

De Indoor Trampolineparken

Jaargang: 2016

in beeld



‘De Indoor Trampolineparken in beeld’ is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Wat is een indoor trampolinepark

Een overdekt trampolinepark bestaat uit een groot veld van aaneengeschakelde trampolines. Bij grotere trampolineparken wordt het trampolineveld aangevuld met trampolinefaciliteiten zoals uit tumblingbanen (lange trampolines), foam pits, airbags, trick areas en basket-, dodge-, volley- en bossaball. Alles uiteraard in combinatie met trampolines. De doelgroep van indoor trampolineparken bestaat voornamelijk uit tieners en jongvolwassenen. De horecafaciliteiten bevinden zich in de buurt van het trampolinegedeelte, zodat ouders en/of begeleiders toezicht kunnen houden of kunnen kijken naar de tricks op de trampolines. Het aanbod van de horeca is over het algemeen relatief eenvoudig en bestaat uit een assortiment van koude & warme dranken en snacks & broodjes.

Geschiedenis van indoor trampolineparken

De Amerikaanse turner George Nissen bouwde in 1934 samen met zijn coach het eerste prototype van de moderne trampoline. Het trampolinespringen werd in de turnwereld vervolgens snel geaccepteerd als nieuwe wedstrijddiscipline en in de vijftiger jaren kwamen de eerste trampolines naar Europa.

In het najaar van 1959 opende het eerste outdoor jump center in San Diego, de voorloper van de huidige trampolineparken. Dit center was zo'n succes dat het in de stad snel navolging kreeg en ook in andere grote steden in Amerika opende recreatieve jump centers. Zo snel als ze jump centers opkwamen verdwenen ze ook weer toen het imago snel verslechterde doordat vele verhalen van ongevallen het nieuws haalden.

Bron: *Trampoline History – George Nissen, the man and the kangaroo*

Indoor trampolineparken in huidige vorm

Het eerste indoor trampolinepark zoals we het zien in de huidige vorm is in 2004 bij toeval ontstaan in Las Vegas. Een ondernemer bouwde een hal met daarin aaneengeschakelde trampolines om een nieuwe sport genaamd Skyzone in te voeren. De sport, die een combinatie was van trampolinespringen, basketball, American football, atletiek en hockey, kwam nooit van de grond, maar jongeren in de stad ontdekten de hal en waren bereid om entree te betalen om een tijd op de trampolines te springen en te sporten. De rage heeft zich verspreid door de Verenigde Staten later ook over Europa en Azië.

Bron: *Skyzone Trampoline Park*

Ontwikkeling in Nederland

In juni 2011 opende Bounz in Amsterdam de deuren van het eerste indoor trampolinepark in Nederland. De meeste indoor trampolineparken zijn de afgelopen drie jaar geopend. In nevenstaande tabel staat het aantal indoor trampolineparken in Nederland weergegeven, dat inmiddels is gegroeid naar 32. De dichtheid (aantal indoor-trampolineparken per 100.000 inwoners) is daarmee gegroeid naar 0,19 parken per 100.000 inwoners.

Jaar	Aantal	Dichtheid
2011	1	0,01
2012	1	0,01
2013	3	0,02
2014	11	0,07
2015	20	0,12
Augustus 2016	32	0,19



Trampolineveld (foto: JumpXL)



Airbag & Foam pit (foto: Jumpsquare)



Basketball (foto: Jumpsquare)

