

Her-ontwikkelingsopgave verblijfstoerisme Noordwijk & Noordwijkerhout



Verdieping marktverkenning verblijfstoerisme Zuid-Holland

Definitieve rapportage | 10 oktober 2018



Samenvatting

Vraagstelling

Het doel van dit onderzoek is om meer inzicht te krijgen in het huidige functioneren en de toekomstbestendigheid van het verblijfstoeristisch product in Noordwijk en Noordwijkerhout. Concreet zijn er twee vragen gesteld:

- Hoe vitaal is het huidige verblijfsaanbod en welke vitaliteitscluster kunnen worden onderscheiden in Noordwijk/Noordwijkerhout?
- Wat zijn ontwikkelperspectieven voor het toeristisch verblijfsproduct in Noordwijk/Noordwijkerhout en specifiek voor de vitaliteitsclusters?

Door middel van bedrijfsbezoeken, vragenlijsten en diepte-interviews zijn deze vragen beantwoord.

Vitaliteit hotels, B&B's en pensions

Uit het vitaliteitsmodel blijkt dat het grootste deel van de capaciteit in deze sector vitaal is. Dit komt echter vooral door de aanwezigheid van enkele grote hotels. Een flink aantal kleinschalige familiehotels en pensions bieden weinig kwaliteit en hebben nauwelijks toekomstperspectief. De beperkte omvang en geringe uitbreidingsmogelijkheden zijn hier vaak debet aan. Mede hierdoor spelen ook bedrijfsopvolgingsproblemen. Veel kleine hotels zijn dan ook opzoek naar alternatieve verdienmodellen, zoals het transformeren tot een appartementencomplex.

Vitaliteit kampeerterreinen en bungalowparken

De meeste verblijfsrecreatieve bedrijven (kampeerbedrijven en bungalowparken) in Noordwijk/Noordwijkerhout zijn relatief kleinschalig. Hoewel echte toppers in deze categorie ontbreken, is de bezetting over het algemeen wel in orde. Hierdoor ontbreekt in veel gevallen het gevoel van noodzaak om te investeren en te innoveren. Dit is echter cruciaal om aansluiting te vinden bij de gast van morgen. Het toekomstperspectief van een groot aantal bedrijven in deze categorie staat dan ook onder druk. Ook hierbij is de geringe omvang en beperkte uitbreidingsmogelijkheden een van de redenen.

Belangrijkste opgaves

Op basis van dit vitaliteitsonderzoek kunnen drie hoofdoggaven benoemd worden ten aanzien van het toeristisch product Noordwijk/Noordwijkerhout:

- Het versterken en behouden van de omgevingskwaliteiten én het onderscheidend vermogen van Noordwijk/Noordwijkerhout ten aanzien van andere kustplaatsen
- Een overkoepelende visie ontwikkelen op zowel de hotel- als recreatiesector, met als aandachtspunt ontwikkelruimte voor ondernemers.
- Het optimaliseren van de uitstraling en inrichting van de openbare ruimte en commercieel vastgoed en focus aanbrengen in (de marketing van) het toeristisch product Noordwijk en Noordwijkerhout

Inhoud

Hoofdstuk 1. Introductie en aanleiding	4
1.1 Aanleiding	5
1.2 Vraagstelling	7
1.3 Onderzoeksverantwoording	8
1.4 Leeswijzer	10
Hoofdstuk 2. Verblijfstoerisme Noordwijk en Noordwijkerhout in beeld	11
2.1 Inleiding: de feiten	12
2.2 Het vitaliteitsmodel	13
2.3 De vitaliteit van hotels, pensions en B&B's in Noordwijk/Noordwijkerhout	14
2.4 De vitaliteit van (mini)campings en vakantieparken in Noordwijk en Noordwijkerhout	16
2.5 Vergelijking vitaliteit verblijfstoerisme sector met andere kustregio's	20
	24
Hoofdstuk 3. Analyse resultaten vragenlijsten	25
3.1 Analyse resultaten vragenlijsten	26
Hoofdstuk 4. Analyse diepte-interviews ondernemers	28
4.1 Voorwaarden voor een bestendige toekomst	29

01

Introductie en aanleiding



1.1 Aanleiding

In de eerste helft van 2018 is een marktverkenning verblijfstoerisme in opdracht van de provincie Zuid-Holland uitgevoerd. Duidelijk werd dat het verblijfstoerisme in deze provincie omvangrijk is: de sector genereert jaarlijks €1,9 miljard aan bestedingen en creëert zo'n 20.000 banen. Daarmee staat de provincie landelijk gezien op de tweede plaats. Echter, toch functioneert de sector niet optimaal. Aan de hand van de marktverkenning zijn een vijftal hoofdpogaven geïdentificeerd:

- Verwevenheid met huisvesting: Mede door de druk op de woningmarkt kent de hele verblijfstoeristische sector in Zuid-Holland een verwevenheid met de niet-recreatieve markt, dus ook op toeristische A-locaties.
- Ruimte voor vernieuwing: De innovatiekracht is laag door het ontbreken van de noodzaak, beperkte/geen uitbreidingsruimte en een hoge mate van verspreid bezit. Bestaande bedrijven hebben – onder bepaalde voorwaarden – ontwikkelruimte nodig.
- Herontwikkelingsopgave aan de Hollandse Kust: Ondanks de sterke omgevingskwaliteiten staat de kwaliteit en het functioneren van het verblijfstoeristisch aanbod onder druk.
- Vastgoedgedreven ontwikkelingen: Tegelijkertijd is het zaak om kritisch te kijken naar (her)ontwikkelingen. Deze lijken nu niet altijd een duidelijke meerwaarde te hebben ten opzichte van het bestaande aanbod en/of hebben geen langjarige focus op een toeristisch-recreatieve exploitatie. Extra aandacht is hierbij gewenst voor de hotelsector in Rotterdam/Den Haag en ontwikkeldruk in de Deltakust.
- Regie: Op dit moment lijkt het succes in de verblijfstoerisme de provincie enigszins te overkomen. Het beeld dringt zich op dat overheden meer regie op de groei en doorontwikkeling van de sector moeten nemen.



In de zomer van 2018 is een verdieping uitgevoerd op twee hoofdogaven, namelijk:

- Herontwikkelingsopgave Hollandse Kust: Om meer inzicht te krijgen in de herontwikkelsopgave aan de kust is het huidig functioneren en de toekomstbestendigheid van het verblijfstoeristisch product in Noordwijk en Noordwijkerhout in beeld gebracht. Het verblijfstoerisme wordt hierbij in de bredere ruimtelijke context geplaatst, zoals de beoogde kwaliteitsimpuls van Noordwijk en de ontwikkeling van het Nationaal Park Hollandse Duinen. Voor deze verdiepingsslag zijn de provincie Zuid-Holland en de gemeenten Noordwijk en Noordwijkerhout opdrachtgever.
- Verwevenheid verblijfstoerisme en huisvestingsmarkten Voorne-Putten: Om meer inzicht te krijgen in dit vraagstuk, is ingezoomd op één gebied. Hierbij is gekozen voor Voorne-Putten, omdat deze gemeente enerzijds toeristische potentie heeft en anderzijds dicht tegen de stadsmetropool ligt.

Dit rapport vormt het resultaat van het vitaliteitsonderzoek Noordwijk/Noordwijkerhout.



1.2 Vraagstelling

Met het vitaliteitsonderzoek Noordwijk en Noordwijkerhout is de gehele verblijfstoeristische sector van beide gemeenten in beeld gebracht. Hierbij stonden twee hoofdvragen centraal, namelijk:

- Hoe vitaal is het huidige verblijfsaanbod en welke vitaliteitscluster kunnen worden onderscheiden in Noordwijk/Noordwijkerhout?
- Wat zijn ontwikkelperspectieven voor het toeristisch verblijfsproduct in Noordwijk/Noordwijkerhout en specifiek voor de vitaliteitsclusters?



1.3 Onderzoeksverantwoording

Afbakening

Het begrip 'verblijfstoerisme' is in dit onderzoek als volgt afgebakend:

Kampeerbedrijven en gemengde bedrijven met meer dan 40 plaatsen, bungalowparken, hotels, pensions en B&B's¹. Voor B&B's en pensions is een minimum van drie kamers aangehouden.

In het onderzoek spreken we vaak over bedrijven als verzamelnaam van deze verschillende locaties. Hierbij zijn wij ons ervan bewust dat enkele locaties niet bedrijfsmatig functioneren. Verder gebruiken we voor de hotels, pensions en B&B's de verzamelnaam 'hotelsector' en voor kampeerbedrijven, bungalowparken en gemengde bedrijven de verzamelnaam 'verblijfsrecreatie'.

Jachthavens, (mini-)campings met minder dan 40 plaatsen en groepsaccommodaties zijn in dit onderzoek niet meegenomen.

Volgens de gekozen afbakening hebben de gemeenten Noordwijk en Noordwijkerhout in totaal 67 verblijfstoeristische bedrijven (59 in Noordwijk en 8 in Noordwijkerhout). Hierbij gaat het om 24 verblijfsrecreatieve bedrijven en 43 bedrijven in de hotelsector.

63 bedrijfsbezoeken

Door adviseurs van ZKA Leisure Consultants zijn 63 bedrijfsbezoeken afgelegd. Dit betekent dat vier bedrijven niet zijn bezocht. Hierbij gaat het om drie pensions en één hotel. Eigenaren bleken niet in de gelegenheid om de adviseurs te ontvangen. Tijdens de bezoeken is onder andere gekeken naar de kwaliteit en het onderscheidend vermogen van het product, de inpassing in de directe omgeving, de ligging ten opzichte van toeristische trekkers, het gebruik en de doelgroep waarop het park een aantrekkingskracht heeft. Bij veel bezoeken heeft tevens een gesprek met de ondernemer/beheerder/VvE plaatsgevonden om de achtergrond (inclusief de ambities) van het park scherp te stellen.

¹ Voor definities van de verschillende eenheden verwijzen wij u naar bijlage 1.



11 diepte-interviews

Naast de ad-hoc gesprekken die met nagenoeg alle eigenaren/beheerders plaats hebben gevonden, zijn er 11 diepte-interviews uitgevoerd. Tijdens deze gesprekken hebben we ingezoomd op de achtergrond van het bedrijf, ambities, de omgeving en organisatie rondom het toeristisch product van beide gemeenten.

24% respons op de vitaliteitsenquête

Aanvullend op de bedrijfsbezoeken zijn de verblijfstoeristische bedrijven in Noordwijk en Noordwijkerhout per e-mail en telefonisch benaderd met het verzoek een vitaliteitsvragenlijst in te vullen. Dit met als doel om meer inzicht te krijgen in het bedrijfsmatig functioneren van de parken. 16 bedrijven (24%) hebben de vitaliteitsenquête volledig ingevuld. 29% van de campings, bungalowparken of gemengde bedrijven hebben de vragenlijst ingevuld en 21% van de hotels, pensions en B&B's. De respons is qua type bedrijven een goede afspiegeling van de sector. Echter, door de beperkte respons is de enquête niet representatief voor de gehele sector in Noordwijk en Noordwijkerhout. Wel geeft het in combinatie met de bedrijfsbezoeken mooie inzichten.

Brainstorm provincie- en gemeenten-ambtenaren

Tot slot is een brainstorm georganiseerd voor provincie- en gemeenteambtenaren werkzaam in het economische en ruimtelijke domein. Doel van de brainstorm was om resultaten te delen, een oordeel te vormen en stil te staan bij een mogelijke aanpak om de vitaliteit van de sector te versterken.



1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op het huidige functioneren van de sector. Allereerst worden enkele cijfers over de sector gepresenteerd (2.2). Vervolgens wordt ingezoomd op de vitaliteit van de bedrijven in de gemeenten Noordwijk en Noordwijkerhout (2.3.).

In hoofdstuk 3 worden de resultaten van de vragenlijsten en in hoofdstuk 4 worden de belangrijkste bevindingen van de diepte-interviews gepresenteerd. Ten slotte worden in hoofdstuk 5 de kernopgaven van de sector uitgewerkt en wordt er stilgestaan bij een mogelijke aanpak (door provincie, parken en gemeenten).



