

Bellewaerde injecteert 25 miljoen in familiecoaster en aquapark

Een attractieve 'rollercoaster' aan investeringen

Bart Vancauwenberghe, freelancejournalist

Bellewaerde in Ieper, het enige 'hybride' familiepark (attractiepark en zoo) in België, vertaalt de stijging van het aantal bezoekers naar meer attracties (aquapark en familiecoaster) en medewerkers. Een investering in nieuwe spectaculaire roetsbanen maar ook in gewone banen (jobs). Algemeen directeur Stefaan Lemey getuigt over het unieke DNA van Bellewaerde.

Plezier en avontuur aanbieden in een natuurlijke omgeving, waar familie en vrienden samen authentieke en onvergetelijke momenten beleven: het is de missie waar Bellewaerde meer dan ooit krachtig op inzet. Dat credo slaat aan bij de doelgroep. Op vijf jaar tijd steeg het aantal bezoekers op jaarbasis van 700.000 naar 800.000 (exclusief Bellewaerde Aquapark). Die significante groei is mooi gespreid over het seizoen. Opvallend wel: in vergelijking met circa twintig jaar geleden, komen er minder Noord-Fransen naar Ieper afgezakt.

Algemeen directeur Stefaan Lemey:

"Ons cliënteel bestaat circa fiftyfifty uit Nederlandstaligen en Franstaligen. Het aantal Noord-Fransen is gezakt van circa 50 naar 30%. Dat komt omdat er in Noord-Frankrijk veel kleinere parken zijn bijgekomen en uiteraard speelt ook Eurodisney een rol. Onderzoeken wijzen uit dat Fransen zich voor een daguitstap wel verder willen verplaatsen dan een Vlaming."

Wachttijden beperken

Op elke openingsdag doet Bellewaerde

minstens 100 bezoekersenquêtes.

"De resultaten daarvan verwerken we in wekelijkse, tweewekelijkse, maandelijkse, driemaandelijks en jaarlijkse rapporteringen. De informatie die daaruit komt is heilig voor ons, omdat we daarmee rekening kunnen houden in onze investeringen. Eén aspect dat altijd terugkomt, is het beperken van de wachttijden. In functie daarvan hebben we capaciteit aan het park toegevoegd. Dat deden we onder meer met de Huracan (2013, 4 miljoen euro), Dawson Duel (2017, 4,5 miljoen euro), restaurant



"We investeren bewust niet in virtual reality maar wel in authentieke attracties."
Directeur Stefaan Lemey van Bellewaerde

Texas Grill (2016, 2 miljoen euro) en de modernisering van de ingang en Parking Mexico (2019, 2 miljoen euro).

Met de opening van het **Aquapark** in 2019 (**17 miljoen euro**), de grootste investering ooit, voegden we een volwaardig nieuw parkdeel toe. In 2020 komt daar met de familycoaster Wakala, die dit voorjaar opengaat, nog de grootste investering (7,5 miljoen) in één attractie sinds 1999 bij. Het is onze ambitie om daar per uur 1.000 mensen te laten genieten, omdat er drie treinen van elk twintig plaatsen op kunnen rijden." De opsomming hierboven is het beste bewijs dat Bellewaerde meer dan ooit investeert. "Tot vijf jaar geleden zaten we op een gemiddelde van bijna 5 miljoen per jaar, sinds drie jaar investeren we elk jaar meer dan het dubbele. Er kruipen ook veel centen in de renovatie en het onderhoud van attracties, wat cruciaal is om voor klanten en medewerkers optimaal veiligheid en kwaliteit te garanderen. Het is de bedoeling de komende jaren het verhoogde investeringsritme verder te zetten."

Topdagen afvlakken

Op piekdagen zakken **12.000 tot 15.000 bezoekers** naar het park af. "Vroeger hadden we meer van die topdagen, maar we doen er alles aan om die af te vlakken en naar een zo gespreid mogelijke bezetting te gaan. Zo sturen we naar abonnees via mailings en sociale media bijvoorbeeld informatie over de drukte of kalmte in het park. Dan kunnen mensen last minute nog beslissen of ze al dan niet afkomen."

