Visie Verblijfsrecreatie gemeente Noordwijk

2025

Zaaknummer	
Onderwerp	Visie Verblijfsrecreatie gemeente Noordwijk 2025-2035
Datum	02-09-2025
Steller	Stad & Co // Sweco



gemeente Noordwijk

Voorwoord

Met trots presenteer ik de visie op verblijfsrecreatie van de gemeente Noordwijk. Met deze nieuwe visie willen we inzetten op het waarborgen en versterken van de verblijfsrecreatie in onze gemeente. Bijvoorbeeld door kwaliteitsimpulsen van zittende ondernemers te stimuleren en hoogwaardige concepten aan te trekken.

Elk jaar verwelkomen we honderdduizenden bezoekers in onze gemeente, die verblijven in onze hotels, op de recreatieparken en campings, in de Bed en Breakfasts en Airbnb's. Ze genieten van onze prachtige stranden, de natuur en geven geld uit in onze winkels en horeca. Toerisme versterkt de positie van de gemeente Noordwijk en stimuleert de lokale economie. Het is belangrijk om een goede balans te behouden tussen levendigheid en leefbaarheid.

Deze visie is tot stand gekomen met input van diverse stakeholders, waaronder: bewoners, bezoekers, Noordwijk Marketing, ondernemers en medewerkers van de gemeente Noordwijk. De visie sluit aan op de kernthema's van gemeente Noordwijk: een heilzame badplaats, een ruimtevaartcentrum van betekenis en een gebied met rijke tradities in de sierbollenteelt. Verblijfsrecreatie is er voor bezoekers, maar heeft ook een meerwaarde voor onze inwoners. Met deze visie bieden we een toekomstperspectief voor onze verblijfsrecreatie door keuzes te maken en ambities op te stellen. Daarbij trekken we nieuwe ontwikkelingen of initiatieven aan die iets bijdragen aan de bestemming gemeente Noordwijk met een uitnodigingskader dat inspeelt op de kernthema's van de gemeente Noordwijk.

Ik ben ervan overtuigd dat deze visie bijdraagt aan een gezamenlijke inzet voor een aantrekkelijke gemeente Noordwijk waar voor inwoner en bezoeker wat te beleven is.

Wethouder P.J.T. (Pim) van Strien



Foto: Jeanette van Starkenburg

Samenvatting 1/2

Het doel van deze visie is om een duidelijk toekomstperspectief te bieden voor verblijfsrecreatie in de gemeente en heldere kaders te stellen voor de toekomstige ontwikkelingen.

De Noordwijkse verblijfsrecreatiesector
De uitgangspunten voor verblijfsrecreatie in de gemeente Noordwijk zijn goed. De omgevingskwaliteiten zijn uitstekend, de bestemming gemeente Noordwijk is bekend in heel de Benelux en Duitsland en de faciliteiten zijn in orde. Er is een breed aanbod aan verblijfsaccommodaties en de congresfaciliteiten maken de badplaats uniek. Tegelijkertijd ligt er een uitdaging in seizoensverbreding en het maken van passende keuzes voor het toevoegen van kwalitatief aanbod.

Bewuste bestemming
Gemeente Noordwijk sluit aan op de provinciale doelstelling om een bewuste bestemming te zijn. Een bewuste bestemming is een toeristische bestemming die in balans is met haar omgeving, waarbij niet alleen economische belangen centraal staan, maar ook aandacht is voor sociaal-maatschappelijke, ecologische en ruimtelijke belangen. Een bewuste bestemming is te bereiken aan de hand van drie pijlers:
1. Duurzame toeristische bestemmingen
2. De ‘juiste’ bezoeker op de juiste plaats en tijd (vraagsturing)
3. Datagedreven beleidsontwikkeling en bestemmingsmanagement


Foto: Dirk van Egmond


Foto: Els Bax

Samenvatting 2/2

Positie bepalen
Voor het toewerken naar een toekomstbestendig aanbod, is het belangrijk om in te zetten op de kernthema's van de gemeente Noordwijk als heilzame badplaats, plek van sierbollenteelt, ruimtevaartlocatie en als congresmarkt. Op basis van een analyse van het huidige aanbod, de mensen die gemeente Noordwijk al weten te vinden en onze kernthema's en ambities, kiezen we ervoor om ons te richten op aanbod dat aansluit bij de volgende doelgroepen:

- Zakelijke toerist (dat zijn bezoekers van congressen, meetings en teambuilding)
- Leefstijlen: Stijlzoekers, Inzichtzoekers en Verbindingszoekers, *verdere toelichting op deze begrippen staat op pag. 20*

Criteria voor toekomstige ontwikkelingen
Initiatieven moeten aansluiten op de ambities en pijlers van deze visie. De initiatiefnemer moet zelf onderbouwen hoe het initiatief hierop aansluit.

1. **Gemeente Noordwijk als bewuste bestemming**: nieuwe initiatieven dienen een positieve bijdrage te leveren aan de omgeving, dit vraagt afstemming met inwoners en openstellen van faciliteiten.
2. **Duurzaamheid**: voldoet het initiatief aan de meest actuele duurzaamheidsstandaarden en heeft het geen negatieve impact hebben op de natuur.
3. **Seizoensverlenging**: concepten die aantoonbaar zorgen voor het aantrekken van toeristen in het laagseizoen zijn gewenst.
4. **De kernthema's van gemeente Noordwijk**: sluit het initiatief aan bij minimaal één van de kernthema's?
5. **Doelgroepen**: het initiatief moet interessant zijn voor minimaal één van de vastgestelde doelgroepen (zakelijk toerist en de leefstijlen: Stijlzoeker, Verbindingzoeker en Inzichtzoeker).

Inhoudsopgave

1. Inleiding 1
2. Uitgangspunten 2
3. Trends en ontwikkelingen 4
4. De Noordwijkse markt in beeld 8
5. De bezoekers van de gemeente Noordwijk in beeld 15
6. Positie bepalen 18
7. Ambities en pijlers 22
8. Marktruimteverkenning 25
9. Strategie 28
10. Bijlagen 33

1. Inleiding

Aanleiding
De gemeente Noordwijk trekt als bruisende badplaats jaarlijks veel toeristen aan, zowel de zakelijke als de reguliere toerist. De toeristische potentie is groot, de omgevingskwaliteit is sterk en de meeste aanbieders van verblijfsaccommodaties doen het goed. Tegelijkertijd staat de vitaliteit van meerdere kleinschalige verblijfsaccommodaties in de gemeente onder druk. Een aantal grote accommodaties is verdwenen. Hierdoor staat de balans van het aanbod onder druk.

Keuzes maken is lastig zonder vastgesteld beleid
Ondanks het toeristische profiel van de gemeente Noordwijk heeft de gemeente geen vastgesteld beleid voor verblijfsrecreatie. In de praktijk zorgt dat voor onduidelijkheid. Er is behoefte aan duidelijke kaders voor verblijfsrecreatie om het potentieel te benutten en te kunnen sturen op toekomstbestendige en gewenste ontwikkelingen. Om vanuit werkbare kaders te kunnen werken, is het belangrijk eerst gezamenlijk een gemeentelijke visie te ontwikkelen. Welke ambities en visies heeft de gemeente Noordwijk voor verblijfsaccommodaties en hoe kan de gemeente samen met haar partners de kernthema's van de gemeente laden? Wat betekenen de kernthema's heilzame badplaats, ruimtevaartlocatie en centrum van sierbollenteelt voor verblijfsaccommodaties en hoe kan meer ruimte ontstaan voor gewenste initiatieven?

Doel
De visie verblijfsrecreatie gemeente Noordwijk heeft als primair doel een duidelijk toekomstperspectief te bieden voor verblijfsrecreatie in de gemeente en duidelijke kaders te stellen voor toekomstige ontwikkelingen. In hoofdlijnen staan de volgende doelen centraal in de visie:

1. **Doelgroepen definiëren** voor verblijfsrecreatie in de gemeente Noordwijk.
2. **Identiteit van de gemeente behouden en versterken**. De belangrijkste kernthema's hierbij zijn: gemeente Noordwijk als heilzame badplaats, ruimtevaartlocatie en als centrum van (sier)bollenteelt. Tegelijkertijd is het belangrijk de uniekheid van de kernen te behouden.
3. **De gemeente Noordwijk als bewuste bestemming**, waarbij ook de inwoner meer profiteert en minder de lasten ervaart. Aansluitend op provinciaal beleid.
4. **Uitnodigingskader voor passende verblijfsrecreatie** om passende nieuwe initiatieven op de juiste locaties te stimuleren (uitnodigingsplanologie) en minderpassende ontwikkelingen te weren.

Wat is verblijfsrecreatie?

Verblijfsrecreatie, of verblijfstoerisme, is een type recreatie waarbij de bezoeker een bepaalde periode, minimaal één nacht, in het recreatiegebied of de toeristische bestemming, verblijft. De locatie van verblijf, de verblijfsaccommodatie, heeft een juridische gebruiksfunctie die dit verblijf mogelijk maakt. Het gaat in deze visie om de volgende vormen :

- Hotels
- B&B's en Airbnb's
- Recreatieparken (recreatiewoningen)
- (mini) Campings
- Camperplekken
- Particuliere verhuur van woningen

2. Uitgangspunten

2.1 Waardevol toerisme als vertrekpunt voor verdere groei

De geldende beleidskaders en input van diverse stakeholders vormen het vertrekpunt voor de visie verblijfsrecreatie.

De gemeente Noordwijk profileert zich **als heilzame badplaats, centrum van de ruimtevaart en zakelijke congressen en meetings, met een rijke traditie in de sierbollenteelt.** Dit zijn de kernthema's. Elk jaar overnachten ruim één miljoen mensen in de gemeente Noordwijk, komen miljoenen dagjesbezoekers naar de gemeente en worden meer dan 300 evenementen georganiseerd. Dit zorgt voor een levendige en florerende gemeente, waar bewoners trots op zijn, bezoekers graag komen en ondernemerschap loont.

In het verleden stond groei van de (toeristische) economie voorop. Het huidig gemeentebestuur kiest meer nadrukkelijk voor waardevol of duurzaam toerisme, waarbij **ook de inwoners en de natuur baat hebben bij verdere ontwikkeling van recreatie en toerisme** in de gemeente. Concreet betekent dit een meer gedoseerde groei, gericht op **seizoensverbreding** en **specifieke doelgroepen** (zoals inzichtzoekers, stijlzoekers en verbindingszoekers; zij genieten actief van lekker eten en drinken, strand en natuur en kunst en cultuur).

Deze doelen zijn te bereiken met gerichte investeringen in het toeristische aanbod, infrastructuur en mobiliteit (schoner, slimmer en anders), die nadrukkelijk ook bijdragen aan de lokale gemeenschap en de leefbaarheid. Denk aan verbeterde wandel- en fietsroutes, buitenfitnessfaciliteiten en educatieve natuurspeelplaatsen en sportieve evenementen, waar ook bewoners gebruik van kunnen maken.

Plannen om recreatieve voorzieningen rondom de trekpleisters te verbeteren dragen bij aan seizoensverbreding en versterken de ervaring van bezoekers, terwijl ook lokale bewoners gebruikmaken van de faciliteiten. Duurzame mobiliteitsoplossingen en betere fiets- en wandelverbindingen helpen de bereikbaarheid te vergroten én minimaliseren de impact op de natuur.

Samenvattend vormen waardevol toerisme, de kernthema's van de gemeente Noordwijk, seizoensverbreding en de doelgroepenbenadering het vertrekpunt voor verdere toeristische (beleids)ontwikkeling.

Bronnen

Input van diverse stakeholders, waaronder: bewoners, ondernemers, bezoekers, Noordwijk Marketing en ambtenaren en bestuurders van de gemeente Noordwijk (opgehaald tijdens participatie van de visies op evenementen en verblijfsrecreatie en de gebiedsvisie voor het noordelijke deel van de gemeente Noordwijk). Zie voor het participatieproces pagina 34 en 35.

Beleidskaders

- *Bewuste bestemmingen, Kadernota Toerisme provincie Zuid-Holland*
- *Uitvoeringsagenda 2024 – 2026*
- *Recht zo die gaat – Collegewerkprogramma 2022 – 2026*
- *Samen maken we de toekomstvisie voor Noordwijk, Omgevingsvisie 1.0 gemeente Noordwijk*
- *Position paper Bereikbaarheid Duin- en Bollenstreek, samenwerkende gemeenten Duin- en Bollenstreek*

2. Uitgangspunten

2.2 Duurzame mobiliteitsoplossingen

Een verdere toeristische groei vraagt een andere kijk op autobereikbaarheid, verkeersafwikkeling en autoparkeren. Nog meer auto- en vrachtverkeer leidt tot verslechterde luchtkwaliteit, leefbaarheid, verkeersveiligheid en meer CO2-uitstoot. Terwijl een verbetering nodig is. Dit kan door toeristische bestemmingen bereikbaar te maken met verschillende vervoersvormen en in te zetten op schonere, slimmere en andere mobiliteit.*

- **Schoner** = minder CO2-uitstoot en het verbeteren van de luchtkwaliteit. Dit kan bijvoorbeeld door in te zetten op zero-emissievervoer.
- **Slimmer** = slimmere mobiliteitsconcepten (ook de last mile) en minder verplaatsingen per auto, door bijvoorbeeld een ruim aanbod aan (elektrische) fietsen aan te bieden bij vakantieparken, hotels, attracties en overstappunten.
- **Anders** = verminderen van gebruik van de auto door meer in te zetten op de fiets of het openbaar vervoer, met een belangrijke rol voor de treinstations in de regio. Waarbij ook extra aandacht is voor gelijkwaardig gebruik voor mensen met een mobiliteitsbeperking.

De gemeente werkt aan de uitwerking van een nieuwe Mobiliteitsagenda. Deze visie heeft als doel om een integrale aanpak te ontwikkelen die aansluit bij de behoefte aan duurzame bereikbaarheid en leefbare wijken. Hierin wordt gekeken naar multimodale verbindingen, de rol van openbaar vervoer en innovatieve mobiliteitsoplossingen die de afhankelijkheid van de auto verminderen.

Daarbij komt dat het huidige verkeers- en parkeerbeleid van de gemeente Noordwijk verdere toeristische ontwikkeling belemmert. Denk bijvoorbeeld aan de parkeernorm bij ontwikkelingen. Het ruimtebeslag is groot en een complex gebouwde parkeervoorziening is duur, hetgeen investeerders afschrikt. Dit nog afgezien van de vraag of het extra autoverkeer adequaat kan worden afgehandeld en of de boulevards primair op autobereikbaarheid en autoparkeren, in plaats van langzaam verkeer, ingericht dienen te zijn.

Ook is er een ruimhartig parkeerbeleid voor bewoners. Zo kunnen bewoners met een inwonersparkeervergunning die buiten het betaald parkeren gebied wonen tegen een gereduceerd tarief parkeren in het betaald parkeren gebied. Dit kan ervoor zorgen dat inwoners eerder voor de auto kiezen dan een ander (meer duurzaam) vervoersmiddel. Dit sluit niet aan op de ambitie om duurzaam mobiliteitsgedrag te stimuleren. Daarnaast leidt dit tot minder parkeergelegenheid voor bezoekers die van (ver) buiten de gemeente komen.

* zie ook Position paper Bereikbaarheid Duin- en Bollenstreek

3. Trends en ontwikkelingen

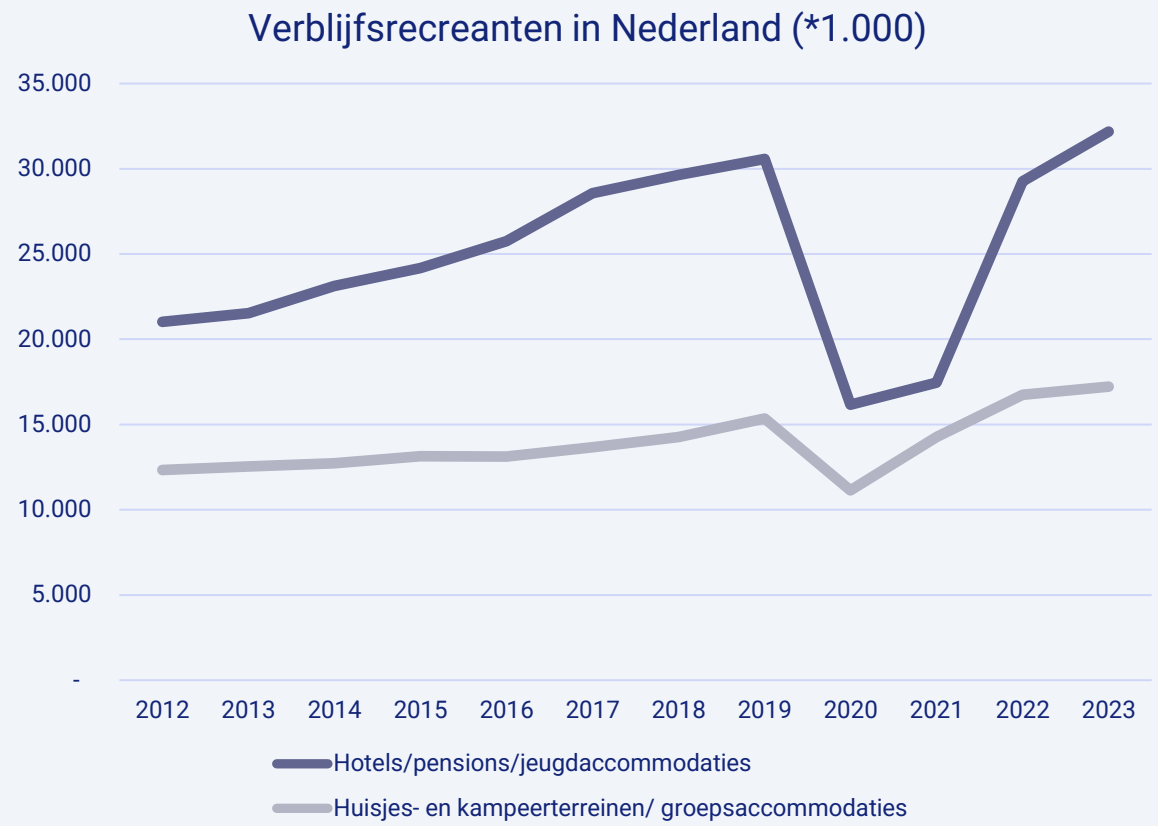
3.1 Landelijke ontwikkeling vraag

Voordat we ingaan op kenmerken van verblijfsrecreatie in de gemeente Noordwijk, brengen we eerst een aantal opvallende landelijke en regionale trends en ontwikkelingen in beeld. Over het algemeen zien we dat het in Nederland goed gaat met het toerisme. Het aantal gasten bij hotels, recreatieparken, campings en overige verblijfsaccommodaties stijgt al jaren (CBS, 2024).

Toerisme is een belangrijke sector in ons land. In 2023 draagt deze voor 3,8% bij aan ons bruto binnenlands product (CBS, 2024). Toeristen besteedden bijna 105 miljard euro (CBS, 2024). Het grootste deel van de internationale verblijfsrecreanten komt uit Duitsland, België of het Verenigd Koninkrijk. De verwachting van het Nationaal Bureau voor Toerisme en Congressen (2022) voorspelt dat deze groei ook tot 2030 toeneemt met gemiddeld 2,7% tot 4,3% per jaar.

Landelijk zijn er ruim meer overnachtingen dan voor de coronacrisis. In de grote steden presteert de markt zelfs weer boven verwachting (CBRE, 2023). Het aantal zakelijke overnachtingen ligt in 2024 echter lager dan in 2019, maar ook hier wordt herstel verwacht (ING, 2024).

Het aantal gasten bij hotels/pensions/jeugdaccommodaties groeide in 2013-2023 met 50%. De hotelovernachtingen groeiden alleen al met 66%, niet alleen voor toeristische doeleinden maar ook voor zakelijke bezoeken. Bij recreatieparken en kampeerterreinen/ groepsaccommodaties was de groei van het aantal gasten 37%.



3. Trends en ontwikkelingen

3.2 Algemene trends verblijfsaccommodaties

Hotelovernachting als beleving

Hotels zijn niet langer een plek om slechts te overnachten, maar zijn op zichzelf een beleving. Het is van belang dat deze totaalbeleving de zintuigen prikkelt. Zowel de hotelkamers als de publieke delen van het hotel dragen hieraan bij.
Bron. MissetHoreca, 2022.

Thematisering

Themahotels of themaparken zijn in opkomst. Deze hotels en parken zijn visueel en inhoudelijk volledig gericht op een specifiek thema. Dit kan gerelateerd zijn aan de locatie van de accommodatie, maar dat hoeft niet. Voorbeelden zijn een gamershotel, gitaarhotel of museumhotel. In de gemeente Noordwijk kan worden gedacht aan een sierbollen- of ruimtevaartthema.
Bron. Hotelbusiness, 2022.

Hotel als onderdeel van een hub

Meer en meer zijn hotels onderdeel van een multifunctioneel centrum of hub. Naast overnachten is een hotel een plek voor ontmoetingen, werk, cultuur, eten en drinken, wonen, sport en studeren. Hierbij is gebruik door de wijkbewoners ook steeds meer van belang.
Bron. MissetHoreca, 2022.

Veranderend gedrag bezoekers

Bezoekers verwachten meer flexibiliteit rondom het boeken en annuleren van een overnachting. Bovendien zijn bezoekers vaker op zoek naar informatie voorafgaand aan hun verblijf. De inzet van sociale mediakanalen heeft hierbij een sterke vlucht genomen.
Bron. NRIT, 2022.