02

Verblijfstoerisme Noordwijk en Noordwijkerhout in beeld



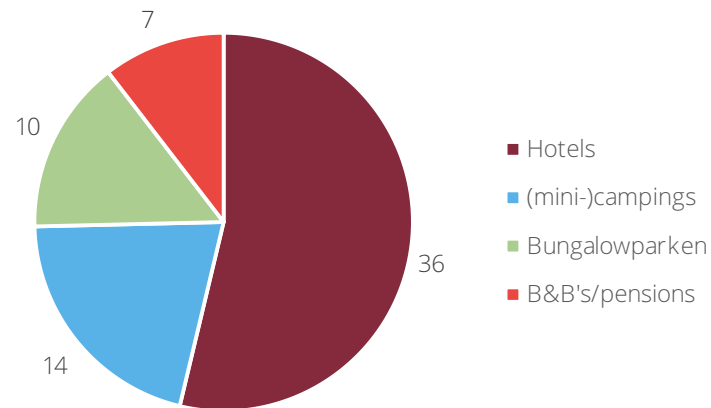
2.1 Inleiding: de feiten

Type bedrijven en hun capaciteit nader bekeken

Aanbodstructuur: type parken

Van de 67 verblijfstoeristische bedrijven in Noordwijk en Noordwijkerhout behoort het grootste gedeelte tot de categorie hotels (54%). Daarnaast zijn er ook nog eens zeven B&B's/pensions. Ongeveer 36% van de bedrijven zijn vakantiehuizen en (mini)campings.

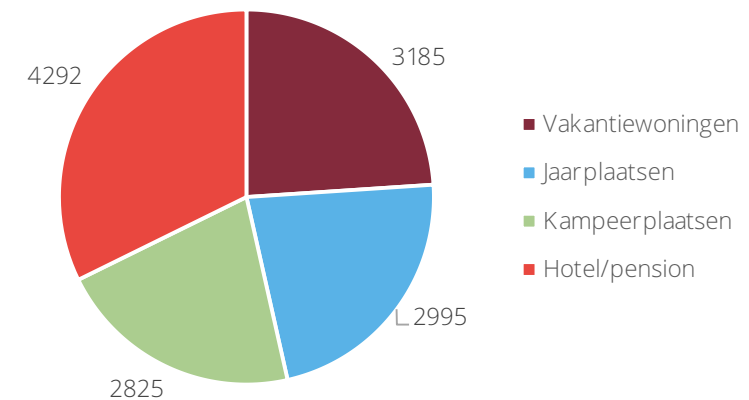
Een relatief groot deel van de hotels is geconcentreerd op en rondom de Noord- en zuid-boulevard van Noordwijk. Hierbij gaat het met name om grote hotels direct aan de boulevard en kleinere hotels/pensions meer in het achterland. Ongeveer vijf kilometer ten noorden van Noordwijk, tussen Noordwijkerhout en de kust, ligt een verblijfsrecreatief cluster met relatief veel kleinschalige vakantieparken en (mini)campings.



Figuur 2.1. Aanbodstructuur, aantal bedrijven (in %)

Aanbodstructuur: capaciteit

De totale capaciteit aan toeristische slaapplekken bedraagt ongeveer 13.300 bedden. Het grootste aandeel hiervan komt op naam van bedden in hotelkamers. Dit betreft ongeveer een derde van de totale capaciteit in Noordwijk en Noordwijkerhout. Het aantal bedden in vakantiehuizen bedraagt ongeveer 25% van de totale capaciteit. De overige verblijfsvormen, jaarplaatsen en toeristische kampeerplaatsen, hebben ongeveer een gelijke capaciteit van net iets minder dan 3.000 slaapplekken.

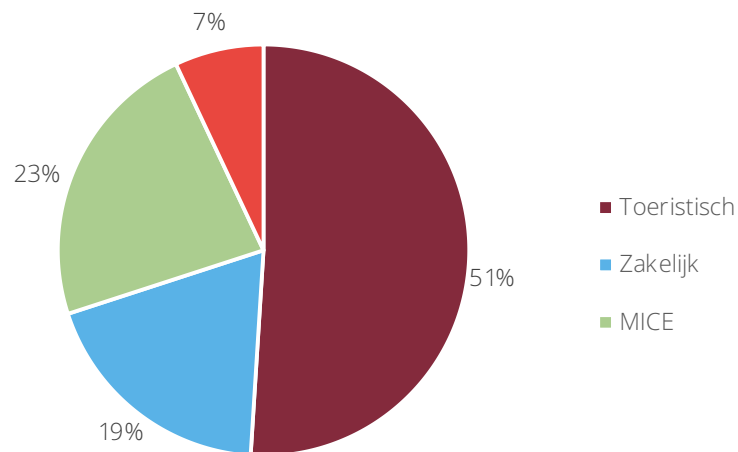


Figuur 2.2. Aanbodstructuur, capaciteit (in absolute aantallen)

Marktsegmentatie en eenheden per bedrijf

Marktsegmentatie hotels/pensions naar zakelijk en toeristisch gebruik

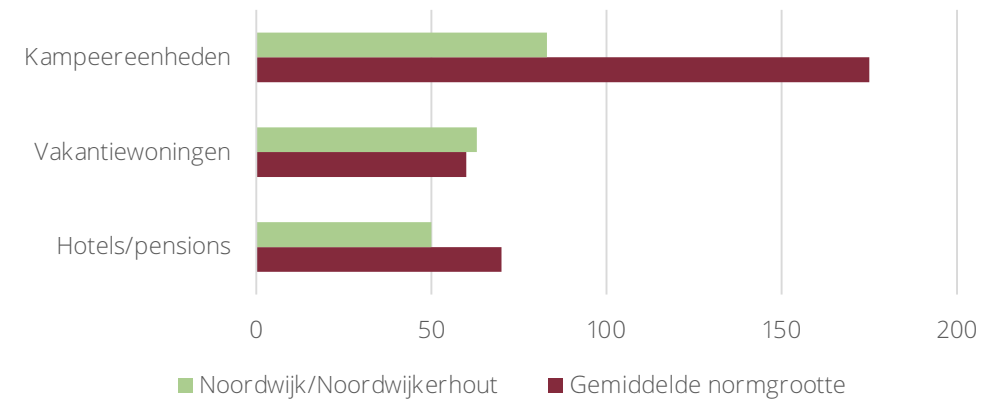
De verdeling tussen het aantal bezoekers met een toeristisch motief en een zakelijk motief is ongeveer gelijk in Noordwijk/Noordwijkerhout. In de zomermaanden zijn het vooral toeristen, in het voor- en naseizoen vooral zakelijk reizigers die de beide gemeenten aandoen. Net iets minder dan een kwart van alle bezoekers komt naar Noordwijk of Noordwijkerhout om een vergadering, conferentie of een beurs bij te wonen. Bij ongeveer 7% van de bezoekers gaat het om lang zakelijk verblijf of tijdelijke huisvesting.



Figuur 2.3. Marktsegmentatie gasten hotels/pensions Noordwijk/Noordwijkerhout

Gemiddeld aantal eenheden per type bedrijf

De bedrijven in Noordwijk en Noordwijkerhout zijn relatief kleinschalig wanneer deze vergeleken worden met normgrootten. Dit geldt vooral voor kampeerbedrijven en hotels. De normgrootte is het gemiddeld aantal eenheden dat nodig is om als ondernemer een goede boterham te kunnen verdienen en investeringsruimte te hebben. Door deze grootte kunnen schaalvoordelen ten aanzien van inkoop en personeel gerealiseerd worden. Tevens groeit het draagvlak voor voorzieningen. Vaste lasten beslaan een kleiner deel van de totale omzet. (bron: ervaringscijfers ZKA).



Figuur 2.4. Gemiddeld aantal eenheden per type bedrijf, Noordwijk en Noordwijkerhout vergeleken met normgrootten

2.2 Het vitaliteitsmodel

De theorie

Om een scherpe diagnose te stellen van hoe de sector en individuele bedrijven ervoor staan hebben we de vitaliteit in beeld gebracht. Dit hebben we gedaan aan de hand van bedrijfsbezoeken aangevuld met de informatie uit de vragenlijsten. De vitaliteit is gevisualiseerd door alle data in het vitaliteitsmodellen verblijfstoerisme Noordwijk en Noordwijkerhout te positioneren. Hierbij hebben we ervoor gekozen om de vitaliteit van hotels/pensions/B&B's en de campings/vakantieparken in een apart model te plotten.

Het model heeft twee assen: de horizontale as geeft de bedrijfsmatige kwaliteit weer en de verticale as het toekomstperspectief in verblijfstoerisme. De indicatoren die van invloed zijn op de kwaliteit en het perspectief, en verdere informatie over het vitaliteitsmodel, staan vermeld in de bijlage.

De resultaten met betrekking tot de kwaliteit en het perspectief leiden tot een unieke positie per park in het vitaliteitsmodel. Elk park valt binnen een van de vier kwadranten, zoals in de figuur op de volgende sheet is weergegeven.

Kwaliteit van ondernemerschap en de onderneming

In welke mate is de ondernemer/VvE in staat in te spelen op de veranderende wensen van gasten? Hoe is zijn bedrijfseconomische situatie? Welke kwaliteit en (ruimtelijke) uitstraling heeft het bedrijf? Richt het bedrijf zich op een specifieke doelgroep?

Perspectief van de ondernemer en de onderneming

Heeft de ondernemer/VvE een heldere toekomstverwachting? Is bedrijfsopvolging kansrijk? Kan de ondernemer/VvE voldoen aan financieringsnormen? Met welke cruciale (ruimtelijke) bedreigingen en/of kansen wordt het bedrijf geconfronteerd? Heeft de ondernemer/VvE aansluiting bij de toeristisch-recreatieve vraag?

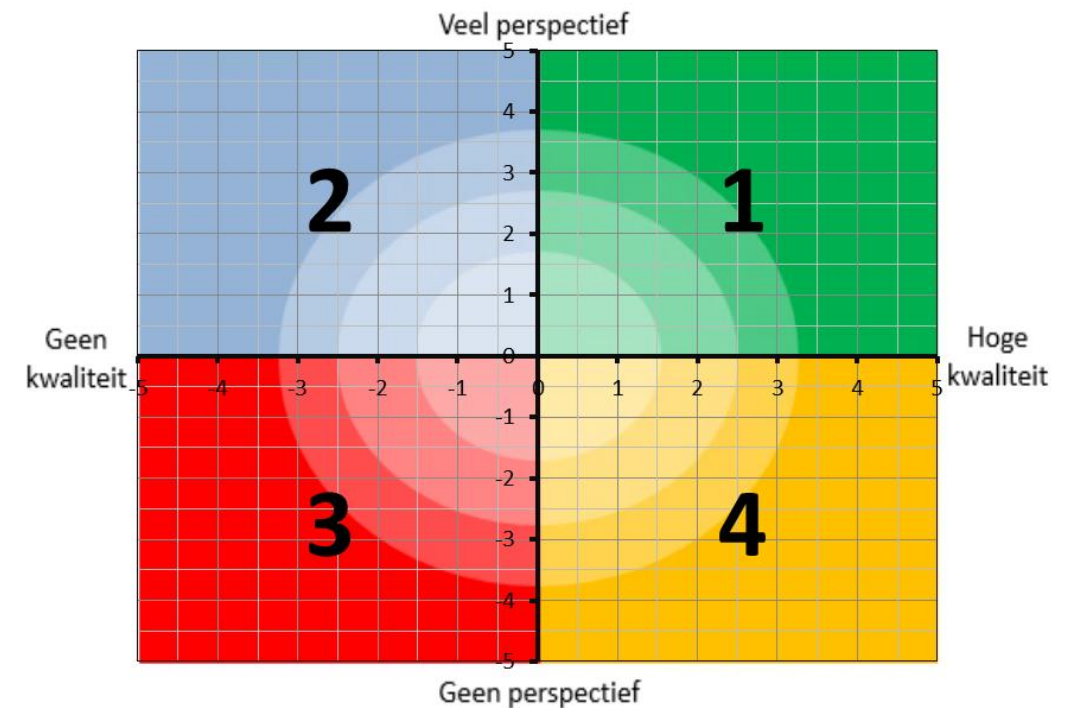


De vier kwadranten van vitaliteit

Ieder kwadrant beschikt over bedrijven met dezelfde type kenmerken:

