



Eindrapport haalbaarheid BRAK! IJmuiden

In opdracht van Gemeente Velsen

Amsterdam, mei 2017

VAN DOOREN ADVIES

Allround Fundraising

Luchtvaarstraat 1a, 1059 CA Amsterdam

020 530 4030

06 13 96 91 48



Rachelle Bottenbley

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING	3
2. PROCES/ UITGANGSPUNTEN	4
2.1 Projecthistorie	4
2.2 Uitgewerkt concept BRAK! IJmuiden	4
2.3 Overige activiteiten in Velsen	5
3. WERVING STRATEGISCHE PARTNERS	6
3.1 Proces	6
3.2 Case for support	6
3.3 Organisatie	6
3.4 Partnership mogelijkheden	7
4. WERVING FONDSSEN EN STICHTINGEN	8
4.1 Proces	8
4.2 Aanvliegroute fondsen	8
4.3 Case for support	8
4.4 Organisatie en planning	9
4.5 Aan te vragen fondsen	10
4.6 Wervingskansen bij fondsen	11
5. WERVING SUBSIDIES	12
5.1 Proces	12
5.2 Case for support	12
5.3 Organisatie	12
5.4 Wervingskansen bij overheden	12
6. WERVING PARTICULIERE DONATIES	13
6.1 Mogelijkheden binnen particuliere fondsenwerving	13
6.2 Crowdfunding voor BRAK! IJmuiden	13
6.3 Organisatie en planning	14
6.4 Wervingskansen onder particulieren	14
7. OVERIGE SAMENWERKINGEN EN PARTNERS	15
7.1 Samenwerkingen met het MKB	15
7.2 Invloed regionale en landelijke netwerken	15
8. CONCLUSIE EN ADVIES OP BASIS VAN DE BUSINESSCASE	16
8.1 Businesscase	16
8.2 Wervingskansen met betrekking tot de businesscase	16
8.3 Slotconclusie	18

1. INLEIDING

In 2015 is Van Dooren Advies door gemeente Velsen benaderd om ondersteuning te bieden bij het werven van externe gelden voor een grotendeels door gemeente Velsen te ontwikkelen Kust Innovatie en Informatie Centrum. Op basis van toen reeds ontwikkelde concepten voor het centrum 'Helden van de Zee' en 'BRAK!, de Rauwe Werkelijkheid', heeft Van Dooren Advies in 2015 een strategisch plan van aanpak opgesteld waar een marsroute stond uitgewerkt voor een succesvolle wervingsroute richting bedrijvenpartners, fondsen en particulieren en de daarbij horende kansen.

Volgend op het plan van aanpak heeft Van Dooren Advies in samenwerking met gemeente Velsen gesprekken gevoerd met mogelijke partners om de ideeën uit het plan van aanpak te toetsen. Naast gesprekken met onder andere de Nederlandse Vissersbond en Tata Steel werden ook enkele gesprekken gevoerd met fondsen en invloedrijke personen uit de IJmond.

In dit eindrapport worden de bevindingen en conclusies naar aanleiding van de gesprekken uiteengezet en wordt een inschatting gemaakt van de inkomsten die te verwachten zijn van partners, fondsen, subsidies en particulieren. Deze verwachte inkomsten zijn gebaseerd op het huidige concept van BRAK! en ervan uitgaande dat de adviezen die in het rapport worden benoemd in de werving worden meegenomen.

2. PROCES/ UITGANGSPUNTEN

Om de totstandkoming van dit rapport te begrijpen is het van belang om een overzicht te hebben van de context waarin het rapport tot stand is gekomen. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste kenmerken uiteengezet op basis van documenten van gemeente Velsen, het Sluis en Haven Informatie Punt (SHIP), het Pieter Vermeulen Museum en Identity Matching Company (IMA).

2.1 Projecthistorie

- In 2014 heeft in opdracht van gemeente Velsen een verkenning plaatsgevonden of het haalbaar is om in de toekomst een Kust- Innovatie en Informatie Centrum te bouwen in de buurt van de Kennemerboulevard.
- Lysias heeft namens gemeente Velsen onderzocht wat de kansen en mogelijkheden zijn betreffende bezoekersaantallen en het werven van inkomsten onder bedrijven en fondsen.
- In maart 2015 is in de gemeenteraad besloten dat voor de bouw van het centrum €2,9 miljoen wordt gereserveerd op voorwaarde dat de overige kosten (inrichting, exploitatie) gedekt worden door partners en fondsen.
- De gemeente streeft ernaar om €1.300.000 uit partnersponsoring, fondsen en stichtingen te halen ten behoeve van het centrum.
- Aan IMA is in 2015 gevraagd om het concept voor het centrum uit te werken en verder te concretiseren.
- Aan Van Dooren Advies is gevraagd om de wervingskansen onder fondsen, stichtingen, overheden en het bedrijfsleven verder te onderzoeken en de werving uit te voeren.
- De ontwikkelde plannen van Leisure Result en Lysias zijn hierin meegenomen.
- In de loop van 2017 wordt door de gemeenteraad een 'go' of 'no go' gegeven voor de uitvoer van de plannen.

