

Attraktieparken in Vlaanderen

Luc Florizoone

Het ontstaan

Velen die recentelijk geen attractie- of pretpark meer bezocht hebben, menen dat zo'n park een soort kermis is. Dit is het echter bijlange niet (meer).

Attraktieparken zijn wel ontstaan in de USA als een soort permanente kermis, maar sindsdien is Walt Disney gekomen die de 'tema'-parken gecreëerd heeft. Hij vond immers de bestaande attractieparken, met hun verroeste oude attracties en rondslingerende rommel, allesbehalve aantrekkelijk. Hij ontwierp Disneyland in Californië en creëerde een sfeer waar men zich eigenlijk buiten de dagelijkse realiteit voelt. Verschillende thema's werden in het park ingebouwd, ieder met zijn eigen aangepaste attracties, geïntegreerd in het landschap en met eigen restaurants, dienstfaciliteiten, winkels, enz. Enkele thema's zijn: 'Adventureland', 'Pirates of the Caribbean', 'Tomorrowland'. Tevens wilde hij dat alles kraaknet was en superveilig. De sfeer moest familiaal zijn.

Naar het voorbeeld van zijn succesformule hebben vele 'attractie'-parken in de USA en later in Europa zich aangepast. Door de sfeer die 'tema'-parken aanbieden, spreken deze meteen een veel groter en koopkrachtiger publiek aan. Door het grote aanbod blijven de bezoekers er gemakkelijk 6 tot 7 uur.

Bijna alle parken vragen een globale toegangsprijs, zodat men verder van alle attracties gratis gebruik kan maken. Deze toegangsprijs kan, dank zij het grote aantal bezoekers, over het algemeen zéér laag blijven, rekening houdend met het ruime aanbod. In Europa ligt deze prijs rond de 400 fr. al naargelang het aanbod en de afschrijvingen. Nieuwe parken die direkt volwaardig uitgebouwd worden (zoals onlangs in Frankrijk: Smurfeland en Asterix), moeten ongeveer het dubbele vragen, willen zij na 5 jaar rendabel worden, en moeten onderzeten nog opnieuw investeren.

In Europa zijn attractieparken nog niet zo succesrijk als in de USA. In de USA zijn zij veel vroeger ontstaan, zodat dit publiek deze parken sinds lang reeds leere kennen en waarderen. Na de sport is het er de tweede ontspanning voor het grote publiek. Daarbij komt nog dat de Amerikanen geen stoeten kennen zoals wij hier in Europa en dat zij ook minder van hun kusten profiteren.

In Europa zijn de 'tema'-parken pas in de jaren '70 ontstaan. Het waren over het algemeen slechts schuchtere pogingen. De meeste parken zijn samen gegroeid met de belangstelling vanwege het publiek. Pas sinds voor kort kennen zij een echt succes dankzij de doorzetting van hun promotoren. Daarenboven heeft de komst van Disney in Parijs een verdere positieve invloed op de parken.

Op een paar uitzonderingen na zijn de Europese par-

ken familiale ondernemingen die naar aanleiding van een nevenberoep of hobby ontstaan zijn. Zo vestigde de zanger Bobbejaan Schoepen zich definitief in Lichtaart waar hij een show aan het publiek aanbood, naast een ligwede met vijver en kinderspelen.

Alberic Florizoone van de Meli in Adinkerke had een grote interesse voor bijen en gaf hieromtrent overal konferenties. Toen hij bekend geraakte, opende hij een restaurant met speeltuin, nadien uitgebreid met een sprookjes- en vogelpark, enz.

Naast zijn professionele opdrachten in zijn konfektiebedrijf, was Albert Florizoone een verwoed vogelliefhebber. Nadat zijn tuin in de stad grotendeels onteigend werd, vestigde hij zich in Bellewaerde, waar het Bellewaerde Park nu nog gelegen is.

Na de onafhankelijkheid van Zaire kwam Eddy Meeus terug naar België waar hij in Waver een waterskipiste opende met een paar kermisattracties. Zo ontstond Walibi.

