



# Operation Pandora

Haalbaarheidsonderzoek

Mei 2021

## Wat is de potentie van Operation Pandora?

Operation Pandora is een fysieke wereld waarbinnen je een levensecht science fiction verhaal meemaakt dat zich afspeelt in een ondergrondse research facility. Operation Pandora bestaat nog niet, maar het wordt een bijzondere en grensverleggende ervaring, niet te vergelijken met iets dat momenteel al bestaat.

Om Operation Pandora te realiseren is een aanzienlijke investering nodig. Om te bepalen of er voldoende potentie is om deze investering te rechtvaardigen, is door Spark House **consumenten onderzoek** uitgevoerd.

Doelstelling van het onderzoek is het in kaart brengen van het **potentieel van Operation Pandora**. Specifiek moet het onderzoek antwoord geven op de volgende vragen:

- Hoe aantrekkelijk is Operation Pandora als vrijetijdsbesteding?
- Hoe groot is de groep potentiële bezoekers?
- Wat zijn zij bereid te betalen?
- Wie zijn de potentiële bezoekers?



## Kwantitatief onderzoek

Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen en gefundeerde uitspraken te kunnen doen over het potentieel van Operation Pandora, is **kwantitatief onderzoek** noodzakelijk.

In totaal **n=250 respondenten** hebben derhalve aan het onderzoek deelgenomen in de vorm van het invullen van een **online vragenlijst**.

De respondenten zijn allen deelnemers van een onderzoekspanel en ontvangen een kleine incentive voor hun deelname aan het onderzoek. Het invullen van de vragenlijst kostte 8-10 minuten.


Alle deelnemers aan het onderzoek zijn **tussen de 20-50 jaar oud, een mix van mannen en vrouwen**. De geslacht- en leeftijdsverdeling van de deelnemers is in lijn met de Nederlandse bevolking van 20-50 jaar, zodat we op basis van het onderzoek **representatieve uitspraken** kunnen doen.



## Uitleg over Operation Pandora

Om respondenten uit te leggen wat Operation Pandora omhelst, is gebruik gemaakt van verschillend stimulus materiaal:

1. Een **'adcept'**: dit is een iets uitgebreidere 'advertentie' waarin door middel van tekst en beeld het concept wordt uitgelegd. In de adcept is ook aandacht besteed aan praktische informatie (hoeveel mensen, hoe lang duurt het, etc.)
2. De Operation Pandora **trailer** (lengte 1 min 21) die de ervaring van Operation Pandora overbrengt
3. Een **video** die dieper ingaat op **hoe Operation Pandora werkt** (bv. waarom lijkt het alsof de lift echt de diepe in gaat). Lengte 2-3 minuten. Deze video is vertrouwelijk en daarom niet in deze rapportage gedeeld



**OPERATION PANDORA**

Operation Pandora is een fysieke wereld van **meer dan 600 vierkante meter**. Met een **groep** (2-6 personen) kun je hier gedurende **meer dan 1.5 uur** een **levensecht science fiction verhaal** meemaken, dat zich afspeelt in een ondergrondse research facility.

Het is geen spel, je hoeft geen puzzels of raadsels op te lossen en er zijn geen spelregels. Maar je moet wel degelijk slim nadenken om te kunnen overleven. **Het is een film, alleen kijk je er niet naar, maar speel je zelf de hoofdrol.** Er wordt géén gebruik gemaakt van virtual reality. **Alles wat je ziet en meemaakt is 100% echt.**

Dat maakt Operation Pandora een hele bijzondere en grensverleggende ervaring.

Trailer: <https://vimeo.com/536675722>

## Wat we hebben geleerd over Operation Pandora



### POTENTIE

Het onderzoek heeft laten zien dat er **aanzienlijke bezoekersaantallen voor Operation Pandora te verwachten** zijn. Al in het eerste jaar, wanneer de bekendheid van Operation Pandora nog moet worden opgebouwd, bedraagt het potentiële bezoekersaantal ruim 88.000 personen. Bij hogere awareness in de loop van de tijd kunnen deze aantallen ruimschoots oplopen.



### PRIJS

De geplande prijs van **€60** voor Operation Pandora is **het juiste prijspunt**. Verdere verhoging van de prijs naar €70 laat een flinke daling zien in het potentieel, terwijl een verlaging van de prijs naar €50 slechts in beperkte mate extra bezoekers zal trekken.