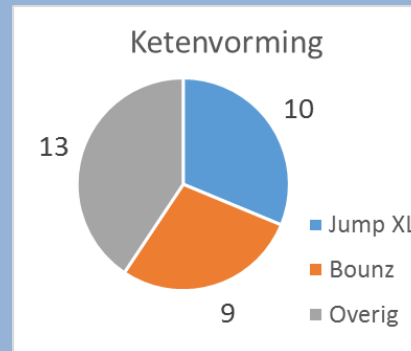
Aanbod naar type

In Nederland bevinden zich 32 indoor trampolinesparken waarbij het trampolinespringen de hoofdactiviteit is. Sommige indoor speelparadijzen bieden kleinschalige trampoline-faciliteiten aan, dit aanbod is buiten beschouwing gelaten. Op basis van de omvang van de trampolinesparken is het aanbod in te delen in kleine, middelgrote en grote trampolinesparken. Het merendeel van de trampolinesparken staat op zichzelf. Slechts een klein deel van het aanbod bevindt zich bij zogenoemde family entertainment centers, grote centra met een breed aanbod aan leisurefaciliteiten. De volgende pagina geeft inzicht in de kenmerken van deze types.

Ketenvorming

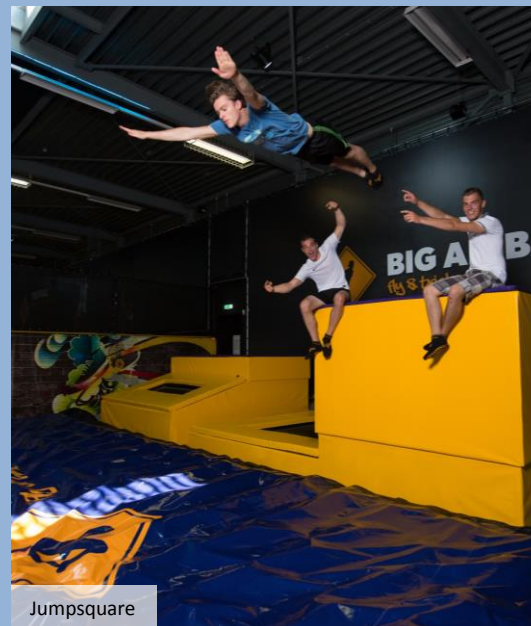
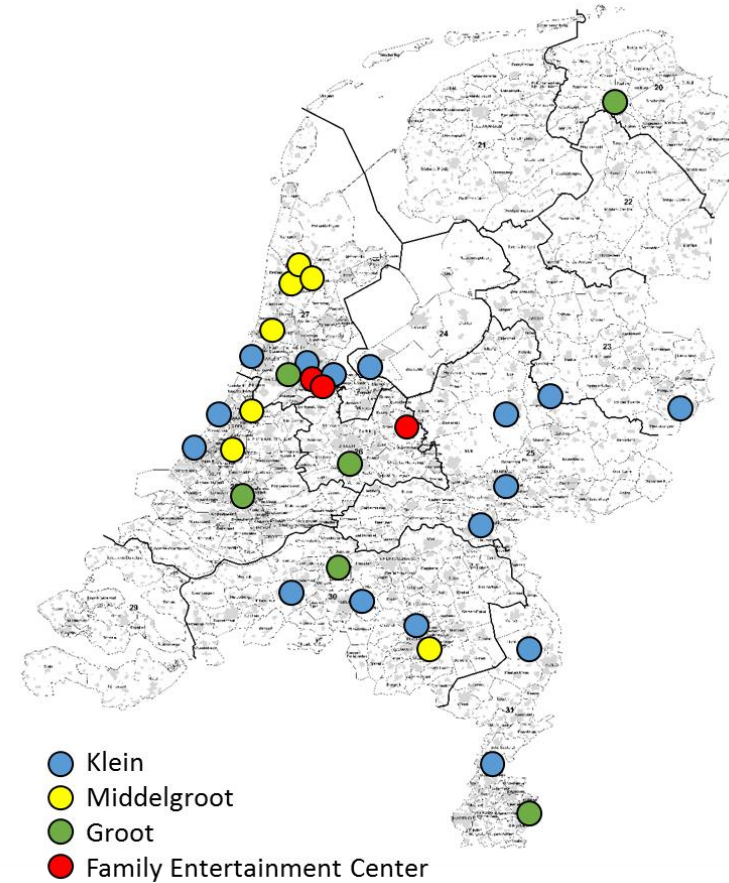
Bijna tweederde van het aanbod is aangesloten bij één van de twee franchiseketens Bounz en/of Jump XL. De overige vestigingen staan op zichzelf. Aansluiting bij de ketens biedt voordelen op gebied van instructies en trainingen voor personeel, joint promotions en gebruik van bookingsoftware.

