



Profiel

NAAM	: Space Expo
ADRESGEGEVENS	: Keplerlaan 3 2201 AZ Noordwijk
WEBSITE	: www.space-expo.nl
DIRECTEUR	: Karin Husmann
JURIDISCHE VORM	: Stichting
GEOPEND SINDS	: 1990
MEDEWERKERS	: 15 fulltimers

Husmann en haar medewerkers slagen daar alweer een aantal jaren prima in. Space Expo kent verschillende inkomstenbronnen. Verreweg de belangrijkste bron van inkomsten wordt gevormd door de verkoop van entreebewijzen. Daarnaast draagt ESTEC bij voor het vervullen van de rol als officieel bezoekerscentrum. De overige inkomsten komen uit de verkoop van artikelen in de 'spaceshop', de horecaomzet van de coffeecorner en uit evenementen.

Schoolreisjes

De inkomsten uit entreebewijzen lopen prima. De bezoekersaantallen vertonen sinds de verbouwing een stijgende lijn en die lijkt zich voort te zetten. In 2006 werden 70 duizend bezoekers geregistreerd en het eerste kwartaal van 2007 gaf alweer een groei van 23 procent te zien. Space Expo spint garen bij slecht weer: het toerisme in Noordwijk aan Zee is volkomen op het strand georiënteerd, dus bij slecht weer bezoeken de toeristen graag een overdekte dagattractie. Buiten de vakantieperiodes vormen de schoolreisjes een belangrijke inkomstenbron. Wat dat betreft is Karin Husmann helemaal niet te spreken over het voornemen van minister van Cultuur Ronald Plasterk om alle musea gratis te maken voor kinderen tot 13 jaar. "Dat is echt oneigenlijke concurrentie. Tegen gratis musea – die uiteindelijk natuurlijk door de belastingbetaler worden betaald – kunnen wij natuurlijk niet concurreren." Aantrekkelijke arrangementen, zoals schoolreisjes in combinatie met de Linnaeushof of het Omniversum, komen daarmee onder druk te staan.

Lancering

De evenementen die bij Space Expo worden georganiseerd lopen zeer uiteen. ESTEC organiseert bij iedere lancering van een Europese raket of satelliet een bijeenkomst, waar

op genodigden en pers het evenement nauwgezet kunnen volgen. Een feestje ter ere van de lancering, noemt Husmann het. Dit jaar zijn er helaas geen lanceringen, vorig jaar waren er vijf. Daarnaast organiseren bedrijven en instellingen bijeenkomsten bij Space Expo. Dat loopt van kleine vergaderingen met lunch en bezoek aan de expositie tot volledige bedrijfsfeesten in de expositieruimte. Een aantal malen per jaar wordt het hele gebouw ingeruimd voor een feest tot 350 mensen, soms compleet met discjockey. De catering wordt extern verzorgd. Space Expo is ook in trek voor productpresentaties. Husmann: "Waar kun je nu beter je product lanceren dan bij ons? Dat idee slaat aan. Laatst was hier een feestje ter ere van een nieuwe stoel, die Spoetnik werd gedoopt. Vooral technische producten passen hier goed. We hebben echt een bijzondere ambiance te bieden en zijn daarom ook niet goedkoop. Dit is geen locatie voor bruiloftsfeesten."

Stormschade

Om Space Expo voor iedereen aantrekkelijk te houden wordt er af en toe wat vernieuwd in de expositie. Niet te veel natuurlijk, de grote verbouwing is nog maar twee jaar geleden. Husmann: "Op 18 januari hadden we forse stormschade. Een van de grote toegangsdeuren is naar binnen gewaaid en heeft een aantal tentoonstellingspanelen beschadigd. De satellieten die aan het plafond hangen zijn gelukkig onbeschadigd gebleven. De stormschade was een goe- →



Maarten Bokslag

Space Expo is zo'n 15 jaar geleden opgezet als bezoekerscentrum van ESTEC, de grootste technische vestiging van de Europese Ruimtevaart Organisatie ESA. De collectie geeft een beeld van de ontwikkeling van de ruimtevaart en de verkenning van het heelal. Dat gebeurt aan de hand van foto's, maar vooral ook veel rekwisieten, zoals echte satellieten, een maanlander en vier brullende en rokende straalmotoren van een Ariane-raket. Het doel van de expositie is om een zo breed mogelijk publiek met het wetenschappelijk onderzoek van de ruimte en de ontwikkeling van de ruimtevaarttechnologie kennis te laten maken. Space Expo toont de collectie daarom op een interactieve manier, die jong en oud aanspreekt. In organisatorisch opzicht is

Space Expo een stichting, in het bestuur zeten mensen als ruimtevaarder André Kuipers en de CEO van Martinair, Arie Verberk. Karin Husmann heeft als directeur de dagelijkse leiding. Space Expo wordt door haar gerund als een bedrijf. "We krijgen geen cent subsidie van de overheid. We moeten dus wél gewoon het hoofd boven water kunnen houden."

