

Haalbaarheidsonderzoek 'Kok Experience'

Onderzoek naar haalbaarheid van indoor leisureconcept Kok te Harderwijk



Rapportage in opdracht van
J.D. Kok Beheer B.V.

28 november 2013

Projectnummer
13.005

ZKA Consultants & Planners
Biesbosweg 16C
5145 PZ Waalwijk
tel.: 088-2100 250
fax: 088-2100 210
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING	1
1.1.	Aanleiding	1
1.2.	Vraagstelling	1
1.3.	Aanpak en leeswijzer	1
1.4.	Verrichte werkzaamheden	1
2.	LOCATIE, CONCEPT EN CAPACITEIT	2
2.1.	Inleiding	2
2.2.	Locatie	2
2.3.	Conceptanalyse	3
2.4.	Capaciteit	5
3.	MARKTANALYSE EN BEZOEKERSAANTALLEN	7
3.1.	Inleiding	7
3.2.	Trends en ontwikkelingen	7
3.3.	Doelgroepen	8
3.4.	Concurrentieanalyse	10
3.5.	Bezoekersaantallen	16
4.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	22
4.1.	Inleiding	22
4.2.	Conclusies	22
4.3.	Aanbevelingen	22

1. INLEIDING

1.1. Aanleiding

Aan de rand van het centrum in Harderwijk is de onderneming van de familie Kok gevestigd, die bestaat uit Kok Tankstations BV-Broodje Kok, tankstation Kok en Kok Carwash. De ondernemers zijn van plan het huidige bedrijf sterk uit te breiden met een geheel nieuw indoor leisureconcept met o.a. speelparadijs, bowling, lasergame en fitness. Er is een financiële instelling betrokken bij de financiering. Mede ter onderbouwing van de financieringsaanvraag hebben de ondernemers **ZKA Consultants & Planners** gevraagd een haalbaarheids-onderzoek uit te voeren naar het voorziene concept.

1.2. Vraagstelling

Voor deze voorziening is een concept opgesteld dat in een ontwerp is uitgewerkt qua oppervlakte en vormgeving. In het verlengde hiervan geven we antwoord op de volgende vragen:

- Wat zijn de sterktes en zwaktes van de locatie?
- Wat is de relatie tussen het concept en de locatie?
- Hoe ziet de concurrentie eruit?
- Welke bezoekersaantallen zijn haalbaar?
- Welke suggesties zijn er voor een eventuele aanscherping van het concept?

Ten behoeve van dit onderzoek is ook een exploitatiebegroting opgesteld, die separaat is gehouden.

1.3. Aanpak en leeswijzer

Deze rapportage is als volgt opgebouwd:

- Eerst gaan we in op locatie, concept en capaciteit (hoofdstuk 2);
- Vervolgens komt de markt- en concurrentieanalyse aan bod (hoofdstuk 3);
- We sluiten af met conclusies en aanbevelingen (hoofdstuk 4).

1.4. Verrichte werkzaamheden

Voor deze studie zijn de volgende werkzaamheden verricht:

- Locatiebezoek en startbespreking met opdrachtgever;
- Analyse van het concept qua locatie, capaciteit, synergie en concurrentiekracht;
- Benchmark indoor speelparadijzen, lasergame- en bowlingcentra en andere vormen van indoor leisure in de regio (en bezoek aan enkele hiervan);
- Analyse van de markt en concurrentie in de regio;
- Raming bezoekersaantallen;
- Opstellen rapportage.

2. LOCATIE, CONCEPT EN CAPACITEIT

2.1. Inleiding

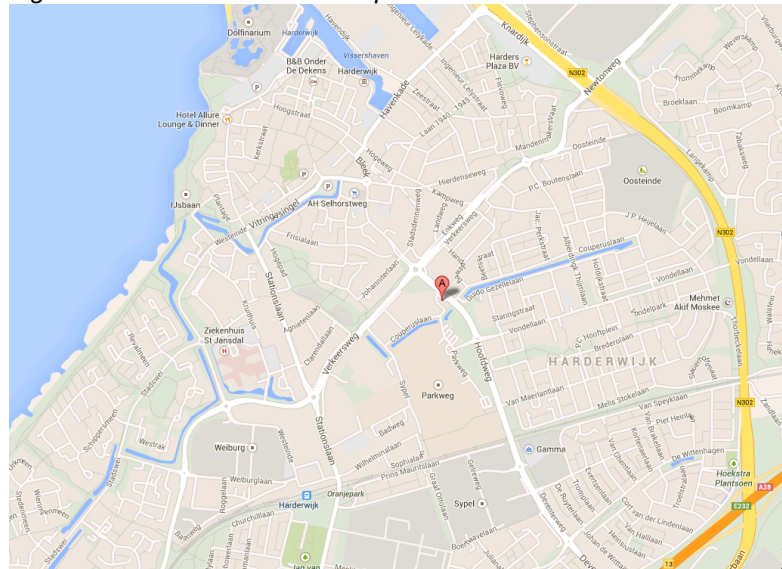
In dit hoofdstuk gaan we in op de sterktes en zwaktes van de locatie (2.2.), de inhoud van het concept , uitgesplitst naar de leisure-onderdelen (2.3.) en de capaciteit per onderdeel (2.4).

2.2. Locatie

De locatie voor het nieuwe indoor leisureconcept is gelegen direct ten noorden van de huidige locatie van Kok Tankstations B.V. in Harderwijk en zal ook op de huidige locatie aansluiten. Voor de grond waarop het concept moet worden gerealiseerd is inmiddels een koopovereenkomst met de Gemeente Harderwijk gesloten.

De locatie is centraal gelegen aan de Hoofdweg te Harderwijk, aan de rand van het centrum.

Figuur 1 Locatie Kok Experience



De sterktes en zwaktes van de locatie zijn als volgt.

Sterktes

- De locatie is aan de rand van het centrum gelegen, op korte auto-afstand van het centrum, direct aan de uitvalswegen tussen het centrum en de snelweg A28. Het station is op tien minuten loopafstand van de locatie gelegen en de buslijn Harderwijk-Ermelo passeert 1 x per uur de Hoofdweg, zodat de bereikbaarheid per openbaar vervoer, per fiets en per auto goed is. Doorgaans zijn indoor leisurevoorzieningen in de omgeving van Harderwijk op locaties gelegen die juist alleen per auto goed bereikbaar zijn (zoals het nieuwe bowlingcentrum in Harderwijk);
- De locatie beschikt nu en in de nieuwe situatie over voldoende parkeervoorzieningen voor de bezoekers.

In het concept is zowel bovengronds als ondergronds uitbreiding van de huidige parkeercapaciteit voorzien;

- De locatie geniet een hoge en kwalitatief goede naamsbekendheid in Harderwijk. (Broodje) Kok is een bekend merk in Harderwijk, zowel bij particulieren als bedrijven (Broodje Kok heeft relatief veel zakelijke klanten);
- De locatie is in de nieuwe situatie goed herkenbaar, vanwege de bouw in de hoogte (12 meter). Dit geeft ook een zekere uitstraling aan het gebouw mee. Zeker ten opzichte van het type locaties dat voor indoor leisure gebruikelijk is (aan de rand van bebouwing, op een bedrijventerrein of in buitengebied) is de locatie relatief gunstig gelegen.

