



Museum BroekerVeiling

ErVAAR een traditie van innovatie
in groente en tuinbouw

Inhoudsopgave

Introductie	3
Analyse	7
Scenario's	13
Toekomstbestendig Scenario	19
Lokale verankering	21
Ervaring met regionale aantrekkingskracht	28
Concept: de erVAARing	34
Visitor Journey	36
Bezoekersstromen	47
Verbinding met omgeving	54
Succesfactoren	
Verkenning uitvoering	62
Huidig business model	64
Krachtenveld	65
Belangrijkste externe ontwikkelingen	66
Toekomstbestendig business model	68
Financiële onderbouwing	71
Stapsgewijze ontwikkelstrategie	78
Planning	81
Vaarroute	82
Bijlage: Bewonersparticipatie	83



Erfenis van een rijk verleden

In de kop van Noord Holland ligt het **Rijk der Duizend Eilanden**. Een naam die associaties oproept met verre oorden maar verwijst naar een oer-Hollands verhaal. Ooit groeven tuinders in het veen kleine akkertjes waarop ze groente verbouwden. Het aantal akkertjes groeide en een gebied met honderden eilanden ontstond. De tuinders bewogen zich door het gebied op schuiten die ze met de hand voortstuwden. Zo brachten ze ook hun waar naar de veiling. Een gebouw dat boven het water uittorende en dat betreden en verlaten kon worden zonder ook maar een stap van boord te zetten.

In de jaren zestig bereikte de vooruitgang ook het Rijk der Duizend Eilanden en veranderde de vaarpolder in een rijpolder. De eilandjes werden verkaveld. De tuinders werkten voortaan op grote akkers. Een klein stukje eilandenrijk bleef bestaan: het **Oosterdelgebied**. En aan de rand van dit gebied overleefde een andere getuige uit de tijd van het rijk: **de vaarveiling van Broek op Langedijk**.

De tuinders keken met gemengde gevoelens terug op hun verleden. Het was niet voor niets dat de verkaveling plaats vond. Het werken op de eilandjes was zwaar, het leven als kleine tuinder hard. Toch leek er ook iets verloren te gaan met de verkaveling en dat wilde men bewaren in een museum. Zo ontstond in de oude vaarveiling **Museum BroekerVeiling**. De afgelopen decennia vonden vele bezoekers de weg naar het gebouw. Ze ontdekken er het verleden van het Rijk der Duizend eilanden, varen door de Oosterdel en maken er een echte veiling mee, net zoals vroeger. Maar voor hoe lang nog?



Erfgoed onder druk

Ondanks dat het museum relatief veel bezoekers trekt gaat het niet goed met Museum BroekerVeiling. **Structurele steun ontbreekt.** Door op een creatieve manier de eindjes aan elkaar te knopen kan het museum overleven maar subsidies om noodzakelijke vernieuwingen door te voeren ontbreken. Het museum draait op een kleine staf met hulp van vele vrijwilligers. Maar ook het gebied waar het museum in staat en dat onmisbaar is om het verhaal van de tuinderij te vertellen en te begrijpen staat onder druk. De **akkertjes** in het Oosterdelgebied worden onderhouden, maar dit is een zware taak, en sommige delen **dreigen verloren te gaan.** De activiteiten van de woelrat en de komst van een exotische **rivierkreeft** die de eilanden ondergraaft versnelt dit proces. Uit recentelijk onderzoek blijkt dat ook de **golfbewegingen** van boten bijdragen aan de afkalving van de oevers.

Wat betekent dit? Is dit het einde van het museum en het Rijk der Duizend Eilanden? En daarmee het einde van uniek erfgoed dat de wortels vormt van het gebied? Museum BroekerVeiling en de gemeente Langedijk vinden van niet. Het museum is bereid om flink te veranderen om zo weer een actuele vitale plek in de gemeenschap te worden die gedragen wordt door de bevolking. Maar zij heeft daar wel hulp bij nodig.

Het museum heeft samen met de gemeente, Studio Louter, MUST stedenbouw en de Wolff Groep een plan ontwikkeld om het verhaal van het Rijk der Duizend Eilanden te redden. Door van de BroekerVeiling een **lokaal verankerd museum** te maken **met een regionale aantrekkingskracht**, kan de toekomst van Museum BroekerVeiling worden veilig gesteld en kan het Oosterdelgebied een duurzame plek krijgen als een **cultuurhistorisch hart van een nieuwe gemeente.**



De vaarroute naar een duurzame en waardevolle toekomst

Het realiseren van een duurzame en waardevolle toekomst voor Museum BroekerVeiling als cultuurhistorisch hart van de nieuwe gemeente Dijk en Waard is complex. Dat doe je niet zomaar, maar moet je goed voorbereiden. Het lijkt wat dat betreft veel op varen. Om de eindbestemming te bereiken, is een stip op de horizon nodig, een duidelijke route met stopplaatsen, en een bemanning die van doorpakken weet. Gelukkig beschikken we over dit alles.

De vaarroute voor de realisering van een hernieuwd museum wordt in dit stuk uitgewerkt. De **eerste stappen zijn al gezet**. In 2015 is er al begonnen door het museum met de start van nieuwe plannen, die in de jaren erna nader zijn ingevuld en afgestemd met bestaande plannen, partners en toekomstvisies (zoals o.a. de expertmeeting 'Vlees noch Vis' 2019, Langedijk ontwikkelt met Water 2020-2025, Beleidsnota Cultuurhistorie 2011/2016 en Grenzeloos Dijk & Waard 2020). Door de Coronacrisis heeft de gemeente het museum op de korte termijn financieel ondersteund. Om het museum ook op de (middel)lange termijn te ondersteunen, is een traject voor de **toekomstvisie** voor het museum en omgeving vervroegd gestart. De samenwerking tussen beide partijen is hiermee verder versterkt en heeft zijn weerslag gevonden in een sterk **kernteam van museum en gemeente** dat de route bewaakt en bevaart. Door het opstellen van een informele **klankbordgroep** van experts en belanghebbenden, is afstemming met betrokken partijen in de afgelopen periode geoptimaliseerd.

Eind 2020 heeft het kernteam in samenwerking met Studio Louter, MUST Stedenbouw en de Wolff Groep een toekomstvisie opgesteld op basis van een inhoudelijk verhaal en een overkoepelend concept. Onderdeel van deze toekomstvisie is een visie op het Oosterdelgebied en een verkenning voor de uitvoering inclusief financiële onderbouwing.

De visie maakten we niet alleen, maar is nauwkeuring afgestemd met de klankbordgroep, lokale partijen en **bewonersgroepen (zie bijlage)**. We hebben locatiedagen gehouden, gesprekken gevoerd met ondernemers, betrokken gemeente-afdelingen, en stakeholders zoals Staatsbosbeheer, Hoogheemraadschap, de Loods herbestemming NH en Veldzorg. De plannen zijn ook besproken tijdens een digitale bewonersavond.

Het resultaat van deze gezamenlijke inspanning ligt voor u. De volgende tussenstop op de vaarkaat is een **besluit door de gemeenteraad/gemeenteraden** voor de periode 2020-2030 over de ambitie, plannen en bijbehorende (maatschappelijke) kosten en opbrengsten van het vernieuwde museum.

Vaarroute

2015: Start nieuwe plannen door MBV

Q4 2019:
Expertmeeting
'Vlees noch Vis'

2019:
50.000 bezoekers

Q2 2020:
Opzet kernteam
en klankbordgroep

Q3-4 2020:
Opstellen toekomstvisie

Q2 2021:
Besluit gemeenteraad

Vervolg stapsgewijze implementatie

Analyse

Analyse erfgoedwaarden

De ontwikkeling van een toekomstbestendige visie voor Museum BroekerVeiling begint bij het in kaart brengen van de waarde van het erfgoed. Hierbij is het van belang om te beseffen dat Museum BroekerVeiling veel meer is dan een vrijwilligersmuseum in een mooi oud gebouw; het gaat om een lokale ontmoetingsplek die een unieke historische sensatie biedt, die nauw verbonden is met een zeldzaam stuk cultuurlandschap, die drager is van de lokale identiteit, en die het culturele en toeristische profiel van de gemeente versterkt. De toekomstvisie zal al deze waarden moeten behouden en versterken.

Historische waarde

De Broekerveiling heeft een cultuur-historische waarde die van lokaal, regionaal en nationaal belang is. Het was wereldwijd de eerste doorvaargroenteveiling en de eerste veiling waar tuinbouwproducten werden geveild volgens de afslagmethode. Doordat het gebouw, sinds 1976 op de rijksmonument lijst, nog in goede staat verkeert is het mogelijk om hier een unieke historische sensatie te beleven: het ervaren van de doorvaarveiling.

Culturele waarde

De BroekerVeiling is meer dan een gebouw. Het staat symbool voor een landschap en een manier van leven en werken die verdwenen is in Noord-Holland. Het vormt de *bakermat van een agrarische tuinbouwtraditie* vol innovatie die tot op heden nog levend is. Ook de relatie van het gebouw met het direct omliggende landschap is uniek: het is het laatste restje *cultuurlandschap* in Noord-Holland waar mensen het verhaal van het *Rijk der Duizend Eilanden* kunnen ervaren. Het museum zelf, in bedrijf sinds 1976 als *vrijwilligersmuseum*, is een belangrijk onderdeel van het culturele aanbod in Broek op Langedijk.



Analyse erfgoedwaarden

Sociale waarde

Als tastbaar symbool van een vergeten manier van leven, biedt de BroekerVeiling al eeuwenlang een ontmoetingsplek voor mensen uit de regio. Het is hiermee ook vandaag de dag een centraal vormgevend element van de identiteit: van lokale en regionale bewoners, van agrarische bedrijven uit de directe omgeving, en van de honderden vrijwilligers die zich inzetten voor het gebouw. Met de aanstaande fusie tussen de gemeentes Langedijk en Heerhugowaard, wordt het gebouw en de omgeving een essentieel onderdeel van het DNA van de nieuwe gemeente.

Economische waarde

De BroekerVeiling doet tegenwoordig geen dienst meer als actieve veiling. Toch draagt het wel degelijk bij aan de lokale economie. Museum BroekerVeiling trekt tegenwoordig ruim 80% bezoekers van buiten de gemeente, en zal dat in de toekomst ook blijven doen. Het gebouw, en het varen door de directe omgeving, is daarmee een essentieel onderdeel van de cultuurtoeristische aantrekkingskracht van de nieuwe gemeente.

Landschappelijke waarde

Het Oosterdelgebied is een unieke getuige van het Rijk der Duizen Eilanden, een grotendeels verdwenen cultuurlandschap. Tegenwoordig is het een prachtig stiltegebied dat bewaard moet blijven; een authentiek groen waterlandschap in het hart van de nieuwe gemeente waar het heerlijk wandelen is. Toch staat het gebied onder druk. Golfbewegingen van langsvarende boten en achterstallig onderhoud van de akkers in combinatie met de activiteiten van de woelrat en de rivierkreeft dragen bij aan de afkalving van de oevers.



Analyse museumveld

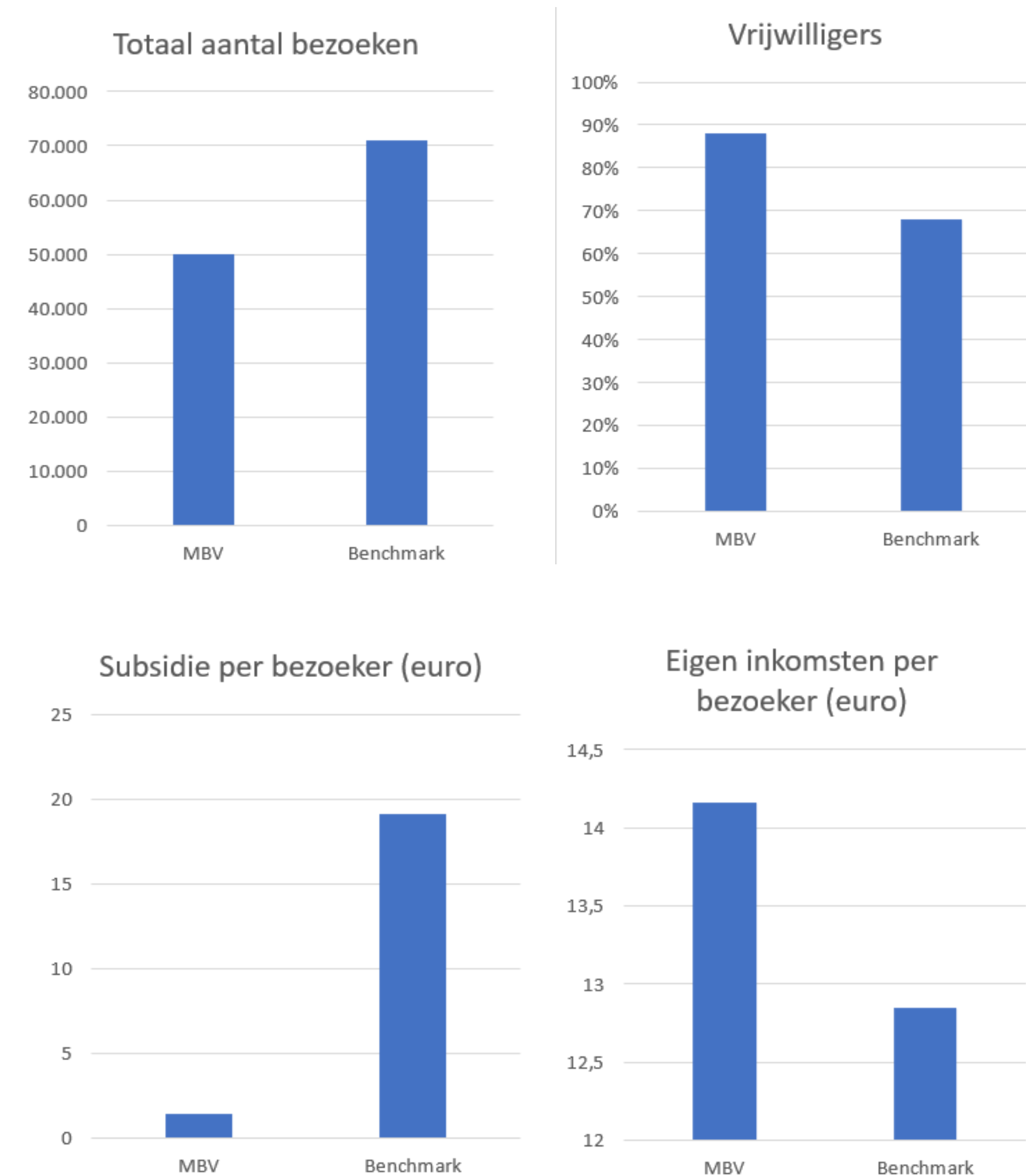
De tweede stap in de ontwikkeling van een toekomstbestendige visie voor Museum BroekerVeiling, is om te kijken hoe het museum functioneert in relatie tot andere musea. Dat kunnen we doen door de huidige organisatie en bedrijfsvoering van het museum te bekijken in relatie tot benchmarks van vergelijkbare musea in Nederland. Hoe doet Museum BroekerVeiling het, en wat is normaal in museumland?

MBV doet het goed met weinig subsidie...

Het huidige bezoekersaantal van Museum BroekerVeiling ligt rond de 50.000. Als je dit aantal vergelijkt met andere lokale (gemeente) musea in Nederland (*zie presentatie Franklin van der Pols 2020, kerngegevens uit de MuseumPeil 2019 en Museana 2018*), dan valt meteen op hoe indrukwekkend het huidige bedrijfsmodel is. Dat is omdat het museum zijn bedrijfsvoering draait op een verhouding van subsidies ten opzichte van eigen inkomsten van 1:10, tegenover een verhouding van 1:1 voor soortgelijke musea. In andere woorden: Museum BroekerVeiling haalt dezelfde bezoekersaantallen als vergelijkbare lokale musea, maar dan met aanzienlijk minder subsidie per bezoeker: 1,42 euro subsidie per bezoeker tegenover 19,13 euro per bezoeker. Ook opmerkelijk is dat de overheidssubsidie voor Museum BroekerVeiling nu ligt rond de 100.000 euro, terwijl dat voor lokale gemeente musea met 50.000+ bezoekers gemiddeld veel hoger ligt; tussen de 0,5 – 3 miljoen euro.

... maar deze situatie is niet toekomstigbestendig

Het gevaar van de huidige bedrijfsvoering schuilt hem in de bestendigheid. Omdat er nu geen budget is voor onderhoud, afschrijvingen en investeringen (aankopen, gebouw, collectie, marketing, tentoonstellingen), bevindt het museum zich op een glijdende schaal en zal het de concurrentie met andere musea niet aankunnen. Als er niks gebeurt, is het waarschijnlijk dat het museum terugvalt in een vrijwilligersmuseum met 20.000 bezoekers, gehuisvest in een slecht onderhouden gebouw, met een aanzienlijk verlies van erfgoedwaarden.



Benchmark Museum BroekerVeiling versus musea met 50-100.000 bezoekers.

Bron: Museana 2018, in: Franklin van der Pols 2020.

Analyse museumveld

Met investering doorgroeien naar een lokaal verankerd museum met regionale aantrekkingskracht

Als we de erfgoedwaarden van het museum willen behouden en ontwikkelen, is er dus extra financiële slagkracht nodig. Maar er is meer nodig. Een analyse van het huidige museumveld laat zien, dat vooral musea met een bovenlokale uitstraling en minstens 100.000 bezoekers toekomstbestendig zijn. Van deze musea heeft circa 80% een positieve bedrijfsvoering, ten opzichte van 35%-45% voor vrijwilligers- en lokale musea (*CBS 2015, meest recente cijfer*). Dit komt niet alleen omdat regionale musea aantrekkelijker zijn voor sponsoring en subsidie, maar ook doordat de grotere omzet betekent dat er geprofessionaliseerd kan worden en geïnvesteerd in de toekomst.

Museum BroekerVeiling heeft deze potentie. Dat komt niet door de collectie of door een ligging in een historisch stadscentrum, maar door de unieke combinatie van een authentiek gebouw in relatie tot een prachtig cultuurlandschap in het hart van een nieuwe gemeente.

Een haalbare en wenselijke ambitie is dan ook het doorgroeien tot een lokaal verankerd museum met gezonde business case die op regionaal niveau bezoekers weet te trekken, met een professionele organisatie en een totaal bezoekersaantal van 100.000, waarvan 75.000 betalend.



