



01 CONFIDENTIAL INVESTOR DECK



KRÓLICZA NORA

Królicza Nora

Gdzie zwykły gracz staje się gwiazdą niezapomnianego show.

Unikatowy klub gier w sercu Warszawy.

Immersyjny 90-minutowy format premium dla 12 graczy z interaktywnymi aktorami.

Marszałkowska 58 • Owner pitch • Concept sneak peek

Immersyjny format premium: 12 graczy, 90 minut gry, aktorzy na żywo.



TEATR W GRZE



Koncept

Do Króliczej Nory Goście zostają przyprowadzeni przez osobistego lokaja, który działa na zlecenie Bossa, szefa całego przedsięwzięcia. Drużyny zostaną wprowadzone do osobnych pomieszczeń, wierząc, że to jest zwykły Escape Room. W końcu, w swoich pokojach będą mieli zagadki do rozwiązania. Kiedy wszyscy znajdą się na swoich miejscach, zostanie ujawniony prawdziwy charakter tego miejsca. Gracze dowiedzą się, że są jedną z trzech innych drużyn, a będą między sobą rywalizować by wykazać się przed Bossem. Czekać ich będą przepiękne porażki oraz paskudne zwycięstwa.

- 3 pokoje × 4 osoby – zagadki indywidualne oraz gry wspólne.
- Slot 120 min – 90 min gry + 30 min resetu, rezerwacje online.
- Interaktywni aktorzy – wprowadzają immersję od pierwszych sekund.
- Kulminacja rozgrywki – pokoje drużyn wpłyną bezpośrednio na wielki finał.
- Regrywalność premium – Boss bardzo chętnie zobaczy ulubionych graczy ponownie.

🕒 Slot 120'

Kontrolowane tempo wejść i resetów.

🔄 Powroty

Nowe role i zakończenia zachęcają do kolejnych wizyt.

🎯 Ambicja

Lockme 9.5–9.8+ jako punkt odniesienia jakości.

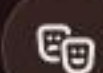
Aktorzy + interakcje między drużynami + nieliniowość = emocje i powroty.



03 S03 • FILARY

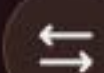
Filary

Każda historia w Króliczej Norze jest jedyna w swoim rodzaju. Emocje, które przyniesie rozgrywka, są na tyle specyficzne, że będzie to wspomnienie na zawsze. Aktorzy wciągający graczy w immersję i zadbanie o każdy szczegół rozrywki zapewni prestiż doświadczenia, który zaskoczy każdego gracza.



Aktorzy na żywo

Improwizują, eskalują emocje, prowadzą tempo i dbają o bezpieczeństwo.



Interakcje drużyn

Decyzje i progres w pokojach indywidualnych wpływa na rozgrywkę między drużynami.



Nieliniowa historia

Żadna historia nie będzie taka sama, a element zaskoczenia wyciągnie z graczy ich prawdziwe twarze.