Zwaktes

De zwaktes van de locaties zijn:

- De locatie maakt geen onderdeel uit van een verblijfsgebied of toeristisch-recreatief gebied of een centrumgebied. Dat betekent dat de locatie niet kan profiteren van passanten of combinatiebezoek aan voorzieningen en niet als 'overloopgebied' kan fungeren. Het concept wordt daarom een bestemming, waarvan het verdienmodel is gebaseerd op gericht bezoek;
- Omdat het perceel van beperkte afmetingen is, is in het concept om alle functies te kunnen huisvesten, voor bouw in meerdere lagen gekozen. Niet voor alle functies is dat een nadeel (zoals fitness), maar een gelijkvloers concept met voldoende omvang is voor indoor leisure in principe altijd beter (zie ook concurrentieanalyse).

2.3. Conceptanalyse

Uitgangspunten

De exploitatie van het concept wordt uitgevoerd door Kok Experience B.V, los van de bestaande exploitatie van Kok Tankstations BV waaronder het BP tankstation –Broodje Kok en Kok Carwash vallen.

Het concept bestaat uit een aantal vrijetijdsfuncties, die worden ondersteund door horeca. De exploitatie van de horeca is daarmee afhankelijk van de bezoekers van indoor leisure. Gezien de functies is het concept van Kok Experience zowel geschikt voor kinderen als volwassenen en voor met name de particuliere markt. De meeste voorzieningen (exclusief speelparadijs) zijn ook in enige mate geschikt voor de zakelijke markt (bedrijfsuitjes e.d.). Het concept is met name geschikt voor groepsbeleving (gezinnen, families, reünies, etc.).

Het concept bestaat (conform het ontwerp) uit de volgende functies, met de bijbehorende oppervlaktes:

Begane grond

- Indoor speelparadijs (1.100 m²), met vele speeltoestellen en circa 175 zitplaatsen/horeca voor gasten (kinderen en hun ouders);
- Bowlingbanen (285 m²). Vier bowlingbanen die gethematiseerd worden, met name geschikt voor families en kleine groepen (tot 20 personen);

- Ondersteunende horeca (250 m²). Gezien de ruime opzet van de speeltoestellen kunnen ouders ook aan tafels in het speelparadijs plaatsnemen, om het zicht op hun kinderen te behouden en tegelijkertijd een consumptie nuttigen.

Eerste verdieping

- Vide speelparadijs. Het speelparadijs wordt circa 6 meter hoog, waardoor de vide doorloopt tot en met de eerste verdieping;
- Lasergame (560 m²). Het lasergameparcours wordt gethematiseerd en draagt het thema 'Chemical Factory';
- Buitenschoolse opvang (ca. 475 m²). De overweging bestaat om deze ruimte anders in te vullen met ondersteunende horeca (kinderfeestjes). De bezoekers zullen wel entree voor het indoor speelparadijs moeten betalen. We nemen deze alternatieve (horeca)-invulling als uitgangspunt voor het concept.

Het concept biedt naast leisure ook capaciteit voor ondersteunende horeca.

Tweede verdieping

Deze gehele verdieping is beschikbaar voor de verhuur aan een fitnessexploitant (ca. 1.600 m²) en fungeert autonoom. Hiervoor wordt een verhuurpost in de exploitatiebegroting opgenomen. In hoofdstuk 3 komt het aanbod van fitness aan de orde.

Positionering

De ondernemers willen het concept positioneren als een voorziening die vermaak en beleving biedt aan zowel jong als oud, met een accent op groepen/families met (jonge) kinderen. Door de combinatie van functies en de thematiek is het concept inderdaad geschikt voor een breed publiek. De positionering als all-in attractie (voor enkele uren of een dagdeel vermaak/beleving) past bij de doelgroep en is herkenbaar in de markt.

USP's

Onderscheidend karakter

Het concept onderscheidt zich van lokale leisure aanbieders door de combinatie van functies. De combinatie leisure en horeca, maar ook de mix van indoor leisurefuncties (spelen, bowlen, lasergame) biedt in de directe omgeving een concept dat niet uniek is, maar wel geschikt is voor meerdere doelgroepen (zie ook hoofdstuk 3). De meeste van deze functies (bowling, indoor speelparadijs, lasergame) worden in de leisuremarkt ook elders als onderdeel van een totaalconcept aangeboden.

Verdienmodel

Door de combinatie van functies (en doelgroepen) kan het verdienmodel gebruik maken van arrangementen en hogere bestedingen per bezoeker en per uur dan indoor leisureconcepten waarvan het verdienmodel op één functie (vaak aangevuld met horeca) is gebaseerd.

Naamsbekendheid

Door de (hoge en kwalitatief goede) naamsbekendheid en lokale betrokkenheid van Kok in Harderwijk zal dit nieuwe concept in eerste instantie op meer draagvlak kunnen rekenen dan exploitatie door nieuwe, onbekende ondernemers.

Gebouw

Het gebouw oogt op het ontwerp modern en aansprekend. Door gebruik te maken van de hoogte zou een beeldbepalend ontwerp de locatie nog meer bekendheid en herkenbaarheid kunnen leveren.

Wijze van bezoek

De ondernemers denken voor de leisurefuncties aan een all-in tarief of verschillende arrangementen, waardoor de bezoeker voor een aantrekkelijk prijs van meerdere onderdelen van het concept gebruik kan maken.

Combinatiebezoeken kunnen de bestedingen die de bezoeker per uur doet verhogen ten opzichte van een concept met één leisurefunctie.

De ondernemers denken aan een all-in tarief van circa € 10,- (inclusief BTW) per bezoeker. In eerste instantie is niet in een pricing met abonnementen voorzien. In de exploitatiebegroting en de concurrentie-analyse komt dit tarief - en de invloed op bezoek en capaciteit - verder aan de orde.

Het fitnesscentrum en de BSO vallen uiteraard buiten het all-in tarief.

2.4. Capaciteit

Algemeen

Kok Experience zal naar verwachting 6 dagen per week geopend zijn van 10.00 uur tot 22.00 uur. Dit is een relatief lange openingsduur met daardoor relatief hoge personeelskosten. De uren op werkdagen van 10.00-15.00 uur zijn doorgaans daluren. We gaan er in de verdere berekening dan ook van uit dat Kok Experience 6 dagen per week is geopend van circa 15- 23 uur, op woensdagmiddag iets vroeger.

De capaciteit per voorziening en per verdieping wordt berekend aan de hand van het bruikbaar vloeroppervlak en/of de openingstijden.