### EEN GOEDE MIX

Operation Pandora laat zich niet in één hokje duwen: het is een film, game en escape room ineen. Hoe men het ook ziet, duidelijk is dat je zelf de hoofdrol speelt en dat het levensecht is. De verwachting is dan ook dat Operation Pandora een geweldige ervaring zal zijn.



### DOELGROEP

Omdat Operation Pandora als film, game en escape room wordt gezien, trekt het consumenten aan die vaker gamen, naar de film gaan (en van science fiction films houden) of vaker een escape room hebben bezocht dan mensen zonder interesse. De potentiële bezoekers zijn een mix van leeftijd en geslacht, waarbij mannen en 20-35 jarigen oververtegenwoordigd zijn.



### COMMUNICATIE

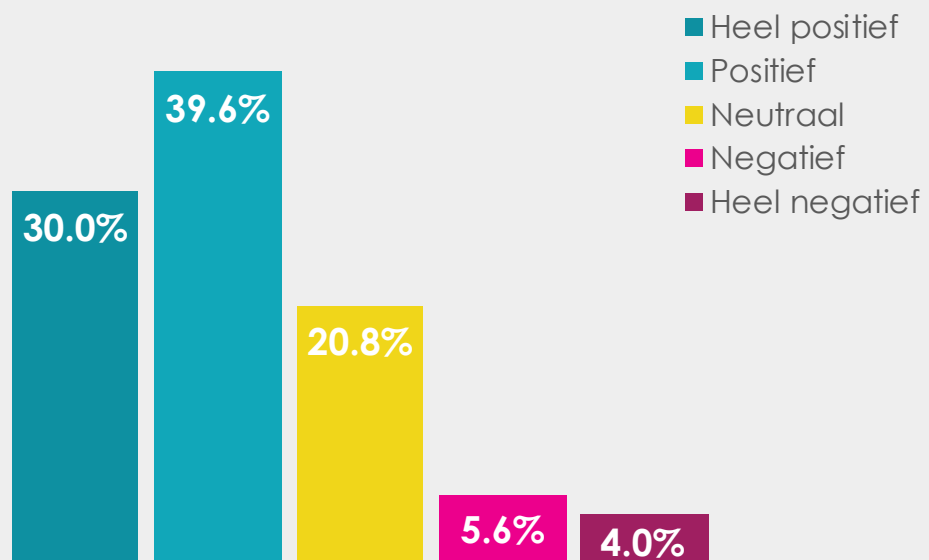
De communicatie zoals gebruikt tijdens het onderzoek heeft consumenten een goed beeld gegeven van wat Operation Pandora zal zijn. Dat het een onvergeloopbare ervaring wordt is duidelijk. In de toekomstige communicatie kan nog meer aandacht worden besteed aan de missie en de doelen alsmede aan praktische bezoekersinformatie.

## Operation Pandora wordt door consumenten positief ontvangen

Ruim tweederde van de consumenten heeft een positieve indruk van Operation Pandora. Het is duidelijk nieuw en anders in vergelijking met andere vrijetijdsbestedingen die men kent