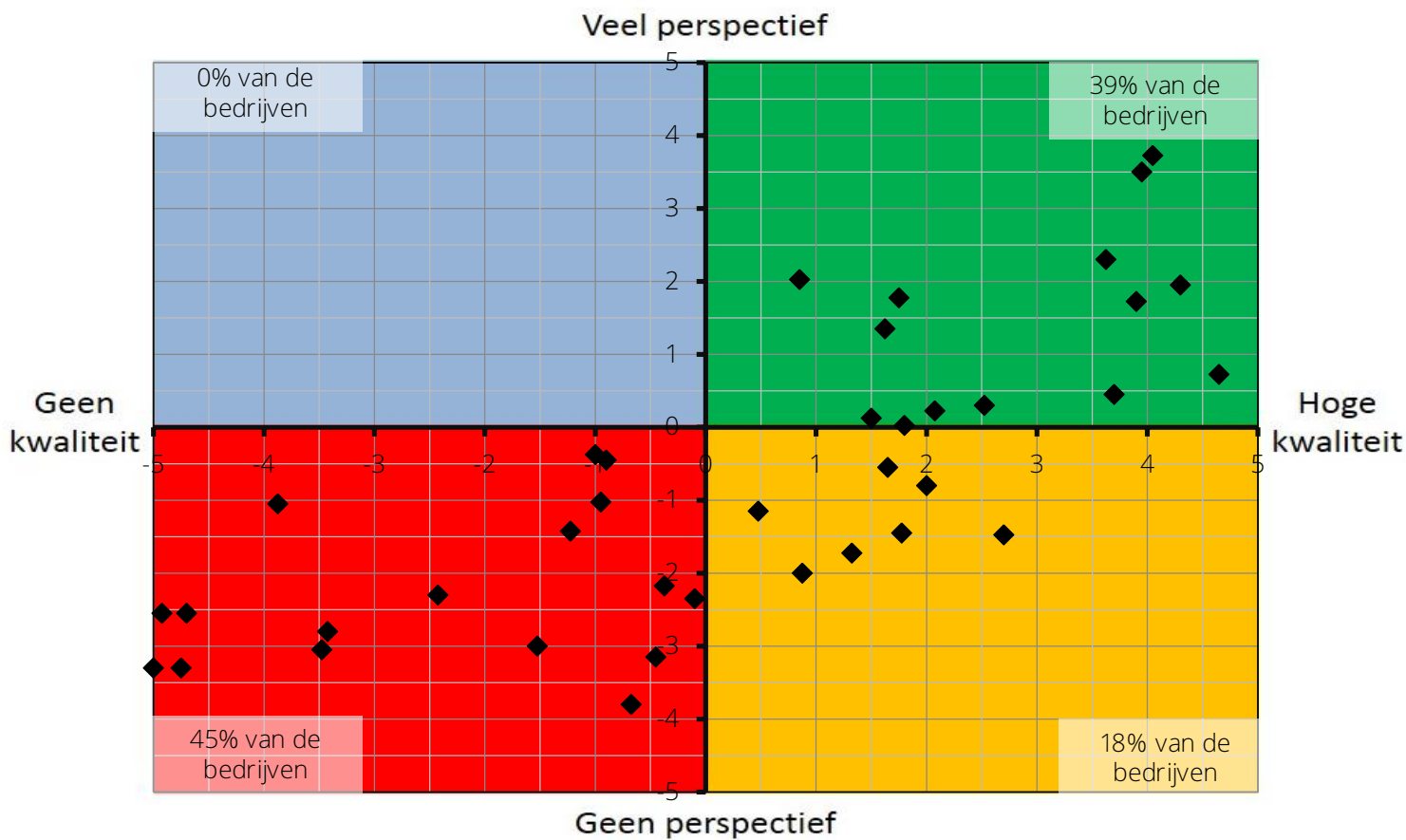
1. De bedrijven in het groene kwadrant functioneren goed, hebben doorgaans veel schaalgrootte en/of gezonde inkomstenmix en vaak een uitstekende toeristisch-recreatieve ligging in combinatie met strategisch ondernemerschap.
2. Bedrijven in het blauwe kwadrant hebben vaak voldoende (potentiële) schaalgrootte om bedrijfsmatig succesvol te functioneren en ze zijn gelegen op locaties die toeristisch recreatieve (ontwikkel)potentie hebben. Maar het ondernemerschap is bijna altijd beheerend en weinig strategisch van aard. De bedrijfskwaliteit is onder de maat.
3. Bedrijven in het rode kwadrant liggen bijna altijd op toeristisch-recreatief zwakke locaties, ze worden beheerend gerund en hebben weinig fysieke en financiële ontwikkelingsruimte. Vaak is er sprake van (zeer) slecht of geen recreatief ondernemerschap.
4. Bedrijven in het gele kwadrant zijn vaak gestoeld op een beheerdersmentaliteit: 'doen zoals we het altijd deden'. De technische bedrijfskwaliteit is goed op orde, maar bijna altijd zijn de parken gelegen op een locatie die toeristisch-recreatief matig en weinig onderscheidend is.

De volgende paragrafen tonen de vitaliteitsmodellen van Noordwijk en Noordwijkerhout. Hierbij is, zoals eerder aangegeven, onderscheid gemaakt tussen het vitaliteitsmodel voor hotels, B&B's en pensions (2.3) en het vitaliteitsmodel voor kampeerbedrijven, gemengde bedrijven en bungalowparken (2.4).



Figuur 2.5. Het vitaliteitsmodel (ZKA)

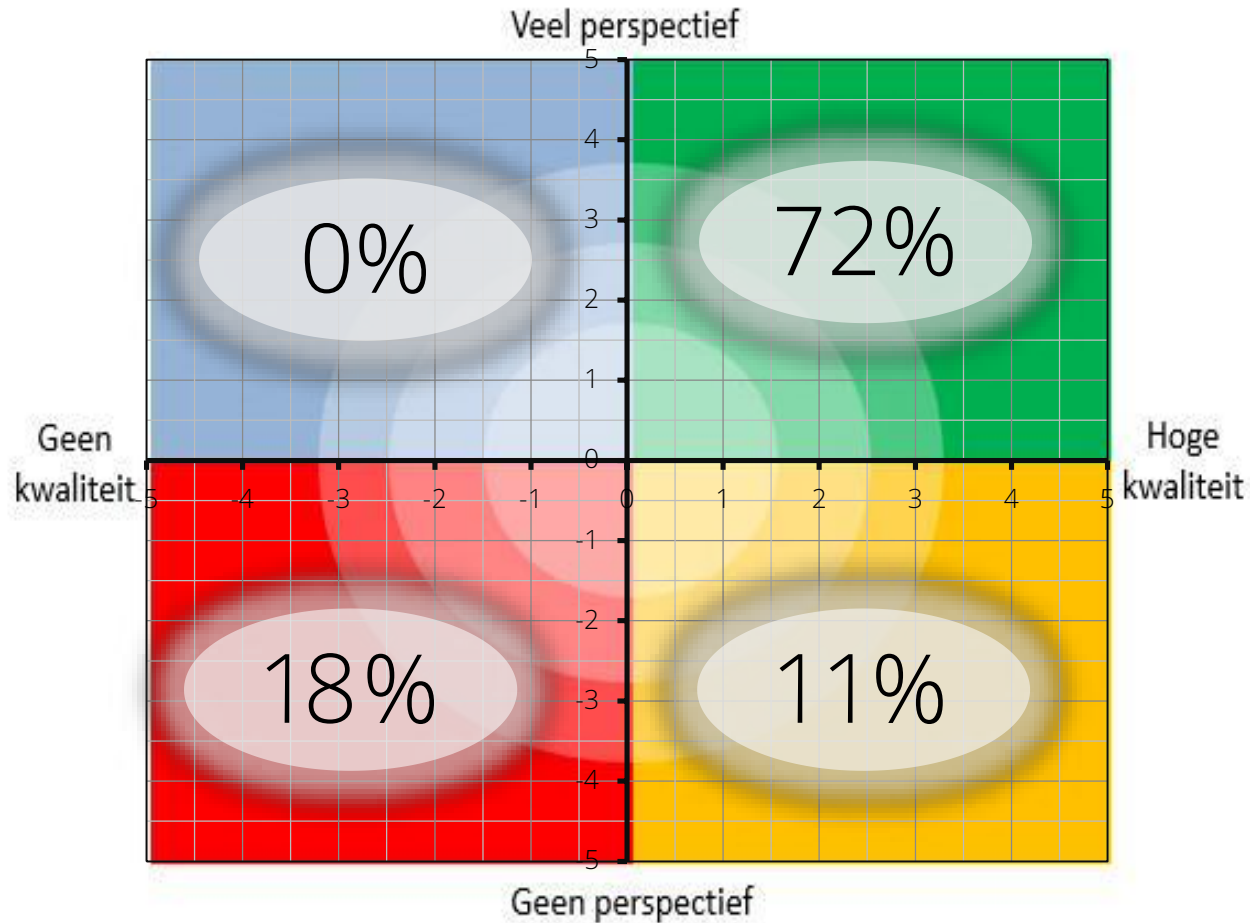
2.3 De vitaliteit van hotels, pensions en B&B's in Noordwijk/Noordwijkerhout



Vitaliteit uitgedrukt in (relatief) aantal bedrijven

Ongeveer 40% van de onderzochte hotels en pensions in Noordwijk en Noordwijkerhout is vitaal. Deze bedrijven zijn te vinden in het groene kwadrant waar bedrijven doorgaans in goede verbinding staan met hun toeristisch-recreatieve gasten. Een aantal van hen hangt echter wel dicht tegen het gele kwadrant aan. Een iets groter aandeel (45%) komt uit in het rode niet-vitale kwadrant waar zowel het perspectief als de kwaliteit te laag is. Ongeveer 18% van de hotels/pensions heeft voldoende kwaliteit maar te weinig toekomstperspectief (gele kwadrant). Geen van de onderzochte hotels en pensions valt in het blauwe segment met voldoende toekomstperspectief, maar weinig kwaliteit.

← Figuur 2.6. Vitaliteitsmodel hotels, pensions en B&B's Noordwijk en Noordwijkerhout (in aantal bedrijven)



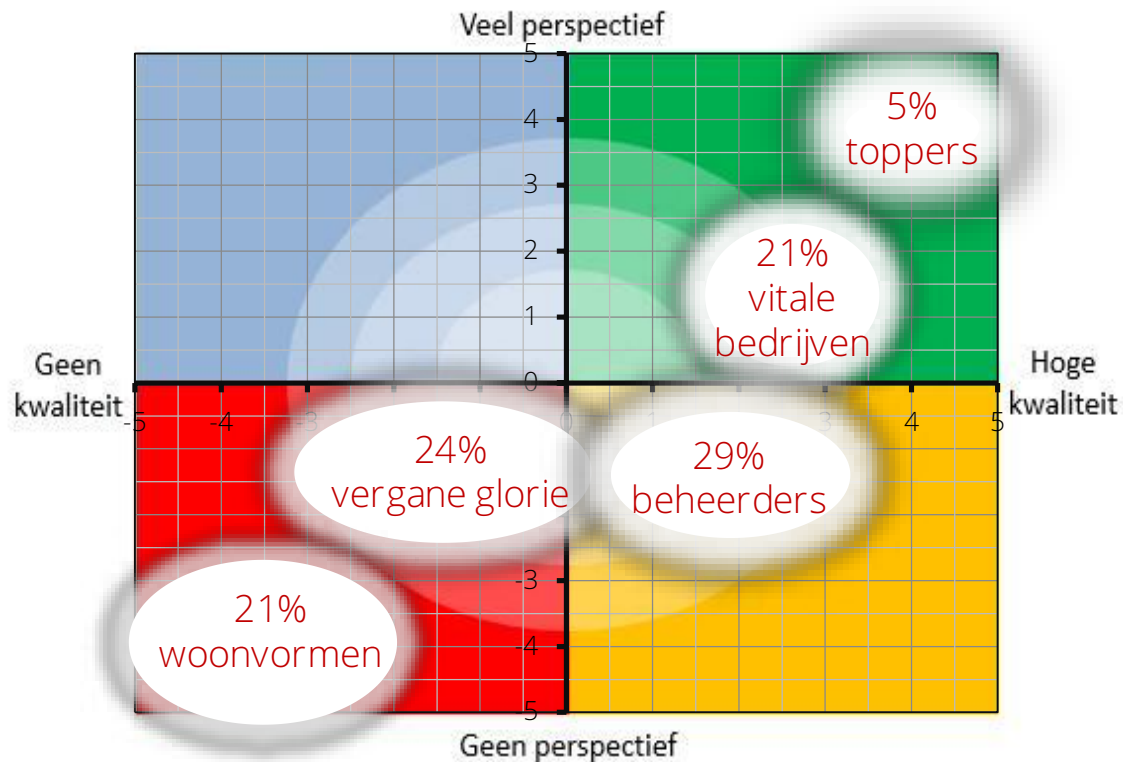
Vitaliteit uitgedrukt in capaciteit

Wanneer gekeken wordt naar de verdeling van de capaciteit (aantal kamers/eenheden) over de vitaliteitssegmenten, ontstaat een genuanceerder beeld. Dit doordat de kwalitatief betere hotels over het algemeen meer schaalgrootte hebben.

Circa 72% van het aantal eenheden in Noordwijk en Noordwijkerhout valt binnen het groene vitale kwadrant. Circa 18% komt uit in het rode niet-vitale kwadrant waar zowel het perspectief als de kwaliteit te laag is. Circa 11% van de eenheden heeft (redelijke) kwaliteit maar te weinig toekomstperspectief in verblijfstoerisme (gele kwadrant). Geen van de eenheden valt in het blauwe segment met voldoende toekomstperspectief, maar weinig kwaliteit.