Opkomst glamping en campers

Glamping, of glamoureus kamperen, is steeds populairder geworden. Mensen zoeken comfortabele en unieke ervaringen in de natuur, met voorzieningen zoals luxe tenten, yurts of boomhutten. Ook het aantal mensen dat een camper huurt is toegenomen. Mensen zoeken vrijheid, ruimte en natuur.
Bron. Recreatief Totaal, 2023 en Campersite.nl, 2023

Gezinsvriendelijke accommodaties

In deze hectische tijden worden vakanties gebruikt om te verbinden met je familie. Er is een groeiende vraag naar gezinsvriendelijke campings en B&B's met voorzieningen zoals speelplaatsen, animatieprogramma's en activiteiten voor kinderen.
Bron. Vakantiepark.nl, 2022

Bleisure

Steeds vaker wordt een zakelijke reis gecombineerd met een leisure, ook wel ‘bleisure’ (combinatie van ‘business’ en ‘leisure’). Werknemers verlengen hun zakelijke trip of integreren elementen van ontspanning en vakantie in hun werkreis. Men spreekt ook wel van een workcation waarbij men remote gaat werken en geniet van een andere omgeving.
Bron. Vakantiebeurs.nl, 2023.

Vakantie als manier om balans te vinden

Steeds meer mensen zoeken naar manieren om balans en welzijn te vinden in hun leven, gedreven door de stress van de moderne samenleving. Reizen biedt een unieke kans om de focus op zichzelf te leggen, met mogelijkheden voor persoonlijke reflectie en het stellen van levensdoelen. Mensen zijn op zoek naar retraites voor mindfullness en yoga. Ze willen verbinden met de natuur, werken aan hun gezondheid en welzijn en bewuste ervaringen meemaken.
Bron: NBTC Trendpublicatie 2025

Herstellen ecosystemen

De trend Ecosystem restoration richt zich op het actief bijdragen aan het herstel van ecosystemen door reizigers. Het gaat dus verder dan duurzaam reizen. Toeristen willen actief meedoen om de natuur sterker te maken. Dit varieert van strandopruimingen en bomen planten tot
koraalherstel en bescherming van bedreigde diersoorten. Het doel is niet
alleen genieten van de natuur, maar
ook een positieve impact achterlaten.
Bron: NBTC Trendpublicatie 2025

Duurzaamheid belangrijk

Hotels voeren een duurzame bedrijfsvoering: lokaal eten, voorkomen van voedselverspilling, stoppen met single-use plastic, circulair interieur en meer gebruik van groen. Ook kiezen bedrijven steeds vaker voor duurzame hotels om werknemers voor hun zakelijke evenementen onder te brengen.
Bron. Greendish, 2022.

Even tot rust komen

Mensen willen tijdens de vakantie ontsnappen aan de hectische wereld. Het liefst dichtbij huis en laagdrempelig. In tegenstelling tot de trend hierboven weergeven gaat het hier echt om loslaten. Dit biedt kansen voor ontspanning in natuur maar ook voor mogelijkheden tot ontspanning tijdens congressen (yoga of ontspansessies) en vergaderen in de natuur.
Bron: NBTC Trendpublicatie 2025

Fysieke uitdagingen

Mensen zijn op zoek naar fysieke uitdagingen. Tijden de vakantie willen ze activiteiten ondernemen om hun fysieke en mentale grenzen te verleggen. Dit omvat extreme sportevenementen, survivaltochten en expedities naar afgelegen locaties.
Bron: NBTC Trendpublicatie 2025

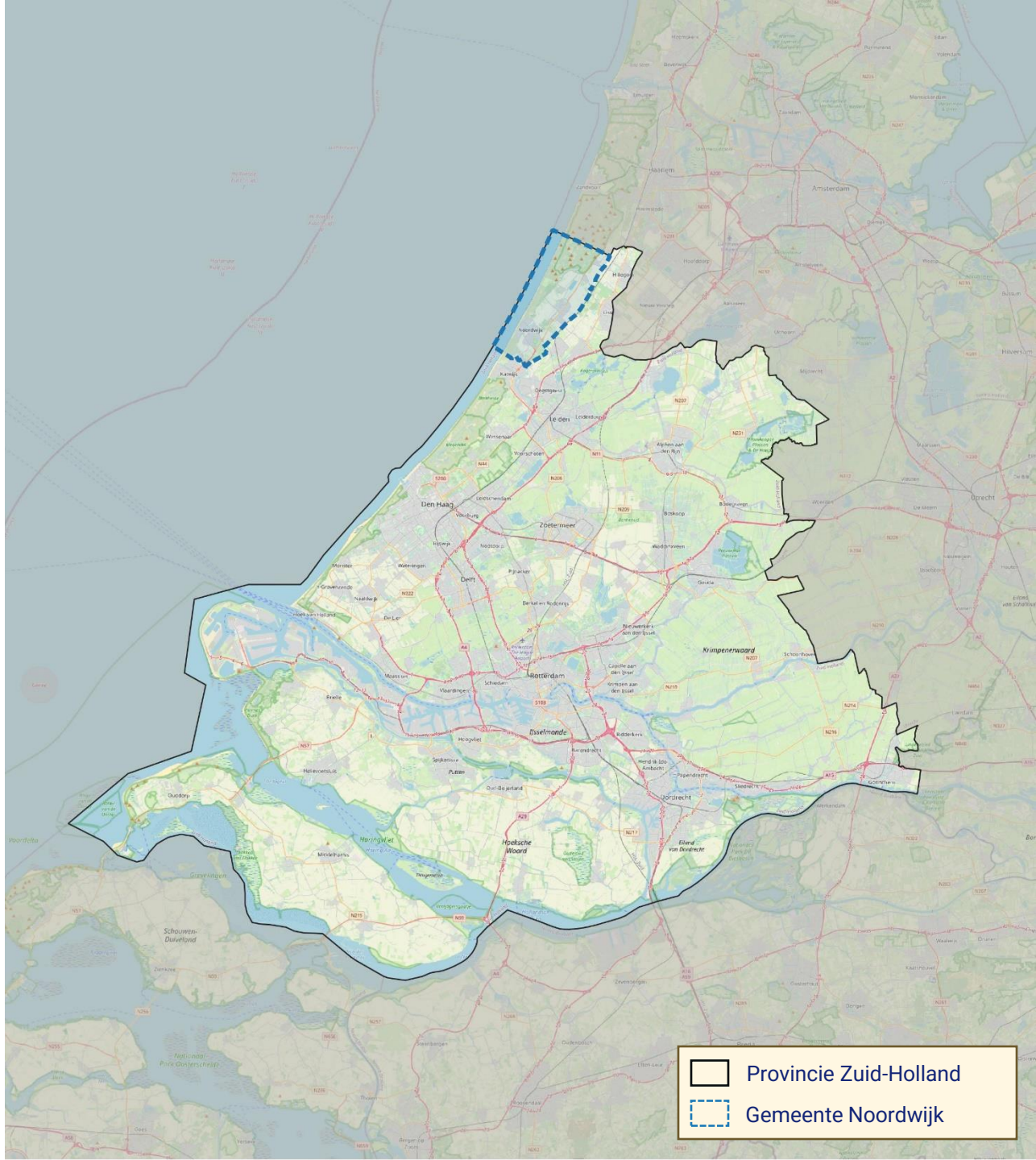
3. Trends en ontwikkelingen

3.3 Provincie zet in op balans

De provincie Zuid-Holland werkt met de kadernotitie toerisme ‘Bewuste bestemmingen’ aan balans tussen het zijn van een toeristische bestemming en de kwaliteit van haar omgeving. Hierbij is het belangrijk dat niet alleen economische belangen centraal staan, maar ook aandacht is voor sociaal-maatschappelijke, ecologische of ruimtelijke belangen.

Het doel is een duurzame ontwikkeling van bestemmingen te stimuleren aan de hand van 3 pijlers:

1. **Duurzame toeristische bestemmingen (bestemmingsontwikkeling):** verduurzaming van bestemmingen, duurzame businessmodellen en duurzame aanbodontwikkeling. Het doel is om de ecologische impact van toerisme te verkleinen en nieuwe vormen van duurzaam of regeneratief toerisme te stimuleren.
2. **De ‘juiste’ bezoeker op de juiste plaats en tijd (vraagsturing**): sturing op het type bezoekers dat naar de bestemmingen komt, zodat de druk op populaire locaties vermindert en de ervaring voor bezoekers verbetert.
3. **Datagedreven beleidsontwikkeling en bestemmingsmanagement**: data gebruiken om beleid te ontwikkelen en bestemmingen effectief te beheren, voor een betere afstemming tussen vraag en aanbod in het toerisme.



4. De Noordwijkse markt in beeld

4.1 De rol in de regio

De gemeente Noordwijk is gunstig gelegen voor het aantrekken van (verblijfs)toeristen. Het ligt aan de kust, in de Duin en Bollenstreek en nabij Leiden, waarvandaan de hele Randstad goed bereikbaar is. Hierdoor is de gemeente ook een aantrekkelijke locatie voor ondernemers in verblijfsrecreatie. Goede **samenwerking en profilering** met en in de regio is belangrijk. Zo kunnen de lusten en lasten worden verspreid en kun je binnen de regio onderscheidend en aanvullend zijn aan elkaar.

Regionaal samenwerken
De gemeente Noordwijk maakt deel uit van de samenwerkingsverbanden **Holland Rijnland** en **De Economic Board Duin en Bollenstreek (EBDB)**. De gemeenten binnen deze samenwerkingsverbanden werken samen met bedrijfsleven – en kennisinstellingen aan de toekomst van de regio.

Op het gebied van toerisme werkt de EBDB vooral aan **seizoensverbreding.** Aan de ene kant om de problemen rondom mobiliteit te voorkomen, anderzijds om de kansen die er liggen te benutten. De uitdaging is om **nieuwe recreatieve initiatieven** te ontwikkelen. Initiatieven in andere seizoenen, op andere momenten en op andere locaties. Initiatieven die samen zorgen voor een **balans tussen leefbaarheid voor bewoners van de streek en efficiënte groei van toerisme**. Voor de samenwerking met **Katwijk** en **Leiden** liggen nog kansen voor bijvoorbeeld monitoring (data verzamelen) en marketing.

Afstemmen ontwikkelingen in verblijfsrecreatie
Het is van belang om grootschalige ontwikkelingen in verblijfsrecreatie regionaal af te stemmen. De ruimte is schaars maar door regionale afstemming kunnen ontwikkelaars worden geleid naar een locatie in de regio waar ze het best passen.



Foto: Economic Board Duin en Bollenstreek

4. De Noordwijkse markt in beeld
4.2 Stagnatie ontwikkeling

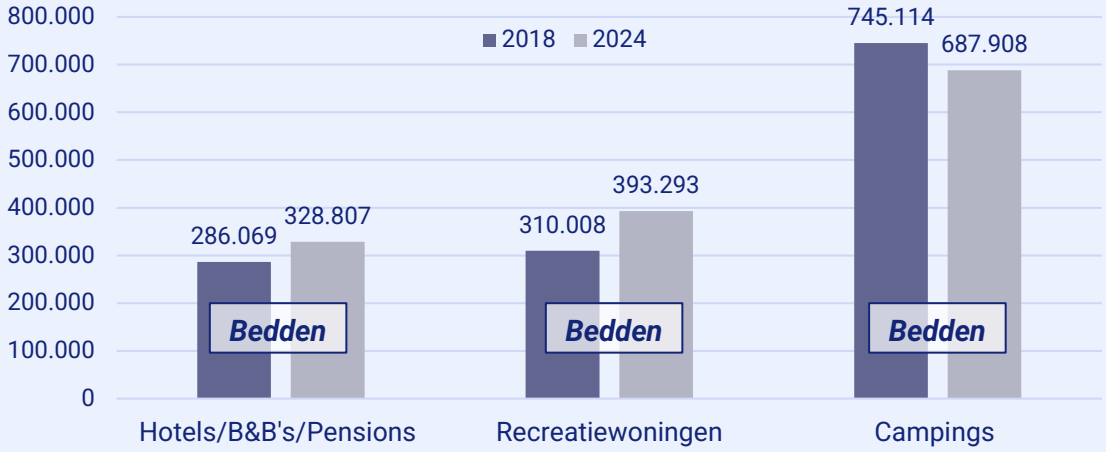
1. Divers aanbod gekenmerkt door veel hotelkamers
De gemeente Noordwijk kent een uitgebreid en divers aanbod van verblijfsrecreatie, bestaande uit (mini-)campings, B&B's/pensions, hotels en recreatieparken. De hotelsector is de grootste sector binnen verblijfsrecreatie, zeker in vergelijking met de landelijke verdeling.

2. Afname van hotelkamers, B&B's en pensions
In 2018 telde de gemeente Noordwijk 2.104 hotelkamers, in 2024 was dat 1.743 kamers. De afname is grotendeels te herleiden naar de sluiting van Hotels van Oranje met 296 kamers. In dezelfde periode nam het aantal hotelkamers in Nederland juist fors toe, vooral in de grote steden. Tegelijkertijd valt op dat het aantal B&B's en tussen 2018 en 2024 daalde.

3. Lichte groei in recreatiewoningen
Tussen 2018 en 2024 zijn 114 recreatiewoningen op vakantieparken bijgebouwd. Het aandeel recreatiewoningen is relatief groot in de gemeente Noordwijk, maar de groei is gestagneerd. De groei van het aantal recreatiewoningen is de afgelopen jaren niet met dezelfde mate toegenomen als in de rest van Nederland. Dit kan verklaard worden door de schaarste van geschikte locaties, de hoge investeringskosten en de mogelijkheden in andere gemeenten.

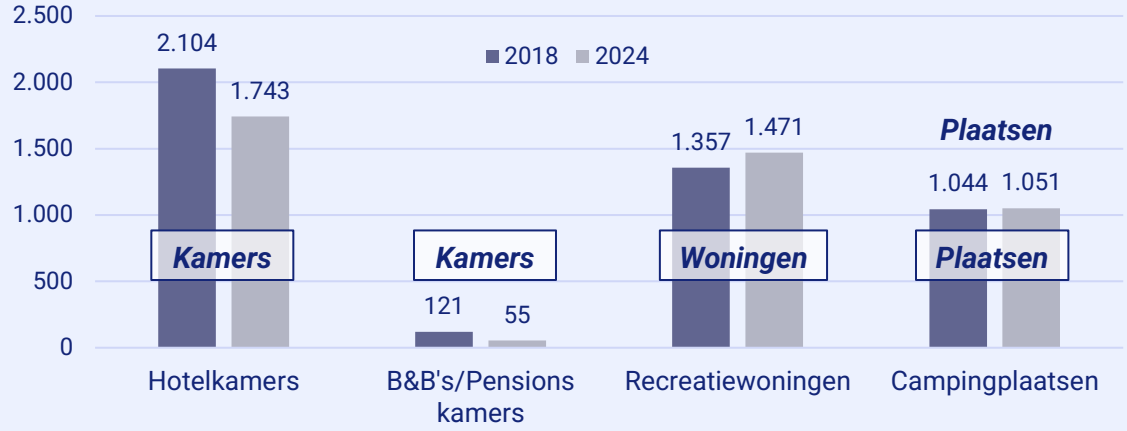
4. Aantal campingplaatsen stabiel en camperplaatsen vooral bij campings
Het aantal campingplaatsen is nagenoeg gelijk gebleven. In de gemeente is één exclusieve camperplaats, namelijk de Guldenroede met plek voor 15 campers. Verder bieden ca. 10 campings plaatsen aan campers. Doordat de meeste plaatsen niet exclusief voor campers zijn is er niet altijd plek om de campergasten onder te brengen.

Nederland: Aantal bedden (slaapplaatsen) hotels/B&B's/pensions, recreatiewoningen en campings



Bron: CBS *geen verdeling naar alleen hotels in data

Gemeente Noordwijk: Aantal kamers hotels, kamers B&B's/pensions, recreatiewoningen en campingplaatsen



Bron: Eigen inventarisatie

NB: in bovenstaande grafieken worden slaapplaatsen vergeleken met campingplaatsen, B&B's/pension kamers, aantal recreatiewoningen en hotelkamers. Aangenomen kan worden dat een verandering in slaapplaatsen vergelijkbaar is met een verandering in kamers.

4. De Noordwijkse markt in beeld
4.3 Kenmerken van het aanbod

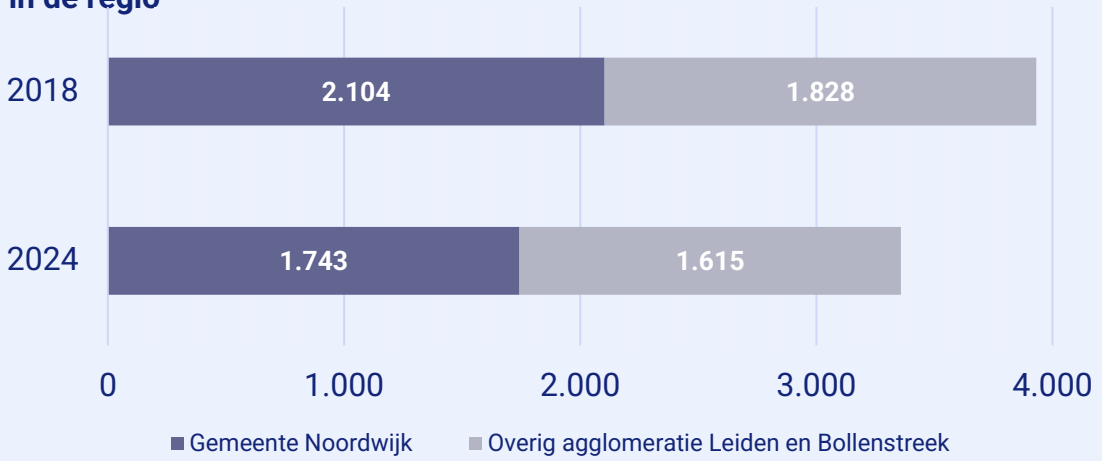
5. Hotels in de gemeente Noordwijk

- **Gemeente Noordwijk heeft de grootste hotelmarkt van de regio,** goed voor 52% van de hotelmarkt in de agglomeratie Leiden en de Bollenstreek**.** Dit aandeel is iets afgenomen doordat het aantal kamers in de gemeente Noordwijk daalde en in de rest van de regio, juist toenam.
- **Veel grote luxe hotels met zakelijke faciliteiten.** Er zijn 4 hotels met meer dan 100 kamers die samen goed zijn voor 44% van het totale kameraanbod in de gemeente. NH Conference hotel Leeuwenhorst is met 513 kamers het grootst. De grote hotels hebben ook een uitgebreid aanbod aan congres- en vergaderfaciliteiten.
- **Het aanbod aan luxe vijfsterrenhotels maakt de gemeente Noordwijk uniek.** 22% van het hotelkameraanbod zit in het vijfsterrensegment, landelijk is dit 6%.
- **Plannen voor Hotels van Oranje.** In juli 2024 heeft een consortium het hotel overgenomen. De planning is dat in 2025 gestart wordt met de bouw en het hotel (5 sterren) dat in 2027 open gaat. Dat betekent dat er circa 200 hotelkamers bijkomen in het hoogste segment.

6. Aanbod Airbnb in gemeente Noordwijk (zie bijlage 3)

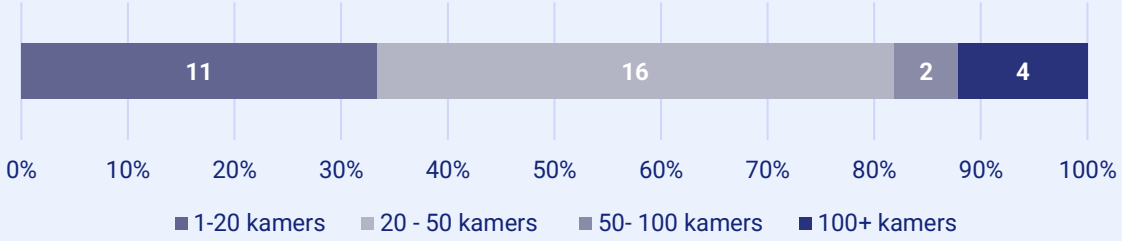
- **De meeste Airbnb's zijn verspreid over Noordwijk aan Zee**. Daarnaast worden er veel vakantiewoningen op recreatieparken aangeboden via Airbnb.
- **In 2020 waren er ruim 1.500 Airbnb-aanbieders in de gemeente**. Hiermee had gemeente Noordwijk na Den Haag en Rotterdam, de meeste Airbnb-accommodaties van de provincie Zuid-Holland.
- **Het aantal Airbnb-accommodaties is in 2022 afgenomen tot 977** door corona en meer restrictief beleid (Beleidsnotitie Gebruik Woningen Noordwijk 2020). Het beleid stelt een plafond voor 30 nachten en een registratieplicht. Deze afname van aantal accommodaties is ook in andere gemeenten waarneembaar.

