

Jaarverslag 2022 (verkorte versie)

Stichting Destinatie Noordwijk & Noordwijkerhout

Verslagperiode 1 januari 2022 - 31 december 2022

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
Verslag Raad van toezicht.....	3
Samenstelling Raad van Toezicht	3
Vergaderingen Raad van Toezicht.....	3
Rooster van aftreden van de Raad van Toezicht.....	3
Bestuursverslag 2022.....	4
Doel van de stichting	4
Ambitie.....	4
Activiteiten 2022	4
Noordwijk Marketing als Merkbureau.....	5
Noordwijk Marketing als Marketingdeskundige.....	6
Noordwijk Marketing als Informatiemakelaar.....	9
Noordwijk Marketing als Inspiratiebron	10
Noordwijk Marketing als Kennispartner.....	11
Noordwijk en kuuroordstatus	11
Team & vrijwilligers.....	12
Marketing Board.....	13
Stakeholders	13
WNT verantwoording.....	14
Balans.....	16
Balans per 31 december 2022 in Euro's	16
Staat van baten en lasten incl. begroting.....	17
Resultaatbestemming	18
Colofon	19

Verslag Raad van toezicht

Samenstelling Raad van Toezicht

- Ron van Kesteren (Voorzitter en tevens Penningmeester)
- Frits Huffnagel (namens de Koninklijke Horeca Noordwijk)
- Gerard Heemskerk
- Menno van der Bil
- Ellen Barnhoorn
- Dave Beck (namens de Noordwijkse Ondernemers Vereniging)

Vergaderingen Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht en het bestuur zijn in 2022 in totaal vijf keer samengekomen en alle overleggen zijn genotuleerd. De overleggen van 2022 hebben vooral in het teken gestaan van de ontwikkeling van het nieuwe meerjarenplan 2023-2026 en de meerjarensubsidie. Er heeft een kennismakingsgesprek plaatsgevonden met het college van B&W van de gemeente Noordwijk. Eind december heeft er een overleg plaatsgevonden met het college, de voorzitter van KHN en de voorzitter van het NOV over de gezamenlijke ambitie in relatie tot de vastgestelde basissubsidie. Hierbij waren de voorzitter van de Raad van Toezicht en de directeur-bestuurder aanwezig.

Rooster van aftreden van de Raad van Toezicht

De RvT heeft in 2020 het volgende Rooster van aftreden vastgesteld.

2023 aftreden Ellen Barnhoorn en Menno van der Bil

2024 aftreden Frits Huffnagel, Gerard Heemskerk en Ron van Kesteren

2025 aftreden Dave Beck

Bestuursverslag 2022

Doel van de stichting

In de statuten van de stichting zijn de volgende doelen vastgesteld:

- het vermarkten en promoten van Noordwijk en Noordwijkerhout, alsmede de ontwikkeling, coördinatie en uitvoering van gezamenlijke promotieactiviteiten in het werkgebied van de Stichting;
- het geven van gevraagd en ongevraagd advies met betrekking tot het vermarkten en promoten van Noordwijk en Noordwijkerhout om hiermee bij te dragen aan het creëren en behouden van bedrijvigheid en het scheppen van een aangenaam verblijfs- en vestigingsklimaat voor bewoners, bedrijven en bezoekers;
- het bevorderen van de toeristische en recreatieve mogelijkheden in Noordwijk en Noordwijkerhout, waaronder mede wordt verstaan de toeristische productontwikkeling, het bevorderen van een zo goed mogelijk gebruik van de toeristische en recreatieve mogelijkheden in het werkgebied van de Stichting en het bedienen van afnemers (zoals bijvoorbeeld groepen, toeristen, congresorganisatoren en 'inkomende touroperators') over toeristische en recreatieve mogelijkheden;
- het bevorderen van de samenwerking tussen de economische, toeristische, culturele en overheidssector met betrekking tot promotionele activiteiten die gericht zijn op versterking van het imago en bekendheid van Noordwijk en Noordwijkerhout;
- het leveren van een bijdrage aan de verbetering van welvaart en welzijn van de inwoners van Noordwijk en Noordwijkerhout.

Ambitie

De ambitie van Noordwijk Marketing en haar partners is:

Een succesvol, inspirerend en leefbaar Noordwijk voor iedereen: bewoners, bedrijven en bezoekers.

Dat bewerkstelligen we via de 5 strategische pilaren:

- Noordwijk Marketing als Merkbureau
- Noordwijk Marketing als Marketingdeskundige
- Noordwijk Marketing als Informatiemakelaar
- Noordwijk Marketing als 24/7 Inspiratiebron
- Noordwijk Marketing als Kennis- en Developmentpartner

Activiteiten 2022

In 2022 is er door het team gewerkt aan de ambitie en hebben er veel mooie activiteiten plaatsgevonden. In dit verslag focussen we op de te verantwoorden activiteiten die zijn beschreven aan de hand van de prestatieovereenkomst 2022 tussen Noordwijk Marketing en de gemeente Noordwijk.