"Gratis musea? Dat is valse concurrentie."

Space Expo in Noordwijk aan Zee

Space Expo in Noordwijk aan Zee werd ruim twee jaar geleden ingrijpend verbouwd: een gebeurtenis waar Recreatie destijds uitgebreid aandacht aan heeft besteed. Maar hoe hangt de vlag er nu bij? En hoe kan de winstgevendheid van de winkel en de horeca wat worden opgekrikt? Een goed moment voor een bedrijfsanalyse door Recreatie en HTC Horeca en Catering Adviescentrum.

"Wij hebben niks tegen regen"



Karin Husmann

STERKE PUNTEN

- Voldoende gratis parkeerplaatsen.
- Unieke faciliteiten, speciaal voor grote groepen en zakelijke gasten.
- Duidelijke en goed navigeerbare website.
- Brede doelgroep. Space Expo speelt goed in op de verwachtingen van kinderen en volwassenen.
- Uitbreidingsmogelijkheden van de expositieruimte.
- De horeca van de coffeeshop is in eigen beheer, waardoor deze zeer goed te beheersen is. De catering bij evenementen wordt aan diverse partijen uitbesteed, waarmee men kan inspelen op wisselende drukte.

ZWAKKE PUNTEN

- Arrangementen worden niet op de website vermeld.
- Er wordt weinig aan promotie en publiciteit gedaan.
- Publieke horecavoorziening versterkt de museale functie niet.
- Lage horecabesteding bezoekers.
- Onvoldoende continuïteit omzet evenementen en veel fluctuaties bezoekersaantallen.
- Professionaliteit horeca voor verbetering vatbaar.

KANSEN

- Aanpassing aanbod horeca op de vraag van de gast kan een omzetverhoging met zich meebrengen.
- Toenemend aantal ouderen met vrije tijd.

BEDREIGINGEN

- Gratis musea voor kinderen.
- Concurrentie van musea in de nabije omgeving, zoals Naturalis, Madurodam en Planetarium.
- Museumbezoek zal in de toekomst dalen.
- Bezoekersaantallen zijn mede afhankelijk van gebeurtenissen in de ruimtevaart.



Conclusie

Space Expo bestaat sinds 1990 en is het officiële bezoekerscentrum van ESA (European Space Agency) ESTEC. Space Expo is niet alleen een bezoekerscentrum, het is ook een ruimtevaart 'museum' met als doel de bezoekers te informeren over de ruimtevaart.

Space Expo richt zich met name op kinderen en de zakelijke markt. De stichting is met de steun van ESA/ESTEC geheel selfsupporting. Uit de financiële gegevens blijkt dat Space Expo jaarlijks substantiële verschillen in de opbrengsten laat zien. Voor een deel heeft dit te maken met externe factoren, zoals het feit of er dat jaar veel of weinig lanceringen plaatsvinden. Door gericht promotiebeleid, met name met betrekking tot de exposities en de evenementen voor de zakelijke doelgroep, kunnen de ergste fluctuaties worden vermindert. Ook de kosten kennen nog sterke fluctuaties. Door betere Management Informatie kan een gerichtere sturing plaatsvinden, met name waar het gaat om de personeelskosten en de inkoop.

De bestedingen horeca en shop zijn relatief laag te noemen, in vergelijking met andere vergelijkbare exploitaties. De horeca versterkt de aantrekkelijke expositie in onvoldoende mate en verdient professionele aandacht.

de aanleiding om een deel van de expositie aan te passen en meer interactief te maken. Want bij alles wat we doen en opstellen, stellen we de eis dat mensen het niet thuis kunnen doen. Nu gaan we bijvoorbeeld een nieuwe film maken, en dat moet dan ook weer echt anders worden dan wanneer je thuis naar je tv kijkt. Een scherm van 13 meter breed met drie parallelle presentaties, zo iets."

Extra ruimte

Wensen zijn er nog genoeg, zoals een extra ruimte om wisselende tentoonstellingen te organiseren. Husmann: "Dat is heel goed voor de publiciteit. Met pasen hadden we een grote tentoonstelling omtrent Carlo Rambaldi, de geestelijk vader van E.T. We hadden hier onder meer drie originele Oscars staan. Dat leverde ons een groot item op RTL Boulevard op. Zoveel publiciteit zien we direct terug in de bezoekersaantallen."