Dopracowana rozgrywka

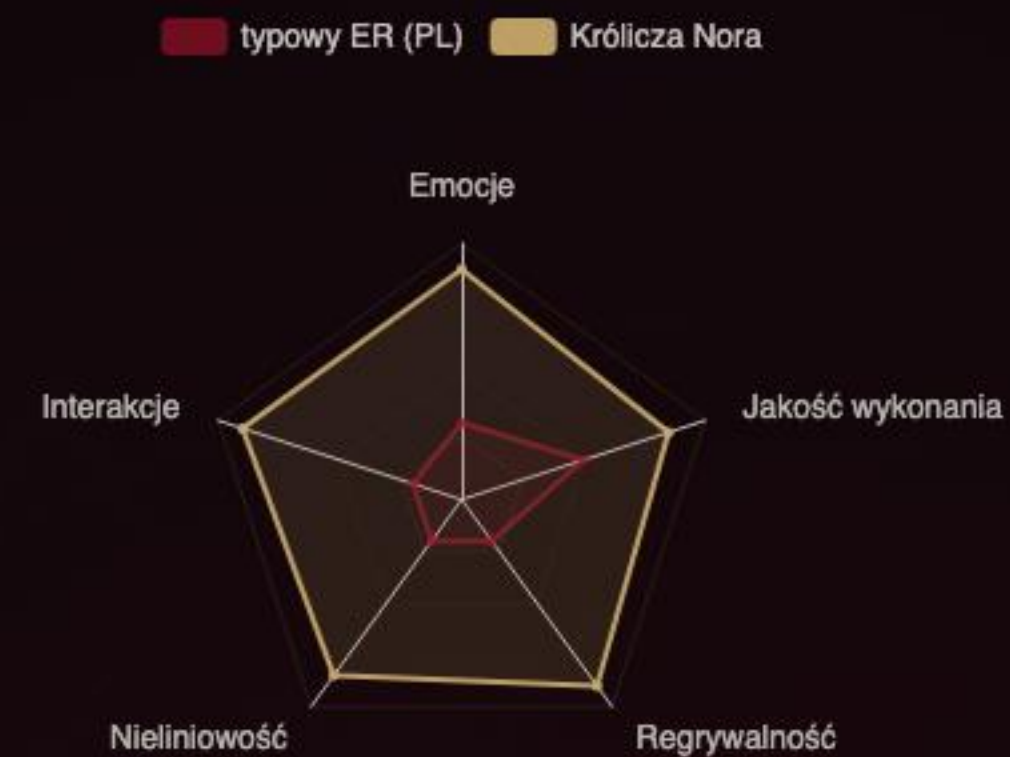
Czytelne mechaniki, zautomatyzowane technalia, klimatyczna scenografia i dźwięk.

4 filary ⇒ emocje i wyróżnik premium → wysokie oceny (Lockme 9.5–9.8+) i widoczność.

Dlaczego Escape Roomy w Polsce są słabe?

Znudzony student na recepcji przyjmuje kolejną ekipę. Znudzonym głosem duka formułki bezpieczeństwa, po czym wprowadza do pokoju i zamyka drzwi. Z głośników gra irytująca muzyka, sepleniący lektor tłumaczy fabułę, a przed oczami już widzisz ciąg kłódek i liniowych zadań. A, i oczywiście trzy „ukryte” pomieszczenia, żeby wejść jeszcze bardziej w cliché.

- ↔ Powtarzalność i liniowość — przejdziesz raz i „znasz wszystko”.
- 🗣️ Mało aktorów i interakcji — emocje są ograniczone, brak prowadzenia.
- 🔗 Zagadki = jedyny progres — tempo siada, brak momentów „wow”.
- ⚠️ Nierówna jakość vs cena — ryzyko rozczarowania; psujące się mechanizmy.
- 🔄 Jednorazowość usługi — brak powrotów; trudno o Lockme 9.5–9.8+.



Skutek biznesowy (w skrócie)

Wyższy koszt pozyskania gościa (mniej poleceń, więcej reklam).

Widoczność w Lockme zależy od ocen — bez emocji ciężko o 9.5–9.8+.

Brak wyróżnika premium ⇒ słabsza ER-turystyka i niższa konwersja.

Problem nie leży w liczbie zagadek, tylko w **emocjach, interakcji i nieliniowości**.



05 S05 • ODPOWIEDŹ

Jak odpowiadamy na problem

Projektujemy teatr w grze: aktorzy prowadzą i reagują, a decyzje ekip wpływają na siebie. Zamiast „suchego” ciągu zagadek stawiamy na emocje, nieliniowość i klarowne prowadzenie — tak, by doświadczenie było spójne i intensywne od wejścia do finału.

