

## Brabant C – Marketingplan & Risico Analyse Erfgoed Escape

### Exploitatie

Huidige "real life game experiences" zoals "escaperooms" worden op vrijdag, zaterdag en zondag gemiddeld zes keer per dag geboekt door groepen van gemiddeld zes personen. De groepen betalen respectievelijk 34,95 tot 60 euro per persoon (dit is afhankelijk van de stijgende entreprijzen, zie "prijsstijging kaarten per evenement" in het projectplan), veelal in arrangementvorm.

De *EscapeErfgoed* ervaring zal echter ongeveer 50-60 spelers tegelijk aankunnen. De ervaring duurt ongeveer 3 uur waardoor elke dag 3 á 4 keer gedraaid kan worden. Welke dagen hierbij beschikbaar zijn om te draaien, hangt af van de specifieke locatie. Omdat het een aanzienlijk langere en grotere ervaring is met daarbij ook het gebruik van veel innovatieve technologie, is het niet onredelijk om uiteindelijk 60 euro te vragen (na de 3 pilots). Op basis van de cijfers over "real life game experiences" in Nederland is dit een realistische verwachting; Prison Escape draaide vorig jaar een aantal weken en had een kleine 25.000 bezoekers. Zoals eerder vermeld in het projectplan kent het merendeel van de Nederlanders de "Real Life Game Experiences" momenteel nog niet. Dit betekent dat de eerstkomende jaren een grote vraag vanuit nieuwe gebruikers zal ontstaan (Van Spronsen & Partners, 2016). De verwachting is dat er tot 2021 een rappe groei plaats blijft vinden van Escape Rooms, waarbij er ongeveer 1000 in Nederland te vinden zullen zijn.

### Communicatie

Een zeer belangrijk element voor het succes van de eerste "run" van *ErfgoedEscape* is de communicatie. Door de promotie moet men al gelijk geprikkeld worden. Via transmediale storytelling moet enerzijds een niche, en anderzijds een grotere algemene doelgroep worden bereikt. Om deze reden wordt er nauw samengewerkt met WY projectbureau. In samenspraak met hen wordt een strategie geformuleerd die samenhangt met het thema, *look and feel* van de totaalbeleving, die vanaf de eerste uiting aan dient te sluiten bij het project (zie Communicatie/PR van WY projectbureau). We achten onze partners goed in staat de promotie zo af te stemmen dat een gezonde spreiding over het jaar wordt bewerkstelligd. Basecamp ondersteunt de communicatiemedewerkers door het periodiek aanleveren van multimediale content ter promotie.

### Conceptuele kern

Om het product in communicatiekracht te versterken en de doelgroep te bereiken die past bij de verschijningsvorm (zie ook productambitie) werkt WY projectbureau per situatie een communicatiestrategie uit, waarbij de kern van het concept de *ErfgoedEscape* koers bepaalt: transmediaal storytelling staat centraal. Een transmediaal verhaal ontvouwt zich via verschillende mediakanalen, en kenmerkt zich door het feit dat elk kanaal een unieke bijdrage levert aan de totale verhaallijn. Bovendien nodigt het de volger uit om zelf deel te nemen aan het verhaal en/of een eigen verhaallijn toe te voegen. Dit werkt zo in de game, maar dus ook in de marketingcommunicatie over de game.

De specifieke doelgroep wordt via meerdere kanalen benaderd en kan diverse sporen van het verhaal ontdekken, alvorens deel te nemen aan de "Real Life Game Experience". Het totaal aan communicatie-inzet belooft individuele bijdragen en maakt deelname aan het spel aantrekkelijk.