2.2 Uitgewerkt concept BRAK! IJmuiden

IMA heeft vanuit een eerder uitgewerkte claim voor de stad IJmuiden ('IJmuiden, Rauw aan Zee') een concept ontwikkeld voor het centrum. Onder de naam 'BRAK! IJmuiden', is een richting gekozen voor het centrum. Deze richting is in de loop van 2017 verder aangescherpt, onder andere door de input van een aantal experts uit de museale wereld en naar aanleiding van een toetsing van het concept onder potentiële partners. Hieronder wordt een korte samenvatting gegeven van het concept op basis waarvan dit rapport is opgesteld.

- IJmuiden is een unieke plek waar visserij, industrie, sluis- en havenactiviteiten, toerisme en recreatie én natuur samenkomen. Juist in dit gebied, langs de kust merk je de invloed van de de klimaatveranderingen. Immers, nergens heeft het klimaat zoveel invloed als langs de kust.
- Met contrasten die in de omgeving zo tastbaar zijn vormt BRAK! IJmuiden de plek voor een uniek, laagdrempelig klimaatcentrum dat bezoekers raakt, informeert en activeert om zelf een positieve bijdrage te leveren aan de veranderende wereld. In het centrum kunnen bezoekers zich verdiepen in klimaatgeoriënteerde onderwerpen. Zonder moralistisch te zijn, en rekening houdend met

uiteenlopende invalshoeken, worden in BRAK! inspirerende verhalen gepresenteerd over het leven met een veranderend klimaat en onze relatie met water. Wie BRAK! heeft bezocht is zich bewust van hoe water en klimaat onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden, en voelt zich hierbij betrokken.

- Naast wisselende tentoonstellingen is in BRAK! ruimte voor evenementen, horeca en randprogrammering. Voor scholieren en andere belangstellenden is een uitgebreid Natuur-en Milieueducatieprogramma dat zich zowel binnen als buiten het centrum afspeelt.
- BRAK! vormt tevens een toegangspoort voor het gebied IJmuiden aan Zee, is het startpunt voor het ontdekken van het Natura2000 gebied, het strand, de jachthaven, het bedrijvengebied en alles wat daar te doen is.
- De werknaam van het nieuwe centrum is 'BRAK! IJmuiden'. De naam verwijst naar het brakke water dat in omgeving IJmuiden ontstaat omdat zout en zoet water met elkaar in contact komen. In het nieuwe centrum worden, net als bij zout en zoet water, uiteenlopende werelden bij elkaar gebracht.
- BRAK wordt gehuisvest in een nieuw te bouwen pand. Dit gebouw dient een eye-catcher te worden; een gebouw dat met haar verschijningsvorm haar functie benadrukt.
- Op basis van het concept van IMA is door Van Dooren Advies een samenvatting geschreven voor fondsen en een pitchdocument ontwikkeld voor bedrijven.

2.3 Overige activiteiten in Velsen

- BRAK! IJmuiden is onderdeel van een bredere gebiedsontwikkeling in IJmuiden aan Zee. Het doel van gemeente Velsen is om stapsgewijs toe te werken naar een bijzonder, duurzaam en gewilde kustplaats met gevarieerde woningen, aantrekkelijke horeca en recreatieve voorzieningen. KondorWesselsVastgoed (KWV) heeft in 2015-2016 een ambitiesdocument opgesteld waarin de ontwikkelingsstrategie staat uitgewerkt. BRAK! IJmuiden maakt onderdeel uit van deze grote kustvisie en wordt, indien het project wordt goedgekeurd door de gemeente, ontwikkeld in de eerste fase van de bouw.
- Het ambitiesdocument wordt in mei 2017 ingebracht in de gemeenteraad.
- In 2016 is in IJmuiden de bouw gestart van de nieuwe grote zeesluis. Rondom de bouw wordt tijdelijk een Sluis en Haven Informatie Punt (SHIP) geopend waar bezoekers meer informatie kunnen vinden over de bouw van de sluis en worden meegenomen in het verhaal van de havens en de carrièremogelijkheden in het gebied.
- SHIP is een initiatief van Havenbedrijf Amsterdam, Projectbureau Noordzeekanaalgebied, Rijkswaterstaat, Provincie Noord-Holland en participerende gemeenten en heeft verschillende sponsors aan zich verbonden.