### INDRUK

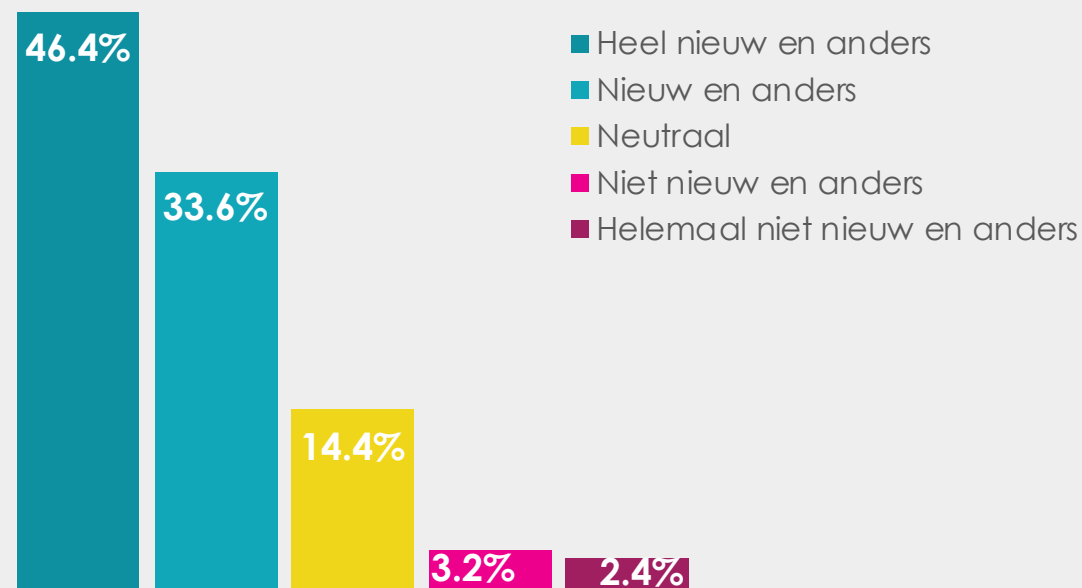
**TOP 2 BOX 69,6%**



QB4 Op basis van alles wat je tot nu hebt gezien en gelezen, wat is nu je indruk over Operation Pandora?

### NIEUW EN ANDERS

**TOP 2 BOX 80,0%**



QB5 Hoe nieuw en anders is Operation Pandora in vergelijking met andere vrijetijdsbestedingen?

## De verwachting is dat Operation Pandora een geweldige ervaring zal zijn

Operation Pandora laat zich niet in één hokje duwen: het is een film, game en escape room ineen. Hoe men het ook ziet, duidelijk is dat je zelf de hoofdrol speelt en dat het levensecht is

"Dit lijkt me gaver dan een escape room of thuis gamen of een film kijken! Eigenlijk voelt het bijna als **een combinatie van alles**, maar dan bijna als de **ultieme droom** die uitkomt! Geen virtual reality, maar echte robots, een film of game in het echt beleven! Dit lijkt me echt super gaaf om samen mee te maken!"

"Ik zou vertellen dat je eigenlijk een **spel speelt waarin je zelf in real life aanwezig bent en zelf keuzes maakt**. Zonder dat je wordt beperkt door regels. Hierdoor is de **spanning heel groot** omdat jij in principe ervoor zorgt wat er gebeurt."

"Een **virtual game met echte effecten**.  
Je speelt er zelf de **hoofdrol**."

"De **ultieme beleving** om mee te maken."

"In 90 min spelen dat je in een **science fiction wereld** bent en een opdracht moet uitvoeren. Veel technische snufjes om het **zo echt mogelijk** te laten lijken."

"Dat het een **futuristische ervaring** is, alsof je in de toekomst bent beland."

"Nieuw reality, **real life ervaring**. Lijkt me supertof om met jullie [vrienden] te doen. speelt zich af 'ondergronds' en alles is real! Je kan alles aanraken. Het is geen spel maar net alsof je in een **SF film** speelt."

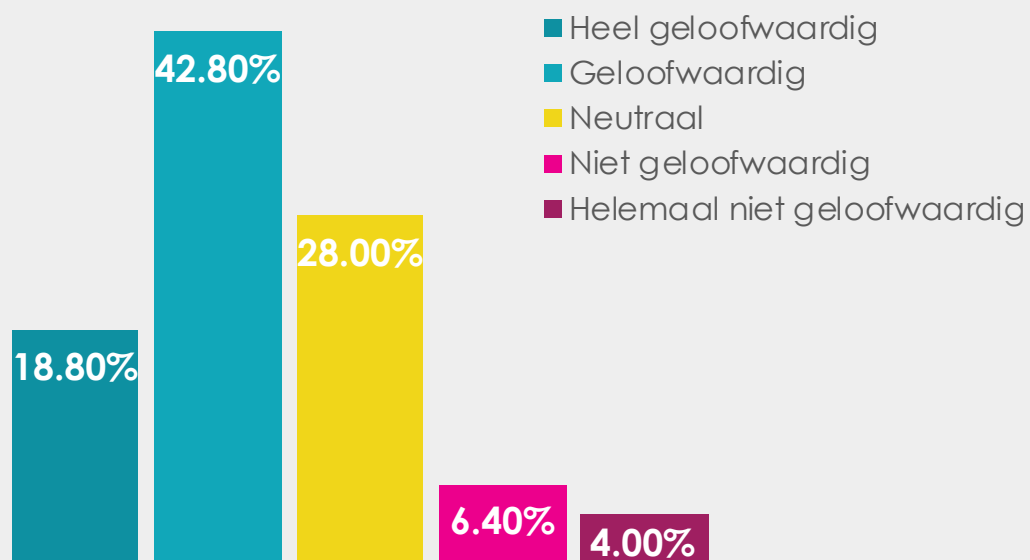
QB3 Stel je voor dat je je vrienden over dit idee zou vertellen. Wat zou je er dan over vertellen? En hoe zou je uitleggen wat Operation Pandora is?

