INDOOR TRAMPOLINEPARKEN

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

BRANCHE IN BEELD

Dit is een publicatie van Van Spronsen & Partners horeca – advies

Jaargang: 2018

AANBOD EN -ONTWIKKELING

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

Wat is een indoor trampolinepark?
Een overdekt trampolinepark biedt diverse trampolinefaciliteiten onder één dak. Hoe groter het park hoe meer faciliteiten het park biedt. We onderscheiden de volgende trampolinefaciliteiten:

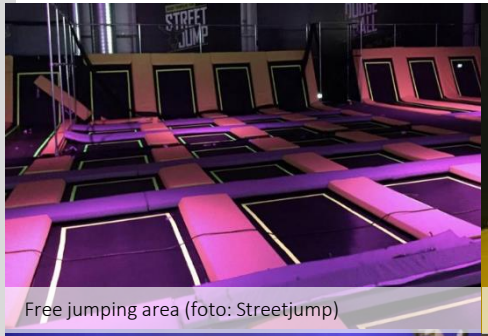
- Free jumping area: een groot veld van aaneengeschakelde trampolines waar men vrij op kan springen. Dit is de basisvoorziening die alle parken bieden.
- Basketbal arena: combinatie van trampolines en baskets om te dunken.
- Dodgebal arena: speelruimte voor trefbal op trampolines.
- Airbag: trampoline met aansluitend een luchtkussen, waar men sprongen kan oefenen met een zachte landing.
- Foam pit: bakken met schuimblokken voor het oefenen van sprongen of met een koorddans-kabel erboven.
- Tumblingbaan: lange trampoline voor combinatiesprongen voor geoefende springers.
- Trick area: trampolinegebied voor gevorderden, waar men tegen muren kan rennen en andere tricks kan uitvoeren.
- Stormbaan/ninja parcour: een obstakelparcours met hoogte elementen.
- Wipe-out zone: trampolines rond een draaiende “wipe-out balk”.

Veel trampolineparken bieden verschillende lessen en activiteiten, waaronder:

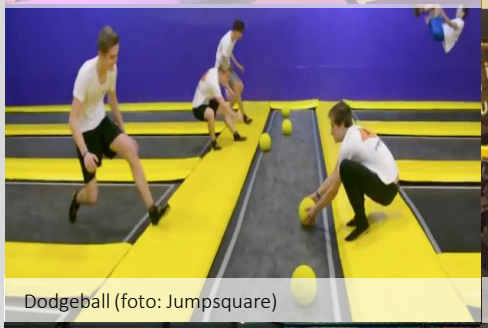
- Trick training: het leren van verschillende tricks onder begeleiding van een instructeur.
- Workout sessie: sporten op trampolines onder begeleiding van een instructeur.
- Club jumping: discoavond voor jongeren in het trampolinepark.
- Mini-jump: speciale uren voor kleine kinderen van 4 tot 8 jaar.

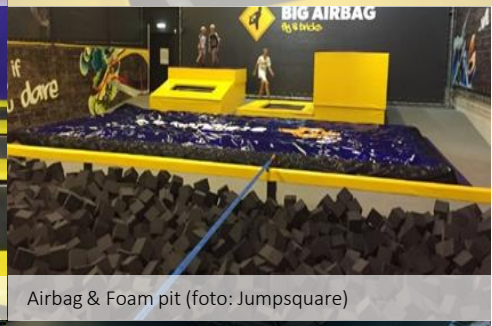
Overige kenmerken

- De doelgroep van indoor trampolineparken bestaat voornamelijk uit tieners en jongvolwassenen van 4 tot en met 24 jaar.
- Het aanbod van de horeca is over het algemeen relatief eenvoudig en bestaat uit een assortiment van koude & warme dranken en snacks & broodjes.
- De horecafaciliteiten bevinden zich in de buurt van het trampolinegedeelte, zodat ouders en/of begeleiders toezicht kunnen houden en kunnen kijken naar de ‘tricks’ op de trampolines.

