

# Jaarverslag 2023

## Noordwijk Marketing





NOORDWIJK MARKETING

---

## **Jaarverslag en jaarrekening 2023 (verkorte versie)**

Stichting Destinatie Noordwijk & Noordwijkerhout

---

Opgemaakt door  
Abin accountants - Noordwijk

---

Verslagperiode 1 januari 2023 - 31 december 2023

# Inhoud

Voorwoord.....	3
Raad van Toezicht en Bestuur.....	5
Activiteitenverslag.....	6
Doel, missie, strategie.....	6
Activiteiten 2023.....	8
Team en vrijwilligers.....	17
Stakeholders.....	18
Vooruitblik 2024.....	19
WNT Verantwoording.....	20
Financieel verslag.....	24
Balans per 31 december 2023 in Euro's.....	24
Staat van baten en lasten over 2023.....	25
Resultaatbestemming.....	26
Colofon.....	27

# Voorwoord



Beste lezer

Met plezier presenteren we het jaarverslag van het afgelopen jaar. In dit verslag kijken we terug op een bewogen jaar voor Noordwijk Marketing. Een jaar waarin we werkten aan het realiseren van onze missie met ons strategisch plan als leidraad. De nadruk lag op het verder ontwikkelen van Noordwijk als dé wellbeing bestemming van Nederland. Een plaats waar het goed leven, bezoeken en ondernemen is. En waar toerisme

en recreatie bijdragen aan het welzijn van onze gemeenschap.

Dit verslag biedt een overzicht van onze activiteiten en campagnes van 2023. Een aantal daarvan licht ik hier graag wat nader toe. Onze VVV-kantoren deden het goed. Ze groeien uit tot ontmoetingsplaatsen van bezoekers en bewoners en trokken in 2023 meer dan 36.215 bezoekers. Je wordt er verwelkomd door enthousiaste vrijwilligers. Echte ambassadeurs die hun kennis en liefde voor Noordwijk graag met onze bezoekers delen. We zetten verder in op seizoensspreiding met een succesvolle najaar- en wintercampagne. En we namen onze eerste stappen op de Belgische reismarkt. De 2FOR1 was opnieuw een succes. We kregen zowel van bezoekers als de deelnemende ondernemers veel positieve reacties. En achter de schermen hebben we hard gewerkt aan de doorvertaling van het merk 'Noordwijk, een verademing' naar gedragen verhaallijnen. Samen met onze stakeholders. Want het verhaal van Noordwijk schrijf je niet alleen.

Natuurlijk kennen we ook uitdagingen. Hoe gaan we verder met het verhaal van de heilzame badplaats? Hoe zorgen we ervoor dat ondernemers en bewoners betrokken blijven? En vooral, hoe kunnen we een aantrekkelijk, positief en enthousiast verhaal creëren dat door iedereen wordt omarmd en uitgedragen? Ook op organisatorisch en budgettair vlak zijn er uitdagingen. Door bij te sturen en efficiënter te werken hebben we dit deels kunnen opvangen maar niet zonder 2023 af te sluiten met een verlies. En het roept vragen op over de toekomst van de organisatie. Hoe kunnen we Noordwijk Marketing verder ontwikkelen tot een nog performantere organisatie? Wat is haar rol in de toekomst? Hoe borgen we een goede samenwerking tussen de gemeente en Noordwijk Marketing? En waar moeten we onze prioriteiten leggen in een snel veranderende omgeving?

Dit zijn uitdagingen waarmee we in 2024 vol enthousiasme aan de slag gaan. Maar dat kunnen we niet alleen. Samen met de gemeente, NOV, KHN, partners en stakeholders zetten we hier onze schouders onder. Zodat we ook in 2024 verder bouwen aan het realiseren van onze missie.

Voor mij persoonlijk was 2023 het jaar waar ik aan de slag ging als nieuwe directeur. Er lag een prachtig fundament dat het team samen met mijn voorgangster Quirine heeft gelegd. Elke dag blijven de schoonheid en diversiteit van Noordwijk me verrassen. Het is dan ook met veel plezier dat ik samen met ons team verder bouw aan een nog beter en mooier Noordwijk.