Aandeel hotelkamers gemeente Noordwijk in de regio



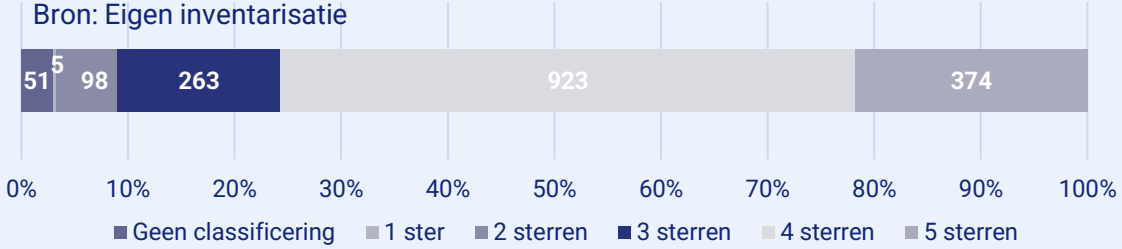
Bron: CBS en eigen inventarisatie

Verdeling hotels naar grootte (aantal hotelkamers)



Verdeling hotelkamers naar sterrenclassificatie

Bron: Eigen inventarisatie



Bron: Eigen inventarisatie

4. De Noordwijkse markt in beeld
4.4 Clusters van type aanbod

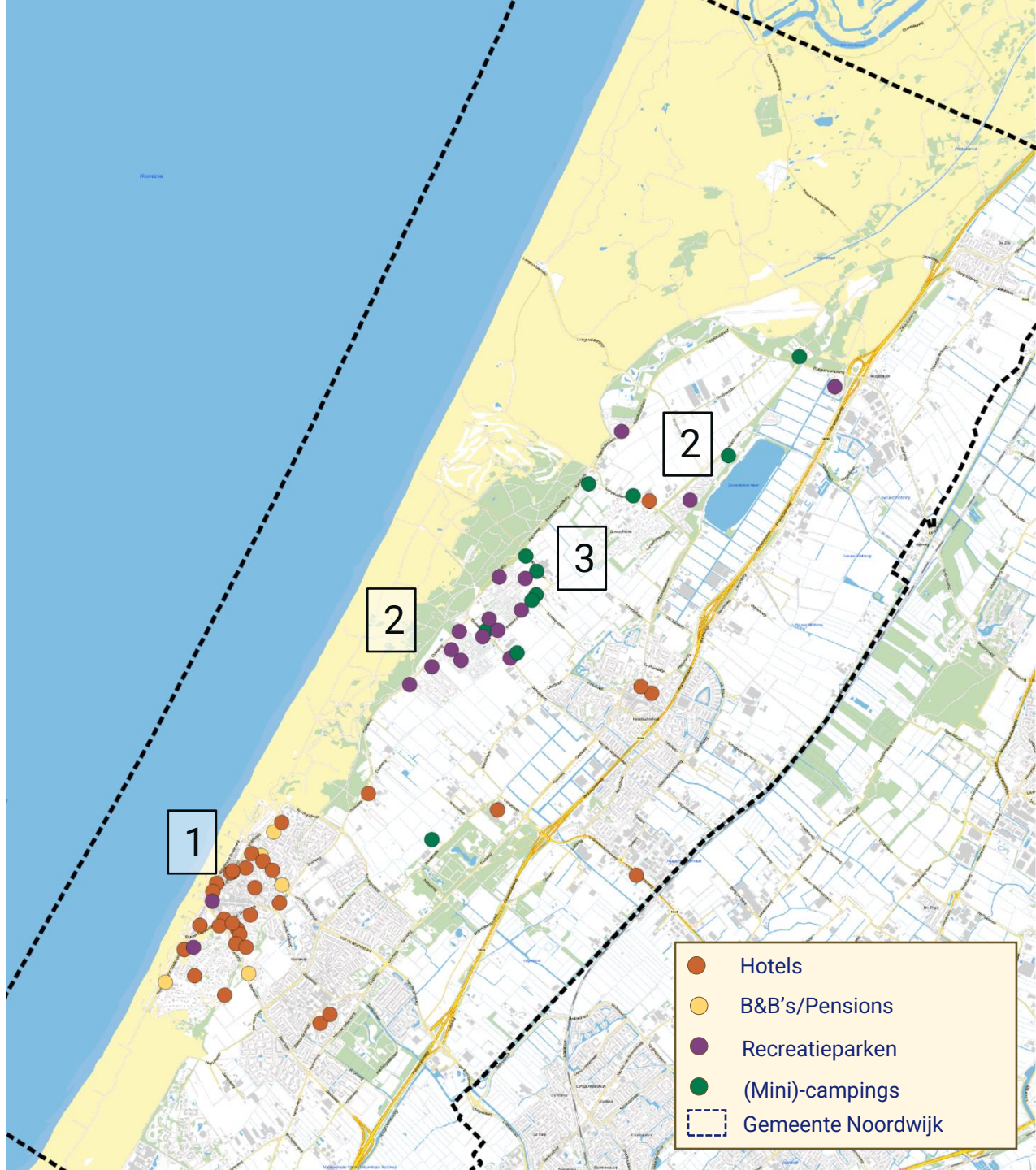
Gemeente Noordwijk kent een duidelijke clustering van typen verblijfsrecreatie:

1. In de kern **Noordwijk aan Zee** is het **zwaartepunt** van het **hotelaanbod** in de gemeente te vinden. Met name langs de Koningin Wilhelmina Boulevard zijn veel hotels. Ook zijn het merendeel van de **B&B's en pensions** in Noordwijk aan Zee gelegen.

2. De **recreatieparken** zijn geclusterd ten **oosten van Noordwijkerhout**. Aan de **Duinweg/ Duindamseweg** bevinden zich enkele grote recreatieparken. Ook rondom het **Oosterduinsemeer** is een cluster van parken.

3. De **(mini)-campings** liggen in de buurt van de recreatieparken. De meeste zijn gevestigd aan de **Kraaierslaan**. Ook zijn er enkele (natuur)-campings richting de Amsterdamse Waterleidingduinen.

4. **Verspreid tussen de dorpskernen en daarbuiten** zijn nog enkele **hotels** te vinden. Tussen Noordwijkerhout en Noordwijk ligt het grootste hotel van de gemeente. Het NH-Conference hotel Leeuwenhorst telt maar liefst 513 hotelkamers.



4. De Noordwijkse markt in beeld

4.5 Input participatie

Inwoners, ondernemers en bezoekers zijn allen belanghebbenden bij verblijfsrecreatie. Daarom vroegen we hen naar hun mening over verblijfsrecreatie in de gemeente, door middel van een bewoners- en bezoekersenquête en interviews en werksessies met ondernemers.*

Inwoners erkennen belang toerisme maar willen geen blinde groei
77% van de inwoners in de enquête vindt verblijfstoeristen belangrijk voor de lokale economie, omdat zij bijdragen aan een divers aanbod van horeca en winkels. Hoewel de meeste inwoners tevreden zijn met het huidige aanbod, willen ze geen ongecontroleerde groei. Bij nieuwe ontwikkelingen is het cruciaal om inwoners te betrekken en te onderzoeken hoe zij kunnen meeprofiteren.

Bezoekers zijn tevreden maar zien ook verbeterkansen
1.Kwaliteit accommodaties: het diverse aanbod is goed, maar de kwaliteit kan beter.
2.Toegankelijkheid en Locatie: de bereikbaarheid en het parkeren is op sommige locaties niet goed. Ook inwoners geven aan overlast te ervaren van het vele verkeer.
3.Duurzaamheid en Groene Opties: er is een groeiende belangstelling voor duurzame eco-vriendelijke overnachtingsmogelijkheden.
4.Betaalbaarheid: de betaalbaarheid van het aanbod wordt veelal als relatief duur gezien.
5. Plek voor kleine tent en camper: er is weinig plek voor campers of overnachtingen met een tent.

Ondernemers willen ruimte om de sector te versterken
Om de sector in de gemeente gezond te houden moet er worden geïnvesteerd in goede verblijfsrecreatie. Zet in op wat er nu is, maar biedt wel ruimte voor (nieuwe) investeringen die bijdragen aan een divers en kwalitatief goed aanbod. Ontwikkelingen moeten ook integraal afgestemd worden met ontwikkelingen in reguliere horeca (geen hotels), retail, leisure en evenementen. Al deze sectoren hebben elkaar nodig en versterken elkaar, waarvan ook inwoners profiteren. Ook liggen er nog kansen om verder in te zetten op de gemeente Noordwijk als heilzame badplaats. Tot slot kan er ook meer regionaal worden samengewerkt.

**Meer informatie over de participatie vindt u in bijlage 1.*

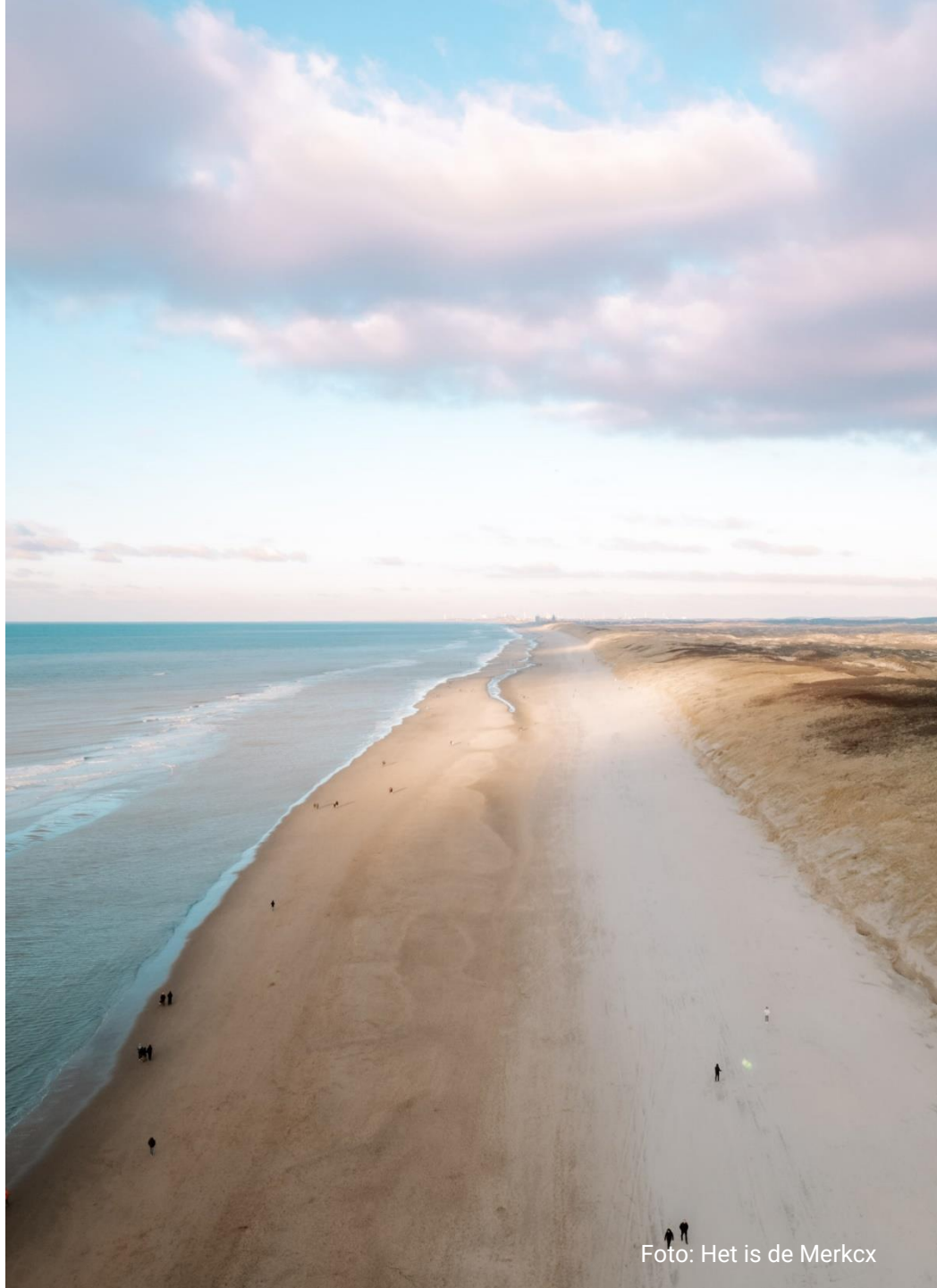


Foto: Het is de Merkcx

4. De Noordwijkse markt in beeld
4.6 Ontwikkeling van de vraag

Om toe te kunnen werken naar een goede balans tussen vraag en aanbod is het belangrijk inzichtelijk te hebben hoe de vraag (overnachtingen) ontwikkelt en wat dit kan betekenen voor de toekomst van de verblijfsrecreatieve sector in de gemeente.

Voor de gemeente Noordwijk zijn geen cijfers beschikbaar voor de ontwikkeling van het aantal gasten en overnachtingen. Wel zijn cijfers beschikbaar voor de Agglomeratie Leiden en Bollenstreek, alle kustgemeenten samen, de provincie Zuid-Holland en heel Nederland. Op basis van deze data is een analyse gemaakt van de ontwikkelingen tussen 2013 en 2023* met conclusies voor de gemeente Noordwijk.

In Nederland is het gemiddelde jaarlijkse groeipercentage overnachtingen voor alle verblijfsaccommodaties 4,0% in de periode van 2013 tot 2023. In de kustgemeenten en de Agglomeratie Leiden en Bollenstreek ligt dit groeipercentage iets lager, namelijk op 3,5% voor beide gebieden. In de provincie Zuid-Holland ligt het groeipercentage juist wat hoger met 5,2%, met name door groei in de grotere steden.

In de Agglomeratie Leiden en Bollenstreek is het aantal overnachting op recreatieparken- en kampeerterreinen/ groepsaccommodaties met 6,1% harder gestegen dan het aantal overnachtingen in hotels/ pensions/ jeugdaccommodaties met 1,9%.Ook bij alle kustgemeenten is dit terug te zien. Landelijk en provinciaal is een tegenovergestelde trend waarneembaar en is juist het aantal overnachtingen in hotels sterker gegroeid dan het aantal overnachtingen op recreatieparken.

Conclusies voor de gemeente Noordwijk
Het aantal overnachtingen in kustgemeenten zoals gemeente Noordwijk groeit, maar minder hard dan gemiddeld in Nederland. Op vergelijkbare plekken als de gemeente Noordwijk zien we dat het aantal overnachtingen op recreatieparken de laatste 10 jaar relatief harder stijgt dan het aantal overnachtingen bij hotels.

Gebied	Hotels/ pensions/ jeugdaccommodaties	Recreatieparken- en kampeerterreinen/ groepsaccommodaties	Totaal logies-accommodaties
Agglomeratie Leiden en Bollenstreek	1,9%	6,1%	3,5%
Provincie Zuid-Holland	5,5%	4,9%	5,2%
Kustgemeenten	2,7%	3,8%	3,5%
Gemiddelde van agglomeratie, provincie en kustgemeenten	**3,4%**	**4,9%**	**4,1%**
Nederland	*5,2%*	*3,2%*	*4,0%*

Gemiddelde jaarlijks groeipercentage per sector en per gebied
Bron: Data Center Toerisme, 2024. Gebaseerd op cijfers van de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

De ontwikkelingspercentages van de overnachtingen in bovenstaande gebieden is tot stand gekomen door een 10-jaars gemiddelde te maken van de historische overnachtingen tussen 2013 en 2023.

***Agglomeratie Leiden en Bollenstreek**: Gemeenten Hillegom, Kaag en Braassem, Katwijk, Leiden, Leiderdorp, Lisse, Noordwijk, Oegstgeest, Teylingen, Voorschoten en Zoeterwoude*
***Kustgemeenten**: Waddeneilanden en Noordzeebadplaatsen*

Monitoring van aantal overnachtingen noodzakelijk
Voor een goede monitoring van de markt is het noodzakelijk dit als gemeente, eventueel in samenwerking met de regio, op te pakken. Met goede en onderbouwde data kunnen betere beleidskeuzes worden gemaakt en met de monitoring kan de uitwerking en effectiviteit van die keuzes ook geanalyseerd worden.

*Laatste (definitieve) cijfers zijn voor 2023, peildatum april 2025

4. De Noordwijkse markt in beeld
4.7 Conclusies

Op basis van de analyse van de verblijfsrecreatieve sector in de gemeente Noordwijk concluderen we dat:

- De **uitgangspunten** voor verblijfsrecreatie in de gemeente Noordwijk **zijn goed**: de omgevingskwaliteiten zijn uitstekend, de bestemming gemeente Noordwijk is bekend in Nederland, Duitsland en de Benelux en er zijn goede faciliteiten en recreatiemogelijkheden.
- De gemeente Noordwijk heeft een **breed en divers aanbod aan verblijfsrecreatie**. Bijvoorbeeld recreatieparken voor families en groepen in de omgeving van Noordwijkerhout en hotels in Noordwijk aan Zee voor de reguliere en zakelijke toerist.
- Gemeente Noordwijk heeft **onderscheidend vermogen** door de **grote luxe hotels met vele congres- en vergaderfaciliteiten** nabij elkaar gelegen. Dit maakt de gemeente een zeer aantrekkelijke locatie voor de zakelijke markt.
- Het **aantal accommodaties is de laatste jaren gestagneerd** en Hotels van Oranje is verdwenen. Ook de **kwaliteit** en **vitaliteit** van een aantal aanbieders staat **onder druk**. Dit terwijl het aanbod in de regio juist groeit.
- Een grote uitdaging is **seizoensverbreding**. Samen **met de regio** moet worden gezocht naar initiatieven op passende locaties die ook in de **herfst en wintermaanden i**nteressant zijn.
- Door aan de slag te gaan met de kwaliteit en kwantiteit liggen er kansen om **het toeristische product** van de gemeente Noordwijk te **versterken**.


Foto: Noordwijk Marketing

5. De bezoekers van de gemeente Noordwijk in beeld

5.1 Leefstijl verblijfsrecreant

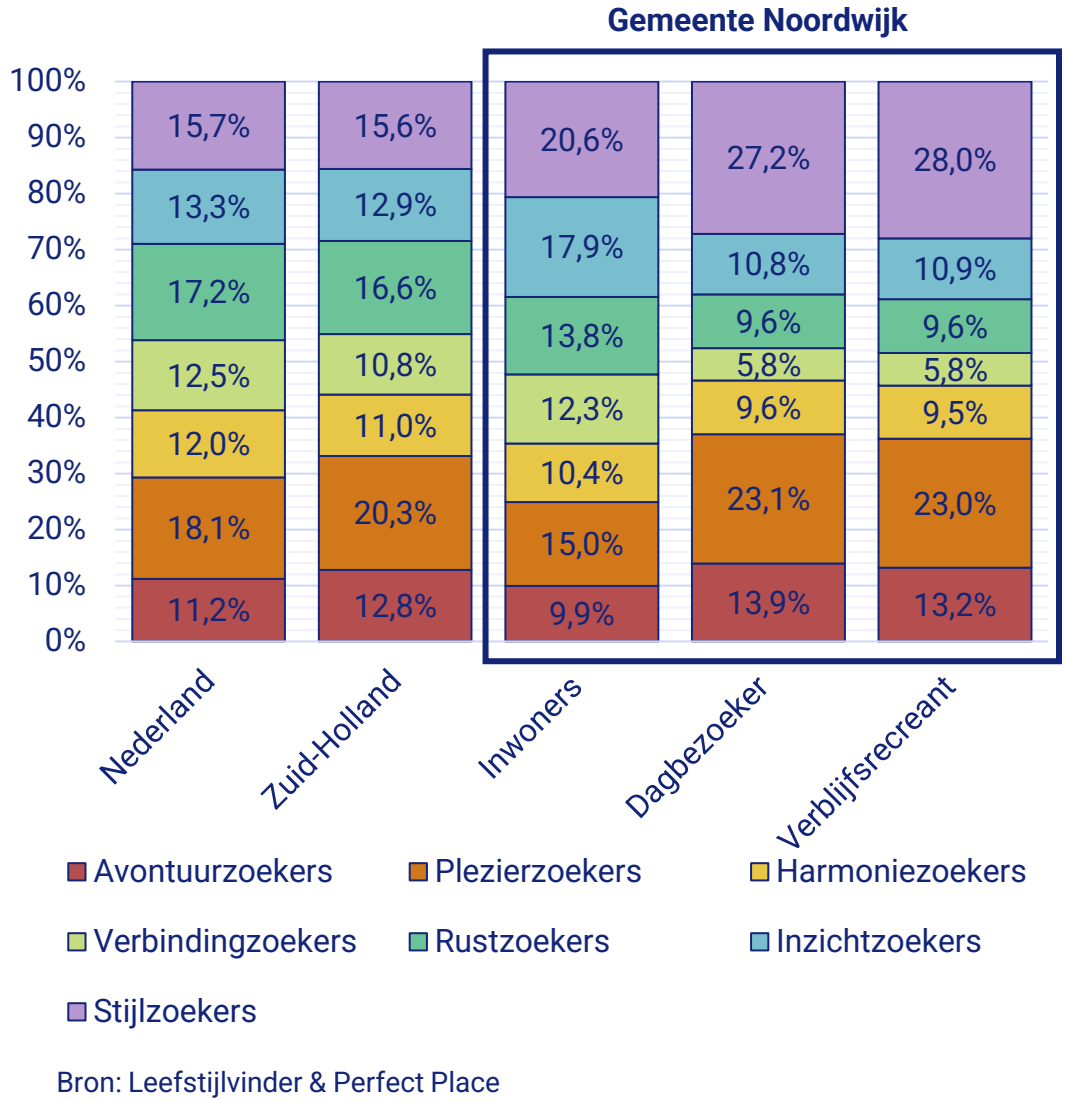
Met de combinatie van de data van het platform Perfect Place* en het leefstijlmodel van Marketresponse kan inzichtelijk worden gemaakt wat voor bezoekers naar de gemeente Noordwijk komen. Deze leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd en op vakantie behoefte aan hebben. Het afstemmen van het aanbod, in de breedste zin, op leefstijlen biedt kansen voor de versterking van de toeristische potentie waarbij ook beter kan worden aangesloten op de behoefte van de inwoners.**

De verblijfsrecreant in de gemeente Noordwijk is grotendeels op te delen in twee dominante leefstijlen. Namelijk, de **Stijlzoeker** en de **Plezierzoeker**. Verder bieden de *Inzichtzoeker* en *Verbindingszoeker* nog kansen.

De stijlzoeker
Stijlzoekers houden van luxe en comfort, waarderen exclusiviteit en sociale verbindingen, en zoeken ervaringen met gelijkgestemden. Ze vinden het niet erg om iets meer te betalen, als het dan écht goed is. Ze kiezen voor luxe hotels, kleinschalige boetiek-formules, Bed & Breakfast, Airbnb of een huisje met veel voorzieningen. De groep is relatief welvarend en kent veel gezinnen en weinig alleenstaanden.

De plezierzoeker
Plezierzoekers zijn zoek naar plezier, gezelligheid, entertainment en avontuur: er moet wel voor iedereen wat te beleven zijn. Deze groep kiest vaak voor zon-, zee-, strandvakanties en avontuurlijke vakanties, en reist graag in groepen. De plezierzoekers gaan graag met een groep en relatief vaak op vakantie: hoe meer, hoe beter. Binnen de groep zijn vooral veel jongeren (18-34 jaar), gezinnen met kinderen en ze hebben een gemiddeld inkomen.

