

NAW-GEGEVENS

Stichting Kaeskoppenstad
Kvk nummer: 371.59.211
RSIN: 8217.06.238

Kennemerstraatweg 11
1814 GA Alkmaar
info@kaeskoppenstad.nl
06- 19966241

DOELSTELLING

De stichting heeft ten doel:

- a. het promoten van de kunst, cultuur en historie van Alkmaar in de eerste paar decennia na het jaar 1573 op een unieke en artistieke wijze van een hoogwaardig niveau;
- b. het inspireren van bewoners en bezoekers van Alkmaar op het gebied van kunst- en cultuurhistorie, waarbij kunstenaars van alle aard en bewoners en bezoekers van Alkmaar elkaar ontmoeten;
- c. het stimuleren van belangstelling voor techniek en wetenschap bij de jeugd vanuit een historisch perspectief;
- d. het stimuleren van de onderlinge betrokkenheid van bewoners van Alkmaar, door deze te laten participeren bij de activiteiten van de stichting;
- e. het verrichten van alle verdere handelingen, die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn.

De stichting tracht haar doel onder meer te verwezenlijken door:

- a. het organiseren van het evenement Kaeskoppenstad in Alkmaar met thema's die in overeenstemming zijn met bovenstaande doelstellingen;
- b. het bevorderen van amateurkunst, met in achtneming van het bovenstaande;
- c. het organiseren van podiumkunsten en festivals, met inachtneming van het bovenstaande;
- d. het betrekken van scholen en praktijkopleidingencentra voor de jeugd ten behoeve van de bouw van decorstukken en kwalitatief hoogwaardige op historie gebaseerde duurzame bouwwerken ten behoeve van het evenement;
- e. het beschikbaar stellen van ruimte tijdens de duur van het evenement aan en het faciliteren van groepen vrijwilligers die binnen een vastgelegd thema met een door hen ontwikkelde activiteit promotie kunnen maken en op deze wijze geld bijeen kunnen brengen voor een door hen gezamenlijk vastgelegd goed doel.

BESTUURSSAMENSTELLING

Het bestuur van de stichting is verantwoordelijk voor de organisatie van het evenement. Het bestuur bestaat uit: Klaas Kirpensteijn (voorzitter), Ruud Mol (secretaris), René Schram (penningmeester), Jan Roobeek (bestuurslid) en Jelmer de Reus (bestuurslid).

BELONINGSBELEID

De bestuursleden verrichten hun werkzaamheden onbezoldigd.

HOOFDLIJNEN BELEIDSPLAN EN VERSLAG VAN ACTIVITEITEN

Introductie door Paul Moers:



"Kaeskoppenstad Alkmaar behoort naar mijn mening tot de meest unieke evenementen in Nederland. Met behulp van ruim 750 bloedfanatieke figuranten wordt de binnenstad van Alkmaar met een prachtig decor van historische panden, grachten en bruggen omgetoverd in de wereld van de 16e eeuw. De bezoeker ervaart tot in detail hoe het leven er in die tijd er moet hebben uitgezien. Dit is een ervaring die je nergens anders op deze manier kunt beleven en is in zijn soort volstrekt uniek. Je wordt letterlijk en figuurlijk ondergedompeld in een andere wereld. De professionaliteit van de opzet is van zo'n hoog niveau dat je vergeet om nog op je mobiele telefoon te kijken! De 750 figuranten die allemaal uit de stad komen zorgen bovendien voor een prachtige onderlinge verbinding van de gemeenschap. Momenteel trekt het evenement zo'n 25.000 bezoekers die vrijwel allemaal uit de regio komen. Daarmee laat Alkmaar een unieke kans liggen om de stad Alkmaar beter op het netvlies te krijgen in de rest van Nederland. De marketing van dit evenement verdient het om op een veel meer professionele wijze neergezet te worden. Dat betekent dat er ook serieuze financiële middelen ingezet moeten worden en dat er professionele marketeers bij betrokken moeten worden. Als Alkmaar hierin investeert is dit een uniek handvat om Alkmaar een stuk hoger op de ladder te krijgen voor een of meerdaagse bezoeken. Hiervan zullen niet alleen de horeca, hotels en de winkels profiteren, maar ook Graft- de Rijk en de Schermer. Kaeskoppenstad heeft het in zich om één van de belangrijkste Nederlandse publiekstrekkingen te worden van Nederland. Daar kan Alkmaar alleen maar trots op zijn! Het is bovendien een prachtige invulling van de merkbelofte van Alkmaar: Waar bijzonder gewoon is. Advies: schud het provinciale denken af en ga landelijk denken! De stad heeft goud in handen."