3. WERVING STRATEGISCHE PARTNERS

3.1 Proces

- In het strategisch plan dat Van Dooren Advies in 2015 ten behoeve BRAK! (toen nog gepresenteerd onder de werktitel Kust Innovatie en Informatie Centrum) heeft opgesteld is aangeraden om al in een vroeg stadium samenwerkingspartners bij het centrum te betrekken. Idealiter ontstaat een coalitie van een aantal partijen die de visie van BRAK! omarmen, zich sterk betrokken voelen bij de thematiek van het centrum en bijdragen aan de totstandkoming van het centrum.
- Op basis van deze visie is in 2016 gewerkt aan het opbouwen van een coalitie rondom BRAK!.
- Tijdens een aantal inspirerende bijeenkomsten met meerdere partijen is het BRAK! concept gepresenteerd en is er ruimte geboden om samen meer invulling te geven aan het concept.
- In individuele gesprekken met zowel landelijke als regionale organisaties zijn de samenwerkingsmogelijkheden en succesfactoren verder onderzocht.
- In de gesprekken met bedrijven en inhoudelijke partners is veel input gekomen op de plannen van BRAK!. In dit hoofdstuk wordt de input van bedrijven uitgewerkt en wordt de kans op medewerking vanuit het bedrijfsleven geformuleerd.

3.2 Case for support

- Regionale partijen zijn enthousiast over de plannen om het gebied aan de kust te ontwikkelen en recreatie te stimuleren.
- In het concept willen partijen de trots van de regio zien terugkomen. IJmuiden heeft een aantal sterke sectoren zoals de visserij, hightech, de offshore en een indrukwekkend natuurgebied. Het concept moet genoeg in zich hebben om als uithangbord van IJmuiden te functioneren.
- De focus van het concept dient om deze reden te liggen op de innovatieve, duurzame projecten en werkwijzen die in het gebied plaatsvinden.
- De regionale partijen zien debatten als een mogelijke programmering in het centrum, maar alleen als deze goed wordt onderbouwd door een curator of wetenschappelijk instituut.

3.3 Organisatie

- Instellingen missen in het huidige concept een samenwerking met SHIP. Momenteel wordt een deel van de regionale bedrijven ook voor een samenwerking gevraagd bij SHIP. Bedrijven zien kansen om de krachten te bundelen.
- Landelijke instellingen vinden het concept interessant omdat het aansluit bij een aantal onderwerpen die actueel zijn zoals duurzaamheid. Deze instellingen zien echter vooral een samenwerking op programmaniveau omdat de meerwaarde om betrokken te zijn als coalitiepartner of langdurig partner ontbreekt.
- Partijen begrijpen dat er een stichting rondom BRAK! moet ontstaan waar naast gemeente Velsen ook lokale partijen in vertegenwoordigd zijn.

- Regionale partijen hebben welwillendheid uitgesproken om bestuursleden te leveren ten behoeve van de stichting BRAK!.
- Regionale partijen zien graag een denktank ontstaan die intensief betrokken wordt bij de totstandkoming van de thema's die in BRAK! worden behandeld.
- Om de regionale inbedding van het centrum te bewaken geven de partijen een voorkeur aan een curator en/of directeur uit de regio. Een persoon die het bedrijfsleven kent en visie heeft om IJmuiden in de etalage te plaatsen.

3.4 Partnership mogelijkheden

- Onder voorbehoud van bovenstaande voorwaarden staat het regionale bedrijfsleven positief tegenover de ontwikkeling van een centrum waardoor het vestigingsklimaat in IJmuiden en de recreatiemogelijkheden in het kustgebied worden versterkt.
- Voordat de regionale partijen zich definitief committeren als partner vragen ze meer duidelijkheid over de inkleding van het concept, de organisatie, de exploitatie en de samenwerkingsverbanden met andere initiatieven uit de regio.
- In de gesprekken is zowel gesproken over een bijdrage in de investering, als in de exploitatie van BRAK!. Op dit moment hebben de regionale partijen nog geen voorkeur uitgesproken over de vorm van de bijdrage.
- Om de samenwerkingsbanden te onderhouden is gesproken over verschillende tegenprestaties zoals het vergeven van vrijkaartjes voor tentoonstellingen, het huren van ruimte, het organiseren van evenementen in het centrum en het organiseren van een 'founder diner' en borrels.
- Landelijke partijen zijn geïnteresseerd om op projectbasis betrokken te raken bij BRAK! In de samenwerking gaat de voorkeur uit naar een bijdrage in natura (denk hierbij aan het uitwisselen van kennis, het uitlenen van materialen of het beschikbaar stellen van personeel)

4. WERVING FONDSSEN EN STICHTINGEN

4.1 Proces

- In het strategisch plan dat Van Dooren Advies in 2015 heeft opgesteld, is een fondscan opgenomen waar de meest kansrijke fondsen voor de bouw en inrichting van BRAK! staan weergegeven.
- In 2016 is meer onderzoek gedaan naar de ontvankelijkheid van de fondsen op bepaalde thema's en zijn (telefonische) gesprekken gevoerd met een aantal fondsen.
- In dit hoofdstuk wordt uitgelegd onder welke voorwaarden en ten behoeve van welke onderwerpen fondsen bereid zijn om een aanvraag in behandeling te nemen ten behoeve van de bouw en inrichting van BRAK! IJmuiden.