Noordwijk Marketing als Merkbureau

Doorvertaling merkidentiteit

Eind 2021 is een start gemaakt met het proces om de overkoepelende merkidentiteit Noordwijk, een verademing, door te vertalen naar de vier kernen. Onder leiding van de Candid Group (voormalig XXS) is er per kern een werkgroep samengesteld bestaande uit bewoners en ondernemers met een grote betrokkenheid in de kern. Het DNA van iedere kern is vastgesteld en op basis daarvan is een manifest opgesteld en is een visuele doorvertaling gemaakt op het gebied van merkarchitectuur. Deze componenten vormen de basis van het advies om het DNA verder te borgen in de uitstraling van de kernen waar op dit moment hard aan wordt gewerkt. Het ligt in de verwachting dat uiterlijk in Q2 de gehele doorvertaling is afgerond en gepresenteerd zal worden.

Het is prachtig om te zien hoe de verschillende stakeholders in de diverse kernen de merkidentiteit al omarmen en daarmee aan de slag gaan. De straatverlichting in de Hoofdstraat en de Bomstraat is daar een lichtend voorbeeld van.

Uitvoering nulmeting onder de inwoners

In april 2022 heeft er een kwalitatief onderzoek plaatsgevonden onder de bewoners van de gemeente Noordwijk naar de bekendheid van Noordwijk als heilzame badplaats. Dit onderzoek heeft aangetoond dat zij wel bekend zijn met het begrip Noordwijk als kuuroord. Op grond daarvan kan gesteld worden dat de basisinformatie over het onderwerp op de juiste manier via de verschillende kanalen is verspreid. Tegelijkertijd voelt de groep onderzochte inwoners zich geen onderdeel van kuuroord Noordwijk, denken zij dat dat het kuuroord Noordwijk alleen bestemd is voor de welgestelde bezoeker en zien zij geen meerwaarde voor henzelf.

Nieuw concept persbenadering nationaal en internationaal

Om de positionering van Noordwijk als heilzame badplaats en als jaarrond aantrekkelijke bestemming om gezond te genieten nationaal en internationaal onder de aandacht te brengen en de boodschap te laten beklijken, zal de komende jaren gerichte persbenadering en extra media-inzet nodig zijn. Daartoe is een voorstel voor gerichte en regelmatige persaandacht uitgewerkt waarmee diverse kanalen worden ingezet. Aanvankelijk was hiervoor een opzet bedacht met groepsreizen, zoals de zakelijke famtrips worden georganiseerd.

Hiervoor zou een groepsreis voor maximaal 4 journalisten/bloggers kunnen worden ingezet om Noordwijk als gezonde en energieke bestemming inclusief de diverse mogelijkheden en toepassingen te ervaren. Door experts is echter aangeraden om een groepsreis alleen in te zetten wanneer er echt grote en nieuwswaardige feiten zijn te communiceren, zoals de opening van een nieuwe faciliteit gericht op kuren en/of gezond genieten. Daarom wordt de groepsreis op dit moment nog niet ingezet maar het concept is gereed.

Er is verschil in benadering van de nationale en de internationale markt. De Duitse bezoeker is in zijn eigen land en omliggende landen al goed bekend met het begrip kuuroord, en de faciliteiten die daaraan verbonden zijn. Zolang er in Noordwijk nog geen gerichte (Thalasso) kuurfaciliteiten beschikbaar zijn, is specifieke communicatie over Noordwijk als kuuroord naar de Duitse bezoeker niet raadzaam, omdat daarmee verwachtingen worden gewekt die op dit moment niet kunnen worden waargemaakt. Daarom is het voor deze doelgroep belangrijk vooralsnog de nadruk te leggen op de aspecten gezond en energiek en (preventieve) gezondheid in het algemeen.

De Nederlandstalige bezoeker kan gericht worden benaderd over gezond, energiek, werken aan je gezondheid en tegelijkertijd genieten in Noordwijk als heilzame badplaats. Met de diverse faciliteiten en voorzieningen die Noordwijk daarin biedt.

Noordwijk Marketing als Marketingdeskundige

Promotie leisure markt

1/ Overkoepelende themacampagnes

In totaal hebben we vier themacampagnes ingezet, één meer dan begroot. De nieuwe beperkingen rondom corona gaven aanleiding voor de extra campagne: Noordwijk bedankt. Als dank aan de bewoners en bezoekers voor de loyaliteit aan de lokale ondernemers, maar ook als dank aan iedereen die naar elkaar heeft omgekeken en elkaar heeft gesteund. Vanuit de retail en horecavisie was het mogelijk om een grote winactie te organiseren vanuit dezelfde gedachte.

Deze eerste themacampagne werd opgevolgd door 'Noordwijk in bloei' met aandacht voor de educatieve boodschap 'enjoy the flowers, respect our pride', ingezet in 2019 om aandacht te vragen voor het bewonderen van de bloemen op afstand en niet de velden in te lopen. Met respect voor het werk en het product van de kwekers.