Type indoor trampolinepark	Aantal
Kleine parken	16
Middelgrote parken	7
Grote parken	6
Family entertainment center	3
Totaal	32



Spreiding in Nederland

De indoor trampolinesparken zijn met name geconcentreerd in de Randstad. Met een koopmoetebereidheid van circa 30 minuten voor een groot indoor trampolinespark betekent dit dat een groot deel van de Nederlanders nog geen indoor trampolinesparken bezoekt omdat ze simpelweg te ver van hun huis gelegen zijn.



Brancheverdeling

Kleinschalig indoor trampolinepark (16 in Nederland)

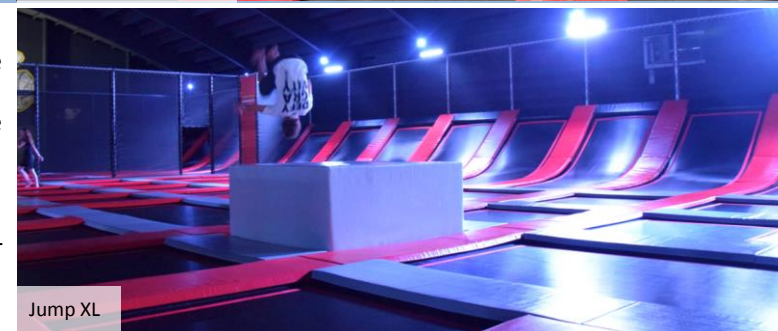
- Faciliteiten: één trampolineveld van circa 25 tot 50 trampolines
- Doelgroep: kinderen van 4 tot 12 jaar, als losse bezoekers of als kinderfeestje.
- Verzorgingsgebied: hoofdzakelijk uit de lokale markt (tot circa 15 autominuten).
- Prijsniveau: entree kost tussen € 7,00 en € 8,00 per persoon per uur.
- Openingstijden: in de meeste gevallen doordeweeks van 13:00 – 20:00 en in het weekend van 10:00 – 18:00.
- Horeca: voornamelijk beperkte horeca met eenvoudige tafels en stoelen en een assortiment van frisdrank, koffie en snoepgoed (soms in vorm van vending machines).



Superfun Superjump

Middelgroot indoor trampolinepark (7 in Nederland)

- Faciliteiten: naast het trampolineveld dat ook kleine parken hebben, hebben deze parken één of twee extra faciliteiten zoals een foampit, airbag of balsport.
- Doelgroep: vanwege de uitgebreidere faciliteiten is de doelgroep ouder in vergelijking tot kleinschalige trampolineparken, met kinderen en jongeren van 6 tot 18 jaar.
- Verzorgingsgebied: circa 15-30 autominuten.
- Prijsniveau: entree kost tussen de € 7,00 en € 8,00 per persoon per uur.
- Openingstijden: in de meeste gevallen doordeweeks van 13:00 – 21:00 en in het weekend van 10:00 – 19:00.
- Horeca: aanbod is luxer en uitgebreider dan dat van kleinschalige parken met patat en warme snacks.