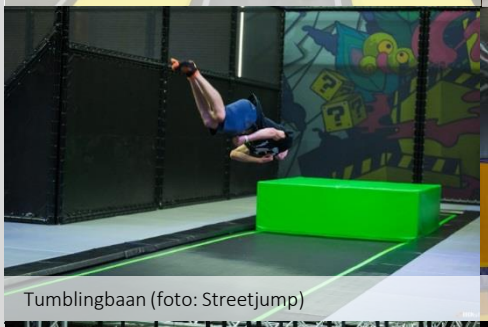

Free jumping area (foto: Streetjump)

Basketball (foto: Jumpsquare)


Dodgeball (foto: Jumpsquare)

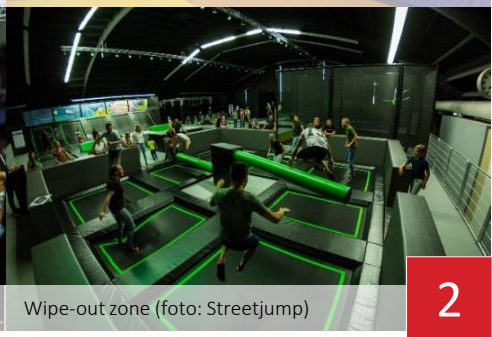


Airbag & Foam pit (foto: Jumpsquare)


Tumblingbaan (foto: Streetjump)

Trick area (foto Jumpsquare)

Stormbaan/Ninja parcour (foto: Streetjump)


Wipe-out zone (foto: Streetjump)

AANBOD EN -ONTWIKKELING

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

Geschiedenis van indoor trampolineparken

- 1934: de Amerikaanse turner George Nissen bouwt 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.
- 1959: het eerste outdoor Jump Center opent in San Diego. Dit is de voorloper van de huidige trampolineparken. Het center was zo'n succes dat het in de stad en ook in andere grote Amerikaanse steden snel navolging kreeg. Zo snel als de jump centers opkwamen verdwenen ze ook weer toen het imago snel verslechterde doordat vele verhalen van ongevallen het nieuws haalden.
- 2004: Het eerste indoor trampolinepark zoals we het zien in de huidige vorm ontstaat bij toeval in Las Vegas. Een ondernemer bouwt een hal met aaneengeschakelde trampolines om een nieuwe sport Skyzone in te voeren. De sport, een combinatie van trampolinespringen, basketball, American football, atletiek en hockey, kwam nooit van de grond, maar jongeren ontdekken de hal en zijn bereid entree te betalen om op de trampolines te springen. De rage heeft zich verspreid in de Verenigde Staten en later ook in Europa en Azië.
- 2011: in Amsterdam opent Bounz de deuren van het eerste indoor trampolinepark in Nederland.

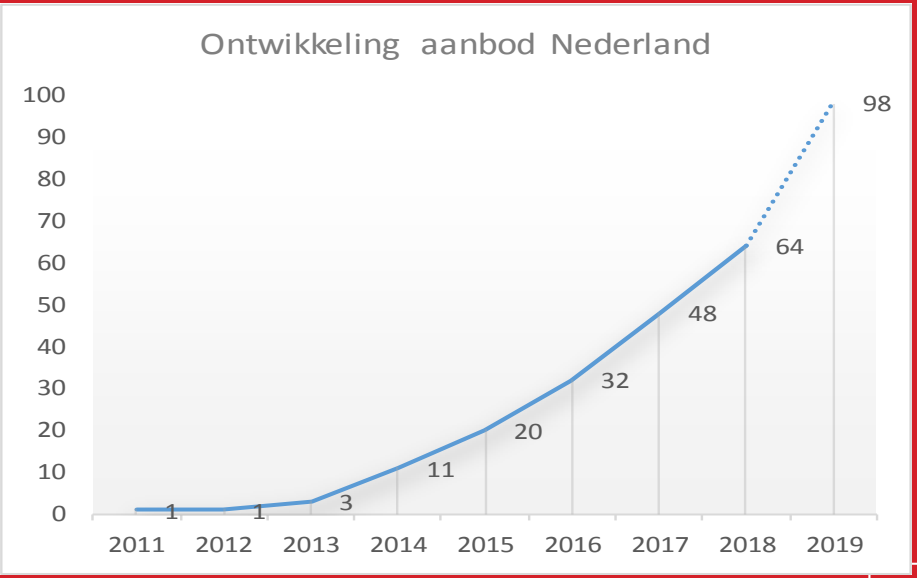
Bronnen: Trampoline History – George Nissen, the man and the kangaroo en Skyzone Trampoline Park.

