

Retail- en horecavisie 2021- 2023



В Я О
Ruimte | om *in* te leven

Zaaknummer : 150204

Onderwerp : Retail- en Horecavisie 2021-2023

Datum : 2 juni 2021

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	5
1. Inleiding	6
2. Visie op de hoofdstructuur	9
2.1. Analyse als opstap naar visie	9
2.2. Ambitie & hoofduitgangspunten.....	14
2.3. Kader vanuit beleid	16
2.4. Toekomstbeeld hoofdstructuur.....	17
2.5. Visie op supermarkten in de structuur	18
2.6. Visie op perifere detailhandel	18
2.7. Visie op overige vormen van retail	19
2.8. Visie op horeca.....	20
2.9. Weerbaarheid hoofdstructuur retail en horeca gemeente Noordwijk	22
3. Visie op de retail per centrumgebied	25
3.1. Noordwijk aan Zee.....	25
3.2. Noordwijk Binnen.....	28
3.3. Noordwijkerhout	31
3.4. De Zilk	33
4. Visie op de horeca in deelgebieden	35
4.1. Buitengebied en De Zilk	36
4.2. Noordwijkerhout	37
4.3. Koningin Wilhelmina Boulevard.....	38
4.4. Koningin Astrid Boulevard	40
4.5. Strand.....	41
4.6. De Grent	42
4.7. Noordwijk Binnen.....	43
5. Marketinginvulling retail- en horecavisie	45
6. Uitvoering visie	49
6.1. Afweging nieuwe initiatieven	49
6.1. Juridische verankering	50
6.2. Dynamiek versterken	51
6.3. Uitvoeringsprogramma	54
Bijlagen.....	55
Overzicht supermarkten gemeente Noordwijk	55
Uitvoeringsprogramma retail- en horecavisie 2021-2023.....	56
Betrokken partijen en procesmomenten	57

Samenvatting

De retail- en horecavisie voor de periode 2021-2023 is gebaseerd op de ontwikkelingen in de gemeente Noordwijk, met als doel de bestaande centra in de kernen vitaal te houden. Bij het opstellen van deze beleidsvisie zitten de retail en horeca in een zware beproeving en een totaal nieuwe realiteit vanwege de coronacrisis. Dit is ook de reden waarom er gekozen is voor een 3-jarige visie. Het is maar de vraag of alle ondernemers de enorme teruggang in consumentenbestedingen als gevolg van het coronavirus kunnen dragen. Voor de gemeente Noordwijk vormen retail en horeca twee belangrijke pijlers in de lokale economie. In Noordwijk zijn innovatie, het tegengaan van leegstand en verschraving van het voorzieningenaanbod belangrijke uitdagingen. De visie bevat de volgende doelen:

- **Inspiratiedocument:** een inspirerende visie voor ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente Noordwijk met ambitie dat de basis is voor de uitvoering.
- **Toetsingskader:** een praktisch (sturings)instrument voor nieuwe retail- en horecainitiatieven, bestaande rechten blijven gehandhaafd.
- **Basis voor uitvoering:** zowel vanuit juridisch-planologisch oogpunt bij vernieuwing van bestemmingsplannen en vergunningen, als concrete projecten die in het uitvoeringsprogramma zijn benoemd om de ambities te realiseren.

Kort samengevat bevat de retail- en horecavisie onder andere de volgende uitgangspunten:

- Inzetten op **behoud en versterking van de bestaande hoofdstructuur retail en horeca** in de centrumgebieden Noordwijk Binnen, Noordwijk aan Zee en Noordwijkerhout.
- **Concentreren en kwaliteitsversterking van retail en horeca** in de vitale kernen ter versterking en voor de aantrekkelijkheid van de centrumgebieden. Het behouden van het bestaand aanbod is de norm. Solitaire vestigingen van retail en horeca is niet wenselijk. Eventuele nieuwe initiatieven dienen te passen binnen de hoofdstructuur retail en horeca.
- Noordwijk en haar kernen beter op de kaart zetten door middel van **marketing en promotie**. Inspelen op toerisme en recreatie en de kuuroordstatus van Noordwijk. Noordwijk Marketing is als partner betrokken voor de promotie.
- Inzetten op **basisvoorwaarden op orde** krijgen (c.q. de openbare ruimte) om het functioneren van de retail en horeca te optimaliseren.

1. Inleiding

Voor de gemeente Noordwijk vormen retail en horeca twee belangrijke pijlers in de lokale economie. Ook in Noordwijk zijn innovatie, het tegengaan van leegstand en verschraving van het voorzieningenaanbod belangrijke uitdagingen. Met een actuele visie en beleid wil de gemeente bestaande centra versterken en behouden. Zodat inwoners dagelijkse boodschappen bij voorkeur dichtbij huis kunnen blijven doen en optimaal wordt ingezet om de samenhang en synergie met recreatie en toerisme te versterken. De centra in de gemeente verschillen in omvang, identiteit, positie en perspectief naar de toekomst, wat samenkomt in één gemeentelijke retail- en horecavisie. Door de samenvoeging van de kernen Noordwijkerhout, Noordwijk en De Zilk op 1 januari 2019 is er behoefte aan een duidelijke koers.

Waarom retail & horeca gecombineerd?

Beide sectoren spelen een belangrijke rol in de economische, toeristische en maatschappelijke functie van Noordwijk. Naast retail verbindt horeca mensen met elkaar en met de woon-, leef- en recreatieomgeving. Goede horeca belichaamt de gastvrijheid van plaatsen, wat zeker in Noordwijk van eminent belang is. De combinatie verandert centra van 'places to buy' naar 'places to be'. Beide branches zijn van nature dynamisch, waar trends en ontwikkelingen elkaar rap opvolgen. De vraag naar en het gebruik van ruimte en commercieel vastgoed wijzigden de afgelopen jaren ingrijpend. Een balans tussen retail en horeca vinden is essentieel, daarom is breed gedragen en integrale toekomstvisie van belang, zeker rekening houdend met de effecten van de coronacrisis op de achtergrond. Deze visie dient ondersteunend te zijn aan zowel de retail als de horeca.

Doel

Het resultaat vormt een gedragen retail- en horecavisie voor de periode 2021-2023, gebaseerd op de ontwikkelingen in de gemeente Noordwijk, met als doel de bestaande centra vitaal te houden. De beleidsvisie creëert duidelijkheid aan de markt over de ontwikkelingsmogelijkheden, handvatten c.q. toetsingskader voor gemeentelijke afwegingen en een uitvoeringsprogramma om samen met marktpartijen de centrumgebieden te versterken.

Concreet betekent dit dat de visie de volgende doelen bevat:

- **Inspiratiedocument:** een inspirerende visie voor ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente Noordwijk met ambitie dat de basis is voor de uitvoering.
- **Toetsingskader:** een praktisch (sturings)instrument voor nieuwe retail- en horecainitiatieven, bestaande rechten blijven gehandhaafd.
- **Basis voor uitvoering:** zowel vanuit juridisch-planologisch oogpunt bij vernieuwing van bestemmingsplannen en vergunningen, als concrete projecten die in het uitvoeringsprogramma zijn benoemd om de ambities te realiseren.

Doorlopen proces

Om te komen tot een breed gedragen retail- en horecavisie door de verschillende kernen binnen de gemeente Noordwijk, is een zorgvuldig proces doorlopen met ondernemers, vastgoedeigenaren, en andere betrokkenen. Dit legt de basis voor goede samenwerking en bereiken van het beoogde resultaat, zoals wordt vastgelegd in de visie. Het doorlopen proces, met de verschillende overlegmomenten, presentaties aan college en raad, als de betrokken vertegenwoordigers, is opgenomen in de bijlage. Begeleiding van de inhoudelijke uitwerking vond plaats vanuit:

- De interne projectgroep, bestaande uit een afvaardiging vanuit de gemeente Noordwijk.

- De werkgroep, bestaande uit vertegenwoordigers namens ondernemers en vastgoed van Noordwijk aan Zee, strand & boulevard, Noordwijk Binnen en Noordwijkerhout en De Zilk. Zij hebben inhoudelijk meegeschreven aan de retail- en horecavisie. Aanvullend hebben ook zowel vertegenwoordigers van de Koninklijke Horeca Nederland (KHN) als niet-leden van de KHN inhoudelijk meegeschreven aan het horeca gedeelte van de visie.
- Geraadpleegde ambtelijke disciplines.
- Adviesbureau BRO

Impact van corona

Bij het opstellen van deze beleidsvisie zitten de retail en horeca in een zware beproeving en een totaal nieuwe realiteit. Dit is ook de reden waarom er gekozen is voor een 3-jarige visie. Het is maar de vraag of alle ondernemers de enorme teruggang in consumentenbestedingen als gevolg van het coronavirus kunnen dragen. Dit vraagt om innovatie en flexibiliteit van de ondernemer, vastgoedpartijen en van de overheid. In deze fase is niet goed te voorspellen wat de economische impact precies zal zijn, behalve dat deze groot zal zijn. In de basis wordt verwacht dat de volgende trends (vaak al in gang) versnellen:

- **Online koopgedrag:** de consument is in deze tijd meer genoodzaakt online aankopen te doen en ondernemers in de retail en horeca spelen daarop in.
- **Heroverweging winkellocaties:** filiaalbedrijven (ketens) kijken opnieuw kritisch naar de winkel- en vastgoedportefeuille. Dit betekent dat het verschil tussen goede en slechte locaties nog duidelijker en scherper zichtbaar wordt, met een verdere toename van de leegstand tot gevolg.
- **Faillissementen:** een toename van het aantal faillissementen in retail en horeca is onvermijdelijk. Niet alleen ondernemers worden zwaar getroffen, ook vitale ondernemingen komen door de maatregelen in de problemen. Met eveneens een toename van de leegstand tot gevolg. De effecten blijven niet alleen beperkt tot de ondernemers maar ook op de inkomsten van vastgoedeigenaren en daarmee financiële slagkracht. Er zullen ook de komende jaren zeker kandidaten zijn voor overname van horecazaken (lagere koop/huurprijzen).
- **Het kwaliteitsniveau van zaken behoeft de komende jaren extra aandacht.** Extra aandacht en inzet in Noordwijk moet 'vervlakking' van het aanbod (groter accent op lagere- en budgetsegment) voorkomen.
- **Minder behoefte:** aan winkel vierkante meters in de niet-dagelijkse sector. In de dagelijkse sector, inclusief supermarkten, groeit de behoefte.

Met de beleidsvisie proberen we de negatieve impact te beperken. Blaauiwberg heeft in opdracht van de Economic Board Duin- en Bollenstreek een tweetal analyses geschreven met betrekking tot de economische effecten van corona op de regio. Deze analyses zijn meegenomen in dit beleidsstuk. Voor Noordwijk levert de coronacrisis een enorme uitdaging op, vooral vanwege de omvangrijke toeristische én zakelijke markt. Inzetten op onderscheidend vermogen in compacte centra en het transformeren van randgebieden is belangrijker dan ooit. Middels voorliggende beleidsvisie wordt hier op ingespeeld, om zo de negatieve impact van de crisis te beperken. Investeringsen worden geleid naar de gewenste locaties en in sommige gebieden wordt transformatie voorgestaan. De solidariteit en de maatschappelijke betrokkenheid van ondernemers die nu zichtbaar wordt, leidt mogelijk tot meer draagvlak voor professionele samenwerking in én tussen de centrumgebieden. Uiteindelijk is het uitgangspunt om in 2023 een nieuwe retail- en horecavisie voor de gemeente Noordwijk op te stellen voor een langere periode (5-10 jaar). Tegen die tijd zullen de effecten van de coronacrisis duidelijker zijn en is een nieuwe visie wenselijk.

Juridische status

De retail- en horecavisie is op te vatten als een thematisch 'programma' binnen de nieuwe

Omgevingswet, waarmee op dynamische wijze moet worden ingespeeld op de behoeften vanuit de retail, horeca en de verschillende kernen. Een programma moet passen binnen de kaders van de gemeente-brede Omgevingsvisie, maar kan ook ingezet worden om de Omgevingsvisie mede vorm te geven. In Noordwijk wordt de Omgevingsvisie voor de hele gemeente parallel opgesteld aan de retail- en horecavisie. Het thematisch programma wordt zoveel mogelijk gebiedsgericht ingevuld. Naast gemeente-brede kaders wordt ingegaan op de dynamiek van de verschillende kernen en daarbuiten.

[Leeswijzer rapport](#)

Het resultaat van het proces is uitgewerkt in deze retail- en horecavisie, met de volgende opbouw:

- Hoofdstuk 2: Analyse van landelijke trends in retail en horeca. Verder komt ook de visie op de retail- en horecastructuur, inclusief ambities, toekomstperspectief en de positionering van de verschillende centrumgebieden aan bod.
- Hoofdstuk 3: Visie op retail per centrumgebied in de gemeente, afgestemd op de kansen en uitdagingen.
- Hoofdstuk 4: Visie op de horeca in de gemeente, vertaald per deelgebied, met een doorkijk naar de toekomst.
- Hoofdstuk 5: Marketinginvulling retail- en horecavisie
- Hoofdstuk 6: Uitvoering retail- en horecavisie, inclusief uitvoeringsprogramma met projecten, acties en maatregelen van de retail, horeca en Noordwijk Marketing. Verder komt ook de juridische verankering van de visie aan bod in dit hoofdstuk.

2. Visie op de hoofdstructuur

2.1. Analyse als opstap naar visie

Het DNA van de gemeente Noordwijk

Noordwijk aan Zee is begin 20e eeuw van vissersdorp naar toeristische badplaats getransformeerd. Begin 21e eeuw wordt Noordwijk beschouwd als een kwalitatieve badplaats met internationale allure waar zowel particuliere als vergader- en congres gasten zich thuis voelen. Noordwijk beschikt sinds 2020 over een kuuroordstatus en is tevens gelegen in, het dit jaar door het landelijk parlement te bekrachtigen, Nationaal Park de Hollandse Duinen. Noordwijk heeft een aantal onderscheidende kernkwaliteiten, die mede de basis vormen van het aanbod en de ruimtelijke structuur van de retail en horeca. Dit DNA kan worden samengevat in de volgende kernbegrippen:

- Ontspanning & ontmoeting
- Natuur & zee
- Bloemen & bollen
- Cultuurhistorie
- Gezondheid
- Gastronomie
- Topkwaliteit
- Gastvrijheid

Ontwikkeling in vraag en aanbod

Het retailaanbod in de niet-dagelijkse sector is relatief sterk, met name in het centrum van Noordwijk aan Zee. Mede door het (deels hoogwaardige) toeristisch-recreatieve profiel en het bovengemiddelde inkomensniveau kent Noordwijk een sterk modisch en luxe aanbod. Dit aanbod nam de afgelopen jaren wel af (veranderd consumentengedrag, meer online bestedingen) en blijft kwetsbaar.

De dagelijkse sector blijft in omvang beperkt achter: het boodschappenaanbod is divers, met een sterk aanbod versspeciaalzaken. Voor de leefbaarheid en het functioneren van de retail op lokaal niveau zijn met name supermarkten een belangrijke drager. Gemiddeld is er in de gehele gemeente ca. 250 m² wvo aan supermarkten per 1.000 inwoners gevestigd, net onder het landelijk gemiddelde van 267 m² wvo. Dit cijfer betreft het bestaande aanbod supermarkten in de gemeente en impliceert enige ruimte voor optimalisering, aansluitend op de bestaande plannen voor supermarktontwikkelingen.

Horecasector is en blijft omvangrijk: Noordwijk kent een zeer ruim horeca-aanbod. Zo ligt het aantal drankverstrekkers (+56%), het aantal zaken in de fastservice (+57%) en het aantal restaurants (+106%) ver boven gemiddeld. Het accent ligt op het prijsvriendelijke- en middensegment. Het hotelaanbod behoort veelal tot het hogere en deels zelfs exclusieve segment, met internationale trekkracht. Diversiteit in de breedte van de horeca sluit aan bij het profiel van Noordwijk. Echter, de invloed van de coronacrisis is nog niet inzichtelijk en dus niet meegenomen in de bovengenoemde cijfers.

Manifest van Noordwijk

Gelegen aan de prachtige Noordzeekust.
Met een karakteristieke boulevard.
Hotels en restaurants van allure.
Wel stijlvol, niet stijf.
Waarom we ze koesteren?
Omdat je er op adem kunt komen.

Historische kerken die verhalen vertellen
van Jeroen tegen de Noormannen.
Gevelhuizen die de Gouden Eeuw reflecteren.
Patriciërshuizen uit de 18e eeuw
die onderdak bieden aan vele culturele
evenementen.
Waarom we er zuinig op zijn?
Omdat ze ons verleden ademen.

Fantastische feesten als het corso.
Een knallend carnaval.
Een bruisend verenigingsleven.
Waarom we ze in ere houden?
Omdat je er levensvreugde inademt.

Eindeloos natuurschoon.
Eindeloze duinen, brede stranden.
Ontelbare fiets- en wandelpaden.
De kleurenpracht van de bollenvelden.
Een omgeving die gezonde lucht koppelt
aan de kracht van natuur en landschap.
Kuuroord waar je weer op adem komt.
Wij zijn Noordwijk. Een verademing.

Noordwijk Marketing

De leegstand in de retail is vooral langdurig en is een aandachtspunt. De leegstand nam in de periode 2013-2020 af (zowel in aantal verkooppunten als omvang). Uit meest recente data van Locatus blijkt dat 5,4% van alle verkooppunten in de gemeente Noordwijk leegstaat. In Nederland staat zo'n 7,4% van het totaal aantal verkooppunten leeg. Leegstand in omvang (m² WVO) ligt op 3,7% in de gemeente en 7,2% in Nederland. Ondanks het feit dat de leegstandcijfers in Noordwijk onder de landelijke cijfers zitten is de leegstand echter langdurig (tussen 1 en 3 jaar) en verdient het aandacht.

Ontwikkeling bestedingspotentieel: Het aantal inwoners van gemeente Noordwijk neemt tot 2030 toe met ca. 10%. De bevolking van Noordwijk is daarbij koopkrachtig. Het gemiddeld inkomen per inwoner ligt 12% hoger ten opzichte van landelijk gemiddelde (CBS)¹. Hierin zijn accenten in doelgroepen binnen de gemeente (o.a. arbeidsmigranten met eigen koopgedrag). De groei van het inwonertal impliceert dat het bestedingspotentieel voor de retail en horeca toeneemt. Echter, de impact van de coronacrisis op de structurele uitgaven van bezoekers, toeristen en van de zakelijke markt zal invloed hebben op het lokale bestedingspotentieel tot en met 2023.

Onderscheidend en breed toeristisch profiel: Noordwijk kent een bijzonder breed toeristisch profiel vanwege de ligging aan de kust op korte afstand van de grote steden, Schiphol en diversiteit aan trekkers, zoals strand & duinen en de Bollenstreek. Het aanbod evenementen en (water)sportmogelijkheden, de cultuur & historie van Noordwijk en de recent bemachtigde kuuroordstatus creëert daarnaast ook aantrekkingskracht. Wel noopt dit tot heldere keuzes in de profilering richting doelgroepen, waarbij de centrumgebieden, strand en boulevard ieder een eigen accent hebben. Op basis van Noordwijk Marketing kan de positionering van Noordwijk beschreven worden als 'gezond en energiek' en de merkidentiteit als een 'verademing'.

Toeristen komen van dichterbij: momenteel staan de toeristische en zakelijke markt door de coronamaatregelen sterk onder druk. Een deel van het toerisme wordt nu vanuit Nederland en de buurlanden ingevuld. Hotels kregen in de zomer- en herfstvakantie 2020 veel extra Nederlandse en soms Belgisch en Duitse toeristische gasten. Het herstel is sterk afhankelijk van de ontwikkeling van de coronacrisis.

Opvallend sterke zakelijke markt: door de strategische ligging en onder andere door de aanwezigheid van ESA ESTEC en Greenport kent Noordwijk eveneens een sterke zakelijke markt. Lange tijd stond Noordwijk op nummer 2 als congresplaats van Nederland (na Amsterdam), opmerkelijk gezien de relatief bescheiden omvang van de gemeente. De effecten van de coronacrisis op deze markt zijn echter groot.

Zakelijke markt extra onder druk (actueel): de verwachting is dat voor de zakelijke markt in de toekomst een groter accent op kleinere bijeenkomsten 'dicht bij huis', waarbij elementen als ruimte (in brede zin), ontspanning, inspiratie en gastronomie aan belang winnen. Noordwijk heeft hier veel in te bieden en de regio heeft een omvangrijk en hoogwaardig potentieel van economische bedrijvigheid.

Congresmarkt heeft 3-4 jaar hersteltijd nodig: voor de vergader- en congresmarkt geldt dat mensen en bedrijven weer vertrouwen moeten krijgen dat zij niet besmet raken. Onderzoek door de alliantie van nationale congresbureaus in Europa presenteerde voorjaar 2020 drie scenario's om de impact van de coronacrisis op de Europese meetings- en congresmarkt te meten. Conclusie was dat in 2023/2024 volledig herstel wordt verwacht. Wellicht dat ook in deze markt de groepsgrootte kleiner wordt, maar dat kan ook resulteren in meer (kleinere) congressen. Noordwijk heeft hierin het voordeel van een grote hotelcapaciteit pal aan zee, de nabijheid van Leiden (met een wereldvermaarde universiteit en hoogwaardige bedrijvigheid) en een eveneens omvangrijk zakelijke potentieel in het overige gebied < 200 km.