'Noordwijk bruist' was een campagne om bezoekers en bewoners te inspireren en te activeren om volop te genieten in de uitgestrekte gemeente Noordwijk: natuur, zee, strand, cultuur, evenementen, culinair, winkelen en zomerse markten. De campagne Noordwijk bruist liep van 25 mei tot 21 september 2022. Na twee coronajaren en -zomers met de rem erop was iedereen eraan toe en keek ernaar uit. Een zinderende, bruisende zomer in Noordwijk. Met eindelijk weer mooie evenementen in Noordwijk, Noordwijkerhout en De Zilk. Een zomer om erop uit te trekken en om weer volop te genieten. We vierden de zomer in Noordwijk.

Omdat Noordwijk de ambitie heeft toe te groeien naar een jaarrond bestemming waar het het hele jaar door gezond genieten is, ligt het zwaartepunt van inzet op campagnes in de herfst en winter. Het voorjaar en de zomer, waar de bezoekers Noordwijk van oudsher al heel goed weten te vinden, zetten we vooral in op spreiding van de bezoekers in de gemeente en de regio en het richten op de waardevolle verblijfstoerist. Tijdens de campagne Noordwijk in bloei en Noordwijk bruist was er daarom vooral aandacht voor educatie en het onder de aandacht brengen van het brede aanbod in de streek.

Eind september startte de themacampagne 'Je verdient Noordwijk' met de nadruk op gezond en energiek in Noordwijk; Het is tijd om goed voor jezelf te zorgen, om zowel te ontspannen als actief bezig te zijn. Zodat je opgeladen, energiek en gezond de herfst en winter aankunt. Een campagne

om bezoekers en inwoners te inspireren dat Noordwijk juist ook in het najaar en de winter de ultieme plek is om volop te genieten, actief bezig te zijn en heerlijk te ontspannen.

Voor de themacampagnes zijn toolkits gemaakt voor de ondernemers en zijn er evaluaties beschikbaar.

2/ Loyaliteitscampagne en lead generation campagne

Naast de themacampagnes zijn er vanuit het uitvoeringsprogramma van de Retail- en Horecavisie twee campagnes ontwikkeld om de horeca en retail in Noordwijk onder de aandacht te brengen bij bezoekers en bewoners. De eerste campagne was de

eerdergenoemde winactie binnen de themacampagne 'Noordwijk bedankt'. Deze campagne heeft in februari 2022 plaatsgevonden. De bijdrage vanuit het uitvoeringsprogramma is gebruikt voor de ontwikkeling van de materialen en de inzet van promotie zoals A0 borden. De bijna 40 prijzen werden gesponsord door de ondernemers uit de retail en horeca en Noordwijk Marketing heeft de Noordwijk Cadeaubonnen gesponsord omdat deze Noordwijk breed kunnen worden ingeleverd. Van deze campagne is een uitgebreide evaluatie gestuurd als verantwoording aan de gemeente.

De tweede campagne werd in november georganiseerd, te weten de alom bekende en geliefde 2for1 campagne. De laatste 2for1 was gehouden in 2019 en helaas paste het concept in de coronajaren 2020 en 2021 niet binnen de beperkende richtlijnen. Dus was 2022 het jaar dat de 2for1 in een nieuwe stijl terug kon keren. Niet alleen de horeca ondernemers konden meedoen, de 2for1 was ook beschikbaar voor de retail ondernemers. De campagne was meteen de meest succesvolle 2for1 aller tijden met maar liefst 36.130 websitebezoeken op de eerste dag en met meer dan 60 deelnemers.

Van deze campagne is een uitgebreide evaluatie gestuurd als verantwoording aan de gemeente.

3/ Overige campagnes

In 2022 heeft ook weer een kindercultuurcampagne plaatsgevonden die gecoördineerd werd vanuit de gemeente en ondersteund werd door Noordwijk Marketing. Op het gebied van cultuur heeft Noordwijk Marketing een quick scan uit laten voeren om te onderzoeken of de musea op technologisch gebied de samenwerking konden intensiveren. Daaruit is een advies en een project voortgekomen wat door de gemeente wordt uitgevoerd.

De coördinatie van de Noordwijk, home of the champions vlaggen ter ere van de Dutch Grand Prix lag ook dit jaar in handen van Noordwijk Marketing. De succesvolle retailactie, ontwikkeld door Noordwijk Zee Shopping in 2021, is uitgebreid naar Noordwijkerhout. Na een aantal overleggen met de werkgroep Dutch Grand Prix bleek het animo te laag te zijn om side events te organiseren.

Als laatste is Noordwijk Marketing intensief betrokken geweest bij de Space Week en heeft Noordwijk Marketing heel veel kinderen blij gemaakt met een eigen 'ESA ESTEC' handafdruk.

Promotie via persbezoeken

Gelukkig waren we in 2022 in de gelegenheid om de zichtbaarheid van Noordwijk nationaal en internationaal te vergroten door persreizen te organiseren. In het voorjaar hadden we twee mooie Duitse publicaties: In februari 2022 offline in de Neue Ruhr Zeitung (NRZ) en online op het veelbezochte platform kurz-mal-weg.de. Deze persreizen hebben in samenwerking met Leiden & Partners plaatsgevonden.