Doelgroepen

De precieze samenstelling van de huidige bezoekersgroepen en de potentiële toerismeprofielen is nog onvoldoende bekend. Gericht **bezoekers- en marktonderzoek** is nodig om toekomstige marketing en communicatieactiviteiten op te laten aansluiten. Toch kunnen we in grote lijnen wel vaststellen dat bezoekers aan Museum BroekerVeiling nu bestaan uit ongeveer 20% lokale bezoekers, en uit 80% bezoekers van buitenaf. Om door te groeien naar een lokaal verankerd museum met regionale aantrekkingskracht, zal het Museum BroekerVeiling moeten blijven inzetten op deze twee hoofdgroepen. Hoewel het overkoepelende verhaal voor beiden hetzelfde kan zijn, zal er in de beleving wel een accent verschuiving dienen te komen.

Lokale bewoners

Om lokale verankering te waarborgen, zal het Museum BroekerVeiling een relevante plek voor de gemeenschap moeten worden. Dat kan mogelijk gemaakt worden door (een deel van) het nieuwbouwwerk en het terrein open te stellen voor de gemeenschap. Denk aan tijdelijke tentoonstellingen, buurtbijeenkomsten, bruiloften, evenementen en onderwijs. Deze programmering kan alleen samen met buurtbewoners bedacht worden. Specifieke doelgroepen binnen dit segment zijn: families met kinderen, scholen, vrijwilligers, verenigingen en omwonenden.

Bezoekers van buitenaf

Dit huidige bezoekerssegment zal ook in de nieuwe plannen belangrijk zijn. Deze bestaat uit dagtoeristen (veelal families met kinderen en recreatieve senioren) en groepsbezoeken (60+ers). Voornamelijk onder de eerste doelgroep is een nationale tendens waarneembaar waarbij bezoekers steeds meer op zoek zijn naar een wat actiever aanbod waarbij beleving een belangrijk onderdeel vormt.



Scenario's

Drie scenario's

Tijdens het ontwikkelproces voor de toekomstvisie hebben we in samenwerking met het kernteam en de klankbordgroep drie mogelijke scenario's bekeken die verschillen in ambitieniveau, bedrijfsvoering en profilering.

Scenario 1: Vrijwilligersmuseum

Stel dat het museum doorgaat zoals het nu is. Dan betekent dat een keuze voor een museum in een lastig te onderhouden gebouw met weinig ruimte voor vernieuwing en professionaliteit. Op dit moment heeft het museum onvoldoende middelen en een te kleine organisatie om het museale verhaal op een moderne manier te vertellen. Er was in de afgelopen jaren geen mogelijkheid om de tentoonstellingen te onderhouden en daardoor is een groot deel aan vervanging toe. Het museum is aan het afglijden naar een lokaal museum dat vooral onderhouden wordt door vrijwilligers en dienst doet als evenementlocatie. Dit type museum zal steeds minder bezoekers trekken en de concurrentieslag verliezen met de professionele musea in de regio.



Drie scenario's

Scenario 2: Regionaal Museum

Wat als er gekozen wordt voor een professioneel museum met regionale aantrekkingskracht en lokaal draagvlak? In dit scenario zal de focus in de bedrijfsvoering komen te liggen op het vertellen van het museale verhaal, op een manier die voldoende bezoekers trekt om een professionele organisatie draaiende te houden. Het behoud van het gebouw, collectie en museale kernwaarden zal zo voorop komen te staan. Bovendien krijgt het museum een open karakter naar de gemeenschap toe en fungeert het als het hart van de nieuwe gemeente Dijk & Waard. Door regulatie van het bezoek aan het Oosterdelgebied kan het museum in dit scenario ook bijdragen aan het behoud en de leefbaarheid van de omgeving.

Scenario 3: Regionale Attractie

Een derde optie is om vol in te zetten op de economische waarde van het erfgoed. De BroekerVeiling en het Oosterdel worden dan een professionele attractie met als doel zo veel mogelijk bezoekers te trekken. Dit betekent wel dat grootschalig gebruik van het achterliggend cultuurlandschap noodzakelijk is en het aantal vaarbewegingen moet worden opgeschaald. Dit scenario wordt ook wel het Giethoornscenario genoemd en zal mogelijk voor veel overlast zorgen bij de omwonenden.



Impactoverzicht scenario's

In het schema op de volgende pagina vindt u de te verwachten impact van de drie scenario's op verschillende hoofdzaken, zoals het gebouw, de collectie, de omgeving, de organisatie, gemeentelijke inzet, sociale waarden, financiën en het voornaamste exploitatierisico.

Deze impact hebben we op hoofdlijnen uitgedacht op basis van concepten, businesscases en activiteiten die bij een dergelijk scenario redelijkerwijs te verwachten zijn.

Hierbij hebben we ons gebaseerd op een analyse van de huidige situatie en business case van MBV, op voorbeelden uit het bredere museale veld in Nederland, en op de expertise van het kernteam en de uitvoerende partners.



	Scenario 1: Vrijwilligersmuseum	Scenario 2: Regionaal Museum	Scenario 3: Museale attractie
MUSEUM			
Aantal bezoekers	Van 50.000 bezoekers naar 20.000	100.000, waarvan 75.000 betalend	>120.000 betalende bezoekers
Bezoekerservaring	Cultuur historisch verhaal	Cultuur historische beleving	Attractie met cultuurhistorisch element
OMGEVING			
Cultureel landschap Oosterdel	In gevaar (zakt weg)	Beter te behouden door regulatie	In gevaar door overbeving
Financiële Investering in de omgeving	Nauwelijks	Aanwezig	Substantieel
Druk op omgeving	Beperkt	Gereguleerd	Groot
Museale ervaring omgeving	Beperkt	Groot	Redelijk
Toegankelijkheid	Zeer beperkt	Gereguleerd	Onbeperkt
Wisselwerking museum & Oosterdelgebied	Beperkt	Duidelijk verbonden	Duidelijk verbonden
FYSIEK			
Huisvesting	Behoud nieuwbouw onder druk	Gewaarborgd (gemeente draagt zorg voor de huisvesting en het onderhoud)	Gewaarborgd (gemeente en/of bedrijfsleven draagt zorg voor huisvesting en onderhoud)
Collectie	In gevaar door beperkte middelen	Deels uitbreiden, behoud en gebruik collectie gewaarborgd	Onduidelijk - attractie niet afhankelijk van collectie
ORGANISATIE			
Personeel	6fte (overbelast)	12fte	>15fte
Type museum	Vrijwilligers	Professioneel	Commercieel
GEMEENTE INZET			
Bijdrage gemeente en provincie	Beperkt	Belangrijke financiële drager (eenmalig & structureel)	Aanwezig (eenmalig, minder structureel)
Rol gemeente	minimaal, (beperkte financiering en toezicht)	substantiële rol, (faciliteren en financieren, vastgoed beheer, toezicht)	substantiële rol (vastgoed beheer, handhaving, toezicht)
Identiteit	Voorname Langedijk	Groen/Cultureel hart nieuwe gemeente	Gericht op mensen van buitenaf minder op gemeenschap
Impact op fusie tot Dijk & Waard	Weinig verbindend	Positief verbindend	Verbindend maar met potentiële frictie door druk op omgeving
Handhaving	Beperkt	Normaal	Intensief
SOCIAAL			
Openbaar gebruik terrein	Niet	Wel	Wel/Niet
Sociale functie	Vrijwilligersmuseum	Ontmoetingsplek, sociale programmering, campus/educatieve functie, horeca	Beperkt (evt horeca?)
FINANCIEN			
Budget voor (groot) onderhoud gebouw	Onvoldoende	Voldoend (gebouw wordt onderhouden door gemeente, terrein door het museum)	Voldoende (Gebouw wordt onderhouden door gemeente/bedrijfsleven, terrein door het museum)
Jaarlijkse Omzet	Klein (0,7 miljoen)	Middel (1,7 miljoen)	Groot (>2,5 miljoen)
Jaarlijkse opbrengsten	Kaartjes, horeca, winkel, evenementen, beperkte bijdrage/subsidie	Kaartjes, horeca, winkel, evenementen en minimaal 30% van de kosten gedekt via bijdrage	Kaartjes, boten, horeca, winkel, evenementen, externe financiering
Impact lokale economie door toerisme	Klein, 40.000 bezoekers van buitenaf	Middel, Circa 60.000 bezoekers van buitenaf	Groot, >120.000 bezoekers van buitenaf
RISICOS			
	Exploitatie ongezond en leidt tot verlies van kernwaarden	Exploitatie afhankelijk van gemeentelijke steun	Exploitatie is alleen mogelijk met flinke toename aantal bezoekers en boten en dus druk op omgeving.

Kiezen voor een toekomstbestendig scenario

Nadat we de impact van deze scenario's hebben doorgedacht op verschillende hoofdzaken, hebben we een keuze gemaakt om één scenario verder uit te werken. Deze keuze is gemaakt op basis van gesprekken met het kernteam en de klankbordgroep, onze eigen expertise, en op basis van een afweging aan de hand van 5 criteria:

- **culturele erfgoedwaarden** – blijft het gebouw, collectie, de authentieke ervaring en de culturele identiteit behouden?
- **lokale gemeenschap** – dragen de plannen op grote lijn bij aan sociale meerwaarde, en kan het rekenen op draagvlak?
- **financiën** – is het onderliggende business model en de financiële onderbouwing gezond en toekomstbestendig?
- **omgeving** – dragen de plannen bij aan een positieve beleving en verbinding met het Oosterdelgebied, en zijn eventuele negatieve effecten reguleerbaar?

- **organisatie** – kan de organisatie zorgen voor effectieve implementatie en uitvoering van de plannen, en is het haalbaar qua opzet en ambitie?

Zoals te zien is in het overzicht, is scenario 1 niet toekomstbestendig. Dit komt voornamelijk door een gebrek aan investeringsmogelijkheden in de exploitatie, waardoor het onderhoud van het gebouw en de collectie onder druk komen te staan, en daarmee het draagvlak en de kans om positief bij te dragen aan het Oosterdelgebied. Scenario 3 is qua bedrijfsvoering en organisatie wel haalbaar en bestendig, maar zal door de grote afhankelijkheid van extra bezoekers en daarmee boottochten (massatoerisme) leiden tot extra druk op de omgeving, verminderd lokaal draagvlak, en verminderde authentieke museale beleving. Bovendien is er een kans dat in dit scenario het museumterrein gesloten zal worden voor lokaal gebruik en financieel niet-rendabele sociale programmering.

De toekomstvisie zoals verder gepresenteerd in dit rapport is dan ook op de parameters van **scenario 2** gebaseerd.

Criteria	Scenario 1 Vrijwilligersmuseum	Scenario 2 Regionaal Museum	Scenario 3 Regionale Attractie
Culturele erfgoed waarden (behoud en versterking?)	-	+	-
Gemeenschap (positieve impact en draagvlak?)	-	+	-
Financiële onderbouwing (gezond/toekomstbestendig?)	-	+	+
Omgeving (positief en/of reguleerbaar?)	-/+	+	-
Organisatie (effectief en haalbaar?)	-	+	+

Uitwerking toekomstbestendig scenario

Een lokaal verankerd museum met regionale aantrekkingskracht

Voor een toekomstbestendig Museum BroekerVeiling is er draagvlak bij de lokale bevolking nodig en regionale aantrekkingskracht om voldoende bezoekers te trekken.

Lokale verankering

Een toegankelijk museum in het hart van de gemeenschap

Museum BroekerVeiling is nu een afgesloten plek, die niet openbaar toegankelijk is. De aankomst en wandeling naar de entree zijn complex en niet al te charmant en de tuin is alleen voor betalende bezoekers toegankelijk.

Bovendien fungeert de nieuwbouw nu als toegangspoort tot de lighal en veiling. Daardoor lijkt de veiling zich als het ware met zijn rug naar het winkelcentrum en de markt op te stellen en zich af te keren van de gemeenschap. Zo stelt de BroekerVeiling zich op als een klassiek museum. Een plek die niet uitnodigt om binnen te wandelen, een kopje koffie te drinken of een bootje te huren. Dat is een gemiste kans.

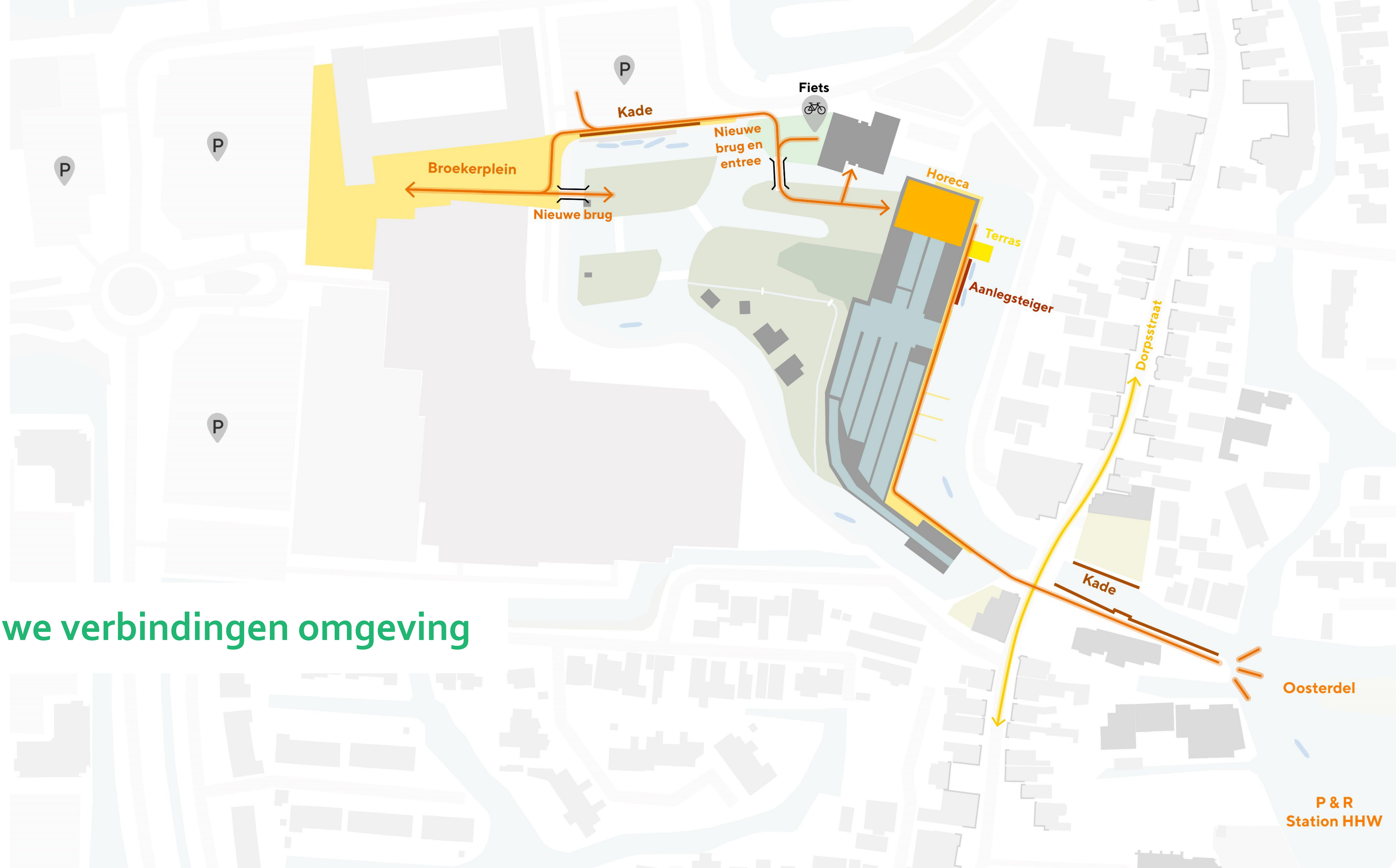
Door het terrein en de nieuwbouw open te stellen voor de gemeenschap wordt het museum straks onderdeel van het **mentale** en het **ruimtelijke hart** van Dijk & Waard.

Twee nieuwe loopbruggen verbinden het winkelcentrum straks met het buitenterrein van het museum waardoor dit deel en de horeca **vrij toegankelijk** wordt. Door de brug bij marktzicht open te stellen wordt ook de verbinding naar de Dorpsstraat herstelt, de veiling wordt weer het middelpunt van Langedijk.

Aan de rechter kant van de lighal komt een nieuwe aanlegsteiger en een drijvend terras in de vorm van een van de verdwenen koopmansboetjes, om zo ook het vaarverkeer de mogelijkheid te geven van de horeca en het museum gebruik te maken.



Nieuwe verbindingen omgeving



Ontmoet elkaar bij de BroekerVeiling

Om de BroekerVeiling te verankeren in de gemeenschap is een **mix aan functies** voorzien. Het gehele buitenterrein krijgt gemeenschappelijke, sociaal/educatieve functies waar men kan recreëren, spelen of meedoen aan culturele activiteiten. Een van de eilanden, de educatieve campus, geeft een laagdrempelige plek aan het lokale en regionale bedrijfsleven om promotie- en educatieve burger participatie activiteiten te ontwikkelen.

Het gebouw De Toekomst wordt voor een deel ter beschikking gesteld **voor bijeenkomsten van bewoners, verenigingen, ondernemers en verenigde ondernemerscollectieven** (zoals AOL, BKL, STPL, etc) uit de gemeente. Het museale deel van het gebouw wordt **een plek voor de bewoners van Dijk & Waard** om hun verhaal te vertellen.

