

This is Holland; nieuwe topattractie in Amsterdam

16-10-2017 10:18

In Amsterdam-Noord is de i-Ride attractie THIS IS HOLLAND geopend. Steeds vaker opereren stand-alone attracties in toeristische steden; en met bewezen succes. In de nieuwe attractie maken bezoekers een bijzondere vlucht over Nederland, waarbij het verhaal van het ontstaan van Nederland centraal staat. Tijdens deze "vlucht" kunnen gasten het Nederlands erfgoed en natuur die in vogelvlucht bewonderen. De combinatie van twee pre shows en een post show verdiepingsslag zorgen voor een complete ervaring en verlengen de verblijfsduur.



De reactie van de eerste bezoekers:

Wat kunnen

we in deze attractie verwachten? Als we 'THIS IS HOLLAND' een Flying Theatre noemen, dan doen we de nieuwe Amsterdamse attractie aan het IJ tekort. De 8 minuut 46 in het Flying Theatre 'i-Ride', geleverd door Vekoma/Brogent, is wel het hoogtepunt van de beleving. Maar met twee pre-shows en een verdiepingsslag aan het einde, wordt de bezoeker een uur lang ondergedompeld in de bijzonderheden van Nederland. De rode draad is de unieke ontstaansgeschiedenis van ons land waarin de strijd, en samenleven met het water de hoofdrol speelt. **De routing:**

- Bij binnenkomst wordt de bezoeker meteen ondergedompeld in Hollandse sferen. In de vrolijke Holland-gethematiseerde ruimte vindt de bezoeker o.a. de receptie waar eventueel nog een kaartje gekocht kan worden. Voorafgaand aan de attractie is er ook een green-screen fotomoment (door BLNDR) waarmee de bezoeker aan het einde een gepersonaliseerd souvenir kan kopen. Een simpele foodservice, toiletten en kluisjes behoren tot de overige faciliteiten.
- Voor pre-show 1 wordt de groep van 40 personen opgesplitst in twee groepen van 20. In een filmtheater krijgen zij een introductie over de (ontstaans)geschiedenis van Nederland.
- De twee groepen van 20 personen komen vervolgens terecht in pre-show 2. Hier wordt aan de hand van een grote landkaart getoond op welke locaties er iets bijzonders aan de hand is. Terwijl spotlights een locatie op de kaart aanwijzen wordt er op schermen boven de kaart een animatie getoond.
- De hoofdshow in het Flying Theatre; er zijn twee verdiepingen met daarop 2 x 10 stoeltjes; in totaal dus 40 zitplekken. Deze kijken uit op een groot dome scherm waar de film op wordt geprojecteerd. Zodra de show begint schuiven de stoeltjes naar voren zodat je a.h.w. in het scherm zit. Een 3D bril is daardoor overbodig. Bij het bekijken van de film worden de bezoekers met al hun zintuigen geprikkeld door een indrukwekkende geluidsinstallatie, beweging, geur, water en wind.

- In de post-experience hebben bezoekers de mogelijkheid om wat meer te weten te komen over de bezienswaardigheden uit de film. Wie daar geen behoefte aan heeft kan ook meteen naar de uitgang doorlopen – met eventueel een bezoekje aan de luxe souvenirwinkel.

[gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="51876,51877,51878,51879"]