In juli kregen we de kans om een item over duurzaam toerisme in Noordwijk op te nemen met TV5 Canada. De gehele perstrip was gepland en georganiseerd maar moest door corona worden afgelast. Wel waren we in USA wederom goed zichtbaar door twee publicaties in luxury lifestyle websites in augustus. En in september mochten we een Amerikaanse influencer ontvangen, gespecialiseerd in reizen en werken voor vrouwen.

Maar natuurlijk is Noordwijk ook dit jaar goed zichtbaar geweest op de nationale tv. Een prachtig item over de kruiden uit Noordwijk en de Noordwijkse thee van maar liefst 13 minuten bij BinnensteBuiten (NPO) spande de kroon. Een wat kleiner item over gezond

en energiek en cultuur was te zien in Onderweg naar de Regio bij RTL4. Verder nog een item bij RTL Boulevard gericht op staycations.

Organisatie van winacties

Er zijn in het totaal 9 online tag & win acties georganiseerd en uitgevoerd samen met de partners om hiermee Noordwijk verder onder de aandacht te brengen bij de Nederlandse bezoeker en de bewoners van Noordwijk.

Nieuwsbrieven

In totaal zijn in 2022 10 consumenten nieuwsbrieven voor de Nederlandse markt en 6 nieuwsbrieven voor de Duitse markt ontwikkeld en verstuurd. Daarnaast zijn er 11 nieuwsbrieven aan de achterban en 14 nieuwsbrieven aan de partners van Noordwijk Marketing verstuurd.

Toepassing ontwikkelde concepten en toolkits en aanbod arrangementen themacampagnes

In 2022 heeft Noordwijk Marketing op haar site in het totaal 285 deals en arrangementen aangeboden. Dat is het grootste aantal deals ooit! Er zijn in het totaal 7 praktische toolkits gerealiseerd om de ondernemers te ondersteunen, te informeren en te inspireren over de themacampagnes en de campagnes vanuit de retail en horeca visie.

Op de voortgang van ontwikkelde concepten voor het positioneren van Noordwijk als Gezonde en Energieke plaats wordt teruggekomen onder Noordwijk Marketing als kennispartner.

Promotie MICE markt

In 2022 is er verder gewerkt aan het updaten van de zakelijke website. De opzet van de ODP pagina's aangepast zodat het aanbod van de accommodaties veel beter zichtbaar en vindbaar is. Er zit onder andere een betere call to action button op met de meebewegende sticky note. Er zijn twee promotiefilmpjes ontwikkeld en gepromoot via onze partner op de Association market Conferli. Deze filmpjes zijn zo goed bezocht op LinkedIn dat we hier advertentieruimte mee gewonnen hebben.

De eerste helft van 2022 was het nog stil op de zakelijke markt door de oorlog in de Oekraïne en de naweeën van corona. Uiteindelijk is Noordwijk Marketing toch nog aanwezig geweest op 4 beurzen te weten Imex, IBTM, Event Summit, Business Traveller & MICE fair, om te netwerken met Association partners. Daarnaast is Noordwijk Marketing aanwezig geweest bij Helms Briscoe event waardoor Noordwijk weer on top of mind is bij deze planners.

Uiteindelijk zijn er 20 aanvragen geweest die Noordwijk Marketing heeft kunnen ondersteunen. Sustainable Development Goals (SGD)/ duurzaamheid

Duurzaamheid wordt ook een belangrijk thema op de MICE markt. Daarom spant Noordwijk Marketing zich in om de SGD doelen meer onder de aandacht te brengen. In de nieuwsbrieven wordt altijd een duurzaamheid item onder de aandacht gebracht. Daarnaast werkt Noordwijk Marketing samen met de gemeente Noordwijk en Conferli om duurzaamheid meer onder de aandacht te brengen.

In 2022 is er een plan ontwikkeld voor de kleinere partners die zich richten op de nationale zakelijke markt. Hierin wordt gefocust op het ontwikkelen van concepten op het gebied van gezond en energiek die makkelijk implementeerbaar zijn. Deze concepten worden in 2023 uitgewerkt.

Nieuwsbrieven

In 2022 zijn er in het totaal 5 nieuwsbrieven voor de zakelijke markt ontwikkeld en verstuurd.

Noordwijk Marketing als Informatiemakelaar

Informatievoorziening aan bezoekers en bewoners

- Promotioneel drukwerk (plattegrond, fietskaart en Enjoy Noordwijk)

In 2022 is het drukwerk onder de loep genomen en heeft het een gehele metamorfose ondergaan. Voor het eerst sinds de ontwikkeling van de merkidentiteit in 2020 zijn alle uitingen in lijn met de merkidentiteit; de website, de informatiepunten en het drukwerk. Nieuw is 'Enjoy Noordwijk', een inspiratiegids over Noordwijk. Voor het eerst is gekozen voor advertorials met QR-codes ipv advertenties voor alle drie de uitingen hetgeen bijdraagt aan de leesbaarheid en de algehele uitstraling. Het drukwerk wordt kostenneutraal gemaakt door de advertentieverkoop.