¹ CBS, Gemiddeld inkomen per inwoner per gemeente en wijk, 2018 (meest recente cijfers).

De behoefte aan fysieke ontmoeting blijft bestaan: in alle geledingen van de samenleving. Digitale technieken kunnen hier nooit in voorzien. Noordwijk heeft al sinds decennia een vooraanstaande positie en naamsbekendheid in de zakelijk- en congresmarkt. Het omvangrijke en hoogwaardige aanbod in hospitality en horeca, de ligging aan zee vormen ook in de toekomst een uitstekende uitgangspositie.

Betekenis trends en ontwikkelingen

- De **retail staat onder druk** als gevolg van veranderend consumentengedrag. In de afgelopen jaren heeft horeca een deel van de winkelruimte in centrumgebieden overgenomen, met een positief effect op de verblijfskwaliteit. Van 'places to buy' naar 'places to be'. Uitbreiding van het horeca-aanbod heeft ondertussen ook een maximum bereikt.
- De horecasector (dag) kende jarenlang forse groeicijfers in omzet, maar het **rendement van zaken staat onder druk**, ook voor corona. Omzetgroei wordt pas weer over 2-4 jaar verwacht, na de coronapandemie. Zeker Noordwijk kan en zal hiervan effecten ondervinden in de vorm van leegstand en downgrading etc.
- De toenemende mobiliteit, vele keuzemogelijkheden voor de consument en de groei in online leidt tot **winnaars en verliezers** in de retail en horecastructuur.
- Consumenten zijn op zoek naar '**beleving**' en kiezen voor de centra met onderscheidend aanbod dat hierop inspeelt. Daarbij vervagen de grenzen tussen horeca en retail (blurring). De **belevenis- en betekeniseconomie** worden dan ook steeds relevanter. Voor met name millennials en generatie 'Z' zijn ervaringen (zoals reizen, uiteten en events) belangrijker dan producten.
- Er moet rekening gehouden worden met een **verdere krimp** van het niet-dagelijkse aanbod in **vooral modische en luxe artikelen**. De kans dat hier nieuwe winkels voor in de plaats komen is beperkt. Invulling welke substantieel iets toevoegen met andere functies moet worden verkend en gestimuleerd. Diensten voegen niet altijd iets toe aan het centrum. Er zal dan ook primair nadruk gelegd moeten worden op retail. Het opstellen van een brancheringsplan kan ervoor zorgen dat de juiste winkels zich vestigen in het centrum.
- **Lokaal, verantwoord, gezond en bewust** nemen toe in het consumentengedrag, wat zich uit in minder vlees en voedselverspilling, en méér lokale- en seizoensproducten. Duurzaamheid is steeds meer een voorwaarde.
- **Voor dagelijkse boodschappen gaat de consument voor nabijheid, comfort en gemak**. De schaalvergroting in supermarkten sluit aan bij de wensen voor een breed en divers assortiment in een aangename, ruime winkelopzet.
- **De huurprijs per m² staat onder druk**. Dit is enerzijds gunstig voor ondernemers, anderzijds komt daarmee het rendement van de vastgoedeigenaren onder druk. Zeker als er een grote afhankelijkheid is van bancaire financiering. Het accepteren van lagere huren kan namelijk betekenen dat er aanvullende voorwaarden vanuit de bank worden gesteld met verregaande consequenties voor de pandeigenaar. Kiezen voor leegstand in plaats van lagere huur is daarmee een reële optie. Een lager rendement brengt daarnaast risico op uitblijven van investeringen in kwaliteit, optimalisering en verduurzaming met zich mee.

Kwaliteit voor kwantiteit

Beperkte uitbreidingsruimte retail en horeca: Naar aanleiding van de analyse van de uitbreidingsruimte in de retail en horeca is dat deze zeer beperkt is. De berekeningen zijn indicatief en dienen ook zo behandeld te worden. Waar nieuwe initiatieven leiden tot **versterking van de hoofdstructuur** geldt dat in de afweging kwaliteit vóór kwantiteit moet gaan. Dit vraagt om **maatwerk en flexibiliteit** binnen de hoofdstructuur. In figuur 1 (zie bladzijde 13) is de huidige hoofdstructuur retail & horeca weergegeven.

Dagelijkse sector beperkte ruimte: concentratie is het devies. De berekende marktruimte wordt vooral ingezet voor realisatie van de bekende relevante plannen tot versterking van het supermarktaanbod in de kernen (m.n. De Zilk, Noordwijk Binnen, Noordwijk aan Zee). Verdere optimalisatie van het boodschappenaanbod in de centrumgebieden, met een complementair aanbod van supermarkt(en), verszaken en persoonlijke verzorging, is wenselijk.

Concentratie niet-dagelijks aanbod: voor de niet-dagelijkse sector ligt er vooral de opgave tot verdere concentratie en verplaatsing van verspreid retailaanbod naar de centrumgebieden. Door concentratie profiteert het aanbod meer van elkaars aanwezigheid. In een interessante mix met horeca en andere publieksgerichte functies wordt de positie en toekomstbestendigheid versterkt.

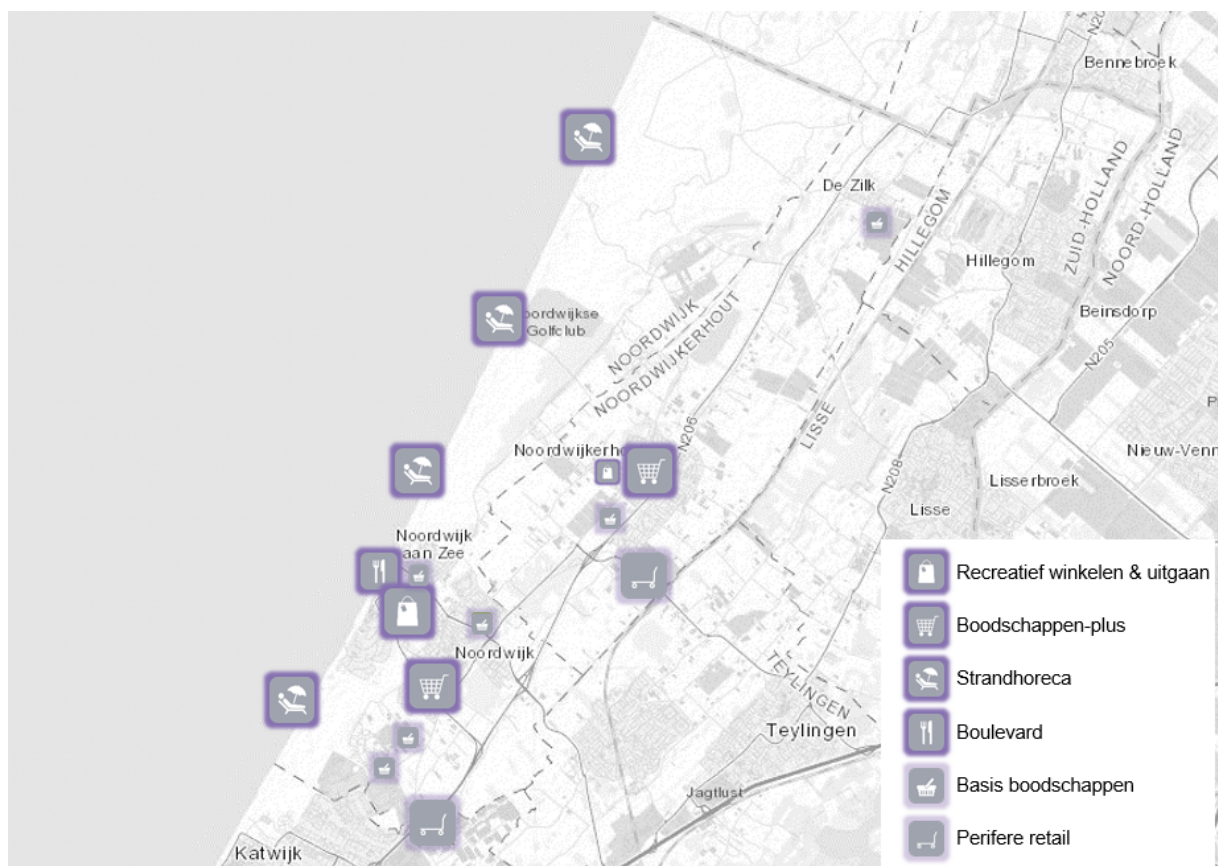
Horeca keuzes per deelgebied: Noordwijk biedt veel verschillende typen horeca, passend bij de uiteenlopende bezoekgroepen. Hoewel de kwaliteit op het strand en in de (luxere) hotels overwegend goed is, zijn er verschillende plekken met (groeierende) leegstand, vervlakking van het aanbod (meer van hetzelfde) en downgrading. Met name op de boulevard (Koningin Wilhelmina Boulevard) en aan De Greut is dit zichtbaar. Dit zijn indicaties van onvoldoende marktruimten/of aansluiting op de veranderende consumentenvraag.

De historische uitgaansfunctie van Noordwijk in de regio lijkt af te nemen. Voor de toekomst van de horeca zijn keuzes per deelgebied nodig, inspelend op de gebiedskwaliteiten en primaire doelgroepen. Kwaliteit prevaleert daarbij boven kwantiteit.

Beleidskaders

Diverse visies en beleidsdocumenten 'werken door' in het nieuwe retail en horecabeleid van de gemeente Noordwijk. Het betreft het detailhandelsbeleid provincie Zuid-Holland uit 2017, de Omgevingsvisie (als opvolger van de Structuurvisie 2040) en Perspectiefnota Toerisme Zuid-Holland uit 2018. Regionaal de Economische agenda Duinen Bollenstreek uit 2015. Lokaal beleid bestaat uit de Omgevingsvisie Noordwijk 2030 (uit 2019), momenteel wordt voor de samengestelde gemeente Noordwijk een nieuwe Omgevingsvisie opgesteld. Daarnaast is er het Coalitieakkoord uit 2019, nota Strandbeleid (2015, wordt momenteel geactualiseerd), Centrumvisie Noordwijk Binnen (2016), Centrumvisie Noordwijkerhout (2016) en de Algemeen Economische visie Noordwijk (2012). Daarnaast zijn diverse andere beleidsdocumenten (sectoraal, gebiedsgericht, actieplannen) verkend. De uitvoeringsparagrafen van de verschillende visies dienen goed op elkaar te zijn afgestemd. De gemeente vervult hier een regiefunctie in en dient te zorgen voor actuele (flankerende) beleidskaders.





Figuur 1: Hoofdstructuur retail en horeca gemeente Noordwijk. Bron: BRO

2.2. Ambitie & hoofduitgangspunten

Kiezen voor perspectiefrijke gebieden

Voor een optimale en toekomstbestendige retail- en horecastructuur in de gemeente Noordwijk moeten keuzes gemaakt worden voor de perspectiefrijke gebieden. In samenspraak zijn de ambitie en uitgangspunten voor de toekomst geformuleerd die de koers bepalen. Met een vertaling naar projecten voor korte en (middel)lange termijn om de 'stip op de horizon' te bereiken (uitvoeringsagenda).

Ambitie

Noordwijk is een unieke bestemming aan zee met veel en gevarieerde retail en horeca in de hoofdkernen, op de boulevard (Koningin Wilhelmina Boulevard) en het strand. We streven naar een grotere aantrekkingskracht op de eigen inwoners, regionale bezoekers, toeristen én zakelijke bezoekers jaar rond. Verder zetten wij ons in een succesvol, inspirerend en leefbaar Noordwijk voor iedereen, zowel voor bewoners, bezoekers als bedrijven. De prioriteit ligt dan ook op versterking en behoud van de bestaande centrumgebieden, mede door concentratie van retail en horeca.

Uitgangspunten bepalen de koers

De hoofdlijnen van de beleidsvisie zijn uitgedrukt in 11 uitgangspunten. De uitgangspunten geven richting voor zowel de overheid als het bedrijfsleven bij de ontwikkeling en toetsing van nieuwe initiatieven in retail en horeca.

1. Prioriteit inzetten op kwaliteit hoofdstructuur

Met het veranderende retail- en horecalandschap ligt de belangrijkste opgave voor de (nabije) toekomst in optimalisatie en versterking van de bestaande centrumgebieden Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen, Noordwijkerhout en strand & Koningin Wilhelmina Boulevard (KWB). Deze gebieden vormen samen de hoofdstructuur.

2. Concentratie recreatieve retail binnen vitale kernen

Voor de retail in 'recreatieve' detailhandelsbranches (modisch, schoenen, cadeaus, etc.) geldt concentratie in de vitale hoofdcentra van de kernen Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen en Noordwijkerhout. Concentratie van dit aanbod biedt belangrijke voordelen voor consument én ondernemer, waarbij actief wordt ingezet op verplaatsing en afbouw van het verspreide winkelaanbod. Om dit te bewerkstelligen dient er allereerst een inventarisatie te komen van winkels buiten de hoofdwinkelgebieden. Na deze inventarisatie zal de gemeente zich actief moeten opstellen om verspreid winkelaanbod te saneren, mits op vrijwillige basis en in overeenstemming met de ondernemer en-/ of vastgoedeigenaren. Mede op deze manier kan een deel van de leegstand in de kernen verkleind worden.

Motie Lid Van der Vossen omtrent wonen in leegstaand vastgoed

In december 2020 is door de gemeente Noordwijk de motie lid Van der Vossen over woningen in leegstaand vastgoed aangenomen. De motie stelt dat door het college van Burgemeester en Wethouders geïnventariseerd moet worden welk leegstaand vastgoed in aanmerking komt voor transformatie tot woningen.

Uit onderzoeken in voorbereiding op de retail- en horecavisie is gebleken dat als de winkelstraten in centrumgebieden en de Koningin Wilhelmina Boulevard onderbroken worden door woningen, het niet helpt om deze gebieden aantrekkelijk te houden voor het winkelend publiek. Door onderbreking van winkels vallen er delen van winkelstraten stil waardoor het extra lastig wordt om de randen van de winkelstraten vitaal te houden. Bovendien kunnen door nieuwe onderbrekingen ook nieuwe randen ontstaan. Daarom is een van de uitgangspunten van dit visiedocument dat het niet wenselijk is om panden die een winkelbestemming hebben binnen de centrumgebieden te transformeren naar woningen. Binnen de afgebakende centrumgebieden wordt transformatie naar woningen als bedreigend gezien omdat dit de kernen eerder verzwakken dan versterken.

Invulling van de motie buiten de centrumgebieden wordt als welkome aanvulling gezien, vooral als dit gepaard gaat met relocatie van retail en horeca naar centrumgebieden. Indien transformatie van bedrijfspanden naar woningen buiten centrumgebieden de retail en horeca binnen centrumgebieden versterken, zal er flexibel omgegaan moeten worden met flankerend beleid die deze transformatie enigszins verhinderen. Het is wenselijk dat het College van burgemeesters en wethouders zich in zet om bij uitzondering maatwerk en afwijkingsmogelijkheden toe te staan.

3. Basis boodschappenaanbod voor leefbaarheid

Voor de dagelijkse boodschappen en leefbaarheid op lokaal niveau is de nabijheid van een supermarkt van belang. Uitgangspunt naar de toekomst bestaat uit het behouden van de bestaande supermarktstructuur, waarbij het aantal solitaire supermarktlocaties en aantal vierkante meters van deze supermarkten niet wordt uitgebreid.

4. Perifere detailhandel handhaven.

De bestaande perifere detailhandel in de klassieke branches² past binnen de hoofdstructuur in Noordwijk. Het uitgangspunt is handhaving. Naar de toekomst wordt het vigerende, restrictieve beleid voor verspreide retail voortgezet, in lijn met provinciale beleidskaders.

5. Concentratie en kwaliteitsversterking horeca

Horeca is belangrijk als gastheer in de centra en vooral aan de Koningin Wilhelmina Boulevard (KWB) & strand. Hier versterkt het de toeristische en zakelijke functie en geeft het Noordwijk haar 'eigen gezicht'. Gezien de trends en veranderende consumentenvoorkeuren, is bijzondere aandacht nodig voor de inrichting en uitstraling van terrassen aan de boulevard (KWB) en De Grent. Vanwege het ontbreken van marktruimte en door de effecten van corona, wordt in principe geen extra (restaurantieve) horeca elders voorzien, tenzij als ondersteunende activiteit of indien aantoonbaar complementair aan het bestaande aanbod (additionele doelgroepen). Per initiatief is daartoe maatwerk nodig en een afweging van het College van burgermeester en wethouders, waarbij de benodigde kaders en randvoorwaarden nog opgesteld dienen te worden.

6. Verbinding van onderscheidende kernen

De kernen met ieder een eigen onderscheidend karakter versterken elkaar door verbinding in zowel fysieke (recreatieve) routes als via profilering (Noordwijk Marketing).

7. Basisvoorwaarden op orde voor goed functioneren

Sterke retail en horeca vergt een aantal basisvoorwaarden, die op orde moeten zijn: schone, hele & (sociaal) veilige openbare ruimte, handhaving, bereikbaarheid & parkeercapaciteit. Niet geheel onbelangrijk voor zowel de retail als de horeca in de gemeente Noordwijk is een kwalitatief goede openbare ruimte. Bezoekers én Noordwijkse burgers hechten waarde aan een goed onderhouden openbare ruimte, aangezien deze een bijdrage levert aan de beleving van Noordwijk, de retail én de horeca. Een kwalitatief goed onderhouden openbare ruimte is bovendien noodzakelijk om de ambities van de gemeente Noordwijk te realiseren. Zowel ondernemers als gemeente Noordwijk hebben ieder hun eigen rol in het leveren van een bijdrage aan de openbare ruimte.

8. Nieuwe initiatieven afwegen vanuit hoofdstructuur

² Winkels in auto's, boten, caravans (ABC-categorie), winkels in motoren en brandgevaarlijke stoffen, Doe-het-zelfwinkels (bouwmarkten, breedpakketzaken, speciaalzaken), winkels in keukens en sanitair, tuincentra en woonwinkels

Voor afweging van nieuwe initiatieven geldt het economisch perspectief van de benoemde hoofdstructuur.

9. Duurzaam ruimtegebruik

Bij stedelijke ontwikkelingen in het algemeen, en voor retail in het bijzonder, wordt hoge waarde gehecht aan duurzaam ruimtegebruik en het voorkomen van substantiële leegstand. Uitgangspunt voor nieuwe ontwikkelingen is dan ook realisatie in of aansluitend op bestaande concentraties waarbij leegstand / bestaande bebouwing zoveel mogelijk wordt ingezet om tot kwaliteitsverbetering te komen en voorkomen wordt dat de bestaande structuur negatief beïnvloed wordt. Dit uitgangspunt sluit aan bij de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'.

10. Structurele samenwerking voor een sterk Noordwijk

Om de gezamenlijke ambitie te bereiken en de wervingskracht van het retail en horeca-aanbod in Noordwijk jaarrond te optimaliseren, is structurele samenwerking van met name de 'gouden driehoek' van gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren van belang.

11. Marketing & promotie

Noordwijk kent een professionele aanpak van marketing & promotie. Dit aspect behoeft juist nu extra inzet en middelen. In hoofdstuk 5 wordt de marketinginvulling ten behoeve van de retail- en horecavisie uiteengezet. Dit betreft een marketingstrategie ontwikkeld in samenwerking met Noordwijk Marketing. Noordwijk Marketing is landelijk een gewaardeerde speler en geldt in de regio als de leidende organisatie als het gaat om marketing, merkontwikkeling, -bewaking en -versterking, campagnes en activatie. Voor de retail en horeca in Noordwijk is Noordwijk Marketing dan ook de uitvoeringsorganisatie op het gebied van marketing van de bestemming Noordwijk. Daarbij is aandacht voor de ontwikkeling van de lokale markt, maar ook verbinding met de regio.

2.3. Kader vanuit beleid

Het beleid van de rijksoverheid en de provincie geven de volgende kaders voor de retail en horeca in de gemeente Noordwijk:

Ladder voor duurzame verstedelijking: In het Besluit ruimtelijke ordening van het Rijk is de Ladder voor duurzame verstedelijking opgenomen. Dit is een verplicht motiveringsinstrument bij iedere nieuwe stedelijke ontwikkeling (waaronder detailhandel), waarbij getoetst moet worden of de betreffende ontwikkeling voorziet in de behoefte. Hierbij moet gestreefd worden naar zoveel mogelijk inpassing van de ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied. Voor verdere toelichting wordt verwezen naar hoofdstuk 6.

Dienstenrichtlijn: Vanuit de Dienstenrichtlijn kunnen keuzes in het beleid ten aanzien van brancheringsbeperkingen niet zomaar worden gemaakt. Alleen als keuzes onderbouwd kunnen worden op basis van voornamelijk de noodzakelijkheid en evenredigheid, heeft het nut dergelijke beleidslijnen op te nemen. Deze visie is mede gebaseerd op deze voorwaarden.

