

The City Food & Fun - Een nieuwe standaard in Family Entertainment Centers

24-08-2020 11:04

De tennishal van Richard Bultink in 's Gravezande bracht al jarenlang niet meer het gewenste rendement op, en Richard was op zoek naar een andere invulling. Het was voor de exploitant wel duidelijk dat hij zijn bakens moest verzetten.

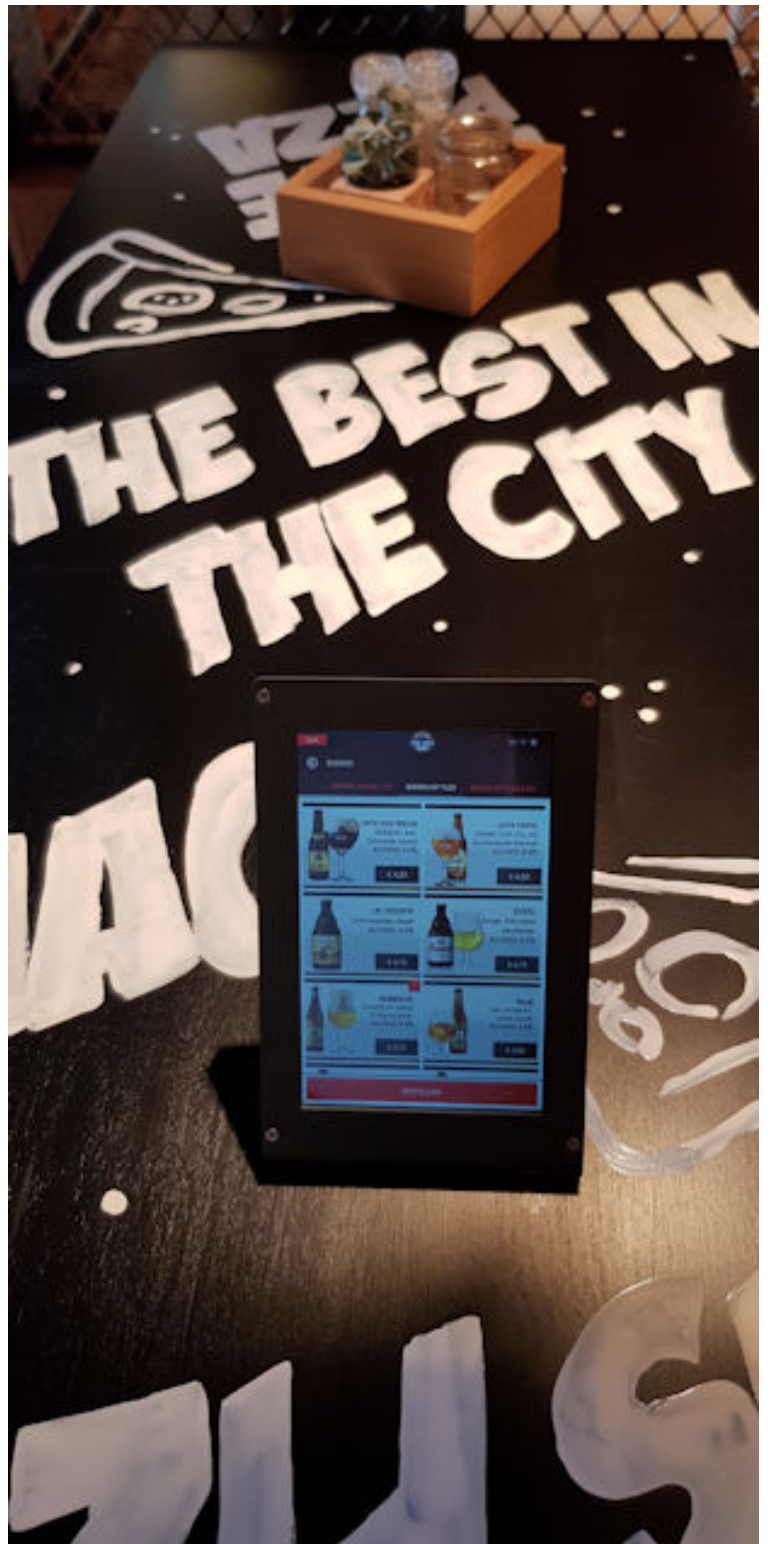
Richard zocht een origineel alternatief en leek die gevonden te hebben in een vernieuwende opzet van een aantal gecombineerde activiteiten in combinatie met een passende trendy horecaformule.



Het imposante decor van de The Happy Highway Golf, gemaakt door Henk Decor met uitzicht op de Laser - Gas Station van UltraTag Lasergames



Jeu de Boules plein speelt in op social Entertainment



Bestellen met een minimaal aantal contactmomenten



Bowling 'De Metro' van Active Bowling Constructions, maakt o.a. gebruik van 9 beamers voor spectaculaire effecten.

De oriëntatie fase - wat is de juiste combinatie

Richard wist wat hij wilde en had nog zonder plan de tenniscontracten al opgezegd voor 2019. Alleen de 4 Squashbanen werden nog voldoende gebruikt. Richard had nog weinig ervaring met zijn nieuwe bedrijfsconcepten, maar op het belangrijkste onderdeel; 'ondernemen' had hij meer dan voldoende ervaring.