Jump XL

Grootschalig indoor trampolinepark (6 in Nederland)

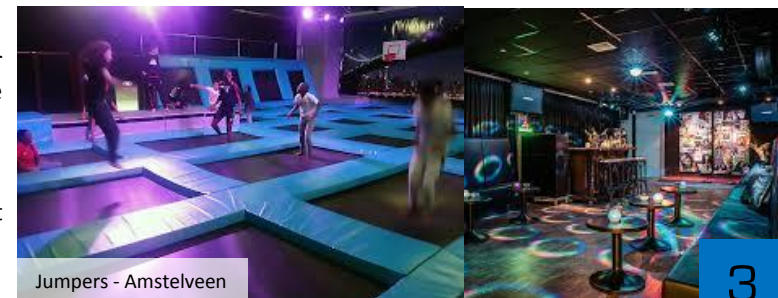
- Faciliteiten: naast een trampolineveld hebben deze parken uitgebreide extra faciliteiten (meer dan één of twee), zoals een foampit, airbag, trick area, sport area, dodgeball, stormbaan.
- Doelgroep: ouder in vergelijking tot de overige categorieën dankzij uitgebreidere faciliteiten; voornamelijk kinderen en jongeren van 10 tot en met 24 jaar.
- Verzorgingsgebied: koopmoetebereidheid tot circa 30 autominuten.
- Prijsniveau: entree kost tussen de € 7,50 en € 13,00 per persoon per uur.
- Openingstijden: doordeweeks van 11:00 – 21:00 en in het weekend van 10:00 – 00:00.
- Horeca: aanbod is uitgebreider met luxe zitplaatsen en assortiment met plateservices en een bar.



Jumpsquare - Nieuwegein

Family Entertainment Center (3 in Nederland)

- Faciliteiten: moderne en overdekte activiteiten centra geschikt voor alle leeftijden met een breder aanbod van faciliteiten (trampolinepark, glowgolf, bowling, lasergamen, indoorspelen, klimmen). De trampolineparken die onderdeel zijn van een Family Entertainment Center zijn allemaal kleinschalig.
- Doelgroep: arrangementen gericht op kinderfeestjes, vrijgezellenfeesten en teamuitjes.
- Verzorgingsgebied: afhankelijk van omvang en uniciteit tot meer dan 30 autominuten.
- Prijsniveau: Het aanbod bestaat voornamelijk uit arrangementen waarin trampolinespringen wordt gecombineerd met andere activiteiten. Bezoekers kunnen los trampolinespringen voor € 7,50 à € 8,50.
- Horeca: Uitbreider horeca aanbod met meerdere outlets en volwaardige restaurantconcepten.



Jumpers - Amstelveen

Gemiddelde besteding

De gemiddelde besteding per bezoeker per uur wordt weergegeven inclusief de bestedingen van de begeleiders of ouders. De besteding bestaat uit een gemiddelde entreprijs van circa € 7,50 per uur en een gemiddelde horecabesteding tussen € 1,50 en € 7,50 (dit verschilt sterk per type horeca in het bedrijf). De totale gemiddelde besteding per bezoeker per uur ligt hiermee tussen de € 9,- en € 15,- inclusief BTW. Dit is relatief hoog ten opzichte van andere vormen van indoor leisure, zoals indoor speelparadijzen, bowling of Glowgolf.

Bron: Ervaringscijfers Van Spronsen & Partners.

Participatie en bezoekfrequentie

Op basis van ervaringen en inschattingen van de landelijke markt is de participatie en bezoekfrequentie bepaald. De gemiddelde bezoekparticipatie bedraagt circa 6%. Dit betekent dat 6% van de Nederlanders jaarlijks één bezoek brengt aan een indoor trampolinepark. De participatie is gebaseerd op de totale bevolking, in werkelijkheid zal de voornaamste doelgroep (5 tot en met 24 jaar) een hogere participatie hebben en een bezoekfrequentie die hoger ligt dan eens per jaar. In totaal betreft het jaarlijks ruim 1.000.000 bezoeken aan indoor trampolineparken (17 miljoen inwoners x 6%).

Bron: Ervaringscijfers Van Spronsen & Partners.