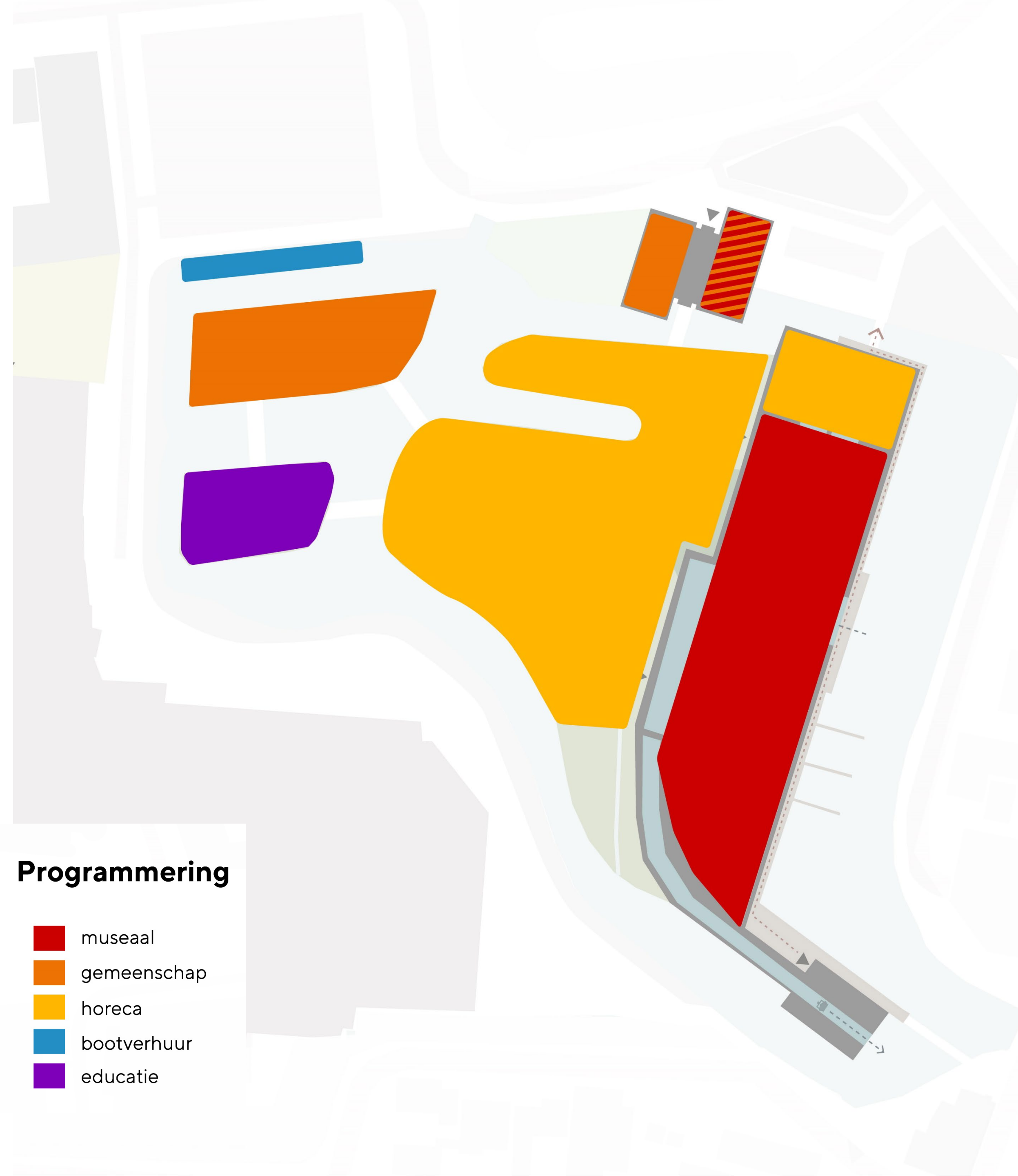
De **horeca krijgt een centrale plek** in de lighal waardoor deze van beide kanten toegankelijk wordt en fungeert als spil in de routing van het museum. De tuin wordt een heerlijke plek waar iedereen in de zomer van een kopje koffie kan genieten.

Museum BroekerVeiling wordt een echte **ontmoetingsplek** waar de bewoners van Dijk & Waard elkaar kunnen vinden en het gemeenschappelijke verleden kunnen delen om zo hun identiteit te versterken.

In een **digitale participatieavond met omwonenden** en bewoners is er dieper nagedacht over de gewenste sociale en culturele functies. Een verslag hiervan is te vinden in de **bijlage**.

Programmering

-  museaal
-  gemeenschap
-  horeca
-  bootverhuur
-  educatie



Een plek voor de gemeenschap

Tijdens de gesprekken met ondernemers en bewoners kwam naar voren dat men het museum een heel fijne plek vindt om naar samenkomsten te organiseren. Voor **bedrijven** is het interessant om hun klanten hiermee naartoe te nemen en de uitgelezen kans om te laten zien waar de wortels van het bedrijf zijn geaard. Voor **lokale verenigingen** is het de perfecte plek om **jaarlijkse evenementen of bijeenkomsten** te houden. Op deze manier biedt het museum letterlijk ruimte aan de lokale gemeenschap.

Daarnaast kan op het buitenterrein van het museum beschikbaar worden gesteld wanneer er lokale evenementen plaatsvinden. Door de bewoners van het Schapenland werd bijvoorbeeld het plaatsen van een muziekkapel geopperd om van het buitenterrein nog meer een 'plein' te laten voelen.

Doordat het buitenterrein en de horeca van de museum nu openbaar toegankelijk zijn wordt het een plek waar je na het boodschappen doen een **kopje koffie** gaat drinken. Daarnaast is er een plukeiland waar je samen met je kinderen vergeten groente kunt plukken. Een plek waar je niet alleen maar langsfietsst maar nooit naar binnengaat, maar een plek waar je je thuis voelt.



Tijdelijke tentoonstelling voor en door de gemeenschap

Tijdelijke tentoonstellingen door en voor de gemeenschap, waar lokale verenigingen en bedrijven het verhaal van Dijk & Waard vertellen. Een goed voorbeeld van een dergelijke aanpak is de 'Verhalenwerf' van Bibliotheek Hoogeveen, waar **bewoners en bedrijven** onder leiding van lokale **'voormannen'** en **'voorvrouwen'** het Verhaal van Hoogeveen schrijven door herinneringen op te halen en deze om te toveren tot tijdelijke tentoonstellingen. Het museum faciliteert en begeleidt dit proces uiteraard en er zullen flexibele **basismodules** moeten worden gecreëerd waarmee de tijdelijke tentoonstellingen steeds kunnen worden opgebouwd. Doordat deze modules flexibel en dynamisch zijn kan er met **weinig moeite** steeds wel een serieuze tentoonstelling worden neergezet die er **professioneel** uitziet.

Het museum zal met input van de gemeenschap steeds een thema uitkiezen voor de nieuwe tijdelijke tentoonstelling en een voorman of -vrouw benaderen. Deze man of vrouw fungeert als kartrekker maar met name als ambassadeur voor de tentoonstelling en om de gemeenschap te enthousiasmeren en mobiliseren. Tijdens een afgebakende periode van circa een half jaar kunnen dan **verhalen 'opgehaald'** worden. Dit kan aan de hand van objecten die mensen thuis hebben, oude foto's en de bijbehorende verhalen vast te leggen. Tijdens deze periode kunnen zogenaamde **'verhalentafels'** worden georganiseerd waarin mensen in een talkshow achtige setting gevraagd wordt om hun verhaal uit de doeken te doen. Het half jaar wordt afgesloten met een feestelijke opening van de tentoonstelling. Deze tijdelijke tentoonstelling zullen steeds opnieuw bezoekers trekken en aandacht generen voor het museum. Tegelijkertijd wordt het museum op deze manier een plek die echt het **verhaal van de gemeenschap** kan vertellen.



Educatie

De thema's **milieu**, **duurzaamheid** en **voedsel** zijn een belangrijk onderdeel van het curriculum in zowel het **primair en voortgezet onderwijs**. Museum BroekerVeiling is de uitgelezen plek om hier een lesprogramma over aan te bieden. Jonge leerlingen kunnen hier leren hoe groente eigenlijk groeit en hoe de tuinbouw werkt. Denk bijvoorbeeld aan een workshop zuurkool maken. Scholieren van het voortgezet onderwijs kunnen hier lesprogramma's volgen over hoe duurzaamheid, lokaal verbouwd eten er in de toekomst uit kunnen komen te zien.

Op het **buitenterrein** van het museum is een heel eiland voorzien dat gewijd is aan onderwijs en er is in de business case rekening gehouden met een **educatiemedewerker**. De bestaande **samenwerkingsverbanden met scholen** uit de regio zal geïntensiveerd kunnen worden. Momenteel is er contact met bijvoorbeeld Hogeschool InHolland en Terra Technica, maar dit netwerk kan verder uitgebreid en geïntensifieerd worden.

Tijdelijke **programmering door het bedrijfsleven** en overkoepelende organisaties als Greenpoort die thema's van het museum koppelen aan hun lokale bedrijfsvoering of missie krijgen hier ook een plek. Voor deze bedrijven en organisaties de uitgelezen kans om jonge mensen te enthousiasmeren voor een carrière in de agribusiness.



Drijvende kracht: Vrijwilligers

De drijvende kracht achter het museum zijn de vrijwilligers. Maar liefst 200 vrijwilligers zijn actief binnen het museum verdeelt over 10 clusters met elk hun eigen expertise. Het museum zou niet kunnen bestaan zonder de inzet van deze vrijwilligers, hun inzet is groot en wordt zeer gewaardeerd. Ook in de toekomst zullen de vrijwilligers een belangrijke rol blijven houden; uiteraard binnen de huidige clusters (rondleidingen, veilen, botenonderhoud, tuin etc.) maar ook bij het opzetten van de tijdelijke tentoonstellingen en educatie kunnen zij een grote rol spelen.

Naast de concrete taken die de vrijwilligers vervullen zij nog een andere belangrijke rol; die van ambassadeur. Veel van de vrijwilligers zijn ook bewoners van de gemeente, de lokale verankering van het museum is dan ook deels geborgd in de aanwezigheid en het enthousiasme van deze grote groep mensen die van hun lokale netwerk gebruik kunnen maken om het museum nog meer onderdeel te laten zijn van deze gemeenschap.

Het ontwikkelen van thema's voor de tijdelijke tentoonstellingen, het aanstellen van verschillende voormannen of -vrouwen en het uiteindelijk realiseren zal dankzij de vrijwilligers een organisch proces kunnen zijn.



**Ervaring met regionale
aantrekkingskracht**

De aantrekkingskracht van een overkoepelend concept

Om voldoende bezoekers te trekken voor een gezonde bedrijfsvoering zal de BroekerVeiling iets moeten bieden waarvoor bezoekers in de auto of in de trein wil stappen. Het museum moet een dagje uit vormen voor het hele gezin en iets unieks bieden dat niet bij de concurrerende musea in de regio te vinden is. Dat lukt alleen als je een helder, **overkoepelend belevingsconcept** die bestaat uit de volgende elementen:

- **Onvergetelijke ervaring.** Om bezoekers te trekken, moet je een ervaring bieden waarvoor bezoekers willen komen en waarmee je je kan onderscheiden. Een goed voorbeeld is het Zuiderzeemuseum, waar je gezellig een nostalgische ervaring kan opdoen.
- **Bovenlokale boodschap.** Om mensen uit en buiten de regio te trekken, moet je een verhaal vertellen dat relevant is voor hen. Dat betekent dat je een meer universele boodschap moet uitdragen. Dat kan door een onderwerp te kiezen dat universeel aantrekkelijk is, zoals bijvoorbeeld te zien is bij de programmering van het Drents Museum.
- **Authenticiteit.** Een andere optie is om in te zetten op je eigen authenticiteit, en deze te koppelen aan een universele boodschap. In andere woorden, de ervaring moet passen bij de plek en de identiteit van het museum - het verhaal moet alleen daar te vertellen zijn. Vol inzetten op de kracht van de BroekerVeiling, daar gaat het om.



28 FEBRUARI T/M 4 SEPTEMBER 2016

MAYA'S
OVERLEVERS IN DE JUNGLE

Lokaal verhaal met een bovenlokale boodschap dat mensen aantrekt

In het Rijk der Duizen eilanden liggen duizenden verhalen verscholen. Belangrijke, interessante en aangrijpende verhalen over een gebied waar eeuwenlang groenten werden verbouwd en verhandeld vanaf het water.

Maar achter al deze verhalen gaat nog een verhaal schuil dat thema's als veilinggeschiedenis, cultuurlandschap, groenten, verleden, heden en toekomst samenbrengt. De BroekerVeiling is namelijk een gebied waar men altijd op zoek is geweest naar nieuwe manieren om zo veel mogelijk mensen efficiënt van **groenten** te voorzien, en dat doet men hier nog steeds.

Het is een unieke plek waar je ook aan volgende generaties kan laten zien waar ons eten vandaan komt en waar 1 ding nooit veranderd is: de drang om te innoveren. Een plek waar men altijd vooruit heeft gekeken, en waar je deze '**Traditie van Innovatie**' in groente en tuinbouw nog steeds kan ervaren.

De BroekerVeiling is hiermee een uniek voorbeeld van iets typisch Hollands waar we allemaal trots op mogen zijn, maar wat je misschien nog niet wist: dat we al eeuwenlang de meest innovatieve tuinbouw ter wereld hebben.



Traditie van innovatie in groente en tuinbouw

Lokaal verhaal

In dit gebied is men altijd op zoek geweest naar nieuwe manieren om zo veel mogelijk mensen efficiënt van groenten te voorzien en dat doet men hier nog steeds.

Bovenlokale boodschap

Misschien wist je dit nog niet, maar Nederland heeft al eeuwenlang de meest innovatieve tuinbouw ter wereld en dit gebied is daar een voorbeeld van.

Emotionele ervaring

Verrassend innovatief



Voorbeeld innovatieve thema's

Het overkoepelende concept 'Traditie van Innovatie' biedt houvast en sturing aan het vertellen van museale verhalen met een duidelijke boodschap. Hierbij kan je denken aan de volgende thema's:

- Er is niet genoeg grond om voedsel op te verbouwen -> Landschap vormen: **Eilanden zelf maken, 15.000 eilanden** in totaal (inclusief strijd tegen het water en bedreiging van rivierkreeft nu)
- Het eiland bereik je niet zomaar -> Geen groot gereedschap dus **eigen gereedschap** gemaakt (inclusief verhalen van de tuinders en gebruikmakend van collectie van boten en schuiten)
- Hoe krijg ik een zo goed mogelijke prijs voor mijn groenten -> **Veilen op afslag**
- Hoe verkoop ik mijn producten zo efficiënt mogelijk -> **De eerste doorvaarveiling**
- Ik wil zo veel mogelijk groenten kunnen verkopen -> **Zuurkool/chips fabriek** (voedselverwerkende industrie)
- Ik wil dat mensen altijd mijn groenten blijven kopen ->Innovaties in tuinbouw nu zoals **groentemarketing /productontwikkeling/zaadveredeling**
- Hoe zorg ik dat ik in de toekomst nog voldoende groenten kan produceren op een duurzame manier-> tuinbouw van de toekomst zoals **hydrocultuur/vertical gardening/zeewierteelt**

Deze lijst van innovatieve thema's kan worden ondersteund met activiteiten over immateriaal erfgoed (zoals kloeten en kolen stapelen), over het controleren van de kwaliteit van waren, en over het zelf plukken en voorbereiden van groenten.



ErVAAR de traditie van innovatie in groente en tuinbouw

Een verhaal over de traditie van innovatie is aantrekkelijk voor bezoekers van buitenaf, en heeft een bovenlokale relevante boodschap waar veel mensen zich in kunnen vinden. Toch is er meer nodig; een **onvergetelijke ervaring** waar je speciaal voor naar de BroekerVeiling wilt reizen.

De BroekerVeiling kan deze ervaring bieden op een manier die past bij haar geschiedenis, door in te zetten op het **varen en groente**.

Een erVAARing waarbij het varen centraal staat en waarbij je al varend het verhaal van de BroekerVeiling tot je kan nemen, op een **verrassend innovatieve** wijze.

Een museale ervaring vanaf het water over groente. Dat is uniek in Nederland. Zo wordt de BroekerVeiling niet alleen de enige doorvaarveiling ter wereld, maar ook het eerste vaarmuseum ter wereld.



ErVAAR de traditie van innovatie in groente en tuinbouw

Door een vaartocht ontdek je op verrassende wijze hoe groentes worden verbouwd en hoe Nederland al eeuwenlang innovatief is op tuinbouwgebied en dat deze regio daar een sprekend voorbeeld van is.

De erVAARing

Om een unieke museale ervaring vanaf het water te bewerkstelligen, houden we ons vast aan vijf uitgangspunten:

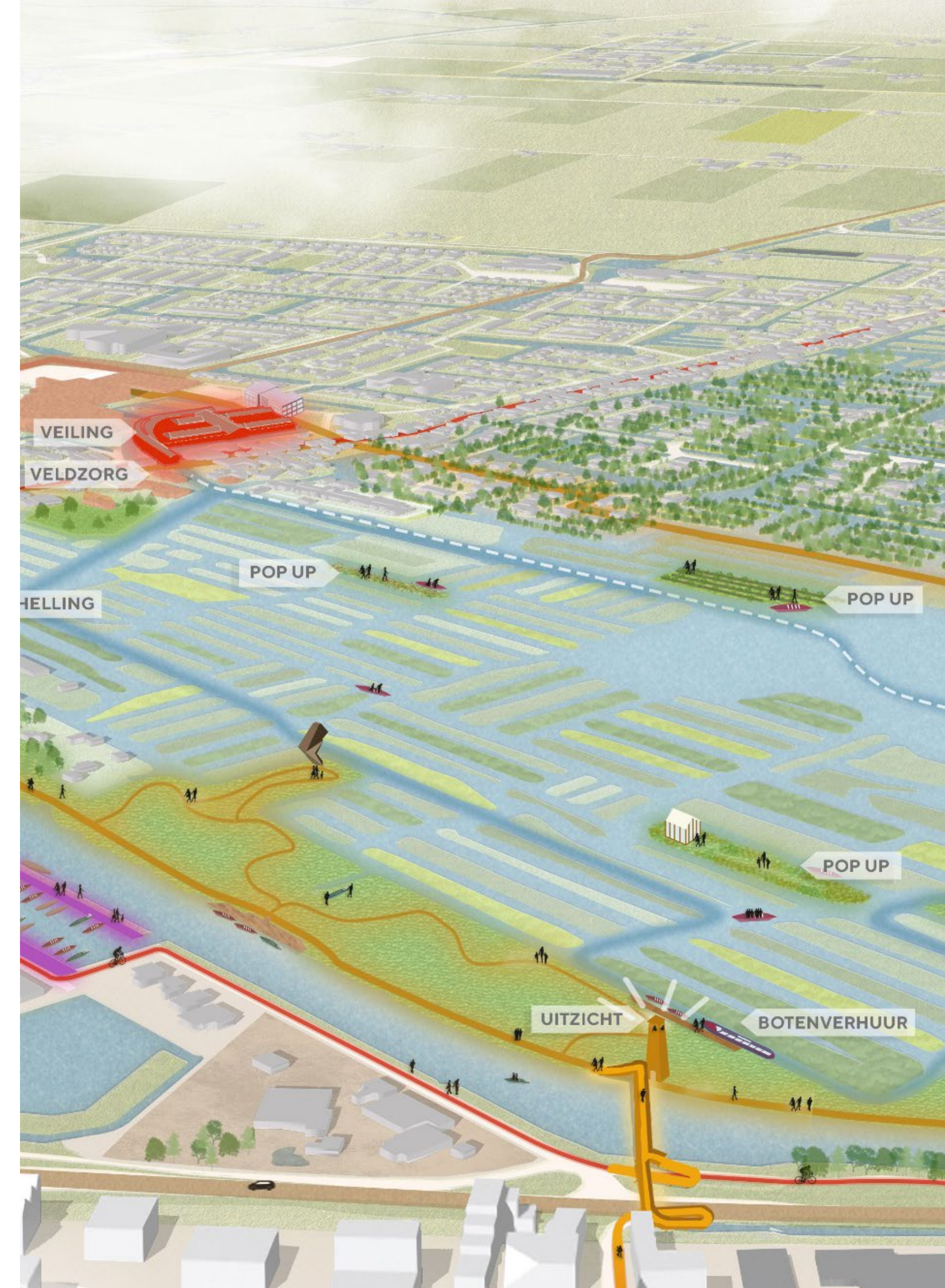
1. Vanaf station Heerhugowaard en parkeerplaats BroekerVeiling begint je bezoek
2. Bezoek aan Museum en Oosterdel worden één unieke ervaring
3. Het museum bezoek je (deels) per boot
4. Het verhaal wordt gepresenteerd op een verrassende en innovatieve manier
5. De impact van boten op de afkalving en beleefbaarheid van het Oosterdelgebied wordt gereguleerd en gemonitord

De erVAARing wordt per bezoekersgroep aangepast, maar zal in hoofdlijnen bestaan uit de volgende twee opties: varen per fluisterboot, of varen per grotere sloep. Voor beide opties geldt dat er keuzes zijn in wel of geen bestuurder, wel of geen gids, en wel of geen catering.