4.2 Aanvliegroute fondsen

- Nederland kent veel fondsen die allemaal eigen beleid hebben opgesteld waarop fondsaanvragen getoetst worden. Op deze manier heeft elk fonds een eigen focus of een aantal thema's waar ze aan willen bijdragen.
- Fondsen ontvangen veel aanvragen, waardoor beslissers kritisch zijn en veel gedetailleerde informatie vragen om de 'matching' te beoordelen. De slagingskans van een aanvraag wordt vele malen groter naarmate de aanvraag specifiek is. Informatie die minimaal gevraagd wordt:
 - Definitief concept
 - Doelstelling, doelgroep, programma, bezoekersaantallen, verwachte exploitatie- en investeringsbegroting, educatieve visie
 - Samenvatting van de te realiseren onderdelen in het centrum die bijdragen aan de educatie en recreatieve beleving (Voorbeelden: interactief scherm, film, informatiepanelen, natuurspeeltuin, schuifwanden)
 - Artist impressions van het gebouw en de architect waarmee gewerkt worden
 - Kosten van alle te realiseren onderdelen in het centrum
 - Indien aanwezig: offertes
- Aan een fonds wordt meestal een bijdrage gevraagd voor een specifiek onderdeel binnen de bouw, inrichting en/of programmering van een centrum.

4.3 Case for support

- Fondsen begrijpen de ambitie van gemeente Velsen om het kustgebied te ontwikkelen
- De kansen bij fondsen nemen toe als in de aanvraag duidelijk wordt wat de relevantie van BRAK! is voor het grote publiek. In de aanvraag zal een didactische visie moeten worden toegelicht waaruit blijkt wat bezoekers leren/ervaren en of beleven als ze het centrum bezoeken.
- Omdat BRAK! op een locatie komt waar de komende jaren een grotere gebiedsontwikkeling plaatsvindt, is het verstandig om in de aanvraag goed te onderbouwen hoe je een groot en divers

publiek gaat trekken op deze locatie in ontwikkeling. Een sterk marketingplan en een samenwerking met (media)partners kan hierbij helpen.

- Het concept van BRAK! is onder te verdelen in een aantal thema's. De meeste fondsen sluiten een bedrag aan 'de stenen' uit. Daarentegen staan ze wel open voor bijdrage ten behoeve van:
 - Natuurlijk en cultureel erfgoed en de geschiedenis van het Nederlandse landschap
 - Educatie over cultureel erfgoed
 - Educatie over natuur-en milieueducatie
 - Projectbijdragen aan specifieke tentoonstellingen en/of randprogrammering
- De case for support wordt sterker wanneer het centrum samenwerkt met een aantal betrouwbare partners die reeds een trackrecord hebben en goed bekend staan bij fondsen. Denk hierbij aan partijen zoals Natuurmonumenten, Hoogheemraadschap Rijnland en de Nederlandse Vissersbond.
- Om vertrouwen bij fondsen te winnen, is het verstandig om in de periode voorafgaand aan de bouw en opening van BRAK! IJmuiden een pilot te draaien. Tijdens deze pilot kan een positief trackrecord worden opgebouwd waaruit blijkt dat BRAK! in staat is om een publiek naar IJmuiden aan Zee te trekken en kennis en knowhow bezit om informatieve tentoonstellingen en programma's te ontwikkelen over actuele thema's die spelen aan de kust.
- Indien het BRAK! concept verder wordt uitgewerkt met meer focus op specifieke doelgroepen, een bepaald thema of sociaal ondernemerschap, kunnen ook weer nieuwe fondsen worden benaderd. Het is dus goed om, als het definitieve concept bekend is, nogmaals een scan te doen.

4.4 Organisatie en planning

- Fondsaanvragen dienen altijd vanuit een onafhankelijke stichting te worden ingediend. De stichting heeft een inschrijving bij de KvK, beschikt over statuten en kent minimaal drie bestuursleden. Tevens dient de stichting over een eigen rekening te beschikken.
- Als er fondsen moeten worden aangeschreven voor de pilot is het verstandig om op korte termijn een stichting op te richten. Tussen het aanvraagproces en de daadwerkelijke start van een project dient minimaal vier maanden te zitten, omdat fondsen vaak maar een aantal keren per jaar vergaderen.
- Wanneer een stichting is opgericht kan een ANBI status worden aangevraagd, wat een belastingvoordeel oplevert voor van bedrijven en particulieren die een bijdrage aan BRAK! schenken.
- Wat betreft het profiel van bestuursleden raden we aan om in de beginperiode ook bestuursleden te kiezen die qua profiel aansluiten bij de thematiek die BRAK! kenmerkt.
- Indien fondsen toekennen blijft het bedrag meestal maar een jaar gereserveerd. Het is daarom van belang om niet te vroeg de aanvragen bij fondsen in te dienen.

4.5 Aan te vragen fondsen

- Wegens de specifieke informatie die fondsen bij een aanvraag verlangen is het op dit moment nog niet mogelijk om fondsaanvragen in te dienen bij fondsen. Wij adviseren om dit te doen als de didactische lijn en de invulling van BRAK! IJmuiden gedetailleerder is uitgewerkt.
- Hieronder is een lijstje weergegeven met de fondsen en de projecten binnen BRAK! die eventueel aangevraagd kunnen worden (indien verder uitgewerkt) ten behoeve van de bouw en inrichting.