Figuur 2.7. Vitaliteitsmodel hotels, pensions en B&B's Noordwijk en Noordwijkerhout (in capaciteit)

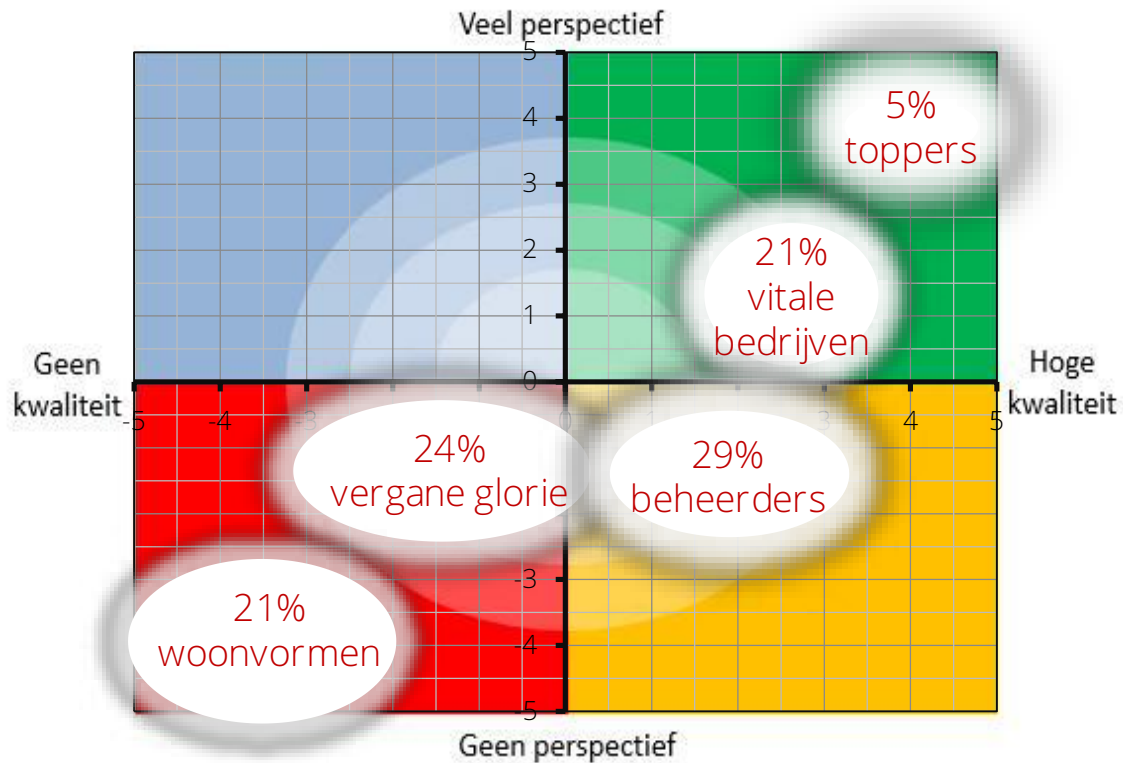
Clustering vitaliteit hotels, pensions en B&B's Noordwijk en Noordwijkerhout



Figuur 2.8. Vitaliteitsclusters hotels, pensions en B&B's Noordwijk en Noordwijkerhout (% in aantal bedrijven)

Om meer gevoel te krijgen bij de vitaliteit van de hotelsector in Noordwijk en Noordwijkerhout, hebben we de bedrijven onderverdeeld in vijf vitaliteitsclusters.

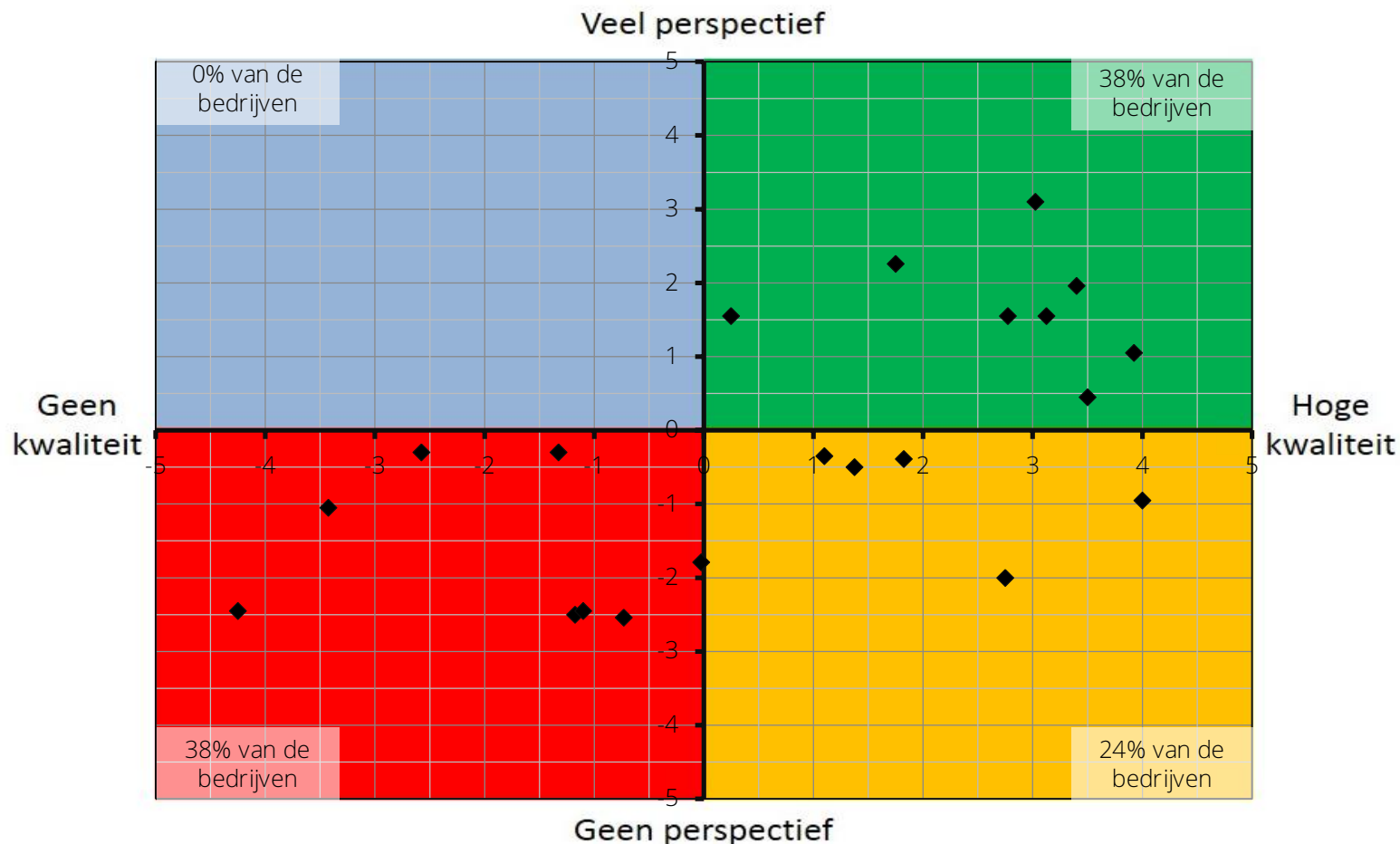
1. Toppers (5%) Zeer goed presterende bedrijven die meedraaien in de top van de Nederlandse verblijfsrecreatie. Hierbij gaat het om gedifferentieerde bedrijven met een uniek belevingsconcept dat extra waarde voor gerichte gastsegmenten creëert. Deze bedrijven onderscheiden zich van de concurrentie door middel van unieke accommodaties, voorzieningen, dienstverlening, kwaliteit, services en vaak een bijzonder aantrekkelijke toeristische omgeving.
2. Vitale bedrijven (21%) Vitale bedrijven staan volop in contact met hun recreatieve gast. Deze bedrijven zijn vaak grootschalig en gelegen op A-locaties. Het gebruik kent een mix van zakelijk en toeristisch gebruik en ze bieden veel voorzieningen aan (zalen, restaurant, wellness). Ze kunnen ook onderscheidend zijn door een hoog serviceniveau te bieden. Vaak zijn ze gelegen aan of nabij de kust. De meeste bedrijven zijn onderdeel van een keten, waardoor ze goed online vindbaar zijn.
3. Beheerders (29%) Ondanks een redelijke tot goede kwaliteit, hebben deze bedrijven vaak te weinig schaalgrootte en worden er geen strategische investeringen meer gedaan. Daardoor zijn ze niet concurrerend en zitten ze vast in het midden. Bovendien worden veel van deze bedrijven geconfronteerd met gebrek aan bedrijfsopvolging. Vaak betreft dit zelfstandig opererende hotels, die afhankelijk zijn van herhalingsbezoek. De bezetting is vooralsnog wel naar behoren.



Figuur 2.8. Vitaliteitsclusters hotels, pensions en B&B's Noordwijk en Noordwijkerhout (% in aantal bedrijven)

4. Vergane glorie (24%) In dit cluster bevinden zich veelal kleinschalige familiehotels op matige toeristische locaties. De kwaliteit laat vaak te wensen over en het aanbod sluit nauwelijks aan bij de wensen en behoeften van moderne gasten. In de meeste gevallen zijn de bedrijven ook slecht online vindbaar. Ook spelen hier vaak problemen met de opvolging.
5. Woonvormen (21%) De hotels en pensions in dit cluster zijn toeristisch-recreatief niet aantrekkelijk (te weinig en te kleine kamers, (veel) te weinig geïnvesteerd in het verleden en zeer matig management. Deze bedrijven zijn daarvoor afhankelijk van alternatieve verdienmodellen. Meestal betekent dit (tijdelijke) huisvesting voor studenten, arbeidsmigranten en mensen met sociale problemen. Dit gaat in Noordwijk/Noordwijkerhout nagenoeg altijd samen met verloedering.

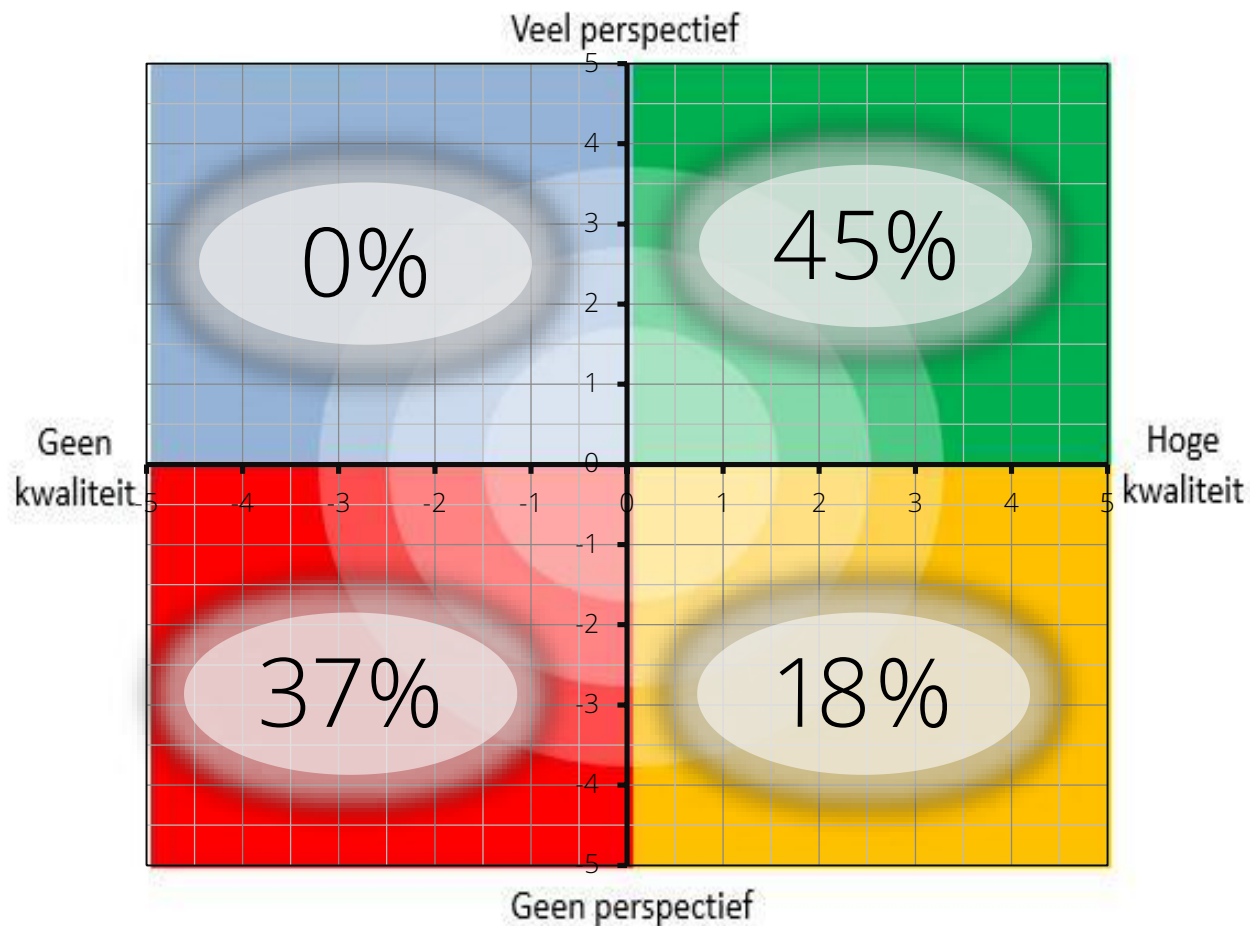
2.4 De vitaliteit van (mini)campings en vakantieparken in Noordwijk en Noordwijkerhout



Vitaliteit uitgedrukt in (relatief) aantal bedrijven

In het hiernaast gelegen model presenteren we de vitaliteit van de verblijfsrecreatieve sector in Noordwijk/Noordwijkerhout. Ongeveer 38% van de onderzochte campings en vakantieparken is vitaal. Deze parken komen uit in het groene kwadrant waar bedrijven doorgaans in goede verbinding staan met hun toeristisch-recreatieve gasten. Een zelfde aandeel komt uit in het rode niet-vitale kwadrant waar zowel het perspectief als de kwaliteit te laag is. Een kleiner aantal campings/vakantieparken heeft voldoende kwaliteit maar te weinig toekomstperspectief in de verblijfsrecreatie (gele kwadrant). Geen van de onderzochte bedrijven valt in het blauwe segment met voldoende toekomstperspectief, maar weinig kwaliteit.

