

Samenvatting Rapport Omgevingsvisie 2030 van werkgroep Hans van Buiten

Noordwijk, 30 november 2015

Dit document is een samenvatting van het Rapport Omgevingsvisie 2030 van de werkgroep Hans van Buiten. Deze werkgroep is op initiatief van de Noordwijkse Ondernemers Vereniging ("NOV") opgericht om de NOV visie op de Omgevingsvisie 2030 van de Gemeente Noordwijk te ontwikkelen. Voor invulling van onderdelen van deze samenvatting verwijzen wij naar het volledige rapport. De samenvatting bevat de volgende onderdelen:

- a. Samenvatting rapport**
- b. Reactie op conceptrapport Krijtlijnen voor de Omgevingsvisie Noordwijk 2030**
- Uitwerking naar sectoren:**
 - c. Zorgsector**
 - d. Detailhandel**
 - e. Agrarische sector**
 - f. Horeca en toerisme**
 - g. Wonen en infrastructuur**

A. Samenvatting rapport

Conclusies:

1. Er zijn in het verleden meer initiatieven genomen zoals de Omgevingsvisie 2030 en er was een gebrek aan goede communicatie en follow-up (realisatie);
2. Er is wantrouwen tussen verschillende belangrijke partijen in het dorp;
3. In onze omgeving zoals de Duin- en Bollenstreek, Katwijk en Leiden is van alles gaande maar Noordwijk doet niet of nauwelijks mee.

Ad 1. Waarom is de realisatiekracht van de plannen uit het verleden zo beperkt?

Aanbevelingen:

1. Benoem een "Development Board" die boven de partijen staat en geen andere eigen belangen heeft. Een adviserende rol en een denktank op een breed vlak. Dit gremium adviseert de projectleiders van de diverse deelopdrachten en is gesprekspartner van bijvoorbeeld de gemeente en NOV. Dit gremium kan ook dienen als een katalysator van de diverse belangenverenigingen.
2. Tevens zal een strak communicatieplan over de voortgang moeten worden gemaakt om het vertrouwen in de aanpak te behouden.

Ad 2. Hoe krijgen wij over en weer respect terug? Wat kunnen wij doen om het vertrouwen in elkaar terug te krijgen? Zijn er gezamenlijk activiteiten op te pakken om een start te maken voor herstel?

Aanbevelingen:

1. Voor nader te bepalen activiteiten/projecten benoemen wij telkens een driemanschap: een ondernemer, een bestuurder en een ambtenaar. Eén van deze drie wordt de projectleider. Deze projectgroep werkt nauw met elkaar samen en werkt plannen uit en wat belangrijker is communiceert dat naar de eigen achterban. Het aantal activiteiten en de voortgang wordt besproken bij de NOV bijeenkomsten en in de Raad en uiteraard bij andere belangen organisaties.
2. De NOV maakt een plan om raadsleden en gemeenteambtenaren kennis te laten maken met de bedrijven van NOV en niet-NOV leden binnen de gemeente en daar wordt over en weer informatie verschaft over elkaars werk.
3. Boven de projectgroepen is het bestuur van de NOV en de Gemeente verantwoordelijk voor de samenhang van alle plannen.
4. De in het slob geraakte overlegstructuur tussen NOV en Gemeentebestuur wordt opnieuw opgepakt met een vaste structuur, agenda punten en de voortgang van de plannen zoals verwoord in de Omgevingsvisie 2030.

Ad 3: Noordwijk doet niet, of beperkt, mee in de omgeving.

1. Noordwijk moet meedoen om een “Duin- en Bollenstreek Marketing” te organiseren voor strategie en om “Noordwijk overschrijdende activiteiten” mee te sturen;
2. Noordwijk Marketing blijft volop in kracht voor Noordwijk maar zal rekening moeten houden met de overkoepelende strategie;
3. Heroverweeg de inzet van Noordwijk bij ons omringende gemeenten;
4. Stel een budget ter beschikking om de 10 economische punten van de Duin en Bollenstreek te ondersteunen, vrijwel allemaal prima voor Noordwijk. Deze 10 economische punten zijn Flower Science Center, Space Tech cluster, Blue Zone (zorg, energiek en vitaliteit), Dutch Green Inspiratie (ecodome), Regiomarketing, GOM versnellen, Ondernemershuis, Sport project (verbeteren Oost-west verbinding) en Onderwijs in de regio.

Het totaal advies van de werkgroep is:

1. Laten we een aantal punten samen met alle partijen oppakken;
2. Geen discussie voeren over wat ons verdeelt maar wat ons bindt en voor welke ideeën gaan we wel;
3. Mobiliseer alle betrokkenen voordat er van start wordt gegaan;
4. Werk op basis van programma- en projectmanagement;
5. Pas een goede communicatiestrategie toe;
6. Vorm zo snel mogelijk een “Development Board”;
7. Herpak het traject van ruimtelijke visies en de genomen raadsbesluiten.

De sleutelwoorden zijn: enthousiasme, samenwerken en vooral doen!!

B. Reactie op conceptrapport Krijtlijnen voor de Omgevingsvisie Noordwijk 2030

De werkgroep kan zich vinden in de kern visie “Noordwijk een energieke 7 sterren badplaats”!

- ❖ Energieke, zelfredzame en betrokken samenleving
- ❖ Hoogstaande sportbeoefening en -beleving in gezonde omgeving
- ❖ Sfeervolle dorpskerngebieden
- ❖ Aantrekkelijke onderscheidende leefomgeving met een overwegend dorps karakter
- ❖ Rijke natuur, mooi landschap en vitale Greenport
- ❖ Uitstekende bereikbaarheid
- ❖ Veelzijdige economie en toerisme met een innovatief ondernemersklimaat

En dat op duurzaam wijze.