Begane grond

Bowling

De capaciteit van de bowlingbaan bedraagt –voor een optimale beleving- maximaal 5 personen per baan. Uitgaande van 4 banen en een gemiddelde speelduur van 1 uur is de capaciteit 20 personen per uur. Uitgaande van 6 dagen per week opening en 8 uren per dag is de capaciteit circa 50.000 bezoeken per jaar.

Restaurant

De maximale restaurantcapaciteit is 50 personen.

Speelparadijs

Het speelparadijs zal circa 1.100 m² beslaan. De ondernemers ramen de maximale capaciteit op de begane grond op ca. 350 personen op de begane grond¹, verspreid over het restaurant, het speelparadijs, de bowling banen en de ondersteunende ruimtes als toiletten, entree, opslag, etc. Hiervan is de maximale capaciteit van de bowling circa 20 personen. De capaciteit voor het restaurant en het indoor speelparadijs samen komt daarmee op 320 personen.

Kok Experience zal 6 dagen per week open zijn. We schatten de gemiddelde bezoekduur in binnenspeeltuinen op drie tot vier (mede afhankelijk van de grootte van de binnenspeeltuin, bij binnenspeeltuinen van rond de 1.000 m² is maximaal 3 uur een goed uitgangspunt).

Per dag zijn in de praktijk (maximaal) 2 shifts mogelijk. De capaciteit bedraagt hiermee 195.000 bezoeken² (inclusief bezoekers zoals ouders/begeleiders) per jaar. Op basis van gegevens uit het ContinuVrijeTijds-Onderzoek van NBTC NIPO Research en ervaringscijfers moet rekening worden gehouden met het gegeven dat de helft van het bezoek aan het indoor speelparadijs in ongeveer 100 dagen komt (woensdagmiddag, vrijdag, zaterdag en zondag in de maanden oktober-maart).

We gaan ervanuit dat alleen kinderen een entreeprijs betalen voor het indoor speelparadijs.

Eerste verdieping

Lasergame

De capaciteit van de lasergame bedraagt circa 20 personen per spel. Uitgaande van een speelduur van een kwartier is de theoretische capaciteit 80 personen per uur, ofwel 240.000 bezoeken per jaar.

Horeca

Er wordt één zaal ingezet voor kinderfeestjes en dergelijke.

Tweede verdieping

De tweede verdieping wordt verhuurd aan een exploitant van fitness.

¹ Per persoon kan worden uitgegaan van een vereist oppervlak van ongeveer 2 m² per persoon. Dit betekent dat Kok Experience ongeveer 550 bezoekers gelijktijdig zou kunnen ontvangen, in het indoor speelparadijs (los van voorschriften vanuit de Brandweer).

² Gerekend is met 300 dagen (50 weken x 6 dagen per week) x 2 shifts x 325 personen.

3. MARKTANALYSE EN BEZOEKERSAANTALLEN

3.1. Inleiding

Achtereenvolgens wordt in dit hoofdstuk ingegaan op:

- Trends (3.2);
- Doelgroepen (3.3.);
- Concurrentie-analyse (3.4.);
- Bezoekersaantallen voor Kok Experience (3.5.).

We gaan eerst in op trends in de markt van indoor spelen en horeca. We benoemen vervolgens de diverse doelgroepen voor Kok Experience. Vervolgens gaan we in op de concurrentie en analyseren deze. Welke concepten bieden deze voorzieningen en voor welke doelgroepen zijn zij geschikt? We ronden dit hoofdstuk af met de raming van de bezoekersaantallen van Kok Experience, op basis van de locatie, het concept, de concurrentie en de capaciteit.

3.2. Trends en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk gaan we in op trends op het gebied van leisure en indoor spelen.

Indoor spelen

De markt voor indoor spelen is gegroeid:

- De laatste 12 maanden opende marktleider van indoor speelparadijzen Ballorig vier vestigingen in Nederland. Dit najaar werd in Tilburg de 29^e vestiging geopend;
- Het grootste indoor speelparadijs, Toverland te Sevenum (L) is sinds de opening ruim tien jaar geleden ontwikkeld naar een middelgroot attractiepark met meer dan een half miljoen bezoekers per jaar. De ondernemers hebben plannen voor een (tweede) forse uitbreiding. Eén deel van de faciliteiten is hier overigens buiten gesitueerd;
- In de omgeving van Harderwijk zijn de afgelopen twee jaar twee indoor speelparadijzen behoorlijke omvang geopend: Schateiland Zeumeren (2009) te Voorthuizen en Superfun te Amersfoort (2012);
- Deze groei is deels te verklaren door het relatief lage prijsniveau van indoor speelparadijzen. Voor een prijs van 6 tot 10 euro kunnen kinderen een halve dag spelen. Dat komt, gezien de koopkracht van gezinnen die onder druk staat, goed uit. Een dagje naar een attractiepark levert een verblijfsduur op die mogelijk twee keer zo lang, maar circa 3-4 keer zo duur is. De gemiddelde afstand tot een indoor speeltuin verschilt per regio, maar is voor de meeste huishoudens niet al te groot. De meeste attractieparken liggen ook niet centraal in Nederland en zijn daardoor minder makkelijk bereikbaar.

Verdere trends in de markt voor indoor spelen zijn, conform trendwatchers in de vrijetijdsector:

- Langere openingsduur. Steeds meer indoor speelparadijzen die onderdeel zijn van een totaal indoor leisureconcept zijn ook 's avonds geopend;

- Combinatie van functies. Indoor speelparadijzen worden meer onderdeel van family entertainmentcentra met een totaalaanbod van vermaak. Een separaat bowlingcentrum, kartbaan of lasergame komt minder voor, combinaties met indoor speelparadijzen zijn niet meer 'vreemd';
- Thematisering wordt steeds belangrijker, om onderscheidend te zijn in de markt.

3.3. Doelgroepen

Verschil in doelgroepen

De doelgroepen van Kok Experience zijn divers. Het concept gaat voor een deel uit van combinatiebezoek door een arrangementstarief, waarbij de bezoeker gebruik kan maken verschillende onderdelen van het concept.

Per onderdeel, dat sterk gericht is op families en kinderen, verschillen de doelgroepen met name in leeftijden echter behoorlijk tot sterk.

Onderstaand gaan we per onderdeel van het concept in op de omvang van de doelgroepen, rekening houdend met het marktbereik. Aangezien het horecabezoek wordt afgeleid van het bezoek aan de leisure-onderdelen van het concept, wordt de omvang van de doelgroep voor horeca niet separaat geraamd.

Indoor speelparadijs

Voor het indoor speelparadijs bestaat de doelgroep zowel uit inwoners rondom Harderwijk als verblijfstoeristen uit de regio. We gaan uit van een doelgroep van 0-12 jaar.