Een extra ruimte – of die nou tot stand komt door een tussenvloer aan te leggen of door het gebouw uit te breiden – zou bovendien meer ruimte scheppen voor gelijktijdige activiteiten. De verschillende functies die Space Expo vervult blijken niet

altijd even goed samen te gaan. Wanneer de tentoonstellingsruimte vol zit met ouders en kinderen, is dat niet de juiste ambiance om een nieuw product te presenteren. Met een extra ruimte kunnen zulke activiteiten wel gelijktijdig plaatsvinden. ■

Deze bedrijfsanalyse werd uitgevoerd door Hayk Simons en Marieke van Greeven van HTC Horeca & Catering Adviescentrum.

Postbus 92
1620 AB Hoorn
T: (0229) 24 50 85
I: www.htcadvies.nl

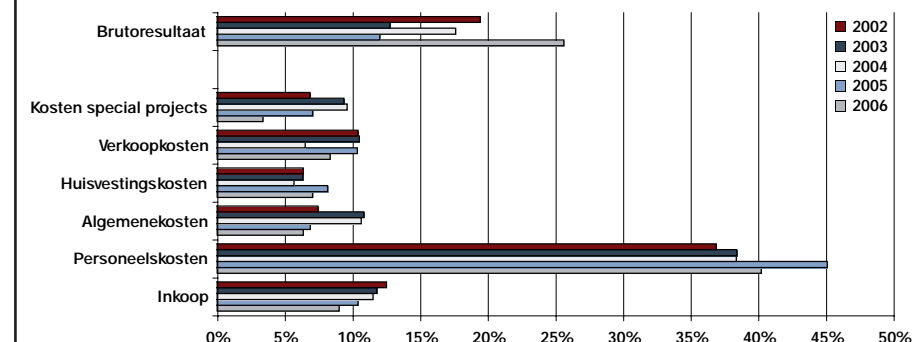


Sinds 1978 onderscheidt HTC Horeca & Catering Adviescentrum zich door middel van professionele, objectieve en praktijkgerichte advisering op het gebied van recreatie, horeca & catering. Al meer dan 3500 organisaties profiteerden van de adviezen en implementatie daarvan. Leden van RECRON krijgen een korting van 10% op de werkzaamheden van HTC.

BEDRIJFSANALYSE

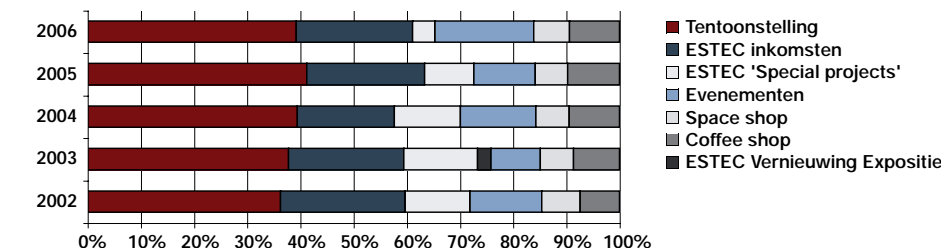
Baten en lasten

In onderstaande grafiek zijn de opbrengsten en kosten van Space Expo te zien. Er is sprake van sterke fluctuaties, in zowel de totale opbrengsten als de kosten. De personeelskosten laten een stijgende trend zien. Ongeveer de helft van het aantal FTE bestaat uit oproepkrachten die alleen worden ingezet bij drukte. De huisvestingskosten en verkoopkosten zijn redelijk stabiel. De afschrijvingen en rente zijn buiten beschouwing gelaten. De afschrijvingen zijn de afgelopen jaren sterk toegenomen door een sterke vernieuwing van de expositie.



Opbrengsten

In onderstaande grafiek is de verdeling van de opbrengsten van Space Expo weer gegeven. De grootste opbrengst wordt gehaald uit de tentoonstelling, dat is het entreegeld. Daarnaast krijgt Space Expo inkomsten van ESTEC, jaarlijks ongeveer 20 procent van de totale opbrengst.



Bezoekersaantallen

Uit de grafiek blijkt een sterke daling van de bezoekersaantallen in 2005. Dit heeft te maken met een sluiting van Space Expo gedurende zeven weken, voor de verbouwing. Door veel promotie en genoemde vernieuwing van de expositie is het aantal bezoekers sindsdien weer gestegen. De bezoekers van Space Expo bestaan voor ongeveer 45 procent uit kinderen.

