kleine attracties kun je de aandacht vasthouden maar dan wel in een volledig ingericht themagebied. De piek in de zomer komt vooral door de shows en het entertainment. Straks ook met de 8 Halloween Nights, want daar valt groei te halen. Het zit in de lange openingstijden zoals met de midzomeravonden in combinatie met het entertainment. Overigens heeft bij ons ook de vernieuwde bobbaan met het succes te maken.”

Ook Drievliet vertrouwt op entertainment

Ook het Haagse familiepark Drievliet vertrouwde deze zomer op extra entertainment. Het Piraten Zomerspektakel Show liet het publiek lachen. Het podium van het Parktheater is ingericht voor de kunsten van de piraten Machtige Marinus, Jumping Jimmy en Pittige Puck. Zij strijden tijdens deze kleurrijke show vol humor, acrobatiek en interactie voor kapitein van het piratenschip. Uiteindelijk bepalen de piraten dat geen van hen geschikt is voor het kapiteinschap en dat iemand uit het publiek de ‘kapitein van de dag’ zal gaan worden.

Efteling kiest voor spreiding attractie en entertainment

De Efteling trok deze zomer volop de aandacht met de miljoenen kostende ride Baron 1898. Na een sterke introductie kreeg de attractie ook veel media-aandacht doordat deze een aantal keren stilstand. "Dan sta je ook in de spotlight na een mooie introductiecampagne. Daarin communiceerden we heel transparant over de ontwikkeling van Baron 1898. Dat merk je dan ook als het tegenzit," meldt Femke van Es, hoofd communicatie die anders kijkt naar de afweging grote of kleine attracties. "Als Efteling heb je de grote attracties nodig om nieuwe bezoekers naar je toe te halen. Zeker nu we meer buitenlandse bezoekers naar ons toe halen om de groei naar 5 miljoen bezoekers per jaar te realiseren (2014: 4,4 miljoen bezoekers). Dan moet je echt uitpakken. Daarvoor bouw je een Baron 1898. Voor de vele herhaalbezoeken uit de regio en verder zijn de lange openingstijden in de zomer nodig. Zij komen toch nog even kijken en genieten van de entertainment. Je moet ze dan iedere keer weer verrassen met bijzondere acts."

Cross over naar festivals

Hiermee schuift de Efteling heel dicht tegen festivals aan. In juli en augustus is de Efteling tot 20:00 open. De shows vormen een steeds belangrijker deel in het succes van het park. Wekelijks worden andere optredens geprogrammeerd om de bezoeker die regelmatig komt vaak een reden te geven om weer naar Kaatsheuvel te rijden. "Veel mensen uit de regio komen na hun werk nog even langs. Soms ook om hier te eten en dan te genieten van een show. Daar zitten ook veel mensen met een abonnement bij. Hen wil je ook ieder jaar weer grote en kleine attracties bieden."

Wisseling van mensen

Ook de Efteling merkt het succes van de lange avonden. "Er zit vaak een wisseling van de wacht zo rond 17:00 en 18:00. Veel mensen die al de hele dag in de Efteling waren kiezen er voor om naar huis te gaan. Met de lange avondopenstellingen komen dan ook nieuwe mensen binnen. We trekken veel bezoekers met de extra lange avonden tot 24:00," meldt Van Es. Op de negen zaterdagen in juli en augustus is de Efteling geopend tot middernacht. Alle attracties blijven tot middernacht open, het Sprookjesbos is extra verlicht en de Parkshow Raveleijn is in het donker extra spannend met speciale belichting, meldt de Efteling.

Attractie groot versus klein

De Efteling combineert grote en kleine attracties. Van Baron 1898 naar een wonderlijke verteller. In de sector keek iedereen gespannen naar de nieuwste ride van de Efteling, Baron 1898. Bezoekers worden door mijnbaron Gustave Hooghmoed als mijnwerkers de goudmijn in gestuurd. Ze maken met meer dan 90 kilometer per uur een vrije val van 37,5 meter de mijnschacht in, waarna een dollemansrit volgt en ze ontsnappen aan rondolende Witte Wieven. Baron 1898 neemt bezoekers mee naar de hoogtijdagen van de Nederlandse mijnbouw, laat 19e eeuw.

Samen met de Stichting Lezen was voor het tweede jaar de Sprookjessprokkelaar te zien en te horen bij het Sprookjesbos. Deze wonderlijke, vrolijke grijsaard is één met de natuur en voelt de verhalen die door de takjes van de bomen zijn opgevangen. Hij schrijft ze op en vertelt ze vol vuur aan iedereen die ze wil horen.

Er is een fout opgetreden.

[Bekijk deze video op www.youtube.com](#) of schakel JavaScript in als dit is uitgeschakeld in je browser.

Introductie Sprookjessprokkelaar in 2014.

Topics: [Attractieparken](#), [Evenementen](#), [Marketing](#)

Trefwoorden: [attracties](#), [attractieparken](#), [productontwikkeling](#), [management](#)