Omgevingsvisie Zuid-Holland: De provincie Zuid-Holland zet in op het concentreren en clusteren van nieuwe winkelontwikkelingen binnen de centra van steden, dorpen en wijken. Uitzonderingen hierop zijn goederen van een aard en omvang die fysiek niet in te passen zijn in centra. De centra in de gemeente Noordwijk zijn door de provincie aangewezen als 'te optimaliseren centra', die een prominente positie binnen de structuur innemen en van belang zijn voor de leefbaarheid en ruimtelijke kwaliteit. Een belangrijke opgave ligt in de terugdringing van leegstand door concentratie, gevolgd door sanering en transformatie elders. Andere functies in winkelcentra in Noordwijk moet niet gestimuleerd worden aangezien dit de aantrekkelijkheid van de centra negatief beïnvloedt.

2.4. Toekomstbeeld hoofdstructuur

Kwaliteiten Noordwijk als gezonde bestemming aan zee

Noordwijk heeft door de ligging aan de kust en in de bollenstreek, nabijheid van grote steden en luchthaven Schiphol, en de diverse tophotels een (inter)nationale aantrekkingskracht op zowel toeristische als zakelijke gasten. Ook al zijn de bezoekersstromen vanwege de corona maatregelen tijdens het opstellen van deze visie anders dan voorheen. De bijzondere kwaliteiten van Noordwijk als bestemming aan zee met van oudsher een accent in gezondheid, vitaliteit en kuren, als ook de vruchtbare bodem voor bloementeel, zijn evident. Noordwijk blijft voornamelijk aantrekkingskracht hebben op Nederlanders, Duitsers en Belgen. Ook als uitvalsbasis voor bezoek aan de regio. Het herstel van de zakelijke markt is echter nog onzeker.

Toekomstige positie centrumgebieden in hoofdstructuur

De gemeente kent de volgende hiërarchie in centrumgebieden op gebied van retail en horeca. Deze worden gebiedsgericht nog verder uiteengezet in hoofdstuk 4 en 5.

- **Bovenregionale verzorgingsfunctie in recreatief winkels, zee en strand, bollenstreek, uitgaan en verblijven:** het centrum van Noordwijk aan Zee vervult binnen de gemeente een bovenregionale functie als het gaat om recreatief winkelen en het 'kijken en vergelijken'. Binnen de mix van het modisch en 'lifestyle' aanbod zijn in Noordwijk aan Zee een aantal trekkers te vinden, zowel bekende ketens als zelfstandig aanbod. Gemengd met (dag)horeca in een aantrekkelijke omgeving waar gezamenlijk in is geïnvesteerd, vormt het centrum een bestemming om te shoppen. Met de ontwikkelingen in de retail wordt een zo compleet mogelijk aanbod nagestreefd binnen het profiel van het centrum (DNA). Naast het recreatief winkelaanbod zorgt ook dagelijkse boodschappen en persoonlijke verzorging voor een brede trekkracht. Door sterker in te zetten op gastvrijheid in een centrumgebied moet de aantrekkingskracht behouden blijven. Verplaatsing van retail van buiten de kernen naar het centrum kan het geheel versterken, evenals een verbreding van het aanbod in de aanloopstraten met andere, vooral publiek aantrekkende functies passend bij de kernwaarden, als unieke bestemming aan zee.
- **Verzorgingsfunctie voor lokaal en regionaal boodschappen plus:** De centrumgebieden van Noordwijk Binnen en Noordwijkerhout vervullen meer dan een lokale boodschappenfunctie. Het boodschappenaanbod bestaat uit supermarktaanbod, verszaken, persoonlijke verzorging en diverse specialisten. Dit zijn vooral zelfstandige ondernemers. Men streeft in Noordwijkerhout en Noordwijk Binnen daarbij naar een zo compleet mogelijk aanbod. De plus wordt in beide centra ingevuld met daghoreca, die de ontmoetings- en verblijfsfunctie versterkt. Voor de centra wordt naar de toekomst ingezet op optimalisatie van het aanbod in een gebied. Waarbij de eigen, onderscheidende kwaliteiten zichtbaar zijn in het aanbod en ook in de inrichting en uitstraling van de centrumgebieden.
- **Bovenregionale verzorgingsfunctie van strand & Koningin Wilhelmina Boulevard (KWB):** De strandbeleving krijgt vorm in de verschillende strandpaviljoens langs de kustlijn van Noordwijk. De paviljoens zijn deels het hele jaar geopend en dragen bij aan de jaarronde aantrekkingskracht van Noordwijk. De KWB is een bestemming om te flaneren en (zakelijk) te ontmoeten. Inzet is gericht op behoud en optimalisatie van de kwaliteit en attractieve verbindingen tussen boulevard en strand. Om de wervingskracht van de KWB en uitstraling op begane grond naar de toekomst te verbeteren liggen er kansen in functieverbreding met leisure (wellness, vermaak, ontspanning). De vast te stellen Nota Strandbeleid 2021 wordt afgestemd op de retail- & horecavisie, zodat er een duidelijke visie komt voor het gebied strand en boulevard.

2.5. Visie op supermarkten in de structuur

Basisboodschappen in supermarkten

Voor de basisboodschappen dichtbij huis zijn inwoners en verblijfstoeristen vooral gericht op supermarkten. Naast het supermarktaanbod in de centrumgebieden, zijn er 5 solitaire supermarkten in de gemeente gesitueerd. Deze supermarkten vervullen een functie voor de leefbaarheid in de gemeente Noordwijk. In de bijlage is een tabel toegevoegd die de supermarkten in de gemeente weergeeft.

Zorgvuldige afweging initiatieven

Uit de economische analyse volgt dat er in de gemeente Noordwijk slechts beperkte marktruimte is in de dagelijkse sector. Verschillende supermarkten in Noordwijk willen uitbreiden en/of verplaatsen om de klant meer comfort en ruimte te bieden. De beperkte marktruimte, maar tegelijk ook het belang van supermarkten voor het functioneren van centra, vraagt om een zorgvuldige afweging van toekomstige initiatieven.

Voorwaarden supermarktontwikkelingen

De volgende uitgangspunten en voorwaarden gelden ten aanzien van supermarktontwikkelingen in de gemeente Noordwijk:

- Een supermarktontwikkeling mag niet leiden tot onaanvaardbare effecten op de consumentenverzorging, de hoofdstructuur voor retail en horeca in de gemeente én/of de leefbaarheid in de kernen. De noodzaak tot uitbreiding moet worden aangetoond aan de hand van de Ladder voor duurzame verstedelijking. In lijn hiermee moeten nieuwe supermarktontwikkelingen passen bij het lokale draagvlak. Supermarktontwikkelingen worden enkel toegestaan indien zij een kwaliteitsimpuls betekenen voor het betreffende centrumgebied en/of de leefbaarheid in de gemeente.
- Verplaatsing van bestaande supermarkten (bestemming aangaat) heeft de voorkeur boven nieuwvestiging, vanwege de beperkte marktruimte en lopende initiatieven. Een nieuwe supermarkt is alleen mogelijk indien een bestaande supermarkt een locatie sluit. Hiervoor dient de gemeente anterieure overeenkomst te sluiten en de achtergebleven functie (supermarkt) weg te bestemmen.
- Verplaatsing van een supermarkt is mogelijk wanneer aansluiting wordt gezocht bij andere bestaande winkels in een centrumgebied, vanwege de trekkersfunctie van supermarkten ten bate van andere voorzieningen.
- Supermarkten groter dan 2.000 m² wvo zijn niet aan de orde (zie huidige omvang supermarkten bijlage 2), om de bestaande, fijnmazige structuur te behouden.
- Nieuwe solitaire supermarkten zijn niet toegestaan. Uitgangspunt is het behouden en waar mogelijk versterken van de bestaande structuur. Voorbeeld is het initiatief voor verplaatsing en modernisering van de supermarkt in De Zilk. Deze is passend bij de groei van het draagvlak in het noordelijk deel van de gemeente.

2.6. Visie op perifere detailhandel

Perifere detailhandel op bedrijventerreinen

Met de perifere detailhandel wordt het winkelaanbod buiten de centrumgebieden bedoeld. In Noordwijk is het perifere aanbod relatief beperkt en vooral gevestigd op bedrijventerreinen Gravendam, Klei Oost en 's-Gravendijk. Er is geen sprake van een PDV-concentratie binnen de gemeente. Net buiten de gemeentegrens ligt 't Heen in Katwijk, die ook een functie vervult voor bewoners van Noordwijk.

Uitgangspunt toekomstige perifere ontwikkelingen

Noordwijk zet in op concentratie van retail in de hoofdkernen. Perifere vestiging van retail is enkel toegestaan voor de 'klassieke' PDV-branches (zie onderstaand kader), aansluitend bij provinciale beleidskaders. Andere branches met grootschalige winkelconcepten (bijvoorbeeld rijwielen, bruin- en witgoed, sport en spel) kunnen in Noordwijk de centra versterken en zijn dus niet wenselijk op perifere locaties.

Wat bedoelen we met klassieke PDV-branche

In deze visie wordt gesproken over de klassieke PDV-branches. De term 'PDV' staat voor Perifere Detailhandelsvestigingen en komt uit het voormalige Rijksbeleid. Dit zijn vooral grootschalige winkels die zich vanwege de volumineuze aard of brandgevaarlijkheid van de artikelen, perifeer vestigen. Het perifere detailhandelsbeleid heeft betrekking op de branches:

- Winkels in auto's, boten, caravans (ABC-categorie)
- Winkels in motoren en brandgevaarlijke stoffen
- Doe-het-zelfwinkels (bouwmarkten, breedpakketzaken, speciaalzaken)
- Winkels in keukens en sanitair
- Tuincentra
- Woonwinkels

2.7. Visie op overige vormen van retail

Buiten de voorgaand beschreven vormen van retail zijn er nog een aantal typen te onderscheiden:

Internethandel en afhaalpunten

Afhaalpunten voor internetartikelen is een vorm van retail vanwege de hiermee gepaard gaande publieksfuncties. Afhaal- en brengpunten zonder etalage/showroom of pasfunctie kunnen eventueel ook gesitueerd worden op goed bereikbare plekken buiten de centrumgebieden. In het centrum zijn deze locaties zonder etalage niet gewenst. Dit om uitholling van de retail tegen te gaan. Deze locaties (buiten het centrum) moeten in overleg met de gemeente worden vastgesteld.

Tijdelijke winkels

Tijdelijke winkels faciliteren in centra: pop-up stores, seizoenswinkels en tijdelijke niet-winkelfuncties, kunnen een bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid, diversiteit en kwaliteit in een centrumgebied. Bovendien kan het zorgen voor (een tijdelijke) invulling c.q. maskering van leegstand. Tijdelijke winkels brengen echter ook een risico met zich indien de exploitatie alleen in het hoogseizoen plaats vindt en ten koste gaat van jaarrond exploitatie. Aanvullende regelgeving dient hiervoor te worden opgesteld. Er wordt gestreefd naar korte procedures en flexibiliteit in bestemmingsplannen. De tijdelijke verkoop van artikelen op locaties zonder retailbestemming of buiten de hoofdstructuur is niet toegestaan omdat dit het functioneren van reguliere centra aantast. Tijdelijke winkels aan huis worden daarom ook niet toegestaan.

Blurringconcepten

De laatste jaren komt de trend 'blurring', ofwel functiemenging, steeds vaker voor binnen het retaillandschap. Blurring is het Engelse woord voor vervagen en het fenomeen heeft dan ook alles te maken met branchevervaging: winkels die aanbod uit alle branches verkopen, maar ook winkels met horeca of een kapper met een expositieruimte. De vermenging van retail en horeca gaat in hoog tempo verder. Deze combinatie kan kansrijk zijn; het speelt in op de consumentenvraag, genereert extra inkomsten voor winkels en horeca en het stimuleert innovatie / verrassing. Het uiteindelijke doel van blurring is om de verblijfsduur van klanten in een winkel, winkelcentrum of winkelgebied zo veel mogelijk te verlengen.

Beleidsmatig moet weloverwogen worden meebewogen met de veranderende wensen van consumenten, ondernemers en vastgoedpartijen. Indien onvoldoende wordt ingespeeld op dergelijke dynamische processen, bestaat het risico dat consumentenbestedingen nog meer gaan verschuiven richting internet en omliggende plaatsen. Dat kan uiteindelijk resulteren in (verdere) verschraving van het aanbod in Noordwijk. De gemeente Noordwijk staat in principe positief tegenover blurring, mits het een ondergeschikte functie betreft en past binnen de wettelijke kaders. Er moet daarbij zorgvuldig omgegaan worden met blurring in de centrumgebieden en op het strand & boulevard (KWB).

- Horecazaken met verstrekking van alcoholische dranken mogen dit in Nederland wettelijk niet combineren met retail. Gegeven het bijzondere karakter van het strand (natuurbeleving, ontspanning, gastronomie, etc.) wordt hier dus geen retail toegestaan.
- Voor de boulevard (KWB) kunnen de wenselijkheid en mogelijkheden voor brancheverbreiding worden verkend, inspelend op de functie als 'schakel tussen centrum en strand' en de doelgroepen, bezoeksredenen en het bezoekgedrag ter plekke. Voorbeelden zijn entertainment, en wellness.
- Daar waar een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is, wordt bekeken of de ontwikkeling ook daadwerkelijk wenselijk is, de beoordeling hiervan vormt maatwerk. Daar waar men voornemens is binnen een blurring-concept alcoholhoudende dranken te schenken, is de Drank- en Horecawet (binnenkort vervangen door de Alcoholwet) van toepassing.

Kleinschalige en ondergeschikte retail

Op dit vlak sluit het Noordwijkse beleid aan bij het provinciaal beleid. Buiten de kernen zijn enkele uitzonderingen mogelijk voor de vestiging van kleinschalige en ondergeschikte retail:

- **Retail op bedrijfslocaties, instellingen en sportvoorzieningen:** Dit betreft winkelaanbod in bijvoorbeeld scholen, ziekenhuizen, sportaccommodaties, ouderen- en verzorgingstehuizen. De invulling moet rechtstreeks verband houden met de hoofdactiviteit van het bedrijf of passen bij de functie / hoofdactiviteit van de voorziening en daaraan ondergeschikt zijn. Het winkelaanbod mag niet verstorend werken voor de hoofdstructuur en dient gericht te zijn op de 'eigen' doelgroep. Er geldt een maximum omvang van 10% van de totale vloeroppervlakte van het betreffende gebouw tot een maximum van 100 m² vvo.
- **Productiegebonden retail.** Deze vorm van retail is toegestaan indien het goederen betreft die ter plaatse worden vervaardigd, gerepareerd en/of toegepast in het productieproces (hier valt ook assemblage/ montage onder), waarbij de retailfunctie ondergeschikt is aan het productieproces. Er geldt een maximumomvang voor de retail van 10% van de totale bedrijfsruimte met een maximum van 100 m² vvo.
- **Groothandelsbedrijven.** Rechtstreekse verkoop door groothandelsbedrijven aan consumenten is niet toegestaan.
- **Retail bij tankstations.** Voor tankstationshops e.d. bij motorbrandstoffenverkooppunten wordt uitgegaan van een beperkte omvang (max. 100 m² vvo). Essentieel is dat de retail hier aantoonbaar gelieerd is aan de specifieke hoofddoelstelling met openingstijden die aansluiten op de hoofdactiviteit. De gemeente zet zich in voor handhaving, om oneerlijke concurrentie richting commerciële retailzaken te voorkomen ('gelijk speelveld').

2.8. Visie op horeca

Sleutelfunctie horeca

De horeca is, naast strand en zee, de belangrijkste troef van Noordwijk. In de gemeente zijn vele professionele, innovatieve horecaondernemers actief en dat is zichtbaar in het aanbod, maar niet overall in dezelfde mate. Deze 'sleutelfunctie' behoeft dan ook bijzondere aandacht in beleid en

uitvoering. De hoofdlijn van de visie, die in hoofdstuk 4 verder toegelicht wordt en gebiedsgericht uiteengezet, is als volgt:

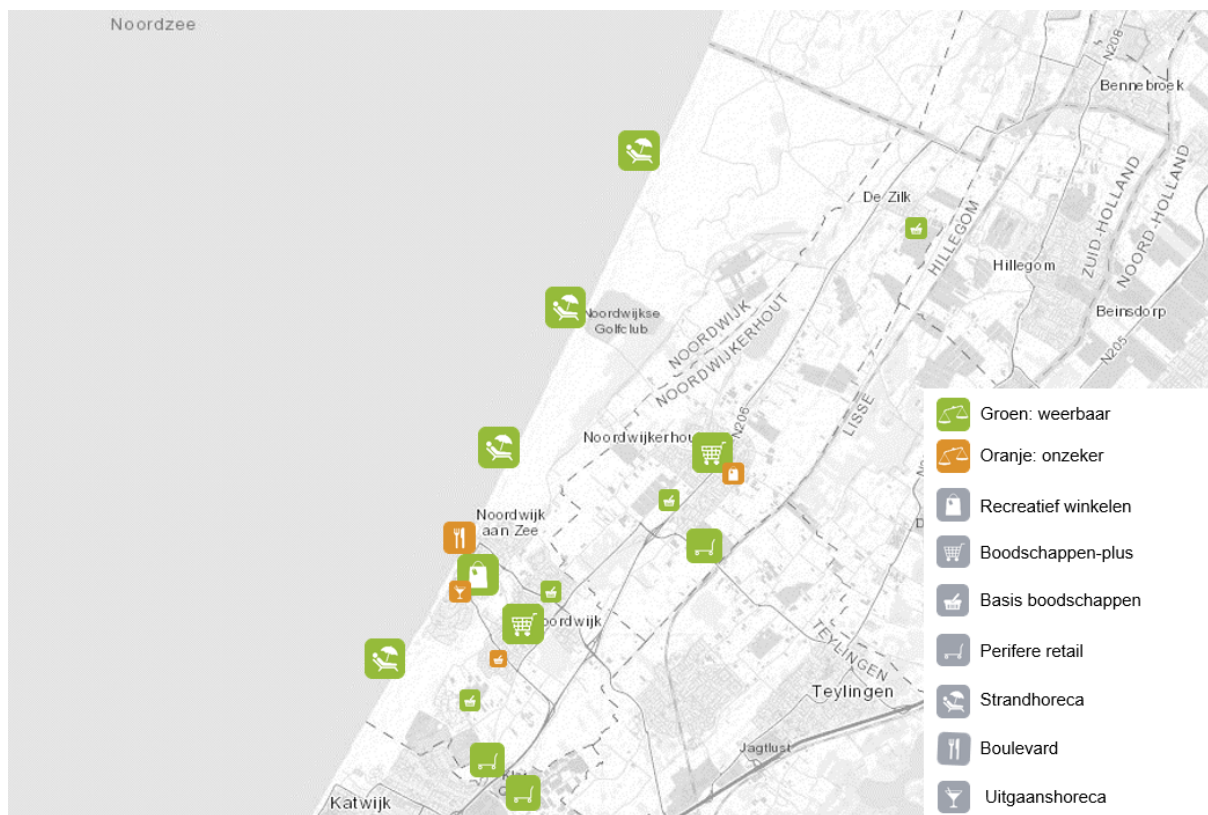
- Focus op het **bestaande aanbod**, geen substantiële uitbreiding (beperkte marktruimte, corona, recessie). Dit houdt in dat men de huidige rechten (bestemmingsplan) zal behouden.
- **Kwaliteitsversterking**, productverbreding en nieuwe doelgroepen aantrekken (jongeren, expats, natuurgenieters, etc.), door middel van aandacht voor presentatie, uitstraling (openbare ruimtes), terrasinrichting en bereikbaarheid.
- Sterkere profilering horeca in het **hogere marktsegment** (aanbod, presentatie, marketing).
- Nadrukkelijker inspelen op specifieke gebiedskwaliteiten/doelgroepen (alle centrumgebieden). Met een ondersteunende rol voor retail in de centrumgebieden.
- Groter accent op **gezond, streekeigen en fair trade** producten, aansluitend op de identiteit van Noordwijk en kuuroordstatus.
- **Geen verdere solitaire vestiging** van horeca. Extra horeca buiten de centra is alleen wenselijk indien het duidelijke meerwaarde heeft voor een andere hoofdfunctie (hotel, vakantiepark, recreatievoorziening, maatschappelijk, etc.) of ter versterking van de kuuroordstatus van Noordwijk.
- **Verdere versterking van de samenwerking** van de horecasector met retail, toeristische partners en Noordwijk Marketing.
- **Paracommercie**. Dit onderwerp heeft vooral betrekking op het aanbieden van horeca-activiteiten door verenigingen en stichtingen, vaak met inzet van vrijwilligers. Essentieel is dat horeca hier aantoonbaar gelieerd is aan de specifieke hoofddoelstelling, dus primair gericht op de eigen leden en met openingstijden die aansluiten op de hoofdactiviteit.

Zoals vermeld zijn de potenties voor horeca altijd sterk afhankelijk van gebiedsgebonden kwaliteiten en doelgroepen. Voor de vertaling van deze algemene visie op de horeca verwijzen we dan ook naar hoofdstuk 4.



2.9. Weerbaarheid hoofdstructuur retail en horeca gemeente Noordwijk

In deze paragraaf wordt de analyse van de weerbaarheid beschreven. In figuur 2 is de hoofdstructuur weergegeven met in tabel 2 de omschrijvingen.



Figuur 2: Weerbaarheid hoofdstructuur retail en horeca. Bron: BRO.

