

## Retail- en Horecavisie Noordwijk 2025-2035

### 1 Context

#### 1.1 Inleiding

**De gemeente Noordwijk is een kwaliteitsvolle kustgemeente, die bestaat uit meerdere kernen: Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen, Noordwijkerhout en De Zilk. In coronatijd is de Retail- en Horecavisie 2021-2023 opgesteld. De periode van de visie en het uitvoeringsprogramma is verlengd tot 2024, maar het is nu dus tijd voor een evaluatie en actualisatie van het beleid.**

#### Aanleiding

In alle vier de kernen in de gemeente zijn in meer of mindere mate retail- en horecaken te vinden. Op het strand van Noordwijk, dat een grote toeristisch-recreatieve trekpleister is, aan de Koningin Wilhelmina Boulevard en De Grent zijn verschillende paviljoens en andere horecaken te vinden. De retail- en horecabedrijven dragen bij aan de leefbaarheid voor de inwoners van de gemeente en zeker ook aan de aantrekkelijkheid voor het bezoek van buitenaf.

De Retail- en Horecavisie uit 2021 bestaat uit een ruimtelijk-economische visie met uitvoeringsprogramma. Deze visie is in samenspraak met een vertegenwoordiging van de retail- en horecaondernemers uit de verschillende kernen opgesteld. De visie en het uitvoeringsprogramma liepen tot 2023. Nu de coronacrisis wat langer achter de rug is, is het tijd voor een evaluatie en actualisatie van de visie.

De retail- en horecasector verandert. De vele ontwikkelingen in Noordwijk zorgen er, samen met de landelijke trends en ontwikkelingen, voor dat de sector onder druk staat. Ook wordt het belangrijker om seizoensverlengend (meer dan het zomerse piekseizoen) aantrekkelijk te zijn voor de eigen inwoners en de bezoekers van buitenaf. Deze veranderingen en uitdagingen vragen om een nieuwe blik op de retail- en horecastructuur van de gemeente.

#### Doel

De gemeente Noordwijk heeft behoefte aan een geactualiseerde visie op de gewenste retail- en horecastructuur voor de komende 10 jaar, met een uitvoeringsprogramma voor de komende 5 jaar. De periode van de visie en het uitvoeringsprogramma geeft ondernemers investeringszekerheid (zij weten wat de koers is voor de komende 10 jaar), maar houdt ook rekening met veranderingen in de economie en ruimte voor nieuwe ontwikkelingen. Door voor het uitvoeringsprogramma een kortere periode te nemen blijft er namelijk ruimte om tussentijds de visie iets bij te stellen en over 5 jaar nieuwe uitvoeringsprojecten vast te stellen, die passen bij de gekozen koers.

Het doel van de nieuwe Retail- en Horecavisie is een samenhangende kijk op de retail- en horecastructuur in 2035:

- De visie speelt in op de veranderende wensen en het veranderende gedrag van consumenten en zorgt voor een duurzame verdeling van de voorzieningen (ook in de verschillende kernen);
- De visie behoudt de zaken uit de bestaande visie (2021-2023) die goed gaan en lokaal gedragen worden, en is wat betreft ambities en beleidsinzet waar nodig aangepast;
- De visie biedt de gemeente kaders voor het te voeren beleid, het creëren van randvoorwaarden en het toetsen van marktinitiatieven;
- De visie biedt marktpartijen inzicht in de kansen en kwaliteiten van de verschillende centrumgebieden, de boulevard en het strand, en daagt uit tot nieuwe investeringen op de juiste locaties;
- De visie geeft op strategisch niveau acties en uitvoeringsprojecten, waarmee de gewenste dynamiek binnen de toekomstbestendige structuur kan worden bereikt.

#### Proces

De actualisatie is samen met een vertegenwoordiging van ondernemers opgesteld. Met een kerngroep van ondernemers is het bestaande beleid bekeken (evaluatie) en de vernieuwing (actualisatie) besproken. Daarnaast is er met de besturen van de BIZ'en en de KHN gekeken naar de centrumgebieden, de Koningin Wilhelmina Boulevard en De Grent, de visie hiervoor en de uitvoeringsprojecten.

Vanuit de gemeente waren er ambtenaren vanuit verschillende vakgebieden betrokken (o.a. mobiliteit, stedenbouw, economie, toerisme en recreatie, ruimtelijke ordening, vergunningen) bij de evaluatie en actualisatie van de visie.

#### Leeswijzer

In het vervolg van dit hoofdstuk wordt ingegaan op de vorige Retail- en Horecavisie en het verband tussen deze actualisatie en overige beleidsstukken (bestaand beleid en beleid in ontwikkeling).

In hoofdstuk 2 wordt het huidige retail- en horecabeleid geëvalueerd en wordt aan de hand van landelijke trends de ontwikkeling van het gemeentelijke voorzieningenaanbod beschreven.

In hoofdstuk 3 wordt de visie op de voorzieningenstructuur beschreven. De drie hoofdcentrumgebieden, de Koningin Wilhelmina Boulevard en de Zilk worden daarbij nader bekeken.

In hoofdstuk 4 staan de ruimtelijke beleidsregels en het uitvoeringsprogramma, met acties voor de hele gemeente en projecten per centrumgebied.



### 1.2 Retail- en Horecavisie 2021-2023

De vorige Retail- en Horecavisie is opgesteld voor de periode van 2021 tot 2023 en is verlengd tot eind 2024. Tijdens het opstellen van de visie hadden de retail- en horecaondernemers te maken met de coronacrisis en de nasleep hiervan. De onzekerheid van deze periode was een van de redenen om een visie voor drie jaar op te stellen.

Doel van de visie

Voor de gemeente Noordwijk zijn retail (winkels) en horeca twee belangrijke pijlers in de lokale economie. De visie werd in 2020 opgesteld tijdens de coronacrisis. Consumenten gaven toen minder uit. Het was niet zeker of alle ondernemers de vermindering van inkomsten konden dragen. Andere belangrijke onderwerpen die in de visie staan zijn vernieuwing in de sector, het tegengaan van de leegstand en het minder verschillend worden van het aanbod.

Het doel van de vorige visie was het omschrijven van:

- Een inspiratiedocument: een inspirerende visie voor ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente Noordwijk, met ambitie als basis voor de uitvoering.
- Een toetsingskader: een praktische (sturings)instrument voor het toetsen van nieuwe retail- en horeca-initiatieven, waarbij de bestaande rechten gehandhaafd blijven.
- Een basis voor de uitvoering: vanuit juridisch-planologisch oogpunt bij vernieuwing van bestemmingsplannen en vergunningen, en bij concrete projecten die in het uitvoeringsprogramma zijn benoemd om de ambities te realiseren.

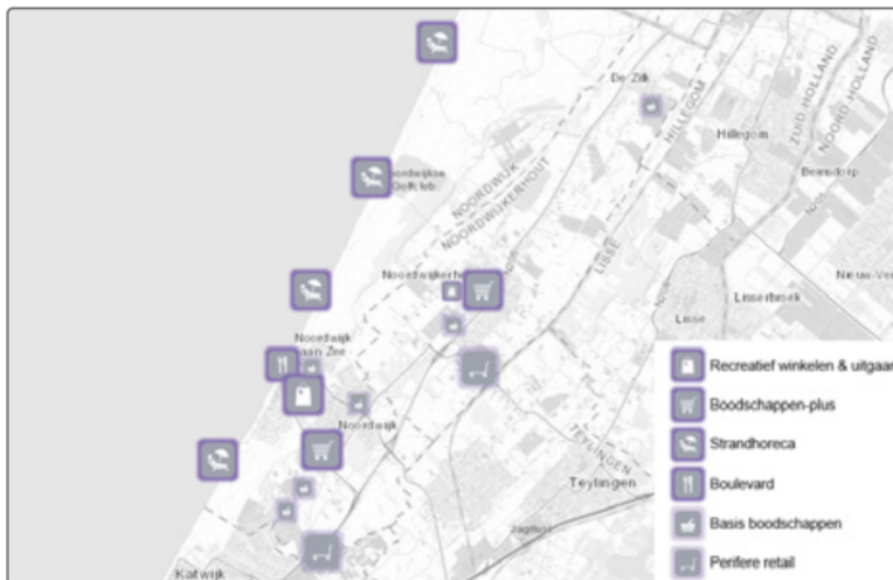
### Uitgangspunten

Vier belangrijke uitgangspunten uit de visie waren:

- Inzetten op behoud en versterking van de bestaande hoofdstructuur van retail en horeca in de centrumgebieden Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen en Noordwijkerhout.
- Concentratie en kwaliteitsversterking van retail en horeca in de vitale kernen, om de centrumgebieden te versterken en aantrekkelijker te maken. Het behouden van het bestaande aanbod is de norm. Retail en horeca buiten de centrumgebieden is niet gewenst. Nieuwe initiatieven dienen te passen in de hoofdstructuur voor retail en horeca.
- Marketing en promotie om Noordwijk met haar kernen beter op de kaart te zetten, en daarbij in te spelen op toerisme en recreatie en de kuuroordstatus van Noordwijk. Noordwijk Marketing is, bij het actualiseren van deze visie, als partner betrokken voor de promotie.
- Inzetten op het op orde krijgen van basisvoorwaarden (bijvoorbeeld openbare ruimte) om de retail en horeca zo goed mogelijk te laten functioneren.

### Uitvoering

Het uitvoeringsprogramma is kernachtig en compact per thema en kern opgezet. Bij alle projecten is aangegeven wie de voortrekkersrol heeft, wie er nog meer betrokken zijn en wat het budget is. Dit heeft gezorgd voor een concreet actieplan, dat past bij de visie voor 2021-2023. In H2 (pagina 7) komt de evaluatie van het beleid en het uitvoeringsprogramma aan bod.



Hoofdstructuur Retail- en Horecavisie 2021-2023 (BRO, 2021)

### 1.3 Samenhang met overige beleidsstukken

In provinciaal en gemeentelijk beleid, zoals de Omgevingsvisie, worden uitspraken gedaan over de retail en horeca en er worden beleidsuitgangspunten gegeven voor deze sectoren. Deze uitspraken worden meegenomen in de actualisatie van de Retail- en Horecavisie.

#### Provinciale omgevingsvisie (2025)

De provincie Zuid-Holland zet in op het versterken van de bestaande detailhandelsstructuur door deze kwalitatief te verbeteren en bereikbaarheid te garanderen. In de Provinciale Omgevingsvisie wordt er dan ook ingezet op het concentreren en clusteren van nieuwe winkelontwikkelingen in bestaande centra. Uitzondering hierop is detailhandel die vanwege aard en omvang van de te verkopen goederen in ruimtelijk zin niet goed in te passen zijn in de centra. Uitbreiding van detailhandelsaanbod is niet meer de focus.

De centra in gemeente Noordwijk zijn door de provincie aangewezen als overige centra. Het toekomstperspectief van deze overige centra is divers: sommige centra functioneren goed, andere centra komen in aanmerking voor een facelift of transformatie. Beperkte groei van het winkeloppervlak kan aan de orde zijn, met name om de dynamiek in de dagelijkse sector te faciliteren.

### **Omgevingsvisie 1.0 (2020)**

In de omgevingsvisie 'Samen maken we de toekomst voor Noordwijk!' heeft de gemeente Noordwijk op vijf thema's haar ambities beschreven. Bij de retail en horeca wordt er ingezet op een uitgebreid aanbod van winkels, weekmarkten, werkplaatsen, ontmoetingsplaatsen, ambachten, parken, rustplaatsen en ateliers. Het aanbod moet passen bij het betreffende dorp en bijdragen aan een duurzame economie.

Extra aandacht gaat dus uit naar de economie in de kernen. Hierbij is er ook aandacht voor meer winkels en horecabedrijven op loopafstand en voor de mogelijke bijdrage van recreatieve en toeristische evenementen aan de levendigheid in de dorpen.

### **Strandnota (2022)**

In de strandnota wordt onderscheid gemaakt tussen jaarrondpaviljoens en seizoenspaviljoens. Het maximum aantal jaarrondpaviljoens is door de gemeente op 8 gesteld. Uitbreiding van het totaal aantal commerciële paviljoens wordt in de strandnota als niet wenselijk beschreven. In de Omgevingsvisie 2030 wordt wel aangegeven dat meer jaarrondexploitatie (van bestaande paviljoenlocaties) in het jaar 2030 niet uitgesloten is. Dit zal in een apart beleidsstuk verder onderzocht en uitgewerkt worden. In de actualisatie van de Retail- en Horecavisie wordt het uitgangspunt van de strandnota aangehouden.

### **Evenementenvisie (concept, 2025)**

In de centra en op de Koningin Wilhelminaboulevard vinden ook evenementen plaats. In de gemeente Noordwijk zijn dit in totaal ongeveer 300 vergunde evenementen per jaar. Hierbij wordt gestuurd op evenementen van, voor en door inwoners, het versterken van de identiteit van de gemeente Noordwijk en duurzame evenementen op de juiste plek. Doel van de visie is het streven naar een divers en waardevol evenementenaanbod.

Uit de evenementenvisie is het volgende van belang voor de lokale retail- en horecaondernemers: *"Evenementen dragen bij aan de lokale economie. Lokale bedrijven kunnen diensten leveren (zoals personeel en technici) of bijvoorbeeld de catering verzorgen. Bovendien kunnen nabijgelegen winkels en horeca profiteren van evenementen door middel van gecombineerde bezoeken. [...] De gemeente wil deze lokale samenwerking verder stimuleren door bijeenkomsten te organiseren waar organisatoren en lokale bedrijven elkaar kunnen ontmoeten. Dit kan leiden tot gezamenlijke inkoop van goederen en diensten en gezamenlijke promoties."*

### **Gebiedsvisie noordelijk Noordwijk: 'tussen zoet en zout (concept, 2025)**

Het doel van de gebiedsvisie is het versterken van de vindbaarheid, zichtbaarheid, toegankelijkheid, aantrekkelijkheid en identiteit van het noordelijke deel van de gemeente Noordwijk. Het gebied werkt als tegenhanger van de drukke boulevards, met focus op duurzame recreatie, ecotoerisme en natuurbehoud.

Met dit toekomstbeeld is de ontwikkelruimte voor retail en horeca logischerwijs beperkt. Alleen rond De Zilk en bij het Oosterduinse Meer is "uitbreiding van lokale horeca" voorzien als actie op de 'middel-lange termijn': *"de horeca rondom het Oosterduinse Meer is kleinschalig en verspreid aanwezig. Deze voorziening speelt een belangrijke rol in het versterken van de aantrekkelijkheid van de locatie als recreatie- en verblijfsgebied. Er is ruimte voor uitbreiding of verbetering, mits deze aansluit op de behoeften van bezoekers en het natuurlijke karakter van de omgeving respecteert."*

Daarnaast wordt, vanuit een betere spreiding van bezoekersstromen, de optie van 'seizoensgebonden initiatieven' benoemd: *"Ontwikkel flexibele horeca-initiatieven die inspelen op seizoensgebonden activiteiten. Pop-up cafés tijdens drukke periodes of markten met lokale producten kunnen bijvoorbeeld bezoekers aantrekken naar specifieke tijden en locaties, terwijl ze de verbinding met de streek versterken. Deze initiatieven worden bij voorkeur georganiseerd door lokale ondernemers, wat de regionale betrokkenheid en identiteit versterkt. Samenwerking met lokale producenten en recreatieondernemers kan deze initiatieven succesvol maken."*

### Visie verblijfsrecreatie (concept, 2025)

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."* Nieuwe initiatieven leveren een positieve bijdrage aan de omgeving.

'Verlengen van het seizoen' is één van de ambities. Doelgroepen waarop wordt gefocust zijn de zakelijke toerist (o.a. congresbezoekers) en bezoekers met de leefstijlen: stijlzoekers, Inzichtzoekers en verbindingzoekers. De kernwaarden van de gemeente Noordwijk bieden kansen voor *"het ontwikkelen van verblijfsaccommodaties die inzetten op wellness-, sport- en herstefaciliteiten (heilzame badplaats), storytelling en thematisering (ruimtevaart en sierbollenteelt) en zakelijke faciliteiten (congreslocatie). Met name de waarden congreslocatie en heilzame badplaats bieden kansen."*

Daarnaast doet de visie uitspraken over balans tussen reguliere horeca (het aantal stoelen) en het verblijfsrecreatieaanbod (het aantal bedden). Een goede balans stimuleert beide sectoren. Er zijn bedden nodig om de stoelen van bestaande en eventueel nieuwe horecazaken te vullen (zoals ontwikkelingen bij Gat van Palace en Hotels van Oranje). De marktruimteberekening voor hotels, recreatiewoningen en campings (tot 2035) is voldoende om de horecasector vitaler te krijgen en houdt rekening met een toename van de horecameters in Noordwijk aan Zee (zie bijlage E).

### Visie Mobiliteit (2025)

Begin 2025 is er, door middel van een brede participatie, begonnen met een nieuwe visie op mobiliteit. De visie wordt integraal opgesteld. De exacte inhoud van deze visie wordt nog gevormd. In de mobiliteitsvisie worden uitgangspunten van de Retail- en Horecavisie meegenomen. Wanneer de visie op mobiliteit is afgerond zullen eventuele gevolgen of wijzigingen voor de uitvoeringsacties van de Retail- en Horecavisie worden afgestemd.

## 2 Evaluatie en aanbodontwikkeling

### 2.1 Samenvatting evaluatie Retail- en Horecavisie 2021-2023

**De Retail- en Horecavisie 2021-2023 heeft een positief effect gehad op het voorzieningenaanbod in de gemeente Noordwijk. Dit neemt niet weg dat de urgentie tot aanscherping van de visie en aanvulling van de uitvoeringsparagraaf groot is.**

#### Samenvatting feiten & cijfers

De ambitie uit de Retail- en Horecavisie is het versterken van de hoofdstructuur. Dit is terug te zien in de aanbodontwikkeling van de afgelopen jaren. Zo valt de vermindering van het aantal winkels in de periode (2020-2024) mee (ten opzichte van de landelijke tendens), en is de concentratiegraad zowel in de horeca als in de retail toegenomen.

Buiten de centrumgebieden is het winkel- en horeca-aanbod afgenomen. Binnen de centrumgebieden is een groot deel van het in 2020 leegstaande vastgoed opnieuw ingevuld met een winkel of horecabedrijf of een andere functie (ca. 24 vkp, waarvan 13 vkp in Noordwijk aan Zee). Toch blijven de uitdagingen groot: landelijk neemt het aantal faillissementen in het winkelbestand weer toe, en ook de horeca is niet meer de vanzelfsprekende groeiemarkt van enkele jaren geleden (zie ook paragraaf 2.2 en 2.3).

#### Samenvatting evaluatiegesprek

Uit de evaluatie met een vertegenwoordiging van de horeca- en retailondernemers bleek dat de marktpartijen in de basis erg tevreden zijn met de visie. De visie biedt een helder kader, waarbinnen ondernomen en geïnvesteerd kan worden.

Toch zijn er vanuit de ondernemers (en eerder al vanuit de ambtelijke organisatie) diverse verbeterpunten aangedragen. De belangrijkste gezamenlijke conclusie was dat het in de afgelopen jaren, ook door gebrek aan personeel, ontbrak aan structuur en overzicht in de uitvoering van de visie. Hoe zijn budgetten besteed? Welke zaken hebben prioriteit? Tegelijkertijd is er vertrouwen dat deze zaken met een constructieve samenwerking, met inbreng en inzet vanuit de ondernemers en gemeente, de komende jaren verbeterd kunnen worden, en ligt er een mooie basis om de samenwerking verder voort te zetten. Bovendien onderschrijft de ondernemersvertegenwoordiging het belang van de actualisatie. Binnen de diverse verenigingen (Winkeliersverenigingen, BIZ'en en KHN) nemen de zorgen weer toe. Uitdagingen zijn de stijgende inflatie, aanhoudende personeelskrapte, terugbetaling van coronasteun, sterk wisselende passantenaantallen, vele bouwactiviteiten en verloedering van de Koningin Wilhelmina Boulevard. Een geactualiseerde visie mét uitvoeringsparagraaf biedt de ondernemers houvast. Met die visie kunnen ze samen met de gemeente de voorzieningenclusters gezond houden. De ondernemers vragen in het bijzonder aandacht voor een goede afstemming tussen de diverse gemeentelijke visietrajecten. De

verschillende gemeentebrede keuzes op het gebied van mobiliteit, klimaatadaptatie en verblijfsrecreatie kunnen per gebied grote gevolgen hebben voor retail- en horecabedrijven.

Op het gebied van marketing en promotie zijn goede stappen gezet. Toch komt volgens de ondernemers de positionering van het merk 'Noordwijk' nog niet overal voldoende uit de verf. Coördinatie op dit thema is belangrijk voor ondernemers uit alle centrumgebieden. Daarnaast speelt dit in met name in Noordwijk aan Zee: wanneer er minder toeristen komen, bijvoorbeeld door een (tijdelijke) vermindering van het aantal bedden, merkt men dit op de boulevard en in de winkelstraat direct aan de passanten-aantallen (en dus aan de omzet).

Hierna wordt een beknopte evaluatie van de Retail- en Horecavisie per centrum gegeven. De cijfers zijn op basis van Locatus, en zijn een momentopname (peildata in 2020 en 2024). In de visie per centrum (H3) wordt verder ingegaan op wensen en ideeën vanuit de ondernemers.

### **Noordwijk aan Zee**

#### Feiten en cijfers

In Noordwijk aan Zee is tussen 2020 en 2024 de winkelleegstand met 13 verkooppunten afgenomen. Dit betekent dat een deel van de panden die in 2020 leegstonden weer zijn ingevuld met een nieuwe commerciële functie (waarvan deels ook door pop-up/tijdelijke winkels), daarnaast zijn er ook panden ingevuld met een woon- of werkfunctie (kantoor). De openbare ruimte is verbeterd en er is in het centrum groen toegevoegd. Ondernemers werken samen met de gemeente aan een schoon, heel en veilig centrum (onderdeel van het keurmerk veilig ondernemen (KVO)).

#### Wat dragen ondernemers aan

De dynamiek in Noordwijk aan Zee blijft hoog. Er zijn, ook door de Retail- en Horecavisie 2021-2023, veel positieve veranderingen geweest, maar er zijn ook groeiende zorgen. Binnen het centrum is er nog wel een groep winkels die het lastig heeft (vooral niet-dagelijks mode aanbod). Met name in de aanloopstraten is er veel verloop. Dit vraagt om duidelijke keuzes, waarbij wonen en werken (o.a. kantoren en dienstverlening zonder baliefunctie) op de begane grond in het winkelgebied niet toegestaan moet worden. Voor het centrum moet de nadruk blijven liggen op het bieden van kwaliteit (boven kwantiteit). Daarnaast is het jaarrond aantrekkelijk houden van het centrum van groot belang voor het gezond functioneren van het centrum.

### **Noordwijkerhout**

#### Feiten en cijfers

Mede door de Retail- en Horecavisie en het vrijgekomen geld zijn er veel eenvoudige acties uitgevoerd (openbare ruimte, boombakken e.d.) de laatste jaren (onderdeel van KVO). Het centrum van Noordwijkerhout heeft echt een impuls gekregen. Straten, zoals de Dorpsstraat, stonden in 2020 voor een groot deel leeg en zijn nu weer gevuld. De leegstand is dan ook met circa 55% afgenomen (van 14 naar 6 leegstaande panden). Er zijn ook panden ingevuld door andere, niet-publieke functies (wonen, kantoor). Daarnaast is er een BIZ opgezet en heeft het autoluw maken van het centrum positief uitpakkt. Het centrum is prettig om te verblijven.

#### Wat dragen ondernemers aan

Ook de ondernemers beamen dat het goed gaat in het centrum. Er mag opnieuw naar de afbakening van het centrum gekeken worden. De positieve ontwikkelingen van de afgelopen jaren hebben ervoor gezorgd dat onder andere de Dorpsstraat weer vrijwel helemaal gevuld is met publieksfuncties. Daarnaast mag er aandacht blijven voor het verduidelijken van de entrees van het winkelgebied en voor de routing en sturing van bezoekers. Noordwijkerhout staat bekend om zijn lokale ondernemersschap. Dit maakt het aanbod aantrekkelijk, maar (door o.a. vergrijzing) ook kwetsbaar.