Voorwaar een enorme uitdaging en (nog) niet erg onderscheidend met andere kustgemeenten. Maar een uitstekende kapstok om concrete aanbevelingen te doen.

Wat is nu nodig vooral om dit te realiseren:

1. Beschrijving van de zeven sterren.
2. Concreet maken van de zeven sterren per sector.
3. Organisatiestructuur neerzetten per segment.
4. Communicatiestructuur neerzetten per segment.
5. Communicatie aan stakeholders en vooral aan burgers.
6. Doelstelling maken en daarna vieren van realisaties.

Verdere uitwerking adviesrapport naar 5 sectoren:

- C. Zorgsector
- D. Detailhandel
- E. Agrarische sector
- F. Horeca en toerisme
- G. Wonen en infrastructuur

C. Zorgsector

Definitie in het rapport: het behouden of brengen in een goede conditie, voorzien in een behoefte en zorgen voor. Een betere en betaalbare zorg creëren betekent preventie meenemen in de aanpak.

Benadering van de Nederlandse gezondheidszorg in 2030 via het abcd-model (door Zorginstituut Nederland):

- a. Voorzorg: bevorderen gezond leven;
- b. Gemeenschapszorg: zoveel mogelijk zelf, samen, in de buurt in het netwerk;
- c. Laagcomplexe tot complexe zorg: basiszorg en gespecialiseerde zorg, acuut en planbaar;
- d. Hoogcomplexe zorg: zeer complexe behandeling, laag voorspelbaar.

Wat kan dit betekenen voor Noordwijk?

De bestaande (natuurlijke) omgeving, organisaties, ondernemingen en voorzieningen van Noordwijk lenen zich bij uitstek voor het faciliteren van de voorzorg, gemeenschapszorg en het ondersteunen van de (laag)complexe en hoog complexe zorg.

Met betrekking tot de *Voorzorg* bieden zee, strand, duinen, bos en omgeving de perfecte omstandigheden. Ook zijn er al veel voorzieningen in Noordwijk die zorgen voor het optimaal faciliteren van de Voorzorg.

De *Gemeenschapszorg* betekent deels maatschappelijke inzet, maar ook techniek (domotica en robotica), de fysieke opgaaf (woningbouw en infrastructuur), werk en onderwijs. Deels al aanwezig, maar de ontbrekende onderdelen zijn 'maakbaar'.

In het ondersteunen van de *(laag)complexe* en *hoog complexe* zorg kan Noordwijk zich bij uitstek onderscheiden. De laatste twee in de vorm van kort- en langlopende revalidatie. Waar weer een sterke relatie ligt met de Voorzorg.

Voor de bewoners en bedrijven in verschillende branches liggen er enorme kansen om hier mee aan de slag te gaan. Voor de bewoners betekent het een uitgebreider en hoger voorzieningenniveau. Voor de (bestaande) bedrijven een enorme kans om hun (nieuwe) activiteiten op aan te sluiten. En niet alleen in de zorgsector, maar juist ook in de faciliterende sectoren welke hoofdzakelijk gericht zijn op horeca en toerisme.

De uitbreiding van deze (zakelijke) activiteiten brengt ook meer werkgelegenheid met zich mee voor alle lagen van de bevolking van Noordwijk.

Wat is er al?

Noordwijk beschikt over de ideale omgeving voor de Zorg & Vitaliteit van nu en de toekomst. Er zijn al veel bedrijven en organisaties die hier een rol in spelen voor de eigen bewoners, maar ook van (ver) daarbuiten.

Het compleet in kaart brengen en duidelijk presenteren voor de (toekomstige) klanten heeft nog aandacht. Er zijn verschillende manieren waarop dat al gedaan is of gedaan kan worden. Zorgkaart Nederland is een goed voorbeeld waar wellicht op door gebouwd kan worden.

Op dit moment wordt er in Noordwijk en de regio gekeken naar de zgn. **Blue Zones** en het nut en de noodzaak om daarbij te horen. Dit befaamde label sluit goed aan op de doelstellingen en mogelijkheden die Noordwijk (deels) al heeft. Het label is er voor jong en oud. Het gaat niet alleen over zorg & vitaliteit voor de mensen zelf, maar juist ook over eten en drinken, de infrastructuur, wonen, onderwijs en werken. Het geeft dus handvatten voor ons leven en leefomgeving.

Samenwerken

Deze opgave is te groot voor ieder op zich. Samenwerking verrijkt, stimuleert, optimaliseert en zorgt voor het behalen van de gewenste doelen. Gemeente, organisaties, het bedrijfsleven en bewoners zullen voor veel opgaves samen moeten werken. Zonder de benodigde samenwerking zal het eindresultaat minder zijn en/of zelfs niet gehaald worden.

Voor iedere opgave zal er dus goed gekeken moeten worden met wie en hoe samenwerkingen tot stand behoren te komen.

Wat is er nog nodig?

Vanuit de inventarisatie en visualisatie van wat er al is, de mogelijke wens om nieuwe labels en keurmerken aan ons te verbinden en uit de verschillende samenwerkingen zal blijken dat er bestaande faciliteiten en business niet compleet is of mag veranderen. Deze inventarisatie is ook op korte termijn gewenst. Deze is echter nooit af. De behoefte van de klant verandert tenslotte iedere dag.

In ieder geval is extra aandacht voor scholing en de toenemende vraag naar werknemers in de zorg belangrijk. Bij een toenemende hoeveelheid arbeidsplaatsen zal er ook gedacht moeten worden aan de voorzieningen. Bereikbaarheid voor de werknemers buiten Noordwijk. Meer passende woningen voor de werknemers die in Noordwijk willen(blijven) wonen.