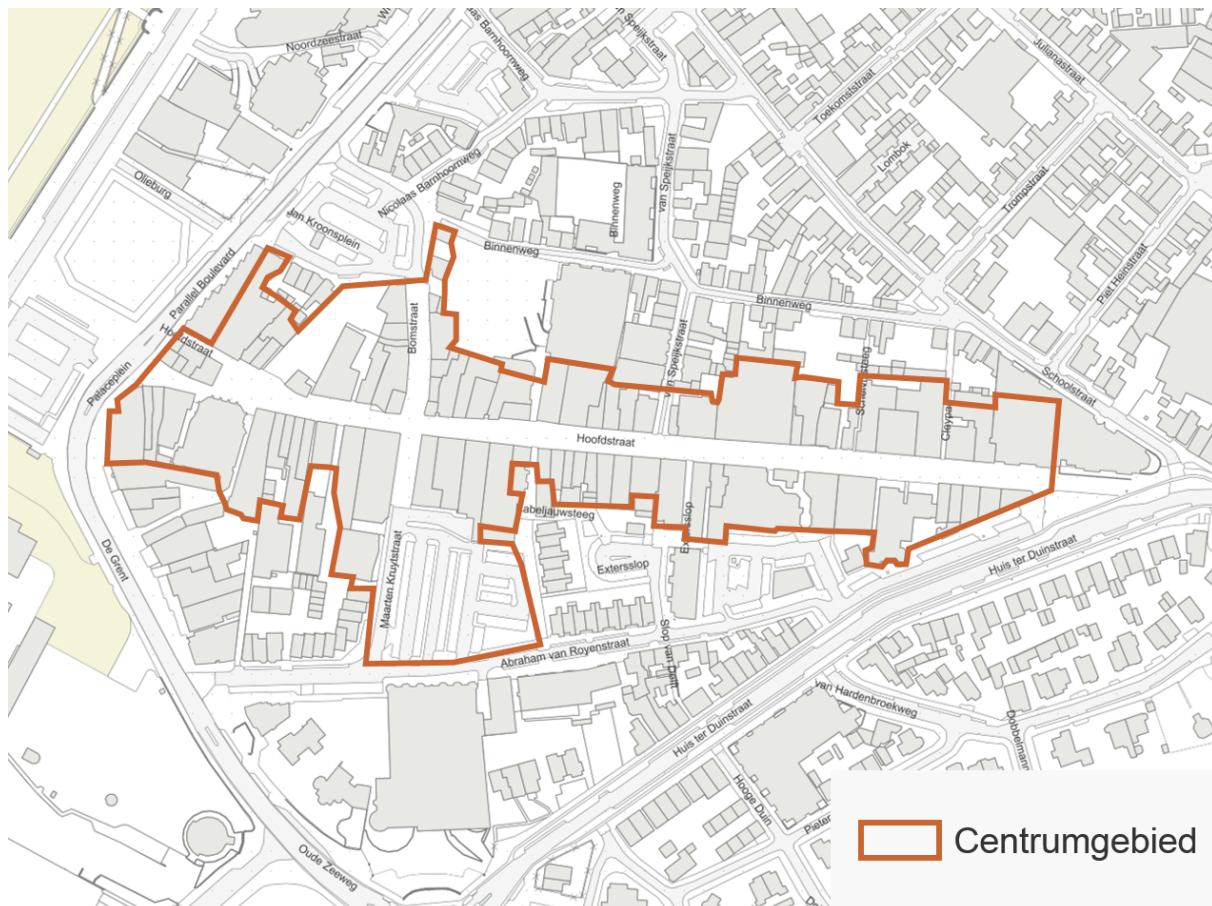
CENTRA	VERZORGINGS-FUNCTIE	TOEKOMSTPERSPECTIEF	
Centrum-gebieden			
Noordwijk aan Zee Centrum	Bovenregionale functie, shoppen		Het centrum heeft een goed toekomstperspectief. Naar de toekomst verdienen vooral de verbinding met strand en boulevard de aandacht, als ook de uitstraling en profilering van het centrum. Bereikbaarheid is van essentieel belang, evenals voldoende parkeeraanbod binnen een acceptabele loopstand (zie definitie Parkeernota 2020).
Noordwijkerhout Centrum	Bovenlokale functie, boodschappen plus		Het dagelijkse aanbod en het gespecialiseerd winkelaanbod is toekomstbestendig. Er wordt ingezet op een compacter centrum (zie Centrumvisie 2016) met een compleet boodschappenaanbod, aangevuld met niet-dagelijks en specialistische winkelaanbod. Verder dient het centrum als toeristisch-recreatieve verblijfs- en ontmoetingsplek.
Noordwijk Binnen Centrum	Bovenlokale functie, boodschappen plus		Het centrum van Noordwijk Binnen heeft een sterke uitgangspositie. Er liggen voornamelijk kansen voor versterking van de verblijfskwaliteit en cultuur-historische profilering. Bereikbaarheid (korte loopafstand) is van essentieel belang, evenals voldoende parkeercapaciteit
Horeca			
Strand	Bovenlokale functie, recreatie & toerisme		De horeca op het strand is zeer toekomstbestendig. Er liggen kansen om een sterkere ruimtelijke koppeling te realiseren met de boulevard, als ook comfortabele verbinding tussen de strandpaviljoens onderling en ontwikkelkansen rondom de kuuroord-status.
Koningin Wilhelmina Boulevard (KWB)	Bovenlokale functie, recreatie & toerisme		De KWB vraagt om ingrepen en investeringen in zowel uitstraling als branchering om het toekomstperspectief te verbeteren. Geen retail om het toekomstperspectief te verbeteren. Kuuroordstatus biedt nieuwe kansen.
De Grent	Bovenlokale functie, momenteel uitgaan; transformatie gericht op nieuwe functie(s)		De Grent heeft een matig toekomstperspectief als uitgaansstrip, maar onder andere vanwege de ligging is De Grent nog steeds een kansrijk gebied om in te investeren voor de horecasector.
Buitengebied	Bovenlokale functie, recreatie & toerisme		In het buitengebied bestaan kansen voor de horeca om de kuuroordstatus van Noordwijk te versterken, het is namelijk een populair gebied voor recreanten. Er liggen kansen voor dit gebied om producten voor de horeca te ontwikkelen. Horeca vooral ondersteunend aan andere (hoofd)functies.
De Zilk	Lokale functie		De verzorgingsfunctie van de horeca in De Zilk is puur gericht op de lokale markt w.o. verblijfsrecreanten. Ontwikkelingsmogelijkheden van de horeca in De Zilk is dan ook beperkt.
Noordwijkerhout Centrum	Bovenlokale functie, recreatie & toerisme		De horeca in Noordwijkerhout-Centrum is toekomstbestendig. Het centrum heeft een aantrekkelijk en variërend aanbod van horeca maar is ook nauw verbonden met de retail vanwege de compacte structuur. Noordwijkerhout heeft een eigen identiteit en is een bestemming met jaarrond toerisme.

Noordwijk Binnen	Bovenlokale functie, recreatie & toerisme		In de huidige situatie heeft Noordwijk Binnen een gevarieerd aanbod aan horeca. Er zijn zeker nog kansen voor kwalitatieve ontwikkelingen, scherpe keuzes zijn echter gewenst om de horeca toekomstbestendig te maken.
Koningin Astrid-boulevard	Bovenlokale functie, recreatie & toerisme		De horeca heeft een positief toekomstperspectief. Hoogwaardige horeca zowel aan de boulevard als op het strand zorgt voor goede aantrekking van 'kwaliteitstoeristen' én 'locals' die hier als gast goed kunnen vertoeven. Dit gebied versterkt de kuuroordstatus van Noordwijk.
Solitaire supermarkten			
Albert Heijn Bonnikeplein	Lokale functie, boodschappen		In de huidige situatie functioneert deze supermarkt goed. Toekomstperspectief supermarkt op deze locatie mede afhankelijk van supermarktontwikkelingen in het centrum. Een nieuwe supermarkt gesitueerd in Noordwijk Binnen zal naar alle waarschijnlijkheid invloed hebben op het functioneren van deze supermarkt. Deze effecten zullen naar verwachting beperkt blijven maar desalniettemin is extra aandacht voor deze locatie wenselijk. Indien deze Albert Heijn verplaatst (incl. wellicht ruimere vestiging), geen nieuwe supermarkt hier om centrumfunctie Noordwijk-Binnen te optimaliseren. Uitbreiding op solitaire locaties als deze in principe niet toestaan.
Lidl Rederijkerpslein	Lokale functie, boodschappen		Toekomstperspectief is goed. Uitbreiding van de dagelijkse- en/recreatieve boodschappenfunctie op deze locatie wordt niet voorgestaan.
Vomar Kornoeljelaan	Lokale functie, boodschappen		Toekomstperspectief is goed. Uitbreiding van de dagelijkse- en/recreatieve boodschappenfunctie op deze locatie wordt niet voorgestaan.
SPAR Rechthoekstraat	Lokale functie, boodschappen		Toekomstperspectief is goed. Uitbreiding van de dagelijkse- en/recreatieve boodschappenfunctie op deze locatie wordt niet voorgestaan.
SPAR De Zilk	Lokale functie, boodschappen		Goed toekomstperspectief helemaal omdat de supermarkt gaat verhuizen en uitbreiden. Deze kan profiteren van de geplande woningbouwontwikkelingen.
Perifere detailhandel			
Gravendam	Doelgericht aankopen		Toekomstperspectief is goed. Uitbreiding van de dagelijkse- en/recreatieve boodschappenfunctie wordt niet voorgestaan.
Klei-Oost	Doelgericht aankopen		Toekomstperspectief is goed. Uitbreiding van de dagelijkse- en/recreatieve boodschappenfunctie wordt niet voorgestaan.

3. Visie op de retail per centrumgebied

In dit hoofdstuk wordt de visie op de retail per kern uiteengezet. Het centrumgebied betreft een gebied waar (de transformatie naar) de functie wonen op de begane grond (c.q. in de plint) niet wenselijk is. Dit gebied is in samenwerking met de vertegenwoordigers van de retailsector van de kernen Noordwijk Binnen, Noordwijk aan Zee en Noordwijkerhout afgebakend. De kaartjes zijn per kern bijgevoegd (met uitzondering van De Zilk vanwege het beperkte aanbod).

3.1. Noordwijk aan Zee



Kenschets

Het centrum van Noordwijk aan Zee heeft een aantrekkelijk karakter met enkele historische trekkers (zoals de kapel) en een sterk modisch aanbod. De Hoofdstraat kent ten opzichte van kernen van vergelijkbare omvang relatief weinig leegstand en biedt met een compleet retail aanbod en daghoreca een aantrekkelijke bestemming om te shoppen en te verblijven. De effecten van de coronacrisis zullen echter hier duidelijk gevoeld worden.

Wat vinden stakeholders?

- Inzetten op een gastvrij centrum met een compleet aanbod en aantrekkelijke verbinding naar de boulevard en het strand. Inclusief beleving in de winkels in- en om het centrum.
- Leegstand zoveel mogelijk invullen met retail of horeca passend binnen nog op te stellen brancheringsplan. Pas indien dit niet mogelijk is dan publieksgerichte functies met aantrekkende werking. Transformatie naar woningen op de begane grond binnen het centrumgebied moet vermeden worden (zie afbakening centrumgebied kaart).
- Uitbreiding m² retail afwegen in economisch perspectief, waarbij het functioneren van het centrumgebied Noordwijk aan Zee prioriteit heeft.
- Essentieel is voldoende parkeren voor auto's, (elektrische) fietsen en scooters, in, om en aan alle zijden van het winkelgebied. Op deze manier kunnen passantenstromen geoptimaliseerd worden vanuit alle richtingen.
- De kuuroordstatus biedt kansen voor meer onderscheidend vermogen en verdere productontwikkeling.
- Benutten van de strategische ligging in de regio.
- Verbinden van de kernen onderling op basis van de eigen kwaliteiten die elkaar aanvullen.
- Wonen in het centrumgebied enkel vanaf de eerste verdieping toestaan (retail in de plint) en waar mogelijk de entree niet in de winkelstraat realiseren.
- Het creëren van een gastvrij wandelgebied tijdens de drukke winkeltijden, zoals het hoogseizoen en weekenden, is wenselijk. Bijbehorend zal de bevoorrading van de winkels geoptimaliseerd moeten worden.
- Wanneer werkzaamheden van een ontwikkeling ten koste gaat van parkeervoorzieningen in het winkelgebied, moeten gedurende deze ontwikkeling tijdelijke parkeervoorzieningen in de plaats komen om het verlies te compenseren. Deze tijdelijke parkeergelegenheden moeten binnen acceptabele loopafstand gesitueerd zijn.

Toekomstbeeld

Het centrum van Noordwijk aan Zee blijft dé bestemming om te shoppen, met een mix van ketens en zelfstandig aanbod. Het bezoek wordt door aantrekkelijke (dag)horeca en terrassen en gezien de ligging ten opzichte van strand en omgeving attractiever. Met een basisaanbod op gebied van boodschappen en verbreding van publieksgerichte functies met aanzuigende werking voor bezoekers worden combinatie bezoeken vergemakkelijkt. In Noordwijk aan Zee wordt er ingezet op een aantrekkelijke verbinding tussen het centrum en de boulevard/strand. Het Jan Kroonsplein wordt herontwikkeld tot een plein met een levendige plint met plek voor kleinschalig ondersteunende horeca. De visie is om zo het noordelijk gebied in het centrum met de Hoofdstraat te verbinden. Het gebied aan de Maarten Kruytstraat wordt ook herontwikkeld, er bestaan plannen om hier een supermarkt naartoe te verplaatsen. Er is hier ook ruimte voor een aantal vers winkels. Ook het vergroten van de parkeercapaciteit wordt meegenomen in beide projecten, ondergrondse parkeergarages worden hiervoor gerealiseerd. Verder wordt aan de kop van de Hoofdstraat een tijdelijke parkeervoorziening gerealiseerd op de korte termijn. Door de aantrekkelijk ingerichte verbinding zal het centrum van Noordwijk aan Zee optimaal van haar bijzondere ligging profiteren, ook in de nabije toekomst. Kortom, het centrum toont dat Noordwijk meer is dan alleen zee en strand.

Doelstellingen

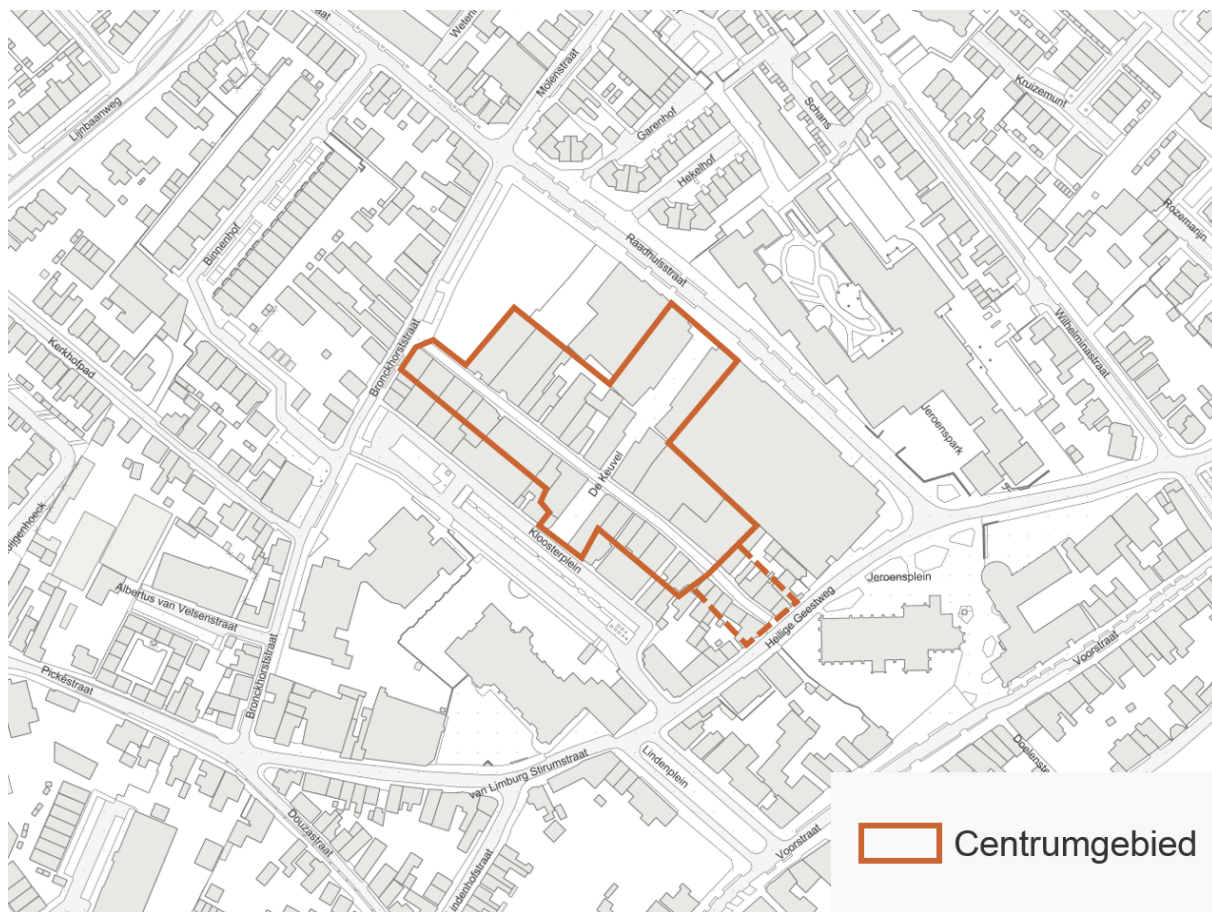
- Toename bezoekersstroom realiseren.
- Bezoek van verschillende deelgebieden (strand, centrum en boulevard) combineren.
- Grotere bezoekersaantallen, gedurende het hele jaar ook in het laagseizoen
- Verbeterde bereikbaarheid van het winkelgebied in het algemeen en door voldoende parkeergelegenheid en passende parkeertarieven zodat dit geen belemmering oplevert voor bezoeker.
- Verdere invulling geven aan de kuuroordstatus

Werken aan

korte termijn (0 tot 3 jaar) (K), middellange termijn (3 tot 5 jaar) (M) en langere termijn (>5 jaar) (L)

- Noordwijk aan Zee meer als een merk positioneren (K).
- **Een compleet en onderscheidend aanbod in retail** met ondersteunende horeca om de verblijfsduur van bezoekers te verlengen en een 'huiskamer' te bieden binnen Noordwijk aan Zee (K).
- De **kuuroordstatus betekent een extra impuls** en unique selling points (USP) in de productontwikkeling en vernieuwing (K, M en L).
- Een **brancheringsplan** opstellen (K)
- **Een kwaliteitsslag in de uitstraling**, met name in de openbare ruimte én uitstraling van het vastgoed om beter aan te sluiten bij het onderscheidend vermogen van Noordwijk. Uitwerking plan in de gouden driehoek" met name de entree van het winkelgebied aan de westzijde (K en M).
- Beleving in de **verbinding tussen centrum en zee**, dat zowel ruimtelijk sterker vormgegeven kan worden, als ook met activiteiten die bezoekers verleiden van het ene naar het andere gebied te bewegen (K).
- De basis **'schoon, heel en veilig'** op orde met een kwaliteitsimpuls in de schoonmaak, graffiti-verwijdering, voldoende ruimte voor parkeren en scooters, voldoende verlichting en adequate handhaving (K).
- Extra voorzieningen voor fiets- en scooter parkeren met faciliteiten voor elektrische fietsen (K en M).
- **Een gastvrije ontvangst** van bezoekers door goede bereikbaarheid en door extra parkeergelegenheid voor auto's in de directe omgeving van het centrum tegen passende parkeertarieven zodat dit geen belemmering oplevert voor bezoekers. Goede informatievoorziening over de activiteiten en bestemmingen in Noordwijk aan Zee. Interactieve digitale informatievoorzieningen (bijvoorbeeld grote smartphonezuilen) voor de bezoekers aan het winkelgebied (K) en adequate gastvrije handhaving zijn daarbij van belang.
- **Herontwikkeling van het Vuurtorenplein** als unieke en beeldbepalende plek van Noordwijk in verbinding met boulevard en strand. De gemeente wil zich inzetten om het plein te herontwikkelen tot een plek wat de kuuroordstatus van Noordwijk kan versterken. Ondanks het feit dat het Vuurtorenplein buiten het centrumgebied Noordwijk aan Zee valt, is de visie dat retail niet wenselijk is om de kwaliteit van het centrumgebied te waarborgen. Retail is alleen toegestaan als als het kleinschalige en ondergeschikte vorm van retail betreft, waarbij het de kuuroordstatus van Noordwijk versterkt (zie ook paragraaf 2.7). Verder moet de retail binnen het nog vast te stellen brancheringsplan passen.