## Een ruime meerderheid is van plan een bezoek te brengen

Op basis van wat ze gezien hebben gelooft ruim 60% van de consumenten dat Operation Pandora de beloofde ervaring kan waarmaken. Toch is nog niet iedereen overtuigd; een kwart van de consumenten is 'sitting on the fence' wat betreft een bezoek aan Operation Pandora

### GELOOFWAARDIG

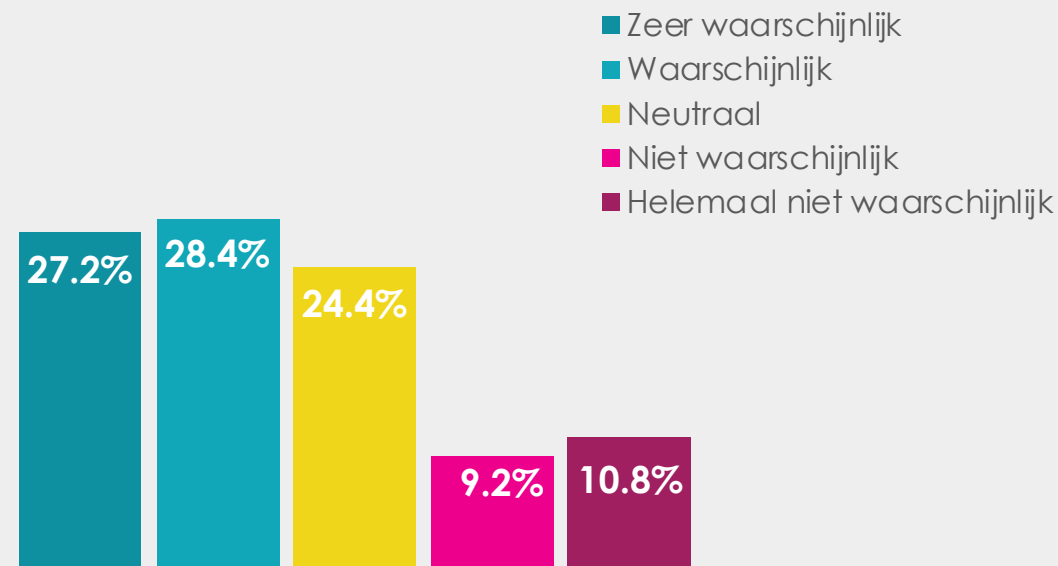
TOP 2 BOX 61,6%



QB6 Hoe geloofwaardig is Operation Pandora op basis van alles wat je hebt gezien?

### BEZOEK

TOP 2 BOX 55,6%



QB7 Hoe waarschijnlijk is het dat je Operation Pandora zou bezoeken om deel te nemen, ervan uitgaande dat de prijs acceptabel is?



## Extra informatie kan de geloofwaardigheid en bezoekbereidheid nog verder vergroten

Er is vooral behoefte aan praktische informatie, maar ook iets meer inzicht in de missie en het doel kan eventuele twijfelaars over de streep trekken