Ontwikkeling in Nederland

- De meeste indoor trampolineparken zijn de afgelopen drie à vier jaar geopend.
- In de tabel staat het aantal indoor trampolineparken in Nederland weergegeven, dat inmiddels is gegroeid naar 64.
- De dichtheid (aantal indoor trampolineparken per 100.000 inwoners) is gegroeid naar 0,37 parken per 100.000 inwoners.
- Momenteel zijn er plannen bekend voor 34 te openen vestigingen, waarvan 10 in 2018 en 24 in 2019.

Jaar	Aantal	Dichtheid
2011	1	0,01
2012	1	0,01
2013	3	0,02
2014	11	0,07
2015	20	0,12
2016	32	0,19
2017	48	0,28
2018	64	0,37
2019	98	0,57

JumpXL



AANBOD EN -ONTWIKKELING

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

Op basis van de omvang zijn trampolineparken in te delen in kleine, middelgrote en grote parken. Het merendeel van de trampolineparken staat op zichzelf. Slechts 6 indoor trampolineparken bevinden zich bij zogenoemde family entertainment centers, grote centra met een breed aanbod aan leisurefaciliteiten.

Kleinschalig indoor trampolinepark (17 in Nederland)

- Faciliteiten: één trampolineveld van circa 25 tot 50 trampolines
- Doelgroep: kinderen van 4 tot 12 jaar.
- Verzorgingsgebied: hoofdzakelijk lokale markt (tot circa 15 autominuten).
- Prijsniveau: entree kost tussen de € 7,50 en € 8,50 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).

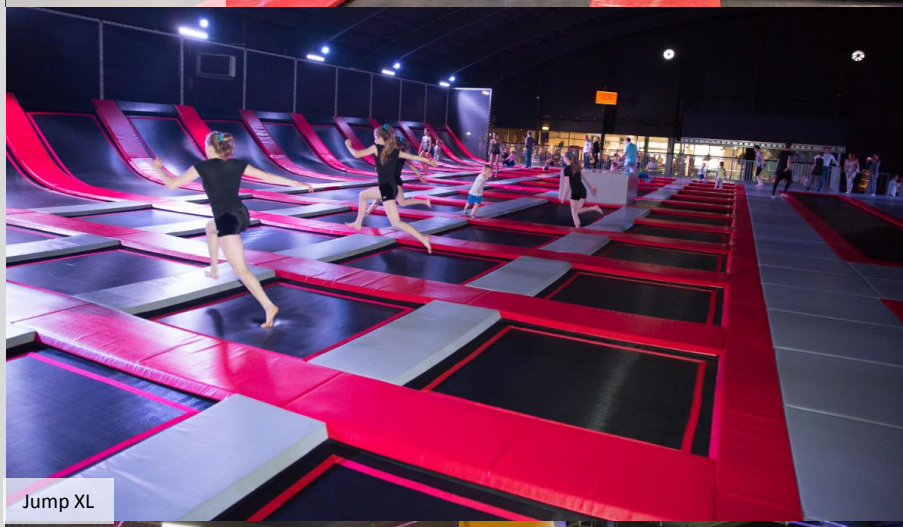
Middelgroot indoor trampolinepark (18 in Nederland)

- 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 € 7,50 en € 9,00 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. Veelal assortiment van patat en snacks.

Grootschalig indoor trampolinepark (29 in Nederland)

- Faciliteiten: naast een trampolineveld hebben deze parken uitgebreide extra faciliteiten (meer dan twee), zoals een foampit, airbag, trick area, sport area, dodgeball en/of ninja course.
- Doelgroep: ouder in vergelijking tot de overige categorieën dankzij uitgebreidere faciliteiten, voornamelijk kinderen en jongeren van 10 tot en met 24 jaar.
- Verzorgingsgebied: koopmoeitebereidheid tot circa 30 autominuten.
- Prijsniveau: entree kost tussen de € 8,50 en € 13,00 per persoon per uur.
- Openingstijden: doordeweeks van 11:00 – 21:00 en in het weekend van 10:00 – 00:00. Grootschalige parken hebben meer openingsuren om omzet te maximaliseren, wat noodzakelijk is in relatie tot de hogere investering.
- Horeca: aanbod is uitgebreider met eigentijds uitstralingsniveau, bar met alcoholische dranken en breeds assortiment gerechten in vorm van plateservice.