Inwoners

Op basis van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) is bekend dat bezoekers voor het bezoek aan een binnenspeeltuin maximaal ongeveer 25 kilometer (enkele reis) afleggen, ofwel in deze regio een reistijd van ongeveer 20-25 minuten per auto of openbaar vervoer. Dit komt overeen met ervaringscijfers van middelgrote indoorspeeltuinen. Dit gebied bestaat – rekening houdend met de goede bereikbaarheid van de locatie (zowel per auto als openbaar vervoer) – uit de gemeenten Harderwijk, Putten, Nijkerk, Ermelo, Zeewolde, Nunspeet, Elburg, Oldebroek, Epe en de plaatsen Biddinghuizen, Uddel en Garderen.

In de genoemde gemeenten wonen (anno 2013) 44.120 kinderen in deze leeftijdsgroep (bron: Centraal Bureau voor de Statistiek).

Het aantal kinderen in deze leeftijdscategorie neemt op de Veluwe de komende tien jaren overigens iets toe, maar in Harderwijk neemt dit aantal de komende jaren juist af.

Verblijfstoeristen

Het bereik van het indoor speelvoorziening van inwoners is ongeveer gelijk aan het bereik voor verblijftoeristen: deze zijn doorgaans bereid ongeveer dezelfde afstand af te leggen voor een dergelijk type voorziening.

Het aantal vakanties in toeristische accommodaties (camping- en bungalowvakanties, exclusief hotelvakanties³) in de genoemde gemeenten bedraagt ongeveer 1,3 miljoen per jaar⁴.

³ Deze doelgroep wordt buiten beschouwing gelaten omdat hotelvakanties weinig door gezinnen met kinderen worden geboekt.

Hiervan worden ongeveer 1 miljoen vakanties per jaar in de Gelderse gemeenten binnen de regio doorgebracht en in totaal circa 275.000 vakanties in de gemeenten Zeewolde en Dronten.

De belangrijkste doelgroep van deze verblijfstoeristen zijn gezinnen met kinderen tot 18 jaar.

In Gelderland betreft dat 46% van deze groepen en in Flevoland 50%. In totaal behoren circa 600.000 personen tot deze doelgroep (inclusief volwassenen), waarvan circa 225.000 kinderen tot 18 jaar. Het merendeel van deze groep, circa 210.000 kinderen, bestaat uit kinderen in de leeftijd tot 12 jaar.

Lasergame

Voor lasergame is het marktbereik ongeveer gelijk, maar de leeftijdsgroep verschilt sterk met die van indoor spelen. De minimumleeftijd voor lasergame in de markt is doorgaans 8 jaar, de door ons en lasergame aanbieders ingeschatte maximumleeftijd is (ongeveer) 25 jaar.

Inwoners

In het marktgebied wonen circa 59.250 kinderen/jongeren in deze leeftijdsgroep (bron: Centraal Bureau voor de Statistiek).

Verblijfstoeristen

Het aantal verblijfstoeristen in de leeftijdsgroep 8-20 jaar in de genoemde regio is circa 147.500 per jaar.

Bowling

Voor bowling gaan we binnen hetzelfde marktbereik uit van een brede leeftijdsgroep van 6-80 jaar.

Inwoners

In het marktgebied wonen circa 270.000 personen in deze leeftijdsgroep (bron: Centraal Bureau voor de Statistiek).

Verblijfstoeristen

Het aantal verblijfstoeristen in de leeftijdsgroep 6-80 jaar in de genoemde regio is circa 1,1 miljoen personen per jaar.

Totaal

De totale omvang van de doelgroep voor het leisuregedeelte van Kok Experience bestaat niet uit de optelling van de afzonderlijke doelgroepen per deelconcept, omdat hier grote overlappingen tussen zijn. Daarnaast is er veel sprake van combinatiebezoek (dit komt aan de orde in hoofdstuk 4).

⁴ Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek 2012, ContinuVakantie-Onderzoek 2012 van NBCT NIPO Research, Monitor Recreatie en Toerisme Flevoland 2012 (ZKA).

3.4. Concurrentieanalyse

Nu het bereik in aantallen inwoners en verblijfstoeristen bekend is, komt de concurrentieanalyse aan bod.

3.4.1. Indoor speelparadijs

In het eerder beschreven marktgebied zijn een aantal indoor speelparadijzen gevestigd, waarvan een deel alleen deze functie biedt en een deel meerdere functies als onderdeel van één totaalconcept aanbiedt. De grootte van de speelvoorzieningen varieert ook sterk.

Tabel 3.1 Aanbod indoor speelparadijzen

Naam	Locatie	Oppervlakte	Korte omschrijving faciliteiten
Schateiland	Voorthuizen	5.500m ²	• Indoorspeeltuin • Zalen • Outdoor, zoals boerengolf en speurtocht
Kids Playground	Apeldoorn	3.000m ²	• Diverse speeltoestellen: trampolines, glijbanen, tunnels, etc.
SuperFun Amersfoort	Amersfoort	6.000m ²	• Speelparadijs indoor • Lasergame • Trampoline • Bowling • Hoogteparcours • Restaurant all-you-can eat
Boerderijpret Ermelo	Ermelo	onbekend	• Indoorspeeltuin met diverse attributen • Buiten kinderboerderij
Ballorig Lelystad	Lelystad	1.500-2.000m ²	• Trampoline • Autocircuit • Separaat peutergedeelte

Het aanbod in de regio is erg divers. We bezochten een aantal van de speelvoorzieningen in de regio Harderwijk en analyseerden deze:

- Superfun (Amersfoort);
- Ballorig (Lelystad);
- Schateiland (Voorthuizen).

Boerderijpret (Ermelo) was op het moment van bezoek gesloten. Deze (eenvoudige) voorziening is in principe een kinderboerderij met wat speelvoorzieningen, in plaats van andersom,

Superfun

Onze indruk van Superfun is als volgt.

Bereikbaarheid/locatie

Niet eenvoudig te vinden. Superfun ligt op een nieuw industrieterrein genaamd Middelhoefseweg. Ruime parkeermogelijkheden, gratis. Niet zichtbaar vanaf de weg en niet direct aan de snelweg gelegen (10 min).

Uitstraling binnen/buiten

Uitstraling van buiten doet 'industrieel' aan, saai, maar wel verzorgd. Van binnen erg modern. Druk qua bezoekers, dit heeft te maken met de vrijdagavond.



Oppervlakte

Circa 6.000 m².

Doelgroep

Heel divers, diverse activiteiten, variërend van een speelparadijs tot de 'rescue challenge'. Gericht op groepen, horeca is belangrijke pijler van exploitatie.

Tarieven

De onderdelen zijn los toegankelijk, maar er zijn ook prijscombinaties (met name bij lasergame) en verschillende arrangementen, (pas bijvoorbeeld met een tijdslimiet e.d.), veelal met horeca. Ook mogelijkheid tot geven van een feestje, daar kunnen ook combi-arrangementen gekozen worden.

Bezetting

Met name het weekend zijn zeer drukke dagen, het is vooral een soort 'uitgaanscentrum', voor iedere kind/jongere wat wils, ook voor vrijgezellenfeestjes of familiefeestjes. Het speelparadijs is met name woensdagmiddag in trek. Naar eigen zeggen ruim 200.000 bezoekers per jaar (inclusief horeca).