Tim Bottelberghe

Directeur Bestuurder Noordwijk Marketing

# Raad van Toezicht en Bestuur

## Samenstelling Raad van Toezicht en bestuur

- Ron van Kesteren (Voorzitter en tevens Penningmeester)
- Frits Huffnagel (namens de Koninklijke Horeca Noordwijk) – tot september 2023
- Gerard Heemskerk
- Menno van der Bil
- Ellen Barnhoorn – tot april 2023
- Dave Beck (namens de Noordwijkse Ondernemers Vereniging)

De Raad van Toezicht en het bestuur zijn in 2023 in totaal vier keer samengekomen en alle overleggen zijn genotuleerd. De overleggen van 2023 hebben vooral in het teken gestaan van de werving van de nieuwe directeur, het aanpassen van de statuten en het financieel beheer. Er zijn verschillende gesprekken geweest met stakeholders (NOV, KHN, gemeente en Burgemeester) o.a. over het voorstellen van de nieuwe directeur-bestuurder. Hierbij waren de voorzitter van de Raad van Toezicht en de directeur-bestuurder aanwezig.

# Activiteitenverslag

## Doel, missie, strategie

### 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.

### Missie van Noordwijk Marketing

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

### Visie

Het positioneren van Noordwijk als gezonde en energieke plaats waar gezondheid en genieten hand in hand gaan.

Onze ambitie: Noordwijk wordt de wellbeing bestemming van Nederland.

### Strategische pijlers

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

### Doelstellingen

De taken binnen de strategische pijlers zijn erop gericht om bij te dragen aan de visie en de missie van Noordwijk Marketing, in samenwerking met alle stakeholders.

Noordwijk Marketing wil in de periode 2023 – 2026 het volgende bereiken:

- Doorontwikkelen van Noordwijk als serieuze speler op de (inter)nationale wellbeing markt
- Vehogen van het aantal verblijfstoeristen in de dalmaanden
- Spreiden van bezoekers, vooral in het hoogseizoen
- Verlengen van het verblijf in Noordwijk
- Het creëren van banen voor bewoners om hen kansen te geven om te participeren
- De inkomsten uit parkeergelden en toeristenbelasting stijgen van 6.1 miljoen in 2021 naar in 6.7 miljoen in 2026 door een stijging van het aantal verblijfstoeristen in de dalmaanden (okt tm feb muv de kerstweken) \* bij gelijkblijvende tarieven en faciliteiten gebaseerd op 40K extra overnachtingen en 160K extra dagtoeristen
- Het verhogen van de associatie van het merk Noordwijk met wellbeing bij bewoners, bedrijven en (zakelijke) bezoekers gebaseerd een O meting in 2023 met 10% in 2026



# Activiteiten 2023

In 2023 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 2023 tussen Noordwijk Marketing en de gemeente Noordwijk. Noordwijk marketing als Merkbureau

## 1/ Noordwijk Marketing als Merkbureau

*Doorvertaling en afronding van de merkidentiteit*

In 2023 werd de doorvertaling van het merk Noordwijk een verademing naar de vier kernen afgerond en gepresenteerd tijdens het partnerevent in april. Een brand manual met de toepassingen van het merk is opgeleverd.

*DNA en verhaallijnen.*

Verder werd in 2023 gewerkt aan de doorvertaling van de identiteit naar DNA en verhaallijnen. En werden deze verhaallijnen geladen met relevante content voor onze verschillende communicatiekanalen. Op deze manier wordt de propositie van Noordwijk als heilzame badplaats geborgd binnen het merk Noordwijk. De verhaallijnen zijn uitgewerkt in 2023 en worden voorgesteld in 2024.

## 2/ Noordwijk Marketing als Marketingdeskundige

*De campagnes*

Er waren 3 overkoepelende themacampagnes in 2023.