Paul Moers – Merken - en Retail deskundige, schrijver van een groot aantal managementboeken (oktober, 2018)

Kaeskoppenstad is...

... het grootste "brand event" in het kader van Alkmaar promotie

... waarbij het erfgoed van de historische binnenstad dient als decor voor een groots en uniek 16^e eeuws evenement

... waarin de bezoekers zich verwonderen over de rijke historie van Alkmaar

... waarbij vele vrijwilligers genieten als ambassadeurs van de stad en waarbij goede doelen zich aan bezoekers kunnen presenteren

De gemeente Alkmaar spant zich in om de stad bij zoveel mogelijk potentiële bezoekers onder de aandacht te brengen, door wat we zijn gaan noemen **Alkmaar promotie**. De stad heeft veel te bieden, zoals een unieke historische binnenstad en een uitstekend winkelbestand. Kaeskoppenstad wil de gemeente bij de promotie van de stad ondersteunen, door de jaarlijkse organisatie van het grootste “brand event” van Alkmaar.

Alkmaar heeft een van de mooiste historische binnensteden van het land. De grachten, gevels, monumenten en smalle straatjes van de Alkmaarse binnenstad zijn van een grote schoonheid, uniek in de wereld. Kaeskoppenstad maakt van deze prachtige oude stad gebruik als decor voor een evenement, waarbij het leven in de stad wordt teruggebracht naar het einde van de 16^e eeuw. Auto’s en scooters maken plaats voor handelslieden, marktkooplui, armen en edelen, weeskinderen en pestlijders, ganzenparade en bedelaars. De bezoeker waant zich in de 16^e eeuw, verwondert zich en vergeet zijn dagelijkse, 21^e eeuwse beslommeringen. De bloeitijd van de stad Alkmaar in de 16^e en 17^e eeuw krijgt gestalte in prachtige attracties, zoals de Practijck van Foreest en de Latijnse School.

Het evenement bestaat voornamelijk dankzij de enorme inzet van vele vrijwilligers, maar het heeft niettemin een professionele uitstraling. De ruim 750 figuranten worden op hun acteertaak voorbereid in workshops door een professionele theaterregisseur, de schmink wordt verzorgd door professionele theatergrimeurs, de bouwwerken zijn gebouwd door professionele timmerlieden, dat alles is in de wereld van de evenementen uniek te noemen. Een professioneel vrijwilligersevenement, dat is een onderscheidende waarde van Kaeskoppenstad. Kaeskoppenstad leidt ook tot verbinding en plezier. Meerdere groepen vrijwilligers hebben zich in de loop der tijd ontwikkeld tot een “club in de club”: zoals de geuzengroep Vive les Gueux, het Schrijnwerkersgilde en het Kleermakersgilde. Onze vrijwilligers zijn ambassadeurs van Kaeskoppenstad én van de stad Alkmaar. Daarnaast bieden wij een platform aan goede doelenorganisaties, zij kunnen één van onze attracties bemensen en daarmee gelden op halen voor het goede doel.