ZARZUT		NASZA ODPOWIEDŹ
Liniowość / powtarzalność	→	Nieliniowa historia, alternatywne role i ścieżki; równoległe wątki między pokojami.
Mało aktorów / mało interakcji	→	Stała obecność aktorów, improwizacja i „checkpointy” fabularne; aktywne sceny między drużynami.
Zagadki = jedyny progres	→	Zagadki urozmaicają; progres budują decyzje, negocjacje i prowadzenie aktorskie.
Nierówna jakość / zacięcia techniczne	→	Proste, niezawodne mechaniki, testy end-to-end, protokół resetu i stage management.
Jednorazowość usługi	→	Różne role i perspektywy na kolejną wizytę + zasada „no-spoiler” w komunikacji.
Widoczność / oceny (Lockme)	→	Czytelny onboarding, jasne zasady, rytm scen i monitoring opinii od soft-open.

Zastępujemy „ciąg łamigłówek” emocjami, nieliniowością i aktorskim prowadzeniem — postęp wynika z decyzji graczy.



Jak przebiega wizyta gracza

Doświadczenie zaczyna się przed wejściem. Zaproszenie i kontakt SMS kierują gości do ukrytego klubu (wejście z bramy). Concierge dyskretnie wprowadza w zasady, a aktorzy prowadzą tempo od pierwszej sceny do finału. Całość jest płynna i bez zacięć organizacyjnych.



Rezerwacja (Lockme/strona)

Wybór terminu;
potwierdzenie e-mail +
SMS.



SMS logistyczny

Punkt zbiórki, no-spoiler i
„cisza w bramie”; zasady
punktualności.



Concierge na mieście

Weryfikacja rezerwacji,
podział na drużyny,
dyskretnie wejście do
klubu.



Brief & role

Zasady gry i
bezpieczeństwa, przydział
ról, jasny cel misji.



Gra właściwa (~90')


Sceny aktorskie + zadania;
interakcje między
pokojami; decyzje
kształtują finał.



Finał & after-room (~10– 15')

Domknięcie fabuły, foto
bez spoilerów, pamiątki,
feedback, zapis na kolejną
ścieżkę.

NAPIĘCIE / IMMERSJA



Potwierdzenie zawiera: punkt zbiórki, zasady no-spoiler, „cisza w bramie”, informację o bezpieczeństwie i płatnościach bezgotówkowych. Obsługa PL/EN.

Od zaproszenia do finału — jedno spójne przejście, rosnące napięcie i klarowne prowadzenie.

