

# Preston Palace wil de regio herontdekken

Het bekende Almelose uitgaans- en entertainmentcentrum Preston Palace ondergaat momenteel een ware facelift. De bowlingbaan is inmiddels omgetoverd tot een prachtig baan in Limburgse mijnwerkersstijl en als het aan mede-eigenaar Carlo Slag ligt zullen september aanstaande de nieuwe entrees en ontvangstruimte in gebruik worden genomen. Een totale investering van circa een miljoen euro.

Carlo Slag nam met Imre Florijn en Alexander Muller Preston Palace medio vorig jaar over van horecatycoon Hennie van der Most. Slag was al vijftientig jaar verbonden aan Preston Palace, Florijn tien jaar. Muller is afkomstig van het McDonalds concern waar hij drie oostelijke filialen runde. Carlo Slag: Hennie van

der Most wilde graag dat de ziel en de passie in het bedrijf bleven. Hij wilde Preston Palace daarom niet verkopen aan een investeringsmaatschappij. Persoonlijk heb ik de omvorming van ziekenhuis naar entertainmentcentrum vanaf het prille begin meegemaakt.

Na de afstemming van directietaken, waarin we alle drie verantwoordelijk zijn voor een portefeuille waarin onze specifieke expertise het beste tot zijn recht komt, hebben de vraag gesteld: wie zijn we en waar willen we naar toe? We hebben daarvoor enkele speerpunten geformuleerd en



ruimte gecreëerd voor een incheckbalie voor mensen die online hebben gereserveerd. Allemaal service gerichte investeringen.

Zoals gezegd hebben we half mei de geheel gerenoveerde bowlingbanen in gebruik genomen. Deze zijn helemaal in de stijl opgetrokken van de Limburgse mijnen. De banen zijn ook geopend door Limburgse ex-mijnwerkers, hetgeen weer de nodige publiciteit genereerde. Want dat is ook zo'n speerpunt waar we hard aan werken. We willen laten zien en horen wat we willen en doen. Een ander accent is dat we ook de (regionale) zakelijke klant weer willen betrekken bij Preston Palace. Te weinig bekend is dat we hier bijvoorbeeld 25 conferentiezalen hebben met alle mogelijke geavanceerde faciliteiten. We zetten met z'n allen Preston Palace weer duidelijker op de kaart. We willen de regio herontdekken!"

uitgewerkt. Een daarvan was een meer proactieve houding. Tot nu toe kwamen de groepen uit zichzelf, maar in deze tijd is het nodig, de mensen duidelijk te maken wat Preston Palace nu werkelijk is, en wat hier allemaal mogelijk is. Ook wilden we van het imago "vreet- en zuipschuur" af. Niet dat dit imago de lading dekte, maar we wilden toch graag een herpositionering. Een langgekoesterde wens was eveneens om meer betekenis te krijgen voor de regio. De Twent moet haar gemakkelijker binnenlopen en niet gebonden zijn aan een fullservice dagarrangement van 47,50 euro."

## Investeren

Voor ons stond al snel vast dat we een situatie moesten creëren waarin het aantrekkelijker moest worden gewoon naar binnen te gaan. Zowel de ingangspartij als de ingang voor het dagpubliek worden nu volledig vernieuwd. Was voorheen Mc Donalds de blikvanger, nu zijn de rollen omgedraaid. We hebben

gekozen voor een extra visuele aanpak met de toepassing van prefab beton en schoon metselwerk / Een mooie waterpartij en een symmetrisch beeld completeren het plaatje.

De oude intree van het ziekenhuis wat nu de intree van het dagpubliek vormt is eveneens onherkenbaar in september. De restyling zal mensen als het ware naar binnen trekken. Ook de ontvangstruimte en de garderobe worden aangepakt. Er is eveneens