- **Noordwijk, een verademing** (seizoensverlengende campagne). Zoals benoemd in het strategisch plan 2023-2026 zetten we volop in op het aantrekken van bezoekers in de dalmaanden. Deze campagne positioneert Noordwijk als een heilzame badplaats met een jaarrond aanbod. We hebben ingezet op het vergroten van de associatie van Noordwijk met gezondheid en vitaliteit in combinatie met ons kwalitatieve aanbod. Dit gebeurde aan de hand van influencer/persreizen, een brede campagne met DPG media op de Nederlandse en Belgische markt en diverse online acties op de Belgische en Nederlandse markt. Een influencer reisgids en een magazine met reisverhalen zijn ontwikkeld en zullen worden gelanceerd in 2024. Deze campagne liep van september 2023 tot en met maart 2024.

- **Noordwijk in bloei.** Met deze campagne inspireerden we bezoekers en inwoners door hen kennis te laten maken met de veelzijdigheid van Noordwijk in het kleurrijke voorjaar. Arrangementen werden verzameld en in de kijker gezet, we maakten een tool kit voor ondernemers en er waren verschillende social media en online acties. Deze actie sloot aan op de enjoy the flowers campagne (#haalhetnietinjebol), die vooral mikte op spreading en educatie.
- **Noordwijk bruist.** Deze campagne focuste hoofdzakelijk op de Nederlandstalige verblijfstoerist en de inwoners van Noordwijk en de regio. De campagne heeft bezoekers en inwoners geïnformeerd over de activiteiten en evenementen in de zomer en hen geactiveerd hieraan deel te nemen. Arrangementen en deals werden verzameld, artikelen verschenen in diverse media en er werden online campagnes gevoerd.

Verder werden twee campagnes ontwikkeld vanuit het uitvoeringsprogramma van de retail- en horecavisie waarmee de horeca- en retailsector onder de aandacht werd gebracht bij bezoekers en bewoners.

- **Hartverwarmend Noordwijk.** Deze campagne werd gevoerd met middelen uit de retail- en horecavisie met als doel het aantal bezoekers en de koopintentie te verhogen. Deals en arrangementen in het thema 'Made with love' werden verzameld. Er liep een activatiecampagne in de winkelkernen op twee zaterdagen, citydressing, verschillende acties op social media en online campagnes.
- **2FOR1 campagne.** De bekende 2FOR1 campagne vond opnieuw plaats in november. Als voorbereiding voor de campagne vonden verschillende meetings plaats met de deelnemende ondernemers. Hierin werd duidelijk gesteld dat het concept van de 2FOR1 eenduidig moet zijn voor de bezoeker. Met andere woorden: 2 menu's voor de prijs van 1. Deze afspraak werd door de ondernemers goed nagekomen. De campagne was een succes. Een uitgebreide evaluatie is gemaakt. Dit jaar niet alleen aan de ondernemerskant maar ook bij de bezoekers van de 2FOR1.

In 2023 werd samen met de culturele stakeholders een campagne uitgewerkt om **het culturele aanbod** in de kijker te zetten. We haalden 6 culturele influencers voor een Instameet naar Noordwijk en promootten het cultuuraanbod via diverse kanalen zoals online acties, publicaties in magazines en bebording langs de weg.

In 2023 brachten we alles rond **space** sterk onder de aandacht.

- Noordwijk Marketing was aanwezig op de open dag van ESA-ESTEC met een uitgebreide stand en activiteitenprogramma voor kinderen
- We organiseerden 4 space tours om bewoners kennis te laten maken met het verhaal van space in Noordwijk. Oorspronkelijk waren 2 tours voorzien maar

door de enorme vraag werden uiteindelijk 4 tours georganiseerd.

- Noordwijk Marketing was betrokken bij de organisatie van de Space Week.
- We ondersteunden mee bij de organisatie en planning van het ASE-congres dat in 2024 zal plaatsvinden.
- In 2023 is een subsidieaanvraag ingediend bij de provincie Zuid-Holland voor de ontwikkeling van een permanente beleving rond het thema space in Noordwijk.