Metten is weten!

Hoe klein de branche binnen Noordwijk ook lijkt, is het nodig om te monitoren wat we hebben bedacht en dit uit te voeren. Welke feiten en cijfers zijn bepalend voor het succes en hoe kunnen we die meten? Welke ontwikkelingen in de regio hebben invloed op de ontwikkelingen in Noordwijk? Er is veel bestaande data, die aangevuld met informatie uit het bedrijfsleven al een goed beeld kunnen geven. Te denken valt aan werkgelegenheids- en werkloosheidscijfers in de sector, aantal en soorten bedrijven en instellingen, het aantal woningen/bedden, etc.

Marketing & communicatie

Wat we al hebben en doen kunnen we morgen aan iedereen gaan vertellen. Er zal vanuit Noordwijk één boodschap verkondigd moeten worden. Een gedegen strategie, marketing en communicatie zorgt dat al de ideeën ook succesvol zullen worden. Noordwijk Marketing en het Ondernemersfonds zijn de partijen die daar invulling aan kunnen geven.

Wanneer?

De periode tot 2030 is lang. De huidige maatschappij, plaatselijk, regionaal, nationaal en internationaal zijn steeds veranderlijker. Dat vraagt dus om flexibiliteit naar de toekomst.

Onderstaande planning is dus een eerste aanzet voor een gezamenlijke uitvoeringsagenda. Deze zal menigmaal aangepast worden op basis van (nieuwe) ontwikkelingen.

Periode (jaren)	Betrokken partijen		
	Bewoners	ondernemers	gemeente
2015 – 2016			
Gezamenlijk opstellen en vaststellen Omgevingsvisie 2030			
Inventariseren wat er al is.			
Inventariseren wat er nog meer nodig is.			
Onderzoeken haalbaarheid verkrijgen Blue zone label			
Onderzoeken noodzaak diverse overige labels			
Onderzoeken (noodzakelijke) samenwerkingsverbanden			
Marketingplan opstellen			
Opstellen en opstarten monitor Zorg & vitaliteit			
Nieuwe business en bijsturen bestaande business			
2017 – 2022			
Behalen en implementeren Blue zone label			
Behalen en implementeren diverse overige labels			
Aangaan en effectueren samenwerkingsverbanden			
Nieuwe business en bijsturen bestaande business			
Monitoring en bijsturen Zorg & Vitaliteit			
Marketingplan uitvoeren			
Opstarten fysieke projecten			
2022 – 2030			
Monitoring en bijsturen Zorg & Vitaliteit			
Monitoring en bijsturen marketingplan			
Nieuwe business en bijsturen bestaande business			

D. Detailhandel

Huidige retail in Noordwijk

Locatie	Kernmerken	Consumenten motieven:
Centrum Zee	• Hoofdwinkelgebied (klein) • Ca. 100 winkels • Dichtste passantenstromen van Noordwijk • Meerdere trekkers • > 50% filiaal/franchiseketens met landelijke dekking • Meerdere 'trekkers' aanwezig • A1, A2 en B1 locatie	<u>Recreatief winkelen</u>: Het motief van de consument is ontspanning en vermaak, waarbij veel verschillende winkels worden bezocht, vaak zonder voorgenomen koopdoel. Verrassing en entourage dragen bij aan het doen van (impuls) aankopen. Een onderscheidende ambiance (verrassing) en goede horeca dragen bij aan de verblijfsduur. Een bijzonder karakter (aanbod, ambiance) en lange verblijfsduur rechtvaardigen een grotere inspanning om er te komen (reistijd, etc.). Bij recreatief winkelen zijn vooral de smaakgevoelige/keuzegevoelige assortimenten en een grote diversiteit (verrassing, vermaak) van belang.
Centrum Binnen	• Ondersteunend winkelgebied • Wijkcentrum groot • 25- 50 winkels • A2 locatie, B1 en B2 • 50%-75% van de maximale drukte • Min. 25% bestaat uit filiaal/franchiseketens • Tenminste een 'trekker' aanwezig	<u>Boodschappen doen</u>: Het motief van de consument is om frequente aankopen te doen, vaak levensmiddelen, die men al kent en/of niet keuzegevoelig zijn. Boodschappen doen lijkt daarom op doelgericht aankopen doen. Ook hier zijn gemak en efficiëntie (alles bij elkaar, snel bereikbaar) belangrijker dan de ambiance of de keuze binnen een assortiment. In tegenstelling tot het type winkelgedrag dat wij definiëren als 'doelgericht aankopen', vindt 'boodschappen doen' plaats bij meer dan één winkel in dezelfde kooptrip. Veelal worden de dagelijkse boodschappen op deze wijze gekocht (als supermarkt en overige winkels bij elkaar liggen), maar bij voorbeeld ook spullen voor een feestje of een weekendje klussen.
Prins Bernhardstraat	• Buurtcentrum • C-locatie • 5-9 winkels • Ondersteunend winkelgebied	<u>Boodschappen doen</u>: (zie hier boven) <u>Doelgericht aankopen</u>: Het motief van de consument is om in een specifieke winkel of specifiek winkelgebied een specifiek artikel (of artikelen) te kopen. De zekerheid het artikel te kunnen verkrijgen staat centraal. Efficiëntie is belangrijker dan ambiance of overig assortiment. Combinatiebezoek is geen doel, in principe worden alle aankopen in de kooptrip in de betreffende winkel of winkelgebied gedaan. Afhankelijk van de uniciteit van het artikel is men bereid tot inspanning
Rederijersplein	• Supermarktcentrum • Ondersteunend winkelgebied	<u>Boodschappen doen</u>: (zie hierboven)