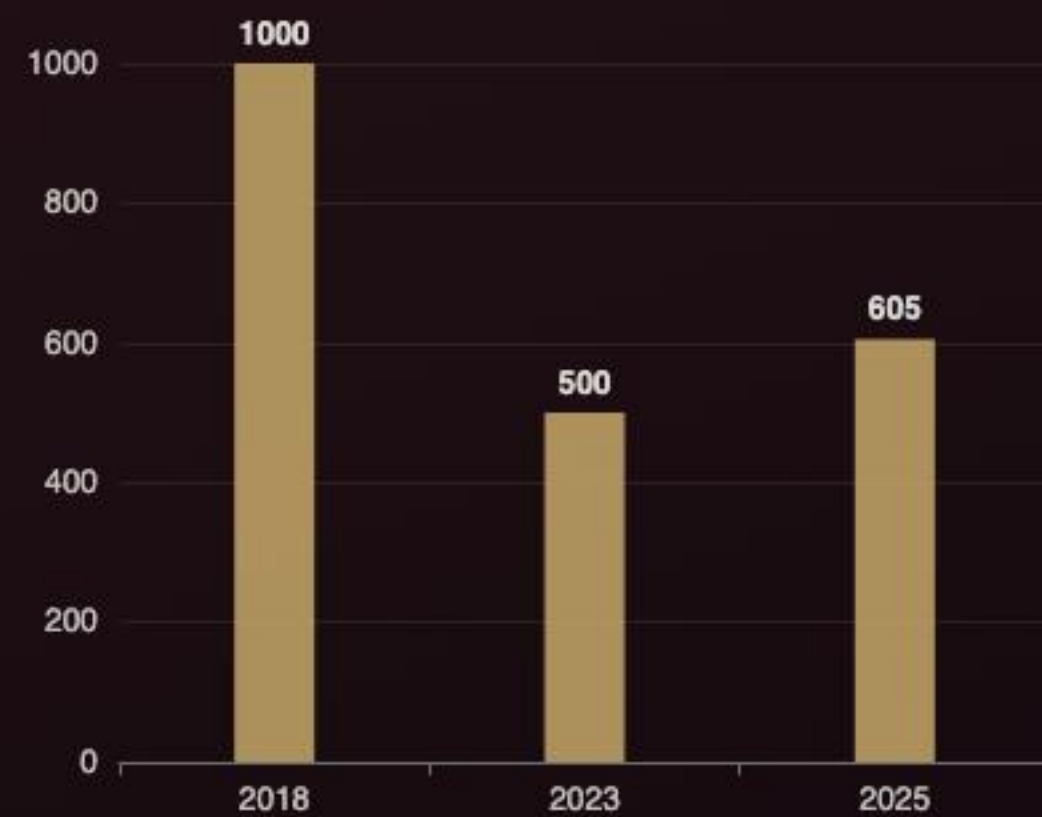


Rynek i konkurencja — Polska

Discovery i rezerwacje escape roomów w Polsce w dużej mierze dzieją się przez Lockme. Widoczność jest mocno skorelowana z oceną i liczbą opinii. Po pandemicznym spadku rynek odbudowuje się; dziś w Polsce listowanych jest 600+ pokoi, z czego ok. 76 w Warszawie. Topowe oceny (9.5–9.8+) napędzają ER-turystykę.

A) Wielkość i dynamika (PL)

- ~605 pokoi w Polsce (Lockme, 09.10.2025); Warszawa ~76.
- Przed 2019 boom (~1000 pokoi) → pandemia/regulacje: ~500 (2023).
- 2025: powrót do 600+ — nisza premium nadal słabo zagospodarowana.



Różne metodologie: prasa/branża vs. aktualny listing Lockme.

B) Jak ludzie wybierają (Lockme)

- Lockme = największa baza ER w PL (listing + rezerwacje).
- Ocena (1–10) i liczba opinii → widoczność → konwersja.
- ER-turystyka: przewodniki Lockme zachęcają do wypraw po top pokoje.

Cel: Lockme 9.5–9.8+ oraz regularne świeże opinie.

D) Ceny segmentu premium

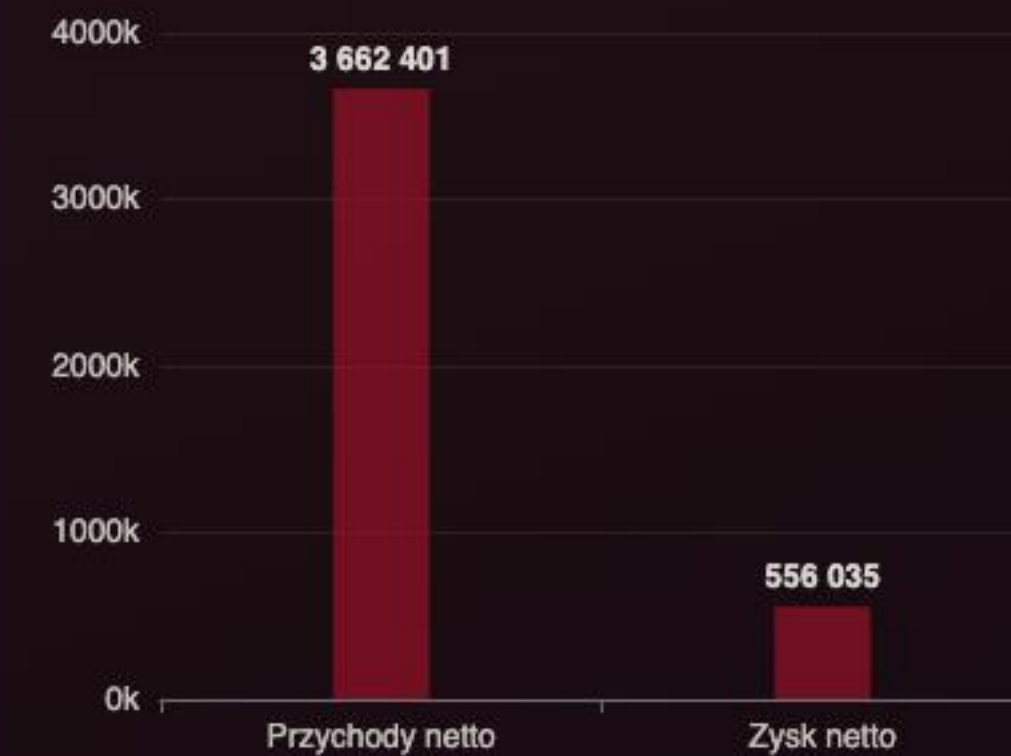
- Warszawa (wariant z aktorami): ok. 550 zł / 4 osoby.
- Wrocław (top bez aktorów): 420–450 zł / 2–4 osoby.
- Wniosek: wyższe stawki akceptowalne przy jakości i unikalnym formacie.