Zo is het er ook in onze buurlanden aan toe gegaan.

De uitbating

De park-business is sindsdien een ware industrie geworden. Ieder jaar moet er voor tientallen, soms honderden miljoenen frank geïnvesteerd worden. De parken zijn zeer marketing-gericht geworden.

Het is een beroep waarvoor geen enkele school bestaat, zelfs niet in de Verenigde Staten. Pas sedert enkele jaren worden op internationaal niveau konferenties gehouden waar allerlei onderwerpen zoals veiligheid, marketing, personeelsbeleid enz. behandeld worden.

Ieder land heeft echter zijn eigen cultuur en leefgewoonten. Het is dan ook zeer belangrijk dat men de nodige feeling heeft bij het uitbaten van zo'n bedrijf.

Ook moet men de juiste investeringen uitvoeren die passen bij het imago van het park. Het bepalen van een imago is zeer belangrijk want willens nillens trekt men hierdoor automatisch een welbepaald publiek aan. Zo is Bellewaerde gekend voor zijn familiale sfeer waar het gehele gezin aan zijn trekken komt, dankzij de combinatie van natuur, dieren en in thema's verwerkte attracties; Meli staat nog altijd voor honing en kindvriendelijke attracties, in Bobbejaanland heerst er vooral een cowboysfeer en in Walibi vindt de jeugd de snelle en spectaculaire attracties.

In Europa groeit de belangstelling voor 'tema'-parken nog steeds; zoals in de USA groeien de parken er evenredig met het publiek.

Het is dan ook zeer belangrijk dat een park de nodige capaciteit heeft in oppervlakte, aantal attracties en/of shows. De capaciteit van een park wordt uitgedrukt in het aantal attracties en het aantal personen dat



Archief Belleuwerde



Archief Méli

iedere attractie per uur kan verwerken. Zo spreekt men van attracties die per uur 400 tot 3.000 bezoekers aankunnen. Zodoende zegt men dat een park bijvoorbeeld 6.000 of 20.000 bezoekers per dag kan ontvangen. Zeer belangrijk daarbij is dat de bezoeker per uur toch van een drietal attracties kan genieten. Dit bepaalt tevens de verblijfsduur in het park.

Door de groeiende belangstelling van het publiek in samenhang met de groei van de parken zelf, is er een echte concurrentie ontstaan tussen de parken waarbij deze ertoe gedwongen zijn een steeds betere kwaliteit te bieden. Zo wordt er steeds meer aandacht besteed aan de architectuur van de gebouwen en worden de attracties zelf steeds meer gesofistikeerd.

Ook het aanbod in de horeca-afdeling wordt ruimer en getuigt van een steeds hoger niveau.

Toekomstperspektieven

De interesse voor 'tema'-parken — de vroegere zogezegde attractie- of pretparken hebben nu geen succes meer en zullen dit ook in de toekomst niet meer kennen — is ondertussen zo groot aan het worden dat ook grote holdings en multinationals zich aan deze sektor gaan interesseren. Zo zijn er de laatste drie jaar, vooral in Frankrijk, complete parken uit de grond gerezen die meerder miljarden aan investeringen gekost hebben.

Bij gebrek aan beschikbare Europese park-managers wordt de feasibility-studie voor nieuwe parken meestal door Amerikaanse gespecialiseerde studiebureaus uitgevoerd. Deze laatste hebben dan ook de voor de Verenigde Staten geldende normen op de Europese projecten toegepast. Maar als men weet dat de Amerikaanse parken twee- tot driemaal meer bezoekers krijgen uit hun primaire (1 uur rijden) en secundaire (2 uur rijden) markt, dan kan men al snel de daaruit voortvloeiende gevolgen raden.

Ook reageren niet alle Europeanen op dezelfde manier op het fenomeen van de parken. Zo is de belangstelling vanwege de Vlamingen over het algemeen kleiner dan die van de Walen, Fransen en Nederlanders, en krijgen bijvoorbeeld Bellewaerde en de Meli 50% Fransen op bezoek en Bobbejaanland 50% Nederlanders. Dit wordt verklaard door de leefgewoonten en ingesteldheid van de verschillende kultuurgroepen. Voortdurende wijziging in het sociaal gedrag, dat geleidelijk individualistischer wordt, zal de verdere evolutie helpen bepalen.