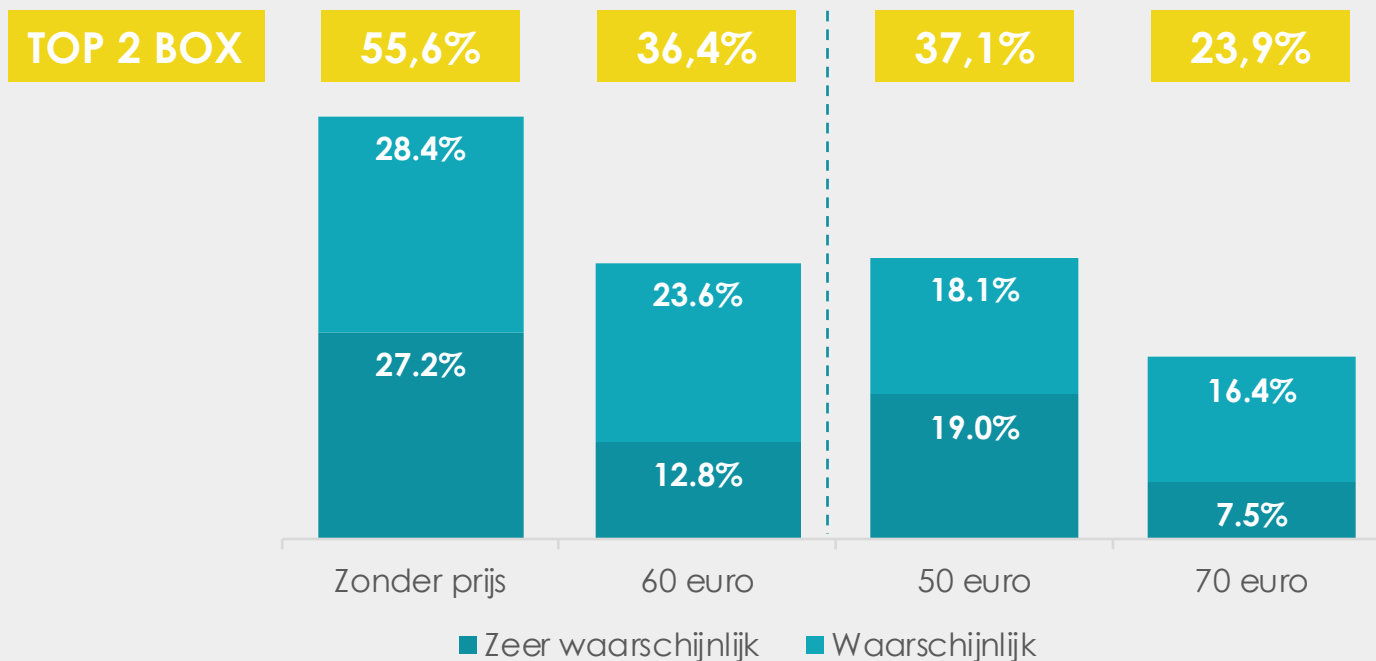


QB12 Wat zou je nog willen weten voordat je Operation Pandora zou bezoeken? Welke informatie mis je nog?

## De geplande prijs van €60 voor Operation Pandora is het juiste prijspunt

Ruim 36% van de consumenten geeft bij €60 aan Operation Pandora (zeer)waarschijnlijk te bezoeken. Bij een verdere verhoging naar €70 blijft er minder dan een kwart over, terwijl verlaging van de prijs naar €50 nauwelijks extra bezoekers oplevert

### BEZOEK



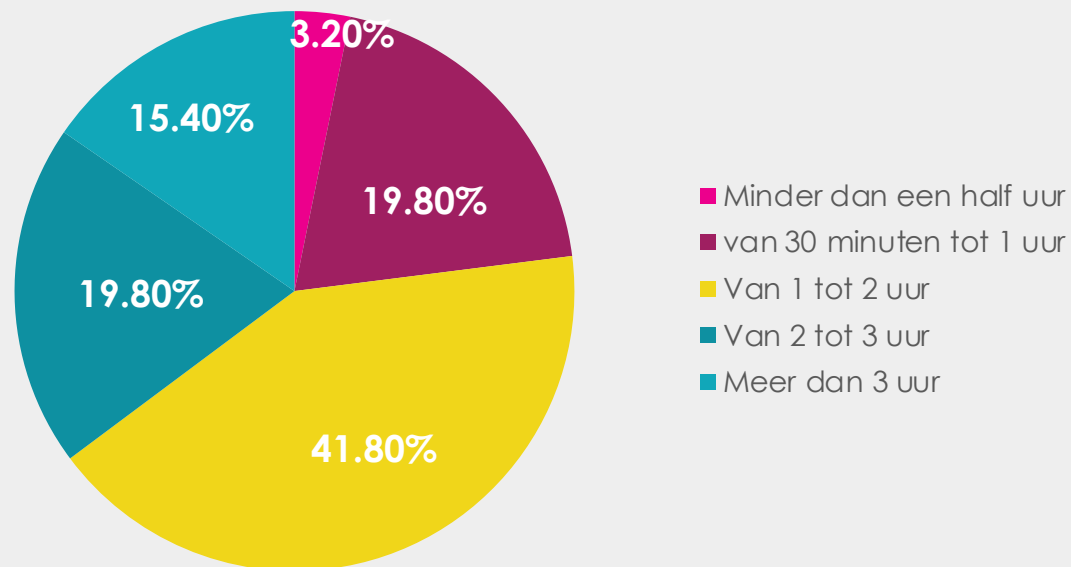
Alle respondenten hebben de vraag eerst beantwoord voor de prijs van €60. Vervolgens heeft de helft van de respondenten de vraag beantwoord voor de prijs van €50, de andere helft voor €70. De prijs van €50 of €70 is random aan respondenten voorgelegd.