„Ukryty klub (wejście z bramy)” + aktorzy = wyróżnik premium w Warszawie.

C) Benchmark finansowy (KRS)

BLACK CAT ESCAPE ROOM sp. z o.o. (Warszawa, KRS 0000749321) — rok 2024:

- Przychody netto: 3 662 401 zł.
- Zysk netto: 556 035 zł (marża netto ok. 15%).
- Suma bilansowa: 3 826 972 zł (31.12.2024).



Źródło: eKRS/RDF, RZiS i bilans za 2024.

Źródła: Lockme (listing/oceny), przewodniki Lockme (ER-turystyka), materiały branżowe dot. wielkości rynku, eKRS/RDF (sprawozdanie 2024, BLACK CAT ESCAPE ROOM sp. z o.o.).

Unikalny format premium + Lockme (9.5–9.8+) = widoczność, ER-turystyka i przewaga konkurencyjna w Polsce.



Operacje i przepustowość

Ustawiamy przejrzysty rytm slotów i prostą obsadę, żeby utrzymać tempo, jakość i bezpieczeństwo. Wejścia tylko na rezerwacje; start gry punktualnie, reset bez zacięć.

Faza 1 (0–3 mies.) — walidacja

- **Dni otwarte:** Piątek–Niedziela.
- **Godziny:** Pt 16:00–24:00 (co 2h); Sb–Nd 10:00–24:00 (co 2h).
- **Sloty/dzień:** Pt 4; Sb–Nd po 7.
- **Sloty/tydzień:** 18 • 216 graczy/tydzień (3 pokoje × 4 os.).

Faza 2 (3–6 mies.) — skalowanie

- **Dni otwarte:** Poniedziałek–Niedziela.
- **Godziny:** Pon–Czw 16:00–24:00 (co 2h); Pt 16:00–24:00; Sb–Nd 10:00–24:00.
- **Sloty/dzień:** Pon–Czw po 4; Pt 4; Sb–Nd po 7.
- **Sloty/tydzień:** 34 • 408 graczy/tydzień (3 pokoje × 4 os.).

Standard operacyjny

Format slotu

- **Czas:** 120 min (ok. 90' gry + 30' resetu).
- **Onboarding:** punkt zbiórki w bramie (ukryty klub), „no spoiler”, cisza; PL/EN.
- **Wejścia:** wyłącznie po rezerwacji (strona / Lockme); 10 min tolerancji spóźnienia.

Obsada na slot

- 1 aktor / pokój (3 osoby) + koordynator zmiany (prowadzenie, timing, bezpieczeństwo).
- Ta sama ekipa obsługuje wejścia i reset — bez dodatkowego technika.
- Koszt osobowy slotu (2h, 4 osoby): ~440 zł przy stawce 55 zł/h/os.
- Prowizja rezerwacji (gdy dotyczy): ~15% — rozliczamy w modelu finansowym.