Tarieven

Indoor speelparadijs:

Kinderen	€ 7,50 p.p.
Volwassenen	gratis

Lasergame	€ 6,50 per spel
Superjump	€ 6,50 per uur p.p.
Bowling	€ 24,00 per baan per uur

Combinatie laser+spel € 10,00

Andere combinaties € 10,00

Diverse horeca-arrangementen vanaf € 12,50

Schateiland Zeumeren (Voorthuizen)

Bereikbaarheid/locatie

De bereikbaarheid is goed, staat goed aangegeven met diverse borden. Het is slechts 1 minuut rijden van de snelweg (A1) gelegen. De toegankelijkheid is hoog. Schateiland ligt in een recreatiegebied, deze is afgesloten met slagbomen. Het is betaald parkeren, er zijn voldoende parkeermogelijkheden.

Oppervlakte
Circa 5.500 m².

Uitstraling

Zowel indoor als outdoor gethematiseerd naar piraten/schipbreuk. Hieraan dragen muziek en diverse gethematiseerde voorwerpen bij zoals een schip in het water. Medewerker verkleed als een piraat aan de desk.



Doelgroep

De doelgroep is 4 t/m 12 jaar, vanaf 12 jaar gaan de kinderen zich vervelen.

Tarieven

Vanaf 3 jaar	€ 12,50 per persoon
Kinderen tot 3 jaar	gratis
Vanaf 65 jaar	€ 11,50
Parkeren	€ 4,00 tot € 8,00
Kinderfeestjes inclusief frites of pannenkoek	€ 13- € 15.

Bezetting

Drukke bezetting op woensdagmiddag, vrijdagmiddag en zaterdag, verder is het rustig, ook in vakanties. Capaciteit is 1.000 kinderen, bezetting veelal rond 100 tot 200 kinderen. Veel mensen uit de buurt.

Ballorig (Lelystad)

Bereikbaarheid/locatie

Ballorig Lelystad is goed bereikbaar. Er is echter nauwelijks bebording zichtbaar. Er zijn veel parkeermogelijkheden.



Uitstraling

De uitstraling van buiten is goed, toont een gezellig speelparadijs. Van binnen ziet het er ook gezellig uit. Het was redelijk druk tijdens het bezoek.

Doelgroep

Kinderen tot en met 12 jaar. Aan de ouders is gedacht in voorzieningen, WIFI en tafels om aan te kunnen werken.

Tarieven

Kinderen t/m 13 jaar:	€ 7,00
Spelende jongeren van 14 t/m 17 jaar:	€ 7,00
Niet spelende kinderen 14 t/m 17 jaar:	Gratis
Ouders en begeleiders vanaf 18 jaar:	Gratis
Kinderfeestjes: variërend van € 9,50 p.p. tot € 17,50 p.p.	

Bezetting

De woensdagmiddag is altijd druk, daarnaast is de vrijdag en de zaterdag ook een favoriete dag.

Verblijfsrecreatie

In de verblijfsrecreatie biedt bijvoorbeeld Center Parcs De Eemhof (Zeewolde) de gasten een grote variatie aan faciliteiten voor kinderen, maar een indoor speelparadijs met de schaal van Kok Experience ontbreekt in het aanbod van dit park.

3.4.2. Bowlingbaan

In de omgeving zijn een aantal bowlingcentra gevestigd (zie tabel 3.2.). Bij elkaar bieden deze centra een capaciteit van 30 bowlingbanen.

Tabel 3.2 Aanbod bowlingbanen

Naam	Locatie	Aantal banen	Korte omschrijving faciliteiten
Bowlingbaan Harderwijk	Harderwijk	12	• Restaurant • Vergaderlocatie
Bowling- en partycentrum Putter	Putten	6	• Restaurant • Boogschieten • Spelshow • Solextour • Limodroppen enz.
Flevopark Dronten	Dronten	6	• Squashbanen • Indoor Tennisbanen • Tafeltennistafels • Badmintonvelden
Bowling Inn Ermelo	Ermelo	6	• Wokrestaurant

In totaal omvat de regio een aanbod van 30 bowlingbanen. De Bowling Harderwijk, die op 11 oktober een nieuwe locatie opende, richt zich met de relatief omvangrijke capaciteit ook op verenigings- en competitiebowlen. Hiervoor zijn tenminste drie avonden per week en de zaterdagochtend gereserveerd.

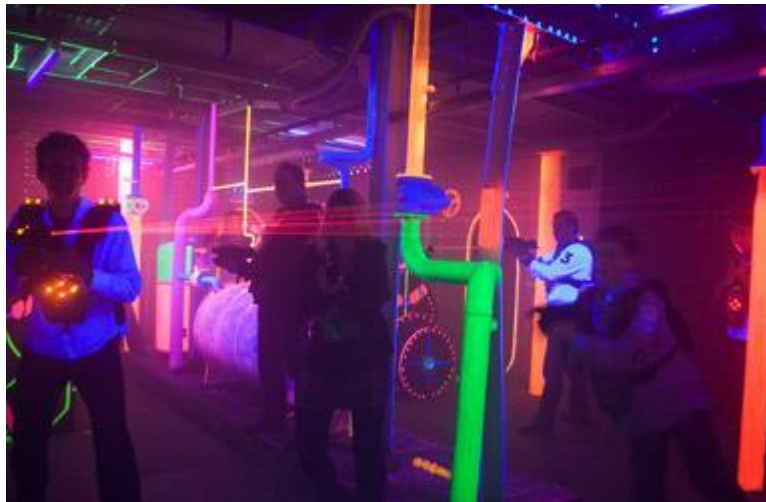
Geen van de bowlingcentra opereert solitair, maar combineert de exploitatie met andere functies zoals restaurant, sport of sportieve- en outdooractiviteiten. Dit geeft aan dat het verdienmodel van bowlen op deze locaties en in deze regio niet alleen gebaseerd kan zijn op bowling als activiteit alleen.

Ook Kok Experience biedt andere activiteiten aan en onderscheidt zich met het indoor speelparadijs en lasergame, die andere centra in deze regio met bowlingbanen niet aanbieden. Zij onderscheiden zich meer met horeca of aanbod op het sportieve vlak.



3.4.3. Lasergame

In de regio wordt nauwelijks indoor lasergame aangeboden, waardoor de concurrentie van dit onderdeel van het concept relatief beperkt is. In de regio wordt alleen in Nunspeet lasergame aangeboden (alleen buiten, in een bosperceel, zonder verder aanvullende faciliteiten).



Wel wordt net buiten het marktgebied, in Apeldoorn, Almere, Lelystad (indoor) en Amersfoort (outdoor) lasergame aangeboden.