Locatie	Kernmerken	Consumenten motieven:
	• C-locatie • 3-4 winkels waaronder een supermarkt > 500 m²	
Verspreide winkels binnen de bebouwde kom	Betreft 14 winkels van verschillende grote en branche verspreid over Noordwijk. Variërend van supermarkt, tot doe-het-zelf C-locatie	<u>Boodschappen doen en/of doelgericht aankopen</u>
Verspreide winkels buiten de bebouwde kom	Betreft 4 winkels m.n. tuincentra C-locatie	<u>Doelgericht aankopen</u>
Bedrijventerrein	Betreft m.n. automotive en daarnaast DHZ, golfshop, interieur en mode	<u>Doelgericht aankopen</u>

Visie op retail in Noordwijk:

1) De fysieke winkel is een blijverdje.

2) Concentratie van winkelgebieden in sfeervolle centra:

a) Sfeervolle centra:

i) Zee: doortrekken zee/strand – zet in op kwaliteit van omgeving en gastvrijheid – Een goede verbinding met strand/duin om zo te zorgen voor een paar uur ontspanning is van belang. Het toevoegen van een ontmoetingsplein(en) is gewenst.

ii) Binnen: doortrekken historie in nieuwe (her)ontwikkelingen en renovatie bestaande panden. Creëer vloeiende looplijnen zonder obstakels en houdt optimale verbinding tussen Kerkstraat en nieuwe (her)ontwikkelingen. Aandachtspunt is hier bijv. de herontwikkeling/renovatie van passage.

b) Concentratie: stimuleringsbeleid om te verplaatsen naar 1 van de 2 centra omdat op middellange/lange termijn de B en C locaties niet voldoende traffic zullen weten te genereren om rendabel te kunnen blijven opereren. Nader onderzoek naar de mogelijkheden van herverkaveling is gewenst.

c) Uitbreiding van het aantal m2 winkel in het centrum van Noordwijk aan Zee: Ontmoedigingsbeleid om elders in het dorp, in het lokale of regionale buiten nieuwe winkellocaties te creëren is essentieel om de huidige centra levensvatbaar te houden. Geen grote uitbreidingen van aantal m2 winkeloppervlakte meer. De uitbreiding van retail op de KW Boulevard wordt niet als kansrijk bestempeld.

d) Woningvoorzieningen in het centrum alleen op de verdieping toestaan.

3) Digitalisering en het gedrag van de consument: het verkrijgen en verwerken van kennis van de klant en klantstromen om als Noordwijk, als centra, horeca of zelfstandige ondernemer weten wie is mijn klant, waar komt hij vandaan en wat zijn zijn wensen.

4) Verbinding met horeca, natuur, cultuur en ruimtevaart.

5) Goede bereikbaarheid naar de winkelcentra en optimale verkeersstromen en voorzieningen in en rondom de centra:

a) *Voor Noordwijk Binnen* betekent dit onder andere aansluiting en herontwikkeling passage op de Kerkstraat. Aan het begin van de Kerkstraat zullen maatregelen genomen moeten worden om een duidelijke verbinding met de historische kern te leggen en doorstroming naar dit gedeelte van de Kerkstraat te verbeteren. Het Kloosterplein dat een toegankelijk verzorgd plein wordt met aantrekkelijke parkeervoorzieningen.

b) *Voor Noordwijk aan Zee*: Parkeervoorzieningen rondom de Hoofdstraat minimaal

behouden en optimaliseren maar bij voorkeur uitbreiden. Fietsvoorzieningen: dichtbij het centrum houden echter locatie optimaliseren voor verbeterde uitstraling van het centrum. Het creëren van een plein met verblijfsfunctie en onderliggende parkeervoorzieningen op het Jan Kroonsplein heeft kans van slagen als hier een goede zichtlijnen vanuit de Hoofdstraat en een natuurlijke/uitdagende aantrekkingskracht naar dit stuk gerealiseerd worden.

- c) Optimalisering van verkeerscirculatie binnen Noordwijk als geheel en binnen de regio zoals beschreven in het werkdocument verkeer en bereikbaarheid.

6) Flexibelere regelgeving: Winkeliers en horecaondernemers in Nederland hebben te maken met een grote hoeveelheid wetten en regels waaraan zij moeten voldoen. Ruimtelijke regels, verkeersregels, economische regels, arbeidsrechtelijke regels, et cetera.

7) Samenwerking: Op meerdere fronten is het noodzakelijk en/of wenselijk om samen te werken om zo tot betere, snellere en haalbare resultaten te komen en goed te kunnen inspelen op trends en ontwikkelingen. Op een aantal plekken of is al zichtbaar dat zijn vruchten begint af te werpen. Ook samenwerking in de regio.

8) Branchering, profilering en promotie.

Plannen korte termijn

In aansluiting op de eerdergenoemde stippen op de horizon zijn hieronder een aantal actiepunten waarop op korte termijn de wenselijkheid en prioritering zal worden vastgesteld en haalbaarheid aansluitend nader onderzocht zal worden. Het betreft hier met name plannen/ideeën die weinig tot geen inzet van de gemeente vragen maar wel een bijdrage kunnen leveren aan verbeteren van het economisch functioneren van de retail:

1. Business school/masterclasses met diverse thema's;
- 2) Connecting met en kennis van de klant en bezoeker;
- 3) Mogelijkheden en wenselijkheid voor verplaatsing winkeliers;
- 4) Marketing en communicatie: Voor beide centra zullen marketing en communicatie geoptimaliseerd moeten worden;
- 5) Ondernemersloket: voor nieuwe startende ondernemers, bestaande ondernemers, organiseren van evenementen en activiteiten. (retailbestuur i.o.m. gemeente);
- 6) Meer flexibiliteit in het vastgoed, bijvoorbeeld binnen de retailagenda;
- 7) Food speciaalzaken een lokaal/regionaal podium bieden.