ORGANISATIE

Bestuur

De regie en eindverantwoordelijkheid van Kaeskoppenstad ligt bij het bestuur van Stichting Kaeskoppenstad. De stichting heeft geen winstoogmerk en bezit de ANBI-status. Het bestuur bestaat uit:

Voorzitter: Klaas Kirpensteijn
Secretaris: Ruud Mol
Penningmeester: René Schram
Bestuurslid: Jan Roobeek
Bestuurslid: Jelmer de Reus

Vrijwilligersraad

Tijdens het evenement, maar zeker ook bij de voorbereiding ervan, wordt heel veel werk verzet door een grote groep vrijwilligers. Het bestuur van Kaeskoppenstad beseft het enorme belang van de vrijwilligers voor het succes van het event. Om die reden hebben zij een stem in de vrijwilligersraad. Iedere werkgroep heeft een vertegenwoordiger in deze raad. De raad werkt als een adviesorgaan voor het stichtingsbestuur. Zij kan gevraagd en ongevraagd advies, aanbevelingen en wensen naar voren brengen.

Eventmanagement

De professionele organisatie van het evenement is door het stichtingsbestuur in handen gegeven van het organisatiebureau *DOSS Event Support*. Mirella Doss is al vanaf de eerste editie van Kaeskoppenstad bij de organisatie van het evenement betrokken.

BEZOEKERS KAESKOPPENSTAD

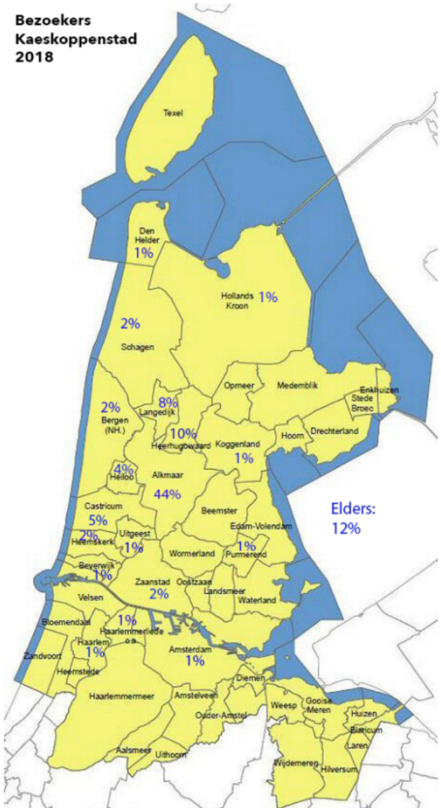
Het profiel van de Kaeskoppenstad-bezoeker is duidelijk vanwege de online ticketing gegevens. We kunnen stellen dat **44% van de bezoekers in 2018 uit Alkmaar** komt. In 2017 was dat een vergelijkbaar percentage. Daarna is de Gemeente Heerhugowaard het meest vertegenwoordigd met 10%, op de voet gevolgd door Langedijk met 8% (in 2017 lag dat percentage 2% lager). Zie ook de kaart met gegevens van 2018 hieronder. Zo'n **12% van de bezoekers** staat niet aangegeven op de kaart hieronder en **komt dus elders vandaan**.

De afgelopen twee jaar hebben we specifiek ingezet op promotie van Kaeskoppenstad in de regio (buiten Alkmaar) onder andere door het gebruik van huis-aan-huis flyers, buitenreclame, advertenties etc. Gezien bovenstaande cijfers lijkt dit succesvol. Natuurlijk blijven we onze eigen promotiekanalen, zoals de zeer goed gelezen digitale nieuwsbrief (3.625 abonnee's met een gemiddeld openingspercentage van 55%), onze social media kanalen (o.a. Facebook met 4.398 volgers en een gesponsorde ticket-campagne waarbij 1 op 4 klik daadwerkelijk kaarten heeft gekocht) ook intensief gebruiken. Er is in het verleden ook, in samenwerking met Alkmaar Marketing, geëxperimenteerd met een landelijke tv-reclame. Dit heeft een hoger bezoekersaantal opgeleverd van bezoekers buiten de regio.