Vanaf station Heerhugowaard maak je de oversteek naar het Oosterdel via de krul en mogelijk een nieuwe brug. Wie weet biedt straks een uitkijktoren monumentaal uitzicht over het hele gebied.



Onderaan de dijk betreed je de boot en krijg je een kaart met hierop de plekken waar je langs gaat varen. Je ziet een overzicht van bijzonder erfgoed, museale installaties en pop-up eilandjes: bijzondere plekjes met wisselende programmering door verschillende partijen. Allemaal zijn ze per boot te bezoeken.



Je vaart eerst door het gebied. Door middel van een audio-device aan boord wordt er uitleg gegeven; bijvoorbeeld met een koptelefoon met 3D geluid of een downloadbare applicatie op je telefoon. Je begint met een introductie op het Rijk der Duizend Eilanden.



Onderweg kom je museale installaties tegen. Vaar bijvoorbeeld onder een driedimensionale kaart van het Rijk der Duizend eilanden. Deze kan ook op het terrein van het museum geplaatst worden.



Dan vaar je de lighal in, nu (deels) toegankelijk voor bezoekers met een bootje van het museum



Vaar een hele grote kool in en zie hoe je tot zuurkool wordt vermaakt in de zuurkool-experience.



Er steekt een doorsnede van een eiland uit het water.

Vaar er omheen en zie hoe men ooit met de hand deze eilanden maakte en hoe ze nu bedreigd worden door afkalving.



Ontdek hoe het er hier aan toe ging tijdens een drukke veildag door middel van projecties van archiefbeelden op de muur.



Meer aan en ontdek al lopend door de lighal hoe deze regio altijd al innovatief was op het gebied van de tuinbouw en dat vandaag de dag nog steeds is



De veiling is het hoogtepunt van het museum. Dat was zo, en dat blijft zo.



Voor en na je bezoek kan je de horeca bezoeken. Deze bevindt zich in de lighal met uitzicht op de erVAARing. Het thema van het restaurant is gericht op verrassend innovatieve groenten.

Drie verschillende bezoekersstromen

In de uitwerking zijn we uitgegaan van drie verschillende soorten bezoekersstromen. Deze groepen verschillen in hun samenstelling, in de manier waarop ze arriveren, en in de manier waarop ze het museum willen en kunnen ervaren:

1. **Individueel bezoek per boot** (arriveren via Broek op Langedijk en Heerhugowaard). Deze groep bestaat hoofdzakelijk uit gezinnen met kinderen.
2. **Individueel bezoek lopend** (arriveren via Broek op Langedijk). Deze groep bestaat hoofdzakelijk uit gezinnen met kinderen en recreatieve senioren.
3. **Groepsbezoek** (arriveren via Broek op Langedijk en Heerhugowaard). Deze groep bestaat hoofdzakelijk uit senioren die met bussen arriveren.



Individueel bezoek per boot

1. Winkelcentrum
2. P&R Heerhugowaard
3. Steiger buiten (eigen boten)



Individueel bezoek per boot

Betreedt de boot en krijg een kaart met de plekken die je kan bezoeken.

Vaar onder een kaart van het vroegere Rijk der Duizend eilanden door



Leg aan om de horeca en de rest van het museum te bezoeken.



Betreedt de boot en krijg een kaart met de plekken die je kan bezoeken.

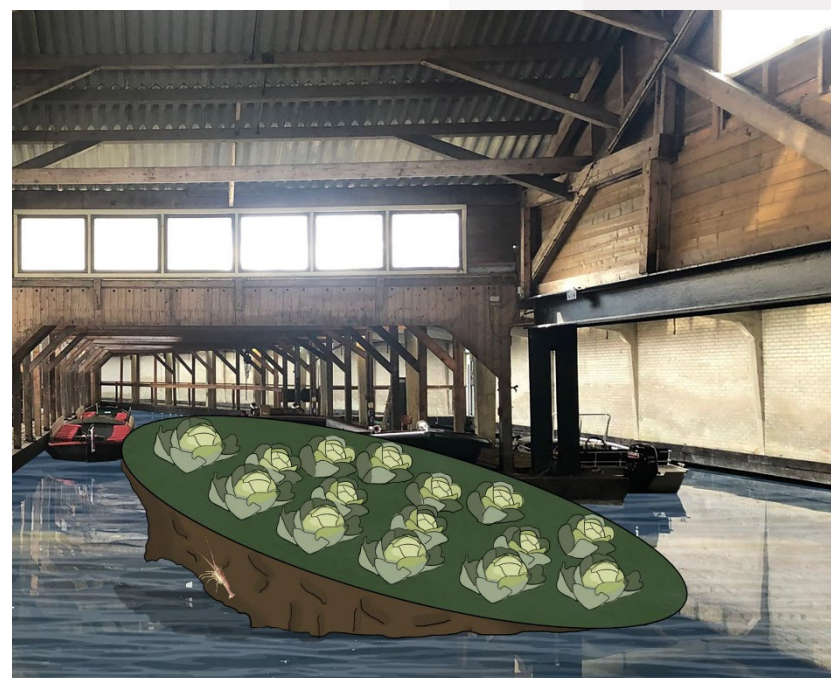


Via koptelefoons aan boord wordt uitleg gegeven in 3D geluid.

Vaar een kool in en zie hoe je tot zuurkool wordt vermaakt in de zuurkool-experience



Vaar om de eiland-installatie en hoor hoe de eilanden met de hand werden gemaakt.



Hoor het verhaal van de sloopshelling en de smidse

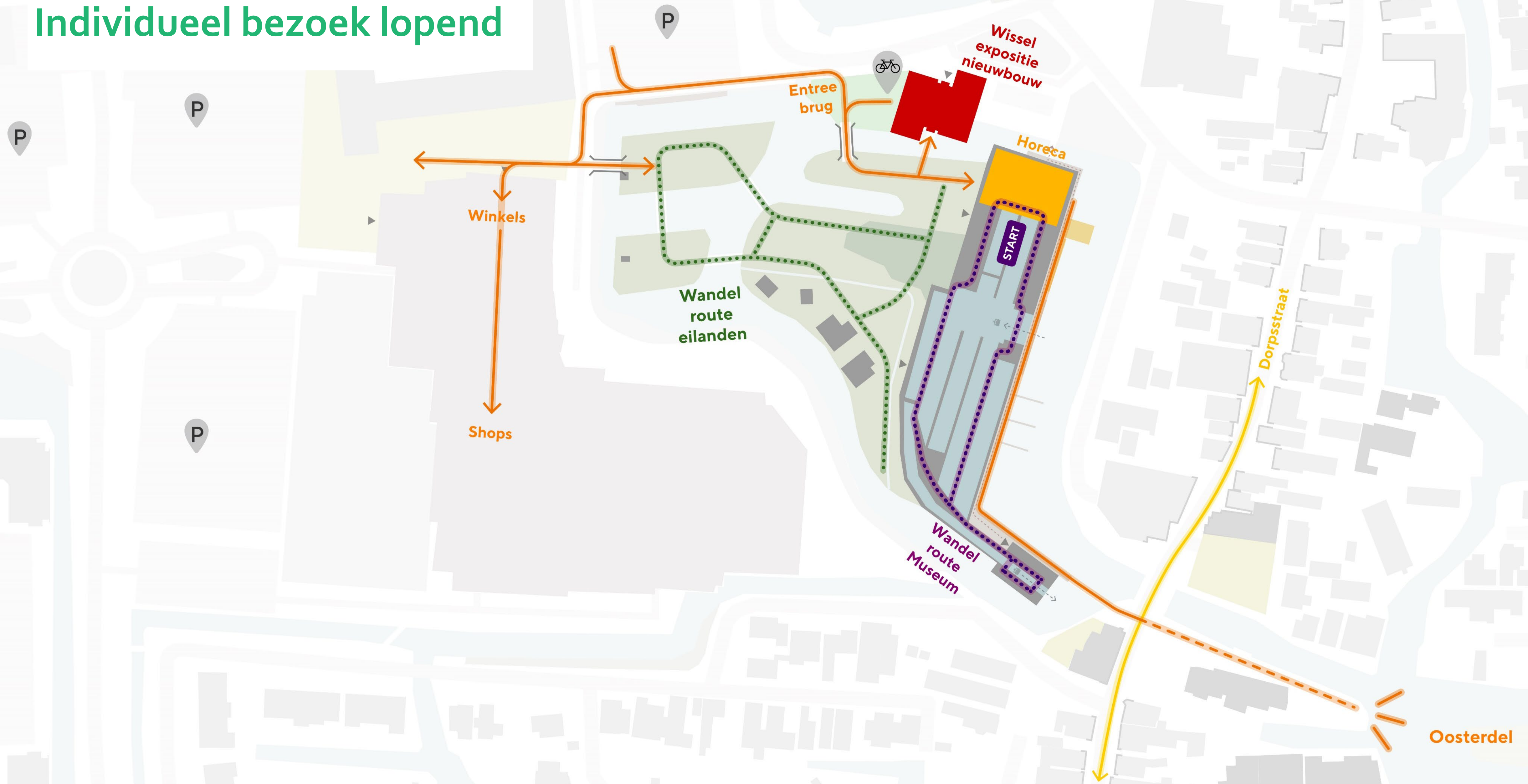
Projecties van archiefbeelden tonen een drukke veildag.



Misschien kan je straks zelf onder de klok doorvaren, net zoals de tuinders vroeger.



Individueel bezoek lopend



Individueel bezoek lopend



Gastvrije entree via twee nieuwe bruggen

Op dit pluk-eiland mag je groenten komen oogsten voor thuis.



Kom met je klas naar campus eiland en leer wat er komt kijken bij de duurzame groententeelt.

Shops



Projecties van archiefbeelden tonen een drukke veildag.



Kom langs voor je verenigings-dag die ieder jaar hier wordt gehouden.

Entree brug

Bezoek de tijdelijke tentoonstelling

Luister naar de lokale fanfare in de muziekkoepeel op het plein



Eet innovatieve groenten in het groenterestaurant.



In de vertical farm leer je hoe groenten in de toekomst geteeld worden.



Ontdek hoe er dankzij zaadveredeling steeds nieuwe groenten worden ontwikkeld.

Wandel Routing Museum

Krijg uitleg bij de museale botencollectie



Neem plaats in de banken en bied op groenten als een echte koopman



Wandel Route Eilanden

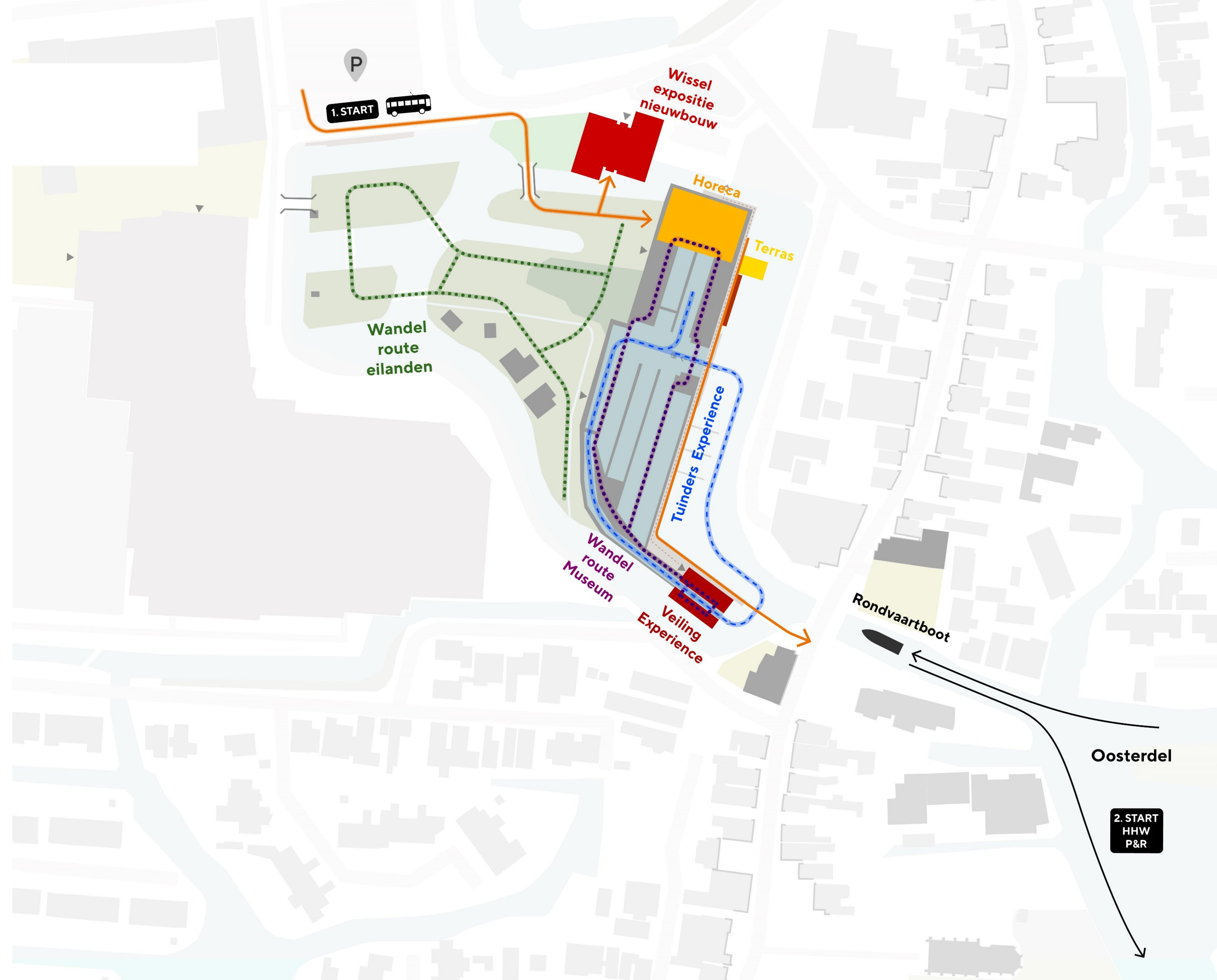
Bij de museumobjecten hoor je tuinders praten over hun werktuigen.

Horeca

Dorpsstraat

Groepsbezoek

1. Afzetplek bus
2. P&R Heerhugowaard



Groepsbezoek



Op dit pluk-eiland mag je groenten komen oogsten voor thuis.



Loop over het buitenterrein en ontdek de smidse en de museale installaties



Projecties van archiefbeelden tonen een drukke veildag.



Gastvrije entree via de nieuwe brug

Eventueel in te richten voor lunch met grote groepen.

Bezoek de tijdelijke tentoonstelling

Wissel
expositie
nieuwbouw

In de vertical farm leer je hoe groenten in de toekomst geteeld worden.



Ontdek hoe er dankzij zaadveredeling steeds nieuwe groenten worden ontwikkeld.

Neem plaats in de rondvaartboot en ontdek het Oosterdelgebied



Wandel
route
eilanden

Bij de museumobjecten hoor je tuinders praten over hun werktuigen.

Krijg uitleg bij de museale botencollectie



Kleinere groepen worden door de veiling gevaren en bieden hun groenten aan als tuinder.

Wandel
route
Museum

Veiling
Experience

Rondvaartboot

Neem plaats in de banken en bied op groenten als een echte koopman



**Verbonden met
omgeving**

Een groene long voor Dijk en Waard

Een nieuwe gemeente krijgt een eigen verhaal

Op 1 januari 2022 fuseren gemeenten Heerhugowaard en Langedijk. Een grote gemeente met 86.000 inwoners zal ontstaan. Een gemeente met stedelijke kenmerken gelegen in een landelijk gebied. Een gemeente bestaande uit twee kernen die met de rug tegen elkaar aan liggen en worden gescheiden door spoor en water. Tenzij je het anders bekijkt.

Midden tussen de voorziene moderne uitbreiding (hoogbouw) van Heerhugowaard en het oude centrum van Langedijk ligt een bijna ongeschonden groen gebied. Het gebied is nu moeilijk toegankelijk en slecht bereikbaar. Maar wat als je dat gebied toegankelijk maakt. Dan krijgt de nieuwe gemeente opeens een **Groene long omringd door een oude kern en moderne stad.**

Deze long is niet alleen een interessant natuurgebied. Het heeft vooral een belangrijke **cultuurhistorische waarde**, het vertelt het verhaal van de regio, het geeft de **gemeente identiteit**.



Verbonden met de nieuwe gemeente

Heerhugowaard met zijn nieuwe skyline presenteert zich straks aan het Oosterdelgebied. Met bijvoorbeeld een nieuwe brug en uitzichtpunt, bereikbaar direct vanaf station Heerhugowaard, **presenteert het Oosterdelgebied zich aan Heerhugowaard**. Vanaf deze zijde wordt het gebied daarmee toegankelijk gemaakt voor wandelaars die een rondje Oosterdel willen wandelen.