### **Noordwijk Binnen**

#### Feiten en cijfers

In Noordwijk Binnen is het aanbod tussen 2020 en 2024 stabiel gebleven. De leegstand is iets teruggelopen van 7 naar 4 leegstaande panden. De weekmarkt heeft in het centrum een permanente status gekregen en trekt veel bezoekers, ook van buiten Noordwijk. Er staan daarnaast een aantal verbeteringen in de openbare ruimte op de planning.

#### Wat dragen ondernemers aan

De ondernemers beamen ook hier dat het goed loopt in het centrum. De twee dossiers rondom het Kloosterplein en de supermarktontwikkeling lopen al jaren, en vragen nog steeds om aandacht. Daar-

omheen hebben er toch positieve ontwikkelingen plaatsgevonden. Met name de dagelijkse winkels trekken een groot publiek. De non-food-ondernemers hebben het duidelijk zwaarder in het centrum. Ook in de uitlopers van de Kerkstraat is dit te zien. Er komt in het zuidelijke deel vaker leegstand voor en een nieuwe invulling vinden blijft lastig, (o.a. door de slechte staat van de panden). In het noordelijk deel van de Kerkstraat zijn nieuwe ondernemers begonnen, ondanks het uitblijven van de ontwikkeling op het leegstaande plot. Daarnaast zorgt de nieuwbouw in de omliggende dorpen voor nieuwe bezoekers. De bereikbaarheid van het centrum en parkeermogelijkheden in het centrum voor fiets en auto zijn het grootste aandachtspunt.

### **De Koning Wilhelmina Boulevard (KWB)**

#### Feiten en cijfers

Aan de Koningin Wilhelmina Boulevard is het aanbod iets teruggelopen tussen 2020 en 2024 (van ca. 21 naar ca. 18 verkooppunten). Het grootste gedeelte van het aanbod bestaat uit restaurants. Daarnaast zijn er een aantal hotels. De horecafunctie op de Boulevard is kwetsbaar, dit blijkt ook uit een de toenemende leegstand.

#### Wat dragen ondernemers aan

De Koningin Wilhelmina Boulevard heeft het moeilijk. Het wegvallen van bedden heeft de bezoekersaantallen teruggedrongen. De leegstand is aan het toenemen en de plek is het zorgenkindje voor de ondernemers. De plannen die er liggen voor het Gat van Palace en Hotels van Oranje, met ruimte voor retail en horeca, geven de bestaande ondernemers zorgen. De ontwikkeling van de (deels) permanente strandpaviljoens op het strand hebben de Boulevard kwetsbaarder gemaakt. Het wordt meer en meer een vraag voor de ondernemers waar de Boulevard heen zou moeten ontwikkelen? Zaak is wel dat er nu iets gedaan wordt. De visie voor de Boulevard, die gelijktijdig wordt opgesteld, en de visie op verblijfsrecreatie moeten afgestemd worden met de Retail- en Horecavisie.

### **De Grent**

#### Feiten en cijfers

Aan De Grent heeft een positieve verandering plaatsgevonden. De verbreding van de horecafunctie, waar in de vorige visie op ingezet werd, heeft ervoor gezorgd dat De Grent zich positief heeft ontwikkeld naar een gemene horecastraat met zowel dag- als avondhoreca. De Grent trekt een eigen doelgroep aan binnen Noordwijk aan Zee.

#### Wat dragen ondernemers aan

De ondernemers zijn ook erg te spreken over de veranderingen bij De Grent. Het meer gemengde horecamilieau maakt de Grent een aanvulling op het aanbod in de Hoofdstraat, waar retail en met name daghoreca gevestigd zijn en de straat vormt een verlengde van de KWB. De wens ligt er om deze positieve trend vast te houden en om de Grent meer te verbinden met het centrum van Noordwijk aan Zee en de KWB.



De Grent



De KWB



Het centrum van Noordwijk Binnen met de Weekmarkt

## 2.2 Ontwikkeling retailaanbod

Over de hele gemeente is het aanbod aan detailhandel tussen 2020 en 2024<sup>1</sup> teruggelopen. In de drie centra en bij het verspreid gelegen aanbod is de vermindering goed te zien. Tegelijkertijd is de leegstand in de drie centra sterk afgenomen. Dit duidt op transformatie van winkels naar overige centrumfuncties of naar kantoren of wonen.

1) Data op basis van Locatus 2020 en (augustus) 2024. De cijfers vormen een momentopname die inzicht geeft in de veranderingen over tijd.

Noordwijk Binnen is het meest constant gebleven de afgelopen vier jaar, met minimale wijzigingen in de samenstelling van het winkelaanbod. In Noordwijkerhout zijn meer panden gevuld met retail dan in 2020. Het modeaanbod is iets afgenomen, maar het overige niet-dagelijkse aanbod is toegenomen. In Noordwijk aan Zee is het modeaanbod juist iets toegenomen en het overige niet-dagelijkse winkelaanbod iets afgenomen.

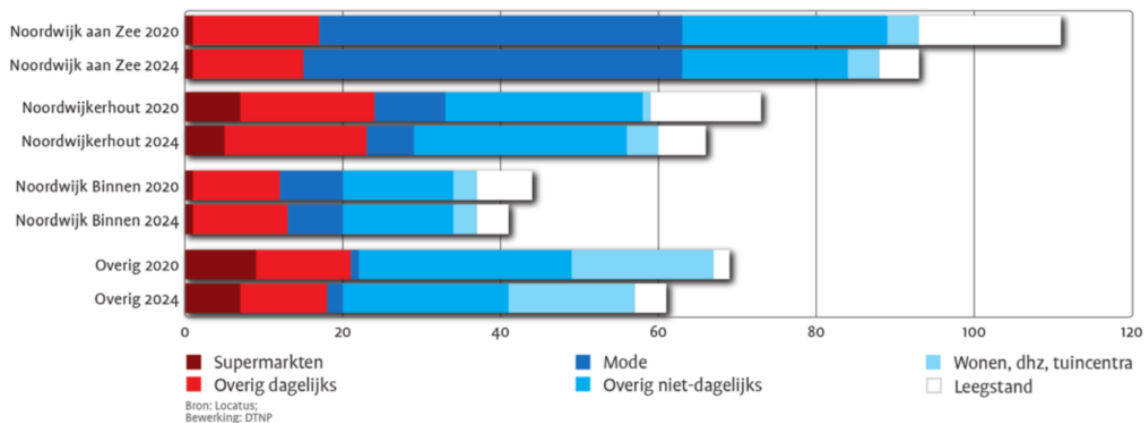
Het retailaanbod buiten de drie centrumgebieden is ook flink teruggelopen. Dit is passend bij de uitgangspunten (onder andere concentratie van aanbod in de centrumgebieden) uit de vorige visie.

#### Landelijke trend: Afname van winkels in niet-dagelijkse sector

De Nederlandse winkelsector staat onder druk. Het aantal winkels neemt ondanks de bevolkingsgroei al geruime tijd af. Dit is vooral zo in de niet-dagelijkse sector. Een van de oorzaken is dat consumenten meer aankopen online zijn gaan doen, waardoor dat deel van de bestedingen niet meer terechtkomt in winkels in winkelstraten. Daarnaast is het consumentenvertrouwen laag en wordt er minder besteed (mede door hoge inflatie). Het fysieke winkelaanbod moet duidelijk onderscheidend zijn, om te kunnen overleven. Daarnaast worden ondernemers nu ook geconfronteerd met sterk stijgende kosten (personeel, financiële en vaste lasten).

De marges komen hierdoor onder druk te staan voor veel ondernemers. Dit maakt het, samen met de (verwachte) aanhoudende groei van online retail-bestedingen, een uitdagende tijd voor fysieke winkels. In heel Nederland neemt al jaren op bijna alle locaties het aantal niet-dagelijkse winkels af (-18% in de afgelopen 8 jaar<sup>2</sup>). Ook in Noordwijk gebeurde dit al de afgelopen jaren, en blijft de retailsector ook in de toekomst kwetsbaar.

Ontwikkeling detailhandel gemeente Noordwijk in aantal verkooppunten tussen 2020-2024



#### (Toekomstige) retailontwikkelingen

In de gemeente Noordwijk lopen een aantal retailontwikkelingen. Drie hiervan zijn supermarktontwikkelingen. Supermarkten zijn bepalend in de voorzieningsstructuur (zie kader) en daardoor van belang voor die structuur.

##### Supermarktverplaatsing Noordwijk aan Zee

In het centrum van Noordwijk aan Zee wordt momenteel een nieuwe supermarktlocatie (met parkeergarage, andere retailpanden en woningen op verdieping) ontwikkeld aan de Maarten Kruytstraat. De Vomar die nu gelegen is aan de Bomstraat, zal hiernaartoe verplaatsen. Op de oude locatie is herontwikkeling naar onder andere wonen beoogd.

##### Tweede supermarkt in centrum Noordwijk Binnen

De ontwikkeling van een tweede supermarkt in het centrum van Noordwijk-Binnen, op de hoek Bronckhorststraat-Raadhuisstraat, is een langlopend dossier. De plannen liggen er al 10 jaar en er is meermaals door verschillende partijen bezwaar ingediend tegen de bouwplannen. Momenteel zijn de partijen in afwachting van een uitspraak door de Raad van State, naar verwachting later dit jaar.

##### Supermarktverplaatsing en ontwikkeling De Zilk

De Zilk heeft lange tijd een kleine tijdelijke supermarkt in het dorp gehad. In februari 2025 is hier verandering ingekomen en is er een nieuwe supermarkt geopend in de nieuwbouwwijk Het Zilt. Met de ont-

2) Locatus 2016-2024

wikkeling van deze winkel heeft De Zilk weer een completer boodschappenaanbod. Dit draagt bij aan de algemene leefbaarheid van het dorp en haar inwoners.

#### **Landelijke trend: de supermarktsector**

Supermarkten zijn, door het grote aantal bezoekers en de hoge mate van combinatiebezoek dat plaatsvindt vanuit de supermarkten, bepalend voor de totale voorzieningenstructuur. Hiervoor moeten ze wel ruimtelijk goed ingepast, van moderne omvang (ca. 1.200-1.500 m<sup>2</sup> vvo) en goed bereikbaar zijn. Andere voorzieningen kunnen nadrukkelijk profiteren van de nabijheid van een supermarkt, en het verdwijnen van die supermarkt kan voor de andere bedrijven negatieve gevolgen hebben. Een evenwichtige spreiding van supermarkten is dan ook belangrijk.

De behoefte van de consument verandert continu. Supermarktpartijen proberen hun positie te verstevigen met schaalvergroting, ook in een tijd waarin de supermarktsector een hoge dynamiek kent, de marges onder druk staan en de invloed van online boodschappen doen gestaag toe blijft nemen. De schaalgrootte van de standaard moderne supermarkt is de laatste jaren dan ook flink gegroeid. Een grotere supermarkt betekent echter ook meer benodigd draagvlak (meer klanten) om gezond te functioneren. De sterke onderlinge concurrentie en het afnemend verkoopvolume zetten de markt verder op scherp<sup>3</sup>. De verwachting is dan ook dat er in deze sector eerder een krimp dan een groei aan winkels en winkelometers zal plaatsvinden. Met uitbreidingswensen dient zorgvuldig omgegaan te worden.

### **2.3 Ontwikkeling horeca-aanbod**

**Het aantal horecazaken is in de gemeente Noordwijk de afgelopen vier jaar stabiel gebleven. Wel is de samenstelling van het aanbod veranderd. In de gemeente is een afname van het aantal restaurants (-7), en een stijging van het aantal fastfood- en bezorghorecazaken (+7) te zien<sup>4</sup>. In de overige sectoren is het aantal zaken hetzelfde gebleven.**

In het centrum van Noordwijk aan Zee is het aanbod, tegen de landelijk trend in (zie kader), met 6 horecazaken toegenomen. Het aantal fastfood- en bezorghorecazaken is hierbij verdubbeld (van 5 naar 10 vkp). Ook het aantal cafés is toegenomen. Het aantal restaurants is daarentegen iets afgenomen. In de centra van Noordwijkerhout en Noordwijk Binnen is het aanbod met één horecazaak afgenomen. De samenstelling van het horeca-aanbod is in deze twee centra vrijwel gelijk gebleven. Buiten de centrumgebieden is het aantal horecazaken iets meer teruggelopen; hier zijn 6 bedrijven minder te vinden. De samenstelling is ook iets gewijzigd: meer fastfood- en bezorghoreca en minder cafés.

#### **Landelijke trend: de horecasector; toekomst onzeker.**

De horecasector is in beweging. Eet- en drinkgelegenheden worden drukbezocht, maar toch houdt de gemiddelde ondernemer weinig over aan het eind van de maand. Jarenlang was de horecasector een groeimarkt. Nieuwe restaurants en lunchrooms schoten als paddestoelen uit de grond en waren in veel centrumgebieden een aantrekkelijke en vanzelfsprekende nieuwe invulling voor leeggekomen winkelpanden. Dit mechanisme staat onder druk, nu de groei er (voorlopig) uit lijkt (-600 horecazaken sinds 2022<sup>5</sup>). Verklaringen voor het einde van de groei zijn o.a. de snelle kostenstijging, de resterende coronaterugbetalingen en het tekort aan personeel waar de horeca mee kampt.

Ondanks dat voor consumenten het leven duurder wordt, blijven zij de horeca bezoeken. Met name jongere generaties bezuinigen niet op gezellige ontmoetingen. Hierbij zoeken zij wel een unieke beleving, bijzonder concept of evenement. Een horecazaak moet onderscheidend zijn ten opzichte van concurrenten uit hetzelfde segment.

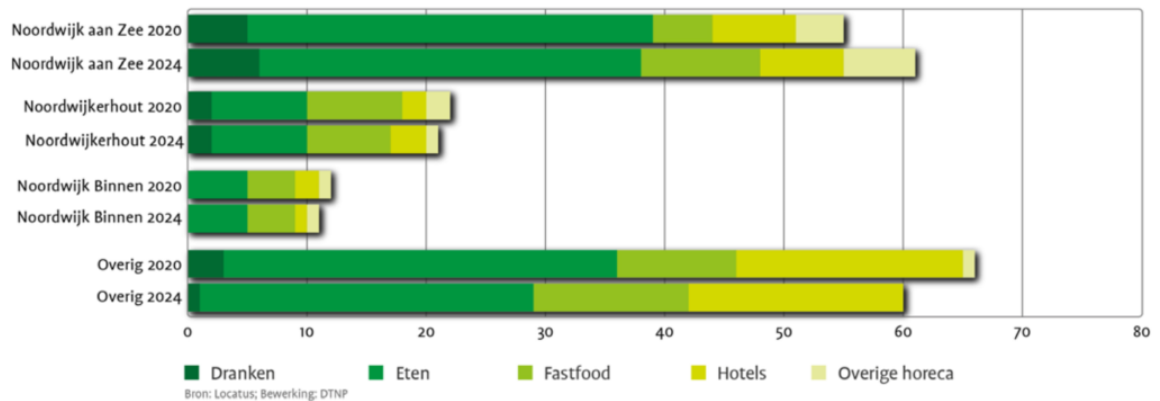
Daarnaast doet horeca die inspeelt op de behoefte aan comfort en gemak het goed; het aantal bezorg- en afhaalzaken groeide tot 2023 het sterkst, al lijkt deze niet verder te groeien.

Ontwikkeling aantal horecazaken gemeente Noordwijk tussen 2020-2024

3) DTNP (2024), [Whitepaper: De supermarktsector: een vechtmarkt met gevolgen](#).

4) Data op basis van Locatus 2020 en (augustus) 2024. De cijfers vormen een momentopname die inzicht geeft in de veranderingen over tijd.

5) Locatus (2024), Data winkelgebieden en verspreide locaties.



### Toekomstige horecaontwikkelingen

Binnen de horecasector in de gemeente vinden er vooral ontwikkelingen plaats op en nabij de Koningin Wilhelmina Boulevard (KWB). Deze boulevard staat onder druk en heeft te maken met grote uitdagingen. De afgelopen decennia heeft de boulevard altijd een (zakelijke) ontmoetingsfunctie gehad, met een bovenregionale verzorgingsfunctie voor toerisme en recreatie. Dit toekomstperspectief is echter onzeker.

Adviesbureau Gloudemans heeft in opdracht van de gemeente Noordwijk een knelpunten- en kansenanalyse gemaakt voor de KWB. Deze knelpuntenanalyse vormt een basis en uitgangspunt om in samenwerking met de ondernemers en andere stakeholders verder na te denken over de toekomst van de KWB. Aan de uiteinden van de KWB vinden tegelijkertijd al grote ontwikkelingen plaats die van invloed zijn op het toekomstperspectief van de KWB.

#### Gat van Palace

Aan de zuidkant van de boulevard, op het schakelpunt van het centrum met de boulevard en het strand, wordt het Gat van Palace ontwikkeld. Bij deze ontwikkeling is op de begane grond ruimte voor horeca van categorie 1 (broodjeszaken, ijssalons) en 2 (cafeteria). Restaurants zijn uitgesloten. Daarnaast is er ruimte voor de ontwikkeling van detailhandel, maatschappelijke voorzieningen, dienstverlening en wonen (wonen is enkel aan de Parallel Boulevard toegestaan). Hotel- en zaalaccommodaties en hotelappartementen zijn uitgesloten binnen deze ontwikkeling.

Er wordt ingezet op een levendige en aantrekkelijke plint langs het Palaceplein richting de KWB. Dit sluit aan op de belangrijke schakelfunctie van de locatie van het Gat van Palace, tussen de belangrijkste bestemmingen in Noordwijk aan Zee: strand, boulevard en centrum.

#### Hotels van Oranje

Aan de Noordkant van de boulevard wordt Hotels van Oranje herontwikkeld. De oude functie van Hotels van Oranje (hotel en restaurant) komt na een aantal jaren van afwezigheid terug. Er is in de plannen ruimte voor een restaurant en/of bar, zaalaccommodatie en een hotel. Daarnaast worden er woningen toegevoegd en wordt een parkeergarage ontwikkeld. De ontwikkeling van een hotel op deze locatie zorgt voor nieuwe aanloop vanaf de noordkant van de boulevard en kan daarmee een belangrijke impuls geven aan de boulevard als geheel.



Locatie Gat van Palace (locatie reuzenrad) met doorkijk Hoofdstraat



Plannen van Hotels van Oranje (bron: noordwijk.info.nl)

### 3 Visie op de voorzieningenstructuur

#### 3.0 Ambities en uitgangspunten

**Retail en horeca zijn twee belangrijke economische pijlers binnen de gemeente Noordwijk. De vele winkels en horecagelegenheden zorgen voor werkgelegenheid, een hoog voorzieningenniveau, en voor gezelligheid voor de bezoekers en de inwoners.**

#### Dynamiek door beleid

Voor een goed ondernemersklimaat zijn kaders gewenst. Kaders zijn ook nodig om te zorgen dat zowel de levendigheid (voor bezoekers) als de leefbaarheid (voor de inwoners) in de gemeente op niveau blijven. In de omgevingsvisie 1.0 heeft de gemeente Noordwijk op vijf thema's haar ambities kenbaar gemaakt. Voor de Retail- en Horecavisie zijn met name de volgende zaken uit de economische paragraaf (*'een ondernemende gemeente met voldoende welvaart voor iedereen'*) van belang:

- **Voor recreatie & toerisme ligt het accent op kwaliteit en seizoensverlenging en spreiding:** eigenzinnig, persoonlijk, charme belangrijker dan volume, en topklasse congresfaciliteiten. De kuuroordstatus doet daar nog een schepje bovenop. Verlenging van het seizoen is een streven;

- **Aandacht voor de lokale economie:** per dorp wordt gestreefd naar een divers aanbod aan winkels, weekmarkten, werkplaatsen, ontmoetingsplaatsen, ambachten, parken, rustplaatsen en ateliers;
- **Het aanbod past bij het betreffende dorp** en draagt bij aan een **toekomstbestendige economie**, waarbij het voorzieningenniveau op peil wordt gehouden.
- Per dorp wordt gezocht naar de beste manier om **de lokale economie met elkaar verder te ontwikkelen**.

Het bestaande ambitiekader uit de Retail- en Horeca-visie 2021-2023 sluit hier nog steeds goed op aan, en blijft dus van toepassing in de actualisatie:

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

#### Het DNA van de gemeente Noordwijk: 'Noordwijk een verademing'<sup>6</sup>

De gemeente Noordwijk is al jaren een plek waar inwoners en gasten zich thuis voelen. Noordwijk is een heilzame badplaats, gelegen in het Nationaal park de Hollandse Duinen. Noordwijk Marketing heeft de volgende waarden gekoppeld aan Noordwijk: ruimte, kwaliteit, vitaliteit, verfrissing en wellbeing. In Noordwijk is het goed leven, werken, ondernemen en bezoeken. Noordwijk heeft een aantal unieke onderscheidende kernkwaliteiten die de basis vormen voor het DNA van Noordwijk en het aanbod en de ruimtelijke structuur van de retail en horeca:

- Ontspanning & ontmoeting
- Natuur & Zee
- Bloemen & Bollen
- Cultuurhistorie
- Gezondheid
- Gastronomie
- Topkwaliteit
- Gastvrijheid

#### Uitgangspunten

Voor het realiseren van de ambities worden de volgende uitgangspunten gehanteerd welke leiden tot de keuze voor de hoofdstructuur en de visie op retail en horeca:

1. **Prioriteren:** we bundelen onze krachten ter versterking van de robuuste hoofdstructuur. Hier zijn nieuwe initiatieven gewenst, en investeren we in het op orde brengen en houden van de basisrandvoorwaarden (o.a. schoon, heel, veilig, bereikbaar en klimaatbestendig). Deze hoofdstructuur, die prioriteit heeft boven de rest van het aanbod, bestaat uit de centra van Noordwijk aan Zee, Noordwijkerhout en Noordwijk Binnen, plus de voor intensief gebruik aangewezen toeristisch-recreatieve kuststrook, de Koningin Wilhelmina Boulevard en De Grent.
2. **Profileren:** het uitgangspunt is een complementaire hoofdstructuur. De drie hoofdkernen en het strand hebben elk een eigen, onderscheidend profiel. Deze profielen versterken elkaar door verbinding via fysieke routes, onderlinge samenwerking (bijv. arrangementen) en door de inzet van marketing en promotie (met oog voor de lokale markt en de verbinding met de regio).
3. **Integreren:** versterking of nieuwvestiging van verspreid gelegen en/of ondersteunend retail- of horeca-aanbod (dus buiten de hoofdstructuur) is alleen mogelijk indien er sprake is van integratie met een andere functie. Bijvoorbeeld wanneer:
  - er wordt bijgedragen aan de lokale leefbaarheid en identiteit, bijvoorbeeld d.m.v. een fijnmazige boodschappenstructuur;
  - door de aard of omvang van de verkochte artikelen (m.n. volumineuze goederen, en met aandacht voor branchering) vestiging in de dorpscentra onwenselijk is, en versterking of nieuwvestiging niet ten koste gaat van bestaande bedrijfsactiviteiten op de betreffende locatie;
  - wordt bijgedragen aan het toeristisch-recreatieve klimaat, de kuuroordstatus en/of de instandhouding van cultuurhistorisch erfgoed.

6 ) Noordwijk Marketing

4. **Vertrouwen:** structurele samenwerking tussen de gouden driehoek (ondernemers, gemeente en vastgoedeigenaren) blijft van groot belang voor het bereiken van de ambities. Ook hierin blijven we de komende jaren investeren. Ieder heeft daarin een eigen rol en verantwoordelijkheid, en mag de ander aanspreken op het niet naleven of nakomen van afspraken. De ondernemers-BIZ Noordwijkerhout en de winkeliersverenigingen in Noordwijk aan Zee en Noordwijk Binnen zijn hierin voor de centrumgebieden waardevolle partners.

Om recht te doen aan de diverse beleidsambities (zie p. 16) en de actuele ondernemersbehoeften (zie par. 2.1) vatten we in de volgende paragraaf de gewenste retailstructuur en de gewenste horecastructuur samen in één gewenste hoofdstructuur. Hiermee kan beter worden ingespeeld op de lokale opgaven en identiteit van ieder van de dorpen en de overige voorzieningencusters. Inhoudelijk zijn er overigens slechts kleine verschuivingen aangebracht ten opzichte van de 'visie op retail' en de 'visie op horeca' uit 2021.