Daarnaast is landelijk een aantal bedrijven actief dat lasergame op maat aanbiedt, in een door de klant zelf te kiezen buitenlocatie. Indoor lasergame lijkt zich met name net buiten het marktgebied in middelgrote tot grote steden te concentreren.

Indoor lasercentra combineren lasergame vrijwel altijd met horeca en vaak om met paintball- en/of kartfaciliteiten.

3.4.4. *Horeca*

In de vergunning van Kok Experience is voorzien in de exploitatie van ondersteunende horeca. Elke bezoeker van de horeca zal toegang moeten betalen en autonoom horecabezoek is in beginsel niet mogelijk.

3.4.5. *Fitness*

In Harderwijk zijn op dit moment drie fitnesscentra gevestigd:

- Fit 4 All: sinds juni 2013 gestart, ca. 500-700 leden (prijsklasse € 35,- per maand);
- Sportcentrum "De Harder: wat verouderde sportschool met squashbanen, ongeveer 300-500 leden, prijsklasse 30,- per maand;
- Sportschool ledema', bestaat al ruim 25 jaar, in de grootste sportschool van Harderwijk met ruim 2.500-2.700 leden, prijsklasse € 50,- per maand;
- Bewegingscentrum Vrijheid. Het aantal leden is niet bekend, maar het centrum heeft beperkte openingstijden (8 uur per dag op werkdagen, in het weekend alleen 's ochtends). Ook dit centrum opereert in het segment met maandelijks abonnementsprijzen van gemiddeld circa € 30-40 per maand.

De markt voor fitnesscentra is de afgelopen jaren sterk gegroeid. De afgelopen jaren is de groei wat afgenomen. Wel is een verschuiving te zien van de wat duurdere (€ 35- € 60 per maand) fitnesscentra naar de budgetketens zoals Fit4Free en BasicFit (€ 10-€ 20 per maand). Zo heeft keten Fit4forFree de afgelopen twee jaren in totaal 17 nieuwe vestigingen geopend in Nederland.

In Nederland fitness circa 20% van de bevolking, waarvan circa tweederde in een fitnesscentrum. Circa 2 miljoen leden zijn aangesloten bij één van de circa 2.000 fitnesscentra in Nederland.

In Harderwijk zou dat betekenen dat, afgemeten naar het aantal inwoners, circa 5.500 inwoners lid zouden kunnen zijn van een fitnesscentrum. Het huidige aantal leden van de sportschool in Harderwijk (exclusief bewegingscentrum Vrijheid) is echter circa 3.600. Dat betekent dat er nog flink marktruimte is voor een nieuw fitnesscentrum in Harderwijk. Deze marktruimte kan vrijwel onmogelijk geheel zijn benut door bewegingscentrum Vrijheid. Daarnaast valt op dat juist een budgetketen ontbreekt in het lokale aanbod van Harderwijk. Gezien de marktruimte kan worden verwacht dat deze goed kan worden ingevuld door een budgetketen of -onderneming. Dit sluit goed aan bij het ondernemingsplan van Kok Beheer, dat voorziet in een contract met een budget fitnessonderneming.

3.5. Bezoekersaantallen

In deze paragraaf ramen we de bezoekersaantallen van de afzonderlijke onderdelen van het concept van Kok Experience (exclusief het verhuurde fitnessgedeelte). De geraamde bezoekersaantallen per onderdeel kunnen niet zonder meer worden opgeteld tot het totale of betalende bezoekersaantal. Er zal, gezien het all-in tarief, immers ook sprake zijn van combinatiebezoek waarbij twee of meerdere onderdelen van het concept worden bezocht, al dan niet in combinatie met ondersteunende horeca. Het aantal activiteiten van de bezoekers is daardoor hoger dan het aantal bezoekers zelf. Aan het einde van de paragraaf wordt het totale aantal activiteiten en bezoekers voor Kok Experience berekend.

3.5.1. Indoor speelparadijs

Het verwachte bezoekersaantal van Kok Experience hangt samen met de capaciteit, de prijzen, de aantrekkingskracht van het concept en de concurrentie in de regio. We gaan ervanuit dat het indoor speelconcept inhoudelijk aantrekkelijk en vernieuwend is voor kinderen, zodat spelen bij Kok Experience een serieuze concurrent is voor het aanbod in de regio. De ondernemers hebben reeds aangegeven met aantrekkelijke prijzen en combi-tarieven in de exploitatie . rekening te houden. Als we dit als uitgangspunt nemen, hangt het bezoekersaantal met name af van de capaciteit en de concurrentie. We nemen aan dat ook aan een aantal andere randvoorwaarden wordt voldaan (goede bereikbaarheid, voldoende reclame en marketing voor naamsbekendheid in de regio, veiligheid, aantrekkelijke horeca, etc.)

We berekenen voor een optimaal resultaat het bezoekersaantal van het indoor speelparadijs op basis van twee methoden, waarvan de resultaten met elkaar zullen vergelijken:

- Op basis van het marktpotentieel;
- Aan de hand van de capaciteit en de bezetting.

Marktpotentieel

Het marktbereik van het indoor speelparadijs binnen het beschreven marktgebied hebben we gesplitst naar drie 'cirkels', op basis van de afstand/reistijd tot Kok Experience. Voor elk van deze cirkels voorzien we een verschillend marktaandeel voor Kok Experience:

- Primair marktbereik: gemeente Harderwijk.
- Secundair marktbereik: gemeenten Zeewolde, Ermelo, Nunspeet, Putten
- Tertiair marktbereik: gemeenten Epe, Nijkerk, Elburg, Oldebroek en de kernen Biddinghuizen, Uddel en Garderen.

Het aantal kinderen van 0-12 jaar binnen dit marktbereik is ruim 44.000 en is als volgt opgebouwd:

Tabel 3.4 Omvang doelgroep indoor speelparadijzen (leeftijd 0-12 jaar)

Marktbereik	Aantal kinderen
Primair (Harderwijk)	7.650
Secundair	15.760
Tertiair	20.710
Totaal	44.120

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek

Daarnaast brengen jaarlijks circa 210.000 kinderen in de leeftijd tot 12 jaar als verblijfstoerist een vakantie in de omgeving door (zie eerder in dit hoofdstuk).

Gemiddeld bezoeken kinderen van 0-12 jaar bijna 1,1 keer per jaar een indoor speelparadijs (bron: bewerking van data van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek van NBTC-NIPO Research). Dit geeft binnen het gehele gebied een marktpotentieel van $44.120 \times 1,1 =$ circa 48.500 bezoeken van kinderen van 0 tot 12 jaar (exclusief ouders) aan indoor speelparadijzen. Binnen dit marktpotentieel moeten de ondernemers van Kok Experience rekening houden met de concurrerende alternatieven.