Ook is het mogelijk om hier op de groepsrondvaart of individueel op de boot te stappen, en via het water het gebied en het museum te gaan ontdekken. Zo wordt de nieuwe gemeente veel beter **ontsloten met het Oosterdelgebied**. De randen van het Oosterdel gebied, aangrenzend aan het kanaal, kunnen geactiveerd worden door middel van bijvoorbeeld een extra wandelrondje waardoor je net iets meer het Oosterdel gebied kan ervaren.

Zo kunnen alle **belangrijke plekken** rondom het Oosterdelgebied ook geactiveerd worden zoals de molen, de nieuwe en oude haven maar ook Veldzorg. Ook zou het een kans zijn om een aantal **pop-up eilanden** aan te wijzen die op passende wijzen geprogrammeerd kunnen worden en tijdelijk een extra beleving aan het gebied te geven.



Museum - Oosterdel

Het Oosterdelgebied is een bijzonder gebied in cultuurhistorisch opzicht maar het is ook een **kwetsbaar** gebied. Het is daarom van belang dat het gebied verder ontwikkelt wordt waarbij een **balans** wordt gevonden tussen natuur, recreatie en erfgoed. Dit wordt uitgewerkt in separaat project **Toekomstbestendig Oosterdel**.

Het museum en het Oosterdel gebied zijn **onlosmakelijk** met elkaar **verbonden**. Het museum kan de cultuurhistorische waarde van het gebied duiden en tegelijkertijd bezoekersstromen reguleren.

In samenspraak met Museum, Staatsbosbeheer, Gemeente, Veldzorg en bewoners kan worden afgestemd: Wát voor boten er varen, wáár de boten varen, op welke tijden de boten varen en hoeveel boten er tegelijkertijd in het gebied zijn.

Op deze manier kan het Oosterdel gebied op verantwoorde wijze worden ontsloten zodat men wel kan genieten van dit mooie gebied maar dit niet ten koste gaat ván het gebied.

Daarnaast kan gedacht worden het heffen van een extra **toeslag** die vervolgens geïnvesteerd kan worden in het onderhoud van de oevers.





WINKEL CENTRUM

VEILING

VELDZORG

OUDE HAVEN

SCHUITENHELLING

SLUIS

POP UP

POP UP

ROEIVERENIGING

KANOOWAARD

NIEUWE HAVEN

POP UP

UITZICHT

BOTENVERHUUR

MOLEN

P+R

P+R

STATION

Succesfactoren

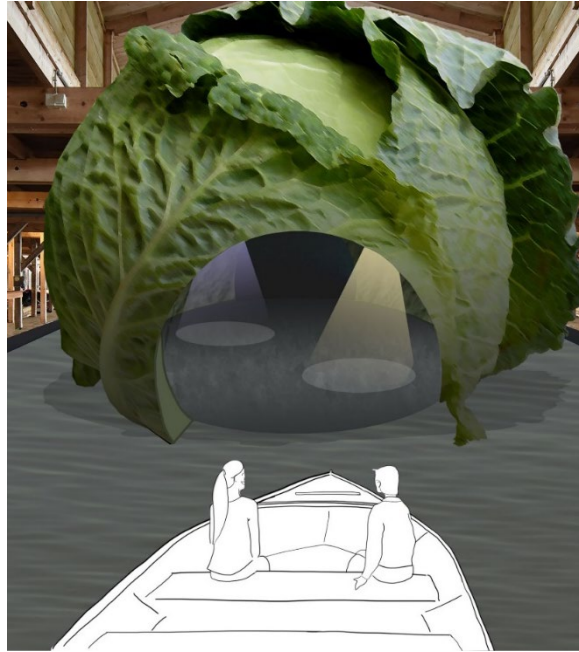
Samengevat

Het concept **erVAARing** vormt de kern van de visie om van museum BroekerVeiling een toekomstbestendig museum te maken met lokale verankering en regionale aantrekkingskracht:

- **Lokale verankering.** Dit wordt geborgd doordat het museum en het omliggende terrein fysiek beter worden ontsloten, en doordat het museum een vitale plek wordt van en voor de gemeenschap. Het wordt een ontmoetingsplek voor bewoners en vrijwilligers; een plek waar het lokale verhaal wordt verteld aan de hand van tijdelijke tentoonstellingen van lokale verenigingen, ondernemers, instellingen, bedrijfskringen; en een educatieve plek waar scholen en bedrijfsleven elkaar kunnen vinden op het thema groente.
- **Regionale aantrekkingskracht.** Dit is gewaarborgd door een unieke museaal ervaring te bieden (de erVAARing); door een bovenlokaal verhaal te vertellen over innovatie in groente en tuinbouw; door regionaal samen te werken op het gebied van cultureel toerisme; en door aansluitingsmogelijkheden (b.v. meetingpoint, vergaderplek, leerplek, performance en sponsorproposities) te bieden voor het regionale bedrijfsleven.
- **Verschillende doelgroepen.** Het concept is geschikt om een diverse groep bezoekers te trekken door in te zetten op drie hoofdstromen: individueel bezoek per boot (gezinnen met kinderen), individueel bezoek lopend (gezinnen met kinderen en senioren), en groepsbezoeken (senioren).
- **Participatie.** Het concept is tot stand gekomen door nauwe samenwerking en afstemming tussen museum en gemeente, aangevuld met gesprekken en participatie sessies met belanghebbenden, ondernemers en bewoners (zie bijlage).



Succesfactoren



Bovenlokale aantrekkingskracht

De BroekerVeiling wordt een unieke en authentieke erVAARing, die voldoende bezoekers trekt om het museale verhaal op een professionele manier uit te dragen.



Museum als Ontmoetingsplek

De BroekerVeiling wordt een ontmoetingsplek, waar de bewoners van de nieuwe gemeente hun verleden met elkaar delen en zo de identiteit van Dijk & Waard versterken.



Bijdrage regulering Oosterdelgebied

Doordat alleen vergunningshouders en de boten die via het museum gehuurd worden in het Oosterdel mogen varen kan je controle uitoefenen op de hoeveelheid boten in het gebied, de vaarroute, en het tijdstip waarop de boten mogen varen (dus geen overlast in de avonden).



Nieuw hart voor Dijk & Waard

Het Oosterdel wordt het hart van de nieuwe gemeente, toegankelijk vanaf kant van Heerhugowaard. Met een verkenning naar de mogelijkheid tot een nieuwe brugverbinding.



Aanjager gebiedsontwikkeling

Het museum is een placemaker die het gebied een open, vitale plek maakt waar station, centrum en Oosterdel verbonden worden. Het museum wordt aanjager van partners en ontwikkelingen in het gebied en fungeert als knooppunt in de gebiedsontwikkeling.



Toekomstbestendig business model

Het concept leent zich voor een business model dat financieel en organisatorisch haalbaar is en kan rekenen op draagvlak.



Vrijwilligers en vrienden

Museum BroekerVeiling wordt gesteund door een groep van 200 actieve vrijwilligers en meer dan 900 vrienden. Een stuwende kracht van doeners en ambassadeur.

Verkenning uitvoering

Inleiding

Met de gepresenteerde toekomstvisie van scenario 2 is een belangrijke stap gezet op de vaarroutekaart richting versterking en ontwikkeling van Museum BroekerVeiling als lokaal museum met regionale aantrekkingskracht. In het komende deel duiken we dieper in op de vraag hoe de visie gerealiseerd kan worden, vanuit het oogpunt van financiën, organisatie en planning. Het doel is dat er op basis van zowel de visie als de verkenning voor de uitvoering, begin 2021 een keuze en besluit gemaakt kan worden over de toekomst van Museum BroekerVeiling.

Opzet

We starten de verkenning van de uitvoering met een analyse van de sterke en zwakke punten van de huidige bedrijfsvoering van het museum. De volgende stap is een context analyse. Deze bestaat ten eerste uit een beschrijving van het huidige krachtenveld rondom het museum zodat we beter grip krijgen op mogelijkheden en kansen in samenwerking. Ook geven we een beeld met prioritering van huidige samenhangende ontwikkelingen, waar het Museum bij kan aanhaken, of als aanjager kan optreden, in de nabije -en mediumlange toekomst.

Op basis van het huidige business model, de context analyse en het concept achter scenario 2, hebben we de vaarroutekaart op weg naar verdere realisatie uitgedacht. Dit hebben Studio Louter, MUST en de Wolf Groep gedaan in nauw overleg met het museum, en in samenwerking met het kernteam en de klankbordgroep. In het komende deel laten we de impact van scenario 2 zien op de bedrijfsvoering, organisatie en financiën. Deze hebben we uitgewerkt in een bedrijfsmodel, exploitatiemodel, verkenning van de uitvoering, mogelijke planning en aangepaste vaarkaart.



Overzicht huidig businessmodel

Huidig businessmodel

Het huidige bedrijfsmodel van Museum BroekerVeiling is indrukwekkend. Zoals in het Business Model Canvas hier te zien is, draait het model nu voornamelijk op ondernemingskracht. Met een kleine staf en veel vrijwilligers, weinig subsidie in vergelijking met soortgelijke musea weet het relatief veel bezoekers te trekken (50.000). Maar doordat er geen ruimte is voor investeringen in gebouw en (regionale) programmering, is het model niet rendabel op de lange termijn. Het gevaar dreigt dat het terugglijdt naar een vrijwilligersmuseum met circa 20.000 bezoekers, met verlies van kernwaarden. In deze tijden van COVID-19, waarin er minder bezoekers zijn, zie die je dat het model meteen kraakt.

De voornaamste knelpunten zijn:

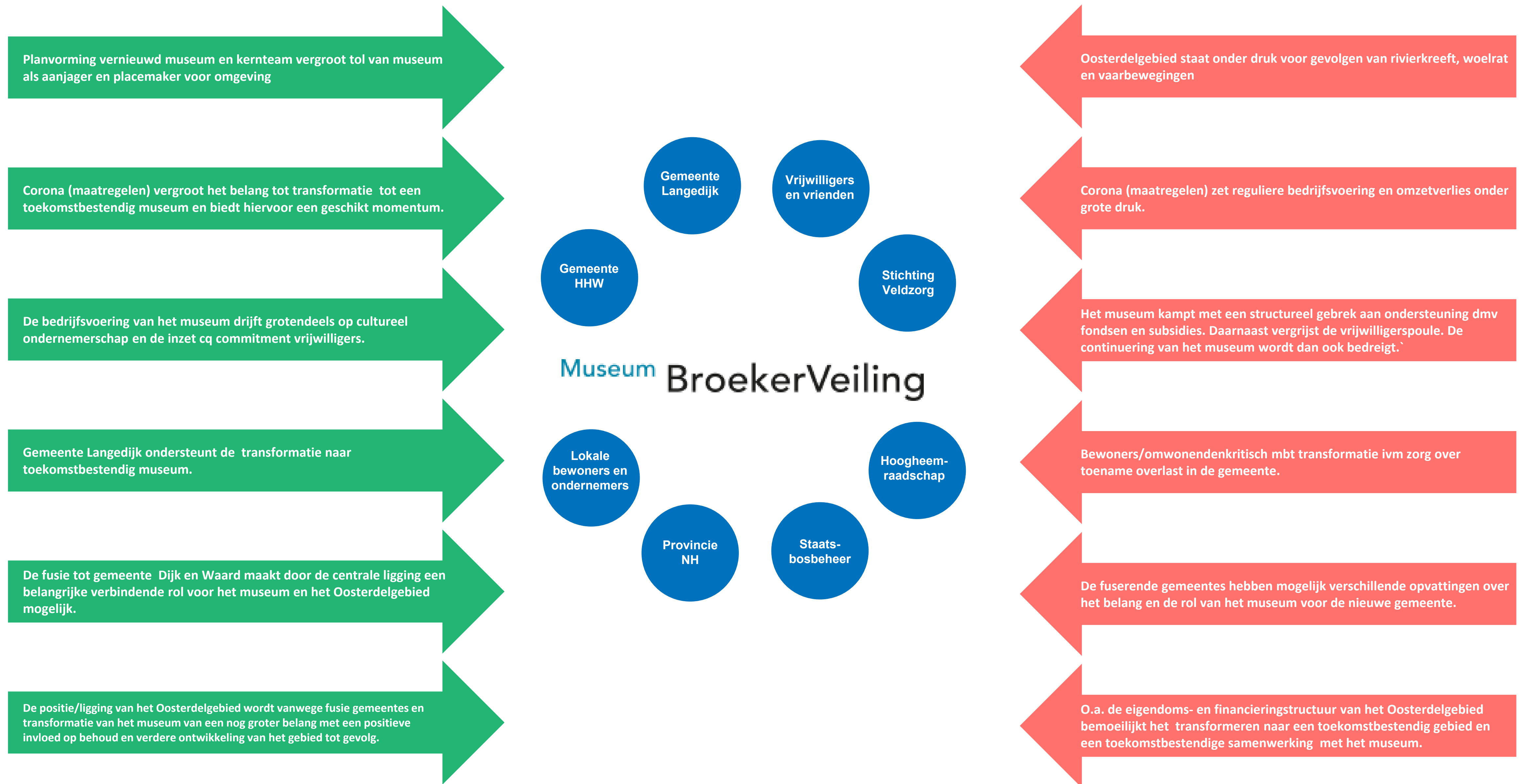
- Te weinig investeringskracht in onderhoud, collectie en museale programmering.
- Gefragmentariseerd aanbod van functies en ervaringen
- Verouderde museale tentoonstelling
- Te weinig betalende bezoekers
- Kleine, overbelaste staf
- Onbenutte kansen tot samenwerking met partners in omgeving
- Lage subsidie inkomsten ten opzichte van museale benchmark

Gebaseerd o.a. op bijeenkomst met MBV op dd. 21 dec. 2020.

<p>Belangrijkste partners</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeente Langedijk • Gemeente Alkmaar (kaasmarkt) • Lokale ondernemers, o.a. Groot & Slot • Veldzorg • Diverse fondsen: <ul style="list-style-type: none"> • Rotary club • Rabobank • NH1816 • Stichting Lief Langedijk 	<p>Kernactiviteiten</p> <p><i>Primair:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Museaal aanbod • Bootverhuur • Evenementen en –zaalverhuur • Veilen <p><i>Secundair:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Monument beleving • Kleinschalige horeca • Educatie • Winkel 	<p>Waardepropositie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Origineel en veelzijdig dagje uit. • Opdoen kennis over geschiedenis verbouwen van en handel in groente. • Beleving combinatie natuur en cultureel erfgoed/Rijksmonument. • Reenacting veiling/handel • Varen door en ontspannen in dijkdorp en Oosterdelgebied • Zingeving voor vrijwilligers. • Activiteitenprogramma voor kinderen. • Klimmen/Klauter speeltuin in gebouw en buiten • Horeca in het Rijksmonument met uitzicht op uniek botenhuis. Tevens terras in de buitenruimte/tuin. • Educatief programma. 	<p>Klantrelatie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periodieke samenwerkingen met: <ul style="list-style-type: none"> • Scholen • Touroperators • Vriendenvereniging • Vrijwilligersvereniging 	<p>Klantsegmenten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Georganiseerd groepsbezoek (vaak ouderen) • Touroperators/Bedrijven/ Familiegroepen/Scholen • Individuele bezoekers; gezinnen met kinderen • Toeristen die aan de kust in NH zitten • Vriendenvereniging (vaak bewoners) • Verenigingen (vanwege zaalverhuur) • Lokale bewoners (pietenavond)
<p>Kostenstructuur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personeel • Gebouw onderhoud en huur • Organisatie • Programmering • Marketing • Onderhoud en afschrijvingen boten 		<p>Inkomstenstromen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaartverkoop • Bootverhuur Horeca inkomsten • Vergaderruimte verhuur • Evenementen • Beheerfee Gemeente • Winkel en veilen • Sponsoring / giften 		

Context analyse: krachtenveld

Museum BroekerVeiling opereert niet in een vacuüm. Het bevindt zich in een krachtenveld van ontwikkelingen, belangen en partners. In het schema hieronder zijn de belangrijkste weergegeven.



Context analyse: belangrijke externe ontwikkelingen

Naast inzicht in de huidige businesscase en het krachtenveld, is het noodzakelijk om te kijken naar de kansen en bedreigingen omtrent de voornaamste beleidsmatige, planmatige en cultureel-toeristische ontwikkelingen in de omgeving van Museum BroekerVeiling. Deze zijn hieronder weergegeven.

1. Sloepennetwerk Provincie NH.

Kans om aan te sluiten bij het sloepennetwerk van de Provincie NH met betrekking tot 'cultureel varen' en de 'zwerftocht'. Cultureel varen heeft betrekking op de samenwerking tussen 4 musea in Noord-Holland. Bezoekers kunnen met een authentieke (maar wel elektrisch aangedreven) akkerschuit varen naar 4 verschillende musea. De zwerftocht heeft betrekking op het aanbod om meerdaagse tochten te maken met authentieke akkerschuit en te overnachten in hotels en bed&breakfasts die gelegen zijn aan het water en beschikking hebben over oplaadpunten.

2. Fusie gemeente Langedijk en HHW

Kans om het museum en het gebied Oosterdel te omarmen en te zien als het groene en cultuurhistorische hart van de nieuwe gemeente Dijk en Waard.

3. Ontwikkelingen rondom stationsgebied Dijk en Waard

Kansen om te komen tot een goede ontsluiting tot het museum en het gebied Oosterdel in combinatie met het openbaar vervoer. Stationsgebied is ov-knooppunt aan de Zaancorridor, dit biedt kansen voor een betere bereikbaarheid vanuit Amsterdam (MRA) en samenwerking met musea langs het spoor (Zaanse Schans, Castricum, Alkmaar binnenstad). Station Dijk en Waard krijgt ook typologie van Buitenpoort, dat wil zeggen: startpunt om van het buitenleven te genieten.

4. Project Westdijk/haven HHW (Broekhorn)/ kanaalzone

Westdijk is onderdeel van het hart van de nieuwe gemeente. Westdijk aan het Kanaal Alkmaar-Kolhorn vormt de schakel tussen stationsgebied en Haven Broek op Langedijk – Oosterdelgebied – Museum BroekerVeiling. Westdijk biedt kansen als opstappunt voor een bezoek aan Museum, te voet, met de fiets of over water. Kans: verhuur akkerschuiten/kano's/sub. Aanhaken bij cultureel varen.