3.2. Noordwijk Binnen



Kenschets

Noordwijk Binnen kent een rijk verleden als bedevaartsplaats en touwslagerij voor de scheepvaart, maar heeft in het verleden landelijke bekendheid genoten vanwege haar kruidenteelt. Het centrum heeft een sterke uitgangspositie en oogt verzorgd, waarbij de cultuurhistorie onder meer zichtbaar is in de lindebomen en vele rijksmonumenten. Noordwijk Binnen is ook in de toekomst meer dan alleen een efficiënt boodschappencentrum met een moderne, grote supermarkt en sterke versspecialzaken. Ook niet-dagelijkse winkels, horeca, cultuur, de warenmarkt en activiteiten/thematische markten leveren een bijdrage aan de aantrekkelijkheid van het centrum.

Wat vinden stakeholders?

- Goede bereikbaarheid (ook met OV) laat nu nog te wensen over en is van essentieel belang om het centrum toekomstbestendig te krijgen en te houden.
- Huidige profilering als boodschappen plus centrum uitbreiden met gezondheid, gezond eten en bewegen, als ook het ambachtelijk verleden en de cultuurhistorie.
- Voldoende en gemakkelijk parkeren voor auto binnen korte afstand is essentieel voor het op peil houden van bezoekersstromen en voor bewoners.
- Behoud van een aanbodmix met ketens en zelfstandig ondernemers in een compact en comfortabel centrum.
- Compleet en kwalitatief boodschappenaanbod, met een extra supermarkt door verplaatsing, mits deze nauwkeurig wordt ingepast in de ruimtelijke structuur van het centrum;
- Kwaliteitsimpuls in de openbare ruimte nodig, onder andere in fietsparkeren, faciliteiten voor elektrische fietsen, verlichting en basis van 'schoon, heel en veilig' en een aantrekkelijker Kloosterplein.
- Opstellen van een branchering. Om de invulling van de panden te verbeteren.

Toekomstbeeld

Dit sfeervolle centrum is het 'onontdekte pareltje' van Noordwijk. Ook voor toeristen en recreanten is het centrum een attractieve bestemming, bijvoorbeeld op minder zomerse dagen en tijdens een fiets- of wandeltocht. Het centrum is het vitale en levendige hart van Noordwijk Binnen, waar het zowel voor bezoekers als bewoners aangenaam vertoeven is en met enige regelmaat evenementen georganiseerd worden (zoals kermis, tuinenmarkt, braderie Kerkstraat, najaarsfeesten en kerstmarkt). Voor versterking van Noordwijk Binnen zijn er verschillende publieksgerichte functies bij gekomen, met een accent in streek- en gezondheidsproducten en ambachten. Voor deze functies kunnen consumenten niet online terecht, omdat het gaat om persoonlijke aandacht en advies. Deze diensten en producten vertellen een verhaal dat past bij Noordwijk Binnen.

Het Kloosterplein is het centraal gelegen plein in Noordwijk binnen. In de nabije toekomst zou dit plein qua inrichting verder geoptimaliseerd moeten worden voor zowel parkeren, laden & lossen als ook de markt en evenementen. Ook de verlichting in de winkelstraat en de aanlichting van historische gebouwen of bijzondere objecten verdienen extra aandacht op de korte termijn. Een goede uitstraling van dit plein is essentieel voor de beleving van Noordwijk Binnen. Voor het Jeroensplein dient een passende levendige bestemming te worden gezocht.

Doelstellingen

- Het verbeteren van de bereikbaarheid en de parkeervoorzieningen zodat het gebied een hoge waardering van de consument krijgt (KSO).
- Het realiseren van aantrekkelijk, geclusterd fietsparkeren met oplaadmogelijkheden.
- De bezoekersaantallen en verblijfsduur laten toenemen in Noordwijk Binnen

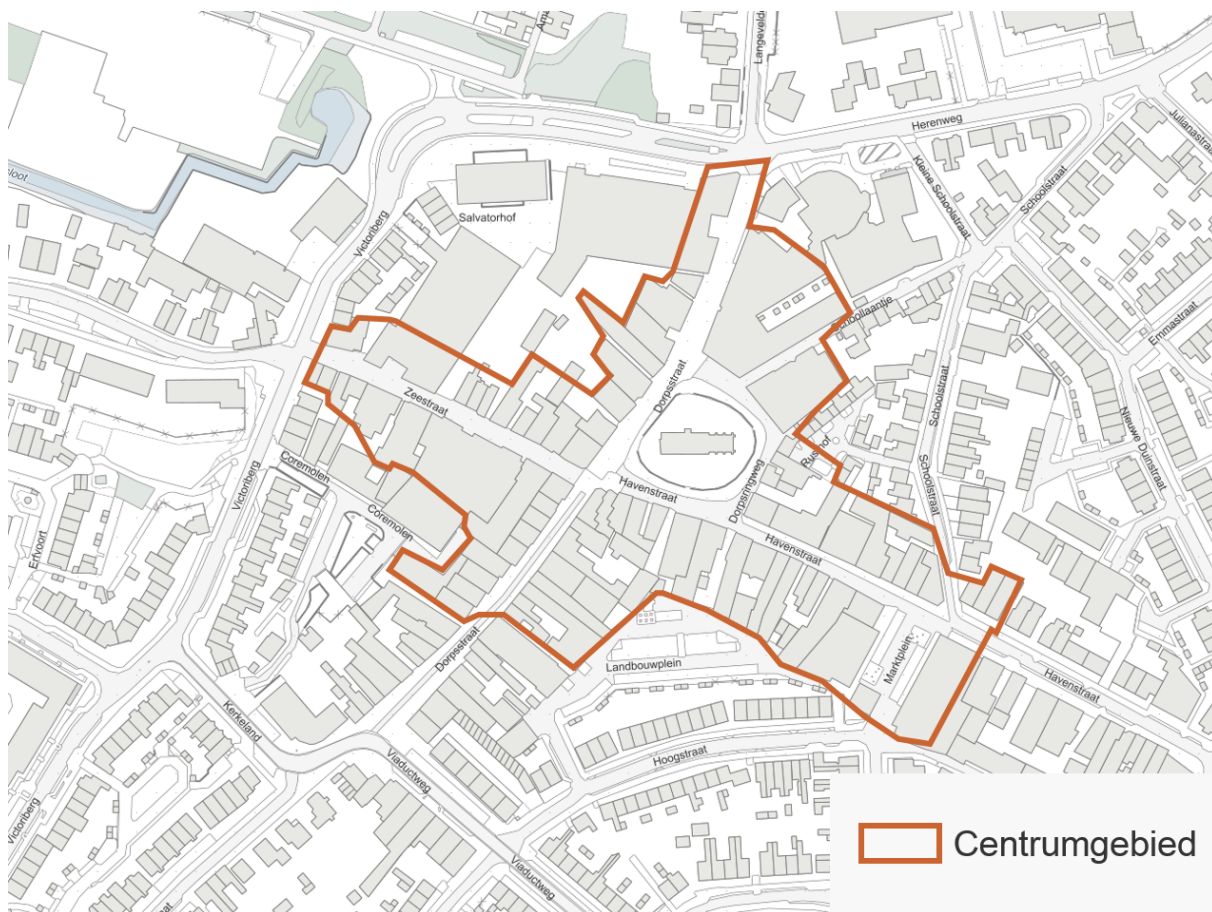
Werken aan

- Noordwijk Binnen meer als een merk positioneren.
- Het **verbinden van de kern met de historie** & het toevoegen van **cultuur door beleving** in de openbare ruimte, zowel in voorzieningen als in activiteiten (zoals markt, kermis en proef Noordwijk). Hierdoor wordt het imago van een levendige kern versterkt en het verblijfsklimaat voor bewoners/bezoekers verbeterd. De uitstraling van vastgoed, als ook de functies, producten en activiteiten, dienen het gewenste imago te ondersteunen.
- **Optimaliseren** boodschappencentrum met een moderne grote supermarkt en sterke versspecialzaken. Maar ook niet-dagelijkse winkels, cultuur, de warenmarkt, thematische markten

en horeca met terrasruimte. Dit aanbod aanvullen met publieksgerichte **functies**, waaronder diensten en ambachten als link naar het verleden.

- **Het ontwikkelen van het gebied Bronckhorstraat/Raadhuisstraat.** De gemeentelijke visie is om dit gebied een invulling te geven wat past binnen de kaders van het centrumgebied en tot versterking van het centrum leidt. Dit zou potentieel bijvoorbeeld een supermarkt kunnen zijn die de positie van Noordwijk Binnen als boodschappencentrum plus versterkt. Indien een supermarkontwikkeling plaatsvindt is het uitgangspunt om ontsluiting aan de zijde van de Kerkstraat te realiseren, om zo (extra) bezoekersstromen te creëren in het centrumgebied. Alleen dan kan een nieuwe supermarkontwikkeling van toegevoegde waarde zijn voor de retail in het gebied.
- De basis van '**schoon, heel & veilig**' op orde, met extra aandacht voor voldoende verlichting en parkeergelegenheid voor fietsen, als ook faciliteiten voor elektrische fietsen.
- **Leegstand zoveel mogelijk invullen** met publieksgerichte functies, geen transformatie (bestemmingsplanwijziging) naar de functie wonen op de begane grond, binnen het aangegeven deel van het centrumgebied.
- **Optimaliseren van verkeerscirculatie** om daarmee knelpunten in bereikbaarheid en bevoorrading te verhelpen op een zodanige wijze dat dit positie van het centrum versterkt en tevens de leefbaarheid ten goede komt
- **Aandacht** voor voldoende parkeervoorzieningen aan alle 4 de zijden van het centrum voor bezoekers en bewoners. Tarifiering passend zodat dit geen afstotend effect heeft
- Kerkstraat zuidoost/Van Limburg Stirumstraat. Vormt de verbinding tussen het winkelgebied en historisch Noordwijk Binnen. De inrichting, uitstraling en sfeer van het oude centrum dient doorgetrokken te worden in dit deel van de Kerkstraat.
- Reclamebeleid dat bijdraagt aan de versterking van de beleving van winkelstraat.

3.3. Noordwijkerhout



Kenschets

Na afgravingen van de vruchtbare duingrond begon de bloementeel in Noordwijkerhout. Noordwijkerhout werd daarmee het hart van de internationaal bekende Bollenstreek. Het strand, de duinen en de bloemenvelden liggen op korte afstand van elkaar. De kern kent een hechte gemeenschap en vele evenementen. Het bloeiende verenigingsleven is de voedingsbodem voor de evenementen rondom de Witte Kerk. Het historisch gegroeide centrum vanaf de centraal gelegen kern beslaat een vrij uitgestrekt gebied, dat naar de toekomst toe compacter moet worden (conform de centrumvisie 2016) om vitaal te blijven (zie bovenstaande plankaart). Binnen het centrum vinden bewoners en bezoekers een compleet aanbod aan dagelijkse artikelen met een plus van specialisten, vers aanbod, non-food en ontmoetingsruimte in de horeca. Een unieke sfeer waar de witte kerk het centrale middelpunt in vormt.

Wat vinden stakeholders?

- Versterken van het DNA van Noordwijkerhout als knooppunt en ontmoetingsplek voor bewoners, recreatie en toerisme in het hart van de Bollenstreek.
- Het retail aanbod versterken met specialisten, versaanbod en ambacht/reparatie.
- Actief zoeken naar nieuwe ondernemers en deze de ruimte geven om binnen het centrum te ondernemen.
- Transformatie van leegstand naar de functie wonen toestaan buiten het afgebakend centrumgebied, zoals reeds is vastgesteld in de Centrumvisie Noordwijkerhout 2016. Waarbij het centrum compacter wordt gemaakt.
- Verbindingen tussen de kernen in de gemeente optimaliseren.
- Focus op de recreatie in de duinen en de natuur. Relatie creëren met de gebieden strand, zee, meer, duin, bos en bloemen.

- Fietsparkeren optimaliseren en faciliteiten voor elektrische fietsen toevoegen, zodat Noordwijkerhout een aantrekkelijke recreatieve ontmoetingsplek kan zijn.
- Optimaliseren van de fiets- en wandelroutes, verbetering verbinding van de kernen.
- Meer profilering en marketing (lokale inwoners, verblijfsrecreanten in regio, dagrecreanten).

Toekomstbeeld

Noordwijkerhout heeft binnen de gemeente een geheel eigen karakter. Het hart van de Bollenstreek wordt gekenmerkt door een veelzijdig boodschappenaanbod plus zelfstandige aanbieders (specialisten) in diverse branches, een aantrekkelijk dorpsplein voor ontmoeting rond de Witte Kerk, veel groen en een 'menselijke maat'. Binnen het centrum vinden ondernemers de ruimte. Met passend aanbod en faciliteiten speelt het centrum in op doelgroepen met een actieve en gezonde leefstijl van fietsen, wandelen en kuren. Het plein rond de kerk vormt een knooppunt van recreatie en ontmoeting, dat in verbinding staat met de andere kernen en omliggende bestemmingen zoals strand, zee, meer, duin, bos en bloemen. De horeca in Noordwijkerhout is gericht op recreatieve bezoekers (dagrecreanten, verblijfsrecreant en bewoners) en ontmoeting met restauratief aanbod en aantrekkelijke terrasruimte.

Doelstellingen

- Het centrumgebied vullen met gevarieerd aanbod (specialisme, vers en kwaliteit).
- Opstellen van een branchering om de invulling van de panden te verbeteren.
- Het bezoekmotief kent een accent in recreatie en ontmoeting. Er dient een duidelijke koppeling te worden gemaakt met het DNA. Meer dagrecreanten en verblijfsrecreanten.
- Meer bezoekers en hogere bestedingen van dag- en verblijfsrecreanten in de omgeving en daarmee bestedingen in het centrum Noordwijkerhout.

Werken aan

- Verdere uitvoering van de Centrumvisie vastgesteld in 2016 door inzet **actieve acquisitie op een centrumgebied conform de plankaart en een gevarieerd aanbod**, waarbij nieuwe ondernemers worden aangetrokken.
- Ontwikkeling van het centrum tot een **compleet aanbod in boodschappen plus specialisten** en een ontmoetingsfunctie in aantrekkelijke omgeving met horeca en terrassen rond de Witte Kerk. Mogelijkheid onderzoeken om een beperkte autoluwe periode tijdens de zomerperiode in te voeren.
- **Binnen het (afgebakend) centrumgebied**, de leegstand zoveel mogelijk invullen met publieksaantrekkende functies, geen transformatie naar de functie wonen op de begane grond.
- De basis '**schoon, heel en veilig**' op orde met een kwaliteitsimpuls in de openbare ruimte, waarvan Keurmerk Veilig Ondernemen onderdeel uitmaakt.
- Voldoende fietsparkeren, faciliteiten voor elektrische fietsen en adequate handhaving, leefbaarheid en onderhoud/beheer.
- Recreatieve routes, betere uitstraling en aanbod gericht op een gezonde leefstijl, jaarrond bestemming en meer 'beleving'
- Verbinding met de andere kernen.
- Sterkere relatie met de Bollenstreek.

- Invulling geven aan en 'verzilveren' van kuuroordstatus met Noordwijk Marketing en de relatie met bestemmingen als de gebieden **strand, zee, meer, duin, bos en bloemen**
- Het verbeteren van de wandel- en fietsroutes.

3.4. De Zilk

Kenschets

De Zilk betreft een dorp in aan de noordkant van de ge-meente Noordwijk. Tegenwoordig ziet De Zilk er over-wegend vlak uit, maar ook hier lag een rijk duingebied. Hier werd op konijnen gejaagd. Er werden duinen afge-graven om elzen te planten, koren te zaaien en omdat er behoefte was aan weiland. Later zijn de duinen op grote-re schaal afgezand, om in gebruik te nemen als zeer geschikte grond voor de bloembollenteelt. De bollenteelt heeft ook effect gehad op de omvang van het dorp. Door de enorme toename van de bollenteelt was er veel huis-vesting voor arbeiders nodig. Ook in de Zilk werden hier-voor in de jaren 60 tot 80 nieuwe woningen gebouwd. Het merendeel van de bebouwing van de dorpskern dateert van na 1945. Het leven kabbelt rustig voort in dit kleine dorp, dat een gezond verenigingsleven kent en zo prachtig ligt tussen duinen en bollenvelden.

Wat vinden stakeholders?

- De Zilk als kern moet volwaardig worden meegenomen in de marketing van Noordwijk.
- De Zilk kent verscheidene fiets- en wandelroutes, en heeft veel mooie natuur te bieden. Echter, de aansluiting op de rest van Noordwijk mist door een gebrek aan marketing.
- Zilkers staan graag open voor bezoekers om kennis te laten maken met het "Dorpse Leven". Daar moet je faciliteiten voor maken, en de kern en horeca op inrichten en aantrekkelijker maken.
- Er moet gezocht worden naar oplossingen om de parkeerdruk in het dorp te verlichten. In de huidige situatie zijn er niet genoeg parkeerplekken voor lokale bewoners en ook nog bezoekers. Dit gaat ten koste van potentiële nieuwe bezoekers omdat zij geen plek kunnen vinden om te parkeren.

Toekomstbeeld

De Zilk heeft als kleinste kern van de gemeente Noordwijk het voordeel dat het een unieke oase voor rust en bezinning is. Het aanbod fiets- en wandelroutes in de omgeving versterkt dit imago. Echter ontbreekt er een stuk verbinding met de rest van Noordwijk wat betreft de marketing invulling. Wanneer dit in de toekomst verbeterd wordt kan ook De Zilk meeprofiten van het toeristisch karakter van de gemeente Noordwijk. Wel moet gelet worden dat deze potentiële ontwikkeling niet ten koste gaat van leefbaarheid in De Zilk.

Doelstellingen

- Ervoor zorgen dat De Zilk een onderdeel wordt van Noordwijk Marketing zodat de buitenwereld beter op de hoogte is van wat De Zilk te bieden heeft wat betreft recreatiemogelijkheden en bezienswaardigheden.
- Het realiseren van een (geplande) full service supermarkt tussen Het Zilt en de Beeklaan.
- Bereikbaarheid van het dorp verbeteren en recreatie stimuleren in de omgeving
- Zorg dat recreanten die nu De Zilk passeren, blijven hangen in het dorp, in de horeca of komen wandelen en fietsen.
- Het behouden van het huidige retail- en horeca-aanbod om de kwaliteit te waarborgen.
- Ervoor zorgen dat De Zilk een plek met jaarrond toerisme wordt.

Werken aan

- De realisatie van een full service supermarkt in de kern om de leefbaarheid een kwaliteitsimpuls te geven op de korte termijn.
- Het verlichten van de parkeerdruk in De Zilk door te kijken naar diverse oplossingen (bijvoorbeeld blauwe zones).
- Het creëren van een (kleine) VVV-achtige voorziening in De Zilk zodat bezoekers weten wat voor recreatiemogelijkheden en bezienswaardigheden er in De Zilk te vinden zijn.
- Beter reclamebeleid (bewegwijzering, vlaggenmasten en meer) om De Zilk beter op de kaart te zetten en onderdeel te laten worden van Noordwijk marketing.

4. Visie op de horeca in deelgebieden

Met dit hoofdstuk wordt beoogd richting te geven aan maatschappelijke besluitvorming over- en investeringen in de economie van de horecasector in Noordwijk, Noordwijkerhout en de Zilk (gemeente Noordwijk) in de periode 2021 tot en met 2023. Deze visie richt zich op voornamelijk op de ontwikkeling van het segment van restaurants, cafés en strandpaviljoens, met als hoofdgebruikers de bewoners en bezoekers van de gemeente Noordwijk. Als bezoekers worden zowel de regionale, nationale, als internationale gasten beschouwd. De ontwikkeling van hotel- en verblijfs capaciteit blijft in deze horecavisie buiten beschouwing. Wel is bij de totstandkoming van dit hoofdstuk de rol van hotels- en verblijfsaccommodaties als belangrijk verkoopkanaal voor restaurants en bars meegenomen.

Hoofduitgangspunten

In hoofdstuk 2 is een aantal algemene uitgangspunten voor zowel retail als horeca in Noordwijk geïntroduceerd. Hieronder worden deze voor de horeca verder uitgewerkt:

1. Inzetten op waarborgen bestaand aanbod

Het nog niet duidelijk welke bedrijven de coronacrisis zullen overleven. In 2020 heeft een groot deel van de horeca een omzetverlies tussen de 50- en 85% geleden en voor 2021 zal deze minimaal 35% zijn. De verwachting is dat in 2022 de markt zal aantrekken en pas in 2024 weer het omzetniveau van 2019 bereikt wordt. De investeringscapaciteit van de horeca is zeer beperkt en daarmee staat de periode 2021-2023 vooral in het teken van herstel.

2. Inzetten op mobiliteit & bereikbaarheid

Voor de ontwikkeling van de horecasector is een algemene verbetering en investering van de mobiliteit in de gemeente noodzakelijk. Het creëren van (meer) wandelroutes, het investeren in en het gebruik stimuleren van een fietsnetwerk en investeren in een waterwegennetwerk zijn enkele aandachtspunten voor de komende periode. Zoals ook benoemd in de visie op de retail is het openbaar vervoer en de parkeercapaciteit voor zowel (brom)fietsen als auto's (vooral binnen het toeristisch kerngebied) binnen de gemeente belangrijk om in te investeren.

