

Dagattracties in 'het nieuwe normaal, de anderhalve meter economie'

09-04-2020 10:11



Pasen is normaliter de start van het nieuwe pretparkseizoen. Nu we echter gewend lijken te raken aan de grote gevolgen van de Coronacrisis, begint het nadenken over 'Het nieuwe normaal, de anderhalve meter economie'.

Deze nieuwe fase volgt na de sluiting van vele dagattracties en het invoeren van 'social distancing' of de intelligente lockdown. Waar voor veel attracties de sluiting kwam als een grote verrassing, kan de volgende fase doordacht en voorbereid worden, zoals minister president Mark Rutte zei in zijn persconferentie. Welke opties zijn er? Welke grote aanpassingen in operations, het product, de prijs en het personeel zijn mogelijk? Hieronder de eerste overwegingen die tot een mogelijke aanpak kunnen leiden.

Veiligheid en overheid eerst

De overheid heeft op dit moment de belangrijkste regie rol. De landelijke afgekondigde maatregelen zullen eerst (mogelijk tijdelijk) versoepeld moeten worden. Daarnaast zijn de veiligheidsregio's ook nog aan zet. Zij beoordelen de regionale situatie waarin een attractie ligt. Beide organen kunnen bij aanpassing van de maatregelen belangrijke randvoorwaarden opleggen. Voor de dagattracties gelden hierbij ook nog de volgende aanvullende uitgangspunten;

Veiligheid van de samenleving, personeel en gast staat voorop Economische belangen blijven ondergeschikt aan de lange termijn continuïteit Opgebouwd imago is belangrijker dan korte termijn succes

Afhankelijk van de vrijheden die de overheden weer toe laten, dient een duidelijke keus en strategie gekozen

worden. Deze is sterk afhankelijk van de tijd die men open mag zijn, beperkende maatregelen, het gebruik van de genoemde gezondheidapps, en andere commerciële keuzes. Zie hierover ook de paragraaf over de nieuwe norm.

Opstart

Voor diverse dagattracties geldt dat het opstarten van een park enige aanloop vereist. Afhankelijk van de staat waarin het park de laatste keer is gesloten, kan de aanlooptijd ingeschat worden. Seizoensmatige parken hebben mogelijk meer tijd nodig dan parken die nog maar relatief kort gesloten zijn. Het gaat hierbij om attracties weer operationeel maken, bevoorraden van horeca/winkels, aanpassen van parkdelen, wachtrijen, verblijven (bij verblijfsrecreatie en bij dierentuinen voor de dieren) en toegangscontrole. Opstarten van marketing en communicatie en plannen (en mogelijk nog trainen) van personeel. Hierbij geldt dat een goede voorbereiding' het halve werk' is.

De nieuwe norm, het nieuwe normaal

De Corona crisis vraagt om een nieuwe norm voor een dagattractie. Binnen deze nieuwe 'anderhalve meter economie' is vertrouwen het belangrijkste woord. Gasten zullen alleen komen als zij voldoende vertrouwen hebben in een leuk maar vooral veilig dagje uit. Dit start bij een heldere communicatie over wat het product is dat de gast mag verwachten. Is dit een aangepast product, hoe waar en wanneer is het beschikbaar? En wat is gedaan om de gasten te beschermen tegen COVID19?

Vervolgens zal de gast bij de attractie arriveren en moet er een duidelijk parkeerbeleid zijn. Hierbij zal de anderhalve meter in acht moeten worden genomen. Bij de entree zal men een verhoogde securitycheck krijgen. Of gasten worden hier getemperatuur (geeft minder zekerheid over besmetting), moet men aan kunnen tonen dat men COVIDvrij is (door enting/test, of de nieuwe app), of zou de inzet van de speurhonden die het virus detecteren kunnen worden overwogen*. Om dit proces soepel te laten verlopen is een wachtrijmanagement (met 1,5 meter afstand) nodig of een reserveringssysteem met tijdslots nodig. Dit laatste kan mogelijk ook helpen met de spreiding van bezoekers. In de wachtrij kunnen spelregels nogmaals herhaald worden (er vanuit gaande dat deze ook online en bij reservering benoemd worden.) Dezelfde genoemde maatregelen zijn nodig voor al het personeel dat komt werken.