Gezien de concurrentie en de afstand schatten we in dat het marktaandeel van Kok Experience in Harderwijk, waar lokaal geen concurrentie is, het grootst is, en in het tertiaire marktgebied het laagst:

- Voor het primair marktgebied ramen we het marktaandeel op 80%-90%. Het marktaandeel zal nooit 100% zijn, omdat er altijd consumenten zijn die ervoor kiezen om een indoor speelparadijs buiten Harderwijk te bezoeken, ondanks de onmiddellijke nabijheid van Kok Experience, vanwege bijvoorbeeld het concept, de sfeer, andere openingstijden, etc.;
- Voor het secundaire marktgebied ramen we een marktaandeel van circa 45%-55%. In de tweede ring van het marktgebied zijn andere speelvoorzieningen (in Apeldoorn, Amersfoort en Voorthuizen) vaak dichterbij voor de inwoners van dit gebied en is er meer concurrentie;
- In het tertiaire marktgebied is sterke concurrentie met de in het vorige hoofdstuk genoemde voorzieningen in Lelystad, Apeldoorn, Amersfoort en Voorthuizen. Het marktaandeel van Kok Experience schatten we daarom in op circa 20-30%;
- We ramen dat circa 5%-6% van de kinderen onder de verblijfstoeristen Kok Experience voor het indoor speelparadijs in hun vakantie éénmaal bezoekt. In deze markt zijn vele alternatieven voor de vakantiegangers, waaronder ook faciliteiten voor mooi weer (zoals strand) of iets minder mooi weer (bv. attractieparken). Ook bieden veel recreatieparken natuurlijk eigen (veelal kleinschalige) leisurevoorzieningen, die vakantiegangers eerder zullen bezoeken omdat deze voorzieningen zeer dichtbij (want op het park) zijn.

Het bezoekersaantal voor het indoor speelparadijs (betalende kinderen) ramen we daarmee op circa 33.000 per jaar (zie tabel 3.5.) Uitgaande van 2 betalende kinderen per ouder/begeleider, bedraagt het totaal aantal bezoeken circa 50.000.

Tabel 3.5 Marktpotentieel en bezoekersaantal indoor speelparadijs (0-12 jaar)

Bereik	Aantal	Frequentie	Marktpotentieel	Marktaandeel	Aantal
Primair (Harderwijk)	7.650	1,1	8.415	85%	7.150
Secundair	15.760	1,1	17.335	50%	8.665
Tertiair	20.710	1,1	22.780	25%	5.700
<i>Subtotaal inwoners</i>	<i>44.120</i>		<i>48.530</i>		<i>21.500</i>
Verblijfstoeristen	210.000			5,5%	11.500
Totaal kinderen					33.065
Ouders/begeleiders					16.535
Totaal bezoekers					49.600

Capaciteit

We ramen de maximum momentcapaciteit op 325 personen voor het indoor speelparadijs en het restaurant op de begane grond, inclusief terras (zie hoofdstuk 2).

De capaciteit bedraagt hiermee 195.000 bezoeken per jaar (inclusief gratis bezoekers zoals ouders/begeleiders). De bezetting van indoor speelparadijzen kan worden berekend op basis van de capaciteit, uitgedrukt in:

- Het maximale aantal bezoekers per jaar; (aan de hand van een marktconform bezettingspercentage);
- De gemiddelde oppervlakte (in aantal bezoekers per m²).

Op basis van een benchmark en ervaringscijfers is de gemiddelde bezettingsgraad van indoor speelparadijzen ten opzichte van de theoretische capaciteit 20%-30%. Het verwachte bezoekersaantal (inclusief ouders) voor het indoor speelparadijs van de familie Kok wordt daarmee geraamd op 39.000-58.500 per jaar. Op basis van ervaringscijfers blijken binnenspeeltuinen in Nederland gemiddeld 25-35 bezoekers per m² per jaar te realiseren⁵. Hiervan uitgaande zou Kok Experience voor het speelgedeelte met 1.600 m² een bezoekersaantal van 40.000-56.000 betaalde bezoeken per jaar kunnen verwachten bij een marktconforme exploitatie.

De berekening vanuit het marktpotentieel en de capaciteit komen met elkaar overeen. Het berekende aantal bezoekers vanuit de markt valt immers binnen het minimum en maximum van het aantal bezoekers op basis van de capaciteit.

Omdat de markt in principe een genuanceerder berekening oplevert voor het bezoekersaantal, zullen we dit bezoekersaantal –49.600 bezoeken per jaar voor het indoor speelparadijs – gebruiken in de berekening van het aantal unieke bezoekers (aan het eind van deze paragraaf) en voor de exploitatiebegroting.

3.5.2. Bowling

Nederland telt in totaal circa 1.500-1.700 bowlingbanen, verspreid over circa 160 bowlingcentra⁶. Het aanbod per inwoner bedraagt circa één baan per 10.000 inwoners, per regio is dit enigszins verschillend. Het totaal aantal bezoeken aan bowlingbanen in Nederland bedraagt circa 10 miljoen per jaar⁷.

Het totaal aantal inwoners van het marktgebied is circa 300.000, wat in principe marktruimte biedt voor 30-32 bowlingbanen. De netto participatie voor bowling is 0,55 bezoeken per inwoner per jaar.

Uitgaande van 300.000 inwoners en 0,55 als netto participatie betekent dat 168.000 bezoeken per jaar door de inwoners van de regio (verspreid over de bestaande bowlingcentra).

Kok Experience zou met de vier nieuwe bowlingbanen (op grond van gemiddeld 5.500 bezoeken per baan per jaar in Nederland) circa 22.000 bezoeken per jaar moeten behalen en daarmee een marktaandeel van circa 13% moeten veroveren.

⁵ Omdat bezoekersaantallen bedrijfsgevoelige informatie betreft zijn in deze rapportage geen bezoekersaantallen van indoor speelparadijzen in het concurrentiegebied of elders in Nederland vermeld.

⁶ Bron: Van Spronsen en Partners Horeca-Advies, eigen deskresearch ZKA.

⁷ Bron: ContinuVrijeTijdsOnderzoek, deskresearch ZKA.



Met de huidige 30 bowlingbanen die al in de regio gevestigd zijn lijkt de marktruimte voor nieuw aanbod van bowlingcentra in de regio beperkt en zal het niet eenvoudig zijn om dit marktaandeel te behalen.

De regio kenmerkt zich, in tegenstelling tot vele andere regio's, echter door een groot aanbod aan verblijfstoeristische accommodaties en circa 1,2 miljoen verblijfsrecreatieve vakanties per jaar (exclusief hotels) en een veelvoud aan overnachtingen. Deze verblijfstoeristen vormen naar verwachting een belangrijk deel van de bezoekers. Het aantal toeristen verklaart ook grotendeels het vrijwel marktconforme aanbod van bowlingbanen in de regio, terwijl het aantal bowlingbanen op provinciaal niveau (Gelderland) per hoofd van de bevolking juist circa 20% lager dan gemiddeld in Nederland is (bron: Van Spronsen Horeca-Advies). In de regio lijkt daarom nog wat marktruimte beschikbaar.