5. Revitalisatie Havengebied

Kans voor bewerkstelligen van een visitekaartje aan het kanaal voor een bezoek aan cultuurhistorisch Langedijk, inclusief museum. Goede bewegwijzering en informatieborden. Onderdeel van het plan revitalisatie havengebied zijn de ontwikkelingen rondom haven/sluis Broek op Langedijk. Dit biedt kansen om het havengebied met 'lichte' horeca en verhuurmogelijkheden boten te koppelen aan MBV.

6. Toekomstbestendig Oosterdelgebied

Gevaar/risico beperken vaarbewegingen door schade aan eilanden. Bewoners rond Oosterdel/Schapenland nadrukkelijk betrekken bij de nieuwe ontwikkelingen. Momenteel wordt een onderzoek afgerond in opdracht van Stichting Veldzorg met betrekking tot de afkalvende oevers in het Oosterdelgebied. Er wordt nu gesteld dat de rivierkreeft niet de (enige) veroorzaker is van de problemen met de oevers. Stap 1: Redding Oosterdel bestaat uit een probleemanalyse en onderzoek naar herstel mogelijkheden. Stap 2: Toekomstbestendig Oosterdel heeft als doel om belanghebbenden te verenigen rondom het maken van een plan voor toekomstbestendig Oosterdel.

Context analyse: belangrijke externe ontwikkelingen

7. Herstel historische vaarverbindingen (LOMW) en haalbaarheidsonderzoek

Verkennen kansen volgend uit het haalbaarheidsonderzoek naar nieuwe verbindingen tussen buiten- en binnenwater in Noord- en Zuid-Scharwoude en Sint Pancras (LOMW): biedt kansen voor uitbreiding van een bezoek aan het Museum: na een museumbezoek een dagje uit varen in Langedijk; over water, langs historische plekken in Noord- en Zuid-Scharwoude en Sint Pancras. Het biedt ook kansen voor een betere bereikbaarheid van het museum (restaurant) voor inwoners en bezoekers van buiten de gemeente over water.

8. Vaarbeleid Gemeente Langedijk (evt icm Langedijk Ontwikkelt met Water)

Risico/gevaar van beperkende maatregelen onder druk van bewoners. Zorgen bestaan bijvoorbeeld uit een toename van het bootbezit en daardoor drukte rond MBV en steeds minder ruimte om te manoeuvreren rond Afmijnlokaal. Kans: MBV pakt nu al voortrekkersrol, waarbij ze de duurzaamheid bij alle ontwikkelingen voorop kan blijven stellen. Actie: Laten zien dat MBV stappen maakt (elektrische verhuurschuitjes + open rondvaartboot). In de vaart nemen open rondvaartboot + elektrische akkerschuiten (april 2021) aangrijpen voor publiciteit. Alles in het werk stellen om in april 2022 een dichte rondvaartboot elektrisch te hebben.

9. Horeca/horecabeleid Langedijk

Verkennen van de gevolgen/mogelijkheden van het (nieuwe) horecabeleid voor de ambities van MBV vrij toegankelijke horeca te starten? Denk aan naast een mogelijk innovatief groenterestaurant bijvoorbeeld ook aan horeca voor bezoekers van het winkelcentrum BroekerVeiling.

10. Samenwerking eigenaar winkelcentrum Broekerveiling

Gezien de voorgestelde opening vanaf het winkelcentrum naar het museumterrein is verder overleg noodzakelijk met de eigenaar van het winkelcentrum. Agendapunten zijn o.a. het feit dat tussen het plein en de gewenste opening een aanvoerroute loopt van supermarkten en andere winkels.

11. Samenwerking met Alkmaar

Alkmaar is op altijd op zoek naar mogelijkheden om toeristen meer te bieden dan alleen de Kaasmarkt op vrijdagmorgen. Dat kan een bedreiging zijn, maar zeker ook een kans. Momenteel werkt MBV al samen rondom de kaasmarkt. Iedere vrijdagmorgen varen vrijwilligers met akkerschuiten en kloetschuiten naar Alkmaar.

Overzicht toekomstbestendig businessmodel

Toekomstbestendig business model

Op basis van het huidige business model, de context beschrijving en het concept achter scenario 2, hebben we gezamenlijk met het kernteam een nieuw businessmodel ontwikkelt.

Dit model bouwt voort op het huidige model, maar verschilt op enkele belangrijke punten:

- Betere waardepropositie door erVAARing en nadruk op lokaal sociale programmering
- Integraler aanbod waar alle functies en belevenissen samenkomen tot 1 ervaring
- Hogere individuele aantrekkingskracht per functie
- Verhoogde inkomstenstromen door meer regionale betalende bezoekers en extra overheidssubsidie
- Sterkere verbinding met Oosterdelgebied en met partners zoals Staatsbosbeheer
- Geprofessionaliseerde organisatie
- Meer nadruk op communicatie en marketing
- Sterkere horeca functie
- Ontzorging kosten gebouw

<p>Belangrijkste partners</p> <p><i>Primair:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeente Dijk & Waard • Gemeente Alkmaar (kaasmarkt) • Lokale ondernemers, o.a. Groot & Slot • Veldzorg • Staatsbosbeheer • Hoogheemraadschap • Provincie Noord-Holland (Loods herbestemming) op gebied van cultuur, duurzaamheid • Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord • Poldermuseum • Diverse fondsen (Rotary club, Rabobank, NH1816, Stichting Lief Langedijk) • Hogeschool InHolland (hogeschool in Alkmaar) • Terra Technica (school, kennisinstituut) 	<p>Kernactiviteiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Primair:</i> • Aanbieden museaal aanbod • Faciliteren en programmeren lokaal gemeenschapscentrum • Aanbieden Educatie / Campus activiteiten • <i>Secundair:</i> Bootverhuur Evenementen en –zaalverhuur Horeca 	<p>Waardepropositie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integrale ErVAARing opgebouwd uit op zichzelf aantrekkelijke functies: varend beleven door museum en gebied: • Lokale cultureel-sociale activiteiten • Origineel en veelzijdig dagje uit. • Opdoen kennis over geschiedenis verbouwen van en handel in groente. • Beleving combinatie natuur en cultureel erfgoed/Rijksmonument. • Reenacting veiling/handel • Varen door en ontspannen in dijkdorp en Oosterdelgebied • Zingeving voor vrijwilligers. • Activiteitenprogramma voor kinderen en scholieren • Klimmen/Klauter speeltuin in gebouw en buiten • Horeca in het Rijksmonument met uitzicht op uniek botenhuis. Tevens terras in de buitenruimte/tuin. 	<p>Klantrelatie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periodieke samenwerkingen met: <ul style="list-style-type: none"> • Scholen • Touroperators • Bedrijfsleven • Lokale bewoners • Vriendenvereniging • Vrijwilligersvereniging 	<p>Klantsegmenten</p> <p><i>Regionale bezoekers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Georganiseerd groepsbezoek (vaak ouderen) • Touroperators • Individuele bezoekers; gezinnen met kinderen • Toeristen die aan de kust in NH zitten • Verenigingen (vanwege zaalverhuur) <p><i>Lokale bewoners</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedrijven/Familiegroepen/ Scholen • Vriendenvereniging (vaak bewoners) • Lokale bewoners (pietenavond)
<p>Kostenstructuur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personeel • Organisatie • Programmering • Marketing • Onderhoud en afschrijvingen boten 		<p>Inkomstenstromen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaartverkoop • Bootverhuur • Horeca inkomsten • Vergaderruimte verhuur • Evenementen • Subsidie overheid / gemeente • Sponsoring / giften 		

Beschrijving toekomstbestendig businessmodel

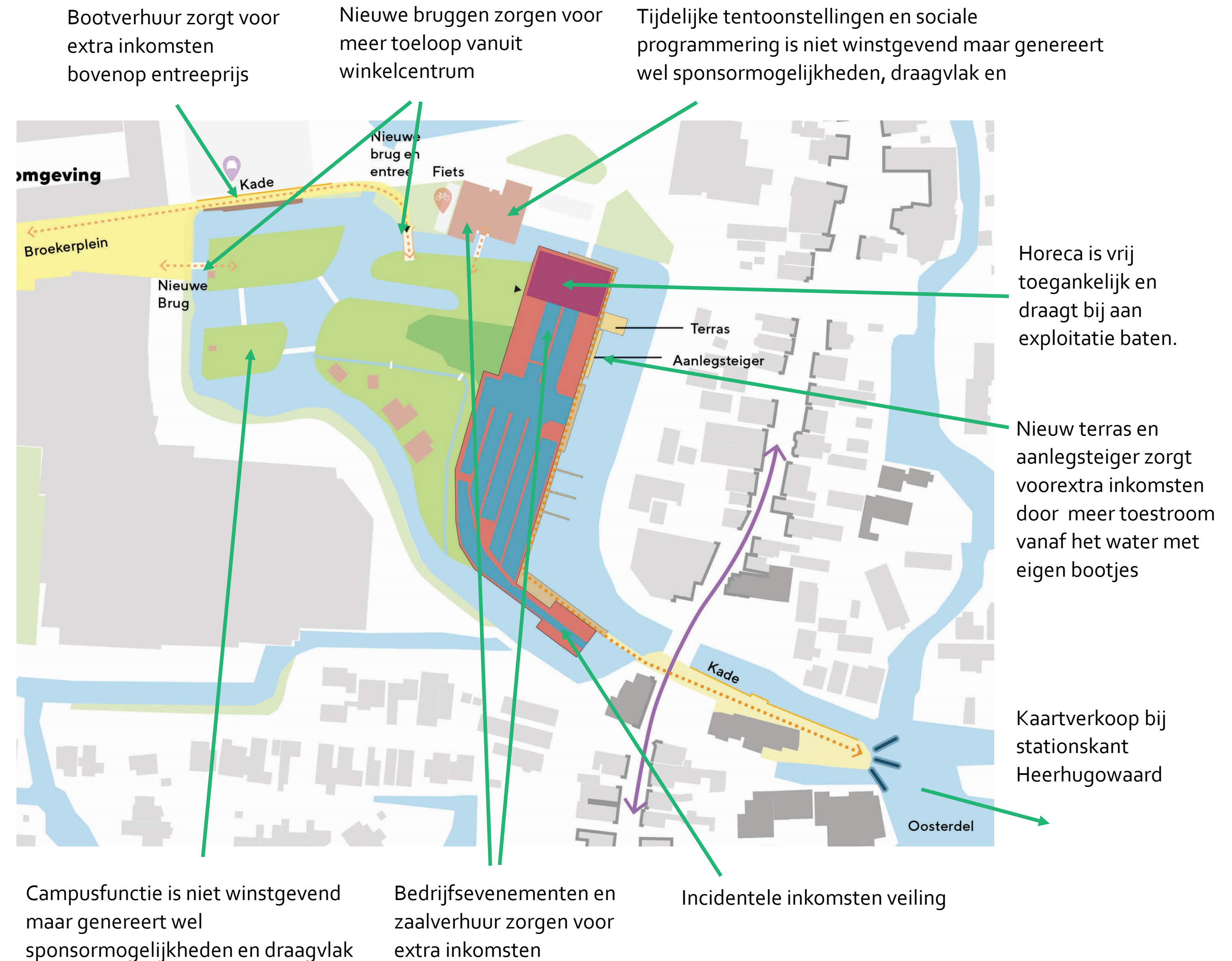
Het nieuwe business model gaat uit van een verbeterde waardepropositie door het aanbieden van de museale erVAARing en de expliciete verbinding met het Oosterdelgebied, zodat er een regionale aantrekkingskracht is op bezoekers.

Het gaat uit van een integraal aanbod van op zichzelf sterke en aantrekkelijke functies, die samenkomen in een ervaring met een duidelijk onderliggende concept – de erVAARing. De inhoudelijke boodschap en museale beleving staat hierbij voorop, en wordt als zodanig weer de kernactiviteit van het museum.

Gekoppeld met versterkte verbinding met het centrum van Broek op Langedijk en Heerhugowaard (o.a. via stationskant), zal dit leiden tot meer betalende bezoekers.

Deze verhoogde inkomstenbron wordt in dit model verder aangevuld met inkomsten uit horeca, sponsoring, evenementen en extra overheidssubsidie, zodat er voldoende slagkracht is om te blijven investeren in een professionele organisatie, onderhoud van collectie en rijksmonument en een lokaal sociale programmering zonder afbreuk te doen op de omgeving als gevolg van massatoerisme.

Het model zorgt zo voor behoud van de kernwaarden, kan bijdragen aan het behoud en de leefbaarheid van de omgeving, en zorgt voor lokale relevantie en draagvlak; het heeft een open karakter naar de gemeenschap toe en fungeert als het hart van de nieuwe gemeente Dijk & Waard.



Horeca

Voor de horeca in het museum zijn er verschillende exploitatie mogelijkheden.

Een optie kan zijn om de exploitatie van de horeca als onderdeel van museum broekerveiling te houden. In deze exploitatievorm zijn er twee mogelijkheden:

- uitbesteden in de vorm van een management contract: degene die binnen de het museum verantwoordelijk is voor de horeca, besteedt de horeca uit aan een professionele partij. De stichting betaalt een vast bedrag per jaar als management vergoeding, de winst- of het verlies van het horecagedeelte is voor de Stichting.
- Eigen beheer: het museum neemt personeel en vrijwilligers aan welke de horeca runnen.

De eventuele winst blijft binnen het museum of wordt geïnvesteerd de horeca. Een andere optie is dat het museum over gaat tot het verhuren of verpachten van de exploitatie van de horecafaciliteiten aan een losse exploitant. Deze commerciële partij is verantwoordelijk voor hun eigen exploitaties en dragen een marktconforme huur af aan het museum.

Het is niet wenselijk om via het museum ook mogelijke zelfstandige museum horeca te subsidiëren. Wat het geval zou kunnen zijn als de horeca onderdeel van dezelfde organisatie/boekhouding als het museum is. Immers de gemeente geeft in deze situatie subsidie aan 1 horecagelegenheid in de gemeente, terwijl de andere horecagelegenheden in dezelfde gemeente geen subsidie krijgen.

Bij een structurele subsidie aan het museum is het zuiverder om de zelfstandige horeca een aparte entiteit te laten zijn (bijv. bv). Hierdoor ontstaat er een subsidierelatie met de stichting, maar niet met de horeca entiteit.

Financiële onderbouwing

Inleiding

Voor het opstellen van de businesscase en inzichtelijk maken van de haalbaarheid van het vernieuwde Museum BroekerVeiling en het nieuwe concept erVAARing maken wij in eerste instantie onderscheid in:

- *De eenmalige kosten* die betrekking hebben op de transformatie van het huidige museumconcept naar de erVAARing en
- *De jaarlijkse exploitatie* (kosten en baten) van het museum na de bovenstaande eenmalige investering voor de transformatie naar erVAARing.

Dit onderscheid is gemaakt omdat financiering van de eenmalige kosten in ons voorstel op een andere wijze gaat plaatsvinden dan de jaarlijkse kosten en baten.

Wij beschrijven in paragraaf 1 allereerst de belangrijkste uitgangspunten voor een gezonde nieuwe exploitatie. Dit heeft betrekking op zowel de eenmalige kosten als de jaarlijkse kosten en baten. In de daarop volgende paragraaf 2 worden de eenmalige kosten en in paragraaf 3 de jaarlijkse kosten en baten nader beschreven en toegelicht.

In paragraaf 4 wordt nog ingegaan op de periode tussen nu en de totale transformatie naar het concept erVAARing. In deze periode van enkele jaren zullen er eenmalige en jaarlijkse investeringen worden gedaan en zal er gegroeid worden van het huidige aantal bezoekers naar 100.000 waarvan 75.000 betalend. Dit vraagt qua financiering om afstemming tussen de gemeente en het museum.



1. Belangrijke uitgangspunten voor een gezonde exploitatie

In deze paragraaf geven wij een toelichting op een vijftal belangrijke uitgangspunten voor een gezonde exploitatie.

- **Eigendom vastgoed:** Het vastgoed wordt/blijft eigendom van de gemeente en wordt voor 1 euro per jaar beschikbaar gesteld aan het museum. De gemeente koopt bijvoorbeeld de nieuwbouw van de stichting voor de oorspronkelijke stichtingskosten uit 2009 (circa 3 miljoen euro). De gemeente zorgt daarna voor het groot onderhoud van het gehele complex (oudbouw veiling (monument) en nieuwbouw)). Huisvesting is hierdoor geen zorg voor het museum meer. De stichting heeft nu nog een hypotheek van circa 500.000 euro.

Met de overname van de nieuwbouw kan het museum zich weer richten op zijn kerntaken, is de benodigde eenmalige investering gedekt, en krijgt de gemeenschap een gebouw terug dat kan worden gebruikt voor sociale en culturele activiteiten.

- **Financiering eenmalige kosten:** De eenmalige kosten worden in 1 keer gefinancierd. De wijze van financiering moet nog worden uitgewerkt, maar mag geen negatief effect hebben op de hieronder beschreven jaarlijkse exploitatie. Het is voorstelbaar dat het museum de eenmalige kosten van circa 2,95 miljoen euro financiert uit de verkoopopbrengst van de nieuwbouw. Mocht dit niet voldoende zijn, dan zijn er drie mogelijkheden:
 - Het verschil kan extern gefinancierd worden (extra jaarlijkse lasten!)

- De gemeente/provincie/rijk draagt eenmalig bij (lijkt een logische optie)
- De kosten worden aangepast aan de beschikbare middelen door fasering/versoberen of aanpassen van de plannen (liever niet)
- **Fasering eenmalige kosten:** De investering van circa 2,95 miljoen euro kan gefaseerd plaatsvinden, maar het zwaartepunt zal in de eerste jaren van transformatie liggen. Er moet immers iets worden neergezet om de verwachte 175.000 betalende bezoekers te kunnen realiseren.
- **Bijdrage gemeente:** Voor een gezonde exploitatie is het noodzakelijk om een substantiële bijdrage te ontvangen vanuit bijdragen en subsidies. Dit blijkt ook uit de benchmark analyse van het museumveld (*zie ook de presentatie van Franklin van der Pols 2020, kerngegevens uit de MuseumPeil 2019 en Museana 2018*). Hier is in terug te zien dat vergelijkbare musea circa 50% van de inkomsten uit subsidie ontvangen. Uit de cijfers die verderop uiteengezet worden komt deze business case uit op bijdrage van circa 0,6 miljoen euro. De hoogte van dit bedrag is bepaald als resultante van de nu bekende en geraamde jaarlijkse kosten, een zo realistisch mogelijke inschatting van de overige inkomsten en een sluitende exploitatie. Het bedrag is circa 36% van de totale verwachte jaarlijkse inkomsten. Dit percentage is lager dan de orde van grootte van dat geen wat gangbaar (circa 50%) is in museumland.
- **Personeelskosten:** De personeelskosten zijn gebaseerd op het nieuwe concept de "erVAARing".