Figuur 2.9. Vitaliteitsmodel (mini)campings en vakantieparken Noordwijk en Noordwijkerhout (in aantal bedrijven)



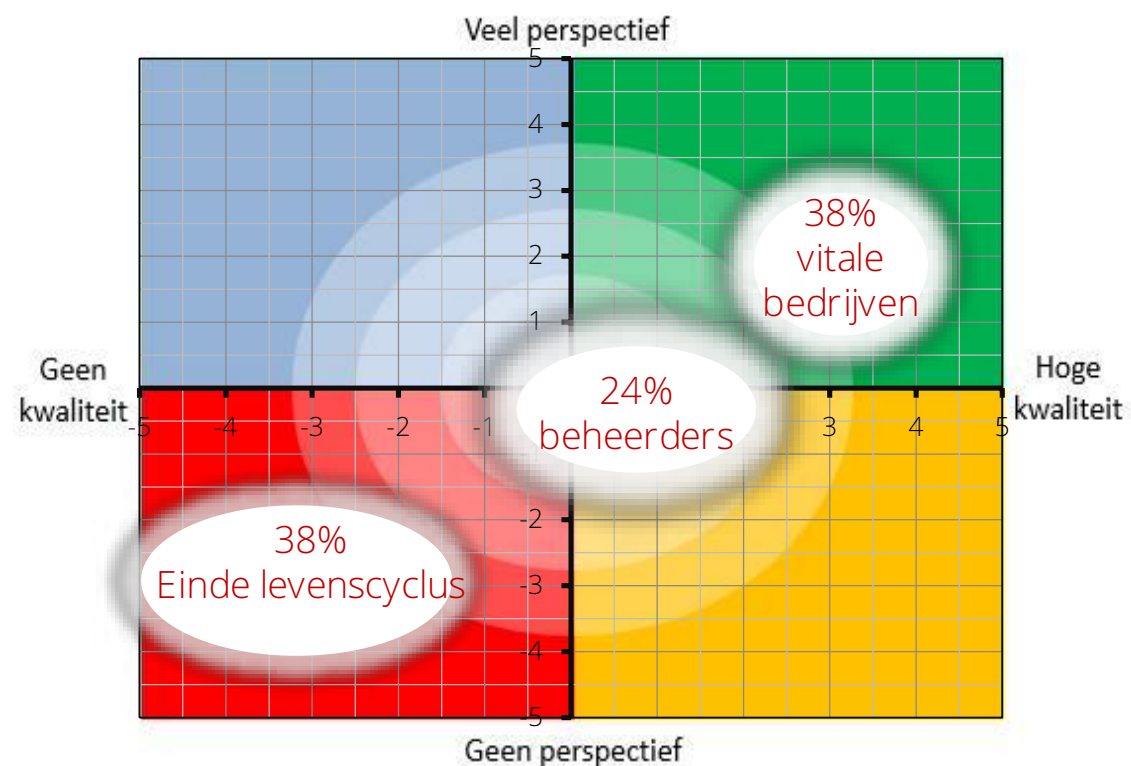
Figuur 2.10. Vitaliteitsmodel (mini)campings en vakantieparken Noordwijk en Noordwijkerhout (in capaciteit)

Vitaliteit uitgedrukt in capaciteit

Wanneer gekeken wordt naar de verdeling van de capaciteit van de kampeerbedrijven en bungalowparken (aantal slaapplekken) over de vitaliteitssegmenten valt op deze niet sterk verschilt met de verdeling over de vitaliteitssegmenten van aantal parken. Dit kan vooral verklaard worden door de geringe omvang van nagenoeg alle vakantieparken en (mini)campings. Tevens zijn de voor Noordwijk en Noordwijkerhout relatief grote bedrijven terug te vinden in zowel het groene, gele als rode segment. Geen van de bedrijven beschikt over meer dan 200 eenheden.

Circa 45% van het aantal eenheden in Noordwijk en Noordwijkerhout valt binnen het groene vitale kwadrant. 37% komt uit in het rode niet-vitale kwadrant waar zowel het perspectief als de kwaliteit te laag is. 18% van de eenheden heeft (redelijke) kwaliteit maar te weinig toekomstperspectief in verblijfsrecreatie (gele kwadrant). Geen van de eenheden valt in het blauwe segment met voldoende toekomstperspectief, maar weinig kwaliteit.

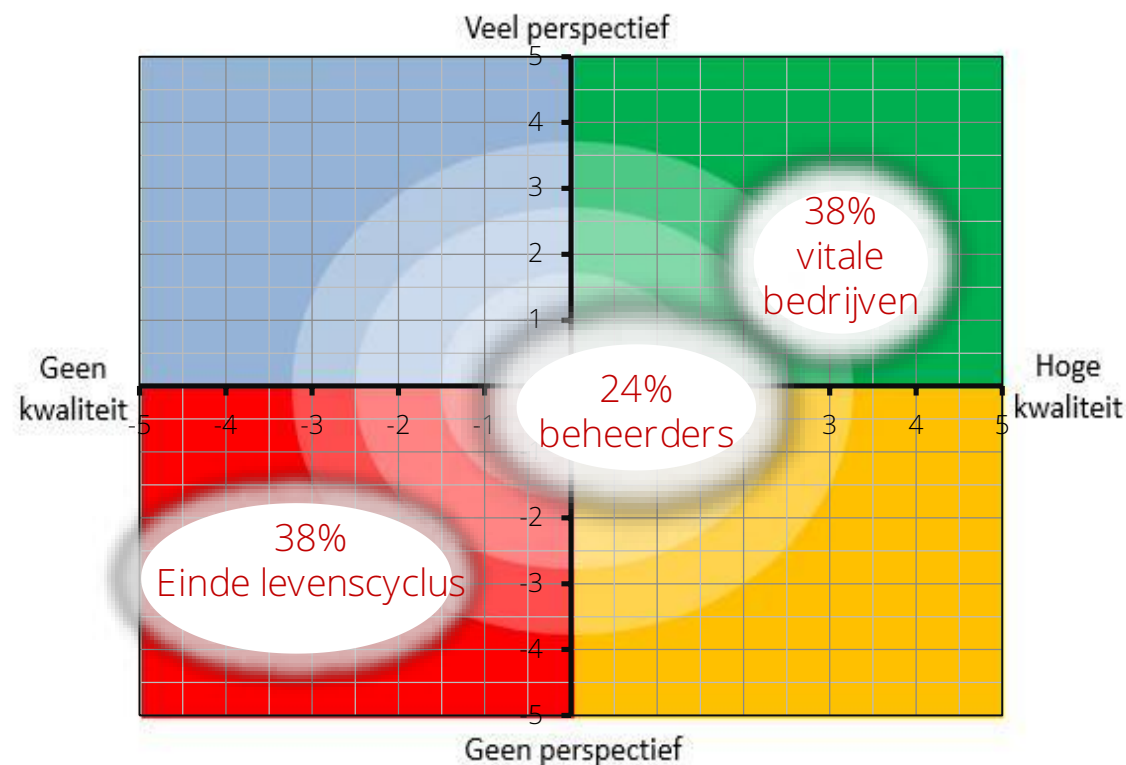
Clustering vitaliteit campings en vakantieparken in Noordwijk en Noordwijkerhout



Wanneer ingezoomd wordt op de vitaliteitsdiagnose van de verblijfsrecreatieve sector in Noordwijk/Noordwijkerhout dan kunnen de volgende vitaliteitsclusters worden onderscheiden:

1. Vitale bedrijven (38%) De bedrijven in het groene kwadrant rapporteren hoge bezettingsgraden en investeren regelmatig in de kwaliteit van hun park. Op die manier lukt het hen, ondanks de vaak geringe schaalgrootte, om de productiviteitsnormen op peil te houden. Uitbreidingmogelijkheden zijn echter beperkt. Het perspectief is hoog door de gunstige ligging nabij een bosrijk gebied, de duinen en het strand. Sommige parken in dit cluster zijn uitgepond, maar dan wel in combinatie met goed beheer. Dan wil zeggen: gericht op langjarige toeristische exploitatie (met wisselend toeristisch gebruik). Ook vallen een aantal kleinere huisjesterreinen die kwalitatief goede huisjes aanbieden binnen dit cluster.

Figuur 2.11. Vitaliteitsclusters (mini)campings en vakantieparken Noordwijk en Noordwijkerhout (% in aantal bedrijven)



Figuur 2.11. Vitaliteitsclusters (mini)campings en vakantieparken Noordwijk en Noordwijkerhout (% in aantal bedrijven)

2. Beheerders (24%) De bedrijven in dit cluster (en cluster 3) hebben een matig perspectief, wat vooral te wijten is aan de beperkte omvang. Het perspectief staat ook onder druk doordat er in het verleden niet genoeg geïnvesteerd is. Doordat de bezettingen in orde waren ontbrak (en ontbreekt) de urgentie hiertoe. Hierdoor hebben deze bedrijven nu een achterstand op de bedrijven in het groene kwadrant, zijn ze niet meer concurrerend en zitten ze vast in het midden. Dit gegeven wordt vaak versterkt door het feit dat er bedrijfsopvolgingsproblemen zijn. De kwaliteit van de parken is vaak nog wel voldoende (zo zijn de heggen gesnoeid, is het gras gemaaid en is informatie uit de omgeving beschikbaar), maar de eerste tekenen van verval zijn zichtbaar (denk aan slechte reviews en het toelaten van arbeidsmigranten). Dit maakt deze parken kwetsbaar om ook in de nabije toekomst een gezonde exploitatie te kunnen blijven draaien.
3. Einde levenscyclus (38%) In het laatste cluster bevinden zich bedrijven zonder groeipotentie waar nauwelijks nog in geïnvesteerd wordt. Ze zien er vaak verouderd en liggen op onaantrekkelijke locaties. Een aantal bungalowparken in dit cluster is uitgepand (versnipperd eigendom) zonder goed beheer waar (een deel van) de eenheden permanent bewoond worden.

2.5 Vergelijking vitaliteit verblijfstoerisme sector met andere kustregio's

In meerdere regio's is via dezelfde systematiek een analyse van de vitaliteit van de sector gemaakt op provinciaal, regionaal of lokaal niveau. Daardoor zijn de uitkomsten te vergelijken. In de tabel hiernaast zijn de uitkomsten van het vitaliteitsonderzoek Noordwijk/Noordwijkerhout vergeleken met die van de zuid- en noordkust van Noord-Holland Noord en Zeeland (hele provincie, dus niet alleen kust). Alle verblijfstoeristische bedrijven maken onderdeel uit van de vergelijking. De volgende conclusies kunnen worden getrokken:

- Het aandeel bedrijven in het groene (vitale) segment is lager dan in andere kustregio's;
- Noordwijk en Noordwijkerhout kent geen bedrijven in het blauwe segment (met voldoende perspectief en weinig kwaliteit). Dit is voor een kustregio opvallend en kan vooral verklaard worden door de geringe schaalgrootte van de meeste bedrijven;
- Het aandeel parken in het gele kwadrant (laag perspectief, voldoende kwaliteit) is in Noordwijk en Noordwijkerhout relatief hoog;
- Het aandeel parken in het rode kwadrant (niet-vitaal) is met 38% relatief hoog in Noordwijk en Noordwijkerhout vergeleken met de kustgebieden in Noord-Holland Noord.

