

The Maxx; functies en verdienmodellen van een Family Entertainment Centre

05-07-2018 02:24

Family Entertainment Centra (FEC) zijn in opkomst in Nederland en nog volop in ontwikkeling. The MAXX in Veenendaal heeft daarin een voorbeeldfunctie. Zij wonnen onlangs de prijs voor beste FEC van Nederland. Een belangrijke succesfactor bij een FEC is het bewaken van de juiste balans. Wat is de trekpleister; waar wordt rendement gemaakt; welke services zijn noodzakelijk en hoe plan je het personeel optimaal?

[caption id="attachment_55566" align="alignright" width="300"]



managementteam van FEC The Maxx in

Veenendaal[/caption] The MAXX in Veenendaal werd op 20 december 2016 geopend op een industrieterrein langs de snelweg A12 (Utrecht – Arnhem). De grotere trekpleisters zijn de(e-) kartbaan, het trampolinepark, de lasergame, de escape rooms en de Glowgolf. De initiatiefnemers zijn ervaren recreatie-ondernemers. Eric Achterberg is ook eigenaar van indoor speelcentrum De Schatkids (recent verkocht aan [Ballorig](#)) en Peter Sniijders heeft een outdoorbedrijf in Maurik. Zij bezochten diverse multi-entertainment bedrijven voordat zij hun eigen puzzel voor The Maxx in elkaar zetten. Een opvallende constatering van de eigenaren is dat The Maxx relatief seizoensongevoelig is. Op een zonnige dag is De Schatkids erg stil en op regendagen wordt er nauwelijks aan buitensport gedaan. Bij The Maxx is er bij elk weertype wel een redelijke basisbezetting. Tijdens een rondleiding delen Carla, Eric en Peter graag hun visie op de functies die in The Maxx aan elkaar gekoppeld zijn. [caption id="attachment_55633" align="alignright" width="300"]



De kok is een echte foodservice

specialist[/caption] **Horeca als servicemodel** Bij binnenkomst word je welkom geheten aan een grote balie, waar je eventueel ook nog activiteiten kunt reserveren als je dat nog niet online hebt gedaan. De eerste indruk wordt bepaald door een groot gezellig horecaplein. Hier kunnen mensen wat drinken en a la Kart eten (kunnen) bestellen. Het is ook mogelijk om te eten in de grill/buffetrestaurants die in afzonderlijke ruimtes zijn ondergebracht. Deze buffetten worden veel door groepen geboekt. De horeca wordt gezien als servicemodel: "Ons primaire businessmodel ligt in de attracties" Op food en beverage liggen de marges laag en heb je te maken met een relatief hoge personeelsinzet. Lekker eten en drinken is wel heel belangrijk voor het totaalconcept. Het personeel speelt een belangrijke rol in de gastvrije benadering. We bezuinigen niet op de kwaliteit van ingrediënten. Die komen voornamelijk bij locale producenten vandaan. Daar betaal je wellicht wat meer, maar je verrast wel je gasten met echt lekker eten. Het was van tevoren niet de bedoeling om een kok vast in dienst te nemen. Dat is uiteindelijk toch gebeurd. Hij is de specialist op het gebied van eten en drinken en krijgt binnen het concept ook grote vrijheid om invulling te geven aan het restaurant en het horecaplein. "

[caption id="attachment_55634" align="alignright" width="300"]



Het horecaplein is de grote centrale ruimte. Hier worden de gasten verwelkomd en kan men de pauzes aangenaam doorbrengen. Ook de 'op de bonnefooi' gasten voelen zich meteen welkom.[/caption] **Organisator ontzorgen** De eerste indruk word verder nog ondersteund door de opvang met een persoonlijke gastheer / gastvrouw voor groepen. Achterberg: "We willen dat de mensen die het uitje hebben georganiseerd ook kunnen meegenieten. Normaal zijn zij degenen die het tijdschema in de gaten houden. Die taak nemen we ze uit handen. We kunnen daardoor ook een beetje

bijsturen als er een activiteit uit de planning loopt. Onze mensen hebben immers een totaaloverzicht van alle activiteiten in het bedrijf.” **Onzichtbare sfeercomponenten** Er zijn ook minder zichtbare sfeercomponenten die de sfeer bepalen. Eén daarvan is de muziek. “Je kunt daarmee enorm goed de sfeer sturen. Wij kiezen er voor om rust te creëren op het centrale plein met onze muziekkeuze. In de trampolinehal mag de muziek juist weer opzweepend zijn.” Een andere belangrijke onzichtbare sfeerbepaler is de hygiëne. Daar worden geen concessies gedaan. Iedere dag komt een schoonmaakbedrijf schoonmaken en twee keer per jaar is het tijd voor ‘de grote schoonmaak’. Ook slecht mixende doelgroepen zijn een aandachtspunt. Om die reden worden arbeidsintensieve en drukke kinderfeestjes, die slecht mixen met de zakelijke groepen, aangeboden van zondag t/m woensdag. We lopen (letterlijk) samen met de ondernemers de verschillende activiteiten langs: [caption id="attachment_55635" align="alignright" width="300"]