Ontwikkeling aantal kinderen en jongeren 5 tot en met 24 jaar

In de periode van 2015 tot 2020 zal het aantal kinderen en jongeren van 5 tot en met 24 jaar afnemen met circa 1,9%. Deze daling komt met name doordat autochtone Nederlanders gemiddeld minder kinderen krijgen dan voorheen. Bij autochtonen daalt het aantal 5 tot en met 24 jarigen met 4,2%. Het aantal allochtone 5 tot en met 24 jarigen neemt daarentegen toe met 5%. De komende jaren zal de omvang van de primaire doelgroep licht afnemen.

Bron: CBS

Grijze druk

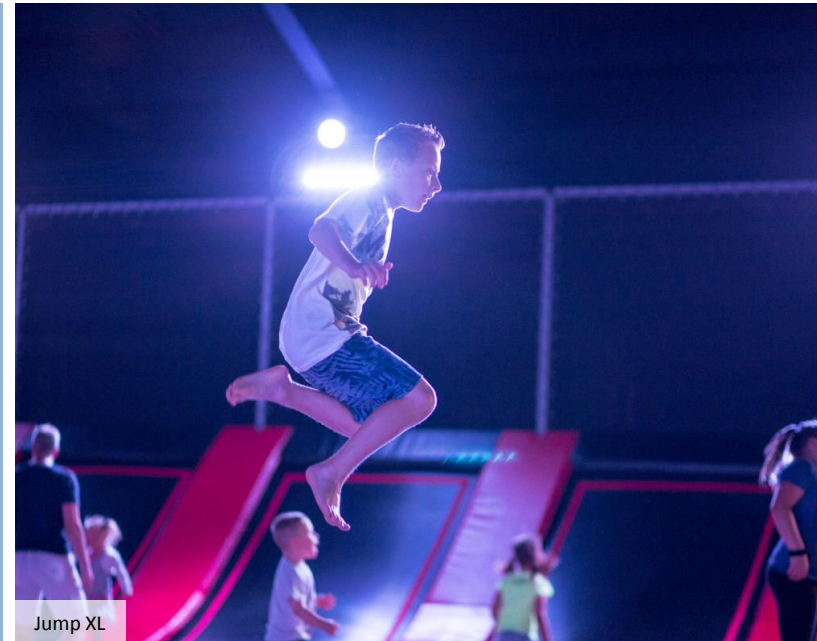
De grijze druk is het aantal 65-plussers ten opzichte van het aantal 20 tot 65 jarigen. Tussen 2015 en 2020 neemt de grijze druk toe tot 33,8%. Deze groep heeft meer tijd beschikbaar voor recreatieve en vrijetijdsactiviteiten. Bovendien beschikt deze groep over een toenemend vrij besteedbaar inkomen. Dit is uiteraard geen directe doelgroep voor indoor-trampolineparken, maar dit zorgt wel voor een toename van het aantal opa's en oma's dat recreatieve activiteiten zal ondernemen met hun kleinkinderen. Met name de kleinschalige trampolineparken die zich op jonge kinderen richten zullen hiervan profiteren.

Bron: CBS

Kwaliteit en vrijetijdsactiviteiten

Door de toename in schaarste van vrije tijd komt het bieden van kwaliteit en beleving steeds centraler te staan. Vrije tijd wordt door de moderne consument zo optimaal mogelijk ingevuld. Men is bereid meer te betalen voor aanvullende kwalitatieve voorzieningen en extra beleving. Dit vormt een kans voor de indoor trampolineparken.

Bron: Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2014



Gezondheid

Trampolinespringen is een goede manier om af te vallen. In een half uur work-out-springen verbrand je zo'n 450 – 500 kilocalorieën. Trampolineparken beginnen hier op in te spelen door intensieve workout- en weight-lossprogramma's op te zetten. Daarnaast zijn veel indoor trampolineparken bezig gymprogramma's op te zetten voor basis- en middelbare scholen. Op deze manier blijven de kinderen gezond en vullen de parken hun rustige uren van de dag op met gymmende kinderen.