Het gebouw Het ontwerp van het gebouw (Mopet Architecten) stond al vast voordat de bestemming met de attractie 'THIS IS HOLLAND' bekend was. Het gevolg daarvan is dat de ontwerpers flink hebben gepuzzeld om de attractie passend te krijgen, en de routing voor de bezoeker op een logische manier in te passen. Dat is volgens het ontwerpteam goed gelukt; "Een van de consequenties is dat de pre-shows worden verdeeld over twee zalen." **Stand alone?** De I-Ride, de hardware van het Flying Theatre, is geproduceerd door **Brogent Technologies** uit Taiwan in samenwerking met **Vekoma Rides** uit Nederland, en vormt de spil van de attractie. Het is een multi-sensorisch filmtheater met stoeltjes gemonteerd op een bewegings-simulator. Jeroen Holman van Brogent/Vekoma ziet dat dit soort attracties tegenwoordig zowel in attractieparken (o.a. Europa Park: Voletarium) als stand-alone worden geplaatst. Bij plaatsing buiten attractieparken ziet Holman vooral kansrijke locaties in drukke toeristengebieden en winkelcentra (o.a. Mall of America): "Het zijn vooral plekken die al veel bezoekers trekken die in aanmerking komen. Met deze attractie voeg je een nieuwe dimensie toe aan de beleving op locatie. De i-Ride in Vancouver 'Fly over Canada' gelegen direct naast de cruise terminal is hier een perfect voorbeeld van. Maar ook Amsterdam heeft eenzelfde continue stroom aan bezoekers" Marjolein van de Stolpe van de **Leisure Expert Group**, benoemt dat de attractie in Amsterdam eigenlijk niet op zichzelf staat: "Er is in Amsterdam zoveel te beleven dat je de vergelijking met een themapark kunt maken. Amsterdam heeft als voordeel dat bijna iedere bezoeker aan Amsterdam wel een individueel favorietenlijstje kan maken." Van de Stolpe ziet dat het aantal attracties buiten parken wel toeneemt: "Helemaal nieuw is het niet om een attractie in de stad te hebben. Een oud voorbeeld is bijvoorbeeld wassenbeeldenmuseum Mme Tussauds. Maar je ziet de laatste jaren steeds meer fysieke attracties ontstaan; bijvoorbeeld de London Eye. Citymarketeers zien dat mensen hun keuze voor een stad bepalen op basis van het geboden entertainment en vermaak. Daar wordt op ingespeeld met steeds mooiere en grotere attracties." Joost van Berkel, de commercial director van **THIS IS HOLLAND** benoemt de rol van 'zijn' attractie in het toeristisch speelveld van Amsterdam: "Met onze attractie bieden we de bezoeker een prachtige belevenis die een klein uurtje van zijn/haar tijd in Amsterdam in beslag neemt en makkelijk te combineren is met het overige veelzijdige aanbod dat Amsterdam te bieden heeft. Daar spelen we overigens ook zelf actief op in door nu al arrangementen te maken met o.a. rondvaartboten en het naastgelegen Amsterdam Lookout. Door onze locatie in Noord dragen we ook nog een bescheiden steentje bij aan de gewenste spreiding van de toeristen in de stad." Een verschil met een themapark is dat de bezoekers daar een entreprijs voor het hele park betalen en dat je de bezoekers makkelijker kunt verleiden met upsell in de horeca. Van Berkel: "De horeca is hier bewust bescheiden gehouden, maar welke uiteraard een goede