QB7 Hoe waarschijnlijk is het dat je Operation Pandora zou bezoeken om deel te nemen, ervan uitgaande dat de prijs acceptabel is?  
 QB10a / b / c Stel je voor dat Operation Pandora € 50 / € 60 / € 70 kost, hoe waarschijnlijk is het dan dat je Operation Pandora zou bezoeken?

Onder consumenten die van plan zijn Operation Pandora te bezoeken is de bereidheid te reizen aanzienlijk

Meer dan driekwart van de potentiële bezoekers is bereid om meer dan een uur te reizen, ruim 15% zelfs meer dan 3 uur

## REIS BEREIDHEID (onder consumenten die (zeer) waarschijnlijk Operation Pandora bezoeken bij een prijs van € 60)



QB8 Hoe lang ben je bereid te reizen voor een bezoek aan Operation Pandora? Basis: respondenten die (zeer) waarschijnlijk Operation Pandora bezoeken bij een prijs van € 60

## Operation Pandora is ook heel geschikt als teamuitje

Operation Pandora wordt vaak als innovatief gezien. Daarnaast maken consumenten vaak de vergelijking met real live gamen en/of de escape room van de toekomst

### OPERATION PANDORA IS....



QB13 Hieronder staat een aantal stellingen over Operation Pandora. Kun je voor iedere stelling aangeven in welke mate je het er mee eens bent?

Al in het eerste jaar, wanneer de bekendheid van Operation Pandora nog moet worden opgebouwd, bedraagt het potentiële bezoekersaantal ruim 88.000 personen  
Bij hogere awareness kunnen deze aantallen ruimschoots oplopen

BEZOEKERSPOTENTIEEL		
Aantal mannen en vrouwen in NL 20-50 jaar oud*	<b>6589557</b>	
Percentage dat <b>zeer waarschijnlijk</b> Operation Pandora gaat bezoeken bij prijs van €60	12,80%	843463
Percentage dat <b>waarschijnlijk</b> Operation Pandora gaat bezoeken bij prijs van €60	23,60%	1555135
Correctie overstatement 'zeer waarschijnlijk'	(*0,75)	632597
Correctie overstatement 'waarschijnlijk'	(*0,33)	513195
<b>Bezoekerspotentieel gecorrigeerd voor overstatement</b>	<b>1145792</b>	
Correctie reistijd (77% bereid 1-2, 2-3 of meer dan 3 uur te reizen)**	(*0,77)	882260
<b>Bezoekerspotentieel gecorrigeerd voor reistijd</b>	<b>882260</b>	
<b>Bezoekerspotentieel bij verschillende awareness levels</b>		
Awareness Operation Pandora 10%	<b>88226</b>	bv. jaar 1
Awareness Operation Pandora 20%	<b>176452</b>	
Awareness Operation Pandora 30%	<b>264678</b>	
Awareness Operation Pandora 40%	<b>352904</b>	

