

INZETTEN OP EEN ZONNIGE TOEKOMST

Holland Casino is helemaal 'hip & happening'. Ook de gemiddelde besteding per bezoek neemt toe. Substantiële en organisatiebrede investeringen in de afgelopen jaren doen hun werk. De opening van de onlinemarkt maakt de organisatie toekomstbestendig.



Bezoekers ervaren Holland Casino weer als een topavond uit waar gezonde spanning, lekker eten en drinken en een hoge mate van gastvrijheid samengaan. In 2018 brachten ruim 1,1 miljoen unieke gasten samen 5,7 miljoen bezoeken aan Holland Casino. De gemiddelde besteding van 114 euro per bezoek ligt 4,6% hoger dan in 2017. De brutobaten stegen in 2018 met 2,7% naar 656,5 miljoen euro. Het zijn indrukwekkende getallen voor dit staatsbedrijf dat niet zo lang geleden in een neerwaartse spiraal zat. De strategie HC2020, die medio 2017 gelanceerd is, moet van Holland Casino het beste casinobedrijf van Europa maken. "We liggen op koers", aldus CEO Erwin van Lambaart.

INVESTEREN

"Wij concurreren met andere leisure-uitgaansgelegenheden. Daarom zetten we optimaal in op het realiseren van een 9+-beleving voor onze gasten, op bouwkundig innovatieve vestigingen en op productinnovatie", verduidelijkt Van Lambaart. "Dit moeten we nu én tegelijkertijd realiseren. Het een kan namelijk niet zonder het ander, willen we onze gasten het allerbeste bieden."

Het afgelopen jaar investeerde Holland Casino 22,5 miljoen euro aan grootschalige bouw- en renovatieprojecten. Dit ging onder andere naar de nieuwste vestiging Amsterdam West-Sloterdijk, het premium pop-upcasino in Groningen en een ingrijpende modernisering van Holland Casino Valkenburg en Rotterdam. Daarnaast is er een start gemaakt met de ontwikkeling van het meest moderne en duurzame casino dat in Venlo komt. En het terrein van de nieuwe vestiging in Utrecht werd bouwklaar gemaakt.



DEEL ONLINE

INTERACTIEF

In 2018 is stevig ingezet op vernieuwing en aantrekkingskracht van het spelaanbod. Holland Casino kocht voor 17,9 miljoen euro nieuwe speelautomaten en gaf zo'n 13 miljoen euro uit aan reguliere vervangingsinvesteringen. Ruud Bergervoet, CFO: "We ontwikkelen ook zelf nieuwe spelconcepten voor jongere doelgroepen die graag samen spelen. Zo is de Experience Zone, die in Utrecht bedacht en geïntroduceerd is, lekker interactief. Dit is zo succesvol, dat we hierop verder bouwen." De Experience Zone komt in minimaal nog twee vestigingen, waaronder Scheveningen. Ook de belangstelling vanuit buitenlandse casino's is groot.

OMNICHANNEL

Binnenkort hoopt Holland Casino eindelijk live te kunnen gaan met het online Holland Casino. Afgelopen februari ging de Eerste Kamer akkoord met de Wet kansspelen op afstand. Het is nu wachten tot de lagere wetgeving gereed is. Ondertussen is Holland Casino samen met partner Playtech het online casino aan het optuigen. "Hoever we kunnen gaan met onze omnichannel strategie, dat weten we dus nog niet. Toch willen we zoveel mogelijk gereedmaken", vertelt Van Lambaart. "Wat ons betreft is de consument het meest gebaat bij een grote mate van veiligheid en betrouwbaarheid. Ons huidige preventiebeleid heeft de hoogste Europese rating ontvangen en dit zetten we graag online voort."

ERWIN VAN LAMBAART
EN RUUD BERGERVOET:

'De 'samen de schouders eronder'-mentaliteit geeft zo veel mooie dynamiek'

SAMEN BOUWEN

"Met ons toekomstige onlineaanbod komen we in een heel andere markt te opereren", aldus Bergervoet. "Holland Casino is, als staatsmonopolie, de enige die echte casinospelen mag aanbieden. Online betekent een markt met veertig potentiële concurrenten, waar we ons zullen moeten bewijzen. Daar moeten we onze organisatie op voorbereiden."

Op personeelsgebied gebeurt daarom veel. Dankzij de huidige groei heeft talent bij Holland Casino weer de mogelijkheid om managementdevelopmentprogramma's te volgen. En sinds 2017 is er flink geïnvesteerd in ontwikkeling van de vierduizend medewerkers. Er is een individueel opleidingsbudget en een inhouse loopbaancentrum in het kader van duurzame inzetbaarheid. "Overal binnen Holland Casino heerst de 'samen de schouders eronder'-mentaliteit. Dat we echt samen bouwen geeft zo veel mooie dynamiek."

DUURZAAM

Duurzaamheid reikt verder dan de eigen organisatie. "Wij doen graag iets voor de wereld waar wij deel van uitmaken. Bijvoorbeeld door lokale initiatieven te steunen en soms op lokaal niveau, zoals de elfstedenzwemtocht van Maarten van der Weijden", vertelt Lambaart. De lokale verbinding komt ook op de menukaart. Medewerkers wilden graag meer producten van regionale leveranciers verwerken. "Dat initiatief waarderen wij. Het zet ons nog meer aan tot duurzaamheid. We sparen bijvoorbeeld ons koffiedrab op. Dat gaat naar een kweker van oesterzwammen en die zwammen verwerken wij vervolgens in onze vegetarische hamburgers. Natuurlijk zorgen onze mensen er dan ook voor dat het eten Instagramwaardig is. Zo zijn we ook wel weer", lacht Van Lambaart. ■