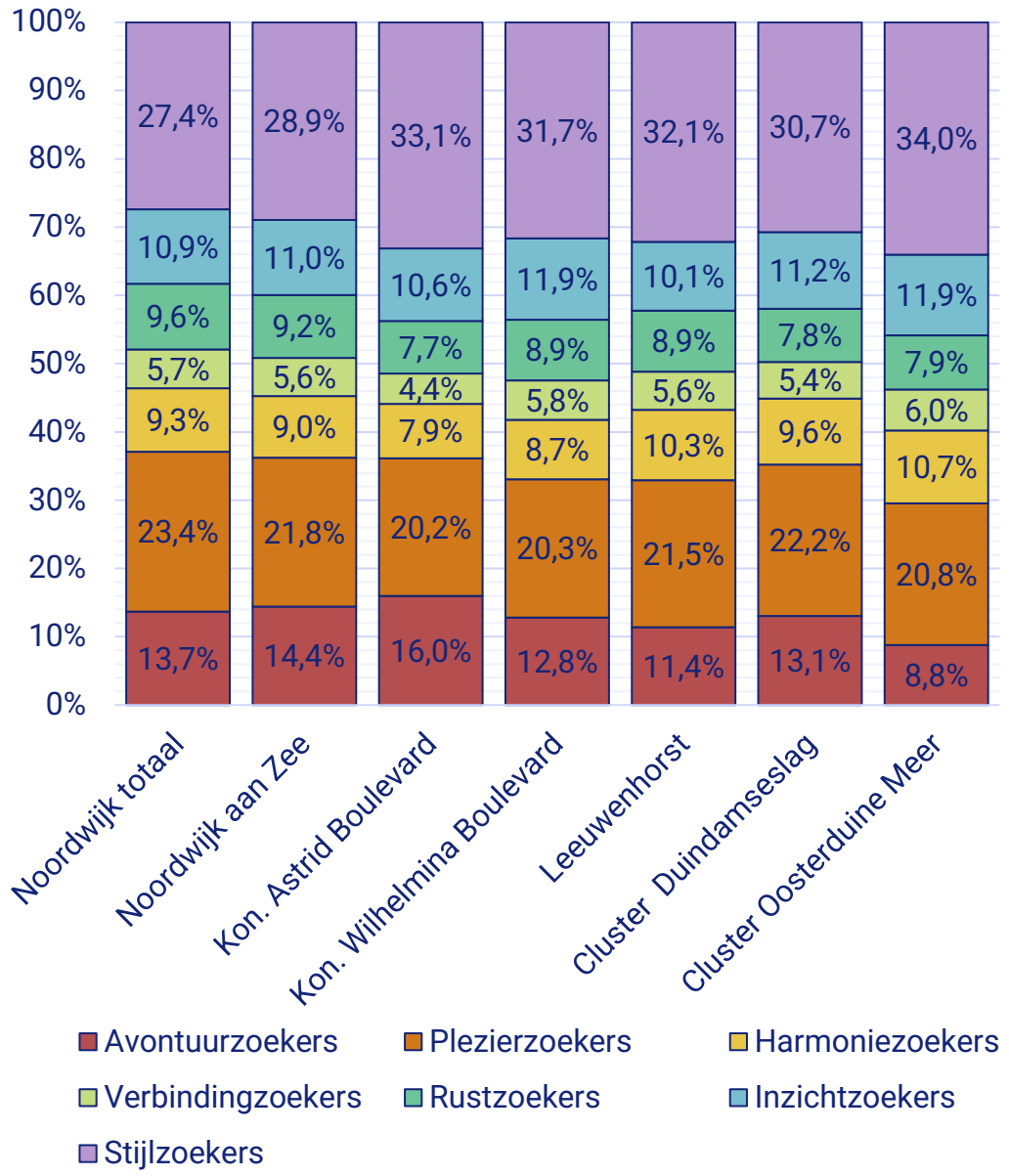
* In bijlage 4 vindt u meer toelichting op het platform Perfect Place en de database
**In bijlage 5 vindt u toelichting en een totaaloverzicht van alle leefstijlen



Bron: Leefstijlvinder & Perfect Place

Vanuit de verschillende clusters van verblijfsaccommodaties binnen de gemeente is tevens een verdeling aan leefstijlen te zien.

- **De Stijlzoeker** bezoekt het vaakst het cluster van recreatieparken bij het Oosterduinse Meer, gevolgd door de boulevards. De goede kwaliteit van de hotels, B&B's en recreatiewoningen zijn interessant voor deze groepen die meer te besteden hebben en bewust kiezen voor kwaliteit.
- **De Inzichtzoeker** zit redelijk verspreid over de gemeente, maar komt het vaakst voor in het cluster rondom het Oosterduinse Meer en aan de Koningin Wilhelmina Boulevard. Ook zij kiezen vaker voor kwaliteit.
- **De Verbindingszoeker** bezoekt het meest de accommodaties rondom het Oosterduinse Meer, maar is ook regelmatig te vinden bij de Duindamseslag. Zij kiezen voor de nabijheid van de natuur.
- **De Plezierzoeker** bezoekt graag de accommodaties rondom de Duindamseslag. Hier zijn ook veel accommodaties geschikt voor gezinnen te vinden.



Bron: Leefstijlvinder & Perfect Place

5. De bezoekers van de gemeente Noordwijk in beeld

5.2 De zakelijke toerist

De gemeente Noordwijk is een **populaire bestemming** voor **zakelijke evenementen**, conferenties en congressen, dankzij de **goede faciliteiten** en de **aantrekkelijke omgeving**. Deze faciliteiten zijn op **wandel/fietsafstand** van elkaar, uniek in Nederland**. Daarbij ligt de gemeente strategisch gelegen** nabij steden als Leiden, Den Haag en Amsterdam en dichtbij Schiphol. Dit maakt het een zeer aantrekkelijke locatie voor trainingen, zakelijke bijeenkomsten en congressen.

De aantrekkelijkheid van gemeente Noordwijk wordt verder gevoed door:

- **Goed ondernemerschap**: goede samenwerking; er zijn korte lijntjes
- **Competitieve prijzen** in vergelijking met grote steden in de nabijheid
- De **reputatie** van gemeente Noordwijk als congresbestemming in Nederland, Europa en daarbuiten
- Het **Space cluster** als innovatieve sector
- De onderscheidende positie van de gemeente als bestemming van **heilzame badplaats** en **gezondheid** met uitstekende wellbeing faciliteiten

De jaarlijks honderdduizenden zakelijke toeristen vormen een belangrijke doelgroep, niet alleen voor de hotelmarkt, maar ook voor de gehele Noordwijkse economie. Tegelijkertijd is er een scherpe daling na de coronaperiode. De zakelijke bezoeken zijn nog niet op het niveau van voor 2019. De vraag is ook of de markt volledig zal herstellen en in welke vorm. Noordwijk Marketing en de MICE partners hebben het MICE Marketingactieplan opgesteld en zetten volop in op versterking van de sector. De gemeente Noordwijk heeft hierin een ondersteunende rol.



Foto: Noordwijk Marketing

6. Positie bepalen

6.1 Kernthema's

Voor toekomstbestendige verblijfsrecreatie in de gemeente Noordwijk is het belangrijk om een visie te formuleren die past bij een gemeente als toeristische bestemming. Met welke kernthema's wil de gemeente zich profileren en welke kansen biedt dit aan aanbieders van verblijfsrecreatie? Uit verschillende participatiemomenten met betrokkenen bleek dat vier kernthema's de gemeente Noordwijk als bestemming uniek maken:

1. **Gemeente Noordwijk als heilzame badplaats.** De gemeente Noordwijk is in haar essentie een plek van gezondheid: schone zeelucht, mild klimaat en een natuurlijke omgeving met strand en duinlandschap. De basis voor het welzijn van bezoekers en inwoners is uitstekend. Met uitstekende faciliteiten is gemeente Noordwijk een populaire bestemming voor mensen die op zoek zijn naar gezondheid en rust in combinatie met genieten. De status van ‘heilzame badplaats’ is een erkenning van wat er al is.

2. **Plek van sierbollenteelt (en bloemen).** De bollen zijn het cultureel erfgoed van de gemeente Noordwijk. Gedurend elk seizoen bewonder je in de gemeente Noordwijk prachtige bloemen via de vele fiets- en wandelroutes. Het hoogtepunt vormt het jaarlijkse bloemencorso. Er ligt een uitdaging om het erfgoed ook buiten de bloeiperiode beter zichtbaar en beleefbaar te maken.

3. **Plek van ruimtevaart**. Op geen enkele andere plek in Nederland is zoveel kennis over ruimtevaart te vinden als in gemeente Noordwijk. Hier bevindt zich al sinds 1968 het European Space Research and Technology Centre (ESTEC). De Space Expo en de NL Space Week trekken jaarlijks tienduizenden mensen die geïnteresseerd zijn in ruimtevaart en technologie. Dit verhaal kan nog beter jaarrond verteld en beleefd worden.

4. **Gemeente Noordwijk als congreslocatie**. Gemeente Noordwijk is een unieke congreslocatie aan de kust. Het is centraal gelegen en goed bereikbaar, met luxe van 4- en 5-sterrenhotels en talloze congres- en vergaderfaciliteiten dicht bij elkaar in de buurt. Jaarrond komen er vele zakelijke toeristen naar de gemeente toe om te verblijven.



Foto: Els Bax

6. Positie bepalen

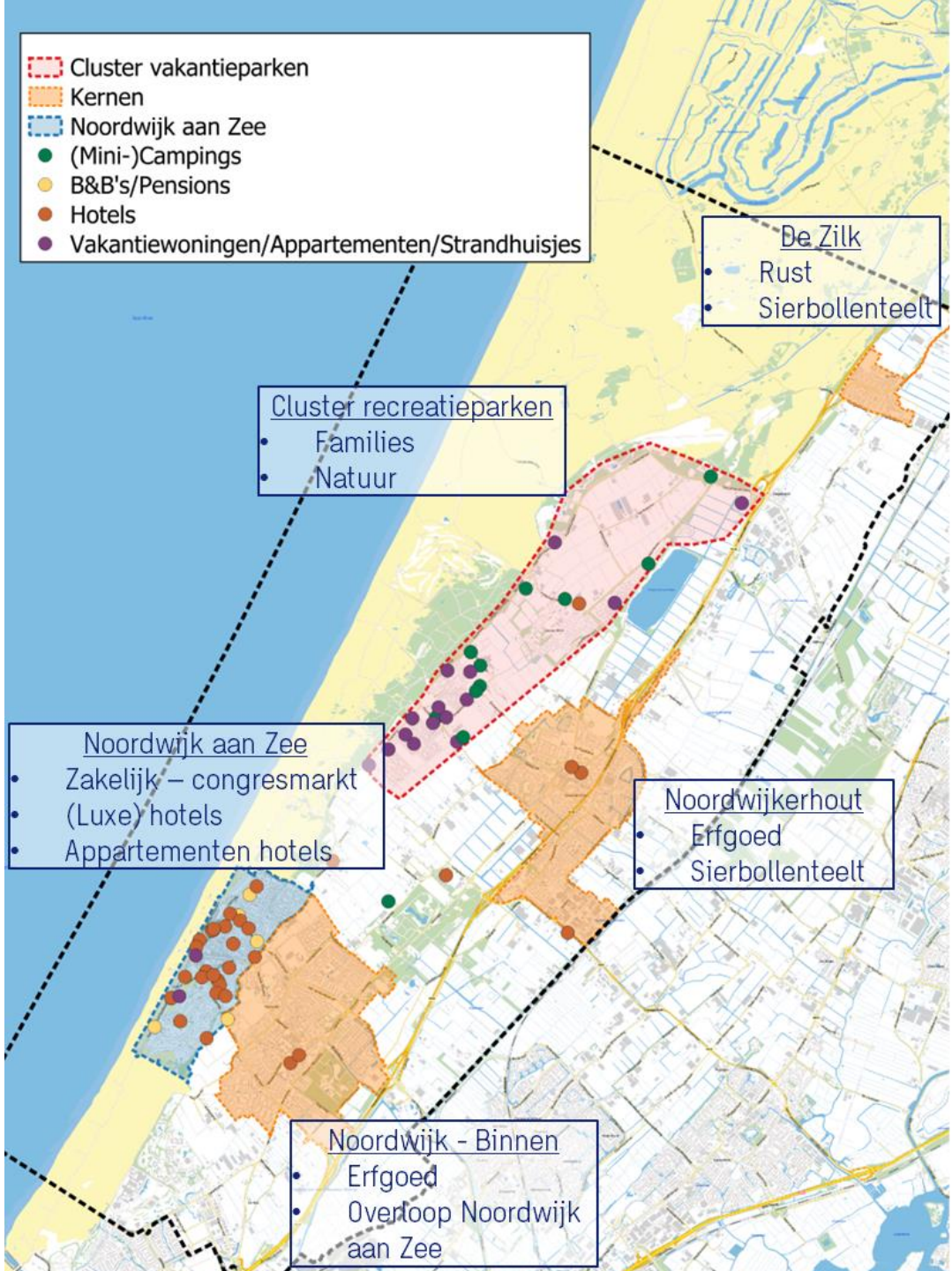
6.2 Toeristische identiteit gebieden

Een goede toeristische bestemming heeft de juiste balans tussen levendigheid en leefbaarheid. Daarom is het belangrijk niet alleen te kijken naar type accommodaties, maar juist ook naar welke keuzes we als gemeente samen met onze partners maken om passend en toekomstbestendig aanbod van verblijfsrecreatie te stimuleren.

De gemeente Noordwijk kent diverse deelgebieden met hun eigen toeristische identiteit en kernkwaliteiten. We onderscheiden voor verblijfsaccommodatie drie deelgebieden:

1. **Noordwijk aan Zee**: meest toeristisch deel van de gemeente en interessant voor zowel de reguliere als de zakelijke toerist. Breed aanbod van B&B's (ook Airbnb) serviceappartementen en hotels. De luxe hotels met congres- en vergader- en wellnessfaciliteiten sluiten goed aan op de kernthema's ***heilzame badplaats*** en Noordwijk als ***congreslocatie***. Vanwege de nabijheid van de ESTEC en Space Expo Noordwijk en het groot aantal verblijfsaccommodaties in Noordwijk aan Zee is dit gebied ook de logische plek voor de kernthema ***plek van de ruimtevaart***.*
2. **De kernen**: **Noordwijk binnen**: historische binnenkern met cultureel aanbod en link met kruidenteelt en ***heilzame badplaats***. **Noordwijkerhout**: gemeenschap, gezelligheid, verzorginsdorp voor vakantieparken en als toegangspoort link met ***plek van sierbollenteelt***. **De Zilk**: gemeenschap, toegangspoort tot de waterleidingduinen en link met ***plek van sierbollenteelt***.
3. **Cluster recreatieparken**: veel gezinnen op parken met vertier en parken met goede voorzieningen, ook voor rustzoekers en natuurliefhebbers. Gelegen in of nabij de natuur met vele opties voor wandelen en fietsen. Sluit goed aan op de kernthema's ***plek van sierbollenteelt*** en ***heilzame badplaats***.

De huidige identiteit van de drie deelgebieden vormt ook het startpunt voor toekomstige ontwikkelingen. Deze moeten passen bij het gebied.



*Toekomstige ontwikkelingen met een ruimtevaart thema kunnen echter ook in andere gebieden landen

6. Positie bepalen

6.3 Doelgroepenkeuze

In de gemeente Noordwijk is iedereen welkom. Tegelijkertijd is het belangrijk om samen met onze partners extra in te zetten op bepaalde doelgroepen die goed passen bij de identiteit van de gemeente, de verschillende kernen en haar inwoners. Daarbij moeten ze ook aansluiten op de omgevingskwaliteiten die wij in onze gemeente hebben.

Gezamenlijk met ondernemers die actief zijn in toerisme, stelde Noordwijk Marketing eerder doelgroepen vast. Ze richten zich op de zakelijke toerist en een drietal leefstijlen. Deze leefstijlen van toeristen sluiten aan op de meest voorkomende leefstijlen van de inwoners van de gemeente Noordwijk. Ook passen ze goed bij de kernthema's die we als gemeente gezamenlijk uit willen dragen. De gemeente wil zich ook inzetten op deze doelgroepen. We richten ons op:

1. **Zakelijke toeristen** die komen voor congressen en trainingen.
2. **Stijlzoekers** die kiezen voor kwaliteit, luxe en goede voorzieningen. Ze waarderen exclusiviteit en willen daar best meer voor betalen.
3. **Inzichtzoekers** die net als stijlzoekers kiezen voor kwaliteit en goede voorzieningen. Ze houden van natuur en ondernemen graag activiteiten. Het is een wat oudere doelgroep, fietst vaak elektrisch en heeft passende voorzieningen nodig.
4. **Verbindingszoekers** die houden van natuur en graag activiteiten ondernemen. Ze zoeken verbinding met de lokale inwoners en kiezen voor meer standaard en niet te dure accommodaties.

Met het huidige aanbod worden de doelgroepen al goed bediend met luxe hotels, B&B's (en Airbnb) en huisjes met voorzieningen. Maar er is nog winst te behalen. Om de doelgroepen meer te bieden moet worden ingezet op **kleinere hotels in het 3-4 sterrensegment** (die ook kindvriendelijk zijn), **boetiekformules** en losstaande luxe **huisjes** of **Ecolodges** in de **natuur**. Met de plannen voor **Hotels van Oranje** wordt er al grotendeels ingespeeld op de behoefte van de **zakelijke toerist**.

De stijlzoeker
Stijlzoekers houden van luxe en comfort, waarderen exclusiviteit en sociale verbindingen, en zoeken ervaringen met gelijkgestemden. Ze vinden het niet erg om iets meer te betalen, als het dan écht goed is. Ze kiezen voor:
- Luxe hotels
- Kleinschalige boetiekformules
- Bed & Breakfast/Airbnb
- Huisje met veel en goede voorzieningen

De Inzichtzoeker
Inzichtzoekers houden van ruimte, rust, natuur en culturele activiteiten. Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Ze zijn kritisch en het moet goed geregeld zijn. Daar zijn ze dan ook best bereid iets meer voor te betalen. Ze kiezen voor:
- Bekende hotelketens
- Bed & Breakfast met goede recensies
- Huisje of bungalow (niet op een park)

De Verbindingszoeker
Verbindingszoekers genieten van natuur en gezelligheid. Ze houden van wandelen, fietsen en culturele activiteiten. Duurzaamheid, gezond en lekker eten en het lokale leven vinden ze belangrijk. Ze trekken graag rond en kiezen voor:
- Camping met goede faciliteiten
- Bekende hotelketen
- Huisje of bungalow

6. Positie bepalen

6.4 Visie op hoofdlijnen

De gemeente Noordwijk is een zeer bekende en aantrekkelijke toeristische bestemming. Elk jaar komen er honderdduizenden bezoekers die verblijven in de vele hotels, recreatieparken, campings, B&B's en Airbnb's. **De toeristische potentie is groot**, de omgevingskwaliteit is zeer goed, er zijn sterke concepten en de voorzieningen zijn op orde. Tegelijkertijd staat de **vitaliteit** van meerdere verblijfsaccommodaties in de gemeente onder druk en is het aanbod de afgelopen jaren gedaald.

Gemeente Noordwijk ontwikkelt haar aantrekkingskracht als **waardevolle en bewuste bestemming** door in te zetten op verblijfsconcepten die passen bij de kernthema's van de gemeente. Dit vraagt ook om het durven vertellen van het verhaal van de gemeente Noordwijk. Het verhaal van de unieke kernthema's, de bijzondere **bewoners** en ondernemerschap dat loont.

Er liggen kansen voor versterking van het huidige aanbod en het aantrekken van nieuwe verrassende concepten. Niet alleen om de huidige doelgroepen beter te bedienen, maar ook om nieuwe doelgroepen aan te spreken. Denk aan **kwaliteit, duurzaamheid** en **onderscheidende concepten** om de Inzichtzoeker en Verbindingszoeker aan te trekken.

Bij onze gemeente past een bewust doseerbeleid om een goede balans tussen kwaliteit en kwantiteit te borgen. Niet alleen op het gebied van type accommodaties, maar ook voor onze inwoners en ondernemers. We vinden het belangrijk ook genoeg te bieden voor gezinnen met kinderen, ouderen en mensen met een beperking.

Deze visie vormt het startpunt om gezamenlijk aan de slag te gaan met een aantrekkelijke gemeente Noordwijk, waar **zowel inwoners als bezoekers** volop kunnen genieten van wat onze gemeente te bieden heeft.



Foto: Dirk van Egmond

7. Ambities en pijlers

1. Gemeente Noordwijk als waardevolle en bewuste bestemming
De gemeente Noordwijk is een fijne plek om te wonen, recreëren en om te verblijven. Bij nieuwe ontwikkelingen dient er gewaakt te worden om deze balans te behouden en rekening te houden met de natuur. Dit kan worden bereikt door faciliteiten ook open te stellen voor inwoners en door duurzaam te bouwen om de ecologische impact te verkleinen. De basis is er, maar de sleutel tot toekomstbestendige verblijfsaccommodatie ligt bij aansluiting op andere belangen in de gemeente.

2. Versterking van de kwaliteit en uitbreiding van capaciteit

Er moeten worden gewerkt aan de vitaliteit van de verblijfsrecreatie sector. Eerst door bestaand aanbod een kwalitatieve impuls te geven maar ook door nieuwe passende concepten aan te trekken. De vraag naar verblijf groeit, dat vraagt ook een groei van de capaciteit. Voor de hotelsector (en MICE sector) is het gewenst een nieuw vijfsterrenhotel aan te trekken om het gat op te vullen dat Hotels van Oranje heeft achtergelaten. Met de herontwikkeling wordt dit opgevuld. Ook de toevoeging van capaciteit in het 3-4 sterren segment zal de sector versterken. Voor de vakantieparken en campings moet ingezet worden op ontwikkelingen met oog voor de natuur. Natuurvriendelijke mogelijkheden sluiten aan op de wensen van de doelgroepen en met de prachtige natuur in de gemeente Noordwijk liggen hier kansen om de vitaliteit van de sector te versterken.