### 3.1 Visie op de hoofdstructuur

**Voor een optimale en toekomstbestendige retail- en horecastructuur moeten keuzes gemaakt worden. De drie centra, die samen met het strand de hoofdstructuur vormen, krijgen ieder een profiel dat past bij het eigen unieke karakter.**

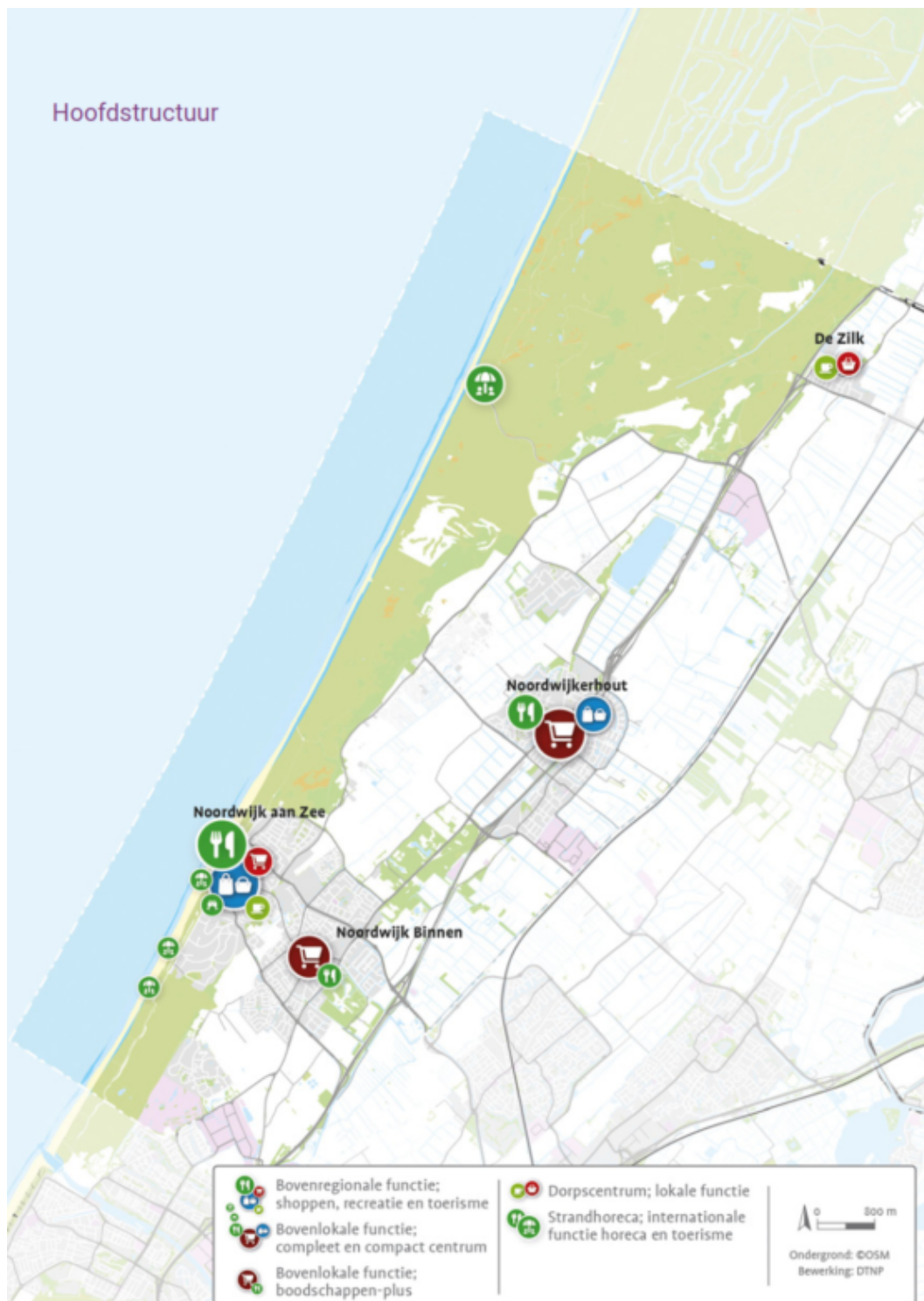
#### **Noordwijk aan Zee: (inter)nationale functie voor toerisme en recreatie**

Noordwijk aan Zee als geheel (het centrum, De Grent, de Koningin Wilhelmina Boulevard en de strandpaviljoens) heeft een (inter)nationale functie voor recreatief winkelen en toerisme en recreatie.

**Het centrum van Noordwijk aan Zee** (Hoofdstraat met aangrenzende zijstraten), bevat een mix aan modisch en lifestyle-aanbod, gemengd met daghoreca die een grote aantrekkingskracht hebben op de bezoeker en toerist. Het versaanbod, persoonlijke verzorging (drogist), en (ambachtelijke) dienstverlening zorgen daarnaast voor aantrekkingskracht op de lokale inwoners. Het centrum kan beter gepositioneerd worden per doelgroep. Voor de "dagjesmensen" en toeristen een mooie combinatie van winkelen met strand. Voor de liefhebbers van kwaliteitsmode de unieke parels en voor de inwoners voor elk wat wils van dagelijkse boodschappen, tot mode. Evenementen zorgen daarnaast voor levendigheid en extra bezoekers. **De Grent** biedt, met dag-, avond- en nachthoreca, een aanvullend horeca-aanbod.

*Het geheel (centrum en De Grent) vormt een aantrekkelijke omgeving waar gezamenlijk in geïnvesteerd is. De toevoeging van dagelijks winkelaanbod kan de lokale draagkracht vergroten, en een verbreding van het aanbod met andere, publieksgerichte functies kan het geheel als unieke bestemming aan zee versterken.*

**De Koningin Wilhelmina Boulevard (KWB)** heeft een (zakelijke) ontmoetingsfunctie met een bovenregionale verzorgingsfunctie voor toerisme en recreatie. Het toekomstperspectief is echter onzeker. Er spelen een aantal ontwikkelingen (Hotels van Oranje, Gat van Palace), die van invloed zijn op de boulevard. De KWB vraagt dan ook, om het toekomstperspectief te verbeteren, om ingrepen en investeringen in uitstraling en branchering. De visie die wordt opgesteld voor de KWB moet hieraan bijdragen, ook de Kuuroordstatus biedt mogelijk kansen. Uitgangspunt is het deels behouden en het optimaliseren van de kwaliteit van het aanbod in de plinten en transformatie mogelijk te maken. Ook wordt er gekeken naar een goede invulling voor een evenemententerrein op de KWB.



*De kansen voor Noordwijk aan Zee als geheel liggen in het beter verbinden van het strand, de KWB en het centrum. Vanuit complementariteit kunnen de aanwezige voorzieningen in deze gebieden elkaar in de toekomst verder versterken.*

#### **Strand: bovenregionale functie voor toerisme en recreatie**

Het strand heeft een bovenregionale (deels (inter)nationale) verzorgingsfunctie voor toerisme en recreatie. De strandpaviljoens versterken de strandbeleving langs de kustlijn van de gemeente Noordwijk. Een deel van de paviljoens is het hele jaar geopend. Mede hierdoor is het strand jaarrond aantrekkelijk.

*Aan de hand van de Strandnota 'Het gezonde strand' wordt gestreefd naar een kwalitatieve versterking van de kustbeleving. Een eventuele uitbreiding van het aantal paviljoens wordt in de retail en horecavisie niet in voorzien.*

**Noordwijkerhout: compleet centrum met bovenlokale functie**

In het centrum van Noordwijkerhout is een omvangrijk boodschappenaanbod met aanvullend versaanbod, persoonlijke verzorging (drogist) en niet-dagelijks aanbod, zoals modezaken e.d. te vinden. Daarnaast heeft het centrum een aantrekkelijk en divers horeca-aanbod, verspreid door de winkelstraten. Het centrum biedt alles voor inwoner en regiobezoeker en voor de toerist die in de buurt op een van de recreatieparken verblijft.



*Er wordt in het centrum van Noordwijkerhout ingezet op het behouden van het complete en compacte centrum, waarbij er daarnaast met ambitie wordt voorgesorteerd op nieuwe ontwikkelingen om het centrum te blijven versterken.*

**Noordwijk Binnen: boodschappen+ (bovenlokale functie)**

Het centrum van Noordwijk Binnen vervult in de basis een bovenlokale boodschappenplus-functie met een supermarkt, meerdere verszaken, persoonlijke verzorging (drogist), frequent-benodigd niet-dagelijks aanbod (Action) en diverse speciaalzaken met een zelfstandige aantrekkingskracht (van boekwinkel tot café/restaurant).

*Er is potentie voor het sterker aanzetten van de 'plus'. Ofwel door versterking van het huidige profiel (extra supermarkt, hogere druk op de winkelstraat), of door verbreding van het profiel (meer 'overige' dorpsfuncties, sfeer en verblijfskwaliteit). Hoe dit wordt ingevuld is sterk afhankelijk van de invulling van twee ontwikkellocaties (zie p. 31).*

#### **Aanvullende retail- en horecalocaties**

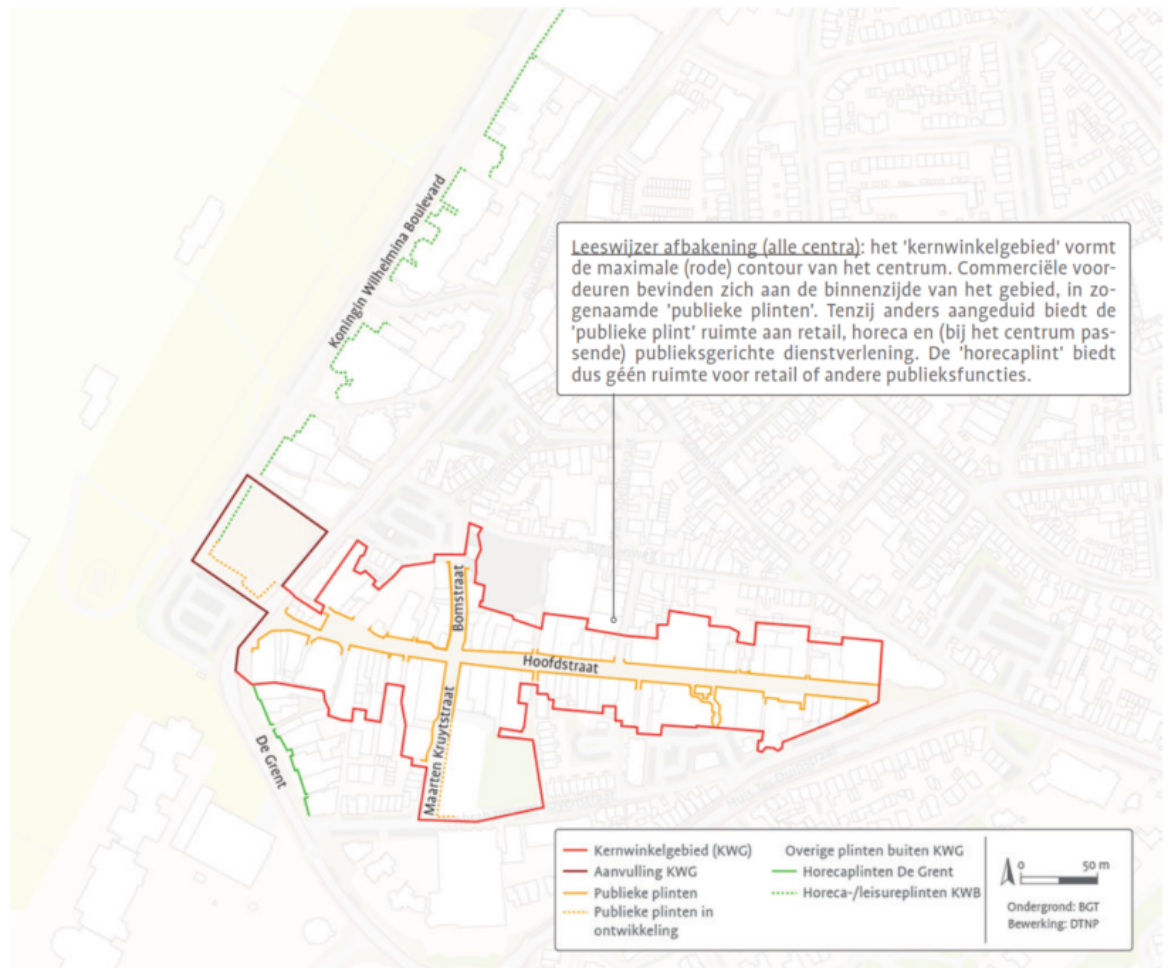
Aanvullend aan de hoofdstructuur zijn er een aantal te behouden retail- en horecalocaties die passen bij de uitgangspunten. Dit zijn ten eerste de kleinschalige buurtcentra (Rederijersplein in Noordwijk Binnen en Pilarenlaan in Noordwijkerhout) en de solitair gelegen supermarkten (in De Zilk en aan het Bonnikeplein in Binnen), die deel uitmaken van de **fijnmazige boodschappenstructuur** en bijdragen aan de leefbaarheid. Ten tweede zijn dit (bij uitzondering) retailvestigingen op bedrijventerreinen, enkel voor de **verkoop van volumineuze goederen**, zoals bouwmarkten, woonwinkels en tuincentra. Tot slot is in het noordelijke buitengebied een beperkte uitbreiding van het horeca-aanbod gewenst, ter versterking van de **toeristisch-recreatieve hoofdstructuur** bij het Oosterduinse Meer.



### 3.2 Noordwijk aan Zee

Het centrum van Noordwijk aan Zee is dé bestemming om te shoppen en heeft een (inter)nationale functie voor toerisme en recreatie. De Koningin Wilhelmina Boulevard en het strand op steenworp afstand van de Hoofdstraat maken van het centrum een unieke bestemming. Ondanks de gunstige ligging van het centrum maakt een deel van de ondernemers zich zorgen over hun bedrijfsexploitatie, onder andere vanwege de plannen voor de openbare ruimte en projectontwikkelingen rondom het centrum.

Afbakening centrum Noordwijk aan Zee



#### Wat vinden betrokkenen?

- Er lopen veel **bouw- en infrastructurele projecten** in en om het centrum, dit legt de komende jaren een druk op de ondernemers. Een goede afstemming van de plannen op het functioneren van het centrum (d.m.v. tijdelijke maatregelen/aankleding en routing), goede communicatie over/tijdens en het actief informeren en faciliteren van bezoekers over de werkzaamheden is nodig om de impact op de winkelstraat te verzachten.
- **De verbinding tussen winkelstraat, boulevard en zee** (oversteek Parallel Boulevard) is cruciaal. Het verlengen van het seizoen en het vergroten van de verblijfsrecreatieve mogelijkheden dragen bij aan het versterken van het centrum. Het recreatieve/modische aanbod is sterk afhankelijk van de recreatieve bestedingen door (strand)bezoekers.
- **(Retail-/horeca)concurrentie** tussen Hoofdstraat en Boulevard moet voorkomen worden. Versterk elkaar!
- **Het winkelaanbod** is nu in toenemende mate in het hoge of juist het lage segment; het midden-segment vervaagt. Wens is te blijven inzetten op een gebalanceerd totaalplaatje, met daarin unieke lokale ondernemers met nadruk op kwaliteit en service naast landelijke ketens, met een breed en compleet aanbod voor toeristen, inwoners en regionale bezoekers.
- **Parkeervoorzieningen**, maar ook **(pendel)busdiensten (in het hoogseizoen)** moet **op orde** gebracht worden. Belangrijk om aan alle zijden van de Hoofdstraat goede bronpunten te hebben. Recreatieve bezoekers willen best iets verder weg parkeren, maar niet té ver. Bij doelgericht bezoek heeft (kort)parkeren op maaiveld de voorkeur. Ook personeelsparkeren vraagt om aandacht, bij voorkeur gebeurt dit niet op de 'beste plekken' voor bezoekers van het centrum.
- Handhaving op **fietsverkeer** op drukke momenten (bijv. hoogseizoen en weekenden) (t.b.v. de beleving en veiligheid in de straat) en het aanbieden van **fietsparkeren** blijft een aandachtspunt vanuit een (jaarrond) functieverbreiding in de winkelstraat (meer dagelijks (boodschappen)aanbod).
- **De openbare ruimte moet schoon, heel en veilig blijven (KVO)**; hier ligt ook een taak voor de ondernemers om samen te werken en met elkaar, en de gemeente, de handen uit de mouwen te blijven steken. (Mede door vrachtverkeer in de straat is het er nu niet veilig).

- Gezien de dynamische winkelmarkt is enige krimp van recreatief winkelprogramma (op termijn) te verwachten. Daarnaast vindt er onder huidige ondernemers vergrijzing plaats. Het ontbreken van opvolging brengt risico's met zich mee (o.a. leegstand en het afnemen van het onderscheidend vermogen centrum). **Leegstand die ontstaat moet primair ingevuld worden met retail of (dag)horeca.** Pas als dit niet mogelijk is, andere publieksfuncties met aantrekkende werking (diensten met baliefunctie) toestaan, mits passend bij de balans in het centrum. Geen transformatie naar woningen of kantoren op de begane grond binnen het centrumgebied (zie afbakening kaart). Transformatiekansen liggen in de stegen naast/achter de hoofdstructuur; alleen het hoekpand moet publieksgericht ingevuld blijven.
- Het verdienmodel van veel ondernemers staan onder druk door onder andere resterende Coronaschulden, gebrek aan personeel, stijgende loonkosten en stijgende lasten, behoudend gedrag consumenten en internet.
- Samenwerking tussen ondernemers onderling en met vastgoedeigenaren is matig waardoor het een uitdaging vormt om het centrum levendig te houden, duidelijk te positioneren en tot een gedragen uitstraling en profilering te komen.

### Het toekomstbeeld

Het winkelcentrum positioneert zich als een aantrekkelijke bestemming met een onderscheidend winkelaanbod gericht op het kwalitatief betere assortiment aangevuld met dagelijkse behoeften, betaalbare mode en vers aanbod. Door vergroting van de centrumbeleving versterken strand, boulevard, De Grent en winkelstraat elkaar nog meer. Het bezoek wordt jaarrond voor alle doelgroepen aantrekkelijker door de gerichte functieverbreding met vernieuwende (dag)horeca, (pop-up-)leisureconcepten en lokaal (vers)aanbod. Dit laatste is met name kansrijk rondom de (verplaatste) supermarkt aan de Maarten Kruytstraat.

### Doelstellingen

- ✓ Hoogwaardige **bezoekersbeleving jaarrond blijven bieden**: verwachtingen samen blijven waarmaken en het seizoen verlengen waarbij in het laagseizoen centrumbezoek (aan zee) gestimuleerd wordt.
- ✓ **Bezoek** aan verschillende deelgebieden (strand, centrum en boulevard) beter **combineren**.
- ✓ Goede **bereikbaarheid** van het winkelgebied voor voetganger, fietser en met openbaar vervoer, plus voldoende **passende parkeergelegenheid** voor de auto.
- ✓ Het bieden van goede en veilige **fietsvoorzieningen** om fietsbezoek te stimuleren.
- ✓ Verdere invulling geven aan de **kuuroordstatus**.
- ✓ **Parkeren** en de bijbehorende parkeerbalans voor bezoekers, bewoners, ondernemers en werknemers, op orde brengen en houden door onder andere in te zetten op ondergronds parkeren en de pendelbusdienst in het hoogseizoen (behoud beachshuttle)

### Werken aan

- o Noordwijk aan Zee als onderscheidend merk blijven positioneren;
- o Kwaliteit in uitstraling en onderhoud op niveau houden, méér dan schoon, heel en veilig.
- o Noordwijk als heilzame badplaats beter uitdragen door o.a. recreatieve routes, betere uitstraling en aanbod gericht op een gezonde leefstijl, jaarrond bestemming en meer 'beleving'.
- o Verbinding tussen strand, boulevard en centrum verbeteren (ruimtelijk en bijvoorbeeld door activiteiten);
- o Een gastvrije ontvangst door goede bereikbaarheid voor alle vormen van mobiliteit ondersteund door routeverwijzing, en daar waar nodig handhaving op een klantvriendelijke wijze;
- o Borgen van uitstraling, bereikbaarheid, vindbaarheid tijdens werkzaamheden in/om het centrumgebied. Daarnaast is goede afstemming nodig van infrastructurele projecten en bouwprojecten, waarbij in de planning de effecten voor het functioneren van het centrum van Noordwijk aan Zee op korte en lange termijn wordt meegenomen;
- o Afstemming gemeentelijke visies en ontwikkelplannen;
- o Samenwerking binnen het centrumgebied (in de winkelstraat en langs De Grent) en met (en tussen) vastgoedeigenaren verbeteren. Nieuwe ondernemers/ondernemingen welkom heten en wegwijs maken en samenwerking tussen bestaande ondernemers in de winkelstraat en aan De Grent verder uitbreiden.

Visie en projecten Noordwijk aan Zee

## Visie en projecten Noordwijk aan Zee



### Strandnota 2022-2026

De jaarrond- en seizoenspaviljoens functioneren goed op het strand. De diverse paviljoens zijn van hoge kwaliteit en bieden samen een onderscheidend aanbod. Momenteel gelden de exploitatieregels uit de strandnota 2022-2026. Concreet betekent dit geen verruiming van het aantal paviljoens (tot en met 2026). In de omgevingsvisie 2030 van de gemeente Noordwijk is aangegeven dat "meer jaarrond-exploitatie in het jaar 2030 niet uitgesloten is". Hierover zal bij vernieuwing van de strandnota nog een nader besluit moeten worden genomen, waarbij de impact van een eventuele verruiming op de gehele vraag- en aanbodstructuur (positieve én negatieve effecten, en mede afhankelijk van de ontwikkelingen op de boulevard) zeer zorgvuldig afgewogen zal moeten worden.

### 3.3 Koningin Wilhelmina Boulevard

De Koningin Wilhelmina Boulevard (KWB) gaat een uitdagende tijd tegemoet. De afgelopen decennia had de boulevard een bovenregionale verzorgingsfunctie voor toerisme en recreatie. Onder andere door de toename van jaarrond-horeca óp het strand is de positie van het horecacluster op de boulevard kwetsbaar. Investerings in het vastgoed en de openbare ruimte zijn nodig, maar een visie ontbreekt.

#### Keuzes en consequenties

De Koningin Wilhelmina Boulevard zal, van Vuurtorenplein tot aan de Hoofdstraat, ook in de toekomst altijd een zekere rol vervullen binnen de toeristisch-recreatieve en de horecastructuur van Noordwijk aan Zee. De keuze welke positie dat is, en welke ontwikkelingen wenselijk zijn op de lange termijn, om deze beeldbepalende plek aantrekkelijk te houden, overstijgt echter de reikwijdte van de Retail- en Horecavisie.

Los van de vraag of en wanneer het in samenwerking tussen de ondernemers en de gemeente lukt om bepaalde economische impulsen te realiseren (gezien ondermeer de benodigde investering, de krappe arbeidsmarkt en het concurrentiebeeld langs de Hollandse kust), rijst namelijk de vraag in hoeverre de Noordwijkse gemeenschap wil dat een zekere mate van nieuwe toeristische ontwikkelingen plaatsvindt, om een toekomstbestendige *aaneengesloten* publieksgerichte horeca-/leisureplint<sup>7</sup> in de benen te houden. Als gevolg van verdere economische impulsen kan de (ervaren) toeristische druk in het dorp verder oplopen. Tevens bestaat het risico dat niet alle (economisch wenselijke) ontwikkelingen het DNA van Noordwijk daadwerkelijk versterken.

#### 'De boulevard' opnieuw uitvinden

7) Uitbreiding van retail is hier nadrukkelijk niet gewenst; winkels horen in de Hoofdstraat (zie afbakening p. 21)

Doordat de afgelopen jaren het horeca-aanbod op het strand en in de winkelstraat is toegenomen, is de horecafunctie van de KWB onder druk komen staan. In cijfers bestaat de KWB nu uit 21 horecagelegenheden met een totale oppervlakte van ca. 5.200 m<sup>2</sup> wvo<sup>8</sup>. In 2020 was dit nog circa 6.600 m<sup>2</sup> wvo. Om te voorkomen dat een groei van het horeca-aanbod op de KWB weer ten koste gaat van andere (ook gewenste) horecalocaties in het Noordwijkse centrum, zal de boulevard op zoek moeten naar een onderscheidende rol/positie. Dit kan bijvoorbeeld door het aanspreken van een nieuwe doelgroep of door het bieden van een duidelijk complementair bezoekmotief.