Procedury jakości

- Reset 30': checklist rekwizytów, mechanik, światło/dźwięk; „stage management” czasu.
- Redundancja: podwójne komplety krytycznych elementów; szybki „hot-swap”.
- Codzienny mikro-audyt tempa, emocji, interakcji i techniki prowadzony przez koordynatora zmiany.

Prosty rytm, lekka obsada i twarde procedury = płynna operacja i powtarzalna jakość.



Model przychodów (slot 120')

Model opiera się na 120-minutowych slotach z trzema pokojami równolegle (12 graczy). Obsada: jeden aktor na pokój oraz koordynator zmiany pilnujący tempa i bezpieczeństwa. Stosujemy cennik premium z rabatami dla większych ekip i lekkim upsellem po grze.

Cennik i średni przychód na osobę

- **Cena bazowa:** 150 zł/os. (rezerwacje online).
- **Rabat dla ekipy:** -5% za każdą kolejną osobę w pokoju (2 os.: 142,50 zł; 3 os.: 135 zł; 4 os.: 127,50 zł).
- **Upsell po grze:** ok. 10% graczy kupuje pamiątkę za 55 zł \Rightarrow +5,50 zł/os. do średniego przychodu.

Średni przychód brutto na pokój (z upsellem): 2 os. \approx 296 zł • 3 os. \approx 422 zł • 4 os. \approx 532 zł.

Marża na slocie (3 pokoje równolegle)

- **Wariant 3 os./pokój:** bilety 1 215 zł + upsell 49,50 zł = 1 264,50 zł brutto \Rightarrow marża po kosztach zmiennych ok. 642 zł.
- **Wariant 4 os./pokój:** bilety 1 530 zł + upsell 66 zł = 1 596 zł brutto \Rightarrow marża po kosztach zmiennych ok. 927 zł.
- **Zakładane koszty zmienne:** 15% prowizji pośredników rezerwacji/płatności (od biletów) + 4 osoby obsługi \times 2h \times 55 zł/h = 440 zł/slot.

Cennik premium + rabat dla całej ekipy dowodzi wysoką marżę na slocie — kluczowe jest utrzymanie obłożenia.

Założenia: slot 120' (90' gry + 30' resetu); 3 pokoje \times max 4 os.; cennik 150 zł/os. z rabatem -5%/kolejna os.; upsell 10% \times 55 zł; prowizje pośredników rezerwacji/płatności: 15% od biletów; wynagrodzenia: 4 osoby \times 2h \times 55 zł/h; koszty stałe operacyjne \sim 6 000 zł/mies.

Eventy / party mode: formuła do dopracowania — szacunkowo event \approx 1 800–2 200 zł brutto i zastępuje 2–3 sloty gry. Zakładamy do 2 eventów/mies. \Rightarrow +3 600–4 400 zł przychodu/kwartał poza bazowym modelem.

Struktura przychodu i kosztów na slot



Marża po kosztach zmiennych: \sim 642 zł (3 os./pokój) vs \sim 927 zł (4 os./pokój).



Projekcje finansowe — 12 miesięcy

Scenariusz docelowy zakłada wariant 4 os./pokój. W Q1 działamy tylko w weekendy (18 slotów/tydz.) z miesiącem otwarcia blisko pełnego obłożenia, w Q2 rozszerzamy kalendarz na cały tydzień (34 sloty/tydz.), a w Q3–Q4 stabilizujemy się na średnim obłożeniu 60%.

Założenia operacyjne

- **Q0:** inwestycja w budowę pokoi i scenografię: –250 000 zł.
- **Q1:** weekendy (Faza 1) — obłożenie 95% → 80% → 70% w kolejnych miesiącach.
- **Q2:** pełny tydzień (Faza 2) — obłożenie 95% → 80% → 70% po rozszerzeniu kalendarza.
- **Q3–Q4:** pełny tydzień przy średnim obłożeniu 60% i stałych kosztach operacyjnych 6 000 zł/mies.

