



הכינו את המיקרופון:

מתחם קריוקי חדש נפתח בעיר

הגיע בעקבות בילוי בחדרי קריוקי ביפן והתפתחות של התרבות לעולם המערבי. רשתות גדולות כמו בלונדון וברחבי אירופה והיו קרש קפיצה לקראת הבאת המוצר לקהל הישראלי.

מישהו מכם נסע לחו"ל וראה איך עושים קריוקי במדינות אחרות?
 "אני חוויתי לראשונה את חווית הקריוקי כשגרתי ביפן במסגרת עבודה בעגלות. היפנים מרובעים בחיי היום ולכן ה'ברייחה' שלהם לעולם חדרי הקריוקי הסגור, בו הם יכולים להתחרפן ולבטא את עצמם מאד מקובל שם. זה היה מקסים ומיד חשבתי על מה שקורה בארץ. האולמות ההמוניים שהיו כאן בשנות ה-90, החוסר בפרטיות וכמה מטורף אם זה היה כאן. צריך להבין - ביפן הכל גדול וקטן באותה העת - הקומפלקסים ענקיים וכוללים עשרות חדרים והחדרים עצמם קטנטנים, בגודל של חדר אמבטיה. היפנים מגיעים בזוגות או שלשות ואין להם את ה"חברה" כמו שיש אצלנו. הם באים לחדרים, נועלים את עצמם ובמשך שעותיים משתגעים לגמרי עד שהם צרודים - באנגלית ובעיקר ביפנית, לעתים בשילוב משחקי ריקוד. הם מטורפים ואי אפשר שלא להתאהב בזה."

מהם השירים האהובים על הקהל הישראלי בקריוקי?
 "בדרך כלל מתחילים עם להיטים עכשוויים שמושמעים ברדיו, גם ישראלי וגם לועזי. לאחר שהאווירה מתחממת מוזיקה מזרחית מאוד חזקה, אנשים אוהבים לרקוד ולעשות שמח. הקהל הישראלי פחות מאופק. לקראת סוף 2015 יזמנו בשיתוף 'שרים קריוקי' ו'סאן פליי' את 10 השירים הכי מבוקשים בקריוקי. במוסיקה הישראלית השיר הכי מבוקש היה 'ליל של אבא' של מוקי ובלועזי הוביל Can't Feel My Face של The Weeknd."

העבודה שלך רצופה בחוויות. יש איזה ערב שזכור לך במיוחד?
 "ביום שישי האחרון באחד החדרים התקיימה חתונה בהפתעה. בעל השמחה הפתיע את בת זוגו בעשור האחרון וקיים חופה אלטרנטיבית בהפתעה. זה היה מאוד מרגש."

השעה 30, פתח תקוה

בראשית היו מועדוני קריוקי גדולים, בהם נדחסו יחד 300 איש ויותר, בוחרים איזה שיר הם רוצים, ועולים על במת המועדון לזייף מול מלא אנשים זרים שהם לא מכירים. ואז הטרנד דעך, מועדוני קריוקי רבים נסגרו ונעלמו, ונראה שהישראלים מיצו את הקטע ועברו למסיבות קריוקי פרטיות בבתי, מסיבות שנקראות גם "חפלות". ואז הגיע הקטע החדש היישר מיפן, מולדת הקריוקי: ה-K-BOX (קריוקי בוקס).

MEON THE MIC ("מיון דה מיק") היה המועדון הראשון להביא לארץ את הבשורה מיפן ולהציע חדרי קריוקי פרטיים לאירוח, מפגשים עסקיים ואירועים פרטיים. המתחם הראשון נפתח לפני כשנתיים ברחובות. אחריו נפתח מתחם ענק עם 10 חדרי קונספט בנמל תל אביב, ובחודש שעבר השיקו "מיון דה מייק" סניף נוסף בפתח תקוה. הסניף החדש, בהשקעה של 3.5 מיליון שקל, משתרע על 600 מ"ר וכולל שבעה חדרי קריוקי. כל חדר מותאם למספר מבטים שונה ומעוצב בקונספט אחר, לפי ערים בעולם: הונג קונג (16 איש), ברצלונה (20 איש), סנטורני (50 איש), טקסס (16 איש), קנקון (25 איש), לפלנד (35 איש), והחדר הגדול ביותר מוקדש לחבל טוסקנה שבאיטליה, המכיל עד 120 איש וכולל מרפסת גדולה ובר חיצוני המתאימים גם לאירועי יום ואירועים כשרים.

הרשת הוקמה על ידי ארבעה יזמים: עופר יענקוביץ שמשמש כמנכ"ל, סמנכ"ל השיווק אמיר עדן, סמנכ"ל הכספים ומנהל הקמת סניפים בשטח ארז רחמה, וסמנכ"ל פיתוח עסקי ואחראי על טכנולוגיות משה קוסטי. נפגשנו לשיחה צפופה עם עופר יענקוביץ.

בעבר מועדוני קריוקי היו מועדונים גדולים כשכולם יושבים יחד ושרים. מה גרם לכם להיות הראשונים לפתוח חדרי קריוקי פרטיים?
 "הקונספט החדש הגיע בעקבות זיהוי הצורך במקומות אינטימיים למבילים. בעבר היו יוצאים למועדוני קריוקי פתוחים וזיהינו שרב הקהל לא מתחבר לקונספט ומתבייש לשיר מול קהל זר. הרעיון