#### **Lange termijn: strategische keuzes maken**

Voor het stimuleren van de publieksgerichte rol van de KWB ziet DTNP een viertal theoretische mogelijkheden, die ieder voor zich of gecombineerd leiden tot een forse verbetering van 'de loop' op de boulevard:

1. een (flinke) toename van het aantal overnachtingsplekken in Noordwijk aan Zee, bij voorkeur in de vorm van meer hotelkamers óp de boulevard;
2. een sterke verbetering van de ontsluiting van de KWB en van de parkeercapaciteit nabij de KWB, bijvoorbeeld in de vorm van een publieke parkeergarage (indien mogelijk bijvoorbeeld onder het duin);
3. versterking van het leisure-aanbod (van bowling tot boules-bar en van arcadehal tot jumpsquare), met bijbehorend horeca-aanbod als nevenfunctie;
4. significante versterking van het wellnessaanbod en -profiel van de KWB, in lijn met de kuuroordstatus van de heilzame badplaats.

#### **Korte termijn: investeringsperspectief**

Bovenstaande strategische keuzes vragen om zorgvuldige afweging en een publieke dialoog: wat voor boulevard willen we zijn? In de tussentijd is er echter dringend behoefte aan investeringsperspectief, om een verdere neergaande trend te voorkomen. Het voorstel is om het vertrouwde beeld van een aaneengesloten publieksgerichte horeca-/leisureplint op de KWB, als afgeleide van de vroegere hoofdrol van de boulevard, deels los te laten. Hiermee krijgen pandeigenaren de mogelijkheid om incidenteel de begane grond te transformeren naar wonen.

Deze investeringen in (service)appartementen leiden niet tot een aantrekkelijkere bezoekersbeleving qua aanbod, wel (naar verwachting) qua uitstraling van het vastgoed aan de boulevard. Bovendien is het aannemelijk dat er hierdoor langs de boulevard op andere plekken juist ruimte blijft voor sterker horeca-aanbod: naarmate er meer horecalocaties transformeren en er weer meer mensen (permanent) aan de kust verblijven, zal er voor de resterende ondernemers ook een betere boterham te verdienen zijn op de boulevard.

#### **Zichtbaarheid en beleving**

Wel is het belangrijk dat niet 'zomaar' overal wonen op de begane grond wordt toegestaan. Met name rondom de uiteindes van de boulevard, nabij het Vuurtorenplein/Hotels van Oranje enerzijds en het Palaceplein anderzijds, en (in iets mindere mate) op de hoeken van de diverse zijstraten/doorsteken, is behoud van de horecafunctie op de begane grond van belang. Ten eerste zijn deze locaties het meest onderscheidend en dus kansrijk, met name voor allround-horecaformules (dag en avond, binnen en buiten). Ten tweede wordt zo de toeristische/recreatieve passant op deze plekken in ieder geval verleid om ook de boulevard mee te nemen in het slenterrondje: heen over het strand, terug over de boulevard. Daarnaast bestaat de optie om door middel van kleinschaliger aanbod, bijvoorbeeld in de vorm van enkele kiosken, (in het hoogseizoen) een sterke horecabeleving langs de boulevard in stand te houden.

#### **Transformeren en stimuleren**

Het bij uitzondering toestaan van de woonfunctie op de begane grond aan de boulevard biedt op de korte termijn het meest kansrijke (pragmatische) toekomstperspectief. De kans op kwalitatieve investeringen in de panden, die hoe dan ook nodig is om aantrekkelijk te blijven voor bezoekers, is momenteel groter bij een woonontwikkeling dan bij een commerciële. Bovendien sluit het één het ander niet uit; er zal altijd ruimte blijven voor en ingenomen worden door de horeca. Zeker hotels en (hotel-)restaurants die recentelijk hebben geïnvesteerd om mee te gaan met de trends, zullen onverminderd van waarde blijven voor de toeristisch/recreatieve bezoeker. Het incidenteel toestaan van wonen op de begane grond laat voldoende ruimte voor andere ontwikkelingen op de lange termijn.

8) Locatus (aug. 2024), Verkooppuntenbestand. Het casino is sindsdien gesloten



Meer leisurefuncties, als aanvullend bezoekmotief?



Alternatieve invulling horecapotentie, met meer aandacht voor de menselijke maat (Aarhus Ø, Gehl Architects)

### **Belang openbare ruimte**

De programmatische (on)mogelijkheden voor de horecaplint van de KWB kan bovendien niet los worden gezien van de openbare ruimte voor de plint. Naarmate er (iets) minder publieksgericht horeca- of leisureaanbod te vinden is in de plint, zal de openbare ruimte des te aantrekkelijker moeten worden ingericht voor de bewoners en bezoekers van Noordwijk aan Zee, om de boulevard nieuw leven in te blazen als beeldbepalende en aantrekkelijke (verblijfs)plek.

De huidige inrichting en verkeersfunctie van de boulevard, met ruimte voor autoverkeer en -parkeren op maaiveld, zal (in lijn met de programmatische versoepeling) op termijn, en onder de juiste voorwaarden, heroverwogen moeten worden. Door de aantrekkelijkheid en verblijfskwaliteit in de openbare ruimte flink aan te pakken en bijvoorbeeld een sterkere relatie met de duinen en het strand te creëren,

kan er meer wisselwerking ontstaan tussen de boulevard en het strand. Een bezoeker die over de duinen/boulevard flaneert kan dan bewust kiezen voor een plek aan de boulevard of op het strand.

Ook de inrichting van het Palaceplein, als hét schakelpunt van het centrum van Noordwijk aan Zee, speelt hierin een rol.

### Schouders eronder

Er wordt in Noordwijk al lang gesproken over de toekomst van de KWB. Er heeft een serie interviews plaatsgevonden, uitgevoerd door adviesbureau Gloudemans, om de kansen en knelpunten op de boulevard nader in beeld te krijgen. Hoewel deze inventariserende studie ten tijde van het opstellen van deze visie nog in de afrondende fase is, kan wel geconcludeerd worden dat de hier, vanuit economisch oogpunt, voorgestelde (incidentele) functiewijziging van de plint controversieel is. Er bestaat vrees bij bestaande ondernemers dat het toestaan van een woonontwikkeling op de begane grond "de doodsteek voor de boulevard betekent". Tegelijkertijd is iedereen het er in de basis over eens, dat er iets moet gebeuren; niets doen is geen optie (meer).

Met deze actualisatie van de Retail- en Horecavisie wordt daarom toch een belangrijke impasse doorbroken: onder strikte (ruimtelijke) voorwaarden en met oog voor de omgevingskwaliteit is het incidenteel loslaten van de publiekgerichte horeca-/leisurefunctie van de begane grond bespreekbaar. Tegelijkertijd zullen betrokken partijen zich onverminderd moeten blijven inzetten om samen (idealiter vanuit een integrale visie op het gebied) te komen tot meer strategische (langetermijn)keuzes voor de KWB. Welke rol vervult ze in de toekomst?



### 3.4 Noordwijkerhout

**Noordwijkerhout heeft binnen de gemeente een geheel eigen karakter. Het hart van de Bollenstreek wordt gekenmerkt door een veelzijdig (boodschappen)aanbod, een aantrekkelijk dorpsplein voor ontmoeting rond de Witte Kerk, en veel groen.**

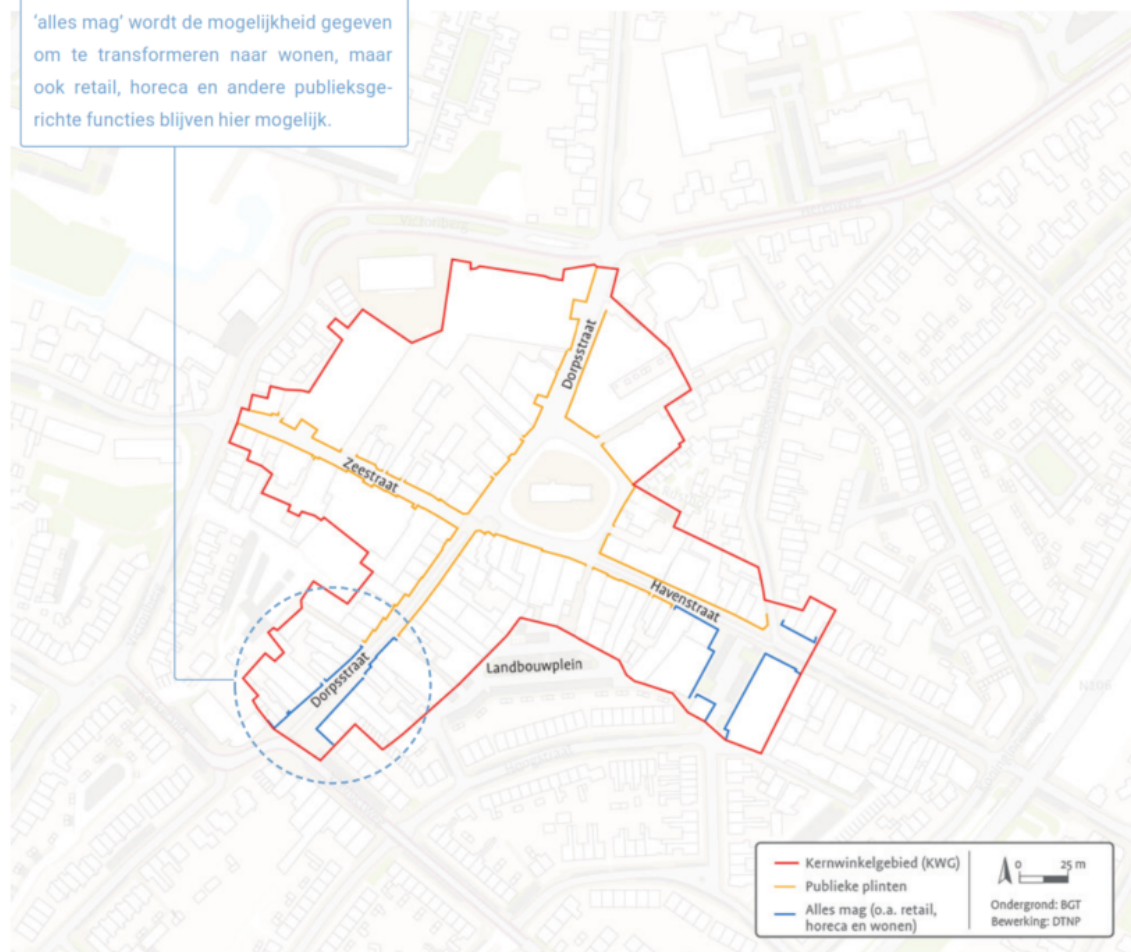
#### Wat vinden betrokkenen?

- Het centrum van Noordwijkerhout heeft de laatste jaren een **positieveontwikkeling** doorgemaakt. De basis is op orde, maar we zijn er nog niet!
- Er is behoefte aan verdere verduidelijking en concretisering van de **merkidentiteit en positionering** van het centrum.
- Hoe meer **bezoekdoelen** in het centrum, hoe beter het toekomstperspectief voor het centrum als geheel. Wel is een open uitstraling van de begane grond ('de plint') in alle gevallen wenselijk. Waar mogelijk **verplaatsing** (van buiten de hoofdstructuur naar erbinnen) **stimuleren**.
- Zuidelijk deel **Dorpsstraat** opnemen in de **kernwinkelstructuur**.
- Uitstraling **winkelvastgoed Marktplein, aan de zijde van de kringloopwinkel**, behoeft aandacht.
- **Entrees** tot het centrum beter **markeren**, zoals elders in Noordwijk ook gebeurt.
- **Laden/lossen** voor de Dirk-supermarkt (aan de Dorpsringweg) is verkeersonveilig (o.a. onveilig voor naar schoolgaande kinderen in de ochtend, maar ook voor overige centrumbezoekers gedurende de dag). Vanwege het aanwezige winkelend en horecapubliek, kan de supermarkt zowel binnen als buiten venstertijden niet veilig bevoorrad worden; wat de supermarktexploitatie bemoeilijkt.
- **Fietsers** door het centrum zijn **kans én bedreiging**; snelheidsremmende maatregelen én voldoende goede stallingsmogelijkheden nodig.
- **Parkeren** blijft aandachtspunt, het ontbreekt o.a. aan (regelmatige) handhaving blauwe zone, bewegwijzering en voldoende plekken in de avonduren voor horecabezoek. Hier dienen indien mogelijk met de eigenaar van parkeergarage Victoriberg afspraken over gemaakt te worden.

### Alles mag?!

Aan de uiteindes van het centrum waar 'alles mag' wordt de mogelijkheid gegeven om te transformeren naar wonen, maar ook retail, horeca en andere publieksgerichte functies blijven hier mogelijk.

Afbakening centrum Noordwijkerhout



### Toekomstbeeld: compleet centrum met bovenlokale functie

Het centrum van Noordwijkerhout is compleet en compact; het biedt alles voor de lokale inwoners, de regiobezoekers en de toeristen die in de buurt op een van de recreatieparken verblijven. Er is een omvangrijk boodschappenaanbod met aanvullend versaanbod, persoonlijke verzorging (drogist) en bijpassend niet-dagelijks aanbod. Daarnaast is er een rijk evenementenaanbod. Er zijn veel lokale zelfstandige ondernemers, die samen iets moois weten neer te zetten. Daarnaast heeft het centrum een aantrekkelijk horeca-aanbod, met zowel dag-, avond- en enige nachthoreca, verspreid over het dorpshart. Het plein rond de kerk vormt een knooppunt van recreatie en ontmoeting, dat in verbinding staat met de andere kernen en omliggende bestemmingen, zoals strand, zee, meer, duin, bos en bloembollenvelden.

Binnen de hoofdstructuur, zoals aangegeven op pagina 27, staan (bijna) alle deuren open voor het publiek; transformatie naar wonen of werken op de begane grond is uitgesloten, behalve op de uiteindes waar alles mag. Buiten de hoofdstructuur wordt verplaatsing van voorzieningen naar de hoofdstructuur gestimuleerd.

### Doelstellingen

- ✓ **De basis op orde houden (KVO):** een goed gevuld en netjes onderhouden centrumgebied met gevarieerd aanbod (specialisme, vers en kwaliteit).
- ✓ **Strategisch en met ambitie** knelpunten aanpakken (o.a. bevoorrading) en voorsorteren op **toekomstige ontwikkelingen** zoals het (eventueel) verplaatsen van de supermarkt en het ontwikkelen van locaties zoals het zuiden van de Dorpsstraat, het Marktplein en het Landbouwplein.
- ✓ **Merkidentiteit versterken** en breder uitdragen.
- ✓ **Samenwerking** binnen het centrum van Noordwijkerhout (ook met vastgoed) en met de andere Noordwijkse centrumgebieden op niveau houden.



Plein rondom de Kerk als knooppunt in het centrum

**Werken aan**

- o Onderhouden basiskwaliteit (schoon, heel en veilig) centrumgebied;
- o Verkennen ontwikkelpotentie zuidzijde centrum (zone Dorpsstraat, Landbouwplein, Marktplein) en eventuele verplaatsing van de supermarkt als oplossingsrichting knelpunt bevoorrading;
- o Vernieuwing openbare inrichting (o.a. verlichting) in samenspraak met ondernemers en bewoners;
- o Entrees centrumgebied aantrekkelijker markeren;
- o Beter benutten van de Noordwijkerhoutse merkidentiteit bij o.a. (regionale) marketing, evenementen/festiviteiten en aankleding centrum;
- o Adequate handhaving op fiets- en autoparkeren
- o Gesprekken voeren over mogelijkheden en openingstijden Victoriberg parkeergarage
- o Ontwikkeling afsprakenkader/pilot personeelsparkeren; beste parkeerplekken vrijhouden (en goed benoemen) voor klanten;
- o Recreatieve potentie beter benutten door recreatieve routes, betere uitstraling, aanbod gericht op een gezonde leefstijl, jaarrond bestemming en meer beleving.
- o Goede relatie en verbinding met de andere kernen in de gemeente en de omliggende Bollenstreek.



### Ontwikkelpotentie

Het gebied Marktpluin, Landbouwplein en entree Dorpsstraat Zuid heeft een ontwikkelpotentie, waarbij de openbare ruimte en de aangrenzende panden een kwaliteitsimpuls kunnen krijgen. De panden in de Dorpsstraat en aan het Marktpluin bieden ruimte voor nieuwe (kleinschalige) publieke voorzieningen of woningen met een prettige, aangrenzende openbare ruimte.

### 3.5 Noordwijk Binnen

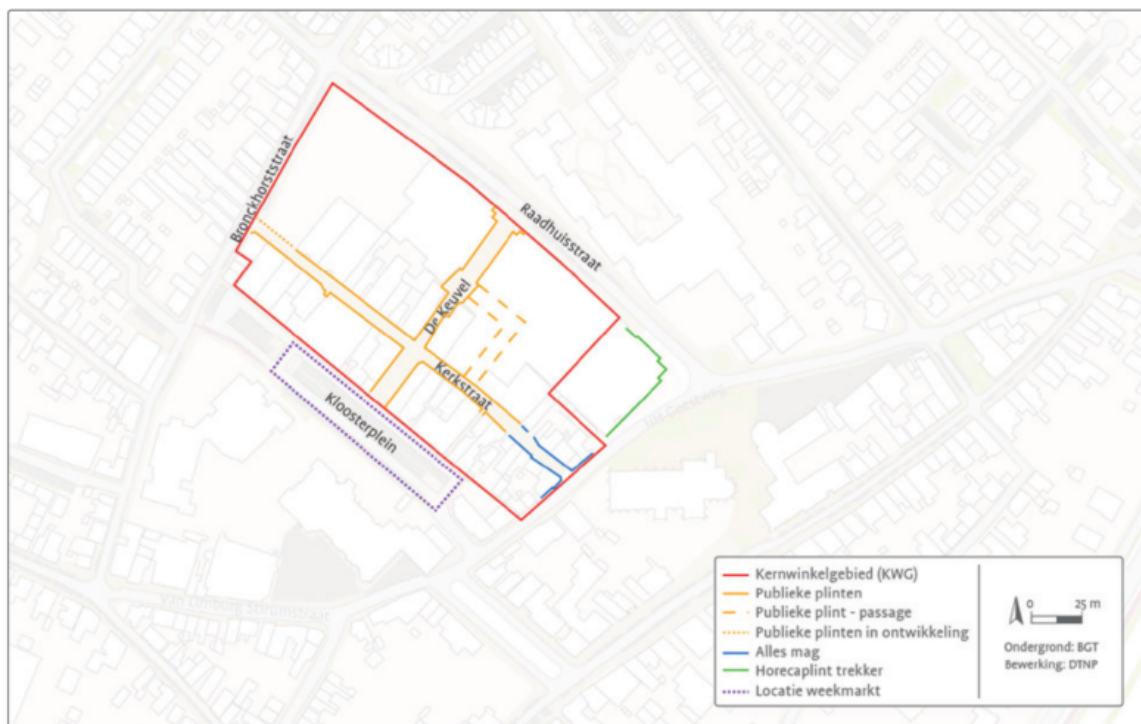
Het centrum van Noordwijk Binnen is het vitale en levendige hart van de kern, met een bovenlokaal-functionerend boodschappenaanbod, aanvullend frequent-benodigd niet-dagelijks winkelaanbod en een aantal bijzondere speciaalzaken met eigen aantrekkingskracht.

#### Wat vinden betrokkenen?

- Er zit **ondernemerskracht** in Noordwijk Binnen. Streven blijft het behoud van een aanbodmix met ketens en zelfstandige ondernemers in een compact en comfortabel centrum.
- De **merkidentiteit** die is opgesteld is een goede basis, maar moet nog meer **uitgedragen** worden.
- Het succes van het (boodschappen)centrum leidt tegelijkertijd tot **drukke in het kleinschalige dorpshart**. Deze is met name voelbaar op het Kloosterplein en op de kruising van de HH Geestweg en de Raadhuisstraat, waar nu "overal en nergens" wordt geparkeerd door de 'Shared Space' inrichting.
- Ter versterking van het boodschappenprofiel is de komst van een **tweede supermarkt** in het centrum **wenselijk**, mits deze goed wordt ingepast: verkeersveilig, en met een directe toegang vanuit de Kerkstraat.
- **Bereikbaarheid via het openbaar vervoer** laat te wensen over en heeft aandacht nodig.

- **De primaire winkelfunctie** moet (gemeentebreed) in de **centra** liggen. Nieuwe winkels buiten de kernen zijn ongewenst, evenals verkoop van (bovenmatig) nevenassortiment bij perifeer-gevestigde volumineuze winkels (o.a. tuincentra). Winkels buiten de centra worden, mits mogelijk, bij voorkeur verplaatst.
- **Kwaliteitsimpuls in de openbare ruimte** nodig, onder andere voor (tijdelijk) fietsparkeren, faciliteiten voor elektrische fietsen, verlichting en basis van 'schoon, heel en veilig'.

Afbakening centrum Noordwijk Binnen



### Het toekomstbeeld: boodschappen-plus

Het centrum van Noordwijk Binnen vervult een bovenlokale boodschappenfunctie, maar met een (recreatieve) plus. Het centrum is het vitale en levendige hart van Noordwijk Binnen, waar het zowel voor bezoekers als bewoners aangenaam vertoeven is, de weekmarkt goed bezocht wordt en waar met enige regelmaat evenementen georganiseerd worden (zoals kermis, tuinenmarkt, braderie Kerkstraat, najaarsfeesten en kerstmarkt).

Twee (langlopende) dossiers bepalen helaas al jaren de toekomst van het centrum: het opknappen van het Kloosterplein en het afronden van de (supermarkt)ontwikkeling op de hoek Bronckhorststraat-Raadhuisstraat. De oplossing op beide dossiers ontstijgt de scope van deze Retail- en Horecavisie, en vraagt om een projectmatige aanpak en een separaat visietraject.

De twee locaties kunnen op verschillende manieren worden ingevuld, met wezenlijk verschillende toekomstbeelden tot gevolg:

- **Toekomstscenario 1:** Dankzij de komst van een volwaardige en goed ingepaste tweede centrum-supermarkt heeft het centrum de langverwachte economische impuls gekregen. Mede door de uitbreiding en doorkoppeling van de ondergrondse parkeervoorziening aan de noordzijde is het aanbod vergroot, het centrumbezoek comfortabeler geworden, en is er in het centrum ruimte vrijgespeeld voor meer fietsvoorzieningen aan de rand en een hoogwaardigere uitstraling. De weekmarkt komt op het Kloosterplein, als wekelijks terugkerend evenement, nóg beter tot haar recht.
- **Toekomstscenario 2:** Met uitvoering van het bijgestelde (meer bescheiden) bouwplan op de hoek Bronckhorststraat-Raadhuisstraat heeft het centrumgebied een passende ('dorpse') afsluiting gekregen. Het noordelijke deel van de Kerkstraat is doorgroeid als gevarieerde vestigingslocatie voor ambachtelijke maakbedrijven, (publieke) dienstverleners en een enkele horecagelegenheid. De inrichting van het Kloosterplein is bij de tijd gebracht. Dankzij goede parkeerafspraken, centrubrede investeringen in slimme fietsparkeeroplossingen en een semi-publieke doorgang via de kerktuin naar het Verkadeplein is de parkeerdruk verlicht, de weekmarkt beter ingepast en is het zelfs gelukt om het schoolplein gevoelsmatig te vergroten door het geheel te vergroenen.