Combifuncties van leisure

De doelgroep van indoor trampolineparken ligt bij de kleine parken met name bij 4 tot 12 jaar en bij de grote parken bij 12 tot 25 jaar. De activiteit is daarmee niet geschikt voor een brede doelgroep. We verwachten daarom steeds meer combinaties van leisurefaciliteiten, waardoor een bredere groep bediend wordt. Dit betekent dat indoor trampolineparken overige leisure-activiteiten zullen toevoegen en dat bestaande leisure-centra indoor trampolines zullen toevoegen aan hun faciliteiten.



Vernieuwende elementen

Aangezien indoor trampolineparken in Nederland nog relatief kort bestaan, wordt er nog veel geïnnoveerd in de faciliteiten en mogelijkheden van het trampolinespringen. In Engeland, Australië en de Verenigde Staten zijn reeds veel parken met ninja courses, bounceboards en zelfs trampoline-voetbal.



Kindvriendelijke horeca

Aanhakend bij de gezondheid trend is het slechts een kwestie van tijd tot ook leisure centra in Nederland meer gezonde snacks zullen gaan serveren, kindvriendelijk en gezond. Speelpark TunFun in Amsterdam doet dit reeds met een menukaart met daarop onder andere fruit, tomaatjes, schaaltes komkommer, low-fat chips, muesli bars, suikervrij snoepgoed, rozijnen, smoothies, suikervrije limonade en slush puppy's gemaakt van 100% fruit.



Dynamic pricing

Dynamic Pricing en Yield Management komt op vanuit de reisindustrie, horeca en leisure-branche. Aan de hand van forecasts van het aantal bezoekers, worden variabele prijzen gevraagd per periode, dag en tijdstip. Deze prijzen kunnen bij indoor trampolineparken afhankelijk zijn van weersomstandigheden, concurrentie, aankoopgeschiedenis, seizoen en tijd.



Jumpers communities

Superfun, een indoor speelparadijs, gebruikt social media door 5 euro korting op een bowlingssessie te geven bij vertoon van een geplaatste facebookpost waarin zij vermeld worden. Daarnaast is met name Jump XL bezig met het creëren van een jumpers-community, waar mensen hun tricks plaatsen op social media en elkaar aansporen om elkaar beter te worden. Deze community wordt alsmaar groter en mensen wereldwijd worden hiermee geïnspireerd om te gaan trampolinespringen.



Product life cycle

Zoals aangegeven telt Nederland op dit moment 32 indoor trampolinedparken. Het merendeel van de huidige parken is in 2014 en 2015 geopend. De indoor trampolinedparken zitten in Nederland in de groeifase.

De verwachting is dat het aanbod de komende jaren verder zal toenemen, waarbij er naar verwachting meer aanbod komt in de grote steden van grootschalige concepten die zich kunnen meten met de bestaande grootschalige concepten. Er zijn voor dit jaar (2016) reeds plannen bekend voor de opening van nieuwe indoor trampolinedparken in Almere, Purmerend en Zwolle.

Veiligheid vormt een risico voor het imago van indoor trampolinedparken. Indien zich ernstige blessures en/of ongevallen voordoen binnen de branche, zal het imago van de activiteit daar ernstig onder te lijden hebben. Diverse partijen in de markt zetten met de inzet van begeleiders op de vloer in op preventie van ongevallen.

