

Ondernemerslessen uit 'The Wizarding World of Harry Potter'

09-05-2016 14:03

Attracties worden steeds vaker neergezet als complete themazonen. Bij Universal Studio's in Orlando werd in de afgelopen jaren het thema rond de films van Harry Potter uitgewerkt in twee attractieparken. Nu is Universal bepaald niet allergisch voor commercie. Dat levert interessante inzichten op over het verdienmodel rond een topattractie.

Dit artikel verscheen eerder in [yakblad Recreatief Totaal](#) **Diagon Alley en Hogwarts Castle** Voor wie de verhalen van Harry Potter niet zo goed kent, is het handig om te weten dat deze zich voornamelijk afspelen op twee locaties; In Londen, (rond de mysterieuze tovenaarsstraat Diagon Alley) en in Hogwarts Castle (de school voor jonge tovenaars.). De themazonen van Harry Potter, met daarin state of the art attracties, zijn het hoogtepunt van een bezoek aan Orlando. Opvallend zijn de enthousiaste fans die verkleed naar het park komen. Ook volwassenen generen zich niet voor hun kostuum. In het park zijn volop mogelijkheden om de garderobe verder uit te breiden. [gallery link="file" size="medium" ids="43001,43002,43003"] De themazone Hogwarts Castle werd in juni 2010 geopend in Universal-park 'Islands of Adventure'. In juli 2014 werd themazone Diagon Alley geopend in het park 'Universal Studio's'. Beide themazonen zijn verbonden met de 'stoomtrein', die ook prominent herkenbaar is uit de films. Bezoekers die beide themazonen willen bezoeken dienen over een combiticket voor twee parken te beschikken. Financiële consequenties: Een kaartje voor één park kostte in november 2015 \$ 102,-; het combiticket \$ 147,-. Op het station, de verbindingsplek tussen beide parken/themazonen, is het druk. Daaruit mogen we opmaken dat een combiticket bepaald geen uitzondering is. Overigens zijn er ook vele variaties mogelijk met meerdaagse tickets, meerdere parken en entree in combinatie met verblijf. Bij de parken van Universal is ook een fastpass te koop waarmee je wachtrijen (deels) kunt vermijden. Deze is echter niet geldig voor de attracties van Harry Potter. De themazonen van Potter zijn op dit moment de meest geliefde topattracties in Orlando. Hier staan ook de langste wachtrijen.

Topattractie(s); van wachtrij tot souvenirs Het verhaal staat centraal. Dat is een les waar ook de parken van Universal zich goed aan houdt. Zowel de themazone Hogwarts Castle als Diagon Alley, weten de sfeer uit de film goed neer te zetten. In de straatjes en de decors is veel aandacht besteed aan details. Beide themazonen kennen een topattractie met een zeer sterk belevingsaspect, waar de bezoeker echt wordt meegenomen in een verhaal van Harry Potter. Met name de nieuwe attractie in 'Harry Potter and the escape front he Gringots' is een heel knap staaltje techniek waarin een ride wordt gecombineerd met diverse technieken om je verhaal geloofwaardig te maken. Soms staat de attractie even stil en wordt in 3D het verhaal geprojecteerd, ook animatronics maken deel uit van de omgeving. Het is vooral knap om te zien hoe de verschillende technieken, binnen het verhaal, vrij naadloos in elkaar over gaan. We zien bij steeds meer attractieparken dat de beleving in de wachtrij meer aandacht krijgt. Ook bij Universal kom je terecht in diverse ruimtes waar een deelverhaal wordt verteld. Je wordt langzaam maar zeker voorbereid op het hoogtepunt van de attractie. Standaard is ook de uitgebreide souvenirshop met foto-bestelservice, aan het eind van de attractie. De winkels zijn natuurlijk bedoeld om een impuls te geven aan besteding; maar er is ook volop aandacht voor beleving. De prijzen zijn relatief hoog. In winkelcentra en outlets vind je vaak dezelfde items tegen een schappelijker prijs. **Retail, horeca en vermaak** Een relatief groot deel van de themazonen is bestemd voor winkeltjes en horeca. Dat zijn bij uitstek kansen om de besteding in het park verder te bevorderen. De locatie, binnen de themazonen, zorgt er voor dat je aan de verkoop een beleving kunt meegeven. Zo hebben de winkeltjes een verhaal dat past binnen het thema van Harry Potter. De snoepwinkel bijvoorbeeld verkoopt veel heksen-achtige items. Is dit snoep of zijn het magische medicijnen? Er is goed gekeken naar de films en waar mogelijk wordt dat omgezet in een shop. [gallery columns="2" link="file" size="medium" ids="43004,43005"] Ook de foodservice is goed geregeld. Zo zijn er grote restaurants met een hoge capaciteit, aangevuld met kraampjes in de straten. Die zijn natuurlijk gericht op verkoop, maar hebben ook de functie hebben van een levend decorstuk. Het is ook opvallend (zeker t.o.v. Nederlandse parken), dat bijna niemand zelf zijn eten meeneemt. Er is ruime keuze in diverse kwaliteitsniveaus van eten; van het snelle fastfood in de straat tot een uitstekende uitgebreide warme