E. Horeca & Toerisme

Noordwijk is dé plek om als toerist én bewoner tot jezelf te komen, te genieten van natuur en cultuur, inspiratie op te doen en te revitaliseren in een omgeving waar kwaliteit, authenticiteit hoog in het vaandel moeten staan.

Kernwaarden zijn: Vitaal, stijlvol, gastvrij, nieuwe tijds, duurzaam, inspirerend en authentiek.

De verwachting is voor de sector op de korte termijn, dat de groeiende vraag niet automatisch zal leiden tot meer omzet groei. Dat ondanks een opleving in het consumenten vertrouwen, we te maken hebben met een consument die meer keuzes heeft, meer inzicht in hun keuzes door review en boekings-sites, dit leidt tot een toenemende concurrentie. Wel is het zo dat de buitenhuis consumpties fors zullen toenemen en dat er meer buitenlandse toeristen naar Nederland zullen komen. Uitblinkende ondernemers zijn diegene die zullen excelleren in kwaliteit en beleving. Standaard producten hebben het zwaarder dan ooit. Consumenten zoeken naar producten met een bijzondere beleving of een emotionele lading.

<u>Overall trends</u>	<u>Kansen en bedreigingen</u>
Prijs en beleving worden steeds belangrijker,	Samenwerking tussen Horeca, Recreatie en Retail biedt kansen
Online vindbaar zijn en inzet van social media zijn van doorslaggevend belang	Het realiseren van verkoop via eigen verkoop kanalen i.p.v. boeking sites
Toenemende schaalvergroting en ketenvorming	Vergrijzing en daarmee de opkomst van kapitaal krachtige senioren
Integratie van verblijf en dag recreatie	Gemeentes stimuleren om leefomgeving aantrekkelijker te maken
Toenemende aandacht voor duurzaamheid en gezondheid	Kleinschalig particulier aanbod
Toetreding van branche vreemde partijen Branche vervaging en vervlechting	Het werven en behouden van goed personeel

Bron: economisch sector rapport Rabobank 2015, economisch rapport gemeente Noordwijk.

Voorwaarde voor alle plannen is dat het concept van aanpak aangepast dient te worden van lineair denken (van A naar B, van oorzaak naar gevolg), naar een Effectuation Style.

Effectuation werkt volgens 5 simpele principes die hieronder beschreven staan:

Principe1: wat heeft Noordwijk al in Huis (Bird in hand), wat zijn de beschikbare middelen.

Principe 2: wat zijn we bereid te verliezen? Dus als iets mislukt.

Principe 3: iedere verrassing heeft een nieuwe kans in zich; probeer het onvoorziene niet weg te drukken, maar probeer er juist iets waardevols van te maken.

Principe 4: leg in dialoog met (potentiële) partners de kaarten op tafel en ontdek pas waar de weg heengaat door hem samen te bewandelen.

Principe 5: geef mensen vertrouwen en verantwoordelijkheid; dan volgt de rest vanzelf. Een goed plan is maar even een goed plan, een goede vent of vrouw is altijd een goede vent of vrouw.

Aanbeveling 1:

Bezoek aan succesvolle badplaats Sylt met selectie van de gemeenteraad, ambtenaren, ondernemers en burgers voor 1 dag.

Waarom: Sylt is een plaats in Noord-Duitsland met circa 22.000 inwoners is zeer succesvol gebleken in het aantrekken van toeristen. Als koningin van de Noordzee toch in staat geweest haar eigenheid te behouden, wat een onderdeel is geworden van de aantrekkingskracht. In 2013 was Sylt nummer 1 van de Top 100 lijst van bezienswaardigheden in Duitsland. De kernwoorden van deze badplaats zijn Sea, Passion and Life, waarmee een dynamiek en uitstraling wordt gegeven aan de ambitie van deze plaats. <http://en.sylt.de>

Aanbeveling 2:

Noordwijk of Duin- en Bollenstreek adopteert een Blue Zone label, zoals ook beoogd wordt met de Blue Ocean Village concept.

1) De introductie en invoering van de Blue Zone-gedachte voor Noordwijk met als doel alles te doen voor bijdrage aan een gezonde leefstijl en daarom een gezonde economie; 2) Bijdrage aan de identiteit van Noordwijk; 3) De vele initiatieven die Noordwijk rijk is met elkaar verbinden; 4) Lokaal bestuur inspireren om te werken met vitaliteitsprincipes; 5) Een impuls geven aan Noordwijk als (inter)nationale toeristische- en congresbadplaats.

Blue Zones zijn gebieden in de wereld (o.a. op Sardinië en in Japan) waar men het leven positiever ervaart, ouder wordt en een korter ziekbed heeft: men is er gezonder, voelt zich langer fit en ouderdomsziekten zoals hartfalen, artrose en dementie komen er minder voor.

Aanbeveling 3:

Alternatief vervoer om alle bezienswaardigheden in Noordwijk aan elkaar te haken. En voor bezoekers overzichtelijk en bereikbaar te maken.

Aanbeveling 4:

Noordwijk zou in het kader van Vitaliteit, ook de beschikbare natuurgebieden op haar grondgebied beter kunnen benutten en vermarkten, zoals bestaande ontwikkelingen van project Noordvoort. Dit project is een samenwerking tussen het Waternet, het Hoogheemraadschap Rijnland en de gemeentes Noordwijk en Zandvoort.