**DTNP adviseert: verrijk de blik!**

*Gezien de complexiteit en de langlopende aard van de vraagstukken omtrent de herinrichting van het Kloosterplein en de inpassing van een tweede supermarkt (en bijbehorend parkeerprogramma), de huidige dynamiek met steeds krappere marges in de supermarktsector én de huidige vitaliteit van het centrumgebied plus de recreatieve potentie van de historische delen van het dorpscentrum is het inmiddels verstandig om (op z'n minst) óók een scenario zonder verdere uitbreiding van het winkel-/supermarktaanbod in Noordwijk Binnen te overwegen.*

*Naast boodschappencentrum is dit immers ook het dorpscentrum, waar de Noordwijkers elkaar ontmoeten, kinderen naar school gaan en recreanten graag verblijven in een authentiek en aantrekkelijk decor. Een verminderde (verkeers)druk op het dorpshart kan leiden tot een toename van een ander, meer ontspannen centrumbezoek met langere verblijfstijden en een ander uitgavenpatroon. Gezien de bredere maatschappelijke ambities uit de Noordwijkse toekomstvisie(s) is dit alternatieve scenario meer dan de moeite van het verkennen waard.*

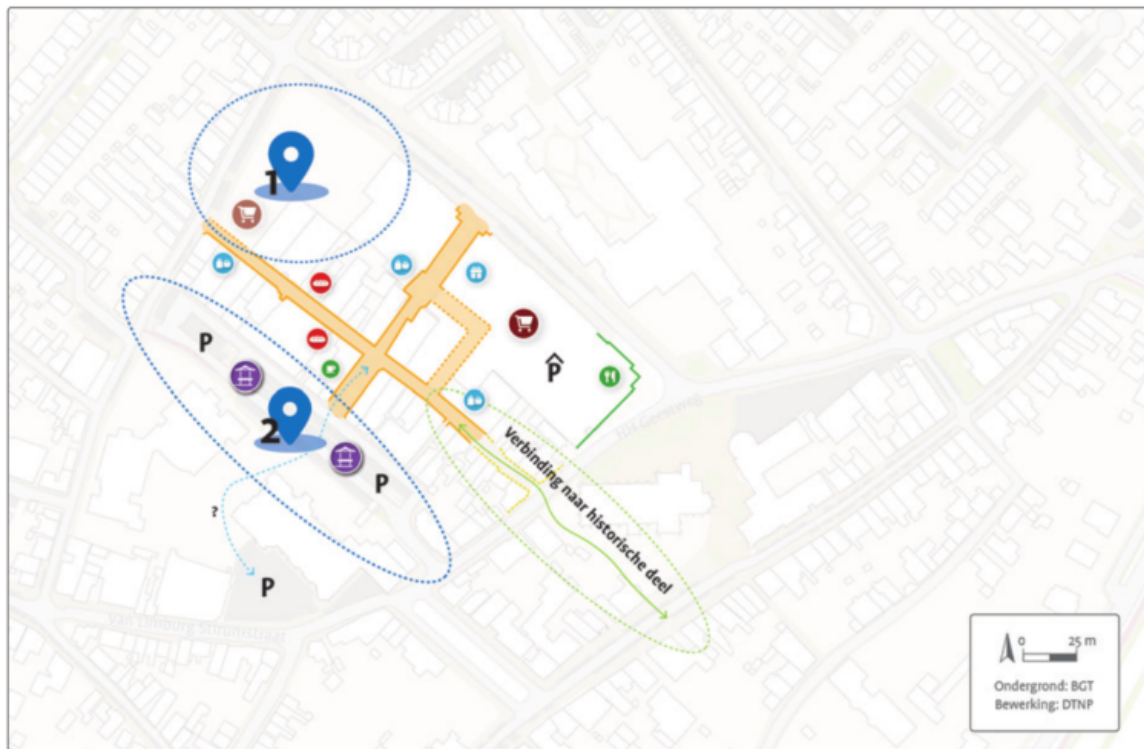
**Doelstellingen**

- ✓ Goede **balans** tussen het boodschappenprogramma en de recreatieve (dorpse) plus.
- ✓ Hogere **bezoekerswaardering** en langere **verblijfsduur** in het centrum, door zowel inwoners als bezoekers van buiten.
- ✓ Een goede **bereikbaarheid** met **alle vervoermiddelen**, met extra aandacht voor het openbaar vervoer en het faciliteren van (o.a. de stallingsmogelijkheden voor) de fietsbezoeker.
- ✓ **Monitoring, handhaving** en (waar nodig) **uitbreiding** van beschikbare **parkeervoorzieningen**, gericht op efficiënt gebruik door bezoekers, werknemers en bewoners.
- ✓ **Open en constructieve samenwerking** tussen gemeente, ondernemers (ook tussen centrumondernemers en de weekmarkt) en eigenaren, om samen het centrum vooruit te helpen.

**Werken aan Noordwijk Binnen:**

- o Projectorganisatie inrichten t.b.v. opstellen en uitvoeren van een integrale scenariostudie en/of ontwikkelplan, met oog voor de brede functie van het dorpshart: naast een modern supermarktaanbod en sterke versspecialzaken ook niet-dagelijkse winkels, de weekmarkt, evenementen, cultuur(historie), verblijfskwaliteit, horeca, terras, publieke dienstverlening, ambachten, onderwijs, sociaal-maatschappelijke functies e.d.
- o Optimaliseren verkeersstructuur: met aandacht voor bereikbaarheid en verkeersveiligheid van het centrum voor fietsers, voetgangers en via openbaar vervoer, ter versterking van de positie van het centrum én de leefbaarheid.
- o (Ondertussen:) de basis van 'schoon, heel & veilig' op orde, met aandacht voor voldoende verlichting, parkeergelegenheid voor fietsen, faciliteiten voor elektrische fietsen en de uitstraling van het vastgoed.
- o Leegstand zoveel mogelijk invullen met publieksgerichte functies, binnen het aangegeven deel van het centrumgebied op de begane grond geen transformatie (bestemmingsplanwijziging) naar wonen.
- o Merkpositie meer benutten en actief in de omgeving uitdragen, onder meer via acties, (tijdelijke) inrichtingselementen, aankleding van de openbare ruimte en de verbinding met de historische straten (zoals Voorstraat), ter versterking van de centrumbeleving.

Projecten en visiekaart Noordwijk Binnen



### 3.6 De Zilk

**De Zilk heeft als vierde en kleinste kern een beperkt retail- en horeca-aanbod. Het aanbod zal in de toekomst een functie houden voor de dorpsbewoners en draagt sterk bij aan de leefbaarheid van het dorp.**

De retail- en horecavoorzieningen in De Zilk zullen in de toekomst kwetsbaar blijven, het is lastig om op de kleine dorpschaal voorzieningen te realiseren. Toch blijft een basisniveau aan aanbod (zowel retail, als horeca) van toegevoegde waarde (mits de inwoners van De Zilk er hun aankopen blijven doen). Zeker gezien de toenemende vergrijzing, huishoudensverdunding en wegvallende functies in het dorp.

De net nieuw geopende supermarkt zorgt dat er voor de inwoners dicht bij huis een basispakket aan voorzieningen verkrijgbaar is. Met de supermarkt, en aanvullend horeca aanbod is er een compleet dorpsaanbod aanwezig. Bovendien functioneren deze plekken ook als ontmoetingslocaties. Alle dorpsbewoners, jong en oud, welvend en minder welvend, komen bij deze voorzieningen. Het zijn de plekken waar dorpsbewoners elkaar spontaan tegenkomen en daarmee blijven ze relevant. Het aanbod functioneert vooral op dorpsbewoners. In het hoogseizoen komen ook de fietsrecreanten en bezoekers van huisjesparken naar het dorp.

#### Doelstellingen

- ✓ Een basisniveau aan voorzieningen behouden voor de leefbaarheid in het dorp.
- ✓ De passerende recreant ook het dorp in trekken, door middel van horeca of wandelroutes.
- ✓ Een koppeling realiseren met het Nationaal Park Hollandse Duinen en fietsroutes.

#### Werken aan De Zilk:

- o De leefbaarheid in het dorp op peil houden door het behouden van de voorzieningen.
- o Uitbreiding van de lokale horeca rond De Zilk.
- o Met Noordwijk Marketing bekijken hoe het aanbod van De Zilk beter op de kaart gezet kan worden (bijv. door middel van borden nabij invalswegen waar verenigingen hun activiteiten op kunnen aankondigen).
- o Verfijnen van de positionering van De Zilk. Bijvoorbeeld als toegangspoort voor Amsterdamse Waterleidingduinen en Nationaal Park Hollandse Duinen, of door extra recreatieve routeontwikkeling en ontwikkeling passende horeca activiteiten met focus op rust en ruimte.



Nieuwe supermarkt in de Zilk (bron: Bollenstreekomroep.nl; Kayleigh van Slingerland)



### 3.7 Aanvullende retail- en horecalocaties

Buiten de vier hoofdcentra maken ook enkele ondersteunende locaties deel uit van de gewenste hoofdstructuur. In deze paragraaf wordt achtereenvolgens ingegaan op de lokale boodschappenfunctie, het volumineuze detailhandelsaanbod en de verspreidgelegen horeca in het buitengebied.

#### Supermarkten nu: plussen en minnen

Uit een indicatieve marktruimteberekening (DPO) (zie bijlage D) komt naar voren dat de supermarktsector momenteel in de gemeente als geheel in balans is. De verwachte bevolkingsgroei zorgt in theorie voor een toename aan marktruimte. Naar verwachting neemt echter ook het aandeel online bestedingen in de dagelijkse sector toe. Hierdoor zullen de bestedingen per hoofd van de bevolking dalen. Per saldo is behouden van het huidige supermarktaanbod het hoogst haalbare.

Binnen de gemeente is het aanbod echter niet gelijk verdeeld. Zo laat de indicatieve marktruimteberekening een overschot aan supermarktmeters zien in het centrum van Noordwijkerhout; hier ligt de gemiddelde vloerproductiviteit onder het landelijk gemiddelde.

In het centrum van Noordwijk Binnen is de situatie omgekeerd. Op basis van de beschikbare koopstromeninformatie (KSO 2021) laat dit centrum een sterk bovengemiddelde vloerproductiviteit zien in de dagelijkse sector. In Noordwijk aan Zee zijn vraag en aanbod in balans.

#### **Supermarktstructuur: centra op één**

De beperkte marktruimte in de gemeente en de grote dynamiek in de sector vraagt om een zorgvuldige afweging van toekomstige supermarktinitiatieven. Aangezien de supermarkten van groot belang zijn voor het functioneren van de drie dorpscentra wordt in de basis positief geadviseerd over supermarktontwikkelingen in een van de centrumgebieden. De supermarkt vervult hier een trekkersfunctie, waar overige ondernemers van kunnen profiteren.

Aanvullend zijn er momenteel zes solitairgelegen supermarkten: drie kleine (ca. 200 à 300 m<sup>2</sup> wvo, in De Zilk, op Woonzorgpark Willem van den Bergh en één doelgroepsupermarkt aan de Molenstraat in Noordwijk Binnen) en drie volwaardige (Lidl en Albert Heijn van respectievelijk ca. 1.100 m<sup>2</sup> en ca. 1.250 m<sup>2</sup> wvo in Noordwijk Binnen, en Vomar van ca. 1.100 m<sup>2</sup> wvo in Noordwijkerhout).

#### **Overige supermarktlocaties behouden**

Gezien de ambities voor het behoud van een fijnmazige boodschappenstructuur en een goed voorzieningsniveau voor alle inwoners van de gemeente wordt ingezet op behoud van de volgende ondergeschikte supermarktlocaties, in aanvulling op het aanbod in de drie hoofdcentra:

- Kleinschalige supermarkt (max. 480 m<sup>2</sup> wvo) in De Zilk;
- Buurtsteunpunt aan de Kornoeljelaaan in Noordwijkerhout (max. 1.100 m<sup>2</sup> wvo);
- Buurtsteunpunt aan het Rederijkersplein in Noordwijk Binnen (max. 1.100 m<sup>2</sup> wvo);
- Buurtsteunpunt aan het Bonnikeplein in Noordwijk Binnen (max. 1.250 m<sup>2</sup> wvo).

Er wordt niet ingezet op uitbreiding van ondergeschikte supermarktlocaties.

#### **Winkels met volumineus assortiment**

Op een aantal bedrijventerreinen in de gemeente Noordwijk wordt reeds detailhandel met een overwegend volumineus assortiment toegestaan. Er gelden nu echter deels verschillende definities van hetgeen er ter plaatse mogelijk is. Omwille van eenduidig beleid, en gezien de kwetsbaarheid van de huidige (limitatieve) beschrijving van de 'perifere detailhandel' in oude bestemmingsplannen, worden al deze definities zoveel mogelijk in één lijn gebracht.

Op de Noordwijkse bedrijvenparken wordt detailhandel in volumineuze goederen toegestaan. Dit betreft

**“Detailhandel die vanwege de omvang van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig heeft voor de uitstalling, in de vorm van de verkoop van auto's, boten, caravans, (grove) bouwmaterialen, keukens, sanitair, meubelen en naar aard daarmee gelijk te stellen artikelen, alsmede tuincentra en bouwmarkten”.**

De winkel dient ten minste 75% van het winkelvloeroppervlakte in gebruik te hebben voor volumineuze goederen.

#### **Overige retaillocaties**

De visie zet in op het zoveel mogelijk concentreren van retail binnen de hoofdstructuur. Uitbreiding van retail buiten de structuur is niet wenselijk. Afbouw van het huidige aanbod, door functies van buiten de hoofdstructuur naar de centrumgebieden te verplaatsen is wenselijk. Dit betekent dat er voor voormalig winkelgebieden (zoals Prins Bernhardstraat in Noordwijk aan Zee en Molenstraat in Noordwijk Binnen), die niet zijn opgenomen in de hoofdstructuur, als te behouden supermarktlocatie of als locatie waar volumineus assortiment verkocht mag worden, er de wens ligt om deze gebieden te transformeren. Voor deze locaties worden andere functies dan retail, zoals wonen en werken, toegestaan. Dit vraagt om een inventarisatie van de plancapaciteit voor retail en horeca, een analyse van de mismatch en het opstellen van transformatiebeleid.

#### **Verspreidgelegen horeca**

Verspreidgelegen horeca is alleen onder strenge voorwaarden gewenst: ter versterking van de recreatieve (hoofd)structuur in de gemeente, mits het niet ten koste gaat van de ruimtelijke kwaliteit (o.a. rust en natuurwaarden). In het noordelijke deel van de gemeente ligt concrete potentie nabij het Oosterduinse Meer voor uitbreiding van het horeca-aanbod.

Daarnaast is er op de NL Space Campus (Space Business Park) bij het nieuw te ontwikkelen Basecamp ruimte voor ontwikkeling van horeca. Horeca heeft hier een ondergeschikte functie, die van belang is om door te groeien tot een hechte campusomgeving.



Horeca aan het Oosterduinse Meer



Horeca in de Duinen aan het strand

#### **4 Beleidsregels en uitvoering**

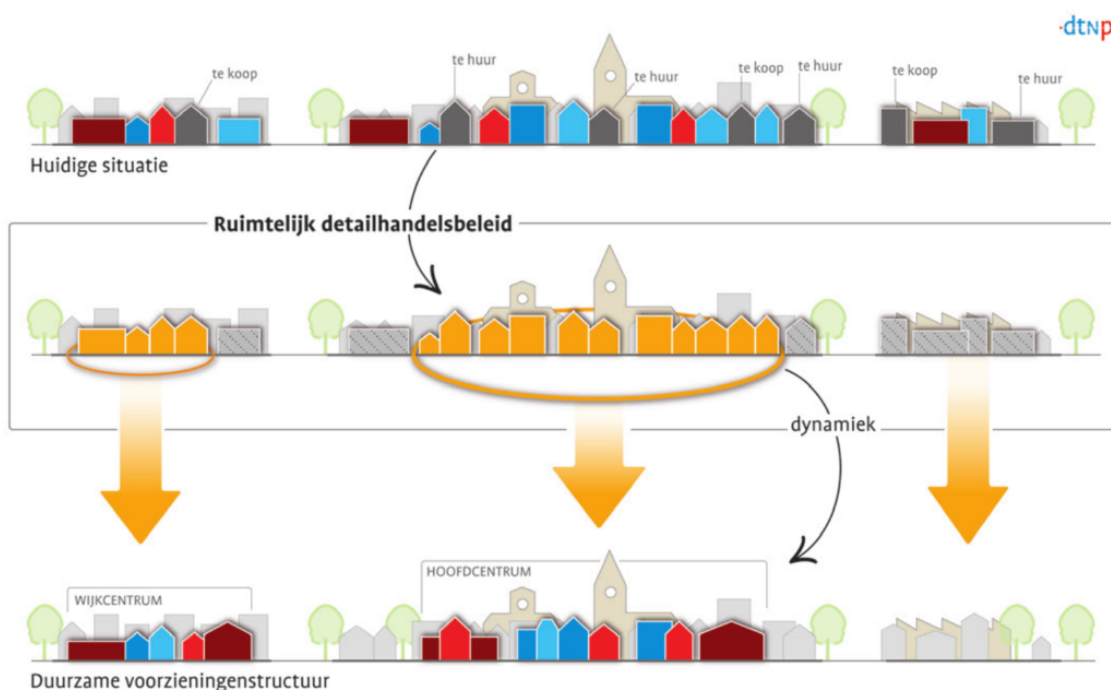
##### **4.1 Ruimtelijke beleidsregels**

Om de ruimtelijke visie uit hoofdstuk 3 daadwerkelijk te doen slagen, is het van belang deze door te vertalen in juridische sturingsinstrumenten en concrete beleidsregels die handhaafbaar zijn.

**Dynamiek door beleid**

De visie biedt kaders voor het toetsen van marktinitiatieven en het creëren van de juiste randvoorwaarden, en daagt uit tot investeringen op de gewenste locaties. Vasthouden aan de gewenste structuur voor retail en horeca, en daar ook naar handelen (o.a. toetsing initiatieven, handhaving beleidsregels) biedt helderheid en duidelijkheid voor alle marktpartijen, zodat er voor deze partijen zekerheid ontstaat en ze van de gemeente weten waar ze vanuit mogen gaan als ze overwegen te (blijven) investeren in een van de centra. De gewenste investeringen en versterkingen komen alleen van de grond als er een duidelijk beleid wordt gevoerd, daar helder over wordt gecommuniceerd en er op wordt gehandhaafd.

Het omgevingsplan (en de handhaving daarvan) is het meest krachtige instrument dat de gemeente tot haar beschikking heeft om ruimtelijk beleid te voeren. In het omgevingsplan wordt bepaald waar detailhandel wel of niet wordt toegestaan. De gemeente kan hierin bepalen welke typen detailhandel mogen vestigen in de verschillende gebieden, en in welke gebieden geen (uitbreiding van) detailhandel is toegestaan.



### De basisregel

Winkels en horeca horen thuis in centrumgebieden. Waarmee de toekomst voor deze gebieden het best gewaarborgd blijven. Om de ambities voor de reguliere retail- en horeca-structuur zoveel mogelijk te faciliteren worden er in principe geen ontwikkelingen (nieuw of uitbreiding) toegestaan buiten de gewenste locaties (hoofdstructuur en aangewezen overige locaties uit h3). Een te grote spreiding en/of vergroting van het retail- en horeca-aanbod buiten deze gebieden werkt de gemeentelijke ambities tegen. Omwille van specifieke ruimtelijk-relevante redenen zijn een aantal uitzonderingen mogelijk, waarvoor beleidsregels zijn opgesteld:

1. Standplaatsen;
2. Verkoop van branchevreemd aanbod;
3. Ondergeschikte nevenactiviteiten;
4. Internetwinkels en afhaalpunten;
5. Tijdelijke winkels en horeca.

#### 1. Standplaatsen

Standplaatsen kunnen, mits ze op de juiste plekken worden toegestaan, een verrijking voor het voorzieningenaanbod en ondernemersklimaat zijn, leveren een bijdrage aan de lokale economie en zorgen voor extra levendigheid en werkgelegenheid. Standplaatsen zijn van toegevoegde waarde voor inwoners, ondernemers en toeristen op plekken waar ze een bijdrage leveren aan het economische klimaat, niet leiden tot overlast en onveilige situaties en niet concurrerend zijn voor reguliere aanbieders.

Het gaat bij standplaatslocaties om kwaliteit en niet om kwantiteit. Een teveel aan standplaatslocaties kan leiden tot ongewenste situaties voor bestaande ondernemers en reguliere detailhandel. Bij de afweging van nieuwe initiatieven geldt het economische perspectief van de hoofdstructuur als leidend. Standplaatsen mogen het functioneren van de huidige winkelstructuur niet belemmeren.

Standplaatsen kunnen een aanvulling op het bestaande retail- en horeca-aanbod in de gemeente Noordwijk zijn en de winkelstructuur daarmee versterken. Bijvoorbeeld in de Kern De Zilk, waar het voorzieningenniveau verschaalt, kan een extra standplaats het voorzieningenniveau en het woon- en leefklimaat een impuls geven. Maar ook in de centra waar bepaald aanbod mist, kan een standplaats van toegevoegde waarde zijn voor het voorzieningenniveau (zoals de bloemenkraam in Noordwijk aan Zee). Sturen, door middel van branchering, op verscheidenheid van standplaatsen en het beperken van de verkoop van dezelfde en aanverwante producten, speelt hierin een belangrijke rol. Ook seizoensgebonden standplaatsen, zoals verkoop van oliebollen of kerstbomen, kunnen een aanvulling vormen op het bestaande aanbod in de centra.

De gemeente Noordwijk is daarnaast drager van de erkenning heilzame badplaats. Dit biedt kansen voor kwalitatief goede producten en een groter accent op gezond, streekeigen en duurzaamheid. Deze kansen liggen er ook voor aanvragen voor ondernemers voor een standplaatslocatie, waarbij ze zich inzetten op onderscheidend en uniek aanbod. Bij eventuele toewijzing van nieuwe standplaatslocaties moet er goed gekeken worden naar de (schaarse) ruimte en moet onderbouwd worden of een juiste inpassing mogelijk is. Een nieuwe standplaats mag bijvoorbeeld niet leiden tot een onoverzichtelijke verkeerssituatie, problemen opleveren in de doorstroming van winkelend publiek, natuurwaarden onder druk zetten, of geluid- of geuroverlast of andere hinder veroorzaken.

### 2. Brancheervaging en branchevreemd aanbod

In centrumgebieden leidt brancheervaging in beginsel niet tot problemen, doordat daar meestal de afzonderlijke activiteiten ook mogelijk zijn volgens het omgevingsplan. Brancheervaging is daar voor ondernemers een goede mogelijkheid om onderscheidende concepten neer te zetten en in te spelen op veranderende consumentenvoorkeuren<sup>9</sup>.

Op locaties buiten centrumgebieden of daar waar niet alle afzonderlijke activiteiten zijn toegestaan, leidt brancheervaging tot ongewenste activiteiten. Zo is op de bedrijventerreinen alleen detailhandel met volumineus aanbod toegestaan. In dit soort winkels (woonzaken, bouwmarkten, tuincentra) worden echter steeds vaker branchevreemde artikelen verkocht. Zo zijn er bouwmarkten die speelgoed of etenswaar, en tuincentra die huishoudelijke artikelen of kleding verkopen. Het gaat hier dus niet om niet-volumineuze artikelen die tot dezelfde branche behoren, zoals een hamer bij een bouwmarkt, maar om artikelen die niets met de hoofdbranche te maken hebben. Ongebreidelde verkoop van branchevreemde artikelen op locaties buiten de reguliere detailhandelsstructuur dient te worden voorkomen. Uit bestaande rechtspraak over afwijkend gebruik (verkoop van branchevreemde en niet-volumineuze artikelen) blijkt dat dit in beginsel toegestaan is, indien sprake is van incidenteel, in beperkte mate en ondergeschikt gebruik.

In dit licht is voor winkels buiten de reguliere detailhandelsstructuur per winkel de verkoop van branchevreemde artikelen (bijv. speelgoed bij een bouwmarkt) aanvaardbaar tot **maximaal 10% van het winkelvloeroppervlak met een maximum van 100 m<sup>2</sup> vvo**. De verkoop van voedings- en genotmiddelen, kleding en schoenen is niet toegestaan, tenzij het rechtstreeks verband houdt met de branche (bijvoorbeeld kluskleding bij een bouwmarkt en laarzen in een tuincentrum).

Zo wordt gereguleerd dat duidelijk sprake blijft van ondergeschiktheid, en met een oppervlak van maximaal 100 m<sup>2</sup> vvo is ook geen sprake meer van zelfstandige aantrekkingskracht. Zodoende wordt voorkomen dat alsnog een samenhangend assortiment wordt verkocht dat op zichzelf een zelfde of zelfs grotere omvang heeft dan in bijvoorbeeld een dorpscentrum aanwezig is. Het verbod op verkoop van voedings- en genotmiddelen, kleding en schoenen heeft als doel dat de voor de dorpscentra essentiële branches in de reguliere structuur terechtkomen.