maaltijd in een restaurant. Naar Nederlandse begrippen zijn de porties (te) groot en nogal vet en zoet. [gallery columns="2" link="file" size="medium" ids="43006,43007"] [caption id="attachment_43008" align="alignright"



width="300"]

entertainment op straat; koor met een zingende kikker[/caption] Vermaak in de straten is ook een wezenlijk onderdeel om de beleving te vergroten. Zo lopen er acteurs rond die op diverse momenten zorgen voor een onverwachte beleving. Ook live entertainment in de vorm van en (school)koor met heksenleerlingen zorgt er voor dat de bezoeker zich in de Harry Potter wereld waant. Wie het boek 'De beleviseconomie' van Pine en Gillmore heeft gelezen, herkent de strategie die deze auteurs beschrijven; De consument is bereid om (veel) meer te betalen voor hetzelfde product als daar een beleving of mooi verhaal aan vast zit. Dat is bij de Harry Potter-themazones uitstekend uitgewerkt. De decors, keuze van het menu, de kleding van het personeel, de muziek. Alles staat in het teken van de beleving, met als gevolg dat de bezoekers makkelijk zijn creditcard trekt om actief betrokken te raken. **Geld verdienen met een toverstafje** Bij de winkeltjes viel één product bijzonder op; de toverstafjes. Deze zijn te koop in diverse houtsoorten en worden gepresenteerd in een mooi kistje. Prijskaartje: \$ 47,95. In het park kun je met het toverstafje items in etalages in beweging zetten onder het mom 'het stafje werkt dus écht'. Dan moet je wel de juiste beweging maken. Een instructie staat in een stoeptegels vóór de etalage weergegeven. Waarschijnlijk werkt het stafje met een gyroscoop die de beweging registreert. De prijs lijkt geen obstakel voor de verkoop. Het is druk bij de verkooppunten. Naast de etalages staan tovenaars die mensen helpen om de juiste beweging onder de knie te krijgen. Een groep nuchtere Nederlanders (uit de recreatiesector), die het tafereel gadeslaat, bedenkt meteen dat het stafje thuis waarschijnlijk niet zal werken. [gallery columns="2" link="file" size="medium" ids="43011,43009"] **Entreprijzen** Nog een opvallende constatering van de groep bezoekers uit de lage landen: het niveau van de entreprijs is afgelopen jaar bij diverse attractieparken in Orlando gestegen tot boven de magische grens van \$ 100,-. (Universal Studio's: \$ 102 / € 93. Disneyworld Magic Kingdom: \$ 105 / € 96.) Daarmee vergeleken is de entreprijs van De Efteling (€ 36,- aan de kassa) een koopje. Bovendien kent de VS veel minder een cultuur van kortingen. In diverse Amerikaanse media werd nog wel geprotesteerd tegen de verhoging van de prijzen. Dat blijkt uiteindelijk geen invloed te hebben gehad op de bezoekersaantallen. Die waren in 2015 weer uitstekend. Deskundigen uit de recreatiesector wijzen er op dat Amerikanen minder vrije dagen hebben om op vakantie te gaan en tijdens die vrije dagen hun geld makkelijk laten rollen. Ook meerdaagse arrangementen, met een bezoek aan meerdere parken, komt in vakantie regio Orlando, relatief vaak voor. Bij de meerdaagse combinaties gaat de prijs per bezocht park flink omlaag. Bij één dag park-to-park ticket voor Universal betaal je \$ 147,-. Bij een vierdaags park-to-park ticket kom je uit op \$ 54,- per dag. Meer informatie: www.universalorlando.com