Fonds	Thema	Deelproject	Bandbreedte bedrag in €
Bouwfonds Cultuurfonds	Inrichting	Vitrines, lampen, trappen, kunst	30.000- 60.000
VSB Fonds	Cultureel historische erfgoed	Infopunt water (historie gebied), tours door het gebied	40.000- 120.000
Prins Bernhard Cultuurfonds	Cultuureducatie	Educatiematerialen (ipads, podcasts, film),	40.000- 60.000
Stichting Zabawas	Inrichting en educatie	Tentoonstellingsruimte, educatiematerialen, inrichting educatieruimten	10.000- 50.000
Schipholfonds	Sport & spel	Buitenruimte, speeltuin	10.000- 40.000
Rabobank Investeringsfonds	Divers		10.000- 50.000
Stichting DOEN	Duurzaamheid	Zonnepanelen, broedplaats start ups	10.000- 60.000
Stimuleringsfonds Creatieve Industrie	Architectuur	Keuzeprocess architect	10.000- 40.000

- Naast het aanvragen van fondsen voor de inrichting en bouw van het centrum, is het gebruikelijk om ook fondsen aan te schrijven voor de programmering die plaatsvindt in een gebouw, als deze een maatschappelijke functie dient. Denk hierbij aan fondsen voor het vormgeven van een tentoonstelling, een educatieprogramma, festival, lezing of extra project. Deze fondsen worden op projectbasis toegekend en dekken een specifiek programmaonderdeel.

- Hieronder wordt een overzicht gegeven van een aantal fondsen die afhankelijk van de inhoud van het project aangevraagd kunnen worden voor een projectbijdrage.

Fonds	Thema	Bandbreedte bedrag in €
Fonds21	Educatie	Niet bekend
Stichting Doen	Duurzaamheid	500- 200.000
Corendon Foundation	Groen/ Natuur	500- 25.000
Hendrik Muller Fonds	Cultuur	Niet bekend
Gieskes Strijbisfonds	Verbetering van milieu en natuurbehoud	25.000- 200.000
J.C. Ruigrok Stichting	Algemeen Gebied Kennemerland	1.000- 15.000
Janivo Stichting	Kinderen tot 30 jaar Kunst, maatschappij, educatie	1.000- 50.000
M.A.O.C Gravin van Bylandt Stichting	Dieren, Natuur, Milieu	Niet bekend
Prins Bernhard Cultuurfonds	Cultuur, natuur, wetenschap	1.000- 500.000
Democratie & Media	Kritische onafhankelijke mediauitingen	Gemiddeld 10.000
VSB Fonds	Kunst & Cultuur, Mens & Maatschappij	100- 500.000
Ars Donandi	Geen musea, verder zeer divers	1.000 - 7.000
Fonds NME	Natuur- en Milieueducatie	Jaarlijks 100.000 te besteden
Triodos Foundation	Duurzame energie Kunst & Cultuur	Gemiddeld 130.000
Mondriaanfonds	Cultureel erfgoed	100- 500.000
ANWB Foundation	Veiligheid, Recreatie	Maximaal 15.000
Charity Stichting Rob Beers	Natuur	Jaarlijks 150.000 te besteden

4.6 Wervingskansen bij fondsen

- Op basis van bovenstaande analyse is het mogelijk om fondsen aan te schrijven voor het project BRAK!.
- Het succes bij fondsen hangt grotendeels af van de maatschappelijke relevantie van BRAK! IJmuiden. Indien deze goed geformuleerd en concreet uitgewerkt is in deelprogramma's, neemt de kans bij fondsen toe.
- Daarnaast hangt de hoogte van de bijdragen van fondsen ook af van de omvang van het publiek dat in aanraking wordt gebracht met de thema's binnen BRAK! IJmuiden. Hoe meer bezoekers in aanraking komen met de maatschappelijke thematiek, hoe interessanter het project wordt voor fondsen.
- Tot slot raden wij aan dat de fondsen aangevraagd worden vanuit een stichting met een positief trackrecord en dat er samengewerkt wordt met betrouwbare, ervaren partners.

5. WERVING SUBSIDIES

5.1 Proces

- In het begin van 2016 heeft Van Dooren Advies een subsidiescan uitgevoerd waarin de meest kansrijke subsidies op provinciaal, rijks en Europees niveau zijn gescand.
- Naar aanleiding van de uitkomsten is in overleg met gemeente Velsen besloten dat Van Dooren Advies geen verdere stappen onderneemt richting het opstellen van een subsidieaanvraag. Gemeente Velsen heeft intern al de nodige kennis en knowhow op het gebied van subsidies en de meest kansrijke subsidies zijn pas in een later stadium aan te vragen.

5.2 Case for support

- De meest kansrijke subsidies zijn beschikbaar op Europees niveau.
- De meest kansrijke subsidies zitten op de thematiek van duurzaamheid: denk hierbij aan projecten rondom duurzame energie en duurzame innovaties.