Podsumowanie kwartalne

- **Q1:** ok. 158 900 zł marży po kosztach stałych (weekendowa faza otwarcia).
- **Q2:** ok. 316 200 zł marży po kosztach stałych — moment przełamania inwestycji.
- **Q3/Q4:** po ok. 227 500 zł na kwartał przy stabilizacji obłożenia.

Skumulowana gotówka po Q4 ≈ 680 000 zł.

Przepływy gotówki wg kwartałów



Przy takim scenariuszu CAPEX 250 tys. zł sptaca się w połowie Q2, a rok działania daje ~0,68 mln zł gotówki brutto.

Założenia: marża na slotcie 927 zł (4 os./pokój), 4,33 tyg. w miesiącu; koszty stałe operacyjne 6 000 zł/mies.; obłożenie w poszczególnych miesiącach: Q1 → 95/80/70%, Q2 → 95/80/70%, Q3/Q4 → 60% miesięcznie.



Strategia marketingowa — 3 fazy

Szybki start na zasięgach twórców i zasadzie niedostępności (pt-nd), następnie druga fala (seria z twórcami + otwarcie pon-czw), a po 6 mies. stabilizacja na ruchu organicznym z Lockme i rekomendacjach.

0–3 miesiące — „Zapłon”

Zasięgi twórców + soft-open tylko pt-nd.

DZIAŁANIA

- Teasery + dłuższy materiał na YouTube/Instagram.
- Lista oczekujących i przedsprzedaż terminów.
- Profil Lockme (PL/EN), szybkie odpowiedzi, zdjęcia bez spoilerów.
- Soft-open: pełny journey weekendowy, dopracowanie procedur.

KPI

- Obłożenie weekendów: 95–100% (tyg. 1–4); ≥ 85% (tyg. 5–12).
- Lockme: 200–300 opinii, średnia 9.5–9.8.
- Udział rezerwacji organicznych: 15–20%.

3–6 miesięcy — „Druga fala”

Seria twórców + otwarcie pon-czw.

DZIAŁANIA

- Seria z zaproszonymi twórcami (6–10 odcinków).
- Start eventów/„party mode”.
- Otwarcie pon-czw (4 sloty/dzień), test cen szczyt/off-peak.
- PR branżowy, współprace, koncierge hotelowy.

KPI

- +400–600 nowych opinii przy ≥ 9.5.
- Obłożenie: weekend 90%+, pon-czw 50–65%.
- Udział organika: ~30% do końca 6. mies.; eventy 10–15% przychodu.

6–12 miesięcy — „Skalowanie organiczne”

Lockme, rekomendacje, przegląd rentowności.

DZIAŁANIA

- SEO lokalne i długie ogony.
- Program poleceń + cykliczne mini-wydarzenia.
- Sprzedaż B2B (benefity, vouchery, eventy).
- Przegląd rentowności i strategii po 12 mies.

KPI

- Obłożenie: ~60–70%.
- Udział organika: 45–60% (cel: 50%).
- Utrzymanie 9.5–9.8 na Lockme.

Dwa kontrolowane „piki” popytu w pół roku — potem ruch organiczny i rekomendacje.



Harmonogram 180 dni

Jedna oś czasu, kilka ścieżek działań; kamienie milowe i cele na osi.

ŚCIEŻKI	T-30→T0	0-30 D	30-60 D	60-90 D	90-120 D	120-150 D	150-180 D
Twórcy (YT/IG)	Teasery (T-30→T0)	Premiera (T0) + krótkie formaty co tydzień (0-90 d)			Seria z gośćmi (90-180 d)		
Lockme & opinie	Listing (T-14→T0)	Zbieranie opinii (0-90 d)			Druga fala opinii (90-180 d)		
Kalendarz sprzedaży		Weekend-only (0-90 d)			+ pon-czw (90-150 d)		Test cen (120-180 d)
Eventy/party mode				Przygotowanie (60-90 d)	Wdrożenie i sprzedaż (90-180 d)		
PR/partnerstwa		Lokalne media (0-60 d)		Branżowe/cross-promo (60-180 d)			

Kamienie milowe

T0: soft-open (pt-nd).