Karten is de grote trekpleister voor groepsuitjes [caption] **E-karten** Deze activiteit neemt bij The Maxx de complete eerste etage in beslag; een oppervlakte van 3000 m². Een klein hoekje is afgescheiden voor de werkplaats, instructies en omkleedruimte (o.a. helm is verplicht). De kartbaan zorgt binnen het bedrijf voor de meeste omzet, maar de opbrengst per m² is relatief ongunstig. Bovendien zijn er altijd minstens drie man personeel nodig om de baan veilig te laten functioneren. De E-karts (geleverd door [Rimo Duitsland](#)) zijn voor het totaalconcept een must. Zij maken onderdeel uit van bijna elk pakket. Bijna 80% van de bezoekers maakt een combinatie van verschillende activiteiten bij een bezoek aan The Maxx. Een opvallende constatering is dat met name bedrijfsuitjes vaak de combinatie maken met de Escape Room. De intensieve kartsessie blijkt goed te matchen met de rustige activiteit van een escape room. Vooral het hogere segment kiest bijna altijd voor een kartsessie. **Escape Rooms** De Escape Rooms worden binnen dit concept ingebracht door Peter Sniijders en Eric Achterberg samen. Het blijkt een schot in de roos. Er zijn vier grote escape rooms (max 6 personen) van een uur; drie flashcape rooms van 15 minuten en een tweeling battle escape room van 25 minuten. [gallery columns="2" link="file" size="medium" ids="55636,55637"] De escape rooms zijn binnen het concept weer relatief gunstig in oppervlakte. Alle escape rooms samen nemen 400 m² in beslag. Sniijders: “Vergis je niet in de inzet van personeel. Vanuit de controlekamer moet je alle groepen in de gaten kunnen houden en volgen. Iedereen moet op z’n minst het gevoel hebben dat zij bijna ontsnapt waren. Dat kun je alleen goed sturen als de regie er boven op zit.” Voor de normale escape rooms ligt het ontsnappercentage op 40%. De keuze voor een veelheid (nu nog 4) aan escape rooms zorgt voor herhaalbezoek. Dat zijn niet altijd dezelfde groepen, maar vaak ook mensen die, na een leuke ervaring, nog eens terugkomen met een ander gezelschap. De flashcape rooms zijn een eigen vondst. De korte tijdsduur zorgt voor een nieuwe doelgroep. Bijvoorbeeld groepjes mensen die aan de bar zitten en er impulsief voor kiezen om een spel te spelen. De battle room is ook een groot succes. Doordat de kamers exacte kopieën van elkaar zijn, kun je er een (eerlijk) wedstijdelement aan toevoegen. Door middel van een systeem met lampjes kun je zien hoever het andere team is. [caption id="attachment_55638"]



align="alignright" width="200"]

Glowgolf - het spel wijst

zichzelf[/caption] **Glowgolf** Glowgolf (door [Art Attack Europe](#)) is binnen het totaalconcept de activiteit die relatief de minste personeelsinzet vraagt. Bij de receptie kunnen de golfsticks worden afgehaald en er is daarna geen begeleiding meer nodig. De glowgolf baan neemt 400m² ruimte in beslag en de deelnemers spelen gemiddeld 1 uur. Glowgolf is een franchise organisatie die ook voor een stukje marketing zorgt. The Maxx is ten opzicht van andere Glowgolf locaties wat minder afhankelijk van het Glowgolf label. De grootste meerwaarde zat op deze locatie in de ontzorging van de bouw en aanleg van de 18 holes. **Trampolinepark** In een bijhal is een middelgroot trampolinepark geplaatst ([Sidijk](#)) met een capaciteit van maximaal 70 personen. Deze attractie is vooral in trek bij een wat jonger publiek. Het gros is onder de 20 jaar. Personeelsfeesten boeken deze activiteit relatief weinig. Je gaat flink zweten van een jumpsessie en dat maakt het voor een deel van de doelgroep onaantrekkelijk. Er zijn op de locatie geen douches aanwezig. Wel een kleedruimte om even van kleding te wisselen. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="55639,55640"] Ook deze voorziening neemt een relatief groot oppervlakte in beslag. Er is gekozen voor een vrij standaard inrichting, met enkele algemene attracties zoals bijvoorbeeld baskets om te dunken. Daarmee blijven de investeringskosten beperkt en er wordt toch een mooie nieuwe beleving aan het totaalconcept toegevoegd. De deelnemers kunnen springen per tijdseenheid van één uur. Dat wordt in de gaten gehouden aan de hand van gekleurde polsbandjes. Elk half uur start een nieuwe sessie. Personeelsinzet is nodig voor toezicht op de veiligheid en het controleren van de wisselmomenten. [caption id="attachment_55641" align="alignright"



width="300"]

Lasergamen - beleving versterkt

door uitgekiende inrichting[/caption] **Lasergame.** Lasergamen is een strategiespel en de Zwitserse ontwerper heeft de arena zo ingericht dat niemand zich kan verstoppen en als sluipschutter kan fungeren. Met blacklight en handmatige beschildering is gezorgd voor een unieke sfeer. Voor de lasergame Arena is 400 m² vrijgemaakt. Er is voor het spel personeel nodig om de groep op weg te helpen. Een deel van de instructie is geautomatiseerd door instructies als filmpje aan te bieden. **Overige activiteiten** The Maxx biedt nog enkele kleinere activiteiten die makkelijk vanuit het centrale horecapplein kunnen worden bereikt. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="55642,55643"] De zes pooltafels worden per uur verhuurd. (€ 8,00) Deze trekken een eigen publiek, die vaak ook naar The Maxx komt voor een avondje uit. Datzelfde geldt voor de dartbanen. Er staan ook enkele munt-spelmachines. Hiervoor is een afspraak gemaakt met de leverancier van de machines. Voor de opbrengst is een winstdeling afgesproken. Achterberg: "Dit kan ik iedereen aanraden. Je kunt de automaten plaatsen op verloren plekjes en het brengt maandelijks, zonder al te veel omkijken, een leuk bedrag binnen." [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="55644,55645"] Het is mogelijk om in The Maxx ook alleen het restaurant te bezoeken. Dat is nog niet zo goed bekend, maar dat wordt aan gewerkt. Op het moment dat mensen op het centrale terras zitten, is de verleiding natuurlijk groot om ook een activiteit te ondernemen. Meer informatie: www.themaxx.nl

Redactie