- VVV inspiratiepunten

Het was een grote wens van de gemeente, partners en Noordwijk Marketing om een inspiratiepunt te openen dat in lijn ligt met de ambitie van Noordwijk. We zijn het bestuur van Genootschap Oud Noordwijk en de vrijwilligers van het museum Noordwijk heel dankbaar dat zij jarenlang de VVV namens Noordwijk Marketing hebben uitgebaat. Maar door het gebrek aan ruimte wilden we een eigen VVV inspiratiepunt realiseren, passend bij de ambitie van Noordwijk, bij de strategische richting Gezond en Energiek en bij de nieuwe merkidentiteit.

Eind 2021 is het nieuwe kantoor geopend aan de Hoofdstraat 129 en begin februari heeft VVV Noordwijk haar deuren geopend. Het was de bedoeling dat er in het pand ook nog een openbaar toilet gerealiseerd zou worden, maar dat is nog uitgesteld door de gemeente.

Alhoewel we zeker nog meer vrijwilligers kunnen gebruiken was het bijzonder om te zien hoe snel we een mooie club vrijwilligers hebben gevonden voor VVV Noordwijk. Door bedrijfsbezoeken en persoonlijke aandacht zorgen we ervoor dat de vrijwilligers zich welkom, gewaardeerd en onderdeel van het team voelen.

Bij het pand in Noordwijkerhout liep het contract af en ondanks meerdere gesprekken met de eigenaar van het mooie pand aan de Dorpsstraat was het niet mogelijk het pand passend te krijgen voor de ambitie van Noordwijk, en Noordwijk Marketing. Daarop is besloten om te verhuizen naar een prachtig, fijn nieuw pand aan de Havenstraat. Die verhuizing heeft eind mei plaatsgevonden en de vrijwilligers, bewoners en bezoekers zijn zeer enthousiast over deze stap.

De verbouwing van beide panden zijn gerealiseerd met grote dank aan Stichting TON, Maximus Bouw, De Boer Holding en de gemeente Noordwijk.

Halverwege het jaar bleek dat de coördinatie van twee inspiratiepunten in eigen beheer toch veel arbeidsintensiever was dan voorheen. Daarom is besloten om een extra medewerker aan te stellen en te schuiven in het budget om dit mogelijk te maken.

De VVV's zijn ondersteunend geweest aan diverse evenementen zoals kaartverkoop voor voorstellingen, de dahlia mozaïeken, het bloemencorso en nog veel meer.

Ondanks dat VVV Noordwijk pas in februari is opengegaan en de locatie nog redelijk onbekend is mochten we al ruim 15.500 bezoekers begroeten, bijna 6000 bezoekers meer dan in 2019 in museum Noordwijk. In Noordwijkerhout viel het aantal bezoekers licht tegen. Dit had te maken met de Amerikanen en de Aziaten die nog wegbleven in het tulpenseizoen. Maar met een totaal aantal bezoekers van bijna 26.000 hebben de VVV's hun toegevoegde waarde weer meer dan bewezen.

Noordwijk Marketing als Inspiratiebron

Online communicatie

Het positioneren van Noordwijk, heilzame badplaats, als gezonde en energieke plaats waar gezondheid en genieten hand in hand gaan, is een belangrijke opdracht van Noordwijk Marketing, ondanks het feit dat de regio op Kuuroord bij de gemeente ligt.

Ook in 2022 heeft Noordwijk Marketing hard gewerkt aan deze opdracht. Eind 2022 is de thema elearning 'Gezond en energiek Noordwijk - word ambassadeur!' gelanceerd. Deze training is speciaal ontwikkeld voor de bewoners van Noordwijk en de regio om meer te weten te komen over Kuuroord Noordwijk en wat de strategische richting gezond en energiek betekent voor de bewoners.

De uitstraling van de website is helemaal in lijn gebracht met de merkidentiteit en het drukwerk waarmee een consistent beeld is gerealiseerd dat aansluit op de ambitie van Noordwijk.

Online informatievoorziening

De Uitagenda wordt beheerd en verstuurd door Noordwijk Marketing en wordt wekelijks meegenomen in de Noordwijker en het Noordwijkerhouts weekblad. Sinds de lancering van de nieuwe website www.visitduinenbollenstreek.nl in maart 2021 wordt de Noordwijk Uitagenda ook daar gepubliceerd.

Helaas is de doelstelling voor onze website www.Noordwijk.info om door te groeien naar 2.7 miljoen bezoekers niet gehaald. Deze doelstelling was te ambitieus gesteld en uiteindelijk waren er 2.1 miljoen bezoeken in 2022. Er is wel een enorme stijging te zien in het aantal websitebezoeken ten opzichte van 2021 met ruim 400.000 bezoeken.

De website Healthy life is in 2022 verrijkt met de belangrijkste informatie en foto's. De derde website die Noordwijk Marketing gedeeltelijk in beheer heeft is visitduinenbollenstreek.nl. Dit is een regionale samenwerking met de VVV's van de Duin en Bollenstreek. Het aantal bezoeken is flink aan het stijgen van 169.688 in 2021 naar 258.581 in 2022.