Tabel:2.1 Vergelijking vitaliteit Noordwijk en Noordwijkerhout met de zuid- en noordkust van Noord-Holland Noord en Zeeland

Segment	Noordwijk/ Noordwijkerhout	Zuidkust Noord- Holland Noord	Noordkust Noord- Holland Noord	Zeeland (provincie)
Groen	42%	72%	60%	44%
Blauw	0%	8%	25%	9%
Geel	20%	0%	0%	17%
Rood	38%	20%	15%	30%

De percentages zijn gebaseerd op aantallen bedrijven, niet op de capaciteit van de bedrijven.

03

Analyse resultaten vragenlijsten



3.1 Analyse resultaten vragenlijsten

Ter aanvulling op de bedrijfsschouw zijn er enquêtes verstuurd naar alle verblijfstoeristische ondernemers in Noordwijk en Noordwijkerhout. Op basis van de antwoorden kunnen een aantal uitspraken gedaan worden over de gang van zaken van de ondernemingen. Eerst zal er vooral aandacht worden gegeven aan de vragen over de bedrijfsvoering. Op de volgende sheet staan de antwoorden met betrekking tot de gasten en de ambities/toekomst van de ondernemingen centraal. Hoewel de antwoorden een goed overzicht geven van hoe ondernemers tegen bepaalde zaken aankijken, is het wel belangrijk om in het achterhoofd te houden dat de resultaten niet representatief zijn voor de gehele sector.

1 Omzet en investeringsruimte

- Hoteleigenaren die hebben meegedaan aan de enquête rapporteren een bezetting over 2017 van tussen de 52% en 90%. Of dit voldoende is voor een sluitende exploitatie hangt af van de mate van financiële verplichting en differentiatie van het verdienmodel. Gezien de bedrijfsstructuur van de hotels/pensions/B&B's in Noordwijk/Noordwijkerhout verwachten we dat deze bezetting voor veel bedrijven voldoende tot goed zal zijn.
- De meerderheid van de bedrijven geeft aan dat de omzet de afgelopen 3 jaar is gestegen. Geen van de respondenten geeft aan dat hun logiesomzet de afgelopen 3 jaar gedaald is.
- Zo'n 63% van de respondenten geeft aan dat ze de afgelopen jaren niet hebben geïnvesteerd in nieuwe voorzieningen of uitbreiding van hun capaciteit. Het zijn vooral de kleine hotels/pensions die aangeven niet te hebben geïnvesteerd. Velen van hen zijn ook niet van plan de komende jaren te gaan investeren. Ongeveer de helft van de respondenten zegt wel van plan te zijn de komende jaren te gaan investeren in hun bedrijf.



2 Gasten

- De herkomst van de gasten van de bedrijven die de enquête hebben ingevuld is voor 33% Nederlands en voor 67% buitenlands. De overgrote meerderheid van de buitenlandse gasten komt uit Duitsland. Dit beeld komt overeen met het beeld verkregen met de bedrijfsschouws.
- Senioren en gezinnen met jonge kinderen zijn de belangrijkste doelgroepen van campings in Noordwijk en Noordwijkerhout.
- De meeste gasten van de hotels verblijven relatief kort in Noordwijk en Noordwijkerhout voor een kort toeristisch verblijf (1 a 2 nachten). Dit geldt zowel voor de toeristische als zakelijke gast.

3 Toekomst en ambities

- De meeste respondenten hebben de ambitie om de kwaliteit van hun bedrijf te verbeteren in de nabije toekomst. Respondenten uit de verblijfsrecreatie zouden daarbij graag hun perceeloppervlak uitbreiden.
- Nagenoeg alle respondenten beschouwen contact met hun gasten als een van hun belangrijkste taken. Hotels/pensions vinden daarbij dat administratie en operationele zaken (keuken, bedieningen, receptie) tot de belangrijkste taken behoren. Campings en vakantieterreinen vinden naast administratie ook onderhoud een belangrijke taak. Bijna alle genoemde taken zijn typische 'beheerders' taken. 'Strategische' taken worden weinig genoemd.
- Ten aanzien van hun onderneming maken respondenten zich vooral zorgen om beperkingen door wet- en regelgeving en beperkte uitbreidingmogelijkheden. Andere potentiële zorgen, zoals financieringsmogelijkheden en bedrijfsopvolging, worden minder vaak genoemd. Dit is opvallend aangezien tijdens de bedrijfsschouws duidelijk werd dat bedrijfsopvolging bij diverse bedrijven wel degelijk een issue is.
- Meer dan de helft van de respondenten ziet potentie in een eventuele badstatus voor Noordwijk. Slechts een klein aantal van hen geeft aan bereid te zijn hun voorzieningen hierop te laten aansluiten. In dit laatste geval gaat het vooral om de grote hotels aan de boulevard.
- Campinghouders werken vooral samen op het gebied van marketing en promotie. Tussen hoteleigenaren vindt onderling weinig samenwerking plaats.

04

Analyse diepte-interviews ondernemers



4.1 Voorwaarden voor een bestendige toekomst

Met een aantal ondernemers is een aparte afspraak gemaakt voor het houden van een diepte-interview. Dit had als doel meer inzicht te krijgen in hoe zij hun onderneming exploiteren en hoe zij tegen bepaalde recreatieve ontwikkelingen aankijken in Noordwijk en omgeving. Een zestal opvallende zaken uit deze interviews zullen hieronder benoemd worden.

1 Strategie campings en vakantieparken gericht op verbeteren kwaliteit

De campings en vakantieparken in Noordwijk en Noordwijkerhout worden gekenmerkt door een hoge concentratie aan bedrijven op een beperkt oppervlakte. Hierdoor zijn de bedrijven relatief klein van stuk en zijn er nauwelijks mogelijkheden tot uitbreiding. Een gevolg hiervan is dat een deel van de bedrijven zich vooral richt op verbetering van kwaliteit. Een duidelijk zichtbare trend is die van het toevoegen van hotelservices op campings en vakantieparken. Dus het aanbieden van flexibele aankomsttijden, bedden die dagelijks worden opgemaakt en een dagelijkse ontbijtservice. Dit wordt gedaan om in te spelen op veranderende wensen van gasten: meer last-minute en korter verblijf. Een deel van de ondernemers is verenigd in de Vereniging Recreatieve Ondernemers Noordwijkerhout (VRON). Vanuit de vereniging wordt vooral ingezet op gezamenlijke promotie en marketing.

2 Parkeren en openbare ruimte als grootste zorg in Noordwijk

Op de vraag wat beter zou kunnen in Noordwijk/Noordwijkerhout antwoorden verblijfstoeristische ondernemers (dus zowel hotels, pensions en B&B's als kampeerbedrijven en bungalowparken) bijna unaniem het aanpakken van parkeerproblemen. Door een tekort aan parkeerplaatsen en een als agressief ervaren boetebeleid van de gemeente wordt gevreesd dat dit op ten duur een negatief effect gaat hebben op het imago van Noordwijk/Noordwijkerhout als gastvrije badplaats. Mede doordat het OV van en naar Noordwijk/Noordwijkerhout niet optimaal is zijn veel gasten afhankelijk van een auto. Katwijk wordt vaak als sterke concurrent gezien. Daar is het parkeerprobleem effectief en innovatief aangepakt. Ook geeft deze gemeente de strandtentondernemers de mogelijkheid om jaarrond open te zijn. Hierdoor bestaat de angst dat potentiële gasten sneller voor een verblijf aldaar zullen kiezen. Ondernemers zijn dus van mening dat, zeker met de plannen voor de aanvraag van officiële badstatus, de openbare ruimte een kwaliteitsslag verdiend. Vooral het gebied rondom het vuurtorenplein wordt als een rotte kies ervaren.

3 Buitenlandse gasten en AirBnB belangrijker

Veel ondernemers geven aan dat de buitenlandse markt nog belangrijker wordt dan dat deze al was. In het hoogseizoen zijn de meeste ondernemingen grotendeels bezet door Duitsers. Diverse ondernemers geven aan het dan ook vreemd te vinden dat Marketing Noordwijk hun campagnes vooral in het Nederlands organiseert. Daarnaast wordt opgemerkt dat het principe 'Zimmer Frei' de laatste jaren sterk is afgenomen. Men vermoedt dat AirBnB hier gedeeltelijk voor in de plaats is gekomen. Via dit kanaal worden particuliere woningen/appartementen/kamers maximaal 90 nachten per jaar verhuurd. Daarnaast functioneert het steeds meer als bookingsplatform. Uit de interviews blijkt dat enkele ondernemers van kleinschalige pensions/mini-hotels hun kamers vooral via AirBnB aanbieden. Een risico van AirBnB is dat beperkte registratie via deze verhuurkanalen kan leiden tot overlast in bepaalde wijken. In de gemeente Noordwijk wordt momenteel gewerkt aan een notitie 'gebruik woningen' (met woonbestemming). Recentelijk worden namelijk woningen opgekocht en permanent verhuurd aan toeristen. Dit versterkt de schaarste in de woonmarkt. Om die reden wil de gemeente inzetten op wonen in de kernen Noordwijk aan zee en Noordwijk Binnen en recreëren in eenheden met de bestemming recreatiewoning in het buitengebied.

4 Problemen met opvolging

Een veel gehoord probleem onder ondernemers van kleinschalige hotels en pensions is dat ze geen opvolging hebben. Dit geldt vooral voor ondernemingen met minder dan 30 kamers. Met het oog op de toekomst zouden deze hotels, waarbij het met name gaat om hotels in het 3-sterren segment, moeten uitbreiden naar ten minste 60 kamers. Door beperkte uitbreidingsmogelijkheden gebeurt dit vaak niet. Een gevolg van deze ontwikkeling is dat veel kleine hotels op goede locaties zich her-ontwikkelen tot appartementen voor de vrije verkoop of de kamers gaan aanbieden voor huisvesting van arbeidsmigranten. Een toekomstig gevaar kan zijn dat er hierdoor te weinig aanbod ontstaat aan overnachtingsmogelijkheden in het 3-sterren segment.



5 Meer inzetten op beleving

Het wordt als positief ervaren dat er evenementen worden georganiseerd (Ibiza festivals, levende beeldenfestival, lifestylemarkt, cirque de dune, space lasershow). Dit soort evenementen sluiten volgens de ondernemers goed aan bij de allure en chique reputatie van Noordwijk. Wel zijn ondernemers van mening dat er elke week zo'n evenement zou moeten plaatsvinden, zeker in het hoogseizoen. Een veel gehoorde klacht is dat de gemeente te star is bij het verlenen van vergunningen voor evenementen waardoor er te weinig dynamiek is in Noordwijk. Zeker nu andere badplaatsen in de regio in opkomst zijn, zijn ze bang dat dit problemen gaat opleveren. Ook zou het voorzieningen- en winkelaanbod beter moeten aansluiten op het chiquere imago van Noordwijk.

6 Kansen voor zakelijke markt

De ligging van Noordwijk voor de conferentiemarkt is uitstekend. De ligging niet ver van Amsterdam/Schiphol en de aanwezigheid van vier grote hotels maken dat Noordwijk veel potentie heeft op de zakelijk markt. Vooral in het najaar worden er al veel grote conferenties in Noordwijk georganiseerd, maar het voorjaar is ook in opkomst. Het is hierbij wel belangrijk dat de aanwezige voorzieningen goed aansluiten bij de wensen van internationale congresgangers. Het toestaan van nieuwbouw van hotels op A-locaties met duidelijke verbinding naar strand, zee & duinen zou een positieve impact kunnen hebben op de congresmarkt. Vooral de aanwezigheid van het strand verdient meer focus in de zakelijke marketing.

05

Conclusies en aanbevelingen



5.1 Inleiding

Het toeristisch samengesteld product

De vrijetijdseconomie in Noordwijk en Noordwijkerhout is een samengesteld product. Dat wil zeggen dat de toeristische beleving wordt gevormd door heel veel partijen en elementen: variërend van natuurbeheerders en bollenkwekerijen tot hoteliers en campingexploitanten of winkeliers en fietsverhuurders. In een vitale toeristische regio vormen de omgeving, accommodaties en organisatie een organische eenheid. Ze versterken elkaar.

- Omgeving: landschap, landgoederen, water, cultuur, natuur en beschermde dorpsgezichten.
- Accommodaties: kampeerbedrijven, bungalowparken, hotels, pensions, B&B, jachthavens.
- Organisatie: Het gaat hier om het 'bindmiddel' tussen de andere elementen zoals ondersteunende dagrecreatie (fiets-, wandel- en vaarroutes, horeca, winkelaanbod et cetera) en de organisatiegraad van deze diensten.

Bij het vitaliteitsonderzoek verblijfstoerisme Noordwijk en Noordwijkerhout staat het element accommodaties centraal. Echter, het functioneren van de accommodaties hangt sterk samen met de elementen omgeving en organisatie. Tijdens de rondgang door de gemeenten en gesprekken die gevoerd zijn met ondernemers is ook van deze twee elementen in de gemeenten Noordwijk en Noordwijkerhout een indruk gekregen. Bij de conclusies willen we dan ook stilstaan bij het toeristisch samengesteld product van Noordwijk en Noordwijkerhout.