Superfun Superjump


Jump XL

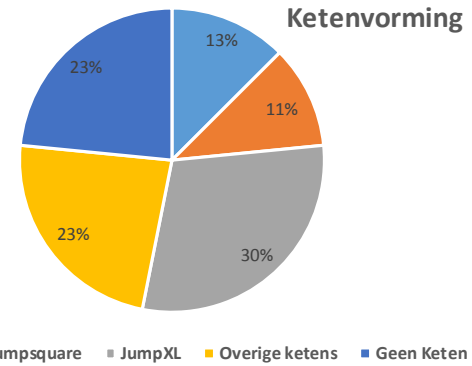
Jumpsquare - Nieuwegein

AANBOD EN -ONTWIKKELING

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

Ketenvorming

- Iets meer dan de helft van het aanbod is aangesloten bij één van de drie grootste franchiseketens Bounz, Jump XL en/of Jumpsquare.
- Aansluiting bij een keten biedt voordelen op gebied van instructies en trainingen voor personeel, joint promotions en gebruik van bookingsoftware.
- In de tabel staat het huidige aanbod en de geplande openingen per keten in 2018 en 2019. Met name JumpXL en Jumpsquare hebben nog forse groeiambities.

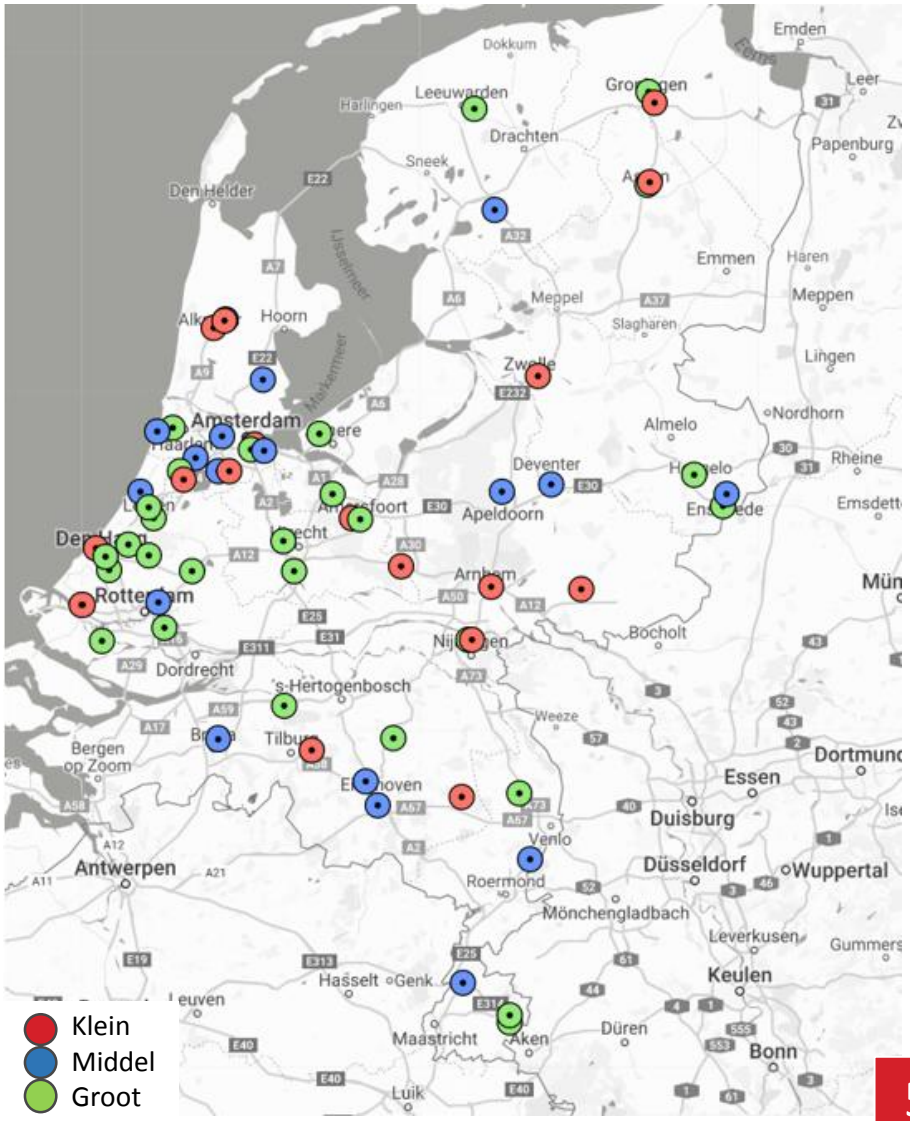


Keten	okt-18	eind 2018	eind 2019
Bounz	8	8	8
Freestyle	4	4	4
JumpXL	19	20	26
JumpSkillz	3	3	3
Jumpsquare	7	11	20
Jumping Jack	1	1	4
Jumpstyle	2	2	2
Streetjump	2	4	10
Trixs	2	2	2
Krazy Kangaroo	1	4	4
Geen keten	15	15	15
Totaal	**64**	**74**	**98**