5.3 Organisatie

- Subsidies kunnen rechtstreeks vanuit gemeente Velsen worden aangevraagd.
- De kansen op Europees niveau worden groter als de aanvraag door meer partijen wordt gedragen. Zo wordt er in een aantal gevallen een samenwerking verwacht met buitenlandse partijen, waardoor er kennisoverdracht kan plaatsvinden. Gemeente Velsen kan als penvoerder optreden en aanjager zijn van het traject.
- Subsidieprocessen duren lang. Om deze reden is het verstandig om op tijd te beginnen met het zoeken van partners en het in gang zetten van de aanvraag.

5.4 Wervingskansen bij overheden

- Er liggen kansen om subsidies voor BRAK! aan te vragen. Deze kansen hebben echter meer betrekking op de exploitatie dan op de investeringsbegroting. Er zijn een aantal energie/stroom/groene regelingen en samenwerkingsmogelijkheden in de exploitatie.
- De hoogte van de ondersteuning zal sterk verschillen, afhankelijk van de regeling, de insteek en de bijdragen die op dat moment beschikbaar zijn.
- Wegens de afhankelijkheid van de diversiteit aan regelingen, adviseren we gemeente Velsen om in een later stadium de regelingen (die elk jaar weer worden aangepast) verder uit te diepen en samen met de coalitiepartners een plan te schrijven voor Interreg, waarbij gemeente Velsen als penvoerder optreedt.

6. WERVING PARTICULIERE DONATIES

6.1 Mogelijkheden binnen particuliere fondsenwerving

- Op basis van de ervaringen van Van Dooren Advies en gelijksoortige projecten in Nederland heeft Van Dooren Advies een advies opgesteld over de wervingskansen onder particulieren.
- Particulieren kunnen op verschillende manieren betrokken worden bij een centrum en/of museum. Veel musea in Nederland werken met vriendenkringen, waarbij een grote groep mensen een culturele instelling ondersteunen voor een relatief klein jaarlijks bedrag (denk aan €50,- per jaar). Daarnaast lukt het sommige instellingen om ook grotere particuliere gevers te verbinden die een hoger bedrag schenken zoals €100,- of €5.000,- per jaar.
- In veel gevallen worden vriendenkringen of mecenasen verbonden aan een algemeen doel: 'word vriend van BRAK! en doneer een bepaald bedrag per jaar'. In ruil voor de gift ontvangen vrienden bepaalde privileges zoals vriendenavonden, een kijkje achter de schermen of korting op bezoeken.
- Naast structurele donaties, is er steeds meer animo voor crowdfundingcampagnes. Deze crowdfundingcampagnes worden ingezet om voor een heel specifiek project eenmalig een donatie te vragen aan een grote groep mensen. Naast financieel voordeel levert een crowdfunding ook veel naamsbekendheid op.
- Rondom de investering van BRAK! zien wij kansen om een crowdfunding op te starten voor een specifiek project. We adviseren deze vorm van werven omdat het naast financiële middelen ook naamsbekendheid oplevert en bewoners van de IJmond op een laagdrempelige manier laat kennismaken met BRAK! en het project draagvlak creëert. Daarnaast leent een nieuw initiatief zich goed voor een crowdfunding omdat er vaak concrete, tastbare projecten zijn waar gevers aan kunnen bijdragen zoals een dak, een natuurspeeltuin of een terras.
- Als BRAK! eenmaal is opgestart is het mogelijk om in de jaren daarop ook een vriendenkring op te richten met mensen die structureel een bijdrage schenken aan BRAK!.

6.2 Crowdfunding voor BRAK! IJmuiden

- Het succes van een crowdfunding hangt sterk af van een aantal factoren:
 - De geefvraag dient concreet en zichtbaar te zijn. Denk bijvoorbeeld aan de financiering van het dak van BRAK! of een gevel met alle namen de gevers.
 - In de crowdfunding moet de trots van IJmuiden worden aangesproken.
 - Het project waar geld voor wordt gevraagd dient urgent te zijn, waardoor donaties echt nodig zijn. Zonder de donaties moet het project niet kunnen doorgaan.
 - Een crowdfundingcampagne heeft een duidelijke start en finish, en duurt gemiddeld 6 weken.
 - De impact van de crowdfunding moet zichtbaar zijn. Zorg ervoor dat het gesponsorde object of project snel toegankelijk of zichtbaar is voor publiek.

- Een crowdfunding campagne organiseren is intensief. Een gedreven en enthousiast projectteam is noodzakelijk voor het slagen van een campagne.

6.3 Organisatie en planning

- Een crowdfunding kan alleen via een onafhankelijke stichting worden georganiseerd.
- Gemeente Velsen kan wel aanjager zijn van de crowdfunding en een bedrag matchen of een begininvestering doen.
- Een crowdfunding wordt meestal een half jaar voorafgaand aan een opening georganiseerd zodat het tastbaar en concreet wordt voor gevers.
- Ambassadeurs of bekende bewoners in de IJmond kunnen als ambassadeur worden ingezet om de crowdfunding aan te jagen.