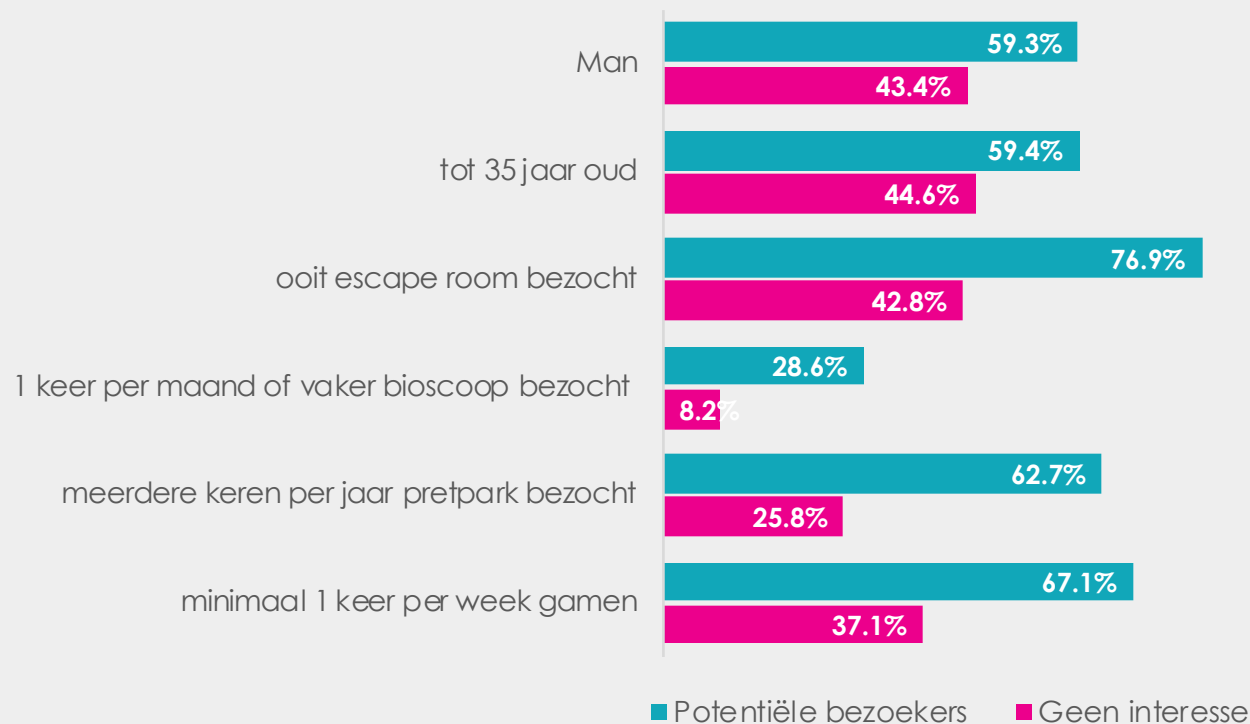
- Voor de berekening van het bezoekerspotentieel zijn **bevolkingsaantallen** van de leeftijd 20-50 jaar als uitgangspunt genomen
- Vervolgens hebben we de % gebruikt van consumenten die (zeer) waarschijnlijk Operation Pandora zouden bezoeken bij een prijs van €60
- Omdat de **bereidheid tot koop/ bezoek** in onderzoek vaak hoger ligt dan in de realiteit, is daarvoor een **correctie** toegepast.
- Vervolgens **is gecorrigeerd voor de bereidheid om te reizen**
- Het resterende bezoekerspotentieel is **het maximale bereik** wanneer alle potentiële geïnteresseerden **volledig op de hoogte zijn** van Operation Pandora
- Echter **awareness moet in de loop van de tijd worden opgebouwd** en is mede afhankelijk van marketing en communicatie budgetten
- Weergegeven is derhalve het **potentieel bij verschillende awareness levels**

\* Bron CBS 2020

\*\* Van consumenten die (zeer) waarschijnlijk Operation Pandora bezoeken bij een prijs van 60 Euro

## Er tekent zich een duidelijke doelgroep af voor Operation Pandora

Op een aantal punten verschilt de groep potentiële bezoekers significant van consumenten zonder interesse\*. Zo zijn potentiële bezoekers vaker man en jonger. Daarnaast onderneemt de primaire doelgroep voor Operation Pandora vaker activiteiten als gamen, naar de bioscoop gaan, pretpark bezoek of bezoek aan een escape room.



Top 5 favoriete film genres potentiële bezoekers	Potentiële bezoekers (%)	Geen interesse (%)
Science Fiction	39,8%	17,6%
Actie	35,2%	32,8%
Thriller	22,7%	31,3%
Psych. thriller	22,7%	19,1%
Avontuur	21,6%	18,3%

Potentiële bezoekers houden significant vaker van science fiction films. Dit genre staat op nummer 1 in hun top 5

\*Potentiële bezoekers zijn gedefinieerd als de consumenten die (zeer) waarschijnlijk een bezoek aan Operation Pandora zullen brengen bij een prijs van €60. De overige consumenten hebben we gerekend tot de groep 'zonder interesse'



**Insight, Inspiration, Innovation**

Mathilde Beljaarts  
[mathilde@sparkhouse.amsterdam](mailto:mathilde@sparkhouse.amsterdam)  
+31 6 1138 6193