Waternet gaat samen met het Hoogheemraadschap van Rijnland, Staatsbosbeheer, de gemeenten Noordwijk en Zandvoort en Rijkswaterstaat de dynamiek en de natuurwaarden in de zeereep tussen paal 70 en 73 herstellen. Dynamisch kustbeheer wordt daardoor nog aantrekkelijker voor de bezoekers.

Op het strand tussen Zandvoort en Noordwijk is een strakke zanddijk. In de eerste fase wordt er een verstuiwing op gang gebracht en ontstaan er stuifkuilen. Daarnaast wordt er vegetatie verwijderd om de verspreiding van stuifzand te bevorderen. Er is een nieuw uitzicht punt gemaakt zodat iedereen alles goed kan bekijken.

F. Agrarische sector

In de Ruimtelijke Structuurvisie Noordwijk 2030 wordt in het geheel niet gesproken over de agrarische sector binnen de gemeente Noordwijk. Wel wordt verwezen naar de regionale initiatieven die zijn en worden genomen waar het betreft de toekomstige ontwikkelingen in de agrarische sector in de regio. Dit is ook logisch waar geconstateerd moet worden dat binnen de gemeente Noordwijk slechts ongeveer 475ha agrarische grond aanwezig is. Daarom lijkt het zondermeer voor de hand te liggen om de agrarische problematiek regionaal aan te pakken en niet lokaal. Die regionale initiatieven zijn de volgende:

1. Greenport Duin- en Bollenstreek
2. Greenport Ontwikkelingsmaatschappij (GOM)
3. Economic board

De Stichting Bedrijfsleven Greenport Duin- en Bollenstreek is het aanspreekpunt vanuit de private sector voor de verschillende overheden. De activiteiten van de stichting zijn gericht op het waarborgen van een vitale economie in een vitaal landschap, rekening houdend met landschappelijke en cultuurhistorische waarden van de Duin- en Bollenstreek.

De Greenport Ontwikkelingsmaatschappij (GOM) is het regionaal ontwikkelbedrijf voor de herstructurering van de Duin- en Bollenstreek. GOM is in maart 2010 opgericht door de zes greenportgemeenten: Hillegom, Katwijk, Lisse, Noordwijk, Noordwijkerhout en Teylingen. De missie van GOM is het door middel van actieve gebied(her)ontwikkeling tot stand brengen van een economisch en ruimtelijk vitale Duin- en Bollenstreek. Het beleidskader hiervoor is de Intergemeentelijke Structuurvisie Greenport Duin- en Bollenstreek die de gemeenten in december 2009 hebben vastgesteld.

De Economic Board heeft als doel de innovatieve kracht en economie van de Greenport te versterken. Deze Board heeft als belangrijkste taak om de voortgang van de Economische Agenda Greenport Duin- en Bollenstreek actief te bewaken en vooral te stimuleren. Dat doet zij onafhankelijk van achterbannen, op persoonlijke titel(-s) en met hart voor de Bollenstreek. Zij wordt ondersteund door het Programmabureau Greenport dat als dagelijks uitvoeringsorgaan van de Board fungeert.

Het lijkt de werkgroep niet zinvol om naast deze regionale initiatieven nog eens een hoofdstuk agrarisch in te vullen voor de Omgevingsvisie die alleen voor de gemeente Noordwijk wordt opgesteld. In feite geeft de startnotitie dit ook zelf aan:

“De gezamenlijke opgave van de bollengemeenten is om te werken aan een vitale Greenport in een aantrekkelijk landschap. Binnen het lopende actualisatieproces van de Intergemeentelijke Structuurvisie Greenport Duin- en Bollenstreek (ISG) is het de opgave vanuit Noordwijk een constructieve bijdrage te leveren aan het herstructureringsproces van het bollencomplex dat door de Greenport Ontwikkelings Maatschappij (GOM) wordt uitgevoerd. Hierbij zijn innovatie en landschapsverbetering belangrijke uitgangspunten.”

Wel noemt de werkgroep de volgende kansen op korte termijn voor de agrarische sector:

Activiteiten ondersteunen

In het kader van Noordwijk Blue Village liggen er op dit gebied kansen.

Veldzicht en de plannen voor de aanleg van een kruidentuin. Met Jan Hoogeveen en Marc Vieten is gezamenlijk gesproken over de volgende vraag: Op welke wijze kunnen kruiden aansluiten op de werkwijze van Blue Village. Beiden zien grote mogelijkheden ter versterking van elkaar. Afsproken is dat de beide heren contact houden en elkaar op de hoogte houden van de ontwikkelingen.	Actie vanuit NOV: - Geef assistentie bij de communicatie. - Geef assistentie bij het maken van een marketingplan. - Zorg ervoor dat de Veldzicht en de kruidentuin worden opgenomen in het vervoerstraject.
Noordwijk en Lavendel. Zeer van harte is de werkgroep enthousiast over de initiatieven van een ondernemer op Langevelderslag. Niet alleen de verkoop van lavendel maar ook direct vermarkten van dit project door het te gebruiken: 1. Horeca in Noordwijk (maaltijden) 2. Gezondheid Ook workshops worden gegeven en de mogelijkheden van deze ondernemer passen ook prima in de filosofie van Blue Village.	Actie vanuit werkgroep: 1. Organiseren van gesprek met Blue Village. 2. Assistentie bij marketing voor Noordwijk. 3. Assistentie bij promotie in Noordwijk (BO)

G. Wonen & Infrastructuur

Samenvatting

Uitgaande van de ambitie dat Noordwijk een aantrekkelijke verblijfplaats wil zijn, zowel voor bewoners als voor bezoekers, die zich qua uitstraling en beleving positief onderscheidt van andere plaatsen aan de Noordzeekust, wordt geanalyseerd welke processen er op het ruimtelijke (fysieke) domein en op het economische domein vanaf 2004 hebben plaatsgevonden.