3. Investeren in verbinding met de regio: uitstraling -werkgelegenheid -woonruimte - infrastructuur

De verbinding met de regio is voor Noordwijk van groot belang. Noordwijk heeft een grote verscheidenheid aan horeca, van cafetaria tot strandpaviljoen tot discotheken en door diverse eetgidsen gewaardeerde restaurants met daarbij ook een restaurant met een Michelin ster. Dit is aantrekkelijk voor Noordwijkse burgers en bezoekers uit de regio, maar schept ook werkgelegenheid. Werkgelegenheid die zich concentreert op vmbo- en mbo-niveau. Het is momenteel lastig om uit de regio voldoende vakkrachten te krijgen. Tevens is het vinden van betaalbare woonruimte in de regio uitermate lastig. Rekening houdend met de (relatief slechte) bereikbaarheid van de Duin- en Bollenstreek, is het is helder dat regionale samenwerking van belang is om de bovengenoemde uitdagingen aan te pakken. We zullen ons inspannen om, gezamenlijk met de overige gemeenten in Duin-en Bollenstreek, het mbo-onderwijs en woonruimte te faciliteren. Ook is het noodzakelijk om te kijken naar mogelijkheden om te investeren in de infrastructuur.

4. Relatie en gastvrijheid gemeente Noordwijk

Voor een florerende badplaats is een goede relatie tussen horeca en gemeente Noordwijk van belang. De coronacrisis heeft de relatie tussen beiden verstevigd, maar er liggen nog meer kansen. Gastvrijheid naar burgers en bezoekers optimaliseren vanuit ondernemers maar ook de gemeente. Het succes van de horecaondernemer wordt medebepaald door de mate van gastvrijheid en daarbij geven reviews inzicht in de mate waarin de ondernemer daarin slaagt. Er liggen zeker nog kansen om Noordwijk als bestemming gastvrij te maken.

5. Binding horeca met gemeenschap

We zullen met elkaar goede balans moeten vinden om juist de huidige ondernemers te blijven stimuleren om kwaliteit te waarborgen én op de juiste wijze te innoveren voor de toekomst. De opkomst van franchises in horecaconcepten is in dat kader voor Noordwijk een ontwikkeling dat waar aandacht aan besteed moet worden. In de praktijk bestaat er namelijk een risico dat franchisenemers weinig toevoegen aan de authenticiteit en kwaliteit van de horeca en dat zowel de franchisegevers- en nemers weinig binding met de lokale gemeenschap en het verenigingsleven hebben.

6. Paracommercie

In een voor alle organisaties (zowel bedrijven, gemeente als verenigingen) moeilijke tijd dient extra ingezet te worden op het voorkomen van paracommercie.

De toekomst van Noordwijk

Zoals eerder benoemd heeft Noordwijk onderscheidende kernkwaliteiten waaronder “gezondheid” en “ontspanning & ontmoeting”. Thema’s die enerzijds het welzijn van burgers- en bezoekers verhogen en anderzijds horecaondernemers kansen bieden om daar op in te spelen. De kuuroordstatus van Noordwijk wordt door ondernemers gezien als kans om via marketingactiviteiten, en investeringen in faciliteiten en concepten in het laagseizoen (eerste- en vierde kwartaal) extra economische waarde en welzijn te creëren. Daarbij is het uitgangspunt dat Noordwijk een badplaats met kuuroordstatus is en geen kuuroord aan zee. Een nuancering die aandacht verdient om zo te zorgen dat de breed gewaardeerde bedrijvigheid op het strand en in de kernen kan voortbestaan en kwalitatief wordt uitgebreid. Noordwijk is geen rustoord en/of forensen- en slaapdorp. Zoals eerder genoemd is de investeringscapaciteit van de horeca beperkt, echter zijn er kansen met betrekking tot gemeentelijke investeringen in de openbare ruimte, de infrastructuur en faciliteiten.

Wat vinden de ondernemers?

Continue goed overleg tussen de gemeente én de horeca-ondernemers is het uitgangspunt. Door met elkaar samen te werken wordt ons gezamenlijke doel bereikt:

“Noordwijkse horeca; Hoogwaardig, Kwalitatief, Duurzaam en Innovatief!”

Met elkaar zorgen wij dat badplaats Noordwijk de beste van Nederland kan worden, het hele jaar rond.

Deelgebieden

De horeca in de gemeente Noordwijk is geconcentreerd in de volgende 7 gebieden

- Buitengebied en de Zilk
- Noordwijkerhout-Centrum
- Koningin Wilhelminaboulevard (KWB)
- Koningin Astridboulevard
- De Grent
- Strand
- Noordwijk Binnen

Per gebied wordt geduïd wat de huidige situatie is en wat men in 2023 wil bereiken. De Koningin Wilhelmina Boulevard, De Grent en Strand worden in combinatie met de retail in de Hoofdstraat als toeristisch kerngebied van Noordwijk aan Zee beschouwd.

4.1. Buitengebied en De Zilk

Kenschets

Als buitengebied wordt het gebied van Langevelderslag, Duin- en Randweg en Oosterduinse meer

beschouwd. De horeca is gerelateerd aan de verblijfsaccommodaties en ontspanningsmogelijkheden in dit gebied. Daarbij geldt bovendien Langevelderslag als een gebied met een hoge concentratie aan horeca. De Zilk is verbonden aan het buitengebied en heeft in de huidige situatie nauwelijks horecafaciliteiten die zich richten op bezoekers van buiten de eigen kern. Desondanks functioneert de horeca in De Zilk goed.

Openbare ruimte

De ambitie is om op de korte termijn faciliteiten voor wandelaars en hondenbezitters in het duingebied te verbeteren. Denk daarbij aan meer prullenbakken en/of punten voor hondenzakjes. Verder is het streven de aantrekkelijkheid van het buitengebied te vergroten door onder andere te kijken naar het faciliteren van recreatiemogelijkheden in de openbare ruimte. Met het Oosterduinse meer beschikt Noordwijk namelijk over een unieke locatie voor bijvoorbeeld (water)sportrecreatie. Deze impuls in de openbare ruimte kan namelijk ook positief effect hebben op het aantal bezoekers van de horeca in De Zilk.

Mobiliteit

De Zilk biedt kansen als het gaat om start- en eindpunt te zijn voor wandel- en fietsroutes van het noordelijke deel van Noordwijk. De Duinpan is daarbij een soort natuurlijk middelpunt. Het buitengebied ligt grotendeels buiten de bebouwde kom en door de combinatie van autoverkeer en recreatieverkeer (ruiters, fietsers, wandelaars) is verkeersveiligheid een punt van aandacht.

Verder is het gebruik van elektrische fietsen/scooters steeds populairder aan het worden. Het buitengebied en Langevelderslag in het bijzonder geldt daarbij als tussenstop en biedt daarmee kansen voor het realiseren van diverse voorzieningen zoals oplaadpalen.

Een ander uitgangspunt voor de toekomst is het behouden van gratis parkeren en het verbeteren van parkeerfaciliteiten in het buitengebied.

Kuuroord Noordwijk

Het buitengebied biedt door haar natuur en uitgestrektheid volop kansen op het gebied van 'gezondheid en bewegen'. Vooral facilitair liggen er veel mogelijkheden met daarbij de ontwikkeling van een kuurcentrum als ultieme hoogtepunt. Tevens liggen er kansen voor zowel buitengebied en De Zilk om producten voor de horeca te ontwikkelen dat bij de kuuroordstatus van Noordwijk past. Daarbij dient wel de kanttekening gemaakt te worden dat de productie waarschijnlijk te beperkt is om een groot aantal horecazaken te bevoorraden. Echter, juist voor kleinschalige horecaondernemers kan er wel voldoende aanbod gecreëerd worden.

Een vergezicht voor Buitengebied en De Zilk

Om alle ambities voor het buitengebied gerealiseerd te hebben, komt 2024 waarschijnlijk nog te vroeg. Echter is het wel reëel om in 2024 zowel in communicatie, marketing als beleid het buitengebied en De Zilk volwaardig onderdeel te laten zijn van Noordwijk. Voor de horeca geldt dat er kansen zijn om zich te ontwikkelen, met name op de Langevelderslag.

4.2. Noordwijkerhout

Kenschets

Noordwijkerhout heeft zijn eigen dynamiek waarbij de horeca en retail veel meer met elkaar verbonden zijn. De Witte Kerk is het middelpunt van het centrum van Noordwijkerhout met een grote verscheidenheid aan horeca in de straten van het centrum met een concentratie van horecazaken op het plein rondom de Witte Kerk.

Openbare ruimte

Recent is het plein rondom de Witte Kerk grondig opgeknapt. De positieve gevolgen van deze grondige opknapbeurt zijn duidelijk merkbaar. Door de toegenomen drukte en de mogelijkheid om aan de kerkkant terrassen te plaatsen, is er de nodige druk ontstaan op de beschikbare openbare ruimte. Met

deze beperkte ruimte moet zorgvuldig worden omgegaan omdat het plein rondom de Witte Kerk tevens gebruikt wordt door de weekmarkt, zomermarkt en de vele dorpse evenementen die jaarrond worden georganiseerd. Afstemming tussen gemeente en ondernemers is wenselijk, zodat het gebruik van de beperkte ruimte door retail, horeca en bewoners in harmonie verloopt.

De winkelstraten van Noordwijkerhout die niet meegenomen zijn in de upgrading van het plein rondom de Witte Kerk verdienen tevens aandacht. In de Centrumvisie uit 2016 zijn hiervoor plannen opgenomen en deze worden op dit moment ook uitgevoerd. Verdere versterking van de kwaliteit van de openbare ruimte kan een positieve bijdrage opleveren aan de beleving en het functioneren van de horeca een impuls geven. Denk hierbij aan schoonmaak- en onderhoudswerkzaamheden. Om dit te bereiken zullen er passendere afspraken gemaakt moeten worden tussen de gemeente en ondernemers

Mobiliteit

De parkeerproblematiek in Noordwijkerhout is vooral gesitueerd in en rondom het centrum. Het stallen van (elektrische) fietsen en scooters neemt in het gehele centrum van Noordwijkerhout een groot beslag op de openbare ruimte. Het realiseren van meer en betere parkeervoorzieningen (voor zowel fietsen als scooters) is van belang.

Door de ligging van veel verblijfsaccommodaties in de directe omgeving is Noordwijkerhout een boodschappenlocatie voor verblijfstoeristen. Het gratis parkeren biedt kansen om deze functie verder uit te bouwen.

Een vergezicht over Noordwijkerhout

Noordwijkerhout heeft zijn eigen gezicht in de nieuwe ge-meente Noordwijk behouden, met zijn eigen dorpskern vol leuke gevarieerde winkels en horeca en evenementen. Het is gelukt om de verblijfstoerist Noordwijkerhout te laten 'ontdekken' d.m.v. fiets, wandelroutes en te fungeren als boodschappencentrum. Noordwijkerhout is een bestemming met jaarrond toerisme. Voor de verschillende horeca-ondernemingen is het wel belangrijk dat Noordwijkerhout verder "ontdekt" wordt. Noordwijk Marketing speelt een belangrijke rol hierin. Voortborduren op de samenwerking tussen Noordwijkerhout en Noordwijk Marketing is een van de uitgangspunten.

4.3. Koningin Wilhelmina Boulevard

Kenschets

De Koningin Wilhelmina Boulevard (KWB) betreft horecaondernemingen die gelegen zijn in het gebied Vuurtorenplein, Koningin Wilhelmina Boulevard, Parallel Boulevard en Palace plein. De Koningin Wilhelmina Boulevard huisvest de grootste concentratie van de horecaondernemingen. De boulevard wordt gedomineerd door een grote diversiteit aan restaurants met diverse keukenstijlen. Zowel de Vuurtoren aan de noordzijde als het Thalasso uitkijkpunt aan de zuidzijde van de KWB zijn mooie voorbeelden van "landmark" punten in de openbare ruimte.

Openbare ruimte

Er is behoefte vanuit de horecaondernemers om de uitstraling en invulling van de openbare ruimte op de Koningin Wilhelmina Boulevard te verbeteren.

- Er liggen nog kansen voor het Thalasso uitkijkpunt om het imago en de kuuroordstatus van Noordwijk te versterken. Het Vuurtorenplein wordt algemeen beschouwd als een "shameplek". Herontwikkeling van het Vuurtorenplein als unieke en beeldbepalende plek van Noordwijk in verbinding met boulevard en strand biedt kansen. Extra horeca is op deze locatie niet wenselijk, tenzij nieuwe ontwikkelingen passen binnen de kuuroordstatus van Noordwijk. Herontwikkeling van het Vuurtorenplein is essentieel voor een kwaliteitsslag in de openbare ruimte.
- Ten bate van de openbare ruimte zou er aandacht geschonken kunnen worden aan objecten als plantenbakken, banken, verlichting naar de strandpaviljoens en vlaggen(masten). De gemeente

Noordwijk kan een belangrijke bijdrage leveren aan het verbeteren van de openbare ruimte op de boulevard. De horecaondernemers en vastgoedeigenaren dragen bij aan de kwaliteit van het gebied door te investeren in hun zaken c.q. panden.

- Voor een betere beleving van de boulevard zal de komende periode aandacht geschonken moeten worden aan de verbinding tussen zee en boulevard. Actualisatie van de Nota Strandbeleid speelt hierin een belangrijke rol. In de nog vast te stellen Nota Strandbeleid 2021 zou er bijvoorbeeld gekeken kunnen worden naar de mogelijkheden voor de herinrichting van het duinlandschap. In het duingebied aan de Koningin Wilhelminaboulevard liggen namelijk kansen, mede door de prominente positie van de boulevard in het toeristisch kerngebied.

Mobiliteit

- In het kader van mobiliteit en bereikbaarheid is de mogelijkheid om te parkeren en het afzetten van minder mobiele gasten in nabijheid van de horeca een pre op de Koningin Wilhelmina Boulevard.
- Verkeersveiligheid in het gebied Koningin Wilhelmina Boulevard moet ten alle tijden goed gewaarborgd worden. De komende periode moet in het teken staan van knelpunten en- /of risicosituaties oplossen.
- Een van de uitgangspunten is om de komende periode meer te investeren in het realiseren van (extra) parkeervoorzieningen voor (brom)fietsen. Het creëren van parkeervoorzieningen in de duinen voor de boulevard zou een van de mogelijkheden kunnen zijn. Indien dit mogelijk is zou dit een kans zijn om het boulevardgebied een kwalitatieve impuls te geven, wat zeker ten goede zou komen voor het herstel van de horeca voor de periode na de coronacrisis.

Kuuroord Noordwijk

Voor de promotie en het versterken van Kuuroord Noordwijk biedt het duingebied voor de Koningin Wilhelmina Boulevard kansen. Bijvoorbeeld door uitbreiding van Thalasso uitkijkpunten verbonden door wandelpaden inclusief informatieborden. Hiermee zal ook direct invulling gegeven kunnen worden aan de kuuroordstatus van Noordwijk en het gebrek aan herkenning kunnen oplossen.

Evenementen

De Koningin Wilhelminaboulevard is de centrale plek voor de brede publieksevenementen in Noordwijk. De door de Koninklijke Horeca Nederland (KHN) geïnitieerde Stichting FEIN levert een belangrijke bijdrage in de vorm van kwaliteitsevenementen die levendigheid en diversiteit van de boulevard voor bewoners en bezoekers verzorgen. Daarnaast levert ook Hotels van Oranje met haar eigen evenementenplein aan de locatie een belangrijke bijdrage aan de levendigheid van de boulevard. Investerings in faciliteiten, bijvoorbeeld stroompunten en meer ruimte voor hoogwaardige evenementen kunnen kansrijk zijn. Deze evenementen leveren namelijk een belangrijke bijdrage aan de bezettingsgraad van de horeca in Noordwijk.

Een vergezicht voor de Koningin Wilhelmina boulevard

De afgelopen decennia heeft Hotels van Oranje zich ontwikkeld tot prominente blikvanger op de boulevard. In 2024 zal deze positie verder verstevigd zijn door de ontwikkelingsplannen die vanaf eind 2021 uitgevoerd worden. De plannen van de Hotels van Oranje kunnen een enorme uitstraling, upgrading en elan aan de noordkant van de boulevard initiëren en kunnen inspiratie zijn voor horecaondernemers en gemeente Noordwijk om mee te investeren in de ontwikkeling van het gebied. Het is de ambitie van de retailondernemers om de centrale rol van de Hoofdstraat als winkelgebied te versterken. Deze ambitie wordt door de horecasector gerespecteerd en ondersteund. Zodra dit gerealiseerd is, de ontwikkelingen van Hotels van Oranje gerealiseerd zijn, de Parallel Boulevard vernieuwd én het Vuurtorenplein aangepakt is, zal de levendigheid van het toeristische kerngebied verbeterd zijn. Overigens is het niet wenselijk om (extra) horeca op het Vuurtorenplein toe te staan, tenzij deze de kuuroordstatus van Noordwijk kan versterken.

Er zou onderzoek gedaan moeten worden naar mogelijkheden met betrekking tot de “blurring” van retail en horeca in het boulevardgebied.

Kortom, Noordwijk zal in de toekomst een uniek wandelgebied rijker zijn. Mits onder andere investeringen van horecaondernemers en vastgoedeigenaren in bedrijven en vastgoed, en de gemeente in de openbare ruimte plaatsvinden.

4.4. Koningin Astrid Boulevard

Kenschets

De Koningin Astrid Boulevard aan de zuidzijde van Noordwijk, is een authentieke boulevard die klasse en elan uitstraalt met daarbij nog twee in de duinen gelegen zon- en zeebaden. Hierdoor heeft deze boulevard, automatisch een aantrekkingskracht voor een ruime maar ook specifieke doelgroep die hier dan ook zeer goed past als bezoeker én geniet. Een prachtige en unieke locatie tussen het duinlandschap van de Zuid en het strand waardoor dit altijd een magische boulevard zal zijn. Hoogwaardige horeca zowel aan de boulevard als op het strand er direct voor, zorgt voor goede aantrekking van de juiste toeristen én ‘locals’ die hier als gast goed kunnen vertoeven.

Openbare ruimte

Om betere samenhang te creëren met de schoonheid van de wijk de Zuid behoeft de openbare ruimte van de Koningin Astridboulevard, de bijbehorende parkeerterreinen en strandafritten aandacht. Deze moeten kwalitatief op orde gehouden worden en waar nodig verbeterd worden.

Mobiliteit

- Net als de Koningin Wilhelmina Boulevard ligt de Koningin Astrid Boulevard dicht bij het strand en is de mogelijkheid om te parkeren en het afzetten van minder mobiele gasten in nabijheid van de horeca een pre. Het verlichten van parkeerdruk is een van de aandachtspunten op de Koningin Astrid Boulevard en de directe omgeving.
- Zoals het geval ook is bij de Koningin Wilhelmina Boulevard, is de parkeercapaciteit voor fietsers ook een aandachtspunt op de Koningin Astrid Boulevard. Het verbeteren van voorzieningen voor fietsenstalling moet leiden tot meer aantrekkelijkheid om op de fiets te komen.
- Verder betreft een uitgangspunt ook het waarborgen en verbeteren van de verkeersveiligheid De Zuidduinen, de wijk de Zuid en ook de Koningin Astrid Boulevard, deze gebieden zijn populair bij wandelaars en bezoekers.

Kuuroord Noordwijk

De voorzieningen op de Koningin Astrid Boulevard geven invulling aan beweging en gezondheid door enerzijds de zeilvereniging en de zitesurfvereniging en anderzijds de wijds uitstraling en verbinding met de natuur (Zuidduinen). Door de aanwezigheid van de restaurants in boutique hotels liggen hier ook kansen om gebruik te maken van het beperkte aanbod van Noordwijkse producten. **Een vergezicht voor de Koningin Astrid Boulevard**

De voorzieningen op- en rondom de Koningin Astrid Boulevard belichamen als het ware de kracht van het kuuroordstatus Noordwijk en bieden daarmee zowel in hoog- als laagseizoen mogelijkheden voor hoogwaardige jaarrond exploitatie. Het behouden van het wijds karakter van de Koningin Astrid Boulevard en blijven inzetten op hoogwaardige horecavoorzieningen zal de Koningin Astrid Boulevard in de toekomst kunnen versterken.

4.5. Strand

Kenschets

Het strand met de boulevard van Noordwijk biedt van oudsher een heilzame plek voor ontspanning, gastronomie, (zakelijk) ontmoeten, sporten & kuren. De historische horecafunctie van de boulevard is de afgelopen jaren ten dele overgenomen door de strandhoreca, met een geheel eigen, hoogwaardige uitstraling. Het Noordwijkse strand heeft 16 strandpaviljoens waarvan een deel het hele jaar geopend is. De seizoensgebonden strandpaviljoens huren het strand van 1 februari tot 31 oktober. Voor wandelaars geldt het Noordwijkse strand als een van de mooiste van Nederland. Meer dan 13 kilometer lang kan men genieten van de diversiteit van rust (duingebieden) en levendigheid (strandpaviljoens). De concentratie van de strandpaviljoens maakt het voor de strandliefhebber een aantrekkelijk gebied het gehele jaar door. Daarnaast zorgt het horeca-aanbod aan de Duimdamseslag en Langevelderslag voor aantrekkingskracht voor diverse doelgroepen. In de afgelopen 10 jaar heeft Noordwijk mede door de investeringen in, en uitbreidingsmogelijkheden van de strandpaviljoens haar reputatie verstevigd. Diversiteit en kwaliteit zijn daarbij de onderscheidende factoren. Daarnaast heeft de ontwikkeling van de strandpaviljoens tot een extra economische nettowaarde van de gehele toeristische keten geleid. Strandpaviljoenhouders investeren in steeds luxer strandmeubilair en de “voetjes in het zand” terrassen zijn een verrijking van het aanbod in de zomer.