2. Financiële onderbouwing – eenmalige kosten

Eenmalige kosten	Bedrag
Museale herinrichting + aanpassen lighallen	€ 1.300.000
Extra kosten marketing en communicatie nieuwe museum	€ 100.000
Aanschaf 15 nieuwe elektrische bootjes	€ 225.000
Bijdrage in het elektrisch maken rondvaartboot	€ 150.000
Aanpassing gebouw t.b.v. horeca/groepen/shop	€ 400.000 + PM
Herinrichting terrein	€ 675.000
Investerings in het omliggende gebied	€ 100.000
Overige investeringen omliggende gebied	PM
Kwartiermaker (extern)	50.000
Totale eenmalige kosten	€ 3.000.000 + PM

Toelichting

- Voor het opzetten van de nieuwe tentoonstelling is een eerste globale inschatting door Studio Louter gemaakt. Deze is gebaseerd op het concept erVAARing. Deze gaat uit van 600.000 euro voor 8 museale binnen installaties, 100.000 euro voor 2 museale buiteninstallaties, 30.000 euro voor devies op de boten, en 150.000 euro voor verlichting/verduistering van de lighal. De bouwkundige aanpassingen voor het varen zijn PM. Voor het gebouw de Toekomst zijn de te verwachten kosten 150.000 voor de lokale/regionale tentoonstellingsruimte en 50.000 voor de educatieve ruimte. Daarnaast houden we rekening met een post onvoorzien van 20%.
- Bij een nieuw concept, hoort ook extra marketing en communicatie. Wij ramen deze kosten voor de eerste twee jaar op een eenmalige post van 100.000 euro. Dit bedrag is grofweg te verdelen in 50% advisering en 50% materiaal/publiciteit. In de exploitatie wordt straks jaarlijks rekening gehouden met een continue aandacht voor marketing en communicatie (geraamd bedrag 100.000 euro per jaar)

- Het concept erVAARing is gebaseerd op het gebruik van circa 25 bootjes (10 bestaande boten en 15 nieuwe boten). De aanschaf hiervan wordt geraamd op 15.000 euro per bootje. De kosten zijn nu nog voor 100% meegenomen in de eenmalige kosten. Het is misschien mogelijk om deze aanschaf te laten sponsoren. Dit scheelt in ieder geval in de kosten van aanschaf en misschien ook in het beheer en onderhoud. In de jaarlijkse exploitatie kosten is ook rekening gehouden met 1.000 euro per jaar per bootje voor onderhoud en afschrijving.
- Naast de 25 bootjes zijn er ook 2 rondvaartboten. De open rondvaartboot wordt momenteel omgebouwd naar elektrisch (kosten 80.000 euro). De tweede (dichte) rondvaartboot zou ook omgebouwd moeten worden. Voorlopig is hiervoor een bijdrage geraamd van 150.000 euro. Totale ombouwkosten naar elektrisch worden geraamd op 330.000 euro. Ombouwen naar waterstof is een duurdere optie die nu nog niet wordt meegenomen
- In de raming van de nieuwe tentoonstelling (1,3 miljoen euro) is rekening gehouden met het aanpassen van verlichting/verduistering van de hal. Er is in dit bedrag nog geen rekening gehouden met grote bouwkundige en technische aanpassingen. De vraag is ook: Wat mag er aangepast worden aan het monument? Wij hebben wel een stelpost meegenomen voor technische aanpassingen van het gebouw. Te denken valt aan de elektrische installatie, door vaarbaar maken, beveiliging, sanitair? Voorlopig is er samen met de diverse aanpassingen voor horeca een stelpost meegenomen van 400.000 euro.
- Het terrein rondom het museum wordt opnieuw ingericht en voorzien van twee nieuwe bruggen. Daarnaast is het gewenst om rondom het museum een (aanleg-)steiger te realiseren. (inclusief opstapplaats) Het in te richten gebied is ongeveer 15.000 m2 groot. De herinrichtingskosten schatten wij in op circa 200.000 euro voor de twee bruggen, 150.000 euro voor een steiger rondom/aanpassen bestaande steiger en 325.000 euro voor de herinrichting van het terrein/water en een drijvend terras.

2. Financiële onderbouwing – eenmalige kosten

- In het omliggende Oosterdelgebied zijn nu geen extra kosten geraamd (PM). Er zijn in de raming van het museale gedeelte wel twee installaties gepland en meegenomen in de geraamde eenmalige 1,3 miljoen. Voor het kunnen realiseren van een aanlegsteiger nabij het station Heerhugowaard, een bijdrage aan een uitzichttoren of brug is een bijdrage opgenomen van 100.000 euro. Wij stellen voor om samen met de gemeente afspraken te gaan maken over nut en noodzaak. De opgenomen bijdrage is waarschijnlijk niet kostendekkend.
- Voor de overige investeringen in het omliggende gebied zijn nu geen kosten geraamd. Er zijn echter wel wensen. Te noemen zijn:
 - Oversteek vanaf de krul (trekpontje/brug?)
 - Uitkijkpunt
 - Aanpassingen molen
 - Verhalende installaties verder in het gebied
 - Pop up eilanden

Dit zijn allerlei aanbevelingen/wensen die vanuit oogpunt museale verhaal gunstig zijn, maar buiten de invloedssfeer liggen qua financiën van het museum. Wij adviseren om deze wensen wel samen met het museum kenbaar te maken bij bijvoorbeeld overige subsidiegevers (Rijk/Provincie) en/of het bedrijfsleven.

3. Financiële onderbouwing – jaarlijkse exploitatie: kosten

Jaarlijkse kosten	bedrag
Huisvestingskosten	€ 100.000
Personeelskosten	€ 780.000
Marketing	€ 100.000
Organisatie/kantoorkosten/overige	€ 250.000
Jaarlijkse klein onderhoud gebouwen	€ 100.000
Jaarlijkse onderhoud/afschrijving boten	€ 100.000
Jaarlijkse onderhoud terrein	€ 50.000
Jaarlijkse update tentoonstelling	€ 75.000
Wisselende tentoonstelling/educatie	€ 120.000
Reservering nieuwe collectie	€ 100.000
Totale jaarlijkse kosten	€ 1.775.000

Toelichting

- Er van uitgaande dat de gemeente de gebouwen gaat verhuren voor 1 euro per jaar en ook het groot onderhoud voor haar rekening neemt, zijn er geen verdere huisvestingskosten geraamd. Onder post huisvesting staan de kosten voor energie, schoonmaak en beveiliging. Deze kosten zijn gebaseerd op huidige ervaringscijfers van het museum.
- De personeelskosten zijn 40% hoger dan de huidige/lopende begroting. Dit is te onderbouwen door de behoefte aan meer betaalde medewerkers en een intensievere begeleiding door het nieuwe concept. In deze kosten zitten niet de personele kosten van de horeca. Horeca is als een saldo meegenomen bij de baten.

- De jaarlijkse marketingkosten zijn geraamd op 100.000 euro. Deze kosten hebben betrekking op personele kosten en kosten materiaal. Voor de eerste twee jaar zijn eenmalig extra marketingkosten opgenomen. (zie eenmalige kosten)
- De organisatie, kantoorkosten en overige kosten bedragen in de huidige exploitatie ongeveer 175.000 euro. Deze hebben wij voor de voorliggende business case afgerond op 250.000 euro per jaar. Dit vraagt nog wel om verdere uitwerking.
- Het museum is verantwoordelijk voor het kleine onderhoud. Zij krijgt op dit moment 65.000 euro per jaar van de gemeente. Wij hebben dit qua jaarlijkse kosten verhoogd naar 100.000 euro. Er wordt geen aparte bijdrage meer geraamd (zie opmerking bijdrage gemeente)
- Voor de nieuw aangeschafte boten, de bestaande boten en de 2 rondvaartboten wordt jaarlijks 100.000 euro gereserveerd voor onderhoud en afschrijving.
- Het jaarlijkse onderhoud terrein wordt ingeschat op 50.000 euro per jaar. Dit zijn hoofdzakelijk personele kosten (zijnde 1 FTE). Misschien worden deze kosten anders wanneer het concept en het gebruik van deze buitenruimte verder is uitgewerkt.
- Voor de jaarlijkse update van de nieuwe tentoonstelling, een wisselende tentoonstelling en een reservering voor een nieuwe tentoonstelling over 10 jaar, wordt circa 295.000 euro geraamd/gereserveerd. Zie hiervoor de raming van Louter. Voor het kunnen vervangen van een groot deel van de tentoonstelling erVAARing over tien jaar wordt jaarlijks 100.000 euro gereserveerd. Dit is in de huidige exploitatie nul euro.

3. Financiële onderbouwing – jaarlijkse exploitatie: baten

Jaarlijkse baten	bedrag
Verkoop kaartjes	€ 675.000
Verhuur bootjes	€ 125.000
Veiling	€ 10.000
Winkel/merchandising/Horeca	€ 250.000
Exploitatie gebouwen/evenementen	€ 30.000
Bijdrage gemeente t.b.v. onderhoud	niet apart geraamd
Subsidies / bijdrage gemeente	€ 635.000
Sponsoring (nu 50.000)	€ 50.000
Totale jaarlijkse baten	€ 1.775.000

De jaarlijkse baten zijn gebaseerd op het nieuwe concept van 75.000 bezoekers

- Uit de verkoop van kaartjes verwachten wij 675.000 euro. (9 euro per kaartje)
- Uit de (separate) verhuur van circa 25 bootjes/rondvaartboot verwachten wij jaarlijks 125.000 euro.
- De opbrengsten van de veiling zijn ten opzichte van huidige exploitatiecijfers iets opgehoogd naar rato van het aantal bezoekers.
- In de nieuwe begroting is 1 post horeca/winkel en merchandising geraamd van 250.000 euro. Dit bedrag is bepaald op basis van en benchmark van de museum vereniging. Gangbaar is 16% van de totale inkomsten te ramen voor deze inkomsten. Wij zijn uitgegaan van 14%.
- Voor exploitatie gebouwen en evenementen is nu 30.000 euro geraamd. Dit is een voorzichtige inschatting en wordt nog verder uitgewerkt na meer zekerheid rondom het kunnen realiseren van het concept erVAARing.

- De gemeentelijke bijdrage in onderhoud is op nul gezet. Deze is straks onderdeel van de gemeentelijke bijdrage aan het totaal.
- Sponsoring is op 50.000 euro gezet. In de huidige exploitatie staat nu ook 50.000 euro onder het kopje sponsoring. Zie ook de opmerking "sponsoring bootjes". Hier valt nog te besparen op kosten en te winnen op baten. Sponsoring is exclusief de sponsoring van de grote rondvaart boot.
- Het voorliggende financiële plaatje is voor een belangrijk deel afhankelijk van subsidies/gemeentelijke bijdrage. Zoals gebruikelijk in museumland. De hoogte van het bedrag is een resultante van geraamde kosten en baten. In feite een "sluitpost" om tot een sluitende exploitatie te komen. De werkelijke hoogte zal natuurlijk afhankelijk zijn van de beschikbare middelen en het verder uitwerken van de kosten en andere baten. Dit zal verder besproken moeten worden. Ook in relatie tot mogelijke andere bijdrages en sponsoring: het concept zoals het er ligt vergroot de kansen op verhoogde sponsoring (50.000 euro) aanzienlijk, en ook additionele subsidies op provinciaal/regionaal niveau zijn te verwachten gezien het bovenlokale karakter van het concept.
- **De aldus berekende hoogte van bijdrage is circa 635.000 euro. Met dit bedrag wordt de toekomstbestendige exploitatie mogelijk gemaakt die lokale verankering, regionale aantrekkingskracht en museale professionaliteit waarborgt. Het bedrag is circa 36% van de totale verwachte jaarlijkse inkomsten. Dit percentage is lager dan de orde van grootte van dat geen wat gangbaar (circa 50%) is in museumland.**

De ramingen zijn gebaseerd op ervaringscijfers van Studio Louter, must, bureau Rekenruimte en het museum. Gezien de fase van planvorming is het logisch om een bandbreedte aan te houden van plus of min 15%

4. Periode vanaf nu tot moment van de totale transformatie

In de voorgaande paragrafen hebben wij inzichtelijk gemaakt wat de eenmalige kosten kunnen worden en hoe de toekomstige exploitatie er uit kan gaan zien. Het concept erVAARing zal echter in een aantal jaren ontstaan. Ook het groeien naar het aantal betalende bezoekers naar circa 75.000 zal een paar jaren gaan duren. De bovenstaande bedragen (circa 1,8 miljoen per jaar) zijn dus een indicatie van de toekomstige jaarlijkse kosten en baten van een nieuw museum over misschien vijf jaar. De hierin meegenomen jaarlijkse gemeentelijke bijdrage is dus een verwachte gemeentelijke bijdrage voor een nieuw museum over circa 5 jaar.

De eenmalige kosten zullen ook in een paar jaar gemaakt worden. Waarschijnlijk de eerste 2 tot 3 jaar van de hiervoor genoemde vijf jaar. Als er voldoende dekking is voor de benodigde eenmalige investering van circa 2,95 miljoen, gaan wij in vijf jaar groeien naar het nieuwe concept en dan zullen de nieuwe jaarlijkse kosten en baten van circa 1,8 miljoen gaan bedragen.

Omdat deze transformatie misschien wel vijf jaar gaat duren en qua start extra communicatie behoeft, hebben wij rekening gehouden met twee jaar extra inzet van marketing in de eerste transformatiejaren, maar hoe de jaarlijkse kosten en baten zich na de eenmalige investering van 2,95 miljoen werkelijk gaan bewegen is nu nog niet voorspelbaar. Kosten gaan vaak voor de baat uit, dus de gemeente moet rekening houden met een hogere jaarlijkse bijdrage in de eerste jaren. Dit verschil met de toekomstige bijdrage van circa 635.000 euro ontstaat vooral

doordat het bezoekersaantal nog moet groeien naar 75.000, maar de kosten (vooral personeel ...) wel gebaseerd zullen zijn op de nieuwe ambities. Misschien gaat het museum wel een periode gedeeltelijk dicht. Deze onzekerheid vraagt dus om afstemming tussen het museum voor wat betreft de balans tussen baten en kosten en de gemeente.

Stapsgewijze ontwikkelstrategie toekomstbestendig scenario

Om gestalte te geven aan scenario 2 in fases 2021-2030, is er een stapsgewijze ontwikkelstrategie nodig. Een strategie waarbij partners gezamenlijk, in eerste instantie onder leiding van het kernteam, tot een stapsgewijze implementatie van de plannen komen. De ontwikkelstrategie is onder te verdelen in de volgende hoofdonderdelen en doelstellingen:

Programma

Doel 1 – Toekomstbestendige visie Museum

Aanpak - Opdracht aan Studio Louter, MUST en de WOLFF Groep, die in samenwerking en afstemming met kernteam, klankbordgroep, (potentiële) partners en bewoners komen tot een advies en visie.

Doel 2 – Ontwerp museum, installaties en programma erVAARing

Aanpak – Opdracht uitschrijven en geven aan (consortium) van museaal en ruimtelijk ontwerpers om samen met MBV en kernteam visie verder uit te werken tot gedetailleerd Schets Ontwerp, Voorlopig Ontwerp en Definitief Ontwerp. Definitief Ontwerp geeft inzicht in aanpassingen gebouw, tentoonstellingen, inrichting buitenruimte en nieuwbouw, inrichting Oosterdelgebied, programmering en installaties.

Doel 3 - Introductie nieuw programma en functies

Aanpak – Gefaseerde introductie van nieuw programma en functies zoals tentoonstellingen, installaties, bewonersactiviteiten en buitenruimte. Incrementele successen behalen.

Horeca

Doel 1 – concept en plan van aanpak

Aanpak – In samenspraak met experts (bv Alain Alders) en externe adviesbureaus ontwikkelen van een horeca concept, business case inclusief uitdenken organisatorische implementatie. Tijdens deze fase kan er door middel van pilots en pop-ups getest worden wat aansluit bij bezoekers zodat het concept toekomstbestendig is.

Doel 2 – implementatie

Aanpak – Uitvoering is afhankelijk van keuzes die gemaakt worden in doel 1 (bv eigen beheer, extern of mix).

Gebouw en Omgeving

Doel 1 - gebouwen en grond volledig in bezit en beheer gemeente

Aanpak – Verkenning (financieel, juridisch) van mogelijkheden en wensen tot overdracht zodat er definitief akkoord gegeven kan worden.

Doel 2 - aanpassingen aan gebouw en terrein voor nieuw programma/functies

Aanpak – Verkenning van de (financiële, ruimtelijke en cultuurlandschappelijk) impact van de plannen op het gebouw en omgeving (cultuurhistorisch/natuur) in relatie tot wet-regelgeving (rijksmonument/cultuurlandschap) in nauwe samenspraak met gemeente, provincie (loods herbestemming), Veldzorg en Staatsbosbeheer. Opstellen programma van eisen. Belangrijk aandachtspunten zijn ook de aansluiting bij/bijdrage aan het vaarbeleid van de Oosterdel, de afstemming met het winkelcentrum, en een check of het bestemmingsplan alle functies kan ondersteunen. Projectleider aanwijzen tbv fysieke transformatie van de visie

Doel 3 - implementatie museale interventies in oa het Oosterdelgebied

Aanpak – Opstellen randvoorwaarden plaatsing en vorm installaties in Oosterdelgebied met o.a. Staatsbosbeheer, omwonenden en Veldzorg. Opnemen randvoorwaarden in ontwerp.

Doel 4: implementatie oostelijke toegang

Aanpak – opnemen als nader uit te werken opgave in gebiedsvisies 'Westdijk en Havens' en 'Grenzeloos Dijk en Waard'.

Stapsgewijze ontwikkelstrategie toekomstbestendig scenario

Organisatie

Doel 1: draagvlak organisatie plan toekomstbestendig museum

Aanpak – Plannen delen en bespreken met key stakeholders ter voorbereiding op beslissing door de raad.

Doel 2: ondersteuning directie bij transitie naar toekomstbestendig museum

Aanpak – Aanstellen door gemeente externe kwartiermaker die directie helpt bij transitie.