Het familiepark heeft de trein van de **digitalisering** intussen niet gemist. "Er is een app waar parkbezoekers de wachttijden voor de belangrijkste attracties kunnen checken. Daarnaast hebben we onze website zo georganiseerd dat mensen thuis al hun ticket kunnen printen of downloaden op de smartphone, wat wachtrijen aan de kassa's vermindert. Dit jaar reorganiseren we ook Parking Leeuw (aan de hoofdingang, red.) door er slagbomen

te plaatsen in plaats van de betaalhokjes. 's Morgens zullen de slagbomen open staan, waardoor het binnenkomende verkeer vlotter zal verlopen. Ook de capaciteit ligt hoger, onder meer door het aantal standplaatsen voor bussen op te trekken."

Tewerkstelling groeit mee

Meer attracties én een waterpark betekent ook meer personeel. "Het aantal vaste mensen op de payroll is op vijf jaar tijd gegroeid van 68 naar bijna 90. Tien daarvan werken in het Aquapark, een aantal anderen (zoals technici) werkt zowel voor het attractiepark als het Aquapark. Het aantal interims en seizoenswerkers klom mee op van 67 naar 78. Het invullen van nieuwe functies is door de krapte op de arbeidsmarkt minder evident, maar we mogen niet klagen. Werken in Bellewaerde trekt mensen nog altijd aan, hoewel het geen sinecure is: het impliceert veel weekend-, feestdagen- en vakantiewerk, maar de anciënniteit van onze medewerkers toont aan dat mensen hier graag aan de slag blijven, liefst tot hun pensioen. Ruim 70% van de seizoenswerkers komt elk jaar terug, en het gebeurt geregeld dat een gewezen personeelslid na verloop van tijd opnieuw solliciteert voor een betrekking."

Elk van die mensen moet bijdragen tot het servicebedrijf dat het pretpark is, met drie **'Belle-waarden'** die voorop staan: teamspirit, fun en service. "We organiseren regelmatig interne opleidingen om mensen te trainen op vriendelijkheid, dienstverlening en veiligheid. Alles moet met de glimlach gebeuren, tot ons plezier doen onze mensen dat ook vrij spontaan. Door de combinatie van een attractiepark en een officieel erkende zoo zijn we eigenlijk het enige volwaardige hybride park in België, dat ook veel belang hecht aan animerende shows én het heel natuurlijke kader, dat zich ook doortrekt in de echte bomen en planten van het Aquapark. We willen vooral echt en authentiek blijven. Daarom investeren we

bijvoorbeeld bewust niet in virtual reality, maar zetten we personeelsadvertenties nog altijd ook in de kranten."

Dankzij de specifieke marktpositie houdt Bellewaerde zich ook uitstekend staande sinds de komst van **Plopsaland De Panne**. "We kunnen perfect naast elkaar leven. Beide parken evolueren en groeien, ook in kwaliteitsbeleving. Daar kan de consument alleen maar van profiteren."

Inbreiding versus uitbreiding

Het bedrijf onderhoudt ook goede contacten met de stakeholders. "We leven op goede voet met Zonnebeke en Leper, omdat we een belangrijke werkgever zijn die zich ook inspant om een goede verkeersstroom te waarborgen. Ook met onze burens hebben we weinig problemen: we informeren die mensen als er bepaalde investeringen zitten aan te komen en organiseren jaarlijks een barbecue." Die investeringen gebeuren nog altijd binnen het huidige domein van **54 ha**. "Uitbreiding is nog niet meteen aan de orde, omdat er nog voldoende mogelijkheden voor inbreiding zijn: we zijn de jongste jaren vooral bezig geweest om bepaalde onderbenutte zones aan te snijden en gaan in de toekomst verder op die weg."

Compagnie des Alpes, het Franse moederbedrijf waar Bellewaerde sinds 2006 deel van uitmaakt, is in ons land ook eigenaar en exploitant van **Walibi** in Wavre. "Zij beheren heel wat skiresorts in de Franse Alpen en zijn daarnaast de vierde grootste Europese groep op vlak van themaparken (met daarbij ook enkele musea). Qua oppervlakte behoren we in onze groep tot de grootste parken, omzetmatig zitten we bij de middelgrote. Het is uiteraard ook dankzij hen dat we naar een hoger investeringsniveau zijn kunnen schakelen", besluit Stefaan Lemey.

www.bellewaerde.be