Toekomstplannen per keten

Spreiding in Nederland

De indoor trampolineparken hebben een sterke concentratie in de randstad. Ook de meeste grote steden buiten de randstad hebben inmiddels één of meerdere parken. Het is opmerkelijk dat er nog geen aanbod is in Zeeland.



VRAAG EN -ONTWIKKELING

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

Gemiddelde besteding
De gemiddelde besteding per bezoeker per uur is inclusief de bestedingen van de begeleiders of ouders. De besteding bestaat uit een gemiddelde entreeprijs van circa € 7,50 bij kleine parken en € 13,= bij de grote parken en een gemiddelde horecabesteding tussen € 1,50 en € 4,= (dit verschilt sterk per type horeca in het bedrijf). De totale gemiddelde besteding per bezoeker per uur ligt hiermee tussen de € 9,= en € 17,= inclusief BTW. Dit is relatief hoog ten opzichte van andere vormen van indoor leisure, zoals bijvoorbeeld indoor speelparadijzen, bowling of Glowgolf.
Bron: Ervaringscijfers Van Spronsen & Partners.

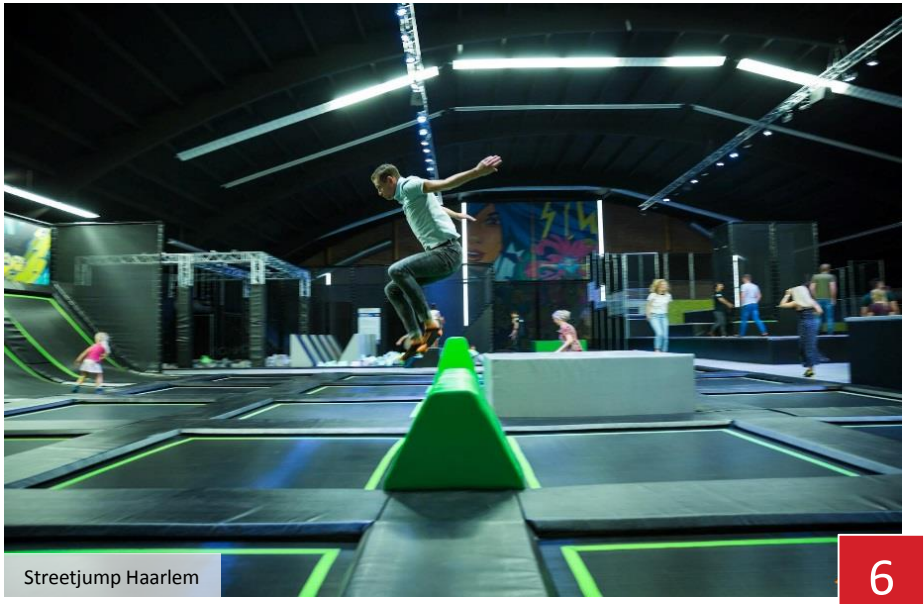
Participatie en bezoekfrequentie
Op basis van ervaringen en inschattingen van de landelijke markt is de participatie en bezoekfrequentie bepaald. De gemiddelde bezoekparticipatie bedraagt circa 35%. Dit betekent dat 35% van de Nederlanders tussen de 5 en 24 jaar jaarlijks minimaal één bezoek brengt aan een indoor trampolinepark. De bezoekfrequentie van jongeren die trampolineparken bezoeken, ligt vervolgens gemiddeld op 2 keer per jaar. In totaal betreft het jaarlijks circa 2,8 miljoen bezoeken aan indoor trampolineparken.
Bron: Ervaringscijfers Van Spronsen & Partners.