Om marktaandeel te verwerven zullen de bowlingbanen over een onderscheidend karakter moeten beschikken ten opzichte van het regionale aanbod, in het bijzonder ten opzichte van Bowling Harderwijk. Door combinatiebezoeken zal het bowlingcentrum ook extra bezoekers ontvangen vanuit het indoor speelparadijs (afgeleid bezoekmotief) of lasergame, bijvoorbeeld door middel van arrangementen of kinderfeestjes. Ook de vraag vanuit verblijfsrecreatie zal de marktvraag naar bowling in Kok Experience positief beïnvloeden.

We gaan voor Kok Experience vanwege de concurrerende situatie in de regio uit van iets lager dan marktconforme bezetting, circa 4.500 bezoekers per baan. Dat betekent voor 4 banen een bezoekersaantal van 18.000 per jaar. Uitgaande van 4,5 personen per baan is het aantal verhuurde uren circa 4.000.

3.5.3. Lasergame

Een gemiddelde lasergame baan trekt circa 24.000-30.000 bezoekers per jaar.

Vanwege de relatief gunstige concurrentiepositie (alleen aanbod aan de randen van het marktgebied of net daarbuiten), de relatief grote oppervlakte, maar anderzijds de normen en waarden in de regio ('schieten' wordt niet door iedereen gewaardeerd) ramen het bezoekersaantal conservatief op 25.000 bezoeken per jaar.



3.5.4. Totaal

Bezoekers en activiteiten

De geraamde bezoekersaantallen per onderdeel kunnen niet zonder meer worden opgeteld tot het totale of betalende bezoekersaantal, gezien het combinatiebezoek. De bezoekersaantallen die in voorgaande paragrafen zijn genoemd, betreffen dan ook aantallen activiteiten. Eén persoon zal immers meer activiteiten per bezoek kunnen doen in Kok Experience.

Berekening en uitgangspunten

De ondernemers hebben aangegeven combinatietarieven te willen aanbieden voor de combinatie van lasergame en indoor spelen, terwijl bowling separaat (per uur per baan) wordt afgerekend. We gaan er daarom vanuit dat de meerderheid van de bezoekers die activiteiten combineert, dit met indoor spelen en lasergame zal doen. Het indoor speelparadijs kent de langste bezoekduur (gemiddeld 3-4 uur), we gaan er daarom vanuit dat meerderheid van de bezoekers ervoor kiest om in ieder geval het indoor speelparadijs te bezoeken. Een minderheid zal de lasergame of bowling zelfstandig bezoeken.

Bowling en lasergame zijn leisure activiteiten die niet voor elk kind, jongere of volwassene even aantrekkelijk of leuk zijn om vrije tijd aan te besteden, waar indoor spelen dat (voor de kinderen in de geschikte leeftijdsgroep) vrijwel altijd wel is.

We gaan er daarom vanuit dat ongeveer een derde van de unieke bezoekers activiteiten combineert (we zien horeca niet als losse activiteiten, maar als service voor de gasten waar iedereen gebruik van kan maken). Ook gaan we ervanuit dat dit voor de combi-bezoekers gemiddeld 2 activiteiten per persoon zijn. In de praktijk is het mogelijk dat dit gemiddelde iets hoger is dan 2, maar in de berekening is het niet mogelijk om met 'halve' activiteiten te rekenen.

Elke persoon onderneemt dan gemiddeld 1,33 activiteiten ($1/3 \times 2$ activiteiten en $2/3 \times 1$ activiteit), exclusief horecabezoek. Dat betekent dat in totaal 92.600 activiteiten in Kok Experience plaatsvinden door in totaal 69.450 unieke bezoekers. Het is van belang om het aantal bezoekers naar unieke personen terug te rekenen, omdat in de exploitatiebegroting bestedingen uiteraard per persoon worden berekend.

Tabel 3.6 Aantal bezoekers en activiteiten per jaar

Activiteiten	Aantal
Indoor spelen	49.600
Lasergame	25.000
Bowling	18.000
Totaal	92.600
Gemiddeld aantal activiteiten	1,33 per persoon
Aantal unieke bezoekers	69.450

We gaan er tevens vanuit dat, met name gezien het combinatietarief van laser en spelen, de combinaties van activiteiten als volgt verdeeld zijn:

- Circa 60% van de combibezoekers laser en spelen combineert;
- Circa 25% laser en bowling combineert;
- Circa 15% bowlen en spelen combineert.

Dit bezoekersaantal is (na een grondige berekening) als volgt verdeeld:

Tabel 3.7 Verdeling unieke bezoekers

Activiteiten	Aantal unieke bezoekers
Indoor spelen	32.240
Lasergame	5.325
Bowling	8.740
Lasergame en spelen (combi)	13.890
Lasergame en bowling (combi)	5.790
Bowling en spelen (combi)	3.475
Totaal	69.450

4. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk komen de conclusies (4.2.) ten aanzien van de haalbaarheid van Kok Experience aan de orde. We doen tevens een aantal aanbevelingen ten aanzien van het concept en de exploitatie (4.3.).

4.2. Conclusies

Uit de voorgaande analyse trekken we de volgende conclusies.

- Kok Experience is een indoor leisureconcept met de nadruk op het indoor speelparadijs. Belangrijke doelgroepen zijn families en gezinnen met jonge kinderen. Dit nieuwe concept zal opereren in een groeiende markt. In Harderwijk en de aangrenzende gemeenten is op dit moment ook nog relatief weinig concurrentie. Net buiten het markgebied is juist wat intensere concurrentie (de afgelopen twee jaar zijn er weer twee relatief grootschalige, indoor speelparadijzen geopend);
- Door deze marktstructuur, de combinatie van functies (totaalconcept) , met bowling en lasergame en het omvangrijke aantal verblijfstoeristen in de omgeving (waaronder veel gezinnen met jonge kinderen) is de concurrentiepositie van Kok Experience in de regio redelijk sterk;
- Op deze locatie is een rendabele exploitatie haalbaar.

4.3. Aanbevelingen

We bevelen de ondernemers van Kok Experience het volgende aan:

- De planvorming verder voort te zetten. De concurrentiepositie is redelijk sterk en de begroting laat een positief resultaat zien;
- De exploitatiekosten verder te onderzoeken en concreter te maken. Nu zijn deze globaal geraamd en geanalyseerd. De post personeelskosten is cruciaal vanwege de relatie met de capaciteit die bezoekers wordt geboden en het relatief grote bedrag;
- Het risico van verhuur van een gehele verdieping aan een fitnessexploitant te beperken door een langjarig contract langjarig aan te gaan met een betrouwbare partner;
- Overwegen om een scan uit te voeren naar nieuwe of aanvullende functies in het concept om het draagvlak van de exploitatie te vergroten. Deze scan zouden wij kunnen uitvoeren, evenals een scan van de huurprijs van het fitnessgedeelte;
- Een klein podium of culturele ruimte in het concept op te nemen, voor bijvoorbeeld optredens of voorstellingen voor kinderen.