#### Andere campagnes en acties

- Enjoy the flowers. Gedurende het bollenseizoen (maart-mei) is de educatiecampagne Enjoy the flowers (#haalhetnietinjebol) ingezet om de bewustwording rondom respect voor het product van de kweker en spreiding in de gehele Duin en Bollenstreek te bevorderen. Hiervoor is een regionale campagne via social media en buitenreclame ingezet en een viertal nationale pers- en influencerbezoeken.
- Duin en Bollen Vierdaagse. In het najaar realiseerden we een campagne aansluitend op de Duin en Bollen Vierdaagse. Doel van de campagne was bezoekers aanzetten tot het boeken van een verblijf rondom deelname aan het wandelevent.
- Kindercultuurcampagne. Deze campagne werd georganiseerd door de gemeente, maar werd ondersteund door Noordwijk Marketing. De prijsuitreiking van de campagnewedstrijd vond plaats in VW Noordwijk.
- Noordwijk, Home of the Champions. Citydressing in Noordwijk met de Home of the Champions vlaggen en verkoop van de vlaggen in VVV Noordwijk aan inwoners en bezoekers.
- Noordwijk had een item in het RTL 4 tv-programma Plezier & Passie, waarin Noordwijk en diverse activiteiten in beeld werden gebracht. De uitzending is meerdere malen herhaald en ook nog in het jaar 2024 beschikbaar via Video land.
- See You Again actie om de bezoekers van Noordwijk in het hoofdseizoen te verleiden tot een herhaalbezoek in de herfst of winter.
- Samen met de drie winkelkernen en de gemeente zijn we een traject gestart voor de voorbereiding van de retailcampagne in 2024.
- Er was een mini-campagne om ondernemers op de Grent te ondersteunen tijdens de wegwerkzaamheden in de winter van 2023. Hiervoor verzamelden we deals en arrangementen en zetten we een Google Adwords campagne in.

#### *Pers- en influencerbezoeken*

In 2023 organiseerden we diverse pers- en influencerbezoeken voor de Nederlandse en Belgische markt. Dit resulteerde in 17 bezoeken die internationale aandacht

opleverden voor Noordwijk als bestemming waar het juist ook in de herfst en winter ultiem gezond genieten is en 4 Nederlandse persbezoeken in het kader van de educatiecampagne "Enjoy the flowers". Noordwijk Marketing zorgde voor de selectie en werving van de journalisten en influencers en de opmaak van de programma's. De programma's (overnachtingen, restaurants en activiteiten) werden aangeboden door de partners van Noordwijk Marketing.

#### *Organisatie van winacties*

Er zijn in het totaal 12 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 13 consumentennieuwsbrieven voor de Nederlandse markt en 9 nieuwsbrieven voor de Duitse markt ontwikkeld en verstuurd. Daarnaast zijn er 11 nieuwsbrieven aan de achterban verstuurd. Een nieuwe partnernieuwsbrief werd gelanceerd in december 2023.

Verder zijn er dit jaar ook 4 MICE nieuwsbrieven ontwikkeld en verstuurd in het Nederlands als Engels .

#### *Toepassing ontwikkelde concepten en toolkits en aanbod arrangementen themacampagnes*

In 2023 heeft Noordwijk Marketing op haar site in het totaal 231 deals en arrangementen aangeboden. Er zijn 4 praktische toolkits gerealiseerd om de ondernemers te ondersteunen, te informeren en te inspireren over de themacampagnes en de campagnes vanuit de retail- en horecavisie.

#### *Promotie MICE (zakelijke) markt*

Het afgelopen jaar hebben wij ons gericht op het zichtbaar houden van Noordwijk tussen de vele bestemmingen op de zakelijke markt samen met onze partners. De concurrentie is de laatste jaren enorm toegenomen waardoor zichtbaarheid en positionering steeds belangrijker worden.

Noordwijk Marketing is daarom met een groep kleinere Nederlandse convention bureaus een samenwerkingsverband opgestart om onderwerpen te bespreken en waar mogelijk samen te werken. Bijvoorbeeld voor het benaderen van de zakelijke Duitse markt.

Wij hebben ook in 2023 weer promotiefilmpjes ontwikkeld en gepromoot op LinkedIn via onze partner op de association markt Conferli. Deze filmpjes zijn weer goed bekeken.

Samen met de MICE partners heeft Noordwijk Marketing met een gezamenlijke stand deelgenomen aan de Event Summit als 'Wij zijn Noordwijk'. Verder was Noordwijk Marketing samen met Huis ter Duin aanwezig op de internationale beurzen IMEX en IBTM de grootste vakbeurzen van Europa om Noordwijk zichtbaar te houden bij de internationale meeting planners en associations.