Bezoekersstromen

Om de bezoekersstromen in goede banen te leiden is extra personeel nodig. Communicatie is nodig om mensen binnen de attractie te laten bewegen. Shows zullen in eerste instantie het minst haalbare blijken. Wachtrijen voor attracties zijn langer en capaciteit van het park en attracties zijn kleiner. In de horeca zijn geen buffetten meer mogelijk, moet er voldoende afstand zijn tussen zitplaatsen en is het wenselijk om veel buiten zitplaatsen te realiseren. Bij verkooppunten in winkels dient afstand tussen personeel en gast voldoende te zijn en kunnen er beschermende schermen zijn zoals bij kassa's in supermarkten. Voor dierentuinen geldt extra aandacht voor de apen (zeker vatbaar voor het virus) en tijgers/katachtigen (mogelijk vatbaar). De afstand tot het publiek moet zo groot mogelijk zijn of beschermd. Continue monitoring van het aantal aanwezige mensen zou kunnen door inzet van apps of telefoondata. Hierdoor is crowd management mogelijk. Ook het creëren van zogenaamde programma's met een vast route door het park is een optie. In de vorm van een app is deze snel aanpasbaar en actueel te maken. Virtual queing kan druk op wachtrijen verminderen.

Hygiëne

De hygiëne heeft nog meer aandacht nodig dan normaal. Frequenter schoonmaken en ontsmetten zijn hierbij

van belang. Voor gasten zullen extra ontsmettingsmogelijkheden moeten komen. Stations met handgel lijken hiervoor het meest toepasbaar. Handgel kan ook als souvenir in passende (thema)verpakking worden verkocht. Duidelijke communicatie over waar en hoe hiervan gebruik kan worden gemaakt is essentieel.

Verdienmodellen

De dagattractie moeten goed nadenken over hun verdienmodellen. Naast parkeren dat nu minder gaat opleveren, kan ook nagedacht worden over aangepaste prijzen voor entree. De normale gedachte zou zijn dat een aangepast (minder) product, ook minder kost. Echter de exclusiviteitsstrategie kan ook werken. Minder bezoekers is meer beleving en meer kwaliteit. De vraag is naar verwachting gelijk of zelf hoger dan voor de crisis. Upselling met verblijf kan mits aan de gestelde wet en regelgeving voldaan kan worden. Voor parken met hotels is de aanpassing vooral van toepassing op hygiëne en in horecapunten (zoals ontbijtbuffet). Ook aan de abonneementhouders (trouwe gast!) moet gedacht worden. Kunnen zij eerder binnen, hoeveel per dag zijn mogelijk en welke compensatie is mogelijk?

Evalueren en bijsturen

Er dient continue monitoring plaats te vinden en mogelijke bijsturing. Evaluatie met all betrokken partijen (dus ook de gast) zijn van belang. Op basis van bevindingen kunnen de strategie of openstelling worden aangepast.

Maatwerk

Voor iedere dagattractie geldt naast deze algemene kaders maatwerk. Gevoelmatig hebben dierentuinen de meeste kans om maatregelen snel te implementeren. Hun locaties zijn veelal in de buitenlucht en bevatten geen attracties met wachtrijen. Binnenlocaties als aquaria etc. Zijn mogelijk nog te risicovol om te openen. Voor musea lijkt een eventuele exclusieve opening het meest haalbaar. Attractieparken zullen hun attractieaanbod goed moeten scannen en bepalen welke openstelling het meest haalbaar is. In alle gevallen blijven communicatie en veiligheid het meest belangrijk. De centrale vraag blijft echter wanneer start het 'nieuwe normaal'? De dagattracties hebben de hoop op het hoogseizoen (deze zomer) gevestigd. De regering zal hiervoor mogelijk ook gevoelig zijn vanuit de gedachte dat 'brood en spelen' voor de Nederlandse bevolking dan hoognodig is.

*Training van dergelijke honden neemt minimaal 6 weken in beslag, zie:

<https://www.rtlnieuws.nl/editien/artikel/5080306/honden-coronavirus-geur-herkennen-opsporen-traineren>

met dank aan:

Met dank aan: Goof Lukken, www.vrijetijds kennis.nl.

Meer informatie: [Doorverwijspagina Corona recreatiesector](#) Verzamelde artikelen op Pretwerk.nl:
[#CoronaRecreatie](#)

Goof Lukken