Social Media

In 2022 is voor het eerst in het bestaan van Noordwijk Marketing een Instameet georganiseerd, waarbij Gezond en Energiek gecombineerd met cultuur centraal stond. In oktober is een groep van 12 fotografen/influencers (het maximale aantal) door Noordwijk geleid onder leiding van Koen van Toen. Hier zijn prachtige foto's gemaakt die door de influencers geplaatst zijn op Instagram. De influencers hebben allemaal een groot bereik waardoor Noordwijk goed onder de aandacht is gebracht.

Ook op het gebied van social media weet Noordwijk Marketing steeds beter de verbinding te vinden met de partners over het plaatsen en delen van berichten. Hashtags worden steeds frequenter gebruikt en ook het design van campagnes wordt steeds vaker door de partners geadopteerd hetgeen versterkend werkt.

Noordwijk Marketing als Kennispartner

In 2021 heeft een onderzoek plaatsgevonden op het gebied van de informatiebehoefte onder de diverse stakeholders. Er is in april 2022 een adviesrapport gestuurd naar de gemeente over het vervolgtraject maar de gemeente heeft eind 2022 besloten dit advies niet op te volgen. Gelukkig zal er in 2023 een doelgroepenonderzoek plaatsvinden vanuit de horeca en retailvisie.

Ook in 2022 heeft Noordwijk Marketing de elearning trainingen gepromoot en zoals eerder benoemd is er een nieuwe training ontwikkeld, speciaal voor de bewoners maar zeker ook geschikt voor de partners en de ambtenaren. Ondanks dat deze elearning pas aan het eind van 2022 gereed was, is toch de doelstelling van 200 deelnemers behaald. Met 45000 bewoners zal het aantal deelnemers in de komende jaren alleen maar stijgen.

Er zijn in 2022 6 webinars georganiseerd, helaas moesten 2 webinars geannuleerd worden wegens te weinig deelnemers. Noordwijk Marketing zal in 2023 de webinars evalueren met de partners.

Noordwijk en kuuroordstatus

De gemeente Noordwijk voert de regie over de ontwikkeling van de kuuroordstatus en Noordwijk Marketing heeft zich in het afgelopen jaar bezig gehouden met de positionering van Noordwijk als gezonde en energieke plaats. Hiervoor is in oktober 2022 ook een communicatieplan aan de gemeente Noordwijk opgeleverd. Hieronder nemen we u graag mee door een selectie van de activiteiten

Partnerevent

Het partner event stond in het teken van de Gezonde en Energieke regio. Het doel was om de ondernemers, pers, politiek etc mee te nemen in de kansen van deze strategische richting en te laten zien hoeveel er al gebeurt. Het was een inspirerende bijeenkomst in De Muze met een prachtige opkomst van ca 150 personen.

Noordwijk Thee

In 2022 heeft Noordwijk Marketing, in samenspraak met ondernemers, telers en leveranciers, het project Noordwijk Thee geleid. De Noordwijk Thee is een unieke blend op basis van de Noordwijkse kruiden, samengesteld door theesommelier Kiona Malinka. De visual voor de thee is ontworpen door Rhode Tavenier van de Rode Schuur in Noordwijk Binnen. Na een intensief traject van meer dan een jaar is de thee op 7 februari 2023 gelanceerd en is vanaf dat moment verkrijgbaar bij de retail en de horeca in Noordwijk.

DB4 Daagse

In samenwerking met de Koninklijke Wandelbond Nederland en een werkgroep bestaande uit diverse stakeholders uit de Duin en Bollenstreek is in 2020 gewerkt aan een businesscase en een uitvoeringsplan voor een vierdaags wandelfestijn in de Duin en Bollenstreek, met de focus op gezond leven en bewegen. Daarnaast is het doel om bezoekers en inwoners van de regio kennis te laten maken met de streek en hiermee het merk 'Duin en Bollenstreek' sterk te laden. In 2021 is hiervoor het stokje overgedragen aan de Stichting Gezond en Energiek door wandelen en de Duin en Bollen Vierdaagse BV. Er stond een testloop gepland voor het najaar van 2021, maar helaas kon deze vanwege de beperkende maatregelen geen doorgang vinden. In 2022 was het uiteindelijk toch zo ver; de eerste editie van de DB4daagse heeft in oktober plaatsgevonden. Er waren 2900 lopers, uniek voor zo'n evenement waarvan 800 deelnemers van buiten de regio kwamen en overnacht hebben in Noordwijk. Wat zo mooi is aan dit evenement is dat op termijn de overwinst van dit evenement ten goede komt aan maatschappelijke doelen in de regio.

Noordwijk Marketing neemt zitting in de Raad van Advies en heeft de organisatie geholpen op het vlak van verbinding, aanjagen, promotie en het werven van sponsors.