## BMC

Partners	Hoofdactiviteit	Waardepropositie	Klant Relaties	Klant Segment
<ul style="list-style-type: none"> <li>-WY projectbureau</li> <li>-Stichting SOLOS</li> <li>-Nick Bokkerink Producties</li> <li>-Fontys</li> <li>-Mass Audio</li> <li>-Stichting Zuidlijn &amp; Tramkade (Social Label)</li> <li>-Kasteel Heeswijk</li> <li>-Gemeente Bergen op Zoom (Markiezenhof)</li> <li>-DUKEBOX</li> <li>-Erfgoed Brabant</li> <li>-Midpoint Brabant</li> <li>-VVV</li> <li>-Fondsen/sponsors</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Productie</li> <li>-Exploitatie</li> <li>-Ontwikkeling</li> <li>-Communicatie</li> <li>-Uitwerking</li> <li>-Concepting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Unieke/immersieve ervaring</li> <li>-Artistiek hoogwaardig</li> <li>-Speelse kennismaking cultureel erfgoed en promo hiervan</li> <li>-Innovatie op gebied van real life games</li> <li>-Entertainment</li> <li>-Promotie van cultureel &amp; innovatief Brabant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Community building via online omgeving</li> <li>-Exploitatie</li> <li>-Educatief</li> <li>-Co-creatie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-12 en 45 jaar</li> <li>-(Real Life) Gamers</li> <li>-</li> <li>Dagjesmensen/toeristen</li> <li>-Bedrijven</li> <li>-Verenigingen (LARP)</li> <li>-Elfta/castlefest bezoekers</li> <li>-Cosplayers</li> </ul>
<b>Kost Structuur</b>		<b>Inkomstenstromen</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Personeel/productie</li> <li>-Software licenses</li> <li>-Hardware</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Locatie</li> <li>-Materiaal, Props &amp; kostuums</li> <li>-Catering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Investering (ook tijd)</li> <li>-Subsidies</li> <li>-Klanten (ticket sale)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sponsoring</li> </ul>	

## Risico Analyse ErfgoedEscape

De risico-analyse kijkt vanuit verschillende perspectieven naar het project: vanuit de inhoud, organisatie, financiën en vanuit de samenwerking.

Er worden verschillende risicofases onderscheiden waarbinnen de risico's verschillend wegen:

Opbouwfase: najaar 2016

Opstartfase: begin 2017

Uitvoeringsfase: februari 2017 – oktober 2017

Evaluatiefase: begin 2017 – eind 2017

### Inhoudelijke risico's

- Niet genoeg samenhang technologie, narratief en cultureel erfgoed
- Weinig aansluiting ervaring met doelgroep

### Organisatie risico's

- Geen vergunningen kunnen krijgen
- Schade aan cultureel erfgoed
- Te weinig aandacht voor cultureel erfgoed (vanuit pers)
- Te weinig aandacht voor Real Life Games

### Financiële risico's

- Risico van de te ontwikkelen techniek en de tegenvallende (organisatie)kosten
- Te weinig opbrengsten uit exploitatie
- Onvoldoende opschaling
- Geen subsidie

### Samenwerkings risico's

- De samenwerking met partners functioneert niet
- Gemeenten en/of bedrijfsleven doen onvoldoende mee
- Te weinig steun vanuit cultureel Nederland

De risico's worden zo klein mogelijk gehouden, door activiteiten in onderdelen op te splitsen, goed te documenteren, multidisciplinair te werken, tussentijds te testen en bij te sturen. Door regelmatig de vooruitgang van de specifieke pilots en het project als geheel te testen wordt de faalkans van het project geminimaliseerd. Hierbij geldt dat als de reacties van de stakeholders overwegend negatief zijn en blijven, of wanneer te weinig interesse wordt getoond vanuit de doelgroep, de verdere pilots aangepast of zelfs in zijn geheel voortijdig afgeblazen kunnen worden. Het afbreken hiervan is hierdoor geen verliesgevend aangelegenheid, want projecten die kunstmatig in leven gehouden zijn in de regel zeer kostbaar en leveren uiteindelijk te weinig.

De GO/NO GO momenten vinden in ieder geval plaats na de Kasteel Heeswijk Pilot, en vervolgens na de Markiezenhof Pilot waarbij wordt gekeken naar de uiteindelijke kwaliteit, het behaalde rendement en het algemene enthousiasme van alle betrokken partijen en spelers.