Belangrijke voorwaarde voor het hanteren van dergelijke criteria is dat door de gemeente strikt gehandhaafd wordt, bijvoorbeeld door controle, als melding van vermeende overschrijdingen gedaan wordt.

### 3. Ondergeschikte nevenactiviteit

Soms vindt horeca of detailhandel plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij een andere hoofdactiviteit. Dit wordt ook wel blurring genoemd. Indien dit sterk ondergeschikt blijft aan de hoofdactiviteit en er daardoor nauwelijks sprake is van een andere ruimtelijke uitstraling van de hoofdactiviteit is dat toegestaan. Overigens is een combinatie van retail en het verstrekken van alcohol in heel Nederland wettelijk verboden. Retail en horeca als ondergeschikte nevenactiviteiten worden in de gemeente Noordwijk toegestaan onder de volgende condities:

9) Indien horeca deel uitmaakt van het concept is relevant of er sprake is van horeca als ondergeschikte nevenactiviteit of dat horeca een substantieel deel is van de bedrijfsactiviteit. Bedrijven waar horeca een substantieel deel van de bedrijfsvoering is, dienen zich te houden aan alle regels die gelden voor horeca.

- De ondergeschikte activiteit houdt rechtstreeks verband met of vloeit rechtstreeks voort uit een toegestane hoofdactiviteit. [voorbeelden zijn een boerderij waar eigen producten worden verkocht, een campingwinkeltje met basisbenodigdheden voor (eigen) campinggasten of een kapper waar shampoo en gel wordt verkocht.]
- Het verkoopvloeroppervlak van de ondergeschikte detailhandel of horeca mag niet meer bedragen dan 10% van het oppervlak van de hoofdactiviteit, met een maximum van 100 m<sup>2</sup>. Met uitzondering op het strand waar géén retail wordt toegestaan<sup>10</sup>. [Het gaat hierbij niet per sé om 10% van een pand: de buitenruimte van een tankstation of een kwekerij behoren ook tot het oppervlak van de hoofdactiviteit.]
- De verkoop van voedings- en genotmiddelen, kleding en schoenen is expliciet niet toegestaan, tenzij dit rechtstreeks voortvloeit uit de toegestane hoofdactiviteit. [een tankstation mag bijvoorbeeld wel een broodje voor onderweg verkopen, maar geen droge pasta.]
- Horeca als ondergeschikte nevenactiviteit dient in de basis uiterlijk om 20.00 uur gesloten te zijn (of eerder indien de hoofdactiviteit al eerder sluit). [zie ook kaders hiernaast.]
- De verkoopruimte en het hoofdgebouw van het bedrijf bevinden zich op hetzelfde perceel. [Zo wordt gereguleerd dat er sprake is van een samenhang tussen de hoofd- en nevenactiviteit.]

Ook voor 'blurring' geldt de belangrijke voorwaarde dat voor het hanteren van dergelijke criteria en regels er door de gemeente strikt gehandhaafd moet worden, bijvoorbeeld door controle, als melding van vermeende overschrijdingen gedaan wordt.

#### Horeca op bedrijvenparken

Op de bedrijvenparken wordt uitsluitend horeca als ondersteunende of paracommerciële activiteit toegestaan (bijvoorbeeld een bedrijfskantine). Daarmee wordt voorkomen dat er horeca ontstaat met zelfstandige aantrekkingskracht die het perspectief voor horecaclusters elders onnodig onder druk zet. Tegelijkertijd blijft er volop ruimte voor de hier gevestigde bedrijven om voor personeel en gasten, al dan niet via een externe exploitant, een publiektoegankelijke (maar niet op publiek van buitenaf gerichte) horecazaak te hebben.

Er wordt hierbij geen verder onderscheid gemaakt tussen locaties. In alle gevallen geldt vanwege de grote aantallen aanwezige werkenden een ruimer maximum oppervlakte dan voor ondergeschikte horeca elders in de gemeente: **10% van het bedrijfsvloeroppervlak tot maximaal 250 m<sup>2</sup>** (i.p.v. de 100 m<sup>2</sup> die elders in de gemeente geldt)

#### Horeca bij maatschappelijke functies

De horeca-activiteit bij een paracommerciële instelling, zoals een sportvereniging, een dorps huis of een museum, hoort ondergeschikt te zijn en gericht op de hoofdactiviteit. Het tijdens of na afloop van de activiteit een drankje nuttigen is onderdeel van het samen bezig zijn en heeft op dat moment sociaal-maatschappelijke relevantie. Hierbij is de urennorm zoals gesteld in artikel 2:34b uit de APV leidend. Hierin staat dat alcoholhoudende drank uitsluitend versterkt mag worden vanaf twee uur voor aanvang en tot uiterlijk drie uur na afloop van een activiteit en niet voor 12.00 uur.

Als dergelijke horeca-activiteiten echter externe commerciële trekkracht krijgen, ontstaat er oneerlijke concurrentie met de reguliere horeca. **Dit is en blijft niet toegestaan.** De huidige regels zijn in Noordwijk onder meer vastgesteld in de 'Beleidsregels artikel 4 Alcoholwet: drankverstrekking door paracommerciële rechtspersonen Noordwijk 2022'.

E wordt hierbij geen verder onderscheid gemaakt tussen locaties. In alle gevallen geldt een ruimere maximum oppervlakte dan voor ondergeschikte horeca elders in de gemeente: 10% van het bedrijfsvloeroppervlak tot maximaal 250 m<sup>2</sup> (i.p.v. de 100 m<sup>2</sup> die elders in de gemeente geldt).

#### 4. Internetwinkels, afhaalpunten, showrooms, pick-up-points, pakketkluis, e.d.

Zodra een consument op een locatie aanwezig is om een artikel in ontvangst te nemen, wordt dit gezien als een ruimtelijke detailhandelsactiviteit. Het criterium van een consument ter plaatse is handhaafbaar, doordat het eenvoudig zichtbaar is en geen medewerking van het bedrijf verlangt. Bovendien is de aanwezigheid van een consument het belangrijkste criterium met betrekking tot de ruimtelijke uitstraling op de omgeving. Een ter plaatse aanwezige consument heeft mogelijke gevolgen voor onder andere:

- andere activiteiten in de omgeving (zwaardere bedrijvigheid kan dan bijvoorbeeld mogelijk worden beperkt in haar bedrijfsactiviteiten);

<sup>10</sup>Zoals vastgesteld in de Strandnota 2022-2026.

- parkeernormen, als gevolg van de verkeersaantrekkende werking van de activiteit.

Het feit dat de consument ter plaatse is leidt ertoe dat de activiteit juist van toegevoegde waarde is voor een centrumgebied. Daar versterken de aanwezige consumentaantrekkende functies elkaar; het geheel is meer dan de som der delen.

Concreet betekent dit dat wanneer een consument ter plaatse komt om een artikel in ontvangst te nemen het een ruimtelijke detailhandelsactiviteit betreft die thuishoort op een locatie waar detailhandel is toegestaan.

#### 5. Tijdelijke winkels en horeca

Tijdelijke winkels (pop-up-stores, seizoenswinkels en tijdelijke niet-winkelfuncties) kunnen een bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid, diversiteit en kwaliteit in een centrumgebied. Daarnaast zorgen ze voor een tijdelijk invulling van leegstand. Tijdelijke winkels brengen echter ook een risico met zich mee indien de exploitatie alleen in het hoogseizoen plaatsvindt, en daarmee ten koste gaat van een mogelijke exploitatie het hele jaar. Aanvullende afspraken (bijv. in een intentieverklaring met enkele breedgedragen spelregels) dienen hiervoor per centrum te worden opgesteld. Gemeente en BIZ-bestuur gaan hierover met elkaar in gesprek.

De tijdelijke verkoop van artikelen op locaties zonder retailbestemming of buiten de hoofdstructuur is, net als reguliere retail, niet toegestaan, omdat dit het functioneren van reguliere centra aan kan tasten. Handhaving hierop is belangrijk. Uitzonderingen hierop staan beschreven in het standplaatsen- of evenementenbeleid.

In de gebiedsvisie voor het noordelijke deel van de gemeente Noordwijk wordt daarnaast de optie benoemd om **seizoensgebonden horeca-initiatieven** te ontwikkelen. De toetsingsprocedure voor een dergelijke activiteit zal in afstemming met onder andere het evenementenbeleid nog nader bepaald moeten worden. Daarbij zijn diverse scenario's mogelijk: gaat het bijvoorbeeld om een 'incidentele' activiteit voor een beperkte tijd (bijv. tijdens de twee zomermaanden), kan het wellicht beschouwd worden als 'ondergeschikte horeca-activiteit' of moet het als een zelfstandige horeca-activiteit beoordeeld worden?

In de basis geldt wel dat deze (experimentele) vorm van horeca buiten de hoofdstructuur alleen te rechtvaardigen is vanuit een aantal voorwaarden:

- het initiatief verbetert de toeristische spreiding (over het seizoen danwel over het gebied);
- het initiatief versterkt de verbinding met de streek;
- het is een initiatief van (of in samenwerking met) lokale producenten en recreatieondernemers.

#### **4.2 Uitvoering**

**De Retail- en Horecavisie geeft de koers weer voor de komende 10 jaar. In de uitvoeringsagenda worden projecten opgenomen voor de komende vijf jaar. Na deze vijf jaar kan de koers waar nodig worden bijgesteld en wordt de uitvoeringsagenda aangevuld.**

#### **Wat gaat er gebeuren?**

In de uitvoeringsagenda is onderscheid gemaakt tussen algemene (gemeentebrede) uitvoeringsprojecten, gericht op onder andere samenwerking en marketing, en gebiedsspecifieke (centrum)projecten. Bij elk uitvoeringsproject wordt aangegeven wie de regie heeft, wie er betrokken is en welk budget er toegekend wordt.

Voor sommige projecten en actiepunten is al heel concreet te zeggen wat er moet gebeuren. Bij andere projecten zal er nog een lange weg te gaan zijn, waarbij de Retail- en Horecavisie een eerste koers biedt en er met betrokkenen concrete vervolgacties bepaald moeten worden.

#### **Wanneer gaat het gebeuren?**

De eerste stap richting de uitvoering is het vaststellen van de Retail- en Horecavisie door de gemeenteraad. Vanuit dit mandaat kan er gestart worden met de uitvoering. De uitvoeringsagenda is gevuld met acties die de komende vijf jaar aandacht verdienen. Na deze vijf jaar kan de koers waar nodig bijgesteld worden en wordt de uitvoeringsagenda aangevuld en geëvalueerd.

#### **Samenwerking van groot belang**

Het uitvoeren van de Retail- en Horecavisie vraagt om denken vanuit gezamenlijk belang; wat brengt de gemeente Noordwijk als geheel verder, ook als niet iedereen achter elke keuze staat, of als middelen beperkt zijn? Een open dialoog en een goede samenwerking tussen alle partijen is van groot belang.

De basis van de samenwerking tussen gemeente en lokale betrokkenen is de gouden driehoek tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente. In de gemeente zijn de ondernemers (en deels ook

eigenaren) goed georganiseerd in BIZ'en. Daarnaast zijn ook de maatschappelijke instanties, cultuur en toerisme (o.a. Noordwijk Marketing) en inwoners partijen die betrokken kunnen worden tijdens de uitvoering (de gouden cirkel).

#### Vanuit de eigen specialiteit aan de slag

In de uitvoeringsagenda worden de projecten uiteengezet inclusief een rolverdeling. Het doel hiervan is te laten zien welke verantwoordelijkheid partijen hebben binnen bepaalde projecten, om zo het eigenaarschap en draagvlak van de visie te vergroten. Ook biedt het de gemeente, maar zeker ook ondernemers, houvast bij het benaderen van elkaar om samen projecten tot uitvoering te laten komen.



Het streven is dat de partijen in Noordwijk vanuit een gedeelde verantwoordelijkheid aan de slag gaan. We hebben elkaar nodig om zaken van de grond te krijgen. Sommige acties horen van nature tot het gemeentelijke takenpakket, terwijl andere acties juist het meest efficiënt door de ondernemers(verenigingen) of Noordwijk Marketing kunnen worden opgepakt. Wanneer ieder vanuit de eigen verantwoordelijkheid en specialisme een steentje bijdraagt, kom je samen tot een mooi resultaat.





























#### Korte lijstjes en menselijke maat


































Ook binnen de gemeentelijke organisatie zullen diverse specialismen betrokken moeten worden om tot uitvoering van de plannen te komen.



















1. De coördinerende rol ligt bij de gemeentelijk adviseur 'economie en toerisme'. Deze beleidsmedewerker zet enerzijds zelf acties in gang, en belegt dit anderzijds bij collega's of externen. De adviseur stemt tussentijds de voortgang af met interne en externe stakeholders, zodat het overzicht tussen de lopende plannen behouden blijft.
2. De bedrijfscontactfunctionaris is het eerste aanspreekpunt bij dagelijkse kansen/knelpunten en verantwoordelijk voor het relatiemanagement. Daarnaast voert de bedrijfscontactfunctionaris regulier overleg met de ondernemers en eigenaren uit de verschillende centra.







































Actie	Prioriteit	Gemeente	Ondernemers	Eigenaren	Maatschappelijk, cult-	Bewoners	Noordwijk Marketing	Midde-len per jaar
















						tuur, toeris- me			
<b>Algemeene gemeentebrede actiepunten</b>	<b>Instellen algemeen werkbudget voor alle winkelgebieden en de horeca aan de Koningin Wilhelmina Boulevard en De Grent.</b> <i>✓ Voor zelfstandig uitvoeren van kleine, snel uit te voeren acties in lijn met de Retail en Horecavisie</i>	●●●●○							€190.000 (3x €50.000 voor de winkelgebieden en 1x €40.000 voor de horeca KWB en De Grent)
	<b>Het uitdragen van de merkidentiteit die is opgesteld voor de vier kernen</b> <i>✓ Via marketing acties in en rondom de centra en bij recreatieparken</i> <i>✓ Via onder meer reclamebeleid (vlaggen, banners, e.d.), (tijdelijke) inrichtingselementen en aankleding van de openbare ruimte. Ter versterking van de centrumbeleving</i>	●●●●●							€50.000
	<b>Samenwerking</b> <i>✓ Structurele samenwerking tussen ondernemers, eigenaren en gemeente voortzetten (gouden driehoek).</i> <i>✓ Vastgoedeigenaren in beeld brengen en actief betrekken bij gezamenlijke opgaven (voor zover dit nog niet gebeurt)</i>	●●●●●							Bestaan- de mid- delen
	<b>Afstemming tussen de verschillende visies en ontwikkelingen</b> <i>✓ o.a. visie op verblijfsrecreatie, Noordelijk Noordwijk, Evenementenvisie, Mobiliteitsvisie en KWB</i>	●●●●●							
	<b>Nieuwe visies en verdere uitwerkingen initiëren</b> <i>✓ Uitstallingen- en reclame beleid</i>	●●●●○							Bestaan- de mid- delen
	<b>Aanstellen adviseur economie en toerisme</b> <i>✓ Met diverse taken, o.a.: voorbereiden overleggen met de ondernemersverenigingen (tactisch en strategisch overleg) en</i>	●●●●●							€100.000

	<p>functioneert daarbij als secretaris van de overlegstructuur.</p> <p>✓ Bijdragen aan de coördinatie, monitoring en evaluatie van de maatregelen uit de Retail- en Horecavisie</p>								
	<p><b>Regelmatige terugkoppeling van voortgang uitvoeringsprojecten Retail- en Horecavisie</b></p> <p>✓ Via voortgangsverslagen en/of gesprekken terugkoppeling geven over de stand van zaken van de uitvoering van de RHV.</p>	●●●●●							Bestaan- de capa- citeit en midde- len
Noord- wijk aan Zee	<p><b>Optimalisatie retail- en horecameters en relocatie</b> (o.a. Prins Bernhardstraat)</p> <p>✓ Inventariseren plan- capaciteit retail en hore- ca en analyse mismatch</p> <p>✓ Benodigde acties en middelen bepalen op ba- sis van inventarisatie, bijvoorbeeld transfor- maties stimuleren en het in- zetten van verplaatsings- subsidies of andere sub- sidieinstrumenten</p>	●●●●●							Projectaf- hankelijk (budge- taan- vraag via de raad)
	<p><b>Kwaliteit en uitstraling van het centrum</b></p> <p>✓ Het centrum schoon, heel en veilig houden; de basis op orde (blijven voldoen aan het keurmerk veilig ondernemen KVO)</p> <p>✓ Aandacht voor uit- straling en kwaliteit van de openbare ruimte en de panden behouden</p>	●●●●●							€10.000
	<p><b>Noordwijk als heilzame badplaats beter uitdragen</b></p> <p>✓ Recreatieve routes en beleving</p> <p>✓ Betere uitstraling en aanbod gericht op een gezonde leefstijl</p> <p>✓ Het centrum profile- ren als jaarronde bestem- ming</p>	●●●●○							Budget Noord- wijk Mar- keting
	<p><b>Verbinding tussen winkel- gebied, De Grent, boule- vard en strand verbeteren</b></p> <p>✓ Dit kan zowel ruimte- lijk als door activiteiten en marketinguitingen</p>	●●●●○							Projectaf- hankelijk na reali- satie van bebou- wing Gat van Pala- ce (plan- vorming)

									vóór realisatie)
	<b>Het realiseren van een gastvrije ontvangst in het centrum</b>								Algemene middelen gemeente Noordwijk
	✓ <i>Informatievoorziening en overige faciliteiten voor voetganger, fietser, OV en auto op niveau</i>	●●●●○							
	✓ <i>Realisatie van een openbare toiletvoorziening (of andere kansen zoals HogeNoodapp)</i>	●●●●○							
	<b>Tijdens werkzaamheden in/om het centrum extra aandacht houden voor uitstraling, vindbaarheid en bereikbaarheid</b>								Bestaande capaciteit en middelen
	✓ <i>Duidelijke routing rondom het centrum voor alle vervoermiddelen.</i>	●●●●●							
	✓ <i>Informatievoorziening bij werkzaamheden, wat gebeurt waar, waarom, en wanneer is het klaar?</i>	●●●●○							
	<b>Samenwerkingen binnen het centrumgebied (De Grent, winkelstraat) op peil brengen</b>								Bestaande capaciteit en middelen
	✓ <i>Nieuwe ondernemers welkom heten en wegwijs maken</i>	●●●●○							
	✓ <i>Met elkaar en omgeving (bijv. KWB en strand) blijven overleggen en samenwerken</i>	●●●●○							
	<b>Vergroening door middel van hangende baskets</b>	●●●●○							Algemeen werkbudget van het winkelgebied
Noordwijk Binnen	<b>Opstellen en uitvoeren van een integrale scenariostudie en/of ontwikkelplan voor het centrum met in ieder geval aandacht voor:</b> ✓ <i>Inrichten bijpassende projectgroep gemeente, ondernemers, eigenaren, maatschappelijke organisaties en inwoners</i> ✓ <i>Herinrichting Kloosterplein</i> ✓ <i>Ontwikkeling tweede supermarkt in het centrum</i>	●●●●●							Eenmalig €50.000 voor opstellen studie

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ruimte maken voor de brede functie van het dorpshart, niet alleen retail en horeca maar ook overige dorpsfuncties, zoals ambachten en publieke dienstverlening</li> <li>✓ Realiseren extra fietsenstallingen, met ruimte voor elektrische fiets; dit kunnen ook stallingen zijn die bijvoorbeeld tijdens evenementen te verwijderen zijn</li> <li>✓ Voldoende ruimte voor de voetganger vrijhouden in het centrum</li> </ul>								
<p><b>Optimalisatie retail- en horecameters en relocatie</b> (o.a. Molenstraat)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inventariseren plancapaciteit retail en horeca en analyse mismatch</li> <li>✓ Benodigde acties en middelen bepalen op basis van inventarisatie, bijvoorbeeld transformaties stimuleren en het inzetten van verplaatsings-subsidies of andere subsidieinstrumenten</li> </ul>	●●●●●							Projectafhankelijk (budgetaanvraag via de raad)
<p><b>Het centrum schoon, heel en veilig houden; de basis op orde (blijven voldoen aan het keurmerk veilig ondernemen, KVO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Met aandacht voor verlichting en de planning van de uitvoering</li> </ul>	●●●●●							€10.000
<p><b>Leegstand zoveel mogelijk invullen met publieksgerichte functies</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Binnen het aangegeven deel van het centrumgebied geen transformatie naar wonen op de begane grond toestaan</li> </ul>	●●●●○							Beleidsmatig, uitgaande van Retail-Horecavisie (die is leidend)
<p><b>Inzetten op OV-verbinding Noordwijk Binnen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bij nieuwe concessie OV aanjagen van halte voor het gemeentehuis</li> <li>✓ Routing/bewegwijzering vanaf bestaande haltes (Schiestraat en Voorstraat) verbeteren en mogelijk de haltenaam aanpassen naar Noordwijk-Binnen Centrum</li> </ul>	●●●●○							Bestaande capaciteit en middelen


	<p><b>Centrum aanhaken op recreatieve wandel- en fietsroutes</b>          ✓ Bestaande recreatieve routes in en rondom Noordwijk-Binnen uitbreiden naar/door het centrum</p>	●●●●○							Budget Noordwijk Marketing
	<p><b>Vergroening door middel van hanging baskets</b></p>	●●●●○							Algemeen werkbudget van het winkelgebied
Noordwijk-erhout	<p><b>Het centrum schoon, heel en veilig houden; de basis op orde (blijven voldoen aan het keurmerk veilig ondernemen, KVO)</b></p>								€10.000
	<p>✓ Aandacht voor uitstraling en kwaliteit behouden</p>	●●●●○							
	<p>✓ Bij vernieuwing openbare inrichting aandacht voor centrumbelang houden</p>	●●●●○							
	<p>✓ Adequate handhaving op (fiets-) en autoparkeren in de blauwe zone</p>	●●●●●							
	<p>✓ Pilot personeelsparkeren; beste parkeerplekken vrijhouden voor klanten</p>	●●●●○							
	<p><b>Verkennen ontwikkelpotentie zuidzijde centrum</b>          ✓ Dorpsstraat (zuidelijk deel) herontwikkelen; mogelijkheden voor publieksfuncties, maar ook voor wonen en werken          ✓ Onderzoeken verplaatsing van de supermarkt als oplossingsrichting knelpunt bevoorrading;          ✓ Landbouwplein uitnodiger en klimaatbestendiger inrichten (mits dit niet ten koste gaat van parkeerplaatsen in het centrum)          ✓ Marktplein: de uitstraling en kwaliteit van de panden verbeteren</p>	●●●●○							Eenmalig €50.000 om ontwikkelocaties te onderzoeken
	<p><b>Entrees naar het centrumgebied aantrekkelijker markeren</b>          ✓ Met o.a. bebording en bewegwijzering</p>	●●●●○							Passend onder het algemene werkbud-


								get voor het winkelgebied
<b>Recreatieve potentie van Noordwijkerhout als verzorgingsgebied voor de gasten op de recreatieparken beter benutten</b> ✓ Aansluiten op recreatieve routes ✓ Betere uitstraling en aanbod gericht op gezonde leefstijl ✓ Jaarrond-bestemming met meer beleving worden	●●○○○							Budget Noordwijk Marketing
<b>Goede relatie en verbinding behouden met de andere kernen in de gemeente en de omliggende Bollenstreek via recreatieve routes en (fiets/wandel)netwerken.</b>	●●○○○							Budget Noordwijk Marketing
<b>Vergroening door middel van hanging baskets</b>	●●●○○							Algemeen werkbudget van het winkelgebied

 *Heeft regie: jaagt aan en voert uit*

 *Denkt mee: deelt kennis en mening*

 *Draagt bij: werkt, beslist mee en/of*

 *Informereren: moet er van weten*

 *financieel betrokken/verantwoordelijk*

## A Begripsbepaling

### Afhaalpunt

Een voor het publiek vrij toegankelijke locatie ten behoeve van de bedrijfsmatige levering van goederen aan particulieren, zonder het tonen van goederen.

### Branche

Een groep van bedrijven die zich richt op de verkoop van één (dominante) artikelgroep (bijvoorbeeld schoenen) of op de verkoop van een veel voorkomende combinatie van artikelgroepen (bijvoorbeeld sport).

### Bouwmarkt

Een winkel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak van minimaal 1.000 m<sup>2</sup> waarop het volledige assortiment van bouw- en doe-het-zelfproducten aan zowel vakman als particulier wordt aangeboden op basis van zelfbediening.