Proeftuin Noordwijk

Proeftuin Noordwijk is gebaseerd op de historie van de Tuin van Holland als bakermat van de internationale gezonde keuken, dat in kader van gezond en energiek bewegen en voeding aansluit op het verkregen predicaat heilzame badplaats door de gemeente Noordwijk. Proeftuin Noordwijk is tot stand gekomen in samenwerking met provincie Zuid-Holland en is het eerste concrete project dat geheel gebaseerd is op de Tuin van Holland en het eerste project waarmee de Tuin van Holland opnieuw op de kaart gezet wordt. Het concept is simpel; 9 restaurants zetten speciale gerechten op basis van de Tuin van Holland en Dutch Cuisine op hun menukaart. Drie keer per jaar wisselen de gerechten en worden de recepten ter beschikking gesteld aan geïnteresseerde bewoners en bezoekers. Chefkoks krijgen workshops van Dutch Cuisine om hen te inspireren om met seizoensgroenten te werken. Er is meer dan twee jaar gewerkt aan de ontwikkeling van dit concept en het is op 26 januari 2023 gelanceerd.

Healthy arrangements

De healthy arrangements zijn door Noordwijk Marketing in samenwerking met partners zorgvuldig samengesteld en online gepromoot onder twee thema-arrangementen: Boost arrangementen en Wellness arrangementen. Ook is er onderscheid gemaakt in een midweek of weekend arrangement. In totaal heeft dit 26 arrangementen opgeleverd waar de pilot in 2021 mee is gestart. Door de aanhoudende coronamaatregelen is de pilot in december 2021 geannuleerd. In 2022 is besloten om de insteek van de healthy arrangementen te wijzigen en de arrangementen op te splitsen in gratis activiteiten voor de bewoners en de accommodaties te helpen om aan te sluiten op de strategische richting gezond en energiek door een specialist in te schakelen op het gebied van wellness reizen.

Website Healthy Life

De website Healthy Life is in 2021 ontwikkeld in samenspraak met de gemeente Noordwijk en de KHN op basis van het document Medische Lijnen. Deze website is uniek in de wereld en de ESPA kijkt zeer geïnteresseerd over onze schouder mee. De doelstelling is om het aanbod op het gebied van gezond en energiek in de gehele Duin en Bollenstreek overzichtelijk en laagdrempelig op thema aan te kunnen bieden aan de bewoners en bezoekers. In 2022 hebben we de website verder verrijkt met foto's en teksten. Er liggen veel kansen om deze website, en de aanbieders op deze website, nog beter in te zetten om Kuuroord Noordwijk verder te ontwikkelen.

Kuuroordlogo Noordwijk Heilzame badplaats

De Gemeente Noordwijk heeft Noordwijk marketing heeft eind 2022 verzocht om het logo voor het Kuuroord aan te passen zodat het aansluit op de merkidentiteit.

Team & vrijwilligers

2022 is een bewogen jaar geweest voor het team en de vrijwilligers. In 2022 zijn er 17 vrijwilligers toegevoegd aan het team. Daarnaast hebben drie betaalde krachten de organisatie verlaten en zijn er vier nieuwe collega's in dienst getreden. Uiteindelijk bestond het team aan het eind van het jaar uit 7.6 FTE. Er was nauwelijks sprake van ziekteverzuim en er waren geen langdurig zieken. Waar mogelijk zijn de vrijwilligers geïnspireerd via teamuitjes en bedrijfsbezoeken. Voor het team zijn twee heidedagen georganiseerd.

Marketing Board

De Marketing Board is een klankbordgroep met als doel de organisatie scherp te houden op actuele ontwikkelingen, behoeften, gevoelens en wensen vanuit de markt (bezoekers en bedrijven). De Marketing Board bestaat uit ondernemers of maatschappelijke organisaties vanuit verschillende sectoren en plaatsen binnen de gemeente.

Er heeft in 2022 1 vergadering plaatsgevonden met de gehele Marketing Board met een etentje. De Marketing Board is intensief betrokken geweest bij de ontwikkeling van het strategische plan 2023- 2026 van Noordwijk Marketing. Daarnaast zijn diverse leden van de Marketing Board betrokken geweest bij de ontwikkeling van o.a. campagnes, de ontwikkeling van de merkidentiteit, de ontwikkeling van de Noordwijk Thee en de ontwikkeling van Proeftuin Noordwijk. Bij elk van deze projecten werd minimaal een lid van de Marketing Board betrokken, aangevuld met andere experts.

Stakeholders

In 2022 hebben er op regelmatige basis overleggen plaatsgevonden met diverse stakeholders. Deze overleggen zijn zeer waardevol voor het afstemmen en toetsen van beleid en plannen en horen wat er speelt bij de diverse stakeholders. Sinds 2021 vinden er maandelijks overleggen plaats met de voorzitter van de KHN en met de voorzitter van de NOV Noordwijk.