Binnen de werkgroep wordt geconcludeerd dat voor het ruimtelijke proces de in 2009 vastgestelde visies: Ruimtelijke Structuurvisie Noordwijk 2030 en de Integrale Ruimtelijke Visie Nieuw Oost en Noordwijk Zeewaardig, zouden kunnen volstaan als ruimtelijke omgevingsvisie zoals bedoeld in de Omgevingswet.

De aandacht moet zich richten op het verder uitwerken van onderdelen uit de visies en weer oppakken van onderdelen die zijn vertraagd of zijn stilgevallen. De inspraak kan georganiseerd worden gericht op de uitwerking van deze onderdelen.

Omgevingsvisie voor de fysieke omgeving

De komende periode zou benut moeten worden om onderdelen uit de ruimtelijke visies die na 2009 - 2010 zijn stilgevallen of zijn vertraagd verder uit te werken. Dan kan voor het ingaan van de Omgevingswet in 2018 op de ruimtelijke visies het stempel "omgevingsvisie voor de fysieke omgeving" worden geplakt.

Naar ons standpunt is er geen aanleiding het jarenlange proces vanaf het besluit over de Toekomstvisie in 2004 tot de besluiten over de ruimtelijke visies in 2009 te herhalen en kan en deels moet direct worden overgegaan tot het voortzetten van het van 2004 tot 2010 doorlopen proces.

Belangrijke ontwikkelingen zijn stilgevallen of vertraagd maar er liggen ook nog tal van voorstellen die zo verder kunnen worden uitgewerkt. Stilgevallen dan wel vertraagd zijn:

1. De ontwikkeling van plannen voor openbare parkeergarages tussen de Koningin Wilhelmina Boulevard en de Parallelboulevard en onder de eerder ontwikkelde plannen voor de Maarten Kruytstraat en het Jan Kroonsplein. Voor het realiseren van openbare parkeergarages langs de Koningin Wilhelmina Boulevard, iets dat bij de kustversterking een belangrijk strategisch uitgangspunt was, zijn er na het realiseren van de kustversterking nog geen initiatieven genomen. Gezien de actualiteit is het van groot belang dat de gemeente, conform dit strategische uitgangspunt, mede in samenwerking met de Hotels van Oranje en andere stakeholders en grondeigenaren o.a. het voorzien van openbare parkeerlagen in de plannen opneemt.
2. Direct gevolg van het na de kustversterking kunnen aanleggen van ondergrondse parkeergarages is ook het kunnen realiseren van nieuwe bebouwing voor economische functies (hotels, horeca) en wonen omdat het nu mogelijk is de vereiste parkeernorm te realiseren voor de toegevoegde functies in de bebouwing. Hierdoor is het mogelijk plannen ten behoeve van de badplaatsontwikkeling te

realiseren op de open ruimten Palaceplein, "Gat van Palace", Jan Kroonsplein, kleinere locaties langs de Parallel Boulevard, Maarten Kruytstraat, Vuurtorenplein, ten noorden van de vuurtoren en op het Wantveld. Op veel van deze locaties heeft in het verleden ook bebouwing bestaan.

3. Het strategisch beleid van de gemeente zou primair gericht moeten zijn op de verblijfskwaliteit van de badplaats en het bieden van voldoende parkeerplaatsen voor bezoekers. De combinatie van honderden extra openbare parkeerplaatsen in het gebied tussen de Greut en het Vuurtorenplein en het kunnen toevoegen van nieuwe functies leiden tot een economische stimulans en het versterken van de ruimtelijke kwaliteit van de gebouwde omgeving. Daarnaast is het mogelijk om door middel van een parkeerbalans te bezien of het toevoegen van de nieuwe openbare parkeergarages kan leiden tot het verminderen van parkeerplaatsen op andere locaties.
4. Ontwikkeling plan Maarten Kruytstraat (winkels, woningen, openbare parkeergarage). Ontwikkeling plan Jan Kroonsplein en het terrein van de Vomar. Dit plan ging uit van een ondergrondse supermarkt en openbare parkeergarage en bovengronds woningen passend in de gedachten over het Vissersdorp.
5. Langs de Koningin Wilhelmina Boulevard is de tweede fase duininrichting uitgewerkt met o.a. een prachtig uitzichtpunt, een drietal kiosken aan de zeezijde, banken, fietsparkeerplaatsen, menukaartborden, voetenwasbakken etc. Het beeldbepalende uitzichtpunt is niet gerealiseerd en het plan voor de kiosken is niet verder uitgewerkt.
6. Ontwikkeling Hoogvliet terrein in Noordwijk-Binnen voor winkels, woningen en parkeergarage passend in de visie De Kern Gezond. Momenteel is er sprake van een nieuw plan dat sterk afwijkt van de Integrale Ruimtelijke Visie van De Kern Gezond. Ondergronds parkeren, winkels en daarboven woningen in een passende architectuur is het uitgangspunt. Dit is in de kern van Noordwijk Binnen als belangrijke randvoorwaarde neergelegd en ook gerealiseerd bij de plannen van D-winkels, het plan Binnenhof, het plan Weteringpoort en het plan Nieuw Patrimonium. Het is van belang bij het realiseren van een integrale ruimtelijke visie de uitgangspunten vast te leggen in de Welstandsnota en het bestemmingsplan en daar langjarig strikt aan vast te houden.