Ontwikkeling aantal kinderen en jongeren 5 tot en met 24 jaar
In de periode van 2018 tot 2025 zal het aantal kinderen en jongeren van 5 tot en met 24 jaar afnemen met circa 2,9%. 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 6,7%. Het aantal Nederlanders met een migratieachtergrond van 5 tot en met 24 jarigen neemt daarentegen toe met 7,8%. De komende jaren zal de totale omvang van de primaire doelgroep derhalve licht afnemen.
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, met name in combinatie met andere voorzieningen in een family entertainment center (FEC) waar vrije tijd optimaal kan worden ingevuld.
Bron: Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd

Grijze druk
De grijze druk is het aantal 65-plussers ten opzichte van het aantal 20 tot 65 jarigen. Tussen 2018 en 2025 neemt de grijze druk toe tot 38,2%. 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. Het is van belang om de horeca af te stemmen op deze doelgroep van wachtende opa's en oma's.
Bron: CBS

Aantal bezoeken per jaar	
Aantal inwoners 5-24 jaar	4.011.338
Bezoekparticipatie	35%
Bezoekers	1.403.968
Bezoekfrequentie	2
Bezoeken per jaar	**2.807.937**


Streetjump Haarlem

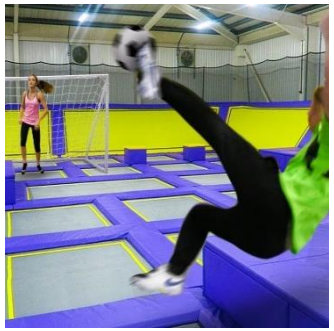
TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

Gezondheid
Trampolinespringen is een goede manier om af te vallen. In een half uur workout-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 (tevens marketing).

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 en met 24 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.

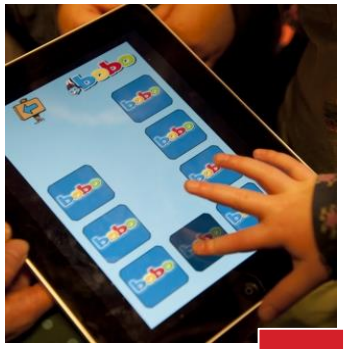
Vernieuwende elementen
Aangezien indoor trampolineparken in Nederland nog relatief kort bestaan, wordt er nog veel geïnnoveerd in de faciliteiten en mogelijkheden van het trampolinespringen. Veel innovaties zijn ergens in Nederland al te vinden, zoals een ninja course of een wipe-out zone. In het buitenland zien we nog een aantal andere faciliteiten, bijvoorbeeld bounce boards en trampoline voetbal.



Kindvriendelijke horeca
Aanhakend bij de gezondheidtrend is het slechts een kwestie van tijd tot ook leisurecentra in Nederland meer gezonde snacks zullen gaan serveren (kindvriendelijk en gezond). Sommige indoor speelparadijzen doen dit reeds met onder andere fruit, tomaatjes, schaaltjes komkommer, low-fat chips, mueslibars, slush puppy's van 100% fruit en suikervrije snoepgoed en limonade op de menukaart.

Dynamic pricing
Dynamic Pricing en Yield Management komt vanuit de reisindustrie naar de 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, aankoop-geschiedenis, seizoen en aanvangstijd.

Jumper community
Superfun, een indoor speelparadijs, gebruikt social media door € 5,= korting op een bowlingsessie 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 alsmaar beter te worden. Deze community wordt hierdoor groter en mensen worden geïnspireerd om te gaan trampolinespringen.



TOEKOMSTVISIE

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

Product life cycle

- Zoals aangegeven telt Nederland op dit moment 64 indoor trampolineparken. Het merendeel van de huidige parken is de afgelopen drie jaar geopend.
- Met nog 34 geplande openingen zitten de indoor trampolineparken in Nederland de komende jaren nog in de groeifase.
- De groei vindt met name plaats in of nabij grote steden, waar vooral grootschalige trampolineparken worden geopend.
- Veiligheid blijft een risico voor het imago van indoor trampolineparken. Indien zich ernstige blessures en/of ongevallen voordoen binnen de branche, zal het imago van de activiteit daar ernstig onder te lijden hebben. Diverse trampolineparken zetten in op preventie van ongevallen door de inzet van jump-begeleiders.