Doel 3: uitbreiding personeel organisatie (naar 15 fte's) en voortbouwen op kracht van vrijwilligers

Aanpak – Opstellen HR plan (benodigde functies/ftes) op basis concept en aanstellen personeel in fases inclusief beleid dat gebruik maakt van kracht vrijwilligers

Doel 4: op nieuw programma aanpassen organisatiestructuur/entiteiten

Aanpak – Opzetten nieuwe professionele structuur (juridisch / organisatorisch).

Financiën

Doel 1: impuls en structurele subsidie gemeente

Aanpak – Kickstart financiering die transitie mogelijk maakt (o.a. kwartiermaker, externe adviseurs, kernteam, ontwerpteam, etc). Daarnaast structurele subsidieverstrekking zoals in business case beschreven.

Doel 2: uitbreiding sponsorgelden lokale bedrijfsleven

Aanpak – Opstellen sponsorwervingsplan en -propositie op basis nieuwe plannen tbv verkrijgen incidentele en structurele sponsoring. Denk aan sponsoring van aanschaf en onderhoud boten en bijdrage aan campus programma.

Doel 3: subsidies provincie en overige fondsen

Aanpak – Opstellen subsidiewervingsplan en op basis daarvan dekingsplan maken en starten met werving.

Samenwerking Gemeente

Doel 1: versterken samenwerking gemeente

Aanpak – Huidige kernteam aanhouden tijdens transitiefase.

Doel 2: financiële ondersteuning door gemeente

Aanpak – zie financiën doel 1

Doel 3: gebouwen en grond in bezit en beheer gemeente

Aanpak – zie 'Gebouw en Omgeving' doel 1

Samenwerking (strategische) partners

Doel 1: aangaan en/of versterken strategische partnerschappen fase 1

Aanpak: verder uitbouwen samenwerkingen en aangaan nieuwe samenwerkingen met strategische partners (gesprekken, ronde tafels, intentieovereenkomsten) leidend tot vaste afspraken. Denk aan Staatsbosbeheer, Loods Herbestemming.

Doel 2: activeren partnerschappen mbt nieuwe programma

Aanpak: Koppelen programmaonderdelen aan partners en samenwerkingen zodat er gerichte afspraken gemaakt kunnen worden en gestart kan worden met (incrementele) implementatie

Doel 3: uitbreiding partnerschappen fase 2 etc.

Aanpak: Aangaan nieuwe samenwerkingen tbv koppeling programmaonderdelen aan partners en samenwerkingen

Stapsgewijze ontwikkelstrategie toekomstbestendig scenario

Communicatie/marketing

Doel 1: uitvoeren bezoekersonderzoek en ontwikkelen communicatiestrategie afgestemd op nieuw programma museum

Aanpak : Samen met een externe marketingadviseur op basis van onder andere bezoekersonderzoek de communicatie strategie ontwikkelen waarbij de nieuwe waarde propositie sterk wordt neergezet.

Een verkenning van een mogelijke nieuwe naam voor het museum is hier onderdeel van. In de business case is rekening gehouden met het uitbouwen van de marketingafdeling en budget vrijgemaakt voor een initiële investering.

Doel 2: aantrekken communicatiemedewerker

Aanpak: Het aanstellen van een vaste communicatiemedewerker binnen het team van het museum die de strategie kan uitvoeren.

Doel 3: start communicatie/marketing gericht stijging bezoekersaantallen

Aanpak: Uitvoeren communicatiestrategie. De samenwerking met de vrijwilligers en vrienden is hierbij van cruciaal belang.

Omwonenden en ontwikkelingen omgeving

Doel 1: draagvlak bij omwonenden nieuwe programma

Aanpak: Opzetten bewonerstaskforce bestaande uit gemotiveerde omwonenden tbv opstellen programma's en aangaan samenwerkingen.

Doel 2: participatie omwonenden gemeenschappelijke functie/huis

Aanpak : Museum heeft voortrekkersrol ten op zichte van de bewonersparticipatie (en dus niet de gemeente). Het museum kan bewoners nauw betrekken bij ontwikkeling gemeenschapsdeel van het museum en hen daadwerkelijk inspraak te geven.

Bezoekers

Doel 1: groei tot 75.000 betalende bezoekers per jaar

Aanpak : Gefaseerde aanpak waarin wordt toegewerkt naar een uiteindelijk bezoekersaantal van 100.000 waarvan 75.000 betalende bezoekers per jaar in 2023. Kansen grijpen door aan te sluiten op o.a. sloepennetwerk provincie, gemeente Alkmaar, netwerk samenwerkende musea in de omgeving en historische vaarverbindingen (LOMW).

Corona

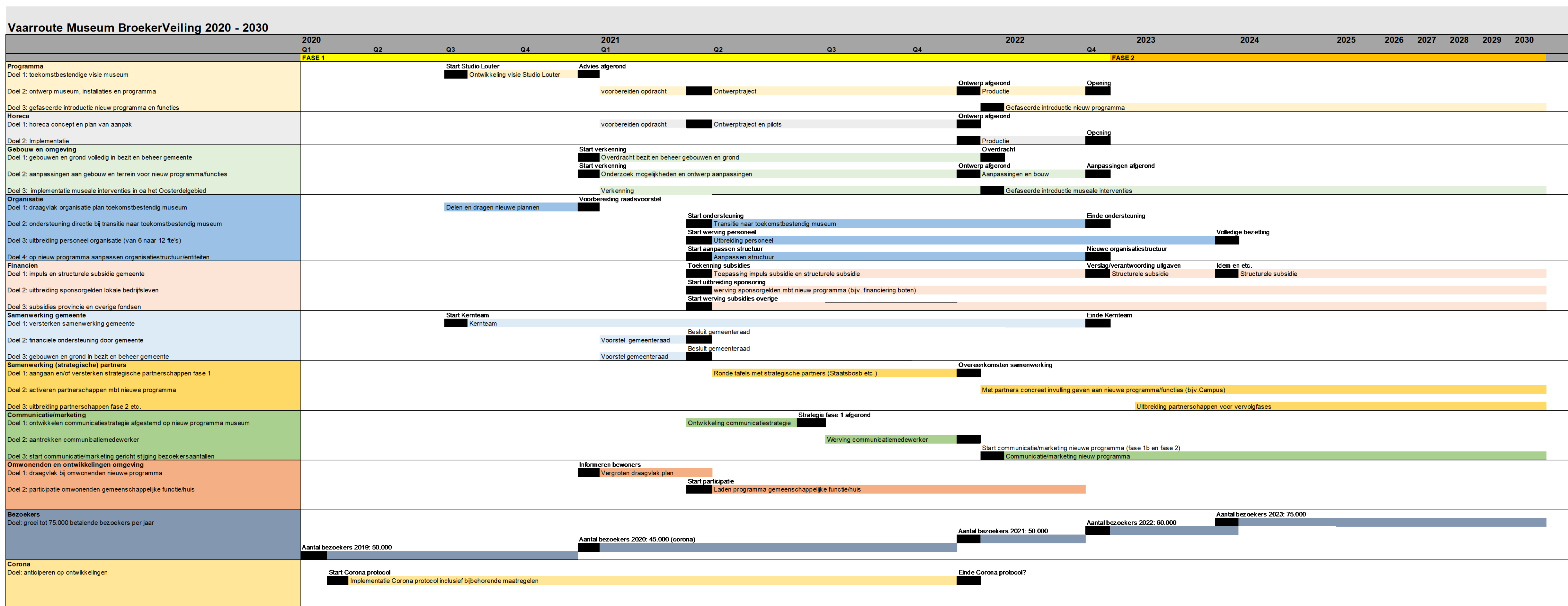
Doel 1: anticiperen op ontwikkelingen

Aanpak: Coronaprotocol opstellen op basis van geldende wet- en regelgeving, toegespitst op het programma. In de toekomstvisie is rekening gehouden met de huidige regelgeving mbt afstand, groepsgrootte en routing doordat bezoekersstromen gereguleerd kunnen worden (oa met de bootjes).

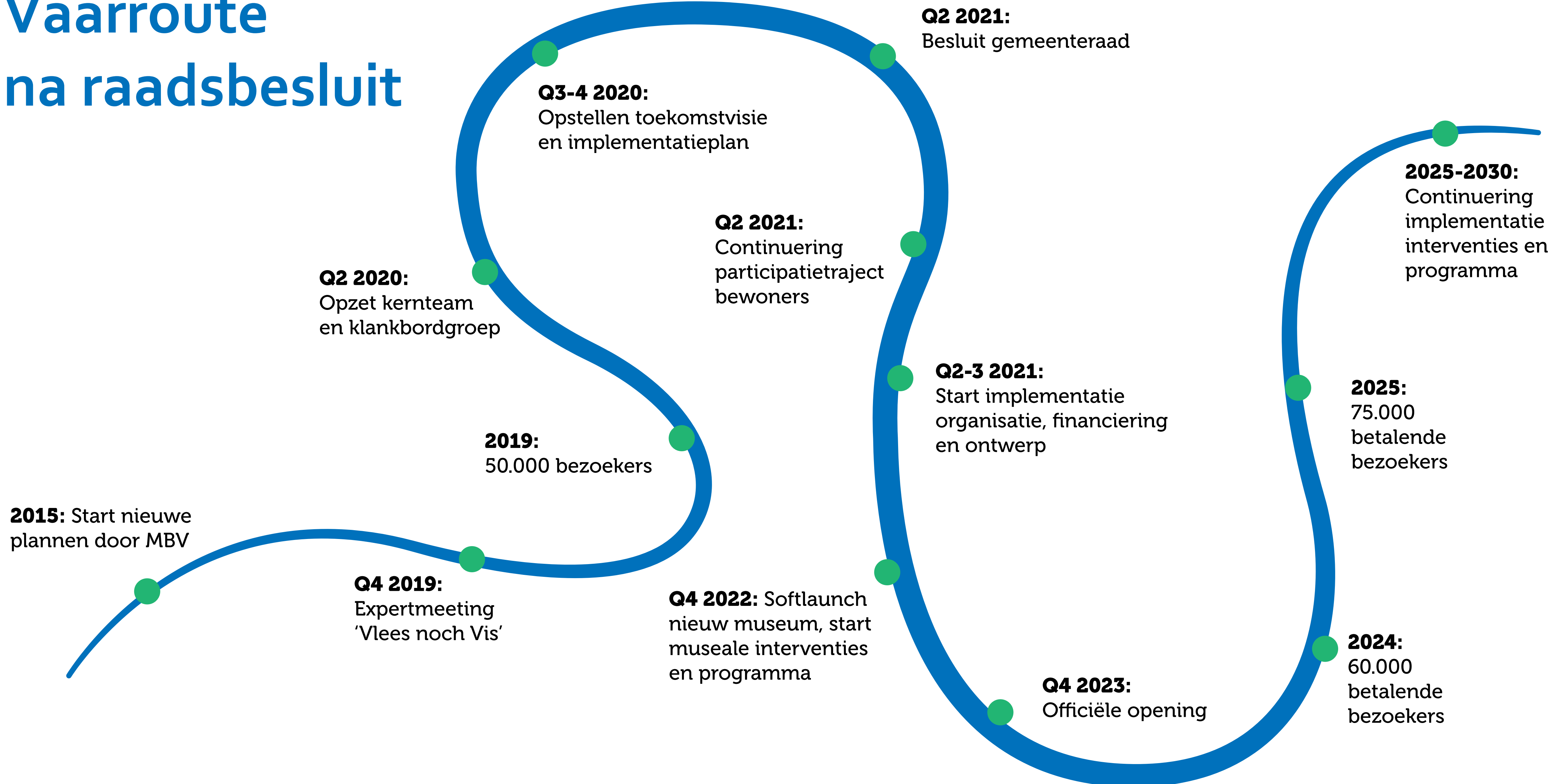
Mogelijke planning

In de stapsgewijze ontwikkelstrategie zijn twee fases te onderscheiden. Een transitiefase (fase 1), waarbij onder het leiding van het kernteam wordt toegewerkt naar de opening van een hernieuwde BroekerVeiling, gevolgd door een consolidatiefase (fase 2) waarin in samenwerking met partners steeds meer elementen in de totaalervaring worden toegevoegd (zoals bijvoorbeeld installaties in het Oosterdelgebied).

Belangrijk uitgangspunt hierbij is dat MBV geen afwachtende houding inneemt, maar juist optreedt als katalysator en placemaker van de ontwikkelingen in de omgeving - waarbij het pro-actief inspeelt op kansen.



Vaarroute na raadsbesluit



Bijlage:

Bewonersparticipatie

Bewonersparticipatie

De direct omwonenden van het museum zijn zeer betrokken bij de plannen met betrekking tot de toekomst. Deels komt deze betrokkenheid voort uit bezorgdheid omtrent mogelijke overlast die toekomstige bezoekers zouden kunnen veroorzaken.

Tijdens dit traject heeft een **digitale participatie avond** plaatsgevonden waarin een tussenstand van de toekomstvisie is gepresenteerd aan de bewoners waarop zij hun eerste reactie konden.

Daarnaast is er om **input** gevraagd voor mogelijke **gemeenschapsfuncties** en tentoonstellings-onderwerpen.



Schematische weergave input bewoners

Gemeenschap:

- Bruiloften
- Partijen
- Begrafenissen
- Horeca
- Ruimte voor verenigingen
- Betrokkenheid vrijwilligers

Meer elementen in route:

- Scheepswerf Houdt Moed
- Betaalkantoor
- Sluis
- Monumenten

Diverse evenementen:

- Muziek
- Bloemenshow
- Kloetwedstrijd
- Open podium

Verbinden omgeving:

- Brug vanaf fietsbrug 'de Krul'
- Brug vanaf Broekerplein
- Wandel- en fietsroutes

Diversiteit varen:

- Bootjesverhuur, zelf varen
- Rondvaartboot
- Kloet rondtoer
- Elektrische schuit of bootjes

Museale aspecten:

- Cultuurhistorie behouden
- Alleen veilingbezoek ook mogelijk maken
- Educatie: leskisten voor scholen, excursies
- Verlagen museale drempel
- Museumhaven: diversiteit aan boten
- Historische boten (na)bij museum
- Samenwerking partijen zoals STPL, Langedijker verleden

Zorgen:

- Verdwijnen kwetsbaar Oosterdelgebied
- Teveel vaarbewegingen, ook in bebouwd Oosterdel-gemeente
- Massatoerisme

Implementatie ideeën bewoners

Op basis van de input die de bewoners hebben gegeven tijdens de participatiesessie én de input die achteraf schriftelijk is ingediend, is de toekomstvisie op de volgende wijze aangepast:

- Meer aandacht voor **educatie** en samenwerking met lokale **scholen**
- Toevoegen van mogelijk '**muziekkapel**' op het buitenplein van de muziek t.b.v. gemeenschaps evenementen
- Het verhaal over de **scheepshelling** en over hoe de eilanden gemaakt werden zijn opgenomen in het plan en worden verteld op het terrein van het museum
- De ideeën voor **tijdelijke tentoonstellingen** zullen worden meegenomen in de toekomst wanneer deze ontwikkelt dienen te worden
- De **historische boten collectie** hebben een plek gekregen in de visitor journey



Zorgen

Naast goede ideeën voor onderwerpen voor tijdelijke tentoonstellingen en mogelijk gemeenschapsfuncties werden er ook zorgen geuit door de bewoners.:

- Mogelijk grote **aantallen** bezoekers;
- Wensen geen **wandel- en vaarroute** op of vlak langs het Schapenland en geen bezoekers van tuinderswoning op het Schapenland.
- Zorgen over de **natuurwaarden** als het Oosterdelgebied intensief gaat worden bevaren.



Gehoor geven aan zorgen

Met deze zorgen wordt in deze toekomstvisie en door de gemeente rekening gehouden :

- Wandel- en vaarroute worden verder uitgewerkt in het project '**Toekomstbestendig Oosterdel**'. Er wordt in dit project met alle betrokken partijen (Staatsbosbeheer, provincie, Veldzorg, Hoogheemraadschap, MBV en gemeente) gesproken. De wens is om deze te verenigen en een plan te maken voor een toekomstbestendig Oosterdel. Bewoners worden hiervoor nog geconsulteerd.
- De **tuinderswoning** wordt **niet opgenomen** als een te bezoeken onderdeel van MBV. Er komen **geen in-/uitstapmogelijkheden op het Schapenland**.
- Er zijn **meer installaties** voorzien **op het terrein** van het museum zelf zodat er optimaal gebruik wordt gemaakt van het direct omliggende terrein van het museum zelf.
- In het museumplan en in het Oosterdelplan wordt in kaart gebracht hoeveel **fluisterbootjes** nodig zijn, maar zonder onevenredig afbreuk te doen voor beheer en **met respect voor natuur**.
- Behoud van de natuurwaarden (NNN) ligt bij de **provincie**. De provincie wordt betrokken bij het plan voor een Toekomstbestendig Oosterdel.



Colofon

Deze toekomstvisie is gemaakt in opdracht van Gemeente Langedijk.

Het is het resultaat van een samenwerking tussen Museum BroekerVeiling, Gemeente Langedijk, Studio Louter, Must Stedenbouw, de Wolff Groep en diverse klankbordgroepen van ondernemers, partners, belanghebbenden en bewoners.

28 januari 2021



De Wolff Groep

Museum BroekerVeiling

Het gebruiksrecht van de afbeeldingen ligt grotendeels in het publieke domein, of bij Museum BroekerVeiling. De bronvermelding voor de overige afbeeldingen is als volgt:

We hebben getracht zo volledig mogelijk te zijn in het verwijzen naar de bron en het achterhalen van het gebruik.

Pp4 rechtsboven: CC-BY-SA 4.0 Luc Hoogenstein

Pp 24 linksboven: Pluktuin de Sfeerstal

Pp 29: rechtsonder: Drents Museum

Pp33 rechtsonder: CC-BY-SA-3.0 – Valcenteu

Pp8 rechts: Stichting Veldzorg Oosterdel - Nieuwsbrief 3.

Pp 24 rechtsonder: Theetuin Overleek

Pp32 boven: CC-BY-SA-4.0 - ifarm.fi

Pp 45 links: CC BY-NC 2.0 – Mediamatic Anisa Xhomaqi

Pp 15 rechtsonder: Tripadvisor.nl (foto door Aloha-0, jun 2017)

Pp 29: boven: CC-BY-SA 4.0 - Rolf Kranz

Pp32 onder: CC-BY-SA-2.0 - Leo Orlandini