Uitgangspunten voor strandpaviljoens

- Behoud van het bestaande (kwantitatieve) aanbod strandpaviljoens. Rekening houdend met de concurrentiepositie van de horeca op het strand en boulevard, betekent dit dat nieuwe paviljoens niet wenselijk zijn. In de nog vast te stellen Nota Strandbeleid 2021 zal hier aandacht aan geschonken worden
- Waarborgen en eventueel verbeteren kwaliteit van het huidige aanbod strandpaviljoens in Noordwijk aan Zee, zeker na de lange perioden van coronasluiting. Verder moet vermeden worden dat huidige ondernemers elders gaan ondernemen en er kans bestaat dat er andere, minder gekwalificeerde ondernemers komen ten koste van de kwaliteit van het gebied.

Openbare ruimte

Men is over het algemeen enthousiast over de beleving van het strand. Er zijn echter wel een aantal verbeterpunten met betrekking tot het onderhoud van het strand en van de op- en afritten. Een trend van de afgelopen periode is echter dat steeds meer strandgasten hun eigen dranken- en etenswaren meenemen of ter plekke bestellen bij bezorgdiensten, dit is hoogstwaarschijnlijk het gevolg van de coronacrisis. Afvaloverlast is in de huidige situatie prominenter aan het worden. In de toekomstige Nota Strandbeleid zal deze trend meegenomen moeten worden om de overlast op te lossen.

Mobiliteit

De aandachtspunten voor het strand met betrekking tot mobiliteit sluiten aan op de algemene visie van

de horeca. Er zal ingezet moeten worden op het waarborgen en verbeteren van de bereikbaarheid per auto en (brom)fiets. Aandacht schenken aan bereikbaarheid en parkeercapaciteit op drukke dagen is wenselijk. Eventuele nieuwe parkeervoorzieningen in- en rondom het duin en-/of op- en afritten zullen aan de orde komen in de nog vast te stellen Nota Strandbeleid.

Kuuroord Noordwijk

De kwaliteit van strand en zee zijn een van de belangrijkste steunpilaren voor Kuuroord Noordwijk. Er zal geïnvesteerd blijven moeten worden in voorzieningen en concepten die de kwaliteit en kuuroordstatus van Noordwijk een boost geven.

Een vergezicht voor het strand

Het strand als exploitatiegebied is een vaste waarde geworden in het horecalandschap en heeft zich bovendien kwalitatief doorontwikkeld. Noordwijk weet zich daarbij positief te onderscheiden ten opzichte van Zandvoort, Scheveningen en Hoek van Holland. Er zal ingezet moeten worden op initiatieven om kwalitatieve verbeteringen aan te brengen zodat het Noordwijkse strand haar positie als kwalitatieve badplaats kan waarborgen en verstevigen. Langevelderslag biedt bijzondere kansen voor kwaliteitsversterking en doelgroepenverbreding. Actualisatie van de (huidige) Nota Strandbeleid en Evenementennota ten behoeve van mogelijkheden voor activiteiten, initiatieven en evenementen op het strand en bij strandhoreca (typen, frequentie, tijden, geluidsbelasting, deelgebieden, etc.) is daarom van belang.

4.6. De Grent

Kenschets

Historisch gezien geldt De Grent als het uitgaansgebied van Noordwijk en de regio. Centraal gelegen in het toeristisch kerngebied met uitzicht op Grand Hotel Huis ter Duin. In de jaren 80 en -90 heeft De Grent een grote reputatie opgebouwd onder Noordwijkers en bezoekers uit binnen- en buitenland. De bezoekers van De Grent stonden zelfs voor een groot deel op straat. Dit werd versterkt door het beleid van de gemeente om de discotheken en bars naar een centrale plek, zijnde De Grent, te dirigeren. Beperkende wetgeving op het gebied van roken en alcohol en veranderingen in uitgaanspatronen en horeconcepten hebben ertoe geleid dat de populariteit van De Grent sterk gedaald is. De recente coronamaatregelen hebben daarbij grote impact op de ondernemers op De Grent. Door de aard van hun activiteiten en deels ook beperkte exploitatie oppervlakte zijn sommige ondernemers al maanden dicht. Toch is De Grent nog steeds een kansrijk horecagebied mits er door ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente Noordwijk gezamenlijk geïnvesteerd wordt. Nog steeds is er een diversiteit aan horeca met bovendien nieuwe enthousiaste ondernemers. Bovendien is het nog steeds de plek waar men in het weekend tot 04.00 uur kan uitgaan. Daarbij geldt ook dat de centrale ligging in het toeristisch kerngebied nog steeds een belangrijke toegevoegde waarde is.

Openbare ruimte

Waar onlangs nog geïnvesteerd is in de openbare ruimte aan de kant van Huis ter Duin van De Grent zijn er een aantal aandachtspunten in de openbare ruimte aan de zijde waar de horecaondernemers gevestigd zijn. Zoals ook voor de overige deelgebieden geldt, is impuls geven aan de openbare ruimte wenselijk.

- Het is wenselijk om de straatverlichting op De Grent een kwalitatief impuls te geven (met name aan de kant van de horecaondernemers. Mede door het dalend aantal bezoekers en verbeteringen in cameratechniek zijn er kansen om deze felle straatverlichting aan te pakken.
- Het is wenselijk om te kijken of de werkzaamheden aan de openbare ruimte tegelijkertijd plaats zou kunnen vinden met de eerste fase van de werkzaamheden aan de Parallel Boulevard. Dit kan voor meer efficiëntie en minder lang overlast zorgen. Wanneer de gemeente Noordwijk investeert

in de openbare ruimte van De Grent kan een deel van de ondernemers- en vastgoedondernemers niet achterblijven en is het wenselijk dat zij ook gezamenlijk De Grent herontwikkelen als horecagebied.

Mobiliteit

Ook voor de horecaondernemers op De Grent geldt dat bereikbaarheid cruciaal is om toekomstbestendigheid te waarborgen:

- Het realiseren en behouden van voldoende parkeervoorzieningen voor auto en (brom)fietsen op gepaste (loop)afstand. Deze investeringen in capaciteit zullen gecombineerd worden met de Koningin Wilhelmina Boulevard.
- Verder zal er aandacht geschonken moeten worden aan het verbeteren van OV-mogelijkheden, in de huidige situatie ontbreekt een nachtbus en is men aangewezen op regionaal taxivervoer.

Kuuroord Noordwijk

De connectie tussen de kuuroordstatus en De Grent lijkt vergezocht. Toch liggen er wel degelijk kansen voor de horeca op De Grent om invulling te geven aan de kuuroordstatus, met name in het aanbod lokale producten. Neem bijvoorbeeld een van de onderdelen van de Blue Zone, wine at five en de mogelijkheden voor producten uit de regio. Dat kunnen deels lokaal gebrouwen bieren zijn, maar ook lokale producten voor borrel- en menukaart.

Evenementen

De Grent heeft potentie om een sterkere evenementenlocatie te worden. Actualisatie van de Nota Toeristisch Evenementenbeleid en afstemming met de Retail- en horecavisie 2021-2023 is van belang.

Een vergezicht voor de Grent

Van alle horecagebieden kan De Grent de meeste potentie hebben om zich nog te (her)ontwikkelen. Daarin hebben ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente Noordwijk een gemeenschappelijke verantwoordelijkheid. De gemeente Noordwijk zou bijvoorbeeld kunnen investeren in de openbare ruimte of de invulling ervan. Aan de andere kant zijn er kansen voor ondernemers en vastgoedeigenaren om te investeren in ondernemerschap, visie en/of samenwerking om De Grent weer als horecagebied te laten floreren. Dat het kan blijkt uit andere gebieden zoals de haven van Scheveningen en nieuwe concepten als Harbour Club, Catch en Encore. Deze mix zou bij het realiseren van parkeerfaciliteiten en herstel van de congresmarkt na de coronacrisis wel potentieel nieuw elan aan De Grent kunnen geven. Dit al dan niet in combinatie met herontwikkeling van vastgoed en verbinding met Hoofstraat en boulevard.

4.7. Noordwijk Binnen

Kenschets

Noordwijk Binnen kent een diversiteit aan horecazaken. Enerzijds relatief veel laagdrempelige horeca bezorging en take-away en anderzijds relatief weinig, maar wel authentieke horecazaken die door Noordwijkers gewaardeerd worden en ook steeds populairder worden onder de bezoekers. Kwalitatief middelpunt, zowel qua horeca als openbare ruimte, is daarbij de Voorstraat.

Openbare ruimte

Waar Voorstraat en Lindenplein als hartverwarmend omschreven worden, zijn er een aantal verbeterpunten wat betreft de verbinding langs zwembad Bloemenzee tussen Noordwijk aan Zee- en Noordwijk Binnen. De bestrating van deze verbindingsweg behoeft een kwaliteitsimpuls. Het investeren in deze verbindingsweg biedt kansen om het (straat)beeld van Noordwijk een impuls te geven.

Mobiliteit

Zoals beschreven in het retail gedeelte, is de parkeerdruk voor auto's in het centrum groot. De bereikbaarheid van de horeca waarborgen en verbeteren is een van de hoofduitgangspunten. Verder is het uitbreiden parkeerfaciliteiten voor (brom)fietzers, zeker rekening houdend met de extra parkeerdruk die de toekomstige ontwikkeling Offem-Zuid met zich mee brengt, van belang. Onderzoeken van kansen om de verbinding tussen kernen te verbeteren voor wandelaars, zoals de verbinding Noordwijk Binnen – Noordwijk aan Zee, past verder ook in de ambitie om de bereikbaarheid van de horeca te verbeteren.

Evenementen

De Tuinenmarkt, muzikale kerstwandeling in de Voorstraat en de activiteiten van de Oranjevereniging zijn geliefde evenementen in Noordwijk Binnen. Er zijn kansen voor de ontwikkeling van evenementen die in lijn met de cultuur en historie van Noordwijk Binnen staan. Deze evenementen kunnen zorgen voor meer bezoekersstromen in Noordwijk Binnen en potentieel dus het functioneren van de horeca een impuls geven. Afstemming van de retail- en horecavisie met de nog vast te stellen Nota Toeristisch Evenementenbeleid is hiervoor noodzakelijk.

Kuuroord Noordwijk

De ontwikkeling van de kruidencultuur en daarmee ook een van de (historische) steunpilaren van het Kuuroord kent zijn oorsprong in Noordwijk Binnen. De rol van museum Veldzicht is daarin zeer belangrijk en de samenwerking met lokale (horeca) ondernemers is zeer positief. Juist door het kleinschalige karakter van de horeca liggen er kansen om het aanbod van Noordwijkse producten die de gezondheid bevorderen te integreren in de horeca.

Een vergezicht voor Noordwijk Binnen

Ook voor Noordwijk Binnen liggen er volop kansen voor kwalitatieve ontwikkelingen. Onder andere door het organiseren van (kleine) evenementen en het moderniseren van het Kloosterplein en het gebied tussen Kerk en gemeentehuis als centrale ontmoetingsplek, evenals verbinding tussen horecaroutes Kerkstraat en Voorstraat. Investeren in goede faciliteiten voor wandelaars en fietsers om zo Noordwijk Zee en Offem Zuid met Noordwijk Binnen te verbinden.

5. Marketinginvulling retail- en horecavisie

De marketinginvulling in dit hoofdstuk is opgesteld in samenwerking met stichting Noordwijk Marketing. Er is rekening gehouden met de doelstelling en ambitie van de stichting: een succesvol, inspirerend en leefbaar Noordwijk voor iedereen, bewoners, bezoekers en bedrijven.

Scope marketinginvulling

Het is van belang om vooraf een duidelijke afbakening van de marketinginvulling aan te geven, want zowel marketing als horeca en retail zijn brede terreinen en begrippen. De omschreven activiteiten in het uitvoeringsprogramma in de bijlage zijn aanvullend op de activiteiten die zijn vastgelegd in het Service Level Agreement inzake de basissubsidie van de gemeente Noordwijk en aanvullend op de afspraken vastgelegd in de partnerovereenkomst en het voor dat jaar geldende partnerplan.

Definitie sectoren

Retail

Binnen de definitie retail vallen de winkels gelegen in de winkelkernen Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen en Noordwijkerhout. Ook de winkels in De Zilk en de winkels buiten de genoemde kernen die aangesloten zijn bij een van de BIZ'en vallen onder retail. Het vastgoed, de horeca gelegenheden in deze gebieden en de overige bedrijven gelegen buiten deze winkelgebieden vallen niet in de definitie van retail bedoeld in deze marketinginvulling.

Horeca

Binnen de definitie Horeca benoemd in deze marketinginvulling vallen alle eet- en drinkgelegenheden en logiesverstrekkende bedrijven die als zodanig geregistreerd zijn bij de gemeente Noordwijk en gevestigd zijn binnen de gemeente Noordwijk. In de retail- en horecavisie wordt de nadruk gelegd op de eet- en drinkgelegenheden en niet de logiesverstrekkende organisaties. Echter wordt wel rekening gehouden met de met input van deze organisaties. De marketinginvulling hanteert dus een bredere definitie voor horeca.

Definitie doelgroepen

In dit plan wordt de focus gelegd op de promotie bij doelgroep bewoners en bezoekers. Het aantrekken van nieuwe retail ondernemers of horecaondernemers om leegstand te voorkomen valt buiten deze scope. De definitie van de doelgroep luidt als volgt:

- Inwoners van de gemeente Noordwijk en van de vier afzonderlijke kernen
- Verblijfsbezoekers leisure
- Korte termijn bezoekers (inwoners en dagtoeristen)
- Corporate bezoekers
- MICE bezoekers

Aandachtsgebieden

1. Merkontwikkeling

Het is de ambitie van Noordwijk om in 2020 de ontwikkelde merkidentiteit – Noordwijk, een verademing – zichtbaar en tastbaar te maken naar de vier winkelkernen (Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen, Noordwijkerhout en De Zilk). Om daarmee binnen de overkoepelende merkidentiteit en de uitgangspunten van de retailvisie Noordwijk en haar kernen krachtig, onderscheidend, relevant en uniek te maken voor alle doelgroepen. De Zilk is hierin meegenomen als aparte kern, ook al heeft het op dit moment geen uitgebreid winkelaanbod, het is wel een van de vier kernen in de gemeente Noordwijk met een eigen gezicht en ontwikkelmogelijkheden. De eetgelegenheden die gelegen zijn in de winkelkernen worden in dit plan meegenomen, de eventuele verblijfsaccommodaties in de winkelkernen vallen buiten deze scope.

De fysieke wereld

Het is ons doel om het merk Noordwijk ook in de fysieke wereld tot leven te brengen. Want, dat is waar je het merk echt ervaart. Het gaat hier om het samen met de stakeholders doorvertalen van de merkidentiteit voor de vier winkelkernen met daarbij samen met de stakeholders een advies formuleren over de inrichting van de winkelgebieden.

Horeca

De merkontwikkeling voor de horeca zal vooral gericht worden op de doorvertaling en advisering inzake de inrichting van de openbare ruimten aansluitend aan de overkoepelende merkidentiteit. Het betreft hier het gebied De Grent, Langevelderslag, Duin- en Randweg, Koningin Wilhelmina boulevard, Astrid Boulevard, het strand, Noordwijk Binnen, Noordwijkerhout en De Zilk.

2. Merkbewaking en doorontwikkeling

Noordwijk Marketing heeft de rol om als merkbureau de overkoepelende merkidentiteit te bewaken en vooral door te ontwikkelen en te stimuleren. Noordwijk Marketing zal gevraagd en ongevraagd advies geven inzake het merk Noordwijk en de doorvertalingen naar de kernen. Daarnaast zal Noordwijk Marketing betrokken zijn bij de doorontwikkeling van het merk.

3. Promotie

Het verdient de voorkeur om promotie van de retail en horeca zal zo veel mogelijk gezamenlijk plaats te laten vinden. Het is mogelijk om campagnes te voeren die passend zijn voor de beide sectoren en door de schaalgrootte zal dit versterkend werken. De promotie zal in 2021 vooral gericht zijn op lokale, regionale en nationale bezoekers en de inwoners. We verwachten voor 2022 en 2023 de promotie ook in te kunnen zetten gericht op de internationale bezoeker.

Voor een optimaal bereik van doelgroepen zullen wij diverse middelen, online en offline, inzetten passend binnen de vijf jaarlijks terugkerende campagnethema's.

De campagnes waar Noordwijk Marketing in zal zetten is een jaarlijkse campagne op het verhogen van de bezoek en koopintentie (Hartverwarmende Winactie of anderszins), en een jaarlijkse loyaliteitscampagne (de promotie van de loyaliteitscard of cadeaubon of anderszins).

In 2021 is de intentie van Noordwijk Marketing om te voorzien in de sterke behoefte aan extra promotionele aandacht voor de retail en de horeca, na de lockdown. In nauw overleg met de stakeholders wordt gewerkt extra een promotiecampagne, zowel online als offline voorzien, die overeenkomsten vertoont met de campagne van juni 2020: "Tijd om bij te Komen". Voor de financiering zal een beroep gedaan worden op het 'corona noodfonds'.

4. Informatievoorziening

Digitale outdoor informatiezuilen

Van 2016 t/m 2020 zijn er een aantal digitale informatiezuilen op een aantal drukbezochte locaties in gebruik geweest. Het onderhoud en beheer van de zuilen was in handen van Noordwijk Marketing. De contracten die Noordwijk Marketing had voor de indoor schermen met partners van Noordwijk Marketing zijn vorig jaar beëindigd en in oktober 2020 zijn de zuilen opgehaald bij de diverse locaties. Een rapportage over deze informatiezuilen is op te vragen bij Noordwijk Marketing.

De winkeliers en horecaondernemers van Noordwijk aan Zee zien graag in de toekomst informatiezuilen 'een soort grote iPhones' in en rondom de winkelgebieden geplaatst worden. Het gaat om interactieve zuilen waarop passanten (bewoners en bezoekers) terecht kunnen voor diverse soorten informatie.

Alle advertenties en content die getoond worden op de interactieve informatiezuilen zal in eigen beheer blijven van de winkeliers/winkelgebieden. Noordwijk Marketing zal als marketingdeskundige en merkbureau betrokken zijn bij de ontwikkeling van dit project in de rol van projectlid. Daarnaast zal Noordwijk Marketing in de uitvoering de outdoorzuilen algemene informatie en het tonen de

evenementenkalender voor haar rekening nemen. De kosten hiervoor hangen af van de toegankelijkheid van het systeem.

5. Data analyse en doelgroeponderzoek

Doelgroeponderzoek

Teneinde het aanbod, de uitstraling en de promotie steeds beter af te stemmen op de (gewenste) doelgroepen is het van belang om twee jaarlijks onderzoek te doen naar onderwerpen zoals het profiel, de koopintentie, de behoefte en de klanttevredenheid van de bezoeker in de drie winkelkernen. De onderwerpen zijn afhankelijk van de behoefte van de ondernemers. In 2021 zal Noordwijk Marketing deze behoefte in kaart brengen en op deze onderwerpen een nulmeting per winkelkern doen om vervolgens deze meting twee jaarlijks te herhalen. Bij het doelgroeponderzoek in de horeca zal de focus meer liggen op de bezoekers van de individuele eet- en drinkgelegenheden en wat minder op een heel gebied vanwege de brede spreiding van de horeca.

Data-analyse

Van 2017 t/m maart 2020 heeft Bureau RMC in opdracht van Noordwijk Marketing passantentelling verricht op de bezoekersstromen te registreren. Het overall rapport over die jaren heeft goede inzichten gegeven over de bezoekersstromen in de gemeente Noordwijk. Dit rapport is op te vragen bij Noordwijk Marketing. Helaas lijkt het erop op dat de passantentelling niet meer voldoet aan de huidige behoefte en is het contract opgezegd. De telpunten zijn verwijderd of zullen binnenkort worden verwijderd.