3. Kernthema's van de gemeente als randvoorwaarde
De gemeente biedt unieke ervaringen op het gebied van congreslocatie, heilzame badplaats, sierbollenteelt en ruimtevaart. Deze kernthema's bieden kansen voor het ontwikkelen van verblijfsaccommodaties die inzetten op wellness-, sport- en herstelfaciliteiten (heilzame badplaats), storytelling en thematisering (ruimtevaart en sierbollenteelt) en zakelijke faciliteiten (congreslocatie). Met name de waarden congreslocatie en heilzame badplaats bieden kansen. Noordwijk Marketing zet zich hier ook op in.

Sporthotel – Papendal
Een sporthotel past uitstekend bij het thema heilzame badplaats, wat nu nog vooral op wellness is gericht. In gemeente Noordwijk kun je ook goed sporten. Een voorbeeld is het sporthotel in Papendal.



**Welzijn hotel –
Hyatt's Wellbeing Collective**
Hotels van het wellbeing collective zijn over de hele wereld gevestigd en hebben een focus op welzijn. Zij bieden programma’s aan gericht op gezondheid: fitnessfaciliteiten, yoga- en meditatieprogramma’s, spa- en wellnessfaciliteiten, gezond eten en speciale kamers met gezonde faciliteiten.



4. Focus op doelgroepen
Met een keuze voor de leefstijlen: Stijlzoeker, Inzichtzoeker en Verbindingszoeker kan gerichter worden gestuurd in de ontwikkeling van passend aanbod. Vooral voor het aantrekken van Inzichtzoekers en Verbindingszoekers is nog winst te behalen met passend aanbod. Door te kiezen voor de doelgroepen die passen bij de leefstijlen van de inwoners kan ook worden gewerkt aan balans en een bewuste bestemming (pijler 1).

5. Verlengen van seizoen
Met de juiste accommodatie op de juiste plek is er heel het jaar voor iedereen wat te beleven. Themahotels en accommodaties met wellness-, sport- en herstelfaciliteiten maken dit mogelijk. Hierdoor werken we als gemeente aan een betere spreiding van toerisme gedurende het jaar.

6. Duurzame accommodaties
De gemeente Noordwijk zet in op duurzaamheid en wenst in 2050 klimaatneutraal te zijn. Het is een Global Goals-gemeente en wil zich inzetten voor de 'werelddoelen' van de Verenigde Naties (VN). Duurzaamheid wordt ook steeds belangrijker voor de reguliere en zakelijk toerist. Voor vele bedrijven is dit inmiddels een standaardeis. In de gemeente Noordwijk liggen kansen voor verduurzaming van de sector, zeker in de natuurlijke omgeving. Daarom willen we toewerken naar verblijfsaccommodaties in de gemeente die aansluiten op de 17 duurzame ontwikkelingsdoelen van de VN. Duurzame accommodaties kunnen ook beleefbaar worden gemaakt met de ligging aan prachtige natuur.

Floating ecolodges – Biesbosch

Ecolodges gaan op in de natuur en kunnen op het water worden geplaatst. In de Biesbosch zijn duurzame, drijvende ecolodges. Interessant voor de toerist die duurzaamheid en natuur belangrijk vinden en meer te besteden hebben.



Themahotel – Bloemen

Een themahotel gericht op bloemen kan het unieke verhaal van de gemeente Noordwijk vertellen. Doorvertaald in uitstraling en ligging. Een ruimtevaartthema is ook een optie.



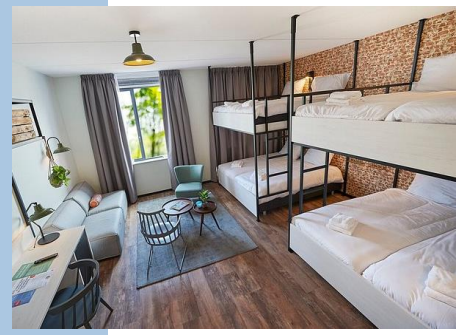
7. Versterking van verbindingen met omliggende gemeenten
Het bevorderen van samenwerking met omliggende gemeenten om aanbod af te stemmen, de sector te monitoren en de regio te promoten. Er wordt binnen de Duin- en Bollestreek al goed samengewerkt maar dat kan nog beter. Ook liggen er kansen voor samenwerking met Leiden en Katwijk. Tot slot kan er via de partners van Nationaal Park Hollandse Duinen worden samengewerkt aan duurzame verblijfsrecreatie in balans met de natuur. Sterkere samenwerkingen van alle partners in de regio dragen bij aan een breder en duurzamer toeristisch aanbod.

8. Goede monitoring van kwaliteit en kwantiteit
Monitoren van zowel het aantal overnachters als van het aanbod helpt om de ontwikkelingen in de markt te volgen, ambities te toetsen en in te grijpen wanneer signalen daarom vragen. Ook de vitaliteit van de sector kan worden getoetst aan de hand van overnachtingcijfers en bezettingsgraden. Monitoring en het bijhouden van data moet ook gezamenlijk worden opgepakt met de ondernemers en omliggende gemeenten.

9. Integratie van cultuur en verblijfstoerisme
Het combineren van verblijfstoerisme met het culturele aanbod van de gemeente maakt het bijvoorbeeld mogelijk om een theaterhotel of speciale hotelarrangementen die een theatershow omvatten te ontwikkelen. Dit zou de culturele attracties, zoals de Muze, op een aantrekkelijke manier promoten en toegankelijk maken voor bezoekers.

GuestHouse hotel – Kaatsheuvel

In Kaatsheuvel nabij de Efteling is het GuestHouse hotel gelegen. Een familievriendelijk hotel met kamers voor gezinnen in het budgetvriendelijke drie-sterren segment. De hotelketen is op zoek naar nieuwe locaties.



Hotel Theater Figi – Zeist

Hotel Theater Figi is een luxe 4-sterrenhotel waar accommodatie op een bijzondere wijze wordt gecombineerd met amusement. Onder één dak zit een hotel, restaurant, talrijke vergader- en congreszalen, bioscoop en theater.



8. Marktruimteverkenning
8.1 Groeiprognoses

Om de groeimogelijkheden van de verblijfsrecreatieve sector in de gemeente Noordwijk in kaart te brengen is een marktruimteverkenning uitgevoerd. Deze verkenning toont de behoefte aan extra hotelkamers, recreatiewoningen en campingplaatsen (inclusief camperplaatsen) tot 2035.

Door het huidige aanbod af te zetten tegenover groeiprognoses, komen we tot een marktruimte. We gaan uit van drie groeiscenario's gebaseerd op de prognoses voor verblijfsrecreatie van het NBTC (zie het kader rechts) en de historische ontwikkeling van het aantal overnachtingen per sector (zie paragraaf 4.6).*

- **Conservatief**: de prognose van het NBTC voor de hele verblijfsrecreatieve sector in Nederland. Dit bedraagt 1,8% jaarlijkse groei.
- **Gemiddeld**: de prognose van het NBTC voor de hele verblijfsrecreatieve sector in de provincie Zuid-Holland. Dit bedraagt 2,1% jaarlijkse groei.
- **Ambitieus**: het gemiddelde van de historische vraagontwikkeling voor hotels (3,4%) en voor recreatiewoningen/campingplaatsen (4,9%).*

We maken per sector een keuze voor het scenario:

Voor de **hotelsector** kiezen we het **ambitieuze scenario**, aangezien we de markt een impuls willen geven door ontwikkelruimte te bieden en omdat groei noodzakelijk is om winkels en overige horeca in de gemeente in stand te houden.

Voor de **recreatiewoningen** kiezen we het **gemiddelde scenario**, aangezien de bezetting van de parken het hele jaar door hoog is, de vraag in heel Nederland groeit en er veel aanvragen voor nieuwe ontwikkelingen zijn.

Voor de **campingplaatsen** kiezen we het **gemiddeld scenario**. Er is een groeiende vraag en hoge bezetting. We zetten in op het versterken van het huidige aanbod en moedigen het eventueel samenvoegen van campings aan om ze vitaal te maken.

Prognoses toerisme gaan uit van verdere groei
Het Nationaal Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) heeft prognoses voor verblijfsrecreatie opgesteld voor Nederland en de provincies afzonderlijk tot 2035. In 2035 worden in Nederland in totaal 61 miljoen verblijfsgasten verwacht. Ten opzichte van 2023 is dit een groei van 12 miljoen gasten, ofwel 24%. Dat betekent een gemiddelde groei van **1,8% per jaar**. Voor de provincies wordt de hoogste groei verwacht in Noord Holland, gevolgd door Zuid-Holland. Voor de provincie Zuid-Holland wordt uitgegaan van een groei van 1,8 miljoen gasten, ofwel 28% van 2023 naar 2035. Dat betekent een gemiddelde groei van **2,1% per jaar.**

Gebied	Conservatief scenario	Gemiddeld scenario	Ambitieus Scenario*
Hotels	1,8%	2.1%	**3,4%**
Recreatiewoningen	1,8%	**2.1%**	4,9%
Campingplaatsen	1,8%	**2.1%**	4,9%

Prognose gemiddelde jaarlijks groeipercentage per sector
Bron: NBTC en Data Center Toerisme, 2024. Gebaseerd op cijfers van de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

*Het gemiddelde van de vraagontwikkeling in de agglomeratie Leiden en Bollenstreek, provincie Zuid-Holland en de Nederlandse kustgemeenten tussen 2013 en 2023. Voor hotels (3,4%) en voor recreatiewoningen en campingplaatsen (4,9%).

** De volledige onderbouwing met toelichting is in bijlage 6 opgenomen*

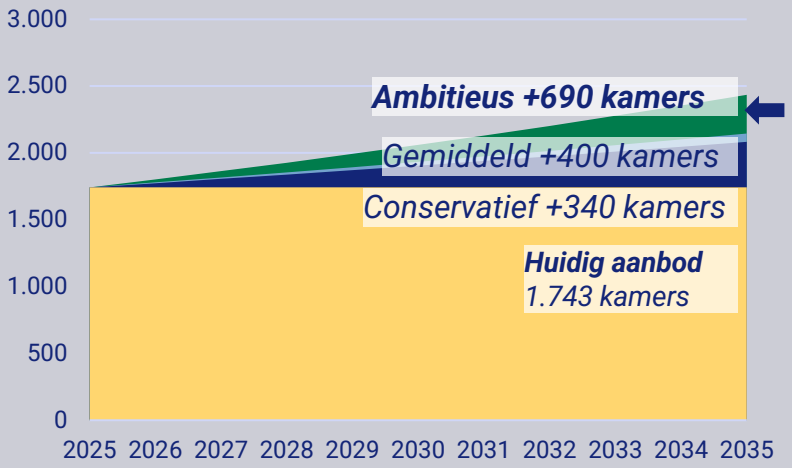
8. Marktruimteverkenning

8.2 Marktruimte hotels, recreatiewoningen en campings tot 2035*

Op basis van de uitgangspunten in paragraaf 8.2 is onderstaand de marktruimte vastgesteld. Door middel van monitoring houden we de ontwikkelingen in vraag en aanbod bij. In 2028 evalueren we de marktruimte en stellen bij, omhoog of omlaag, als dit nodig is. De uitgebreid marktruimteverkenning is in bijlage 6 opgenomen.

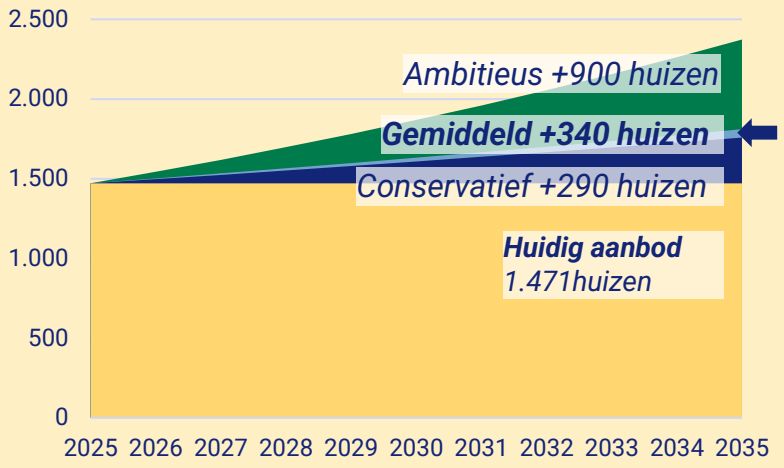
Hotels
De drie scenario's in de marktruimtestudie tonen in 2035 een behoefte aan in totaal ca. 340 tot 690 extra hotelkamers.

We gaan uit van **het ambitieuze scenario** met **maximaal 690 extra kamers tot 2035.** Momenteel is er **één concreet plan** bekend in Noordwijk.* Na dit plan resteert nog ruimte voor **ca. 490 kamers.**



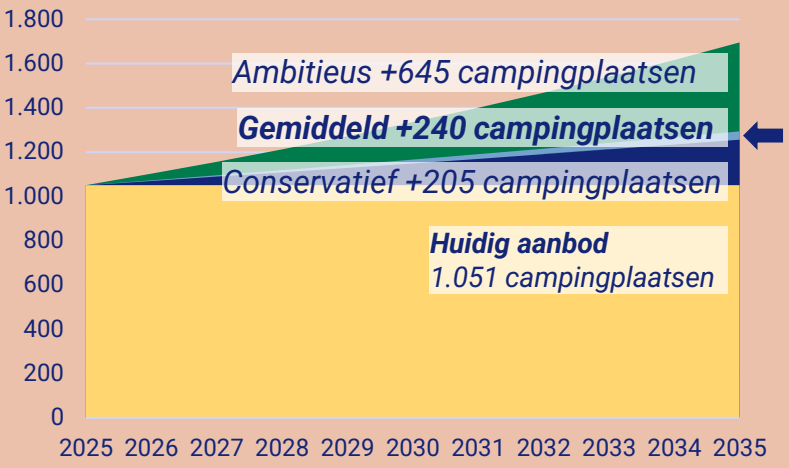
Recreatiewoningen
De drie scenario's in de marktruimtestudie tonen in 2035 een behoefte aan in totaal ca. 290 tot 900 extra recreatiewoningen.

We gaan uit van **het gemiddeld scenario** met een behoefte aan **maximaal 340 aanvullende woningen tot 2035.** Op dit moment zijn er vooral plannen en aanvragen voor losse huisjes, geen gehele parken.



Campingplaatsen (inclusief campers)
De drie scenario's in de marktruimtestudie tonen in 2035 een behoefte aan ca. 205 tot 645 extra campingplaatsen.

We gaan uit van **het gemiddeld scenario** en een behoefte tot **maximaal 240 aanvullende campingplaatsen tot 2035.** Onder deze ruimte scharen we ook camperplaatsen.



** Hotels van Oranje met ca. 200 hotelkamers*

8. Marktruimteverkenning

8.3 Marktruimte gerelateerd aan horecaplannen

Een goede balans tussen reguliere horeca (restaurants en cafés) en verblijfsrecreatieaanbod stimuleert beide sectoren. In de gemeente zijn plannen voor uitbreiding van horeca. Op dit moment (2025) zijn er plannen voor het toevoegen van ca **5.370 m²** commerciële ruimte in Noordwijk aan Zee, waarvan een groot deel gevuld zal worden met horeca. Dit zal een afgeleide vraag aan verblijfsrecreatie opleveren om de stoelen van de restaurants ook te vullen.

Aangenomen wordt dat 60% van commerciële ruimte ingevuld wordt door horeca (ca. 3.200 m²). Ca. 70% van het vloeroppervlak hiervan zal toegankelijk zijn voor bezoekers en daarbij tot het “winkelvloeroppervlak” behoren. Dit levert een totaal horecametrage op van **2.300 m² wvo**.

In de gemeente Noordwijk is momenteel horeca-aanbod (excl. hotels) van 13.848 m² wvo en 11.472 bedden* in verblijfsrecreatie. Dit betekent dat per bed 1,21 m² wvo** horeca beschikbaar is in de gemeente Noordwijk. Om een gelijke verdeling te behouden bij het toevoegen van 2.300 m² wvo zijn ca. **1.900***** bedden nodig.

Als we marktruimte op de vorige sheet vertalen naar aantal bedden, komen we uit op een **marktruimte** van **3.220 bedden****** in hotels, recreatiewoningen en campings. De afgeleide vraag van de groei van de horecasector past binnen de indicatieve marktruimteverkenning. Met andere worden; de marktruimte voor verblijfsrecreatie is groot genoeg om tot een vitale horecasector te komen.

** Het aanbod (paragraaf 4.2) vermenigvuldigd met het aantal bedden per accommodatie. We houden aan: hotels, B&B’s/Pensions 2 bedden per kamer, recreatiewoningen 4 bedden per woning en campings 2 bedden per campingplek.*
*** Berekening: 13.848/11.472 = 1,21*
**** Berekening: 2.300/1,21 = 1.900 bedden*
***** Marktruimteprognose (8.2) per sector vermenigvuldigd met het gemiddelde aantal bedden per accommodatie zoals hierboven (*) aangegeven.*



9. Strategie

9.1 Wie kiest wordt gekozen

De toeristische potentie van de gemeente Noordwijk is groot en de sector is belangrijk voor de economie van de gemeente. Een divers en concurrerend aanbod in verblijfsrecreatie is essentieel om de sector vitaal te houden en groei te accommoderen. Met voldoende passend aanbod volgen meer overnachtingen, wordt meer geld uitgegeven in de gemeente en nemen de inkomsten vanuit de toeristenbelasting toe.

De groei van de sector bestaat in eerste instantie uit investeringen en vernieuwing van zittende ondernemers en vervolgens ook uit het aantrekken van nieuwe aantrekkelijke concepten voor de gemeente Noordwijk. De beschikbare ruimte is echter beperkt en niet alle aanvragen kunnen worden gehonoreerd. Daarom is het belangrijk als gemeente te sturen op gewenste ontwikkelingen en ongewenste ontwikkelingen te voorkomen. Met duidelijke keuzes en communicatie kunnen gewenste concepten ook bewust kiezen voor gemeente Noordwijk.

We maken de volgende keuzes voor de toekomst:

1. Een **duidelijke keuze** voor welk **type/doelgroep** en **hoeveel toeristen** de gemeente wenst aan te trekken, aansluitend bij het profiel en de ambities van de gemeente.
2. Actief **het verhaal van de gemeente Noordwijk** en haar **kernthema's** vertellen en **verblijfsrecreatie hierop** laten **aansluiten**.
3. De **doelgroepenkeuze** vertalen en consequent **doorvoeren en aan laten sluiten** op de doelgroepenstrategie van **Noordwijk Marketing**, het (toeristische) voorzieningenaanbod én het aanbod verblijfsaccommodaties, zowel hotels als andere typen.
4. Daarmee het **bestaande profiel versterken** en tegelijkertijd **verbreden** door passend aanbod aan te trekken voor de gewenste doelgroepen die nu nog onvoldoende aanwezig zijn.
5. Rekening houdend met de sociaal-maatschappelijke, ecologische en ruimtelijke belangen en de **bewoner meenemen in de overweging**.
6. Toewerken naar een **duurzame toeristisch-economische** groei in de gemeente als **bewuste bestemming** waar de lusten en lasten evenredig verdeeld worden.



Foto: Noordwijk Marketing

9. Strategie

9.2 Uitgangspunten (nieuwe) ontwikkelingen

Toelaten en monitoren

1. Bewust doseerbeleid
We willen de vitaliteit van de verblijfsrecreatieve sector verbeteren en leggen de focus op kwaliteitsverbetering. Enige voorzichtigheid is gewenst en bewuste keuzes voor segmentatie en volumes, ofwel '**bewust doseerbeleid**'. Bewust doseren betekent voorkeur voor bestaande accommodatie die willen investeren en uitbreiden.

2. Met ruimte voor aanvullende concepten
Er is ontwikkelruimte voor aantrekkelijke hotelconcepten die de variatie vergroten en passen bij het gebied binnen gemeente Noordwijk. De hotelmarkt staat niet stil. Er verschijnen nieuwe concepten en diverse segmenten die in het huidige aanbod niet of beperkt worden bediend. Denk hierbij aan **concepten zoals een doelgroepenhotel** en **concepten als themahotels, erfgoedhotels en specifieke budgethotels.** Bij voorkeur sluiten deze concepten aan op de doelgroepen en de kernthema's van de bestemming gemeente Noordwijk.

3. Uitgesmeerd opvullen van marktruimte
De **marktruimte** dient zoveel mogelijk **uitgesmeerd opgevuld** te worden over de periode tot 2035 om te voorkomen dat in korte tijd de aanwas explodeert en de bezettingsgraad (te) drastisch daalt.

4. Monitoren en bijsturen
Het is van belang om de markt **te monitoren** en de **marktruimte** naar boven of beneden **bij** te **stellen** wanneer ontwikkelingen daarom vragen. Jaarlijks monitoren we vraag en aanbod. Over drie jaar, in 2028 evalueren we de marktruimte en stellen deze bij als de ontwikkelingen daarom vragen.

Communicatie en samenwerking

1. Uitnodigingsplanologie
Met de visie zetten we in op uitnodigingsplanologie, waarbij we niet alleen **initiatieven toetsen** maar ook **gewenste initiatieven** stimuleren. In deze visie maken we keuzes over waar we heen willen in de toekomst. Deze keuzes zijn het startpunt. De volgende stap is de visie tot uiting te brengen door **actief** en **eenduidig te communiceren** en hiernaar **te handelen**. Dit doen we samen met Noordwijk Marketing en door zittende ondernemers bij de ambities van de gemeente te betrekken. Gezamenlijk kijken hoe we bestaand aanbod kunnen ontwikkelen en later hoe we nieuw aanbod kunnen aantrekken. Mogelijk kan dit ook met een acquisiteur. Het verhaal wordt versterkt door successen te plannen en communiceren, bijvoorbeeld als Hotels van Oranje de deuren weer opent.