Schaalvergroting

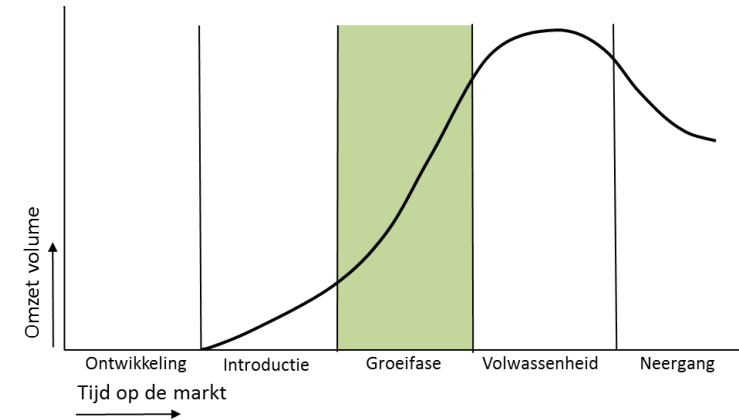
Er vindt schaalvergroting plaats in de Nederlandse indoor trampolinedpark-markt. De parken die 2 jaar geleden golden als grote spelers, worden minder prominent door de toetreding van nieuwe grootschalige concurrenten. Deze nieuwe grote bedrijven overstijgen het niveau van het bestaande aanbod van kleine en middelgrote parken in Nederland, met parken die qua omvang aanzienlijk groter zijn en een beter uitstralingsniveau bieden. De verwachting is dat deze schaalvergroting nog enige tijd door zal zetten.

Betere spreiding en hogere participatie

Doordat de koopmoeitebereidheid van indoor trampolinedparken circa 30 autominuten is en de meeste parken in de Randstad gelegen zijn, bestaat nog geen landelijke dekking. Door toename van het aantal parken ontstaat betere spreiding over het hele land. Hierdoor wordt een groter deel van de markt bereikt en zal landelijk gezien de bezoekersparticipatie stijgen.

Bredere doelgroep

Doordat indoor trampolinedparken in toenemende mate fitness en gezondheid promoten en hier speciale workout-sessies voor organiseren, wordt de doelgroep van de parken breder. Waar faciliteiten als trampolines, foam pits en dodgeball-arena's voornamelijk kinderen en jongeren trekken, zijn de fitness programma's ook aantrekkelijk voor een doelgroep die ouder is dan 25 jaar en graag in conditie wil geraken. Op deze manier kunnen indoor trampolinedparken een grotere doelgroep aanspreken en meer bezoekers trekken. Dit duidt op professionalisering van de sector, waarin creatieve oplossing worden gezocht voor de daluren. Omdat de verblijfsduur van gasten relatief beperkt blijft, verwachten we niet dat de horeca bij trampolinedparken verder zal professionaliseren dan wat nu geboden wordt bij de grote centra.



Even voorstellen... Van Spronsen & Partners horeca-advies

Van Spronsen & Partners horeca-advies is onderdeel van de Van Spronsen & Partners groep. Naast horeca-advies verzorgen we ook horeca-salarisadministratie, horeca-administratie en gastvrije trainingen. Ruim 29 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en leisure-branche.

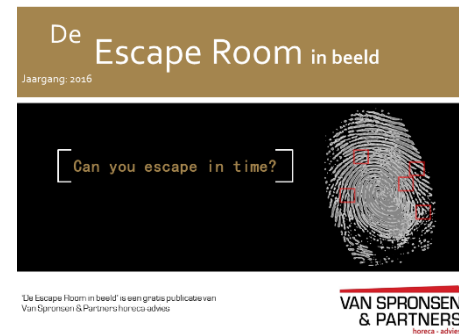
Ons adviesbureau is gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing & communicatie en het opstellen van horecavisies en -beleid.

Tevens publiceren wij regelmatig kleine gastvrije gebaren en verschillende blogs van onze adviseurs. Kijk voor alle gepubliceerde brancheonderzoeken en gastvrije gebaren op onze website www.spronsen.com. Kijk ook eens de websites van onze collega's www.salaris-spronsen.nl, www.rollemapartners.nl en www.training-spronsen.nl.



Niek Timmermans

Voor meer informatie, reacties of vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met Niek Timmermans, adviseur bij Van Spronsen & Partners horeca-advies, tel. 071 541 88 67 of e-mail: niektimmermans@spronsen.com.



Bent u geïnteresseerd in andere concepten? Wij publiceren conceptkaarten van restaurants, fastfood, casual dining, etc. via onze facebook pagina, Van Spronsen & Partners horeca-advies, Conceptenbank.