Noordwijk Marketing neemt een data expert in de arm om bij de diverse stakeholders de behoefte met betrekking tot data analyse te inventariseren en op basis van die uitkomsten een advies te doen. Het streven is om eind 2021 de behoefte van de belangrijkste stakeholders (gemeente, retail, evenementen, horeca) m.b.t. data in beeld te hebben. Op basis van die informatie zal Noordwijk Marketing een nieuwe aanpak presenteren aan de stakeholders. Deze aanpak en de financiering hiervan is niet meegenomen in het uitvoeringsprogramma

6. Ontwikkeling en advies Kuuroord Noordwijk

Sinds oktober 2020 heeft Noordwijk het predicaat Kuuroord gekregen van de ESPA en mag zich een Heilzame badplaats noemen. Deze erkenning komt voort uit de strategische richting Gezond en Energiek van de gemeente Noordwijk en de Duin & Bollenstreek en brengt kansen op diverse gebieden. Hierbij kan gedacht worden aan het aantrekken van een ander soort doelgroep die wat meer te besteden heeft, jaarrond toerisme, aantrekken van nieuwe ondernemers, het creëren van extra werkgelegenheid en het realiseren van additioneel aanbod. Noordwijk Marketing treedt hierin op als development partner en aanjager en zal in de komende jaren advies geven aan de horeca en de retail op het gebied van productontwikkeling en de doorvertaling naar deze sectoren. De uitvoering hiervan is opgenomen in de vast te stellen Kuuroordvisie

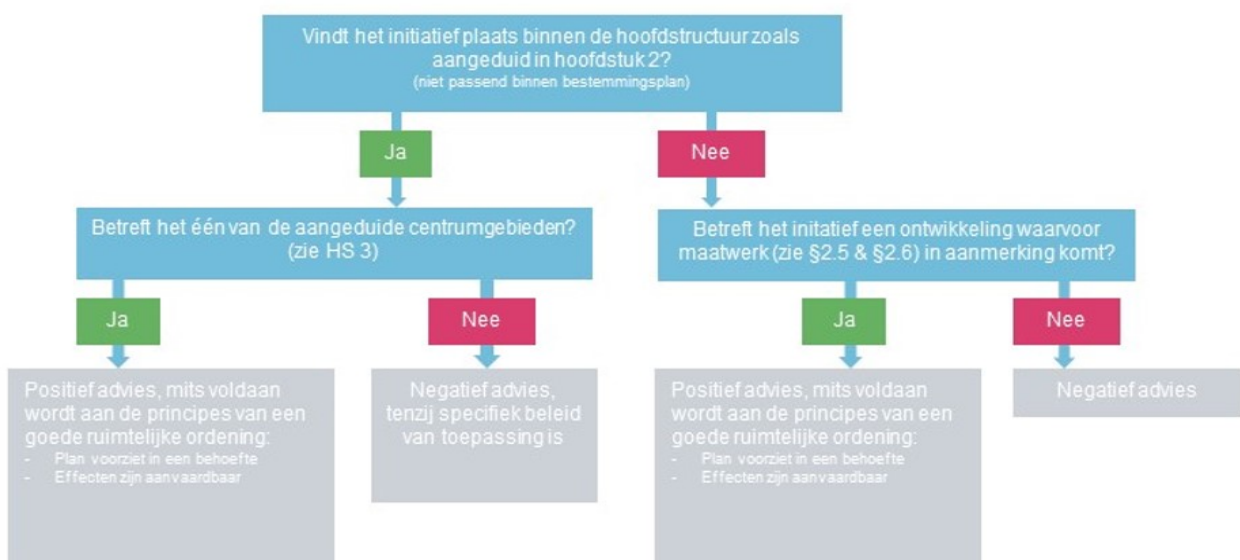


6. Uitvoering visie

Uitwerking van het retail en horecavisie krijgt vorm door praktische (o.a. regievoering op de realisatie van projecten, stimulering van samenwerking tussen de stakeholders, monitoring) en juridische instrumenten (bestemmingsplannen). Deze aspecten hangen allen met elkaar samen, waarbij de beleidsvisie, zoals vastgelegd in dit document, het centrale koersdocument is het gebied van retail en horeca. Wel is er sprake van enige aansluiting en overlap met diverse nog vast te stellen beleidsdocumenten, zoals de Nota Strandbeleid 2021. De beleidsvisie retail en horeca sluit aan op de reeds vastgestelde Centrumvisie Noordwijkerhout, de Centrumvisie blijft intact. Hierna wordt ingegaan op de uitvoering waarbij we de dynamiek versterken, vervolgens wordt ingegaan op de juridische uitwerking van de visie. De bestaande, vastgestelde bestemmingsplannen (rechten) zijn rechtsgeldig en de retail- en horecavisie wordt na vaststelling desgewenst 'doorvertaald' (geheel of gedeeltelijk) in deze plannen. Daarvoor is aanvullende besluitvorming, strategie en communicatie nodig, zeker waar planschaderisico's bestaan. In de volgende alinea's wordt verder ingegaan op de wijze waarop er met nieuwe initiatieven kan worden omgegaan.

6.1. Afweging nieuwe initiatieven

In figuur 3 is een stroomschema opgenomen dat gebruikt kan worden in de afweging om nieuwe initiatieven die niet passen binnen een vigerend bestemmingsplan wel/niet toe te staan (en onder de nieuwe Omgevingswet het Omgevingsplan). Het stroomschema geeft slechts de hoofdlijn weer van de beleidsvisie en beleidsmatige nuances zijn niet opgenomen. De uitkomst van het stroomschema moet altijd worden gezien in relatie tot de rest van de visie.



Figuur 3: Stroomschema afweging initiatieven. Bron: BRO

6.1. Juridische verankering

Voor duurzaam ruimtegebruik en het voorkomen van substantiële leegstand is het essentieel de Ladder voor duurzame verstedelijking en de dienstenrichtlijn toe te passen.

Initiatieven en de Ladder voor duurzame verstedelijking

Nieuwe initiatieven die moeten worden beschouwd als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' moeten per definitie worden getoetst aan de ladder. Dit betekent dat de behoefte van het initiatief moet worden aangetoond en dat de ruimtelijk-functionele effecten op de consumentenverzorging, de hoofdstructuur, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat aanvaardbaar moeten zijn.

Toelichting Ladder voor duurzame verstedelijking

De 'Ladder voor duurzame verstedelijking' (art. 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening) is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument dat doorlopen moet worden voor iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Het tweede lid van art. 3.1.6. luidt als volgt:

*"De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de **behoefte** aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien."*

Dienstenrichtlijn

Toelichting Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn is van toepassing zodra er in bestemmingsplannen sprake is van 'beperkingen' binnen de retail, bijvoorbeeld via branchering of minimale/maximale maatvoering (zie: Retailagenda 2019, Risico-inventarisatie Dienstenrichtlijn). Beperkingen zijn alleen toegestaan indien met 'specifieke gegevens' onderbouwd kan worden dat deze voldoen aan:

1. niet-discriminerend;
2. noodzakelijkheid;
3. evenredigheid.

Met name de 'evenredigheid' zorgt er in de praktijk voor dat niet zomaar keuzes kunnen worden gemaakt ten aanzien van branchering of maatvoering. Om te kunnen voldoen aan de evenredigheidseis moet immers het volgende worden aangetoond:

- De maatregel moet geschikt zijn om het beoogde doel te bereiken.
- De maatregel wordt op coherente en systematische wijze uitgevoerd (hypocrisietest).

De maatregel gaat niet verder dan nodig is; er moet worden beoordeeld of het beoogde doel niet ook met andere en/of minder beperkende middelen kan worden bereikt.

In de gemeente Noordwijk zijn in de vigerende en toekomstige bestemmingsplannen (op basis van deze visie) diverse vormen van met name retail beperkingen opgelegd. Het doel hiervan is om onaanvaardbare leegstand in de kernen te voorkomen en de leefbaarheid op peil te houden. Dit speelt in op een algemeen belang en voldoet aan de noodzakelijkheidseis van de Dienstenrichtlijn.

Middels vaststelling van deze visie kan 'voorzienbaarheid' worden gecreëerd in bestemmingsplannen, belangrijk voor het weghalen van de bestemming detailhandel (of horeca) op ongewenste locaties. Hiermee kunnen planschade-eisen worden voorkomen, mits het planmatig, gemotiveerd en zorgvuldig wordt geïmplementeerd en (vooraf) duidelijk wordt gecommuniceerd naar betrokkenen.

Op basis van jurisprudentie rondom de Dienstenrichtlijn is een concrete onderbouwing van 'het brede pakket aan maatregelen' noodzakelijk. De volgende stappen dienen doorlopen te worden.

Stap 1: Match/mismatch plancapaciteit en beleid

In deze visie zijn keuzes gemaakt ten aanzien van waar wel/geen retail is toegestaan en in welke mate. Een analyse waarin een match/mismatch plaatsvindt tussen de huidige vigerende plancapaciteit en het beleid is noodzakelijk om inzicht te krijgen in waar ingegrepen moet worden.

Stap 2: Uitwerken aanpak reduceren plancapaciteit

Op basis van de uitkomst (mismatch) van de vorige stap zal een aanpak geformuleerd moeten worden hoe ongewenste plancapaciteit gesaneerd gaat worden in bestemmingsplannen. Mogelijke lijnen zijn:

1. **Uitsterfconstructie:** na bijvoorbeeld twee jaar leegstand verdwijnt de retailbestemming.
2. **Herziening/reparatie:** als onderdeel van algemene bestemmingsplanherzieningen en/of reparaties kan retail op locaties waar momenteel geen retail aanwezig is (onbenutte plancapaciteit of restcapaciteit) worden wegbestemd.
3. **Parapluplan:** alle ongewenste onbenutte plancapaciteit voor bijvoorbeeld supermarkten wordt via een parapluplan wegbestemd (na termijn voorzienbaarheid om planschade te voorkomen).

Stap 3: Onderbouwing Dienstenrichtlijn

De keuzes die in deze visie gemaakt zijn om in bepaalde mate retail toe te staan (retail met juridische beperkingen) kunnen op basis van coherent en systematisch beleid en de reeds uitgevoerde analyses goed worden onderbouwd. Desalniettemin is het verstandig de beperkingen die zijn/worden opgenomen in de bestemmingsplannen van de gemeente Noordwijk in het kader van de Dienstenrichtlijn nog expliciet te onderbouwen.

6.2. Dynamiek versterken

Het versterken van de (economische) dynamiek wordt gerealiseerd middels een (nieuw aan te trekken) ambtelijke projectleider met een ondersteunend ambtelijk projectteam voor alle kernen, die verantwoordelijk is voor uitvoering, monitoring en sturing van de programmering, zoals beschreven in het uitvoeringsprogramma. De uitvoering wordt afgestemd via een structureel publiek/privaat overleg.

Samenwerking in en tussen centrumgebieden

- In centrumgebieden is samenwerking essentieel, van de partijen onderling als ook met elkaar. Dit geldt op de eerste plaats voor de 'gouden driehoek' (per kern): ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente. Zij hebben de meeste invloed op de vitaliteit en toekomstbestendigheid van centrumgebieden.
- Verdere professionalisering van ondernemers- en vastgoedorganisaties in de kernen is gewenst. De onderlinge samenwerking in de kernen maar ook de samenwerking van de kernen met elkaar is essentieel.
- Met structurele middelen kan een gezamenlijke agenda worden opgesteld, waarmee centra zich beter kunnen profileren. In het uitvoeringsprogramma in bijlage 1 is hiervoor een aanzet gegeven. Opgaven in de Noordwijkse kernen liggen vooral in de uitstraling en invulling van het vastgoed en openbare ruimte, waardoor sterkere betrokkenheid van de eigenaren essentieel is. Met name aan de boulevard en De Grent vergt dit aandacht.
- Een sterke professionele en structurele publiek-private samenwerking is een voorwaarde voor het realiseren van de visie. Om zo op de hoogte te zijn van de mogelijkheden en initiatieven en gezamenlijk de gewenste ontwikkelingsrichting te bereiken.

Monitoring & Evaluatie

- Het meten en monitoren van de gestelde KPI's (meetbare beleidsdoelstellingen) op basis van feiten en cijfers is essentieel om de effectiviteit van beleid in beeld te hebben. Er ligt een opgave om de doelstellingen uit deze visie periodiek te monitoren en waar nodig ontwikkelingen bij te sturen. Zeker vanwege de huidige omzetsdaling in horeca en retail (corona) verdient dit bijzondere aandacht.
- Het doel van monitoring is om tijd en geld zo efficiënt mogelijk in te zetten om de gewenste en noodzakelijke doelen te bereiken. Monitoring én evaluatie moet daardoor idealiter integraal onderdeel worden van de beleidsvorming.

Programmering

- Deze visie stelt kaders. Het is aan de gemeente, vastgoedeigenaren, ondernemers en ontwikkelende partijen om deze visie te realiseren. Nieuwe plannen en initiatieven, vernieuwing in de retail en horeca zullen gezamenlijk door deze partijen geïnitieerd moeten worden.
- De gemeente moet duidelijke kaders stellen en hier ook naar handelen. Voor een deel van de actiepunten heeft ze een faciliterende rol, waarbij nieuwe initiatieven getoetst moeten worden aan de visie. Echter moet de gemeente naast haar faciliterende rol voor initiatieven van de retail en horeca ook een uitvoerende rol vervullen om de basisvoorwaarden op orde te krijgen (zoals een kwalitatief goede openbare ruimte waarborgen). Een actieve, uitvoerende rol van de gemeente is dan ook van belang voor de uitvoering van de visie.
- Om de beoogde structuurversterking te kunnen realiseren moeten retailmeters op locaties buiten de hoofdstructuur actief worden getransformeerd/gesaneerd. Dit vraagt om inspanning van zowel de overheid als marktpartijen, ook financieel. Deels zal dit bereikt worden door de juridische verankering van deze visie op de eerste plaats in de bestemmingsplannen, als ook doormiddel van gebiedsontwikkeling.

De bovenstaande onderdelen zijn in figuur 4 samengevat en visueel weergegeven in een uitvoeringscyclus. Deze beleidsvisie wordt nader uitgewerkt in een uitvoeringsprogramma met gemeente brede projecten en projecten per kern. Een deel van de projecten vraagt extra financiële middelen, een deel van de projecten is vanuit bestaand budget of capaciteit te realiseren. Het streven is om het uitvoeringsprogramma (zie bijlage) uit te voeren in de periode 2021-2023.



*Figuur 4: Uitvoeringscyclus retail- en horecavisie.
Bron: BRO*

6.3. Uitvoeringsprogramma

Toelichting

Het uitvoeringsprogramma is compact en kernachtig opgezet.

- Themagericht
- Kernopgaven
- Wie is in lead, wie is daarnaast betrokken
- Rolverdeling
- Budget bijdrage vanuit gemeente (indicatief)

Diverse concrete activiteiten zijn onderdeel van het gebruikelijke gemeentelijke takenpakket en moeten uitgevoerd worden door de betrokken afdelingen. Met name de aanscherping van bestemmingsplannen inclusief verkenning van ongewenste plancapaciteit (detailhandel, horeca, etc.) en het creëren van voorzienbaarheid op onwenselijke retaillocaties zijn belangrijk om onderhavige visie te vertalen in up-to-date (bij actualisatie) bestemmingsplannen (in de toekomst omgevingsplannen). Daarbij krijgt de visie immers een juridische vertaalslag.

Besluitvorming deels afhankelijk van ontwikkeling coronavirus

Mede door de ruime capaciteit ondervinden vooral horecaondernemers in Noordwijk (incl. de hotels) momenteel zeer negatieve (omzet)effecten door het coronavirus. Juist deze ondernemers behoeven nu extra ondersteuning van brancheorganisaties (advies bedrijfsvoering), gemeente (terrassen, gemeentelijke lasten, etc.) en andere organisaties (bijv. extra marketingcampagnes Noordwijk Marketing). Gericht op behoud van het overwegend goede kwaliteitsniveau en uitstraling van de lokale horeca. Juist nu is samenwerking en onderlinge solidariteit essentieel!

Bijlagen

Bijlage 1: Overzicht supermarkten gemeente Noordwijk

Bron: BRO, op basis van Locatus (peildatum juli 2020)

Naam/formule	Adres	Winkelgebied	Omvang (m ² wvo)
Dirk	Raadhuisstraat 9	Centrum Noordwijk Binnen	1.680
Albert Heijn	Zeestraat 14	Centrum Noordwijkerhout	1.535
Albert Heijn	Bonnikesplein 2	Bebouwde kom (solitair)	1.340
Lidl	Rederijersplein 8	Bebouwde kom (solitair)	1.090
Vomar	Kornoeljelaan 2	Bebouwde kom (solitair)	1.000
Vomar	Bomstraat 19	Centrum Noordwijk	965
Lidl	Dorpsstraat 4	Centrum Noordwijkerhout	965
Dirk	Dorpsringweg 2	Centrum Noordwijkerhout	740
Malinka	Dorpsstraat 3	Centrum Noordwijkerhout	555
SPAR	Rechthoeklaan 10	Buiten bebouwde kom (solitair)	335
Biedronka	Marktplaats 3	Centrum Noordwijkerhout	270
SPAR	Breeland 2	Bebouwde kom (solitair)	235
Totaal			10.701

Bijlage 2: Uitvoeringsprogramma retail- en horecavisie 2021-2023

Het budget wordt ingezet om de professionalisering van de gemeentelijke organisatie (een ambtelijke projectleider met werkbudget voor drie jaar) te verbeteren, een verplaatsing/saneringsregeling voor ondernemers, versterking van de marketing van de gebieden en een aantal kleine projecten om de retail en de horeca te versterken. Het uitvoeringsprogramma is gericht op het behoud en de verbetering van het kwaliteitsniveau en uitstraling van de gemeente Noordwijk.

Onderwerp	Opgaven (Onder andere)	Lead	Rolverdeling	Budget 2021	Budget 2022	Budget 2023
Ambtelijke projectleider inclusief werkbudget	- Kosten ambtelijke projectleider: - Verbetering inrichting openbare ruimte; - Brancheringsplan; - Gastheerschap training gemeente/ondernemers; - Realisatie informatiezuilen; - Onderzoek	Ambtelijke projectleider gemeente	Uitvoerend gemeente, in samenwerking met stakeholders	€ 557.500,-	€ 296.400,-	€ 296.400
	- Verkeer/bezoekersstromen/kunstroute s/uitkijktorens, beeldkwaliteit, reclamebeleid. - Garantiefonds lokale producten.					
Stimuleringssubsidie relocatie	Stimuleren/verleiden van ondernemers om zich te vestigen in het centrumgebied	Ambtelijke projectleider gemeente	Uitvoerend gemeente, in samenwerking met de stakeholders	€ 250.000,-		
Versterken marketing	- Bepalen DNA, merkontwikkeling + advies over inrichting - Doelgroeponderzoek - Promotiecampagnes	Noordwijk Marketing	Uitvoerend Noordwijk Marketing, in samenspraak met de ondernemers	€ 188.500,-	€ 17.500,-	€ 60.000
Kleinschalige projecten retail- en horeca	Divers	Ambtelijke projectleider gemeente	Uitvoerend gemeente, in samenspraak met de stakeholders	€ 30.000,-	€ 15.000,-	
				€ 1.026.000,-	€ 328.900,-	€ 356.400
Totaal budget € 1.711.300,-						

Bijlage 3: Betrokken partijen en procesmomenten

Betrokken partijen

Vertegenwoordigers boulevard & strand

Vertegenwoordigers Noordwijk aan Zee

Vertegenwoordigers Noordwijk Binnen

Vertegenwoordigers Noordwijkerhout

Vertegenwoordiger Noordwijk Marketing

Vertegenwoordigers Koninklijke Horeca Nederland

De ambtelijke projectgroep

Procesmomenten

Datum	Processtap	Betrokken partijen
23 april 2020	Online presentatie aanpak	Vertegenwoordigers kernen,
30 april 2020	Online presentatie aanpak	Vertegenwoordigers boulevard & strand, KHN
14 mei, 4 jun, 3 sep, 21 sept 2020	Interne overleggen	Ambtelijke projectgroep
11-jun & 24-sep 2020	Brede sessies werkgroep	Vertegenwoordigers kernen, strand & boulevard, KHN, Noordwijk Marketing en ambtelijke projectgroep
17 jun 2020	Gespreksronde Noordwijk aan Zee	Vertegenwoordigers Noordwijk aan Zee
22 jun 2020	Gespreksronde Noordwijk Binnen	Vertegenwoordigers Noordwijk Binnen
18 jun 2020	Gespreksronde Noordwijkerhout	Vertegenwoordigers Noordwijkerhout
25 jun 2020	Gespreksronde Boulevard & strand	Vertegenwoordigers boulevard & strand, KHN
30 juni 2020	Presentatie aan het College van B&W	
1 juli 2020	Presentatie aan de Raad	
30 juli 2020	Gespreksronde Noordwijk Marketing	Noordwijk Marketing
29 sept 2020	Presentatie aan het College van B&W	
30 sept 2020	Brede sessie werkgroep	Vertegenwoordigers kernen, strand & boulevard, KHN, Noordwijk Marketing en ambtelijke projectgroep
Okt-dec 2020	Gespreksrondes 4 kernen	Diverse vertegenwoordigers per kern, KHN, boulevard & strand
20 april 2021	Uitvoeringsprogramma sessie	Vertegenwoordigers kernen
22 april 2021	Inhoudelijke schrijfsessie	Vertegenwoordigers werkgroep
26 april t/m 7 mei	Diverse interne overleggen	Ambtelijke projectgroep
29 april 2021	Uitvoeringsprogramma sessie	Vertegenwoordigers KHN
10 mei 2021	Inhoudelijk overleg	Vertegenwoordigers kernen
11 mei 2021	Inhoudelijk overleg	Vertegenwoordigers KHN

Datum	Processtap	Betrokken partijen
18 mei 2021	Uitvoeringsprogramma sessie	Vertegenwoordigers kernen en KHN, Noordwijk Marketing
26 mei 2021	Inhoudelijk overleg	Vertegenwoordigers Noordwijkerhout en Noordwijk Binnen
27 mei	Eindoverleg	Vertegenwoordigers kernen, KHN, ambtelijke organisatie



Voorstraat 42
2201 HW Noordwijk
☎ +31 (0)71 36 60 600
✉ gemeente@noordwijk.nl
🌐 noordwijk.nl