2. Wie is aan zet?
Een goede **samenwerking** tussen **inwoners**, **ondernemers** en **de gemeente** is het **vertrekpunt**. In de eerste plaats zijn de ondernemers samen met Noordwijk Marketing zelf aan zet, maar de gemeente stelt zich positief op ten opzichte van initiatieven die bijdragen aan de gemeente Noordwijk als bewuste bestemming. De gemeente werkt aan de juiste voorwaarden, denk aan het sturen op een betere bereikbaarheid, het ondersteunen van samenwerkingen en regionale afstemming. Tot slot faciliteert de gemeente ontwikkelingen die aansluiten op de ambities en de pijlers van de visie verblijfsrecreatie. Om te toetsen of ontwikkelingen passend zijn is een uitnodigingskader opgesteld, zie de volgende pagina.

9. Strategie

9.3 De gemeente als regisseur

Pijlers als criteria

Met deze visie op verblijfsrecreatie en verankering in het omgevingsplan kan de gemeente sturen op het aantal accommodaties, waar de ontwikkeling van verblijfsrecreatie wenselijk of mogelijk is, en op welke criteria wordt getoetst. Dit doen we middels een uitnodigingskader, te zien op de volgende pagina. Het uitnodigingskader wordt gebruikt om (nieuwe) bestemmings- en omgevingsplannen (of afwijking van het bestemmingsplan) ten aanzien van logiesfuncties te toetsen.

Uitnodigingskader
Met het uitnodigingskader worden **initiatieven getoetst aan** de geformuleerde **pijlers** van de gemeente Noordwijk (zie hoofdstuk 7). De uitkomst van de toets aan de pijlers is bepalend of er ruimtelijk wordt meegewerkt aan een initiatief en het door kan in het vergunningsproces. Het is aan de **aanvrager** om **onderbouwd aannemelijk te maken** hoe het plan voldoet aan de pijlers. De gemeente beoordeelt de onderbouwing van de initiatieven. Aanvragen voor opwaardering van bestaand aanbod die passen binnen de pijlers krijgen voorkeur. De gemeente en Noordwijk Marketing kunnen dergelijke initiatieven actief stimuleren én als succes communiceren. Dat geldt ook - op de tweede plaats – voor nieuwe initiatieven die aansluiten op de pijlers. Bij initiatieven die niet aansluiten op de pijlers past terughoudendheid en kan alleen in uitzonderingsgevallen medewerking worden verleend. Wel wil de gemeente meedenken met de aanvrager hoe het initiatief meer kan aansluiten op de pijlers om toch positief beoordeeld te worden.

Organisatie en regionale afstemming

Goede organisatie om ontwikkelingen te stimuleren of voorkomen
Met een helder **a**) beleid, **b**) organisatiestructuur (persoonlijk accounthouderschap, heldere proces) en **c**) communicatie en uitvoering (website, contact/intake-formulier, regionale afstemming) kan gemeente Noordwijk gewenste (hotel)ontwikkelingen stimuleren en ongewenste ontwikkelingen zoveel mogelijk voorkomen. Ook **d) monitoring** is noodzakelijk bij vergunnen. Er moet worden bijgestuurd wanneer om teveel dezelfde type accommodaties zijn vergund en diversiteit van de markt in de gemeente Noordwijk onder druk komt te staan. Initiatieven die zorgen voor diversiteit (doelgroepen die nog niet goed worden bediend) hebben dan voorrang.

Regionale afstemming
In aansluiting hierop: het aanbod van verblijfsaccommodaties van omliggende buurgemeenten is een belangrijke factor om op samen te werken. Het aanbod buiten de gemeentegrenzen heeft eveneens invloed op toerisme in de gemeente Noordwijk. En vice versa. Met name wanneer bijvoorbeeld een evenement plaatsvindt dat overnachters buiten de regio trekt. Het delen van het nieuwe **beleidskader** en **vroegtijdig kenbaar maken van accommodatieplannen in de regio** zorgt voor transparantie tussen de gemeenten. Mogelijk kunnen passende concepten worden uitgewisseld en zo kan de beste passende locatie in de regio worden gevonden.

9. Strategie

9.4 Uitnodigingskader voor ontwikkelingen

Uitnodigingskader – pijlers als criteria
Initiatieven moeten aansluiten op de onderstaande 5 pijlers, op volgorde van belang en waarbij bestaand aanbod voorrang heeft. Per pijler kan worden beoordeeld of het initiatief aansluit. Aansluiting op de eerste twee pijlers **1) waardevolle en bewuste bestemming** en **2) Duurzaamheidsambities** zijn **verplicht** om medewerking vanuit de gemeente te krijgen. Op de volgende pagina is te zien hoe er tot een eindoordeel gekomen wordt en welke acties van de gemeente daarbij horen.

1. **Gemeente Noordwijk als waardevolle en bewuste bestemming.** Hoe borgt het plan sociaal-maatschappelijke, ecologische en ruimtelijke belangen? Initiatieven dienen een positieve bijdrage te leveren aan de omgeving, dit vraagt om afstemming met inwoners en de inwoners ook wat bieden door het openstellen van faciliteiten.
2. **Duurzaamheidsambities.** Het concept moet zowel qua gebouw (certificaten, energielabels) als qua exploitatie aansluiten bij de gemeentelijke duurzaamheidsdoelstellingen, zoals klimaatneutraal en een leefbare en groene omgeving. Er mag geen negatieve impact zijn op de natuur.
3. **Seizoensverlenging.** Zorgt het plan aantoonbaar voor het aantrekken van toeristen in het laagseizoen?
4. **De kernthema's van de gemeente Noordwijk.** Sluit het plan aan op minimaal 1 van de thema's: 1. heilzame badplaats, 2. congresmarkt, 3. plek van sierbollenteelt of 4. ruimtevaartlocatie? Ontwikkelingen die aansluiten op de eerste twee thema's krijgen voorrang op de laatste twee.
5. **Sluit aan op de doelgroepen.** Sluit het concept aan op de interesse van zakelijke bezoekers (faciliteiten voor vergaderingen, bijeenkomsten en/of congressen) en/of op voorkeuren van Stijlzoekers, Verbindingszoekers en/of Inzichtzoekers (zoals opgenomen in hoofdstuk 6.3 en bijlage 5) .

Kwantitatieve en Kwalitatieve overwegingen
Naast de pijlers zijn er nog drie belangrijke criteria bij de beoordeling van het plan.

- **Marktruimte**
  Tot 2035 hanteert de gemeente Noordwijk een maximum planvoorraad voor de verschillende verblijfsaccommodaties (zie hoofdstuk 8). Medewerking aan initiatieven wordt alleen verleend voor zover er ruimte is in de planvoorraad.
- **Geschikte locatie**
  Een accommodatie is niet op elke locatie gewenst. Dat kan te maken hebben met onder andere de omvang of het karakter van de accommodatie, de beoogde ligging, de impact op de directe leefomgeving of eventuele verkeerseffecten. Nieuwe initiatieven moeten passen bij bestaande verblijfsaccommodaties in het gebied. Concentratie van toeristisch-economische functies kan leiden tot onderlinge kruisbestuiving, efficiencyvoordelen en een groter marktbereik.
- **Borging en planning**
  Als gemeente hebben we belang bij initiatieven die daadwerkelijk doorgang vinden. Daarom hecht de gemeente aan goede afspraken tussen ontwikkelende partijen en een aantoonbare duurzame samenwerking tussen eigenaar, ontwikkelaar, eindbelegger en exploitant. Partijen dienen een haalbaar businessplan te overleggen, waaruit ook blijkt op welke wijze het concept langdurig geborgd blijft. In het projectplan wordt het proces van realisatie van het initiatief realistisch ingeschat. Inzicht in de planning van initiatieven geeft de gemeente de mogelijkheid te sturen op fasering, zodat de beschikbare ruimte zo gedoseerd mogelijk in de markt wordt gezet.

Uitnodigingskader voor ontwikkelingen met criteria

Initiatief	Bestaand aanbod	Nieuw aanbod
Positieve beoordeling als initiatief aansluit op:	**3-5 pijlers**	**4-5 pijlers**
Rol gemeente:	Actief stimuleren/uitlokken ondersteunen en faciliteren (door in vergunningsproces). Deze aanvragen krijgen indien mogelijk voorrang. Initiatief als succes communiceren.	Ondersteunen en faciliteren (door in vergunningsproces). Initiatief als succes communiceren.
Negatieve beoordeling als initiatief aansluit op:	**0-2 pijlers**	**0-3 pijlers**
Rol gemeente:	Terughoudendheid. Stimuleren en adviseren om beter aan te sluiten op pijlers. Onder voorwaarden meewerken.	Niet meewerken. Weigeren vergunning.

Toelichting beoordeling met kader
Initiatieven worden beoordeeld op de 5 pijlers en kunnen dus een maximale score van 5 vinkjes verzamelen. Zoals op de vorige pagina vermeld zijn de eerste twee pijlers verplicht om medewerking vanuit de gemeente te krijgen. Dit zijn de pijlers::

1. Waardevolle en bewuste bestemming, en
2. Duurzaamheidsambities

1. Beoordeling bestaand aanbod
(opwaardering en/of uitbreiding):

- **5 vinkjes:** zeer positief →faciliteren (indien mogelijk met voorrang)
- **3-4 vinkjes:** positief → faciliteren
- **0-2 vinkjes:** negatief → nee, tenzij. Gemeente denkt met aanvrager mee over welke aanpassingen nodig zijn om ook op andere pijlers aan te sluiten.

2. Beoordeling nieuw aanbod

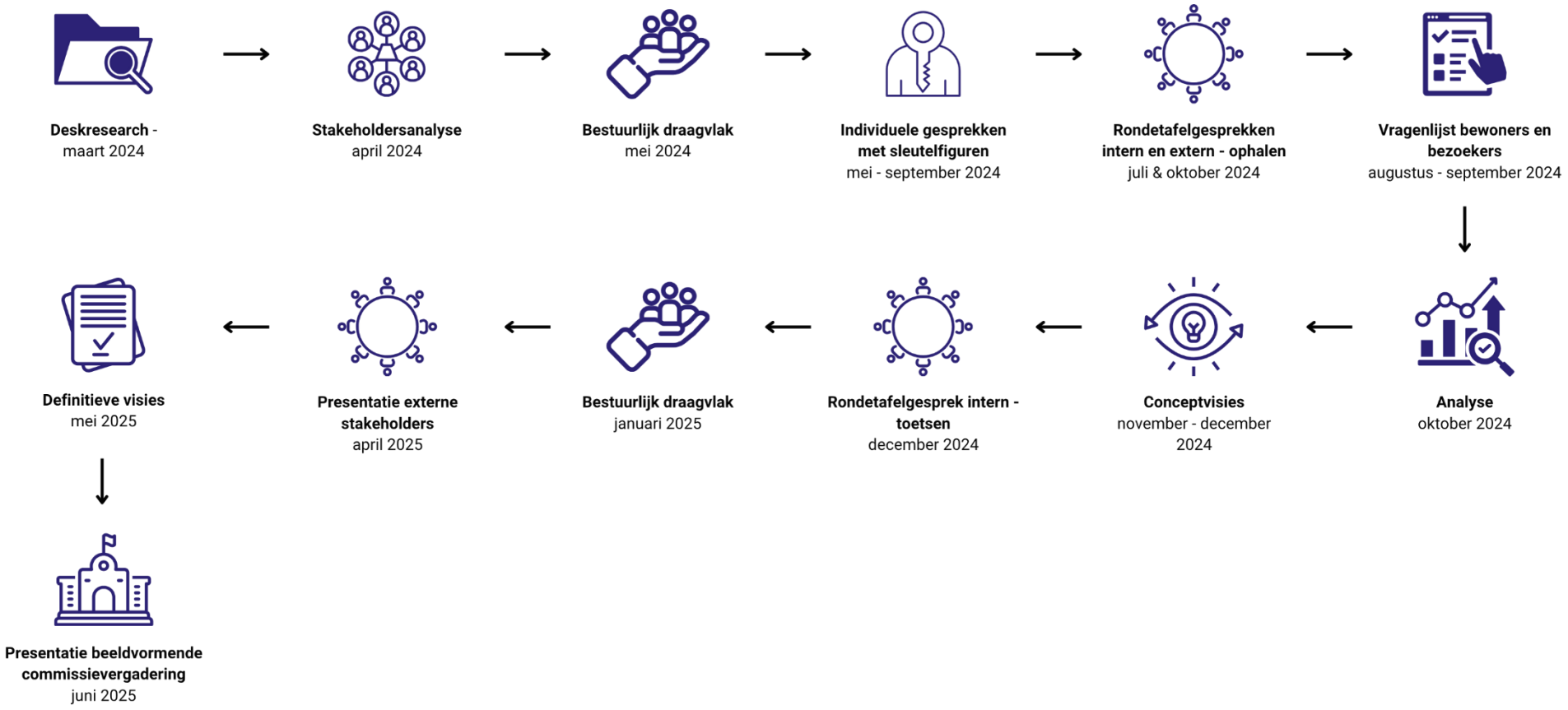
- **5 vinkjes:** zeer positief → faciliteren (bestaand wel voorrang indien mogelijk)
- **4 vinkjes:** positief → faciliteren
- **3 vinkjes:** negatief → nee, tenzij. Gemeente denkt met aanvrager mee over welke aanpassingen nodig zijn om ook op andere pijlers aan te sluiten.
- **0-3 vinkjes:** zeer negatief → niet meewerken, geen vergunning.

gemeente Noordwijk

Bijlagen

1. Participatieproces en –aanpak (1/2)

Gedurende het ontwikkelproces van deze visie is op verschillende manieren informatie verzameld. Met diverse methoden is bij uiteenlopende betrokkenen opgehaald welke ervaringen, aandachtspunten en kansen kenmerkend zijn voor het gebied. Onderstaand overzicht laat zien welke bouwstenen bijdroegen aan de ontwikkeling van deze visie. De volgende slide bevat een nadere toelichting op de bouwstenen.



1. Participatieproces en –aanpak (2/2)

Deskresearch: bestaande beleidsdocumenten, landelijke en regionale onderzoeken in kaart gebracht en geanalyseerd op relevantie voor de visietrajecten.

Stakeholderanalyse: interne en externe stakeholders in kaart gebracht en ingedeeld op participatieniveaus meeweten, meedenken, meewerken en meebepalen.

Bestuurlijk draagvlak: met de burgemeester en wethouder in beeld gebracht welke relevante vraagstukken aandacht nodig hebben in de visies.

Individuele gesprekken sleutelfiguren: met interne en externe sleutelfiguren gesproken die namens een groep belanghebbenden spreken en inzicht bieden in actualiteiten.

Rondetafelgesprekken intern en extern - ophalen: in een interne sessie met ambtenaren en twee sessies met verschillende stakeholders uit gemeente Noordwijk is opgehaald wat er speelt op het gebied van de visies, welke aandachtspunten zij zien en welke kansen bijdragen aan een toekomstbestendig gemeente Noordwijk.

Vragenlijst bewoners en bezoekers: van half augustus tot half september dachten bewoners en bezoekers via een enquête mee over kansen en aandachtspunten voor de drie visies. De enquête was in het Nederlands, Duits en Engels beschikbaar en is 785 keer ingevuld. De verspreiding vond digitaal via SamenNoordwijk en fysiek plaats. Ervaren enquêteurs namen de enquête af op zes momenten verspreid over de periode, op verschillende locaties in de gemeente Noordwijk, tijdens verschillende activiteiten om een zo breed mogelijke doelgroep aan te spreken. Verder zijn op meerdere bezoeklocaties flyers achtergelaten waarmee bezoekers de enquête konden invullen. Meer informatie over de enquête is op aanvraag beschikbaar.

Analyse: analyse van landelijke, regionale en lokale trends en data op het gebied van verblijfsrecreatie, evenementen en toerisme. Ook brachten we met data van Perfect Place in beeld wie de bezoekers van locaties en evenementen in de gemeente Noordwijk zijn, wat hen kenmerkt en welke leefstijlen kansen bieden voor de visies.

Conceptvisies: met de opgedane kennis en opgehaalde input schreven we de conceptvisies die een richting bieden voor te maken keuzes.

Rondetafelgesprek intern - toetsen: tijdens het rondetafelgesprek met betrokken ambtenaren bespraken we de conceptvisies om samen tot verscherping te komen.

Bestuurlijk draagvlak: na verscherping van de conceptstukken is het belangrijk met de burgemeester en wethouder weer bij elkaar te komen en keuzes te maken voor de visies.

Presentatie externe stakeholders: we presenteerden de conceptstukken aan ondernemers en vertegenwoordigers van verschillende stakeholders die betrokken zijn bij de onderwerpen in de gemeente Noordwijk.

Definitieve visies: met de opgehaalde feedback en de gezamenlijk gemaakte keuzes, ronden wij de visies af.

Presentatie beeldvormende commissievergadering: voordat de stukken naar de raad gaan.

2. Definities

Onderscheid tussen toerisme en recreatie is niet altijd makkelijk te maken. Het zijn twee sectoren die veel overlap met elkaar hebben. Dit komt doordat de activiteiten en voorzieningen die onder de sectoren vallendoor zowel bewoners als bezoekers te ondernemen en te bezoeken zijn. Vrijetijdsactiviteiten zijn per definitie niet gebonden aan gemeentegrenzen. Een bewoner uit de eigen gemeente of uit de regio maakt als recreant evengoed gebruik van de voorzieningen en activiteiten als een bezoeker die uit een andere regio of van buiten Nederland komt.

Evenement: Een evenement (volgens de APV (Artikel 2:24)) is een publiek toegankelijke verrichting van vermaak, waaronder: herdenkingsplechtigheid, braderie, een kofferbakmarkt of andere markt niet zijnde een markt als bedoeld in artikel 160, eerste lid, aanhef en onder g, van de Gemeentewet en artikel 5:22, optocht, feest, muziekvoorstelling, wedstrijd op of aan de weg, straatfeest of buurtbarbecue en vechtsport of -gala's.

Toerisme: Onder toerisme worden de activiteiten verstaan gericht op het aantrekken van meerdaagse (inter)nationale bezoekers die ten minste één nacht overnachten in gemeente Noordwijk

Recreatie: Onder recreatie worden alle vrijetijdsactiviteiten buitenhuis verstaan in gemeente Noordwijk van zowel bewoners als bezoekers. Denk hierbij aan rondje wandelen, uit eten gaan, sporten, het bezoeken van een evenement, uitgaan of winkelen. Er is geen sprake van een overnachting.

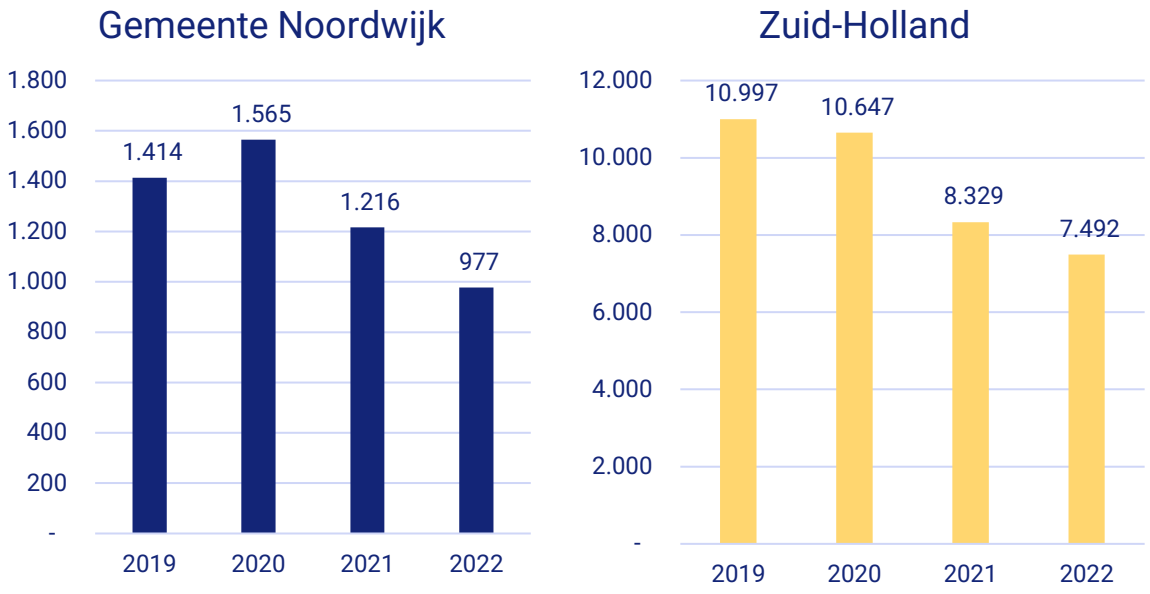
Recreatieparken: parken met vakantiewoningen met een recreatieve bestemming (verhuur voor recreatief verblijf). Bij CBS wordt de term huisjesterrein gebruikt.

Dagrecreatie: Dagrecreatie zijn alle vrijetijdsactiviteiten waarvoor men van huis is zonder dat daarbij een overnachting plaatsvindt.