In juli was Noordwijk de bestemming voor Linda op Locatie en ontving Noordwijk Marketing 50 meetingplanners. Samen met Linda op Locatie en onze partners die alles kosteloos beschikbaar stelden hadden wij een divers en inspirerend programma samengesteld. Op de fiets en per bus werden locaties bezocht en werd deelgenomen aan activiteiten die Noordwijk te bieden heeft op zakelijk gebied. In 2023 hebben wij weer een 20-tal aanvragen voor congressen en meetings ondersteund waaronder de association European Navigation Congress en het market acces programma van de Western Cape, SA.

Noordwijk Marketing is vertegenwoordigd in de SDG-werkgroep van de gemeente. SDG-doelen zullen in de toekomst een steeds belangrijkere rol gaan spelen in het beslissingsproces bij associations en corporates. In de nieuwsbrief van onze partner Conferli, was, in aanloop naar de IBTM, een item over de SDG doelen in Noordwijk opgenomen, met specifiek aandacht voor Tespelduyn en Huis ter Duin.

Binnen het space netwerk brengen wij Noordwijk als zakelijke bestemming onder de aandacht, o.a. tijdens de netwerkbijeenkomsten op de NL Space campus. Wij zijn ondersteunend aan de organisatie voor het ASE-congres dat in september 2024 zal plaatsvinden. En ook in 2023 vervulden wij weer de rol als jurylid bij de hackathon van de Universiteit van Twente op het gebied van Geo-information science and earth observation, die plaatsvond in Noordwijk.

In 2023 zijn wij begonnen met de voorbereiding voor een 4-tal sessies met de MICE partners voor de marketingstrategie voor de komende jaren.

Voor de B2B travel trade hebben wij in 2023 gewerkt aan de zichtbaarheid op de nationale en internationale markt. Noordwijk Marketing was aanwezig in Eindhoven bij de NBTC trade dag en voerde gesprekken met verschillende Belgische en Duitse toeroperators, wholesalers en OTA's die passen bij Noordwijk.

Op uitnodiging van Eurostar waren wij aanwezig op een event in London om Noordwijk onder de aandacht te brengen bij de UK reisagenten, meetingplanners en touroperators. En hebben wij de ITB bezocht de grootste reisvakbeurs ter

wereld. Hier hebben wij ons netwerk vergroot bij de verschillende nationale en internationale reisorganisaties.

### **3/ Noordwijk Marketing als Informatiemakelaar**

#### *Promotioneel drukwerk*

Als gevolg van een groot aantal wijzigingen in het fietsknooppuntennetwerk was het noodzakelijk aanpassingen te doen in de fietskaart van 2022 als onderdeel van het Noordwijk promotionele drukwerk en deze vernieuwde versie opnieuw te laten drukken. Ook werd de voorbereiding van de realisatie van het nieuwe promotionele drukwerk voor 2024 en 2025 opgestart.

#### *VVV inspiratiepunten*

VVV Noordwijk draaide een eerste volledig jaar. Bezoekers weten de weg ernaar steeds beter te vinden. We hebben maar liefst 24.415 bezoekers mogen verwelkomen. Een stijging met 60% ten opzichte van 2022. Ook het aanbod werd sterk uitgebreid. Behalve informatie bieden we lokale en originele producten aan die een link hebben met Noordwijk.

Ook VVV Noordwijkerhout deed het goed. In 2023 ontvingen we 11.800 bezoekers, een stijging met 15% ten opzichte van 2022. Daar zijn verbeteringen doorgevoerd op vlak van verlichting en verwarming.

De VVV's ondersteunden verschillende evenementen met kaartverkoop voor voorstellingen, rondom het Bloemencorso Bollenstreek en de Dahlia mozaïeken.

#### *Beach Shuttle*

We ondersteunden de inzet van de Beach Shuttle in communicatie en waren betrokken bij verschillende meetings. In totaal had de Beach Shuttle 32 rijdagen en werden 10.979 passagiers vervoerd. Iets minder dan vorig jaar, vooral te wijten aan het mindere weer waardoor er minder rijdagen waren.