### Bronpunt

Verzamelaarsplaats van consumenten van waaruit zij het bezoek aan een winkelconcentratiegebied beginnen (bijv. parkeergarage, busstation).

### Dagelijks aanbod

Artikelen in de branches supermarkten, speciaalzaken (versspeciaalzaak, minisuper, slijter, tabak en lectuur) en persoonlijke verzorging.

### Doe-het-zelf

Een winkel in de doe-het-zelfbranche voert een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor werkzaamheden in, aan en om het huis. We onderscheiden bouwmarkten, breedpakketwinkels, ijzerwaren winkels en verf-/behangspecialisten.

### Dienstverlening (publieksgericht commercieel)

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak. Onder dienstverlening verstaan wij administratieve/financiële dienstverlening (bijv. assurantiëkantoor, bank etc.), publieksgerichte dienstverlening (bijv. stomerij, reisbureau) en ambachtelijke dienstverlening (bijv. schoenmaker, kapper etc.)

### Horeca voorziening

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt, bedrijfsmatig logies wordt verstrekt en/of zaalaccommodatie wordt geëxploiteerd.

### Internetwinkel

Detailhandel die producten en diensten via internet aanbiedt.

### Leegstand

Leegstaand commercieel vastgoed (te koop/te huur) waar detailhandel mag vestigen.

### Leisure

Commerciële en niet-commerciële vrijetijdsvoorzieningen (bijv. museum, ijsbaan, bioscoop, theater etc.)

### Maatschappelijke voorzieningen

Educatieve, sociaal-medische, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen, voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

### Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches supermarkten, speciaalzaken en persoonlijke verzorging.

### Perifere detailhandel

Detailhandel gevestigd buiten de reguliere winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied (bijv. op een bedrijventerrein).

### Retail

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending

anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

#### **Standplaats**

Voor het publiek toegankelijke en in de openbare ruimte gelegen plaatsen (buiten de markt) waar met een mobiele verkoopinrichting (zoals verkoopwagen, kraam, tafel) bedrijfsmatig goederen te koop worden aangeboden, goederen worden verstrekt of diensten worden verleend.

#### **Tuincentrum**

Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak waar bedrijfsmatig boomkwekerijproducten, planten, bloembollen en bloemen ten verkoop worden aangeboden, alsmede materialen voor de aanleg, de verfraaiing en het onderhoud van tuinen.

#### **Volumineuze detailhandel**

Detailhandel in auto's, boten, caravans en tenten, grove bouwmaterialen, keukens, badkamers en sanitair evenals bouwmarkten en detailhandel in woninginrichting waaronder meubels. Deze detailhandel heeft vanwege de omvang en de aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling. Hierdoor is vestiging binnen reguliere winkelconcentratiegebieden in veel gevallen moeilijk.

#### **Warenmarkt**

Een verzameling van minimaal 7 kramen, verkoopwagens of grondplaatsen van waaruit de toegelaten kooplieden detailhandel bedrijven. Een warenmarkt wordt met vaste regelmaat gehouden op een bepaald tijdstip en op een bepaalde dag en is ingesteld krachtens een gemeenteraadsbesluit.

#### **Weekmarkt**

Een warenmarkt die één tot drie dagen per week op eenzelfde locatie wordt gehouden.

#### **Winkel**

Een voor het publiek vrij toegankelijk pand ten behoeve van de bedrijfsmatige verkoop van goederen aan particulieren, met in ieder geval het tonen van goederen.

#### **Winkelgebied**

Een geografisch geheel waarbinnen minimaal 5 winkels zijn gevestigd, eventueel in samenhang met andere consumentverzorgende functies (horeca, dienstverlening etc.).

#### **Winkelondersteunende horeca**

Een horecabedrijf is winkelondersteunend wanneer het bedrijf voor wat betreft ligging ondersteunend is aan, en voor wat betreft openingstijden in het algemeen vergelijkbaar is met detailhandelsvestigingen. De bedrijfsactiviteit van winkelondersteunende horeca bestaat uit het verstrekken van in hoofdzaak kleinere maaltijden, lunch, koffie/thee en overige dranken.

#### **Winkelvloeroppervlak (wvo)**

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's. Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

#### **Woninginrichting**

De woninginrichtingsbranche wordt gevormd door winkels met een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor de inrichting van het huis. In de woninginrichtingsbranche onderscheiden we meubelspecialzaken, slaapkamerspecialzaken, woningtextielzaken, verlichtingszaken, gemengde zaken, tegelhandel, keukenspecialzaken, kurk- en parketzaken, badkamer- en sanitairzaken en zonweringszaken

## B1 Ligging en positie

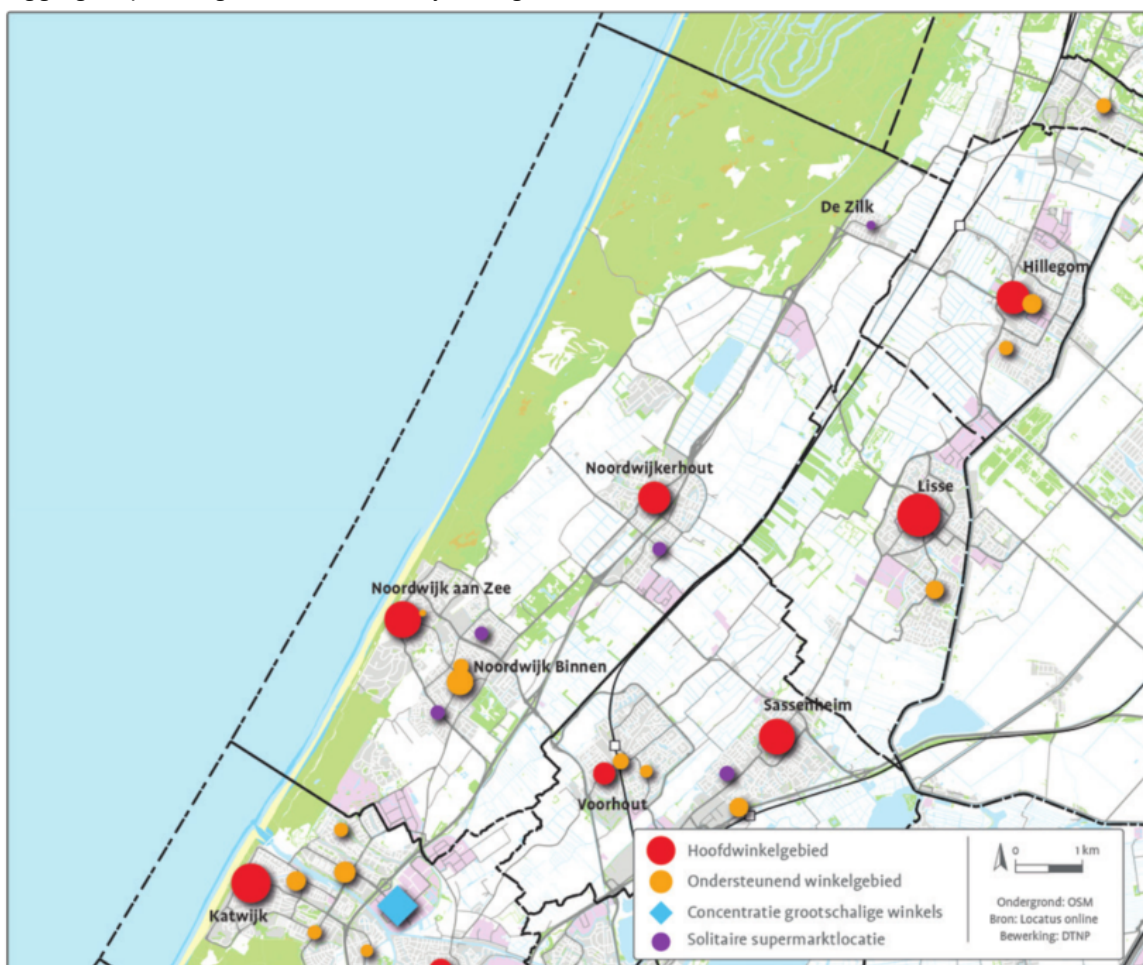
De gemeente Noordwijk is een kwaliteitsvolle kustgemeente met kuuroordstatus. De gemeente ligt tussen Haarlem en Leiden in en maakt deel uit van de Duin- en Bollenstreek.

### Ligging

De langgerekte gemeente maakt deel uit van de Zuid-Hollandse kustlijn en wordt omringd door de gemeenten Katwijk, Teylingen, Lisse, Hillegom, Zandvoort en Bloemendaal. Een groot deel van de gemeente bestaat uit de gebieden Hollands Duin en de Amsterdamse Waterleidingduinen. In en nabij deze duingebieden liggen een aantal campings en recreatieparken.

De gemeente heeft vier kernen: Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen, Noordwijkerhout en De Zilk. In de kleinste kern, De Zilk, zijn een aantal kleinere basisvoorzieningen te vinden. De drie grotere kernen hebben alle drie een centrum met dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod. De kernen in de omliggende gemeenten hebben elk een eigen voorzieningenaanbod (zie kaart), met een of meerdere centrumgebieden.

Ligging en positie gemeente Noordwijk in regio



## B2 Inwoners

De gemeente Noordwijk heeft circa 45.800 inwoners, verspreid over de vier kernen en het buitengebied. De prognose is dat dit zal toenemen tot circa 50.000 in 2035 <sup>11</sup>.

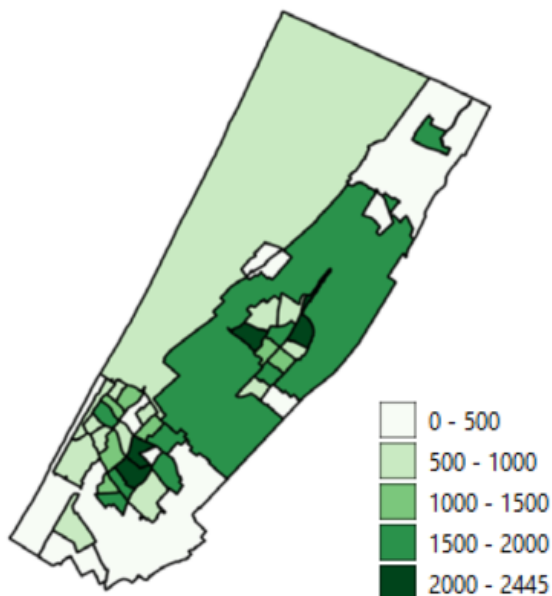
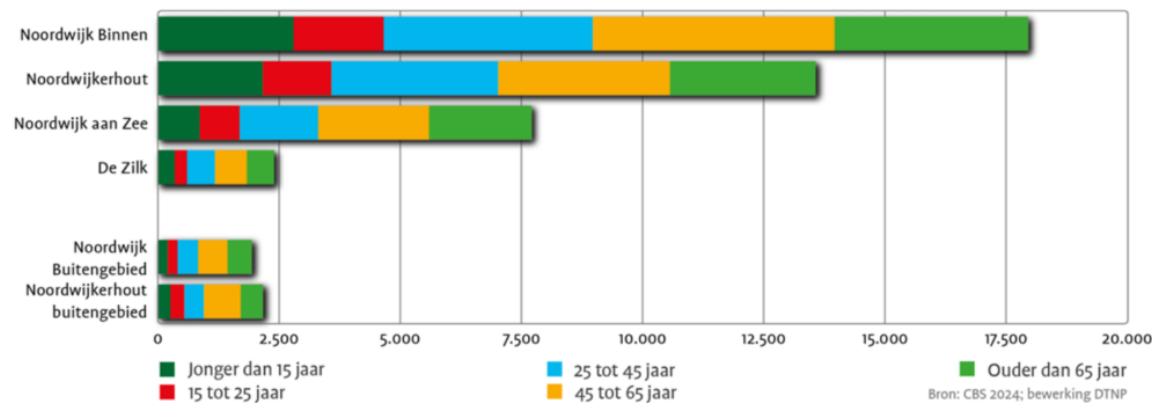
### Bevolking in kernen

Circa 90% van de inwoners van de gemeente woont in een van de vier kernen (Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen, Noordwijkerhout en De Zilk). Ongeveer 40% van alle inwoners woont in Noordwijk Binnen (dit is daarmee de grootste kern, met ca. 18.000 inwoners). Circa 30% (13.600 inwoners) woont in Noordwijkerhout en 17% (7.700 inwoners) in Noordwijk aan Zee. De Zilk is de kleinste kern met circa 2.200 inwoners (5% van de totale bevolking).

### Vergrijzing neemt toe

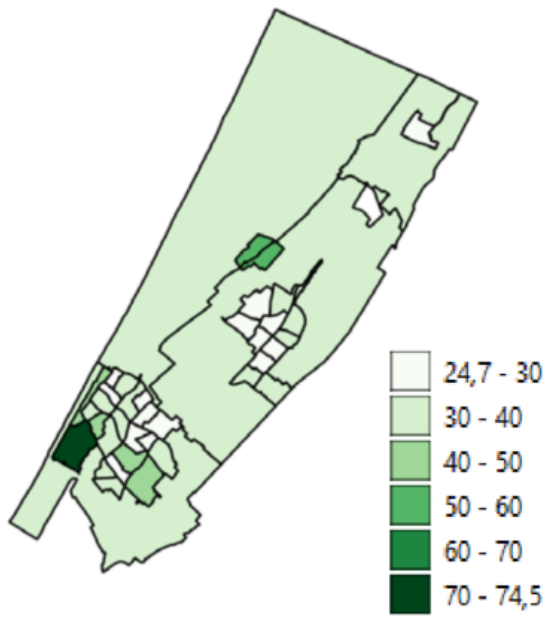
De gemeente is aan het vergrijzen. Momenteel is circa 23% van de bevolking 65 jaar of ouder. Dit ligt iets boven het landelijk gemiddelde van circa 20%. Met name Noordwijk aan Zee en het buitengebied van Noordwijk hebben een hoog percentage 65+-ers (respectievelijk 28% in Noordwijk aan Zee en 23% in het buitengebied). Het gemiddelde inkomen ligt hier ook hoger dan het landelijk gemiddelde (in Noordwijk aan Zee circa 33% hoger).

Bevolkingssamenstelling naar wijk in gemeente Noordwijk



Aantal inwoners per buurt in gemeente Noordwijk

11) ABF-Primos (2024); Prognose van bevolking en huishoudens naar kenmerken in een toekomstig jaar (via Noordwijk.incijfers.nl).



Inkomensniveau per buurt in gemeente Noordwijk (x 1.000 euro) ✓

### B3 Analyse gemeentelijke voorzieningenstructuur

In de gemeente zijn circa 240 winkels gevestigd, van samen circa 68.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo), en 153 horecazaken, van samen 21.000 m<sup>2</sup> wvo<sup>12</sup>. De voorzieningenstructuur, met de drie centra in Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen en Noordwijkerhout, is duidelijk zichtbaar. Aanvullend zijn er nog een aantal kleinere buurt- en wijkcentra en is er enig verspreid aanbod.

#### Noordwijk aan Zee

Noordwijk aan Zee is met een huidige omvang van circa 88 winkels en 61 horecazaken (inclusief Koningin Wilhelmina Boulevard en De Grent), met een gezamenlijke omvang van ruim 24.000 m<sup>2</sup> wvo<sup>a</sup>, veruit het grootste centrum in de gemeente. Noordwijk aan Zee heeft een sterk niet-dagelijks aanbod, ruim 50% van alle winkels is mode-aanbod, passend bij het recreatieve/toeristische karakter van het centrum. Het dagelijks aanbod is beperkter aanwezig, met maar 1 supermarkt en 12 overig-dagelijkse winkels. Het horeca-aanbod bestaat voor het overgrote deel uit eetgelegenheden (zie kaart p. 56).

#### Koningin Wilhelmina Boulevard

De Koningin Wilhelmina Boulevard is een horecacluster met circa 17 hotels en restaurants.<sup>a</sup> Veel van de restaurants zijn onderdeel van een keten. Door verschillende ontwikkelingen rondom de boulevard (o.a. het Palaceplein, Hotels van Oranje) staat de boulevard onder druk.

#### De Grent

De Grent is een horecastraat, met in totaal circa 13 horecazaken. Voorheen lag de nadruk hier op nachthoreca, met veel uitgaansgelegenheden. Gedurende de afgelopen jaren heeft er een verandering plaatsgevonden naar een meer gemengde horecastraat, met eet- en drinkgelegenheden.

---

<sup>12</sup>)Locatus (2024), Verkooppunten 2024.



### Noordwijkerhout

Noordwijkerhout is het historische centrum van de voormalige gemeente Noordwijkerhout. Het plein rondom de Witte Kerk is hier het duidelijke middelpunt, waar vier radiaalstraten met voorzieningen op uitkomen. Er zijn circa 60 winkels en 21 horecabedrijven, met een gezamenlijke omvang van ongeveer 13.300 m<sup>2</sup> vvo.<sup>a</sup> Het aanbod in Noordwijkerhout bestaat nagenoeg volledig uit zelfstandige ondernemers. Het dagelijks aanbod is met 5 supermarkten en 18 overig-dagelijkse winkels sterk aanwezig in de kern. Het horeca-aanbod is divers, met cafés, eetgelegenheden, fastfood-/bezorghoreca en hotels.

### Noordwijk Binnen

Het deels planmatig opgezette centrum Noordwijk Binnen bestaat uit circa 37 winkels en 11 horecazaken, met een gezamenlijke omvang van circa 8.000 m<sup>2</sup> vwo<sup>a</sup>. Het is een divers centrum met 1 supermarkt en 12 overig-dagelijkse winkels, dat vooral als boodschappen-plus-locatie functioneert. Het horeca-aanbod bestaat voor ongeveer een derde uit afhaal- en fastfoodhoreca, aangevuld met een aantal eetgelegenheden en een hotel.

### De Zilk

De Zilk heeft een beperkt retail- en horeca-aanbod. Er is 1 supermarkt (recent ontwikkeld in nieuwbouwwijk Het Zilt) en één bakker in de kern aanwezig. In het buitengebied bevindt zich nog een buitenrecreatie-winkel. Daarnaast zijn er 3 horecazaken. Twee hiervan liggen in de kern, één in het buitengebied.



## Strand

Op het strand van Noordwijk zijn strandpaviljoens van hoge kwaliteit te vinden. Er zijn circa 16 standpaviljoens<sup>a</sup>, waarvan er 8 jaarrond geopend zijn. Een deel van deze standpaviljoens (nabij Noordwijk aan Zee) hebben een zichtrelatie met het aanbod op de Koningin Wilhelmina Boulevard.

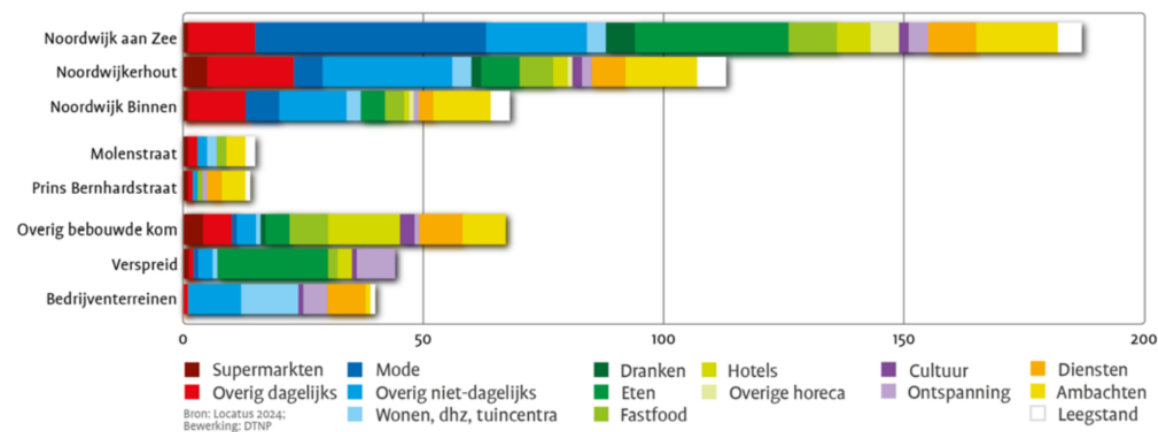
## PDV (perifere detailhandelsvestigingen)

In de gemeente Noordwijk is het aanbod perifere detailhandel relatief beperkt. Dit aanbod is vooral op de bedrijventerreinen gevestigd. Er is geen sprake van een PDV-concentratie in de gemeente. Net buiten de gemeentegrens ligt 't Heen in Katwijk. Dit PDV-cluster heeft ook een functie voor de inwoners van Noordwijk.

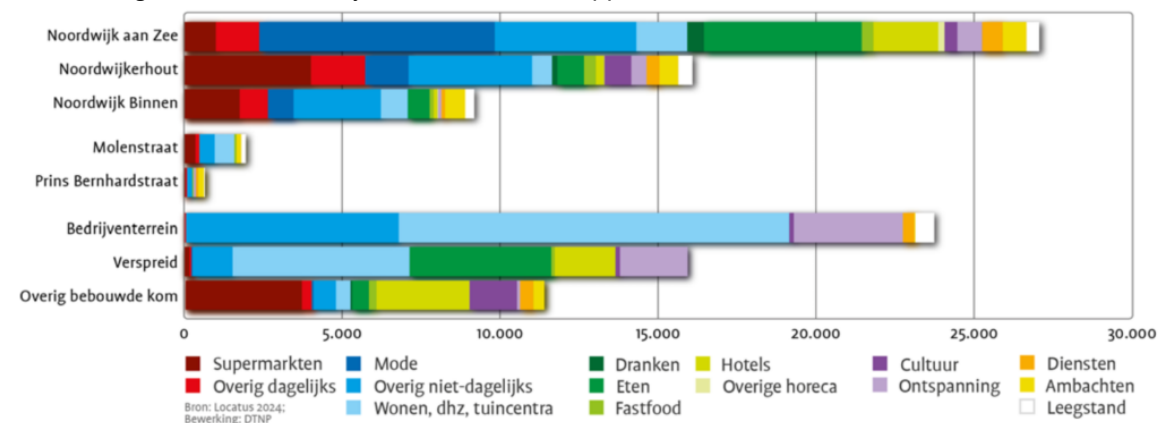
## Overige centra en solitaire supermarkten

Aanvullend aan de drie hoofdcentra zijn er een aantal ondersteunende kleine buurt- en wijkcentra. Deze beschikken allemaal over één supermarkt en een beperkt aantal aanvullende voorzieningen, zoals horecabedrijven of overig-dagelijkse winkels. Daarnaast zijn er nog een aantal solitaire supermarkten in de vier kernen gevestigd. Samen met het aanbod in het centrum vormt dit een fijnmazige boodschappenstructuur.

Aanbod in gemeente Noordwijk in aantal verkooppunten



Aanbod in gemeente Noordwijk in m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak



## Verspreid aanbod

Het overige verspreide aanbod bestaat voornamelijk uit horeca-aanbod dat verbonden is aan natuur- en recreatiegebieden (zoals het Oosterduinsemeer en het duingebied en de Koningin Astridboulevard) en recreatieparken en campings. Het merendeel van het retailaanbod in Noordwijk is gevestigd in een van de drie centrumgebieden. Circa 74% van de dagelijkse winkels (supermarkten, versspecialzaken e.d.) en 94% van de recreatieve winkels (modeaanbod, overig niet-dagelijks) is in de centrumgebieden gevestigd. In vergelijking met 2020 is dit een aantal procent-punt toegenomen. Voor de doelgerichte sector (woonwinkels, doe-het-zelf, etc.) ligt dit percentage iets lager; circa 48% van het aantal verkooppunten (vkp) bevindt zich in de centrumgebieden. Het is echter logisch dat volumineus aanbod wat meer verspreid gevestigd is (dit zien we ook landelijk).

### Standplaatsen

Aanvullend aan het fysieke retail- en horeca-aanbod zijn er in de gemeente een aantal standplaatslocaties. De standplaatsen verrijken het bestaande voorzieningenaanbod en het ondernemersklimaat. In totaal zijn er dertien vaste en vier seizoensgebonden standplaatslocaties in de gemeente. Twee van de vaste standplaatslocaties bevinden zich in het centrum van Noordwijk aan Zee (in de Hoofdstraat). Dit zijn standplaatsen met een branchering die aanvullend is aan het aanbod in het centrum. De overige aangewezen locaties bevinden zich buiten de centrumgebieden, verspreid over de gemeente.