## SWOT-Analyse

### Strengths

- Kennis innovatie aanwezig
- Eerdere projecten met soortgelijk karakter gedaan
- Sterk netwerk en goede (realisatie)partners
- Project gaat binnen haalbare tijd break-even
- Speelt in op bestaande communities
- Arrangementen
- Zeer schaalbaar
- Design makkelijk te tekenen ~~tox~~
- andere Real life games

### Weaknesses

- Onderhevig aan defecten van apparatuur en props; dingen gaat kapot
- Relatief grote voorinvestering nodig
- Thema zou sommige niet aanspreken
- Inkomsten plafond (max. aantal spelers)
- Op en Afbouwdag zijn relatief hoog qua kosten

### Opportunities

- Relatief weinig grootschalige real life games
- Omgeving+Ervaring = 2.0
- Real life games zijn HOT (gemiddelde escape room heeft 10.000 bezoekers per jaar)
- Veel mogelijke locaties

### Threats

- Vergunningen/verzekeringen?
- Veel kleine Escape Rooms al aanwezig;
- Beperkte bereikbaarheid locaties?

## Benodigde vergunningen

Cijfers afkomstig van de website van 's-Hertogenbosch: <https://www.s-hertogenbosch.nl/evenement-organiseren.html>

Soms is een melding voldoende. Voor een feest op privéterrein, zoals een jubileum- of een huwelijksviering, is geen evenementenvergunning of melding nodig.

### Kosten evenementenvergunning

Melding klein evenement € 0,00

Vergunning klein evenement € 26,05

Vergunning groot evenement € 260,30

Huur overige evenementlocaties € 100,00 per dag

### Ontheffing Drank- en horecawet

Verkoopt u tijdens uw evenement zwak alcoholische dranken? Dan hebt u een ontheffing Drank- en Horecawet (artikel 35) nodig. Deze vraagt u tegelijk met de evenementenvergunning aan. Zorg dat u de benodigde kopieën meestuurt (verklaring Sociale Hygiëne en identiteitsbewijs).

### Kosten ontheffing Drank- en horecawet

U betaalt € 52,00 voor een ontheffing Drank- en horecawet.

## Verzekeringen

### Evenementenverzekering

De organisatie van evenementen vergt heel wat van uw creativiteit. Er zijn helaas omstandigheden die zich niet laten regelen. Een vergunning die plotseling wordt ingetrokken, een artiest wordt ziek op de dag van het optreden, een bezoeker stelt u aansprakelijk voor geleden schade of door plotseling noodweer moet het hele evenement worden afgelast.

<https://www.klap.com/evenementen/evenementenverzekering.php>

## Basisdekking: Onkosten

Deze rubriek is de basis van een evenementenverzekering en geeft dekking voor de onkosten die voor het evenement zijn betaald en/of nog verschuldigd zijn. De dekking is van kracht als buiten de wil van de verzekerde het evenement wordt onderbroken, uitgesteld, voortijdig beëindigd of afgelast.

Er is bij deze basisdekking geen eigen risico van toepassing. Daarnaast zijn facultatief de volgende uitbreidingen mogelijk:

- Aansprakelijkheid
- Materiaal
- Ongevallen
- Extreem weer
- Non Appearance
- Terrorisme

## **Belangrijkste punt**

\*Het uitblijven van een toezegging van een subsidie/investering. Als er geen subsidie wordt toegezegd, zal Basecamp Games de volledige investering aan gemaakt uren op voorhand moeten bekostigen. Dit is in deze fase van het bedrijf een te groot risico en zal de liquidatie dusdanig in gevaar brengen dat het project hoogstwaarschijnlijk zal moeten worden stopgezet. Het project heeft deels als doel de positie van Basecamp Games als zelfstandig bedrijf in de culturele/creatieve commerciële sector te versterken.