Schaalvergroting

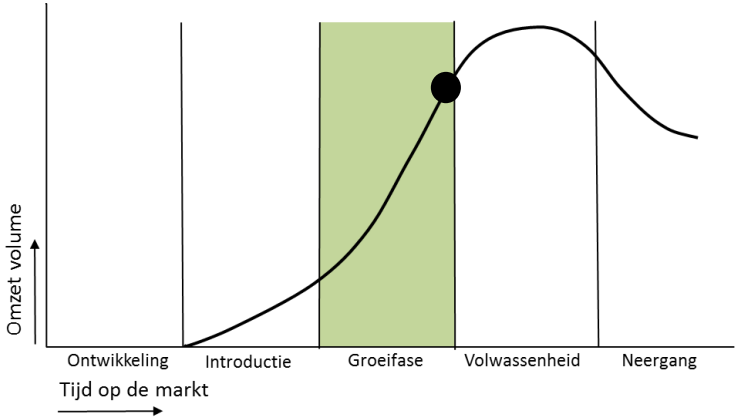
- Door de toetreding van deze nieuwe grootschalige parken vindt er schaalvergroting plaats binnen het aanbod.
- De nieuwe grote parken overstijgen het niveau van kleine en middelgrote parken, zowel op gebied van voorzieningen als op gebied van algeheel uitstralingsniveau. Dit verzwakt de marktpositie van kleine en middelgrote parken.
- Met de geplande openingen voor de komende jaren van met name grootschalige parken zet deze schaalvergroting voort en zullen kleine en middelgrote parken marktaandeel verliezen aan de nieuwe grootschalige spelers.

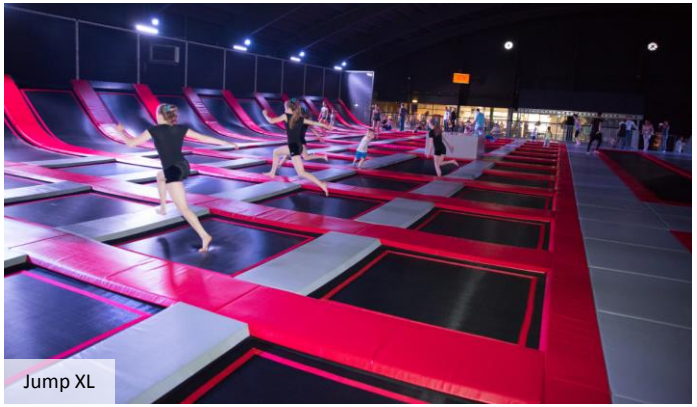
Grenzen van de groei in zicht

- Door toename van het aantal parken ontstaat betere spreiding over het land. Hierdoor wordt een groter deel van de markt bereikt en zal landelijk gezien de bezoekparticipatie stijgen.
- Met de geplande openingen komt de landelijke dekking steeds dichterbij en zal ook de grens van het jaarlijkse aantal bezoekers in zicht komen.

Bredere doelgroep

- Doordat indoor trampolineparken in toenemende mate fitness en gezondheid promoten en hier speciale workout-sessies voor organiseren, wordt de doelgroep van de parken breder.
- Waar trampolineparken voornamelijk kinderen en jongeren trekken, zijn de fitness programma's ook aantrekkelijk voor een doelgroep ouder dan 25 jaar. Met een bredere doelgroep kunnen meer bezoekers aangetrokken worden.
- Dit duidt op professionalisering van de sector, waarin creatieve oplossingen worden gezocht voor de daluren.
- Omdat de verblijfsduur van gasten relatief beperkt blijft, verwachten we niet dat de horeca bij trampolineparken verder zal professionaliseren dan wat nu geboden wordt bij de grote centra.




Jump XL

Sky Zone Trampoline Park (youtube)

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

Even voorstellen… Van Spronsen & Partners horeca-advies

Ruim 30 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en leisurebranche.

Naast horeca-advies verzorgt de Van Spronsen & Partners groep horeca-salarisadministratie, horeca-administratie en gastvrije trainingen.

We zijn gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, huursombepalingen, marketing en strategische visies. Voor gemeenten en projectontwikkelaars ontwikkelen wij o.a. horeca-, hotel- en leisure visies en geven wij conceptueel en financieel advies inzake horeca en leisure gerelateerde vraagstukken.

Regelmatig publiceren wij vak gerelateerde blogs, trendpresentaties en brancheboekjes. Kijk voor alle publicaties op www.spronsen.com.

Niek Timmermans

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

Lees ook de volgende publicaties op spronsen.com:

Inspiratie nodig?

Lees dan ook de verschillende publicaties van onze collega's van horecatrends.com.