T+30: 100+ opinii, średnia ≥ 9.5 .

T+90: start serii z twórcami; otwarcie pon-czw.

T+180: obłożenie > 60%, organik ~30%, gotowość do oceny skali.

Monitorowanie

Co tydzień sprawdzamy oceny Lockme, obłożenie i źródła ruchu; korekty trafiają do zespołu marketingu i operacji.

Priorytet: Lockme 9.5-9.8 i szybki przyrost opinii. Kanały: YouTube/Instagram, Lockme, Profil Google (bez Twitcha).

Priorytet: Lockme 9.5-9.8 i szybki przyrost opinii. Zasada niedostępności (0-3 mies.) buduje popyt i pozwala iterować jakość. Kanały: YouTube/Instagram, Lockme, Profil Google (bez Twitcha).

Plan prosty do kontroli: co tydzień patrzymy na oceny, obłożenie i źródła ruchu.



13 S13 • ZESPÓŁ

Zespół — kompetencje i role

Łączymy twórców z dużymi zasięgami, praktykę escape room „od kuchni” i dowożenie operacyjne/IT. Ten miks pozwala szybko wystartować i utrzymać wysoką jakość.

T OMEK „GIMPER”

Współtwórca · Kreacja zagadek & promocja

Setki escape roomów zaliczonych na świecie — świetnie czuje mechaniki i flow gry. Odpowiada za koncepcje zagadek, klimat scen i napędzanie promocji (YouTube/Instagram).



Ł UKASZ „MANDZIO”

Współtwórca · Kreacja gry & format z twórcami

Doświadczenie w tworzeniu gier i prowadzeniu formatów angażujących wielu twórców. Odpowiada kreatywnie za gameplay/role oraz współprodukcję serii w naszym lokalu.



M ARIUSZ

Project Lead & Operations · IT

Doświadczenie formalne i operacyjne w prowadzeniu firm; założyciel software house'u. Spina organizację i finanse, proces wytwarzania, systemy IT oraz egzekucję harmonogramu.



K AROLINA

Aktorka ER · Doradztwo operacyjne

Praktyka „od kuchni” w escape roomach: rekrutacja i szkolenia aktorów, procedury resetu i bezpieczeństwa, wsparcie jakości scen. Dobre kontakty wykonawcze.



Zasięgi + kreacja + operacje/IT + doświadczenie ER = szybki start i powtarzalna jakość.

Podsumowanie i następne kroki

Najważniejsze tezy

- Format premium: aktorzy, interakcje między drużynami i nieliniowa historia (3 pokoje × 4 osoby).
- Jakość: celujemy w oceny Lockme 9.5–9.8 jako stały benchmark doświadczenia.
- Operacja: slot 120' (90' gry + 30' resetu) i rytm weekendowy rozszerzany na dni powszednie.
- Popyt: start na zasięgach twórców (YT/IG), po 3–6 mies. druga fala (serie twórców), potem ruch organiczny.
- Finanse: sensowne unit economics już przy wariancie „weekend only”; skalowanie wraz z kalendarzem.
- Potrzeby: produkcja lokalu i pokoi, rekrutacja aktorów, dopięcie umowy lokalowej.

Checklist – kolejne działania

- Oględziny lokalu (instalacje, drogi ewakuacji, BHP, akustyka).
- Protokół zakresu prac (co po naszej stronie, co po stronie lokalu).
- Uzgodnienie modelu rozliczenia (patrz slajd ukryty).
- Harmonogram prac: T0 – wejście ekipy, 3–4 mies. produkcji, 1–2 mies. testów → soft-open.
- Start kampanii i listing Lockme (PL/EN) na T-14 od soft-open.



Ustalmy model współpracy i termin wejścia — resztę dowieziemy procesem.