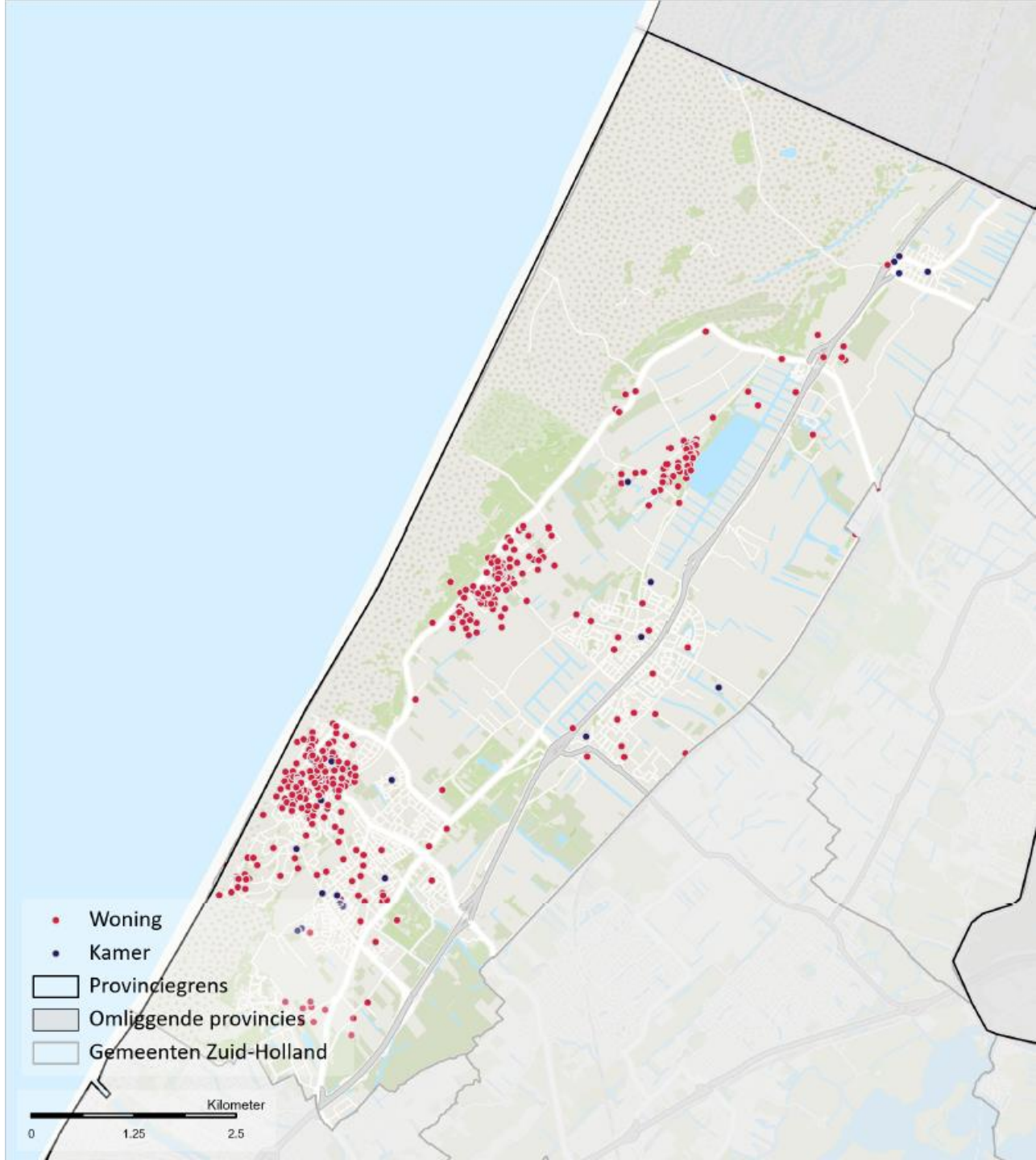
Verblijfstoerisme: Verblijfstoerisme wordt gedefinieerd als alle vakanties met overnachting van Nederlanders en buitenlanders die in toeristische accommodaties worden doorgebracht.

3. Airbnb in gemeente Noordwijk

Ontwikkeling aantal Airbnb accommodaties



Bron: Universiteit Utrecht en Sweco, 2023

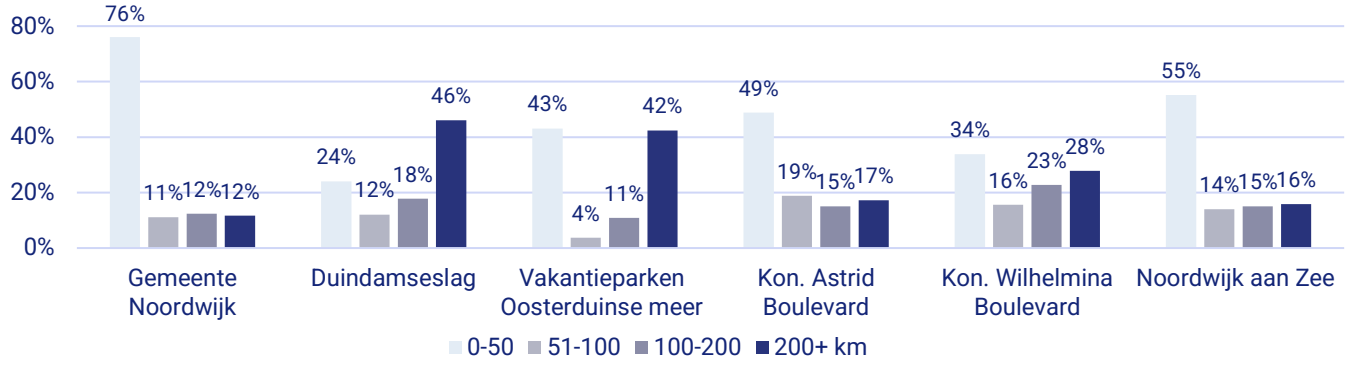


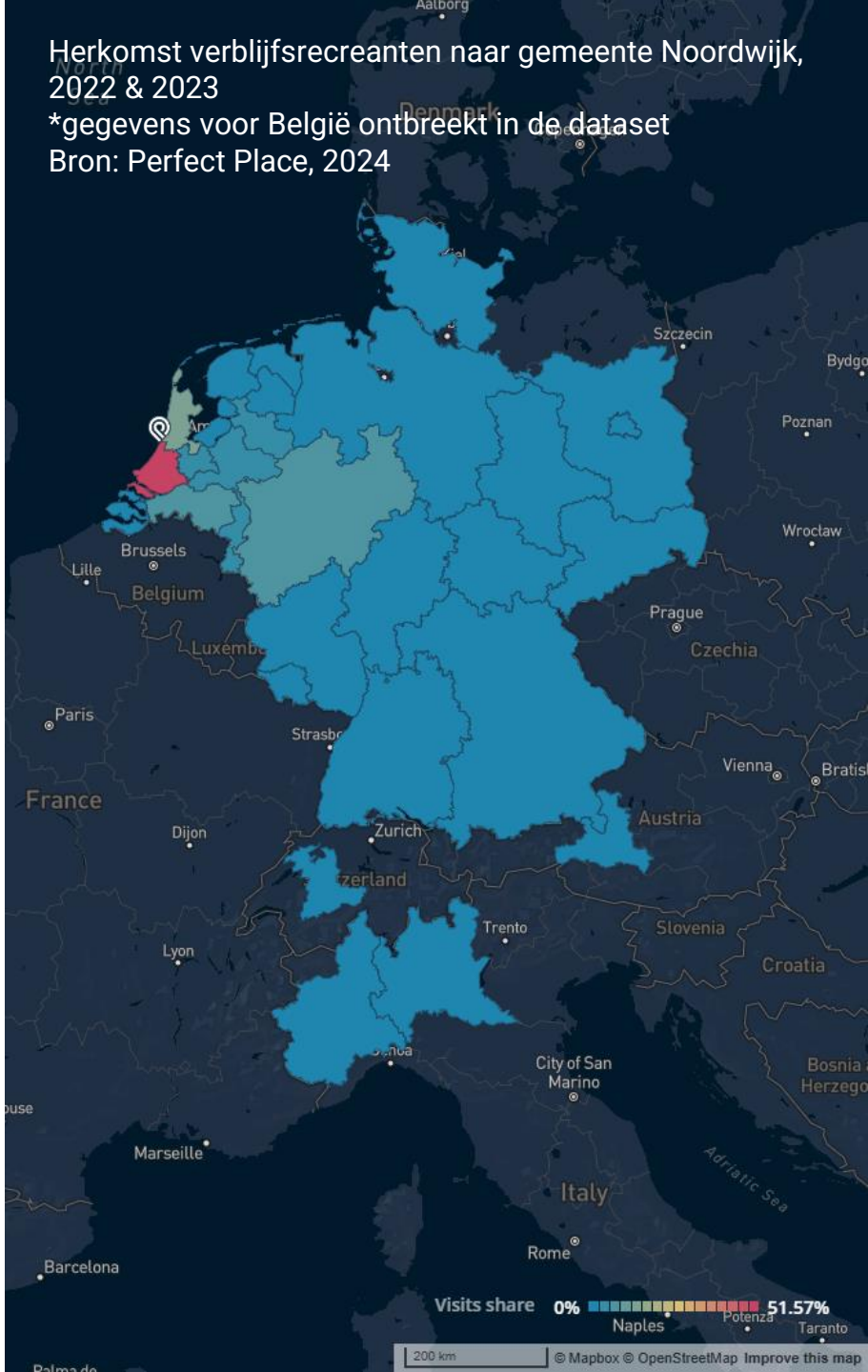
4. Verblijfstoerisme in Beeld: Perfect Place (1/2)

Perfect Place is een data-gedreven analysetool voor verblijfsrecreatie in de gemeente Noordwijk. Het gebruikt mobiele locatiegegevens (AVG-proof) en demografische informatie om bezoekersstromen en gedragingen in kaart te brengen. De tool stelt de gemeente in staat om populaire recreatiegebieden te identificeren en bezoekersprofielen te analyseren op basis van het BSR-leefstijlenmodel. De dataset is alleen beschikbaar voor Nederland, Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland en Italië, waardoor bezoekers uit andere landen niet in de analyse kunnen worden meegenomen.

De verblijfsrecreanten zijn voor 51% afkomstig uit de eigen provincie Zuid-Holland, 14% van de overnachters komt uit Noord-Holland. Daarna komen de bezoekers volgens de beschikbare data gelijkmatig verdeeld uit verschillende Nederlandse en Duitse provincies. Uit Duitsland komen de meeste bezoekers uit de provincie Nordrhein-Westfalen, namelijk 6% van de totale verblijfsrecreanten in de gemeente Noordwijk. De recreatieparken bij de Duindamseslag ontvangen relatief veel overnachters van veraf (meer dan 200 km.) in vergelijking met hotels in Noordwijk aan Zee. In Noordwijk aan Zee komen de overnachters veelal vanuit de nabije regio (tot 50 km.). Opvallend is dat bij de recreatieparken bij het Oosterduinse Meer zowel veel overnachters van veraf (meer dan 200 km.) als overnachters uit de regio komen (tot 50 km.).

In Noordwijk aan Zee, waar het centrum van Noordwijk en de boulevards onder vallen, zijn met name hotels gevestigd. Hier komen verblijfsrecreanten voornamelijk (55%) uit de regio. Dit kan verklaard worden doordat hotels vaker zakelijke gasten ontvangen dan andere accommodaties. Tussen de boulevards zien we ook een verschil in herkomst van de bezoekers. De Koningin Wilhelmina Boulevard trekt bezoekers van grotere afstand dan de Koningin Astrid Boulevard.

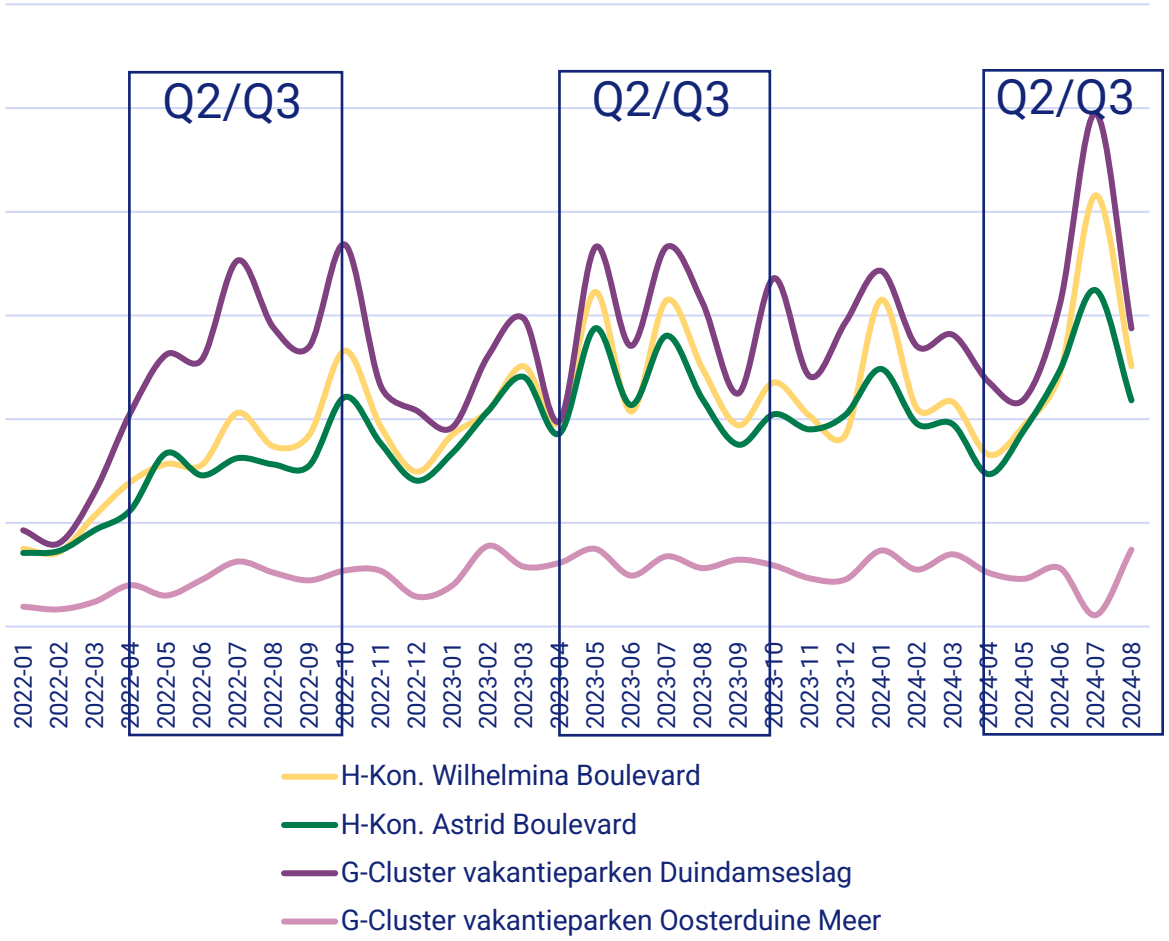




4. Verblijfstoerisme in Beeld: Perfect Place (2/2)

Nadere analyse spreiding bezoekers over tijd en ruimte

- Het aantal verblijfsrecreanten is in het hoogseizoen (Q2/Q3) hoger dan in het laagseizoen. Dit verschil is met name zichtbaar op de boulevards en het cluster vakantiepark en Duindamseslag.
- Relatief gezien kennen de vakantieparken aan de Duindamseslag de meeste verblijfsrecreanten in vergelijking tot het Oosterduinse Meer en de boulevards. De vakantieparken aan het Oosterduinse Meer ontvangen relatief de minste verblijfsrecreanten.
- In de gemeente Noordwijk is in het laagseizoen (Q1&Q4) het percentage verblijfsrecreanten van buiten Nederland 10,0%, in het hoogseizoen ligt dit percentage op 12,8%.
- De verschillen in het noordelijk deel van de gemeente Noordwijk (boven Noordwijkerhout – ook wel NTO) zijn groter. In het hoogseizoen is maar liefst 24,1% van de verblijfsrecreanten aan het NTO woonachtig in het buitenland. In het laagseizoen is dit 14,5%.
- In Noordwijk aan Zee zijn in het hoogseizoen 18,4% van de verblijfsrecreanten afkomstig uit het buitenland. In het laagseizoen zijn er relatief meer binnenlandse toeristen.



	Gemeente Noordwijk		NTO		Noordwijk aan Zee	
	Visit share Q1/Q4	Visit share Q2/Q3	Visit share Q1/Q4	Visit share Q2/Q3	Visit share Q1/Q4	Visit share Q2/Q3
Zuid Holland	52,0%	50,3%	40,7%	35,7%	42,8%	39,8%
Randstad (Z, N, Utrecht)	70,6%	68,1%	64,4%	56,0%	62,9%	57,8%
Nederland	90,0%	87,2%	85,5%	75,9%	86,5%	81,6%
Buitenland	10,0%	12,8%	14,5%	24,1%	13,5%	18,4%

5. Leefstijlen en verblijfsrecreatie volgens het BSR-model

Een bruikbaar instrument om de kwalitatieve aspecten van vraag en aanbod op de vrijetijdsmarkt te analyseren het leefstijlmodel (BSR™-model) van MarketResponse.

In samenwerking met negen provincies zijn zeven leefstijlen onderscheiden op basis van uitgebreid kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Deze leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben. En wat de verschillen hierin zijn. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. Voor de totstandkoming van de zeven leisure leefstijlen is gekeken naar een tweetal assen:

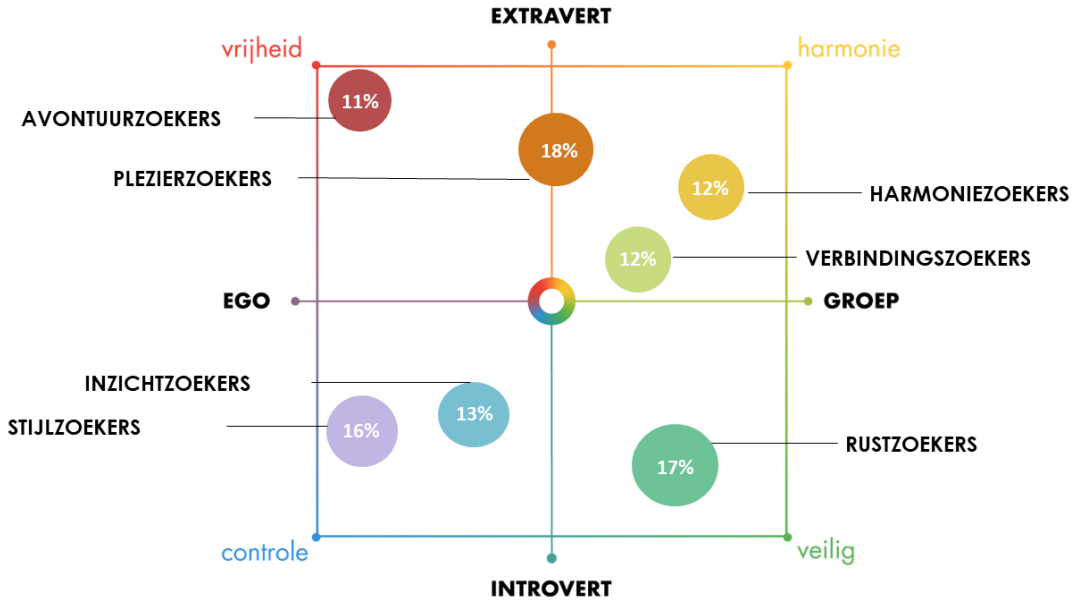
1. **Psychologische as** geeft de omgeving met emoties weer. Ben je meer ingetogen of uitgelaten? Dit is de verticale as op figuur rechts.
2. **Sociologische as** geeft aan hoe een persoon zich opstelt ten opzichte van zijn/haar omgeving. Leef je meer vanuit jezelf of ent je meer op de groep? Dit is de horizontale as op figuur rechts.

Door deze assen te laten kruisen, ontstaan vier segmenten. Deze segmenten zijn aan vier woorden en kleuren gekoppeld. Van linksboven naar linksonder, met de klok mee zijn het:

- De **rode** leefstijl (vrijheid)
- De **gele** leefstijl (harmonie)
- De **groene** leefstijl (zekerheid)
- De **blauwe** leefstijl (controle)

Omdat ieder mens een bepaalde positie heeft op iedere as, zijn mensen in te delen in deze leefstijlen. De zeven leefstijlen worden nader beschreven op de volgende pagina's.

Leefstijlverdeling Nederland





Avontuurzoekers

Profiel	Voorkeur verblijfsaccommodaties	Demografie
• Op zoek naar avontuur, uitdaging, kennis, inspiratie, nieuwe ervaringen en nieuwe mensen, creatief bezig zijn en het lokale leven ervaren, iets unieks. • Kiezen significant vaker voor vakanties met veel culturele activiteiten en kunst, stedentrip, natuur vakantie, rondtrekken en sportieve vakantie. • Avontuurzoekers trekken graag hun eigen plan, liever niet met grote groepen.	Ze zoeken naar unieke, gekke of verrassende locaties om te overnachten. Vaak ongepland en last-minute. • Bed & Breakfast, Airbnb en couchsurfing • Basic camping of hostels • Kleinschalige (boetiek) formules	• 11% van de Nederlander is avontuurzoeker • Iets vaker vrouwen (57%), en relatief vaak 50+ers (57%) en alleenstaanden (31%) • Ze verdienen vaak tot modaal (60%), hoewel ze relatief hoog opgeleid zijn (46%)



Plezierzoekers

Profiel	Voorkeur verblijfsaccommodaties	Demografie
• De Plezierzoeker is op zoek naar plezier, gezelligheid, entertainment en avontuur: er moet wel voor iedereen wat te beleven zijn. • Ze kiezen vaak voor een zon-, zee- en strandvakantie, een feestvakantie of een avontuurlijke vakantie. • De plezierzoekers gaan graag met een groep en relatief vaak op vakantie: hoe meer, hoe beter.	Het belangrijkste is dat het gezellig is. Dat kan eigenlijk overal: op een camping, maar ook met een leuke aanbieding voor een luxe hotel. • Luxe hotel en boutique hotel • Hostel • Huisje of bungalow (niet op park) • Camping met veel vermaak	• 17% van de Nederlanders is een plezierzoeker. • 54% is vrouw en 46% is man. Veelal jongeren tussen 18 en 34 jaar (56%), minder vaak 50+'ers (18%). Ook veel gezinnen met kinderen (42%). • Middelbaar opgeleid (49%), qua inkomen gelijk aan landelijk gemiddelde



Harmoniezoekers

Profiel	Voorkeur verblijfsaccommodaties	Demografie
• Vakantie wil de Harmoniezoekers graag met hun gezin, familie of vrienden doorbrengen. • Goede balans tussen dingen ondernemen (shoppen, zwemmen, bezoekje aan dierenpark of pretpark) en rustig aan doen (sauna, spelletje spelen). • Voor iedereen wat te doen, niet te duur • Recreanten in deze groep zijn hartelijke mensen, met veel interesse in anderen	Het belangrijkste is dat er voor iedereen wat te doen is zoals activiteiten voor kinderen. En het moet niet te duur zijn. • Familiecampings of vakantieparken met veel voorzieningen • Hotels met familiekamers	• 12% van de Nederlanders is een harmoniezoeker. • Veel vrouwen (74%), in de leeftijd 35-49 jaar (35%), in huishoudens met kinderen tot 12 jaar (28%), of tweepers. huishoudens van 50-64 jaar (27%). • Vaak middelbaar opgeleid (57%) en verdienen vaak (iets meer dan) modaal (43%).