Verdere uitwerking kan plaatsvinden van:

1. De studieverkavelingen voor het Palaceplein en het Gat van Palace. De Koningin Wilhelmina Boulevard wordt hierbij ingekort zodat het nieuwe "Noordzeepaleis" met toeristische functies direct aan het duingebied/strand zou grenzen. Een top A1 locatie. Uitgangspunt ondergronds parkeren en een hoogwaardige inrichting van de openbare ruimte.
2. De verkaveling gedachte voor het Vissersdorp die in de nota Noordwijk Zeewaardig is weergegeven. Uitgangspunt is een hoogwaardig ingericht verblijfsgebied.

3. Inmiddels kan en moet een visie in her – ontwikkeling van de Grent, mede in relatie tot de Hoofdstraat, en Maarten Kruytstraat tot stand komen. Is en blijft de Grent een plek voor harde horeca/ uitgaan in leeftijden van 18 tot 80 of dient hier een gedurfde wijziging in bestemming overwogen te worden met een houdbaarheid voor de lange termijn?
4. De studieverkavelingen voor het Vuurtorenplein en zo mogelijk de Koningin Wilhelmina Boulevard in noordelijke richting te verlengen. Ook hier is het uitgangspunt ondergrondse openbare parkeerplaatsen en hoogwaardige inrichting openbare ruimte.
5. Voor het Wantveld is er in de nota Noordwijk Zeewaardig een globaal stedenbouwkundig model in aansluiting van het plan voor de uitbreiding van Groot Hoogwaak aangegeven. Het plan voor Groot Hoogwaak is inmiddels verder uitgewerkt. Ook hier leidt het gebrek aan toetsingskader voor de gewenste ontwikkelingen op het Wantveld tot allerlei discussies over het bouwinitiatief.
6. De verdere gefaseerde uitwerking van het middengebied als landschapspark met openbare functies conform de Ruimtelijke Structuurvisie.
7. Herinrichting Kloosterplein. Plan voor parkeerterrein met bomen vergelijkbaar met de inrichting van het Lindenplein en een directe open relatie met de tuin van de Sint Jeroenskerk conform de IRV De Kern Gezond. Essentieel hierbij is de mogelijkheid in ruimte en infrastructuur voor aanwezigheid en functioneren van de weekmarkt op deze locatie, en het realiseerbaar maken van winkelfronten en veilige loopzones aan de zuidwand van de Kerkstraat (Kloosterpleinzijde). Aandachtspunt hierbij is mede laad – en losmogelijkheden en parkeren in kwaliteit en kwantiteit.
8. De Integrale Ruimtelijke Visie Nieuw Oost. De coalitie die in 2010 aantrad koos voor het niet bebouwen van Bronsgeest en het ophogen van de aantallen woningbouw in Offem Zuid. Hierdoor zijn de Integrale Ruimtelijke Visie Nieuw Oost en het Strategisch uitwerkingsplan niet verder uitgewerkt.
9. Ook het uitwerken van het vierde sportpark en het initiatief van Azzurro voor een sportcentrum is niet verder opgepakt.

Het succes en de snelheid in door – ontwikkeling dan wel ontwikkeling van voornoemde posities hangt mede af van een integraal toetsingskader dat “collegewisselingen” overleeft.

Na 2010 is het proces om uitwerking te geven aan de studies stilgevallen. Omdat er verder geen richtlijnen van de gemeente zijn voor een nieuwe ontwikkeling is dit het enige kader waarbinnen de initiatiefnemers hun plan moeten ontwikkelen. Als dan vervolgens het resultaat van dit gebrek aan sturingsmiddelen bij delen van de gemeenteraad en de bevolking niet goed valt wordt er achteraf toch maar een toetsingsmiddel bedacht: “de hoogte van de vuurtoren”. Een dergelijk gebrek aan toetsingskader van de gemeente levert natuurlijk allerlei discussies op. Dergelijke discussie zijn ook te verwachten als er een

initiatiefnemer met plannen komt op een andere locatie, bijvoorbeeld ten noorden van het Vuurtorenplein.

Conclusies

Het maken van een omgevingsvisie zoals beschreven in de Omgevingswet kan het beste plaatsvinden door het voortzetten van het tussen 2004 en 2010 gevoerde proces aangaande de visie op de ruimtelijke (fysieke) omgeving en de realisering van ruimtelijke programma's en projecten. De Ruimtelijke Structuurvisie Noordwijk 2030 en de Integrale Ruimtelijke Visies "Nieuw Oost" en "Noordwijk Zeewaardig" voldoen vrijwel geheel aan de criteria die de Omgevingswet aan een omgevingsvisie stelt.

Bij de ruimtelijke visies is het beleid tot 2030 vastgesteld en voor een groot deel uitgewerkt. De aandacht kan zich concentreren op hiervoor genoemde concrete onderdelen. Het hierbij behorende proces bouwt voort op eerdere besluiten en dat heeft consequenties voor het te voeren proces.

Door de stilgevallen onderdelen weer op te pakken en andere onderdelen verder uit te werken wordt de "lange lijn" van de genomen raadsbesluiten over de ruimtelijke ontwikkelingen vastgehouden en wordt er een enorme versnelling in het proces verkregen. Daarnaast zullen toch per uit te werken onderdeel de vragen aan de orde komen over de functies (hotel, winkels, woningen, voorzieningen), parkeren (ondergronds, openbaar, investeringskosten, exploitatiekosten), bouwhoogte, grondbezit, keuze ontwikkelaar etc. Deze zoektocht naar plannen die aansluiten bij de uitgangspunten van de ruimtelijke visies en die een ontwikkelaar kan realiseren is noodzakelijk anders blijft de situatie op de betreffende locatie zoals die is en wordt de ambitie van aantrekkelijke verblijfplaats met uitstraling en beleving niet bereikt.