5.2 Het samengesteld toeristisch product van Noordwijk en Noordwijkerhout

Omgeving

Beschrijving

Noordwijk en Noordwijkerhout vormen de noordgrens van de provincie Zuid-Holland en zijn gelegen onder de rook van het stedelijk gebied van Leiden, Haarlem en Amsterdam. De omgevingskwaliteit is goed: de aantrekkingskracht van de kust is groot, met name voor de Duitsers en de binnenlandse toerist of recreant. De bollenvelden vormen in het voorseizoen een kleurrijk decor. De gemeente Noordwijkerhout beschikt over de grootste concentratie bollenvelden van de omgeving.

Noordwijk kent haar oorsprong als vissersdorp en kruidencentrum van Nederland. De welvaart in Noordwijkerhout kende een sterke groei door afzanding van de binnenduinen voor het bouwrijp maken van bouwgronden bij naburige steden. Eind 19^e eeuw werd in beide gemeenten de bollenteelt en het toerisme steeds belangrijker. Noordwijk ontwikkelt zich als villadorp waar woningen en hotels gelegen zijn in de duinen. Dit draagt bij aan de kustbeleving. De woningen kennen een eigen – bijna Noord-Franse - architectuur. Kernwoorden voor Noordwijk en Noordwijkerhout zijn statig, allure en ingetogen.

Opgave

Versterken en behouden van de (beleefbaarheid van de) omgevingskwaliteiten én het onderscheidend vermogen ten aanzien van andere kustplaatsen. Met de ontwikkeling van Nationaal Park Hollandse Duinen al hard gewerkt om van de Zuid-Hollandse kust het mooiste deel kust van Nederland te maken.



Accommodaties

Beschrijving

Voor zowel de hotelsector als de verblijfsrecreatiesector geldt dat de huidige structuur beperkt is. Bij kampeerbedrijven en de drie-sterren hotels is de omvang vaak te klein en de uitbreidingsruimte beperkt. Dit zorgt er voor dat het voor ondernemers hard werken is: ze zijn te klein om personeel aan te kunnen nemen. Mede door de beperkte omvang blijkt het lastig om bedrijfsopvolging te vinden. Om hun pensioen te verzilveren wordt op zoek gegaan naar andere functies of verdienmodellen. Dit zorgt voor de volgende beweging:

- Hotels met circa 30 kamers worden 'getransformeerd' tot appartementen voor de verkoop of voor huisvesting van arbeidsmigranten. Deze beweging zien we ook op A1-locaties.
- Kampeerbedrijven: uitponding waarbij grond en opstal worden verkocht aan de recreant. Wanneer dit niet gecombineerd wordt met goed beheer, kan op termijn de kwaliteit en perspectief van het bedrijf onder druk komen te staan.

Opgave

De opgave rondom accommodaties is het versterken van de bestaande structuur en innovatie stimuleren. Twee strategieën kunnen hierbij aangehouden worden.

- Defensief: met name bij de hotelsector meewerken aan de beweging waarbij hotels met circa 30 kamers verdwijnen. Het perspectief voor hotels met deze omvang is te laag, waardoor dit een onontkoombaar feit is.
- Offensief: Visie ontwikkelen op zowel de hotel- als recreatiesector. Welke richting willen we op? En welke ontwikkeling willen we juist niet faciliteren? Middels de overkoepelende visie kan zogenaamd 'postzegelwerk' worden voorkomen. Voor de hotelsector raden wij tevens aan ruimte te geven aan de realisatie van grotere hotels (minimaal 60 kamers). Daarmee kan tegemoet gekomen worden aan de groeiende vraag en behoefte van ondernemers aan ontwikkelruimte. Noordwijk kent enkele locaties die geschikt zijn voor nieuwe ontwikkelingen. Deels zijn deze in handen van de gemeente en deels van particuliere vastgoedeigenaren. Eén particuliere vastgoedeigenaar heeft een dominante positie.



Organisatie

Beschrijving

De uitstraling en inrichting van de openbare ruimte is binnen de gemeenten Noordwijk en Noordwijkerhout momenteel ondermaats en niet passend bij de kernwoorden statig en allure. Ondernemers benoemden dit tijdens de gesprekken dan ook vaak als aandachtspunt. Met name de entree van de hoofdstraat (gezien vanaf de Boulevard), het Vuurtorenplein en de parkeerfaciliteiten verdienen aandacht. Het winkel- en voorzieningenaanbod zou beter moeten aansluiten op het chiquere imago. Ook bij het Oosterduinsemeer wordt de potentie nog onvoldoende benut. Tot slot is er in de huidige situatie een beperkte verbinding tussen het verblijfsrecreatiecluster van Noordwijk en Noordwijkerhout en het centrum van beiden kernen.

Binnen de gemeenten zijn twee partijen actief rondom marketing en het organiseren van evenementen, namelijk: Noordwijk Marketing en Stichting Fein. Dit wordt als positief ervaren. De evenementen sluiten goed aan bij de allure en chique reputatie van Noordwijk. Wel zijn ondernemers van mening dat er met name in het hoogseizoen vaker evenementen mogen worden georganiseerd. Tot slot wordt bij de marketing nu op verschillende pijlers ingezet, zoals de badstatus, city of space, Quality Coast, congresstad et cetera

Opgave

- Optimaliseren van de uitstraling en inrichting van de openbare ruimte en commercieel vastgoed. Met name het parkeervraagstuk dient te worden opgepakt. Op dit moment wordt door de gemeente Noordwijk onderzoek gedaan naar hoe dit vraagstuk opgepakt dient te worden.
- Focus aanbrengen met betrekking tot het toeristisch product en profilering van Noordwijk en Noordwijkerhout, ook in relatie tot de gezamenlijke regiomarketing Duin- en bollenstreek. De ondernemers zien daarbij meerwaarde in de badstatus. Wel zijn ze zelf – los van de grote hotels – (nog) niet bereid om zelf te investeren.



NOORDWIJK
HOLLAND'S FINEST BEACH



5.3 Hoe nu verder?

Tijdens de brainstorm (10 september 2018) is samen met de aanwezigen kort ingezoomd op een mogelijke aanpak ten aanzien van de opgaven en kansen voor het verblijfstoerisme Noordwijk en Noordwijkerhout.

De urgentie om aan de slag te gaan is aanwezig

De toeristische potentie van Noordwijk en Noordwijkerhout is groot. De omgevingskwaliteiten zijn zeer sterk en de bedrijven functioneren bovengemiddeld. Echter, de sector bevindt zich in een neerwaartse spiraal. Naast een deel toppers en vitale bedrijven, blijven bij andere bedrijven investeringen en innovatie uit. Dit komt mede door het feit dat gasten als vanzelf naar de kustzone worden toetrokken, maar vooral ook door de beperkte structuur van de sector: de bedrijven zijn te klein en hebben nagenoeg geen uitbreidingsmogelijkheden. Daardoor is investeringsruimte beperkt en bedrijfsopvolging een probleem. Tot slot verdient de openbare ruimte een kwaliteitsimpuls, zeker met het oog op de potentiële badstatus.

Noordwijk/Noordwijkerhout 2030

De droom voor het toeristisch product Noordwijk/Noordwijkerhout 2030 bestaat uit excellente omgevingskwaliteiten (mooiste deel kust van Nederland), waarbij verblijfstoeristische bedrijven een hoog service niveau bieden, een mooie mix van zakelijk en toeristisch verblijf ambiëren en er geen sprake is van 'vervuiling' van de verblijfstoeristische functie.

De openbare ruimte en publieke voorzieningen zijn van hoog niveau waarbij met de inrichting de kustbeleving wordt versterkt. Bij de marketing staat de badstatus in de etalage en er is daarnaast de verbinding gemaakt met de bredere omgeving (Bollenstreek, Kagerplassen en historische steden). De balans tussen economie (toerisme), wonen en natuur wordt bij deze ontwikkelingen bewaakt of versterkt.

Gewenste transitie

Om deze droom waar te kunnen maken zijn diverse transitie nodig. Tijdens de brainstorm met ambtenaren van beide gemeenten en de provincie kwamen een drietal hoofdontwikkelingen naar voren:

- Denken vanuit het toeristisch samengesteld product: alle elementen en partijen hangen met elkaar samen. Voor een goed functionerend toeristisch samengesteld product dienen deze elementen in samenhang versterkt te worden, zodat een organische eenheid bestaat en de gastbeleving geoptimaliseerd wordt.
- Hierbij is samenwerking tussen alle betrokkenen (incl. het genereren van slagkracht) noodzakelijk. Iedereen werkt vanuit zijn rol aan een vitale verblijfssector en zijn tevens oprecht bereid samen te werken.
 - Ondernemers en vastgoedeigenaren: Ondernemend en gericht op (het versterken van) de toeristisch-recreatieve markt.
 - Gemeente: Regisserende en trekkende rol bij voorkeur in regioverband, kaders bepalen t.a.v. nieuwe ontwikkelingen, kwaliteitsimpuls openbare ruimte, handhaven en aanjaagcapaciteit. Hierbij raken de vraagstukken diverse beleidsdomeinen.
 - Provincie: Verbindend, kennisdelend en indien passend bij provinciale beleid regisserend incl. aanjaagcapaciteit.
 - (Belangen-)organisaties waaronder Recron, Hiswa en KHN: verbindend en kennisdelend.

- Gezamenlijk een (lange termijn) stip aan de horizon zetten en de weg daar naartoe uitstippelen (=ambitie, doelen en strategie). De integrale visie dient vervolgens vertaald te worden naar een programma-aanpak incl. organisatiestructuur. Icoonprojecten die hiervoor in de brainstorm reeds zijn benoemd, zijn:
 - Vergaren badstatus
 - Invulling geven aan 'open' plekken in Noordwijk (samen met de vastgoedeigenaren)
 - Gebiedsontwikkeling Oosterduinsemeer
 - Realisatie Nationaalpark Hollandse Duinen (met als pijlers vitaliteit en gezondheid)
 - Opstellen beleid arbeidsmigranten

Belangrijk is om koppelkansen te identificeren en te benutten. Het droombeeld voor het gebied dient centraal te staan. Zo kan postzegelwerk worden voorkomen.

Kader 1. Waarom handhaven alleen niet voldoende is.

Handhaven is bij wonen en overige vormen van oneigenlijk gebruik in recreatiewoningen aan de orde.

In de VRM (visie ruimte en mobiliteit) van de provincie Zuid-Holland staat dan ook duidelijk aangegeven dat (permanent) wonen in recreatiewoningen of andere recreatie-eenheden niet gewenst is.

'Recreatiewoningenvoldoen meestal noch naar locatie, noch functioneel aan de eisen voor reguliere woningen en worden ook niet meegewogen in de ramingen van de woningbehoefte. Wij blijven daarom permanente bewoning van recreatiewoningen beschouwen als een onwenselijke ontwikkeling.'

Indien er in de praktijk toch gewoond wordt in een recreatiewoning is handhaven dus het credo.

Waarom handhaven niet altijd de oplossing is

Handhaven op oneigenlijk gebruik biedt zeker een oplossingsrichting en kan er voor zorgen dat een recreatiebedrijf dat niet-vitaal is, toch weer vitaler wordt.

Echter, er zijn ook veel voorbeelden in Nederland én Zuid-Holland waar handhaven tot verdere achteruitgang en verloedering van de locatie en het omliggende gebied heeft geleid. Hierbij gaat het om locaties met (nagenoeg) geen recreatief toekomstperspectief, bijvoorbeeld door de zeer matige toeristisch-recreatieve locatie/omgevingskwaliteiten en/of een zeer verouderd product. De recreatieve gast komt, ook naar het verdwijnen van de niet-recreatieve gast, niet terug naar de locatie. Het gevolg is dat plaatsen of eenheden leeg komen te staan en niet meer onderhouden worden. Daarom is een andere basishouding nodig.

Nee, tenzij houding lijkt op zijn plaats

Het advies van ZKA is dan ook om realistisch te zijn door een 'nee, tenzij' houding aan te nemen ten aanzien van transformatie naar andere functies buiten verblijfsrecreatie.

Bij andere functies valt te denken aan: wonen, bijzondere woonvormen, pauzewoningen, zorgconcepten, huisvesting arbeidsmigranten, zakelijke huisvesting, natuurontwikkeling, agrarische en landgoedontwikkeling.

Bij transformatie of herbestemming naar woonvormen dienen daarbij ons inziens tenminste twee voorwaarden centraal te staan:

1. Aantoonbaar sprake zijn van te weinig toekomstperspectief van de locatie in de verblijfstoeristische sector
2. Middels een goed moet plan de woonbehoefte, maatschappelijke, ruimtelijke en/of landschappelijke meerwaarde worden aangetoond: wat levert de ontwikkeling de samenleving op?