Verbindingzoekers

Profiel	Voorkeur verblijfsaccommodaties	Demografie
• In hun vrije tijd zetten zij zich graag in voor anderen zoals met vrijwilligerswerk. In de tijd die overblijft genieten ze graag van de natuur, een bezoek aan museum of theater. • Vakantie is ontspanning, genieten, en gezelligheid, rust en stilte, tijd voor elkaar. • Ze houden van vakanties in de natuur, en rondtrekken. • Een groepsreis is gezellig en makkelijk om veel te kunnen doen en beleven	Rondtrekken vinden ze leuk. Zolang het maar gemoedelijk, knus, kleinschalig en rustig is, met gastvrij personeel. • Camping met goede faciliteiten • Bekende hotelketen • Huisje of bungalow	• 12% van de Nederlanders is een verbindingszoeker. • Veelal empty nesters: 50 jaar of ouder (79%) en tweepersoons huishoudens (49%). • Relatief vaak laagopgeleid (30%) en verdienen tot modaal (60%). Ze zijn ook vaak gepensioneerd (29%).



Rustzoekers

Profiel	Voorkeur verblijfsaccommodaties	Demografie
• Houdt recreatie graag letterlijk en figuurlijk graag dichtbij huis. Lekker in Nederland blijven ze, het hoeft allemaal niet zo gek. • Gaan relatief weinig op vakantie, ze blijven graag thuis. • Als ze erop uit gaan vinden ze het fijn om van tevoren zoveel mogelijk te regelen. Geen verrassingen, geen drukte.	Privacy en rust zijn belangrijk. In de vrije tijd maken ze vooral dagtrips. Ze slapen het liefst graag thuis. Wanneer wel een overnachting wordt geboekt gaat de voorkeur uit naar: • Landelijke camping, bungalow • Bekende hotelketens	• 19% van de Nederlanders is een rustzoeker.Zowel mannen (54%) als vrouwen (46%), meestal 50 jaar of ouder (57%) en relatief vaak alleenstaanden (28%). • Meestal laag- of middelbaar opgeleid (48% en 30%), en verdienen iets vaker lager dan modaal (56%).



Inzichtzoekers

Profiel	Voorkeur verblijfsaccommodaties	Demografie
• Inspirerende en rustige activiteiten zijn het domein van deze groep. Dingen leren en ervaren willen ze. • Tijd voor kunst en cultuur: museumbezoek, bekijken van bezienswaardigheden of vakantie in de natuur. en met culturele activiteiten. Museumbezoek en bezienswaardige gebouwen: daar liggen de interesses. Het liefst alleen, of in klein gezelschap.	Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Ze zijn kritisch en het moet goed geregeld zijn. Daarvoor zijn dan ook best bereid iets meer voor te betalen. • Bekende hotelketens • Bed & Breakfast met goede recensies • Huisje of bungalow (niet op een park)	• 13% van de Nederlanders is een inzichtzoeker. • Relatief vaak mannen (76%) en vaak 50 jaar of ouder (67%). Ze wonen vaak in éénpersoons- of tweepersoonshuishoudens (29% en 47%). • Relatief vaak hoogopgeleid (50%), en verdienen meestal modaal of iets meer (44%)



Stijlzoekers

Profiel	Voorkeur verblijfsaccommodaties	Demografie
• Vakantie is tijd die je optimaal moet besteden: sporten, feesten, jezelf uitdagen je laten verwennen, maar ook uitrusten. • Houden van zon- en strandvakanties, stedentrip, luxe resort, rondtrekken en all-inclusive vakanties. • Het sociale gebeuren moet kloppen. Dus liever zoveel mogelijk 'Ons Soort Mensen' om zich heen.	Exclusiviteit, luxe en comfort is zeer belangrijk voor deze groep. Ze vinden het ook niet erg om iets meer te betalen, als het dan écht goed is. • Luxe hotel • Kleinschalige boetiek formules • Bed & Breakfast en Airbnb • Huisje met veel voorzieningen	• 16% van de Nederlanders is een stijlzoeker • Vaak mannen (74%), tussen de 18 en 34 jaar oud (35%). Relatief vaak huishoudens met kinderen (35%), en relatief weinig alleenstaanden. • Vaak hoogopgeleid (50%) en verdienen relatief vaak modaal of hoger (23%).

6. Toekomstige ontwikkelingen en marktruimte

6.1 Marktruimte hotels

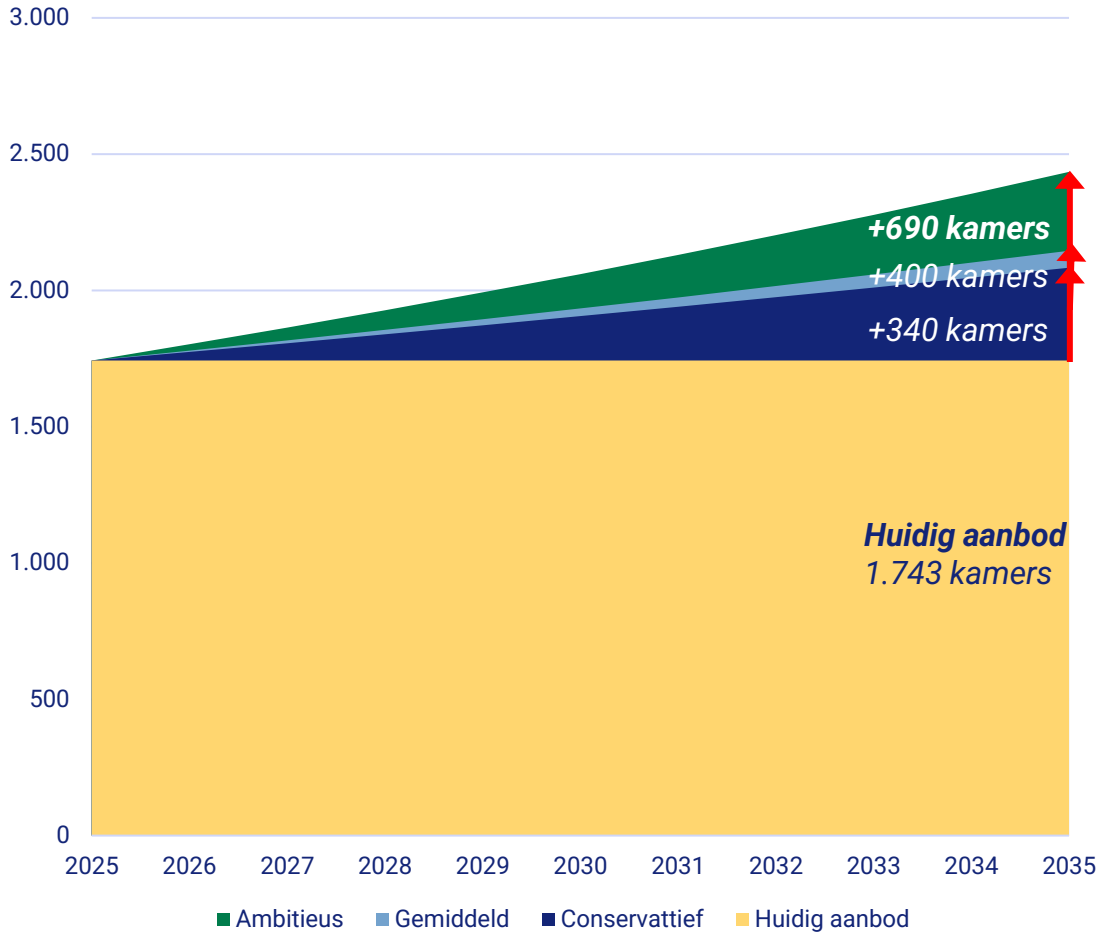
In de gemeente Noordwijk zijn er in 2025 1.743 hotelkamers. Op basis van de landelijke en provinciale prognoses voor verblijfsrecreatie van het NBTC en de historische ontwikkeling van het aantal overnachtingen is een groeiprognose gemaakt. Daarin zijn drie scenario's te onderscheiden.

- **Conservatief**: de prognose van het NBTC voor de hele verblijfsrecreatieve sector in Nederland. Dit bedraagt **1,8% jaarlijkse groei**.
- **Gemiddeld**: de prognose van het NBTC voor de hele verblijfsrecreatieve sector in de provincie Zuid-Holland. Dit bedraagt **2,1% jaarlijkse groei.**
- **Ambitieus**: de ambitieuze groei volgt het gemiddelde van de historische vraagontwikkeling (tussen 203- en 2023) voor hotels van de volgende drie gebieden: Kustgemeenten, Provincie Zuid-Holland en Agglomeratie Leiden en Bollenstreek. Dit bedraagt **3,4% jaarlijkse groei.**

Vanuit de verschillende scenario's zien we in 2035 behoefte aan ca. 2.080 tot 2.440 hotelkamers, oftewel een toevoeging van 340 tot 690 kamers.

De vraag en aanbod zijn iets gedaald afgelopen jaren, maar inmiddels zijn er meerdere marktpartijen die willen investeren en nieuw aanbod willen toevoegen. Door ontwikkelruimte te geven aan de (zittende) ondernemers kan de sector sterker worden en blijven concurreren met andere regio's. Daarbij is uitbreiding gewenst om het voorzieningenpeil van de gemeente in stand te houden. Zeker gezien de plannen voor toevoeging horecaruimte rondom de boulevard (paragraaf 8.3).

We zetten in op het versterken van de sector en gaan uit van een **ambitieus groeiscenario** met een behoefte tot **maximaal 690 extra kamers tot 2035.** Momenteel is er **één hard plan** (mogelijk in bestemmingsplan) bekend in de gemeente Noordwijk. Dat is de ontwikkeling van **Hotels van Oranje** met ca. 200 hotelkamers. Na dit plan resteert nog ruimte voor **490 kamers tot 2035.**



Toekomstige marktruimte hotels in gemeente Noordwijk.
Bron: CBS & NBTC, 2025

6. Toekomstige ontwikkelingen en marktruimte

6.2 Marktruimte recreatiewoningen

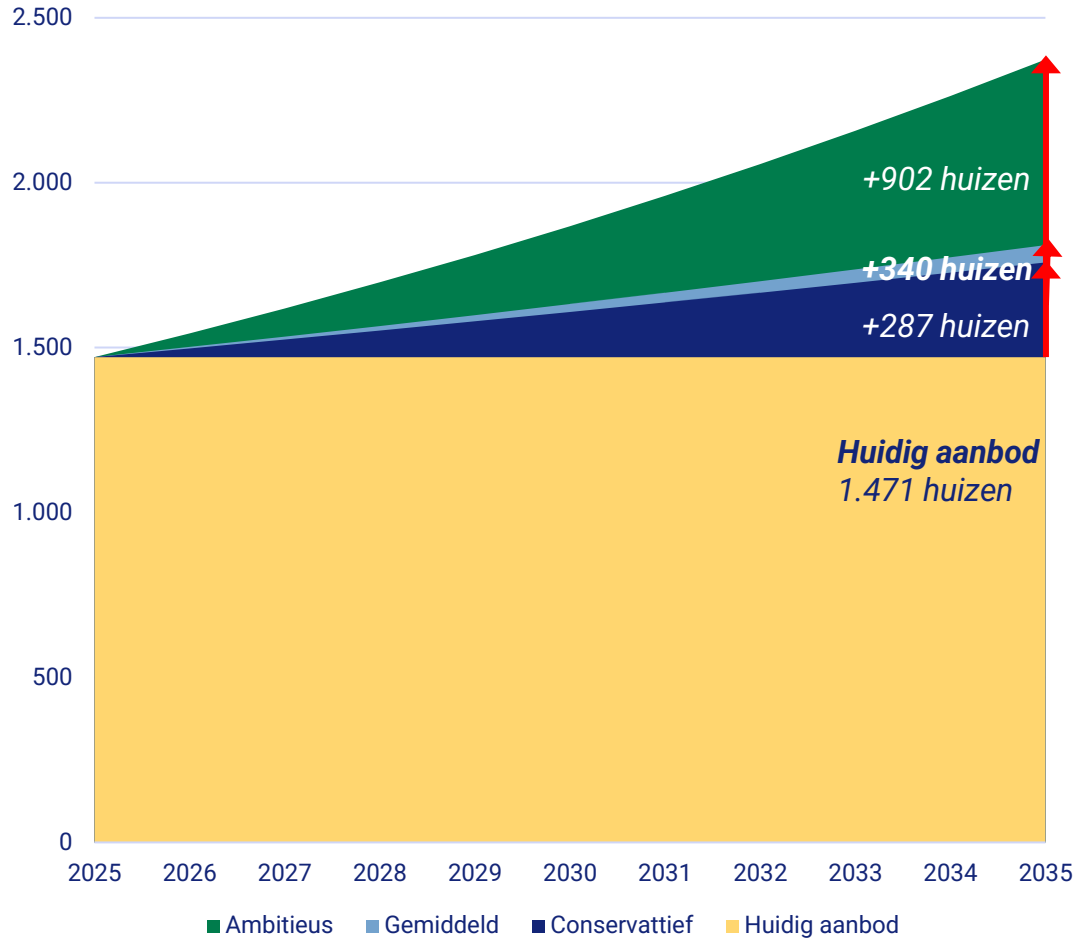
In de gemeente Noordwijk zijn er in 2025 **1.471 recreatiewoningen**. Hieronder vallen vakantiewoningen, appartementen en strandhuisjes. Op basis van de landelijke en provinciale prognoses voor verblijfsrecreatie van het NBTC en de historische ontwikkeling van het aantal overnachtingen is een groeiprognose gemaakt. Daarin zijn drie scenario's te onderscheiden.

- **Conservatief**: de prognose van het NBTC voor de hele verblijfsrecreatieve sector in Nederland. Dit bedraagt **1,8% jaarlijkse groei**.
- **Gemiddeld**: de prognose van het NBTC voor de hele verblijfsrecreatieve sector in de provincie Zuid-Holland. Dit bedraagt **2,1% jaarlijkse groei.**
- **Ambitieus**: de ambitieuze groei volgt het gemiddelde van de historische vraagontwikkeling (tussen 203- en 2023) voor vakantiewoningen en campings van de volgende drie gebieden: Kustgemeenten, Provincie Zuid-Holland en Agglomeratie Leiden en Bollenstreek. Dit bedraagt **4,9% jaarlijkse groei.**

De marktruimtestudie laat in 2035 een behoefte zien aan ca. 1.760 tot 2.370 recreatiewoningen, oftewel een toevoeging van 290 tot 900 woningen.

In de gemeente Noordwijk is het aantal recreatiewoningen de laatste jaren licht toegenomen en de bezetting is over het jaar heen goed en de vraag neemt toe. Ook komen er veel aanvragen binnen voor nieuwe woningen.

We gaan daarom uit van **het gemiddeld groeiscenario** met een behoefte tot **maximaal 340 aanvullende woningen tot 2035.** Dit hoeven geen nieuwe parken te zijn, maar kan ook inzet zijn op het terugbrengen van de toeristische bestemming of functies van recreatiewoningen die nu voor andere doeleinden worden gebruikt.



Toekomstige marktruimte recreatiewoningen in gemeente Noordwijk.
Bron: CBS & NBTC, 2025

6. Toekomstige ontwikkelingen en marktruimte

6.3 Marktruimte campingplaatsen

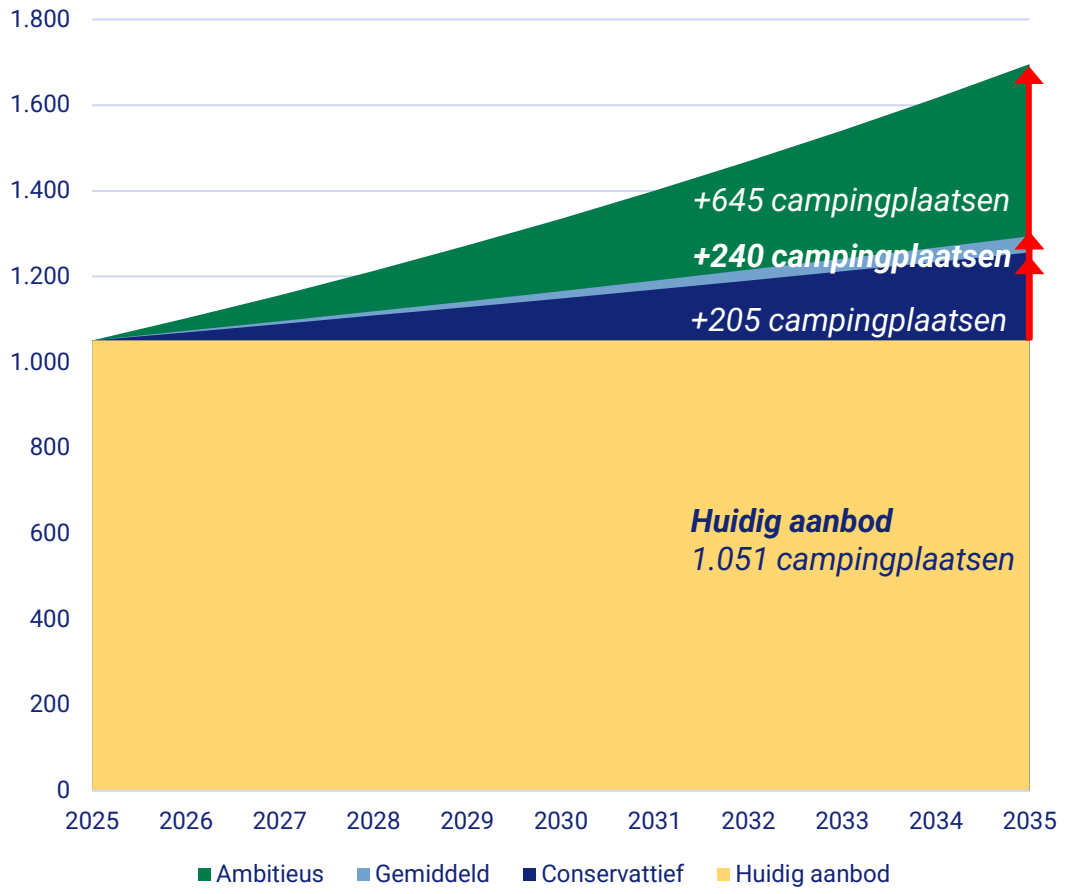
In de gemeente Noordwijk zijn er in 2025 **1.051 campingplaatsen**. Hieronder vallen zowel de vaste jaarplaatsen, seizoenplaatsen en kampeerplaatsen. Op basis van de landelijke en provinciale prognoses voor verblijfsrecreatie van het NBTC en de historische ontwikkeling van het aantal overnachtingen is een groeiprognose gemaakt. Daarin zijn drie scenario's te onderscheiden.

- **Conservatief**: de prognose van het NBTC voor de hele verblijfsrecreatieve sector in Nederland. Dit bedraagt **1,8% jaarlijkse groei**.
- **Gemiddeld**: de prognose van het NBTC voor de hele verblijfsrecreatieve sector in de provincie Zuid-Holland. Dit bedraagt **2,1% jaarlijkse groei.**
- **Ambitieus**: de ambitieuze groei volgt het gemiddelde van de historische vraagontwikkeling (tussen 203- en 2023) voor vakantiewoningen en campings van de volgende drie gebieden: Kustgemeenten, Provincie Zuid-Holland en Agglomeratie Leiden en Bollenstreek. Dit bedraagt **4,9% jaarlijkse groei.**

De marktruimtestudie laat in 2035 een behoefte zien aan ca. 1.260 tot 1.700 campingplaatsen, oftewel een toevoeging van 210 tot 650 extra plaatsen.

In de gemeente Noordwijk is het aantal campingplaatsen de laatste jaren licht toegenomen. De bezetting op Nederlandse campings is over het algemeen hoog, met een aanhoudende populariteit die na de coronapandemie niet is afgenomen, met name in het hoogseizoen.

We gaan daarom uit van **het gemiddeld groeiscenario** met een behoefte tot **maximaal 240 aanvullende campingplaatsen tot 2035.** Onder deze ruimte scharen we ook camperplaatsen, waar een groeiende vraag naar is.



Toekomstige marktruimte campings in gemeente Noordwijk.
Bron: CBS & NBTC, 2025

gemeente Noordwijk

Colofon

Titel	Visie Verblijfsrecreatie gemeente Noordwijk
Datum	September 2025
Teksten	Stad & Co, SWECO
Kaarten	SWECO
Beelden	Noordwijk Marketing, Els Bax, Jeanette van Starkenburg, Dirk van Egmond, Het is de Merkcx en Economic Board Duin en Bollenstreek

SWECO

STAD &CO