Men mag dus gerust stellen dat de interesse voor de parken blijft groeien. De meeste parkbezoekers gaan ongeveer éénmaal per jaar naar een 'tema'-park. Dit is niet veel. Alhoewel de parken goedkoop zijn in vergelijking met hetgeen zij bieden, ligt de uitgave per persoon toch op ongeveer 700 fr. voor een volle dag parkbezoek. Deze som behelst de reis, inkom, eten, drank en eventueel een souvenir.

Het aantal parken in België is, rekening houdend met de dicht bij ons gelegen parken in de buurlanden, ruimschoots voldoende. Wij kunnen namelijk dezelfde trend en standing niet aan van de grote Amerikaanse parken, hoofdzakelijk wegens de kleinere respons van de bevolking op de publiciteit en de veel hogere loonkosten en sociale lasten in Europa. In de Verenigde Staten stellen de parken (buiten de zuiver technische diensten) bijna uitsluitend universiteitsstudenten tewerk. Deze laatste

mogen immers op om het even welk ogenblik van het jaar hun studie tijdelijk onderbreken.

Door de steeds dalende werkloosheid en het arbeidsintensieve karakter van de parken waar het personeel ook op weekends moet werken, is de personeelsafdeling een ware bottleneck aan het worden. Bij organisatie en investeringen moet hiermee steeds meer rekening gehouden worden.

Ook stockage en toelevering zijn héél belangrijk. Daar parken sterk seizoen- en weergebonden zijn, is het bezoekersaantal zeer variabel. Zo moeten niet alleen de eigen personeelsdienst, maar ook de toeleveringsbedrijven altijd klaar staan gedurende de zon- en feestdagen. Niettegenstaande de eigen grote stocks moeten wasserij, bakkerij, groentehandel, brouwerij, enz. steeds kunnen instaan voor bijkomende leveringen.

Veiligheid is in parken steeds de eerste zorg. Dit valt zeer goed te begrijpen wanneer men weet dat sommige parken op topdagen meer dan 20.000 bezoekers ontvangen en dat de tientallen attracties dan duizenden bezoekers per uur tellen. Alle attracties worden minstens éénmaal per dag gecontroleerd en meestal onopvallende veiligheidsagenten houden het publiek in het oog. Al zijn parken concurrenten, steeds worden op het gebied van de veiligheid alle tips aan elkaar doorgespeeld.

Een 'tema'-park kan men in feite best vergelijken met een kleine gemeente waarbij drie elementen van wezenlijk belang zijn: veiligheid, netheid, vriendelijkheid.

Teneinde zo'n park werkende te houden moet er een sterke budgetcontrole gebeuren. Een soepel personeelsbeleid moet zorgen voor de aanwezigheid van het juiste aantal personeelsleden in verhouding met het aantal bezoekers.

De parken moeten zelf het onderhoud aankunnen want breuken moeten ook gedurende weekends direct hersteld kunnen worden. Zo beschikt Bellewaerde over volgende afdelingen in eigen beheer: mechanika, elektriciteit, decoratie, bouw (van kleinere projecten), plantsoendienst en onderhoud van dieren.

In tegenstelling met Bobbejaanland baten de Meli en Bellewaerde hun restaurants zelf uit.

Besluit

Zo de belangstelling voor de 'tema'-parken verder blijft groeien, is een goede toekomst voor hen weggelegd, voor zover zij verder blijven investeren en zichzelf altijd opnieuw in vraag stellen teneinde steeds aktueel te blijven.

De parken zijn dan ook een goede aanvulling op het toeristische aanbod van en tevens een trekpleister voor Vlaanderen. Samen met de plaatselijke toeleveringsbedrijven nemen zij een niet te versmaden plaats in onze ekonomie in en zorgen zij bovendien voor een niet-onbelangrijke aanbreng van vreemde deviezen.