Van de bezoekers is minder dan 6% toevallig in de stad en combineert daarom zijn 'dagje Alkmaar' met een bezoek aan het evenement. De rest, zo'n **94% is dus specifiek voor het evenement naar de stad Alkmaar gekomen**.

Afgelopen jaar bezochten bijna 25.000 bezoekers het evenement (verdeeld over 2 dagen, 10 uur geopend). Ervaring is dat bezoekersaantallen niet exponentieel stijgen. Men bezoekt gemiddeld Kaeskoppenstad 3 keer/jaren. Uitdaging is dus om nieuw publiek te triggeren om naar Kaeskoppenstad te trekken. Onze intentie is om het **bezoekersaantal minimaal gelijk te houden**.

Kaeskoppenstad wil graag **een bovenregionaal evenement worden met landelijke uitstraling**. Uit onze enquête is naar voren gekomen dat de respondenten bereid zijn om 15-45 minuten te reizen voor een evenement in de regio. Respondenten die in een landelijk gebied wonen, zijn bereid om langer te reizen dan respondenten die in een stedelijk gebied wonen.



Groei van bezoekers uit de regio is interessant omdat dit **publiek wordt getriggerd om de stad te verkennen op een later moment** (dit is gebleken uit enquêtes die zijn gehouden onder bezoekers van Kaeskoppenstad). Het is belangrijk om de mensen uit de regio te blijven trekken omdat dit ook publiek is dat Alkmaar de rest van het jaar kan bezoeken. Uit onderzoek van gemeente Alkmaar is gebleken dat deze stadsbezoekers gemiddeld € 52,40 uitgeven, aanzienlijk meer dan een bezoeker uit Alkmaar zelf. Kaeskoppenstad dient dus als stadspromotor.

Kaeskoppenstad bevat twee kernwaarden van de stad Alkmaar; namelijk **cultuurhistorie en winkelen**. Het evenement is kenmerkend voor Alkmaar en het laat zien dat Alkmaar een stad is met veel historie. Kaeskoppenstad helpt mee om het **merk Alkmaar sterker in de markt te zetten**. Dit wordt ook duidelijk bij het toetsen van Kaeskoppenstad aan het **merkenpaspoort**. Het evenement heeft ook sociaal-culturele belangen. Het gezamenlijk vermaak zorgt voor een **intense gemeenschapstrots**.

Uit onderzoek blijkt dat het evenement zorgt voor saamhorigheid, sociaal contact en verbinding. Uiteindelijk leidt dit tot meer respect voor elkaar. Kaeskoppenstad wordt gewaardeerd met een 8,3 door de bezoekers.

Bron: Scriptie Manon Hielkema, 2017
Scriptie Ron Stroet, 2017

VERDERE ONTWIKKELING VAN KAESKOPPENSTAD

Na een voorzichtige start heeft het evenement Kaeskoppenstad zich verder ontwikkeld naar volwassenheid, en staat er nu een evenement dat niet meer is weg te denken van de Alkmaarse evenementenkalender. Vele Alkmaarders en inwoners van de regio hebben het eerste weekend van juni gereserveerd voor een bezoek aan Kaeskoppenstad. Die verwachting willen we graag ook in de komende jaren waarmaken.

Onze ambitie voor de komende jaren is om te zorgen voor een bredere bekendheid van het evenement. Meer spreiding van de herkomst van onze bezoekers, een grotere bekendheid van ons evenement buiten de eigen regio. Zoals marketingdeskundige Paul Moers stelt in zijn inleiding van dit document, Kaeskoppenstad verdient een plek in de landelijke evenementenkalender!