In andere sectoren is transformatie/ herbestemming onder degelijke voorwaarden gebruikelijk, denk aan:

- Transformatie van een voormalige kerk naar kantoorruimte;
- Transformatie van kantoor naar wonen;
- Transformatie van detailhandel naar appartementen voor ouderen;
- Transformatie van een gemeentehuis naar een museum en woonappartementen.

ZKA Leisure Consultants
Brugstraat 1A
5211 VS 's-Hertogenbosch

088-2100250
info@zka.nl
www.zka.nl

Annelies de Witte-Romme
Merlijn Pietersma
Joost Gieling



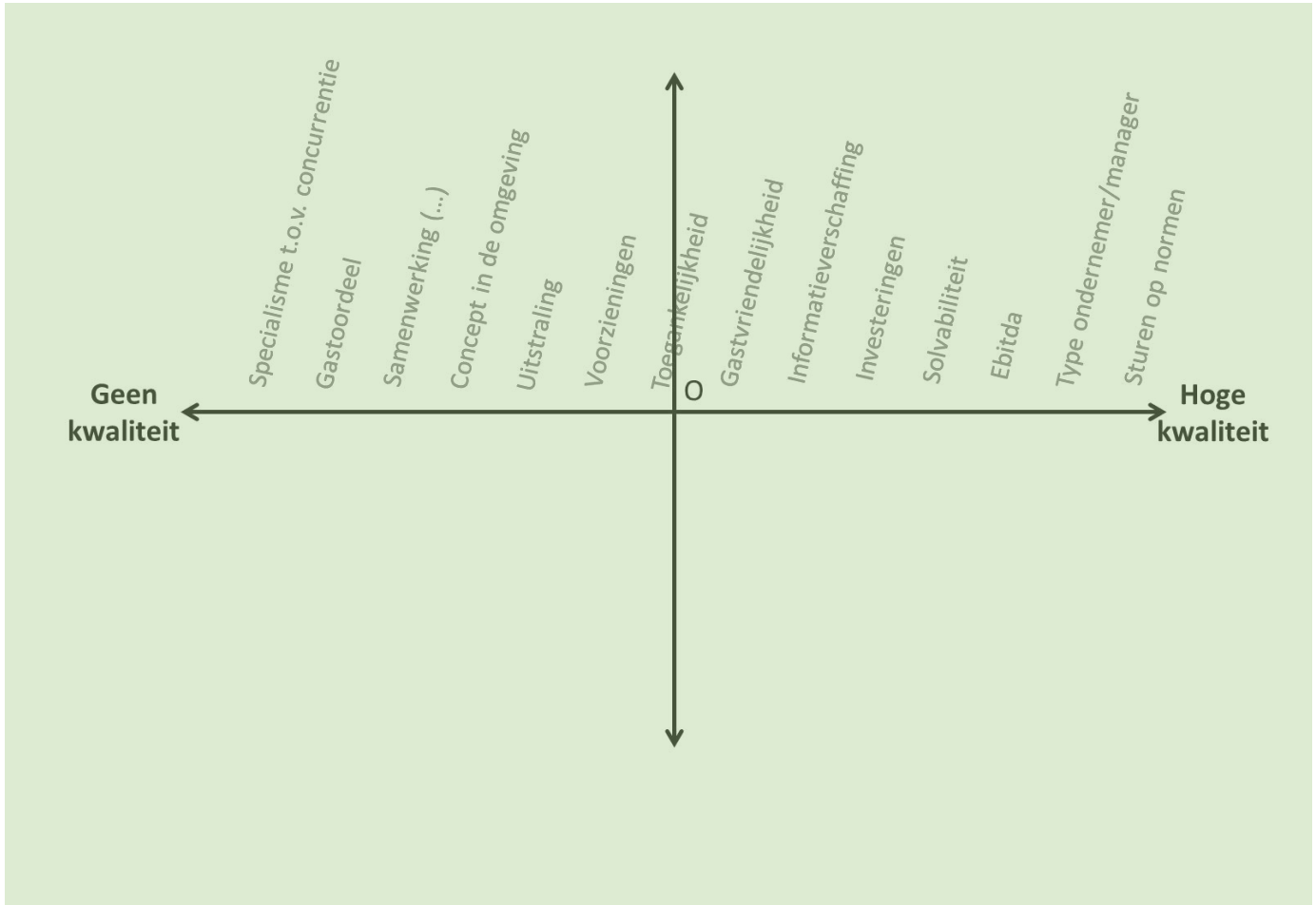
STRATEGY
CONSULTANTS

Bijlagen



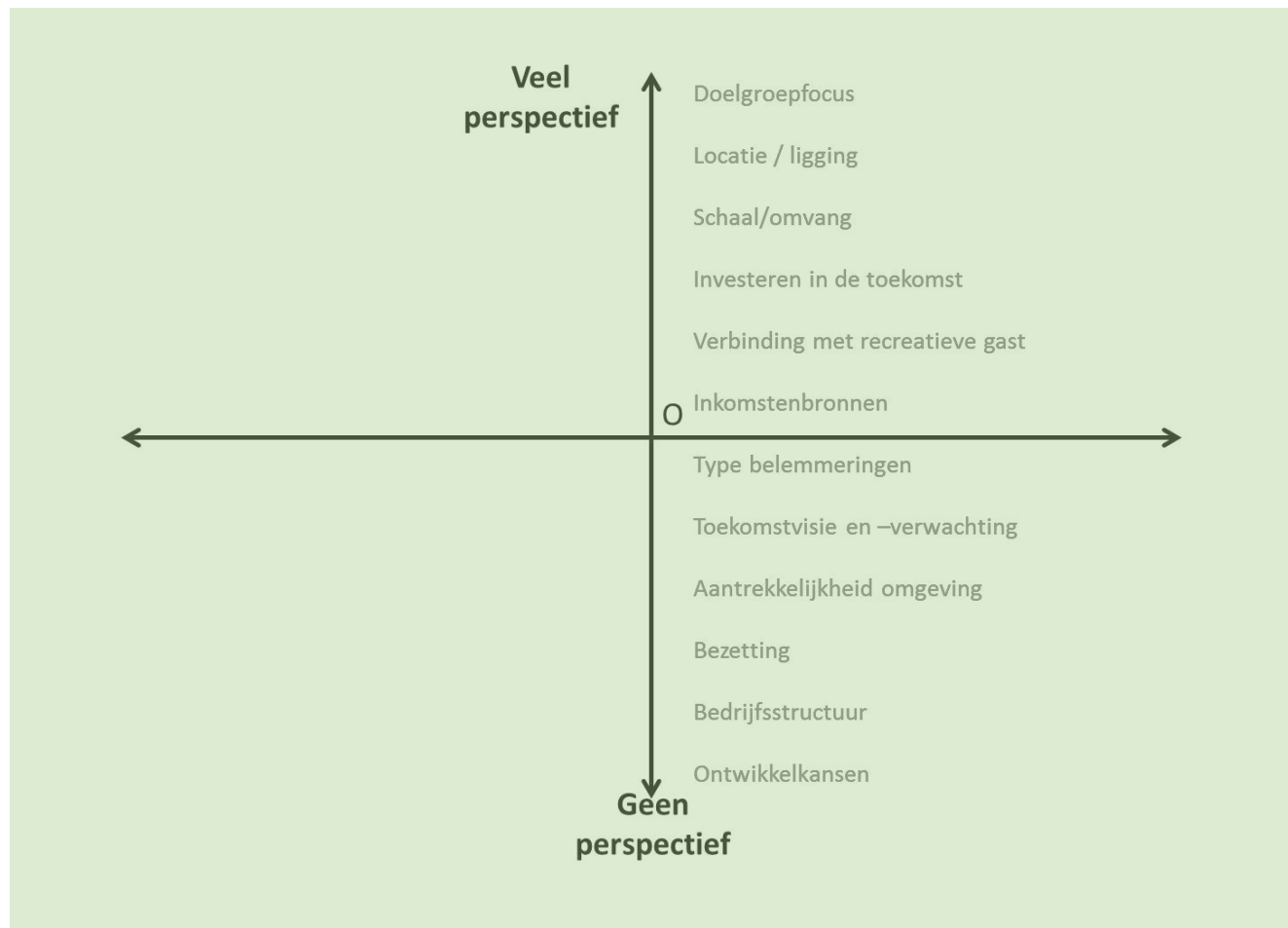
Bijlage 1. Indicatoren vitaliteitsmodel

Om de kwaliteit te bepalen wordt gebruik gemaakt van veertien indicatoren:



Bijlage 1. Indicatoren vitaliteitsmodel

Om het perspectief te bepalen wordt gebruik gemaakt van twaalf indicatoren:



Bijlage 2. Definitielijst

In deze definitielijst staan de in dit rapport meest voorkomende accommodatievormen toegelicht. We hanteren hierbij de in de markt meest gangbare en door CBS meest gebruikte definities.

- Hotel. Een accommodatie voor logies met merendeels één en tweepersoonskamers, waar ook maaltijden en dranken kunnen worden verstrekt.
- Bed- & Breakfast. Een kleinschalige accommodatie voor logies, doorgaans in een woonhuis, met merendeels één en tweepersoonskamers, waar ook maaltijden en dranken (maar doorgaans alleen ontbijt) kunnen worden verstrekt. In dit onderzoek zijn de Bed- & Breakfasts met meer dan drie slaapkamers meegenomen. De woningen gebruik makend van de 'bed en breakfast' regeling waar men in een woning waar zelf gewoond wordt een toeristisch verblijf voor maximaal 4 personen aangeboden kan worden vallen dus buiten het onderzoek.
- Vakantiepark/bungalowpark. Een logiesaccommodatie bestaande uit een aantal zomerhuisjes en/of stenen (vakantie)bungalows, die hoofdzakelijk beschikbaar zijn voor recreatieverhuur door de exploitant of beheerder (zonder hoteldienstverlening).
- Jaarplaats. Afgebakend perceel op een camping die voor het hele jaar voor toeristisch verhuur aan één huurder ter beschikking wordt gesteld. Door de huurder kan deze plaats met een mobiel of vast kampeermiddel worden bezet.
- Seizoenplaats. Vergelijkbaar met jaarplaats, maar alleen te huur in het seizoen dat de camping is geopend, doorgaans ongeveer een half jaar: van half of eind maart tot medio of eind september (soms tot medio of eind oktober).
- Toeristische plaats. Perceel op een camping dat (tijdens de periode dat de camping is geopend) voor kortere perioden (variërend van 1 nacht tot 2 maanden) aan achtereenvolgende verhuurders ter beschikking wordt gesteld.
- Verhuuraccommodatie. Een verhuuraccommodatie is een mobiele of vaste verhuureenheid, doorgaans niet van steen, die vaak alleen op een camping worden verhuurd, zoals een trekkershut, glamping of verhuurtent. In de praktijk worden hiermee ook vaak chalets of stacaravans voor recreatieverhuur op campings bedoeld.
- Stacaravan. In principe mobiele caravan (op een onderstel) die niet winterhard is en doorgaans op een jaarplaats wordt aangeboden ter verhuur.
- Chalet. Houten of kunststof recreatiewoning op een camping die soms wel en soms niet mobiel is en vaak winterhard is.
- Toeristisch gebruik: Recreatieve verblijfsobjecten die toeristisch-recreatief gebruikt worden.
- Oneigenlijk gebruik: Recreatieve verblijfsobjecten die anders dan toeristisch-recreatief gebruikt worden zoals (semi) permanent wonen, huisvesting van arbeidsmigranten en huisvesting van kwetsbare groepen. Dit kan strijdig zijn met het vigerende bestemmingsplan.

- Zakelijk gebruik: Hierbij gaat het om een brede doelgroep, variërend van de ingenieur uit Japan die vanuit zijn/haar specialistische kennis wordt gevraagd mee te denken en werken aan een project in Rotterdam. De kok uit Groningen die een baan heeft gevonden in een restaurant in Noordwijk. De adviseur die in opdracht van de gemeente Noordwijkerhout twee dagen op pad is om met detaillisten te spreken en tussendoor wil overnachten op het eiland. De havenarbeider uit Polen die ingehuurd wordt voor de oogst van de bloembollen. Et cetera. Elke zakelijke gast heeft daarbij eigen wensen ten aanzien van de verblijfsaccommodatie.
- Permanent wonen: Van permanente bewoning is sprake als de recreatiewoning wordt gebruikt als hoofdverblijf. Wanneer de bewoner gedurende een aaneengesloten periode van 180 dagen per kalenderjaar ten minste 2/3 van die tijd het adres van de recreatiewoning als woonadres in gebruik heeft, is er in ieder geval sprake van het hebben van een hoofdverblijf in de recreatiewoning.
- Met name voor het type gebruik geldt de definities en het onderscheid daartussen niet zo hard zijn als vaak wordt vermoed. Juist door de vermenging van wonen, recreatie en werken loopt gebruik steeds meer door elkaar.