Hans van Leeuwen nam Richard op sleeptouw: "Als eerste regelde ik een 'rondje langs de velden', zoals ik dat placht te benoemen. Gewoon inspiratie op doen bij collega ondernemers w.o. Plopsa, De Voltage, The Maxx, FEC De Schatberg en vele anderen. Hierbij gebruik ik altijd de van de BEST FIVE. Daarmee benader je alle details van de Customer Journey maar ook het RENDEMENT van de onderneming. Door de data overzichtelijk in een excel- sheet te plaatsen weet je welke indoor attractie het meeste wordt geboekt, de hoogste opbrengst heeft, favoriet is bij doelgroepen, de kostprijs, maar ook het onderhoud en ga zo maar door. Aan de hand van al deze bezoeken en ervaringen komen vanzelf de juiste keuzes boven tafel. Deze uitkomsten koppelen wij aan het demografisch regio onderzoek, match met profielen, persona's en concurrentie analyses. Nu hebben wij het programma van eisen klaar en kan worden onderhandeld met de toeleveranciers."

Horeca, Thematisering en StoryTelling

Uit het boek 'De Opmars van de Family Entertainment Centers' (Pleasureworld, 2015) kwam een volgorde naar voren van meest populaire attracties;

Karting Bowling Lasergames GlowGolf en Escaperoom.

Deze volgorde geeft de procentuele omzet binnen een FEC weer, m.a.w. een kartbaan is nog altijd de cash cow. Nu jaren later is er wel wat veranderd. Dat te maken heeft door de veranderende wensen van de consument. Het aandeel horeca stijgt met stip en als wij kijken naar het besteedbaar bedrag per persoon dan ligt dat gemiddeld 25% hoger indien men een horecaaanbod heeft in de juiste entourage. Dat laatste betekent meer aandacht voor conceptontwikkelingen en storytelling. De consument zoekt maar waar (beleving) voor zijn geld.

Voor de locatie in s-Gravezande heeft men uiteindelijk gekozen voor de volgende onderdelen;

Piazza - Italiaans Pizza Restaurant, 6 Bowlingbanen met projectietechnieken The Tube- Metro, Gas Station - Laser Arena 16 sets, Happy Highway Golf 18 holes met realtime score op grote TV schermen, Joy de Boules inspeland op de laatste trends, Indoor Play VR Game, met 4 spellen 2 schiet, 1 archery en escape game voor 4

spelers per 10 minuten. De City Wall squash, Twee poule tafelen er zijn plannen voor een game station.

Pizza bakker brengt meer omzet

Voor de komst van een echt Pizzarestaurant met de Italiaanse kok Franco is Richard niet over een nacht ijs gegaan: "Onze doelgroep is veel breder dan van reguliere FEC'S. Wij gaan echt van 8 tot 80 en je kunt bij ons ook gewoon a la carte eten met onze 250 couverts. Dankzij deze sterke horecaformule gaan we er vanuit dat de omzet fifty fifty wordt behaald door de horeca en de activiteiten. Door onze thematische invulling en gezellige sfeer wordt de verblijfsduur verlengd en zal het uitgavepatroon van de bezoekers bezoekers sterk stijgen. Om die reden heb ik intensief aandacht besteed aan de thematisering van ons concept. Het is belangrijk om je in deze markt echt te onderscheiden. Wij hebben geen broodje knakworst of bakje patat of kannetje ranja voor een kinderfeestje. Neen, ik heb gekozen voor een heuse professionele horecaformule om daarmee in te spelen op de behoefte naar een totaalbeleving waarin ook de gastronomie een belangrijke rol vervult. Wij bieden echte Italiaanse van de pizzabakker uit Napels, genaamd Franco. De duurste pizza kost € 14,50 en een gemiddeld frisdrankje en biertje kost € 2,50 en een speciaal biertje iets boven de vier euro. Een glaasje wijn kost is ongeveer vier euro Je kunt ook een hele fles bestellen bij je diner. Met de keuze voor een dergelijke opzet van ons restaurant richten ons op een totaal avondje uit. Door deze opzet is de gemiddeld bestedingsbedrag het dubbele als in de traditionele FEC's. Die gaan voor veel activiteiten maar hebben vaak een mager gastronomisch aanbod. Veelal met een mindere kaart en kwaliteit. Wij hebben enorm veel geleerd van de leverancier van het horecaconcept Woodfever dat veel ervaring heeft opgedaan in de conceptontwikkeling van lifestyle horecaconcepten. Mede door deze uitstap en de toegevoegde waarde voor dit FEC concept zal het waarschijnlijk niet bij deze mooie locatie blijven."

Meer informatie: www.thecity.nl

Met dank aan (auteur): Hans van Leeuwen, trendwatcher en adviseur, www.pleisureworld.nl

Bezoek het Open Huis op 8 september

Voor een speciale netwerkmeeting in Nederlands meest bijzonder gethematiseerde Family Entertainment Center en ervaar zelf wat de nieuwste trends en ontwikkelingen zijn voor de nabije toekomst.

Uw gastheer is Richard Bultink, eigenaar van The City. Samen met Trendwatcher Hans van Leeuwen van Pleasureworld ontvangt hij u voor een prikkelende middag.

In maart moest The City (na amper 4 uurtjes!) de deuren sluiten ivm het coronavirus. Bizar, na een jaar bouwen aan een totaal vernieuwend FEC-indoor concept! Komt u op 8 september alsnog naar het 'open huis'?

Meer informatie: www.pleisureworld.nl/event/the-city/