

# Kunstzinnige attractie 'Doloris' binnen een jaar succesvol

30-01-2020 10:44



*Gelegen in de Spoorzone van Tilburg is afgelopen jaar begin mei 's werelds meest unieke kunstzinnige attractie geopend. Dit doolhof is ontwikkeld en gebouwd door het Duitse kunstenaarscollectief Karmanoia onder leiding van Tim Henrik Schneider en in samenwerking met een team van Nederlandse kunstenaars.*

Het is een 'immersive' doolhofkunstwerk van 400 vierkante meter met 40 verrassende kamers vol kunst. Dit concept komt het dichtst in de buurt van [Meowwolf](#) dat inmiddels haar derde vestiging in Noord Amerika heeft geopend. Wij hebben onlangs gesproken met Vince Kadlbuek – Co-Founder, MeowWolf die ooit begonnen is om in een oud industrieel gebouw Creatieve Start-Ups bij elkaar te brengen en heeft daarmee alhonderdduizenden Amerikanen weten te verrassen. Die hebben er uren reizen voor over om deze rariteiten te beleven. De eerste Immersive Doolhof Experience was afkomstig van een kunstenaarscollectief in Berlijn, maar deze moest na tien jaar de poorten sluiten.

<https://vimeo.com/332278521>

## Life changing moment voor Tilburg

Het idee voor Doloris stamt uit 2012. In dat jaar bezocht Van Gorp in Berlijn de kunstinstallatie Peristal Singumvan Karmanoia. Van Gorp: "Ik dacht meteen: zoiets moet ook op andere plekken kunnen. Zéker in Tilburg. Alleen niet iedereen dacht daar toen hetzelfde over. Ik heb mijn idee op verschillende plekken aan de

man proberen te brengen, maar telkens zonder resultaat. In 2015 kwam daar verandering in. De tijd leek rijp." Van Gorp trok investeerders aan en er ontstond draagvlak bij zowel het bedrijfsleven als de politiek. Op dit moment hebben al ruim 40.000 bezoekers rondgedoeld in deze bijzondere kunstzinnige attractie waarvan er maar een in de wereld te vinden is. De doelgroep bleek veel breder dan was voorzien bij alle voorbeschouwingen van het concept. Voor een publiek vanaf 12 jaar tot ver boven de honderd is het een schot midden in de roos. Voor ieder individu is de belevenis anders doordat het kunstzinnige doolhof er voor zorgt dat iedereen er anders op reageert. Doloris is een verrijking voor de Tilburgers, natuurliefhebber, pretparkbeest maar ook de Belgen en de Duitsers weten het inmiddels al te vinden. Van Gorp: "Tot nu toe hadden wij geen focus op België en Duitsland maar dat gaat aankomend jaar veranderen. Ook voor deze unieke kunstzinnige attractie Doloris is men bereid van ver te reizen. Van alle bezoekers komen er 1/3 uit Tilburg, 1/3 uit de regio en 1/3 uit Nederland en daarbuiten."

## **#Retailtainment is meer dan Funshoppen**

Tot nu toe presteert Doloris boven verwachting en zijn de openingstijden inmiddels verruimd. "De 41.000 bezoekers zijn een verdubbeling van wat we hadden gehoopt. De investering bedraagt ongeveer drie miljoen.", aldus Joep van Gorp. "Dit lag iets boven het eerder begrootte budget, dus een meevaller konden wij wel gebruiken. Gelukkig zijn de geprognosticeerde aantallen bezoekers achterhaald en liggen wij ruimschoots boven onze doelstelling.

De meeste tickets worden Online gekocht, bijna 95%. De marketingafdeling bestaat uit drie medewerkers en het meest wordt gedaan via Facebook-Adwords en gebruikmakend van social media via de bezoekers. Natuurlijk helpt het ok dat er veel media-aandacht is voor het project. Zo zijn artikelen verschenen in de NRC – FD – Volkskrant en PleisureworldNRIT.

56% van de bezoekers komt speciaal voor Doloris naar Tilburg en dat geeft een enorme impuls aan het inkomend toerisme van de stad. Het is een kunst en Cultuur injectie voor de stad en het heeft de interesse een jongere doelgroep. Er is ook een goede correlatie met de De Pont museum voor hedendaagse kunst in Tilburg. Samen met de nieuwe Bibliotheek in het oude stationsgebied is deze zone inmiddels uitgegroeid tot een hippe Nederlandse City Trip & Short Stay locatie.

## **Doloris biedt meer dan een kunstcollectie**

Horecaondernemer Jaap van Ham (eigenaar van Het Ketelhuis, Polly Maggoo en Café Bakker), en cateraars Steffan Oerlemans en Gijs van der Velden (Cookaholics), werkten de invulling van de Rooftopbar samen met Van Gorp uit tot een ambitieus en vooruitstrevend horecaconcept. De Rooftopbar – een van de grootste van de Benelux – biedt bezoekers niet alleen een indrukwekkend uitzicht over de Tilburgse skyline maar ook een verrassend menu vol gerechten geïnspireerd op diverse streetfoodkeukens. Het doolhof heeft een capaciteit van zo'n 34 personen per uur, en aan de bar, met een oppervlakte van 750 vierkante meter, kunnen in totaal 500 mensen plaatsnemen. Van Ham: "Per kwartaal veranderen wij de menu's s. Wij bieden ook toegang voor gasten die alleen willen komen eten. Ons doel is zo'n 60.000 couverts per jaar terwijl de maximale capaciteit van het aantal bezoekers ligt op 130.000,. Maar dat betekent 365 dagen per jaar, en 11 uur per dag geopend zijn.

Vanwege het succes en de bijzondere mogelijkheden zijn de initiatiefnemers inmiddels gericht op zoek naar nieuwe locaties. De bijzondere belevenis van de attractie Doloris als 'de meest verwonderde attractievorm' biedt ook elders kansen. Het concept speelt met je zintuigen en de vele prikkels kunnen bij sommige bezoekers een emotionele impact hebben. Van Gorp: "We zijn aan het kijken om een tweede activiteit in het pand te ontwikkelen, waardoor meer herhalingsbezoek ontstaat, of upsell mogelijkheden. Wil je als

ondernemer succesvol zijn, en blijven, dan moet je altijd kritisch zijn, en iedere twee jaar weer wat nieuws bieden om een impuls te geven aan het bestaande Doloris. We staan open voor nieuwe locaties in Europa en willen altijd in gesprek met nieuwe ideeën."

Tickets voor Doloris' Meta Maze kosten aan de deur €20,- en online €19,-. Ze zijn zowel zonder als met datum en tijdsslot verkrijgbaar.

## **Doloris gastlocatie congres Retailtainment**

Doloris wil meerdere doelgroepen aanspreken en is dan ook verheugd dat zij tijdens het congres #Retailtainment (10 maart) hun concept ook kunnen tonen aan ondernemers uit de retail en leisure sector.

Aanmelden kan via deze link

<https://www.nritmedia.nl/events/35/expertmeeting-retailtainment--retail-kies-belevingspositie/?topicsid=>

Meer informatie: [www.doloris.nl/](http://www.doloris.nl/)

Pleasureworld