afdoende service aan onze gasten biedt. Bovendien kan een bezoeker aan Amsterdam makkelijk naar een andere locatie lopen voor een hapje en drankje. Wij zien de foodservice dan ook vooral als service aan de gasten.” **Doelgroepen** De attractie ‘THIS IS HOLLAND’ is voor een brede doelgroep fysiek toegankelijk. Er is geen leeftijdsgrens, echter de minimale lengte van de gast is 102 cm. Van Berkel: “In het buitenland hebben we al gezien dat de attractie met gemak kan worden bezocht door mensen van bijna alle leeftijden. De oudste gast was 104 jaar.” Alhoewel de attractie ‘THIS IS HOLLAND’ doet vermoeden dat toeristen de hoofddoelgroep vormen, kan uw Recreatief Totaal redacteur, uit eigen ervaring, de attractie ook aanbevelen voor binnenlands gebruik: “De vlucht over Nederland is een feest van herkenning en een ontdekking van nieuwe gebieden. Het vlieggevoel wordt mooi gesimuleerd en je hebt de neiging om af en toe even de stoelleuning vast te pakken om de heftige delen van de vlucht ‘veilig’ door te komen.’ Maar natuurlijk zijn toeristen wel een hele belangrijke doelgroep voor ‘THIS IS HOLLAND’. Met rondvaartboten en touroperators wordt al overlegd over arrangementen. Ook ziet Van Berkel kansen in de zakelijke markt: “Met een verblijftijd van één uur is dit een mooie tussenstop voor mensen die in Amsterdam op congres zijn. Deze doelgroep sluit qua bezetting ook mooi aan bij de toeristenstroom.” Ook voor schoolreisjes ziet Van Berkel een markt waarbij dan vooral het educatieve karakter en de samenwerking met UNESCO een rol kan spelen.” Diverse doelgroepen zullen dus in groepen arriveren. Voor de grotere groepen worden afspraken op tijd ingepland. Van Berkel wil voor de individuele bezoeker voorsnog niet werken met tijdsloten: “We willen ook graag het spontane bezoek mogelijk houden. Dus mensen die het pontje naar Amsterdam-Noord hebben genomen en hier, aan de balie, een kaartje kopen.” Het internationale publiek in Amsterdam vraagt wel om een aanpak waarbij wordt ingespeeld op de verschillende talen. Van de Stolpe: “In het grootste gedeelte van de attractie doen beelden het werk en is er dus weinig vertaling nodig. In de post-show, waar de bezoeker zich kan verdiepen in de bezienswaardigheden, zijn er wel veel talen beschikbaar. In de pre-shows kunnen we werken met een gesproken taalkeuze plus een ondertiteling in een andere taal.” **De i-Ride van Brogent / Vekoma** Brogent is groot geworden met vliegsimulatoren en heeft met de i-Ride een nieuwe attractie ontworpen die ook voor grotere groepen een bijzondere ervaring biedt. De simulator heeft 6 degrees of freedom. Dat betekent dat bijna alle beweging kunnen worden gesimuleerd. Zelfs een gevoel ‘alsof je over de kop gaat’ is mogelijk. Jeroen Holman over de bijzondere beleving van deze attractie: “Het is een universele droom van mensen om te kunnen vliegen. Als de bodem onder je voeten verdwijnt, dan plaatst dit vliegende theater je helemaal in de content. Een belangrijke succesfactor is dat de film, bewegingen en effecten perfect worden gesynchroniseerd.” De i-Ride in Amsterdam heeft een capaciteit van 40 personen. Het grootste model uit deze serie heeft een capaciteit van 86 stoelen. Volgens Joost van Berkel is de keuze op deze techniek gevallen: “Omdat deze attractie ons een echt wow-beleving geeft.. De ervaring benadert levensecht en de ride ervaring is daarnaast ook bijzonder comfortabel.” Meer informatie: www.vekoma.com [caption id="attachment_51881"



align="alignright" width="300"]

Dankzij het gebruik van VR kon de Leisure Expert Group van tevoren de beleving simuleren[/caption] **De rol van de Leisure**

Expert Group Het hoofdkantoor van de Leisure Expert Group (tot februari 2017 nog bekend onder de naam Jora Entertainment) staat naast de attractie van THIS IS HOLLAND. In eerste instantie was LEG vooral verantwoordelijk voor het ontwerp van de content, het concept en de inrichting van de attractie. Vanuit die positie was het ook logisch dat zij de centrale regie ook op zich namen. Zoals al beschreven is het van groot belang dat de diverse onderdelen van de attractie tot één geheel worden gesmeed. De film, muziek, pre- en post shows, routing, aankleding, beweging en effecten; alles moest kloppen. Tijdens de realisatie van het project heeft LEG gebruik gemaakt van een unieke methode met VR visualisaties om het bezoekgevoel te kunnen simuleren. Meer informatie: www.leisureexpertgroup.com Aankondiging uit juni 2017: **Facts:** De entreeprijs: € 16,50 voor volwassenen / €9,50 voor kinderen t/m 12 jaar Capaciteit van dit model van de i-Ride: 40 personen Maximale capaciteit bij volledige bezetting op jaarbasis: 850.000 Prognose voor bezoek in het eerste jaar: 300.000 Verwachte gemiddelde bezoektijd aan de attractie: 1 uur Website: www.thisisholland.com Dit artikel verscheen al eerder in [vakblad Recreatief Totaal](#)

Redactie