Dat besef bepaalt de **ambitie** van het stichtingsbestuur:

- Kaeskoppenstad is niet meer weg te denken van de evenementenkalender;
- Alkmaarders mogen rekenen op de jaarlijkse organisatie van het evenement;
- Kaeskoppenstad verdient meer landelijke bekendheid en meer bezoekers van buiten de regio Alkmaar;
- Daarvoor is een grotere marketinginspanning noodzakelijk;
- Het evenement blijft kwalitatief hoogwaardig en professioneel;
- En biedt regelmatig nieuwe projecten aan.



Het succes van Kaeskoppenstad schuilt in de samenwerking van de stichting, de gemeente, de sponsors en de vrijwilligers. De organisatie vraagt van bezoekers een kleine vrijwillige financiële bijdrage, en blijft overigens afhankelijk van de (financiële) medewerking van de gemeente en de sponsors.

FINANCIEEL

Samenvattend bedragen de kosten voor de organisatie van Kaeskoppenstad jaarlijks zo'n € 195.000. Daarvan komt ca. € 60.000 binnen via bartersponsoring, € 5.000 via sponsoring in geld en € 42.500 door entreegelden. De rest van gelden komt binnen via Vrienden, giften en subsidies. De Gemeente Alkmaar heeft voorgaande jaren een jaarlijkse bijdrage van € 40.000 gedaan waarmee zij zo'n 20% van het gehele evenement financiert. Voor het realiseren van onze ambities, en om ook de komende jaren een sluitende begroting te kunnen hebben, is een uitbreiding van deze bijdrage tot € 45.000 gewenst.

Stichting Kaeskoppenstad heeft een ANBI-status en streeft ernaar de kosten voor Kaeskoppenstad zo laag mogelijk te houden. Zij heeft daarvoor de volgende maatregelen genomen:

- Gedurende zes maanden die voorafgaan aan het evenement wordt door een groep vrijwilligers gewerkt aan het ontwerpen en maken van de kostuums. Hiermee wordt geld voor professionele naaiateliers of voor kosten voor het jaarlijks huren van kostuums bespaard. De vervaardigde kostuums kunnen de komende jaren gedragen worden;
- Het schminken van de figuranten en de uitgifte van kleding aan ongeveer 750 figuranten is geheel in handen van een vaste groep vrijwilligers;
- Een groep van ongeveer twaalf vrijwilligers verzorgt de bouwwerken. En waar mogelijk wordt samengewerkt met lokale organisaties die hierin kunnen ondersteunen, zoals de Spinaker;
- Het lokale bedrijfsleven verzorgt zoveel mogelijk de materialen en het transport ter plekke en berekent daarvoor geen kosten. Voor nog nieuw te ontwerpen decorstukken wordt op voorhand contact opgenomen met die bedrijven die het bestuur hebben laten weten een bijdrage te willen leveren. Kaeskoppenstad probeert jaarlijks op de beursvloer van De Waaier eveneens nieuwe sponsors (in natura) te krijgen;
- Sinds 2015 is er een vriendenkring actief (zie website www.kaeskoppenstad.nl). Deze groeit. Dankzij de Kompaenen, Kommitanten, Kornuyten en Kameraden van Kaeskoppenstad kan de organisatie ook in de toekomst weer op een extra bijdrage voor het evenement rekenen;
- Het bedrijfsleven van Alkmaar draagt Kaeskoppenstad vanaf de start een warm hart toe. Zij hebben op verschillende wijze bijgedragen aan het evenement. Door het ter beschikking stellen van materialen en diensten als transport en mankracht en door het beschikbaar stellen van opslagruimte en werkruimte. Dit is inmiddels zo'n enorme groep geworden dat het ongeveer de helft van de totaalbegroting dekt.

Het stichtingsbestuur is van plan om Kaeskoppenstad ook in de komende jaren te organiseren en verder uit te bouwen tot een uniek evenement in het kader van de promotie van onze prachtige stad Alkmaar. Wij rekenen daarbij graag op de medewerking van de gemeente Alkmaar.