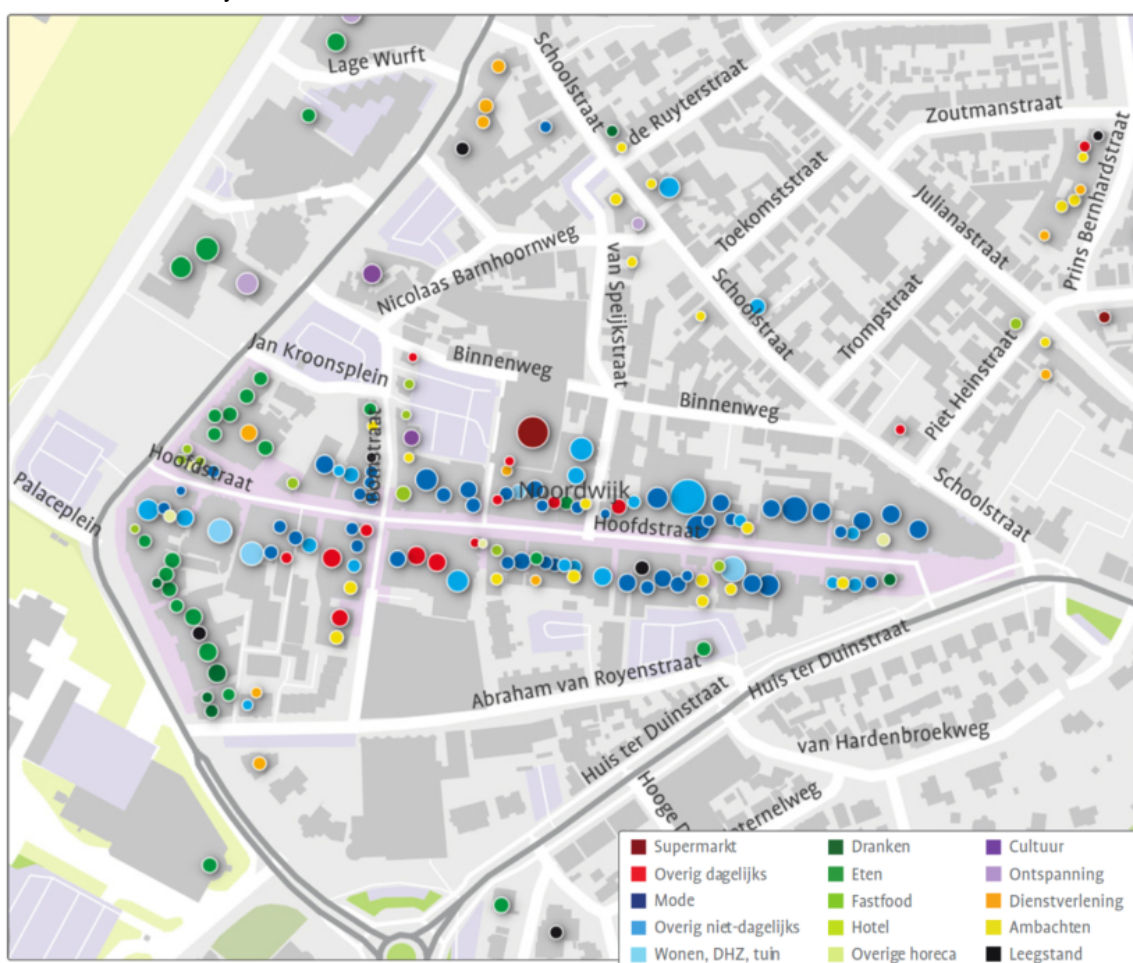
## C1 Noordwijk aan Zee

Het centrum van Noordwijk aan Zee heeft een aantrekkelijk karakter. Met een compleet retailaanbod, met veel lokale ondernemers, en aanvullend horeca-aanbod in de Hoofdstraat, is Noordwijk aan Zee een aantrekkelijke bestemming om te winkelen en te verblijven.

Op de kaart is te zien dat er in de Hoofdstraat met name niet-dagelijks winkelaanbod te vinden is. Aan het Jan Kroonsplein zit nu nog de Vomar, maar die gaat verplaatsen naar de Maarten Kruytstraat. Rondom de Maarten Kruytstraat is ook het overig-dagelijkse aanbod te vinden. Dit aanbod is nu, zeker voor de lokale consument uit Noordwijk aan Zee, nog niet volledig<sup>14</sup>. Een verscluster zou dan ook goed passen op deze nieuwe locatie bij de supermarkt.

Door de straat heen is verspreid horeca-aanbod te vinden. Dit aanbod is aanvullend op het aanbod aan De Grent en de KWB. De verbinding tussen het centrum en de KWB verdient aandacht. Met name de entree naar het centrum kent vele verbeterpunten.

Aanbod in Noordwijk aan Zee (bron: Locatus 08-2024)



14) Strabo (2024), Profielschets Hoofdstraat en zijstraten te Noordwijk aan Zee.

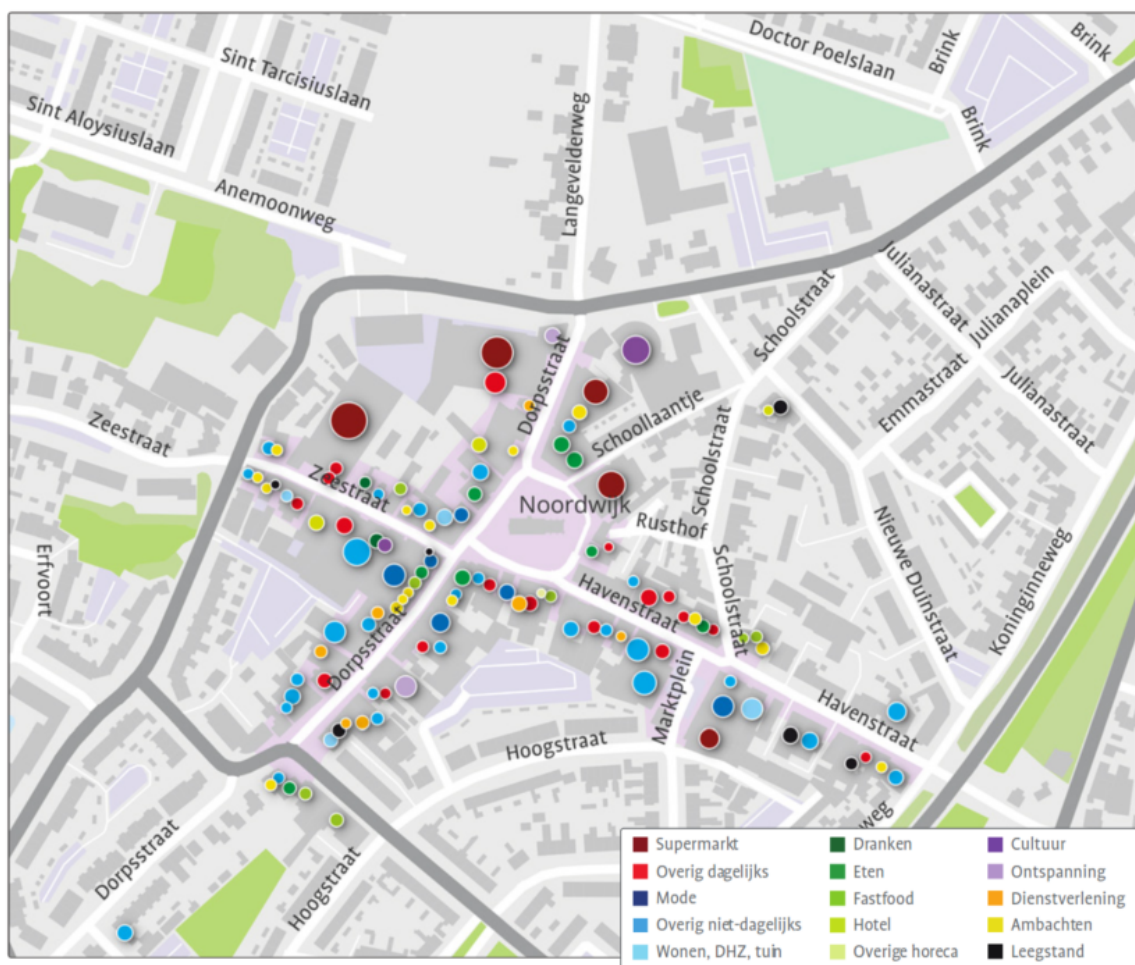
## C2 Noordwijkerhout

**Het centrum van Noordwijkerhout is compleet en compact, en aantrekkelijk ingericht. Er is een ruim aanbod aan winkel- (dagelijks en niet-dagelijks) en horeca-aanbod te vinden.**

Op de kaart is het aanbod van het centrum van Noordwijkerhout te zien. Opvallend is de ruime aanwezigheid van supermarkten en overig-dagelijks aanbod. Met vijf supermarkten ligt het grootste gedeelte van het dagelijks aanbod in het centrum. Dit draagt bij aan de bezoekersaantallen in het centrum. Dit zijn zowel lokale inwoners als recreatieve bezoekers die op de nabijgelegen recreatieparken verblijven<sup>15</sup>. De weekmarkt op maandag is een aanvulling op het centrumaanbod en een publiekstrekker voor de lokale inwoners.

Aanvullend aan het dagelijks aanbod is er niet-dagelijks aanbod. Dit zijn veelal lokale ondernemers, wat het aanbod kwetsbaar maakt. Maar voorsnog is het aanbod sterk. Ook is er een divers horeca-aanbod te vinden in alle straten van het centrum, met een kleine concentratie rondom de Witte Kerk. De leegstand is zeer beperkt.

Kaart aangepast Aanbod in Noordwijkerhout (bron: Locatus 08-2024)



<sup>15</sup>Strabo (2024), Profielschets Centrum Noordwijkerhout.

### C3 Noordwijk Binnen

Noordwijk Binnen is een compact en gevarieerd centrum. Vooral het dagelijks aanbod is compleet en van hoge kwaliteit. Aanvullend is er een beperkte hoeveelheid niet dagelijks aanbod en horeca-aanbod aanwezig.

Noordwijk Binnen heeft een sterk dagelijks aanbod met één supermarkt en diverse aanvullende verspecialzaken. Ook de weekmarkt een van hoog niveau en een aanvulling op het centrumaanbod. Het niet-dagelijks aanbod omvat een aantal trekkers, zoals action en boekhandel van der Meer, die een bovenlokale trekkracht hebben. De leegstand in het centrum is beperkt.

Het horeca-aanbod is aanwezig maar wel beperkt in aantal. Met name daghoreca is beperkt aanwezig in het centrum. Hier zou ruimte zijn voor uitbreiding in de toekomst<sup>16</sup>. Avondhoreca en restaurants zijn wel aanwezig in het centrum en 'het zusje' functioneert bovenlokaal als horecatrekker.

Aanbod in Noordwijk Binnen (bron: Locatus 08-2024)



<sup>16</sup>Strabo (2024), Profielschets centrum Noordwijk-Binnen.

## D DPO-berekeningen

### De waarde van distributieve analyses

Voor inzicht in de detailhandelssector wordt vaak distributie planologisch onderzoek (DPO) uitgevoerd. De voorspellende waarde van een berekening op basis van cijfers uit het recente verleden, kent echter, in de snel en sterkt wijzigende winkelmarkt, zijn beperkingen (vooral in de niet-dagelijkse sector). Voor de dagelijkse sector (supermarkten, persoonlijke verzorging en versspeciaalzaken), is een distributieve analyse het meest waardevol. Deze sector is minder divers (vooral voedingsmiddelen), functioneert lokaler en de invloed van online bestedingen is relatief beperkt. De relatie tussen bevolkingsontwikkeling en aanbodontwikkeling is daarmee relatief goed te duiden (ten opzichte van niet-dagelijkse sector).

### Variabelen

Door een indicatieve berekening voor het functioneren van de supermarktsector (in omzet per m<sup>2</sup> wvo, ofwel vloerproductiviteit) in gemeente Noordwijk en de centra van de verschillende kernen te vergelijken met het landelijk gemiddelde functioneren, ontstaat inzicht in de mate van overbewinkeling of uitbreidingspotenties. Ook kan op deze manier inzichtelijk worden gemaakt wat de invloed van de bevolkingsgroei en de groei van online op het toekomstig functioneren is. De vraagzijde van de som wordt bepaald door de bestedingen per hoofd, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het bestedingspotentieel uit dit gebied terecht komt in winkels in de eigen kern (koopkrachtbinding) en de mate waarin bestedingen van elders toevloeien. Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m<sup>2</sup> wvo) en bestedingen per m<sup>2</sup> wvo (vloerproductiviteit) een rol.

### Indicatieve marktruimteberekening supermarktsector gemeente Noordwijk\*

		2024	2030 (prognose CBS)	2030 (prognose Primos)	
a	Aantal inwoners in verzorgingsgebied	45.750	46.400	48.500	
b	Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet), gecorrigeerd voor gemiddeld inkomen	€ 2.288	€ 2.229	€ 2.229	
c	Koopkrachtbinding	86%	86%	86%	
d	Verwachte winkelomzet uit verzorgingsgebied (excl. btw)	a * b * c	€ 90,3 mln	€ 88,9 mln	€ 93 mln
e	Vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	5%	5%	5%	
f	Totale winkelomzet (excl. btw)	d / (1 - e)	€ 95 mln	€ 93,6 mln	€ 97,9 mln
g	Gemiddelde winkelomzet per m <sup>2</sup> wvo (excl. btw)		€ 8.618	€ 8.484	€ 8.872
h	Potentieel winkelaanbod	f / g	ca. 11.100 m <sup>2</sup> wvo	ca. 10.900 m <sup>2</sup> wvo	ca. 11.400 m <sup>2</sup> wvo
i	Huidig winkelaanbod		ca. 11.034 m <sup>2</sup> wvo	ca. 11.034 m <sup>2</sup> wvo	ca. 11.034 m <sup>2</sup> wvo
j	<b>Functioneren t.o.v. norm</b>		<b>0%</b>	<b>-1%</b>	<b>3%</b>
k	<b>Indicatie uitbreidingsruimte</b>	h - i	<b>nihil</b>	<b>ca. -130 m<sup>2</sup> wvo</b>	<b>ca. 350 m<sup>2</sup> wvo</b>

\* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van Retail Insiders (2024), 'Omzetkengetallen 2023 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

### Resultaten indicatieve marktruimteberekening

Uit de indicatieve marktruimteberekening (DPO) komt naar voren dat de supermarktsector momenteel in de gemeente als geheel in balans is (DPO op p. 62). De verwachte bevolkingsgroei (Primos prognose voor 2030) zorgt in theorie voor een toename aan marktruimte. Naar verwachting neemt echter ook het aandeel online bestedingen in de supermarktsector toe. Hierdoor zullen de bestedingen per hoofd van de bevolking dalen. Per saldo is behouden van het huidige supermarktaanbod het hoogst haalbare.

Binnen de gemeente is het aanbod echter niet gelijk verdeeld. Onderstaande indicatieve marktruimteberekening laat een overschot aan supermarktmeters zien in het centrum van Noordwijkerhout; hier ligt de gemiddelde vloerproductiviteit onder het landelijk gemiddelde.

In het centrum van Noordwijk Binnen is de situatie omgekeerd. Op basis van de beschikbare koopstromeninformatie (KSO 2021) laat dit centrum een sterk bovengemiddelde vloerproductiviteit zien in de dagelijkse sector; hier zouden in theorie nog supermarktmeters kunnen worden toegevoegd. In Noordwijk aan Zee zijn vraag en aanbod in balans.

**Indicatieve marktruimteberekening supermarktsector kernen gemeente Noordwijk\***

		Centrum Noordwijk aan Zee	Centrum Noordwijkerhout	Centrum Noordwijk Binnen
		2024	2024	2024
a	Aantal inwoners in gemeente	45.700	45.700	45.700
b	Koopkrachtbinding van gemeente aan het centrum (op basis van KSO 2021)	9%	23%	24%
c	Vreemde koopkracht/koopkrachttoevoering	8%	6%	5%
d	Totale winkelomzet (excl. btw)	€ 9,7 mln	€ 25,4 mln	€ 26 mln
e	Gemiddelde winkelomzet per m <sup>2</sup> wvo (excl. btw)	€ 8.589	€ 8.589	€ 8.589
f	Potentieel winkelaanbod	d/e	ca. 1.158 m <sup>2</sup> wvo	ca. 3.000 m <sup>2</sup> wvo
g	Huidig winkelaanbod		ca. 1.005 m <sup>2</sup> wvo	ca. 4.000 m <sup>2</sup> wvo
h	<b>Functioneren t.o.v. norm</b>		<b>13%</b>	<b>-26%</b>
i	<b>Indicatie uitbreidingsruimte</b>	f-g	<b>ca. 130 m<sup>2</sup> wvo</b>	<b>ca. -1.000 m<sup>2</sup> wvo</b>

\* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van Retail Insiders (2024), 'Omzetkengetallen 2023 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

## E Marktruimteverkenning verblijfsrecreatie

### 8. Marktruimteverkenning

#### 8.1 Groei prognoses

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 groei prognoses, 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.
- **Ambitieuze:** 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.

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

#### 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 verblijfs gasten 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	Ambitieuze scenario*
Hotels	1,8%	2.1%	<b>3,4%</b>
Recreatiewoningen	1,8%	<b>2.1%</b>	4,9%
Campingplaatsen	1,8%	<b>2.1%</b>	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%).

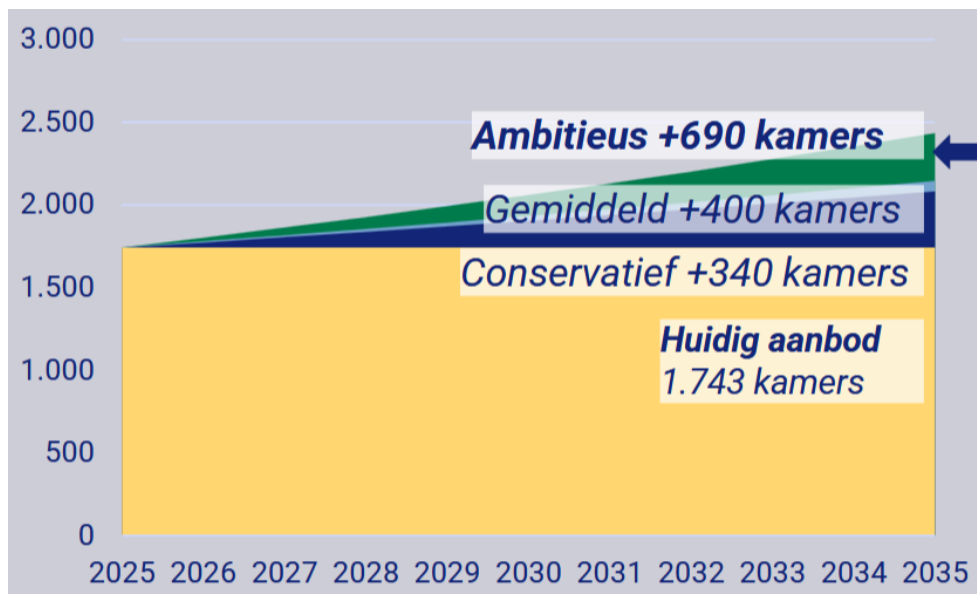
#### 8.2 Marktruimte hotels, recreatiewoningen en campings tot 2035\*

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**.

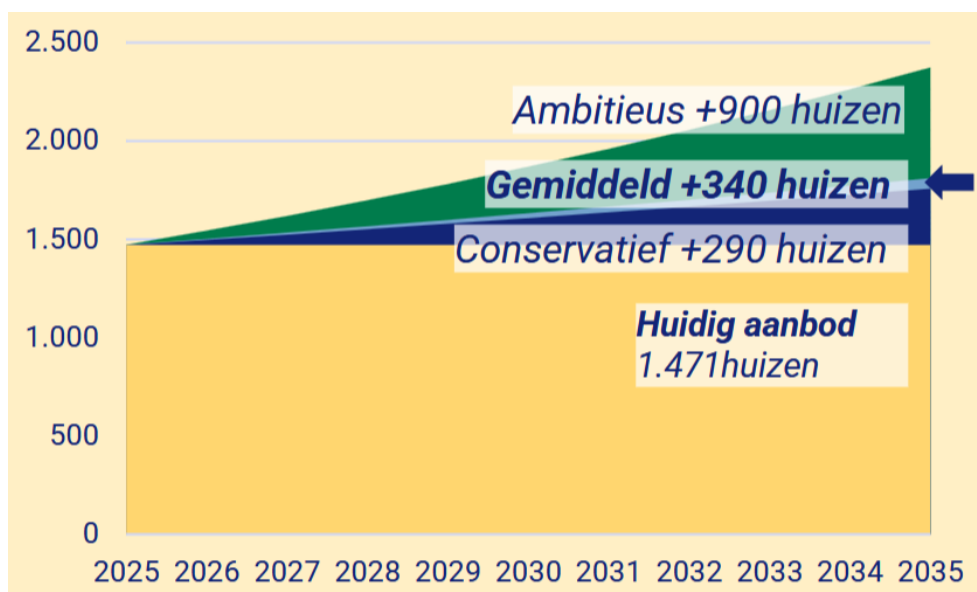


\* Hotels van Oranje met ca. 200 hotelkamers

### Recreatiewoningen

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

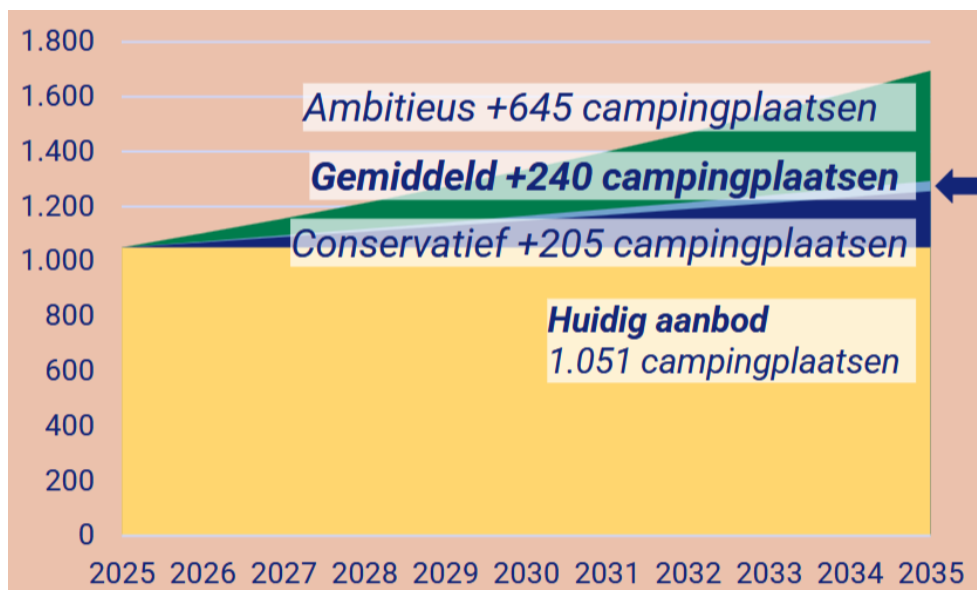
We gaan uit van **het gemiddeld scenario** met een behoefte aan **maximaal 340 aanvullende woningen tot 2035**. Op dit moment zijn er vooral plannen en aanvragen voor losse huisjes, geen gehele parken.



### 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.



### 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 m<sup>2</sup>** 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 m<sup>2</sup>). Ca. 70% van het vloeroppervlak hiervan zal toegankelijk zijn voor bezoekers en daarbij tot het "winkelvloeroppervlak" behoren. Dit levert een totaal horecametrag op van **2.300 m<sup>2</sup> wvo**.

In de gemeente Noordwijk is momenteel horeca-aanbod (excl. hotels) van 13.848 m<sup>2</sup> wvo en 11.472 bedden\* in verblijfsrecreatie. Dit betekent dat per bed 1,21 m<sup>2</sup> wvo\*\* horeca beschikbaar is in de gemeente Noordwijk. Om een gelijke verdeling te behouden bij het toevoegen van 2.300 m<sup>2</sup> 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 woorden; 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.