Er vond in het afgelopen jaar maar een keer een overleg plaats met de fractievoorzitters. Op verzoek van het college zullen de overleggen voortaan via commissie vergaderingen plaatsvinden. Natuurlijk vinden er regelmatig gesprekken plaats met diverse belanghebbenden binnen de gemeentelijke organisatie. Ook met het Space cluster was er regelmatig overleg, met de werkgroep Duurzaamheid, met cultuur en met de retail. Ook was er intensief contact met de Duin en Bollenstreek via de Stichting Promotie Duin en Bollenstreek, met Leiden Marketing, Zandvoort Marketing, Delft Marketing, , Haarlem Marketing, en de Provincie Zuid Holland.

WNT verantwoording

Tabel 1a: Leidinggevende topfunctionarissen met dienstbetrekking en leidinggevende topfunctionarissen zonder dienstbetrekking vanaf de 13e maand van de functievervulling

bedragen x € 1		Q.H. Kamphuisen
Functiegegevens		Directeur-bestuurder
Aanvang en einde functievervulling in 2022		01/01 – 31/12
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)		1,0
Dienstbetrekking?		ja
Bezoldiging		
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	€	94.634
Beloningen betaalbaar op termijn	€	9.829
<i>Subtotaal</i>	€	<i>104.463</i>
Individueel toepasselijke bezoldigingsmaximum	€	216.000
-/- Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag		N.v.t.
Bezoldiging	€	104.463
Het bedrag van de overschrijding en de reden waarom de overschrijding al dan niet is toegestaan		N.v.t.
Toelichting op de vordering wegens onverschuldigde betaling		N.v.t.
Gegevens 2021		
bedragen x € 1		Q.H. Kamphuisen
Functiegegevens		Directeur-bestuurder
Aanvang en einde functievervulling in 2021		01/01 – 31/12
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)		1,0
Dienstbetrekking?		ja
Bezoldiging		
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	€	90.028
Beloningen betaalbaar op termijn	€	9.195
<i>Subtotaal</i>	€	<i>99.223</i>
Individueel toepasselijke bezoldigingsmaximum	€	209.000
Bezoldiging	€	99.223

Tabel 1d: Topfunctionarissen met een totale bezoldiging van € 1.800 of minder

Gegevens 2022	
NAAM TOPFUNCTIONARIS	FUNCTIE
R.C.H.P. van Kesteren	Voorzitter
G.P. Huffnagel	Lid
G.J.A. Heemskerk	Lid
M.H. van der Bil	Lid
E.M. Barnhoorn - Lamboo	Lid
D.A. Beck	Lid

Balans

Balans per 31 december 2022 in Euro's

Balans activa

	31-12-2022	31-12-2021
Vaste activa		
Materiële vaste activa	53.448	28.179
Financiële vaste activa	3.969	0
	57.417	28.179
Vlottende activa		
Vorraden	11.692	6.203
Vorderingen	79.353	103.061
Liquide middelen	71.508	142.097
	162.554	251.362
Activa	219.971	279.541

Balans passiva

	31-12-2022	31-12-2021
Stichtingsvermogen		
Bestemmingsreserves	21.034	25.850
Overige reserves	85.575	98.168
	106.609	124.018
Kortlopende schulden	113.362	155.524
Passiva	219.971	279.541

Staat van baten en lasten incl. begroting

	Verslag jaar		Begroting		Vorig jaar
	2022		2022		2021
Baten	932.433	1.034.875	1.024.873		
Brutomarge	932.433	1.034.875	1.024.873		
Inkoopwaarde omzet VVV Inspiratiecentrum	75.600	115.000	46.789		
Mutatie voorziening incurante voorraad	0	0	-874		
Lasten uit hoofde van personeelsbeloningen	516.156	499.000	473.598		
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	10.027	4.130	4.024		
Kantoorkosten	78.981	58.965	74.241		
Projecten	30.998	1.880	82.709		
Evenementen kalender & <u>Social</u> Media	5.693	4.000	2.163		
Communicatie & PR	68.790	132.500	11.781		
VVV inspiratiecentrum	109.617	110.000	94.464		
Online marketing	13.438	18.000	20.338		
Leisure activiteiten	24.042	37.500	162.773		
<u>Mice</u> & Sales	18.534	52.900	55.964		
Totaal kosten	951.874	1.033.875	1.027.969		
Bedrijfsresultaat	-19.442	1.000	-3.096		
Financiële baten en lasten	-1.936	-1.000	-1.137		
Resultaat voor belasting	-21.378	-0	-4.233		
Vennootschapsbelasting	-3.969	0	-911		
Resultaat na belasting	-17.409	-0	-3.322		

Resultaatbestemming

	Verslag jaar		Vorig jaar
	2022		2021
Resultaat			
Bestemmingsreserve Inrichting VVV Inspiratiecentrum	-4.816	-14.150	
Overige reserve	-12.593	10.828	
	-17.409		-3.322

Colofon

Dit verslag is een uitgave van de Stichting Destinatie Noordwijk en Noordwijkerhout

Hoofdstraat 129, 2202 EX Noordwijk

Telefoon: +31 (0)71 362 3887

E-mailadres: administratie@noordwijk.info

www.noordwijk.info

Opmaak en controle jaarrekening: Qwintess NV