6.4 Wervingskansen onder particulieren

- Een crowdfunding organiseren kost veel tijd. Het doel van een crowdfunding dient niet alleen financieel te zijn omdat de investering daarvoor te groot is. Een crowdfunding is aan te raden als er ook draagvlak, enthousiasme en naamsbekendheid nodig is.
- Met een grote crowdfunding wordt over het algemeen tussen de €20.000,- en €50.000,- opgehaald voor de investering van een nieuw initiatief. Dit bedrag is sterk afhankelijk van bovenstaande succesfactoren en de omvang van het publiek dat zich aangesproken voelt.
- Op langere termijn kan ook een vriendenkring voor BRAK! worden opgezet om ook in de exploitatie bij te dragen aan BRAK!. Het is op dit moment te vroeg om in te schatten welke bijdragen van particulieren kan worden verwacht. Hiervoor is meer informatie nodig over de maatschappelijke waarde van BRAK! de wervingsinvestering, het succes van het tijdelijke BRAK! en het draagvlak in de regio als het centrum eenmaal geopend is.

7. OVERIGE SAMENWERKINGEN EN PARTNERS

7.1 Samenwerkingen met het MKB

- In dit stadium zijn lokale MKB bedrijven nog niet betrokken bij BRAK!
- MKB bedrijven gaan alleen instappen als BRAK! de trots van IJmuiden laat zien, als ze bijdragen aan een case for support met impact en bepaalde tegenprestaties genieten. Denk hierbij aan korting op zaalhuur, vriendenavonden of netwerkborrels. Daarnaast hangt het succes af van de personen die in de businesskring zitten en de mate waarin BRAK een netwerk weet te creëren waar mensen bij willen horen.
- Een businesskring kan (net als bij particulieren) het beste worden opgezet rondom de opening van BRAK!. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk om ook het MKB netwerk te bereiken bij de crowdfunding richting particulieren, waarbij de MKB'ers wordt gevraagd om een iets hogere bijdrage van bijvoorbeeld €500,-.
- Na een eenmalige bijdrage rondom de crowdfunding kunnen MKB bedrijven worden gevraagd om in te stappen in een businesskring. Afhankelijk van het aantal bedrijven dat instapt en het succes van concurrerende businesskringen kan er tussen de €500,- en €1000,- per bedrijf worden opgehaald.
- Daarnaast is het belangrijk om rekening te houden met de reeds bestaande businesskringen in de IJmond en een kring op te richten dat zich onderscheidt van bijvoorbeeld TC Telstar.

7.2 Invloed regionale en landelijke netwerken

- De afgelopen tijd zijn verschillende gesprekken gevoerd met regionale en landelijke partijen gesproken die geografische of qua thematiek aansluiten bij BRAK!. Dit zijn onder andere de Nederlandse Vissersbond, de OV IJmond, Tata Steel en Havenbedrijf Amsterdam.
- Deze partijen zijn momenteel niet in staat of bereid om financiële toezeggingen te doen maar kunnen BRAK! wel versterken vanwege hun reputatie, naamsbekendheid en kennis.
- Op dit moment is het nog te vroeg om deze partijen aan BRAK! te verbinden maar als BRAK! meer uitgewerkt is, raden we aan om opnieuw contact met deze partijen op te nemen om ze mee te nemen in het proces.

8. CONCLUSIE EN ADVIES OP BASIS VAN DE BUSINESSCASE

8.1 Businesscase

In mei 2017 heeft Govaart Consultancy in opdracht van gemeente Velsen een rapport opgeleverd waar twee businesscase scenario's staan uitgewerkt voor BRAK! IJmuiden. Hieronder wordt kort een samenvatting van de twee scenario's gegeven, om vervolgens een advies te geven op de kansen bij partners, fondsen en subsidies.

Scenario 1

In scenario 1 is uitgegaan van een concept waarbij 75% van het oppervlak ten dienste staat van een maatschappelijke invulling: wisselende tentoonstellingen, natuur en milieu educatie, programma van lezingen, debatten en evenementen en een groene VVV. De overige 25% wordt gebruikt voor een horecaconcept, door bureau HTC verwoord als Brasserie Brak. De nadruk, ook in de exploitatie, ligt op het vormgeven van het concept BRAK! waarbij de horeca ondersteunend is.

De aantallen bezoekers van tentoonstellingen en het natuur en milieu educatie en overig programma wordt in scenario 1 ingeschat op 25.000 voor het eerste jaar. De verwachting is dat de bezoekersaantallen kan groeien naar 40.000 per jaar in jaar 4, mits BRAK! haar unieke profilering weet waar te maken en een uitnodigend centrum wordt van beleven, leren en doen.

Scenario 2

In scenario 2 wordt ingezet op een meer commerciële exploitatie van BRAK! Naast de wisselende tentoonstellingen met NME en overig programma en een unieker horecaconcept wordt er ook ingezet op BRAK! als inspirerende vergader en eventlocatie. In dit scenario wordt ingezet op een totaalconcept dat een breed publiek trekt, als bezoeker van tentoonstellingen, als gast van het restaurant, of als zakelijke bezoeker van de vergaderlocatie. Deze bezoekers worden verleid om op een ander moment als ander type bezoeker terug te keren naar BRAK!

Voor wat betreft het bezoek aan tentoonstellingen, NME en overige programma's verwacht Govaart Consultancy dat deze harder groeit dan scenario 1 en doorgroeit naar 50.000 bezoekers per jaar vanaf het 4^e jaar Ook het totale aantal bezoekers, dus inclusief horeca en zakelijke vergader en eventbezoekers, zal hoger uit komen dan in scenario 1.

8.2 Wervingskansen met betrekking tot de businesscase

Werving strategische partners

- Zowel in scenario 1 als scenario 2 is het mogelijk om strategische partners bij BRAK! te betrekken. Over het algemeen willen partners graag onderdeel zijn van een succesverhaal waar ze een verschil kunnen maken. In scenario 1 heeft een bijdrage van één partner meer impact op de gehele begroting (een partner kan BRAK! bij wijze van spreken adopteren), terwijl scenario 2 zich meer leent voor een succesgevoel: samen met anderen maak je iets groots mogelijk. Het is

aan te raden om beide scenario's aan strategische partners voor te leggen om zo een beter beeld te krijgen van de kansen per partner.

Werving fondsen

- Scenario 2 zal meer publiek trekken naar BRAK! IJmuiden waardoor de kansen bij fondsen kunnen toenemen in de fondsenwerving richting zowel partners, particulieren en fondsen. Immers, fondsen letten in hun toekenning sterk op het publieksbereik van het initiatief.
- Op basis van de maatschappelijke relevantie van BRAK! lijken scenario 1 en 2 niet veel van elkaar te verschillen, waardoor de kansen bij fondsen gelijk zijn in beide scenario's.
- Doordat fondsen nooit volledig zullen dekken maar enkel een bepaald percentage van de totale begroting zullen dekken, kunnen de absolute bedragen van fondsen in scenario 2 hoger uitvallen, simpelweg omdat de gehele begroting van dit scenario hoger uitvalt.
- Een tijdelijk BRAK! ontwikkelen, waarbij tentoonstellingen en randprogrammering wordt uitgetoetst, kan een positief effect hebben op de fondsenwerving. Op deze manier ontstaat een trackrecord en raken fondsen al bekend met het concept en de stichting.

Werving particulieren

- Zowel in scenario 1 als in scenario 2 is het mogelijk om particulieren aan BRAK! te verbinden. Net als strategische partners, willen particulieren graag onderdeel zijn van een succes en ergens bij horen.
- Omdat scenario 2 grootser wordt aangepakt kan het voor particulieren aantrekkelijker zijn om zich bij dit scenario aan te sluiten. Daarnaast biedt scenario 2 ook meer mogelijkheden voor interessante privileges en exclusieve evenementen.
- Omdat scenario 1 met een kleinere begroting werkt, is de urgentie om een grote groep particulieren aan BRAK! te verbinden kleiner. Omdat zowel het opzetten van een crowdfunding als het inrichten van een vriendenkring een flinke tijdsinvestering kost is het een overweging om in scenario 1 niet actief in te zetten op particuliere fondsenwerving.

Werving MKB en regionale partijen

- Net als strategische partners zullen regionale partijen en MKB bedrijven zich graag willen verbinden aan een groots en succesvol centrum. Doordat scenario 2 meer omvangrijk en grootser uitpakt, is de kans aanwezig dat MKB bedrijven en regionale partijen zich sneller zullen verbinden aan een dergelijk centrum.
- Doordat de bedragen waarmee MKB bedrijven kunnen bijdragen aan BRAK! IJmuiden relatief laag zijn en er wel een investering voorafgaat aan een partnership, kan gemeente Velsen overwegen om de MKB bedrijven uit de regio in eerste instantie vooral bij de crowdfunding aan te haken. Op langere termijn kan er ook nagedacht worden over een businesskring voor deze bedrijven. De opstart van een dergelijke kring kan beter onder de grotere strategische partners ontstaan, en vervolgens op langere termijn worden aangevuld met MKB bedrijven en regionale partijen.

8.3 Slotconclusie

- Op basis van bovenstaande overwegingen blijkt dat scenario 2 meer mogelijkheden biedt om partners en fondsen aan BRAK! IJmuiden te verbinden.
- De kansen hangen sterk af van de aantrekkelijkheid, ambities en tegenprestaties die BRAK! partners kan bieden.
- De werving van externe middelen zal een flinke tijdsinvestering kosten. Om deze reden is het, vooral indien scenario 1 wordt uitgewerkt, belangrijk om goed af te wegen welke partijen als eerst worden benaderd voor de werving.
- Een tijdelijk BRAK! vormt een uitstekende gelegenheid om de bereidwilligheid van bedrijven, fondsen, overheden en particulieren verder te onderzoeken en deze groepen alvast warm te maken voor een grotere wervingscampagne.