#### *Vrijwilligers VVV's*

Voor het openhouden van onze VVV's rekenen we op vrijwilligers. We organiseerden een wervingsactie voor nieuwe vrijwilligers. Dit leverde een mooi resultaat op. In 2023 bestond ons team al uit 30 gemotiveerde vrijwilligers, 8 daarvan waren nieuwe vrijwilligers die we met de wervingscampagne hebben bereikt.

## *Samenwerking Arriva en Nationaal Park Hollandse Duinen voor buslijn 385*

In de zomer van 2023 werd een audiotour gelanceerd voor buslijn 385 tussen Sassenheim en Den Haag CS. Reizigers krijgen via deze audiotour meer info over de bezienswaardigheden langs de route. Noordwijk Marketing werkte mee aan de realisatie en leverde inhoud aan voor de audiotour.

### **4/ Noordwijk Marketing als inspiratiebron**

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. Hiervoor zetten we in op de ontwikkeling van sterke eigen communicatiekanalen.

#### *Website*

Onze website noordwijk.info blijft het belangrijkste communicatiekanaal. En die doet het goed. We wonnen met onze site in 2023 de award van de best bezochte website van middelgrote gemeenten. Met 501.000 unieke bezoekers die goed waren voor meer dan 2,4 miljoen pageviews. Een stijging van 300.000 pageviews ten opzichte van vorig jaar. Met name onze seizoensverlengende campagne op de Belgische markt zorgde voor een aanzienlijke stijging van Belgische bezoekers op de website.

We investeerden sterk in het optimaliseren van de content door de uitwerking van nieuwe landings- en contentpagina's. We implementeerden nieuwe seizoenspagina's, wat in combinatie met de campagnes een heel succesvolle aanpak bleek. Zo zagen we op de herfstpagina een stijging van het aantal weergaven met meer dan 600% (!) ten opzichte van de campagnelandingspagina in de herfst van 2022.

Verder beheert Noordwijk Marketing de website Healthy Life, die werd verrijkt met nieuw aanbod en nieuwe content. De site visitduinenbollenstreek.nl wordt mede beheerd door Noordwijk Marketing en behaalde in 2023 meer dan 424.000 paginaweergaven.

#### *Uitagenda*

De Uitagenda blijft een belangrijk onderdeel van de website en wordt beheerd door Noordwijk Marketing. Deze wordt continu aangevuld en geïnteresseerde partners en stakeholders krijgen een wekelijkse update via e-mail met de activiteiten voor de komende week.

Sinds de lancering van de nieuwe website [www.visitduinenbollenstreek.nl](http://www.visitduinenbollenstreek.nl) in maart 2021 wordt de Noordwijk Uitagenda ook daar gepubliceerd.

## *Social Media*

Op Instagram hebben we bijna 9.000 volgers. Dagelijks worden stories gepost en delen we de content van onze partners en stakeholders. Het aantal volgers op Instagram steeg in 2023 met 1.000. Ook het aantal interacties wordt steeds groter.

Facebook blijft een belangrijk medium. Hier worden we gevolgd door meer dan 14.000 fans. Hier zien we wel een minder sterke stijging in volgers en interactie. Dit heeft te maken met het algemeen afnemende belang van Facebook als sociaal medium.

LinkedIn is een belangrijk medium om partners, stakeholders en de zakelijke markt te bereiken. Door regelmatig posten en het doorplaatsen van relevante content verzamelden we er al meer dan 2.000 volgers. Een stijging van 750 volgers in 2023.

Ook is in 2023 een start gemaakt op het snelstgroeiende platform TikTok. We plaatsen hier content en liken en delen berichten van onze partners.

### **5/ Noordwijk Marketing als Kennispartner**

In april 2023 vond het partnerevent van Noordwijk Marketing plaats. Het merk Noordwijk een verademing en de doorvertaling naar de vier kernen werd gepresenteerd en de meer dan 130 aanwezigen kregen interessante keynotes over branding en trends in toerisme door Jos Vranken van NBTC.

In 2023 was een doelgroepenonderzoek voorzien. Dit is echter niet uitgevoerd door het ontbreken van een concrete invulling voor dit onderzoek. Er is besloten om hiermee te wachten aangezien het project van de Noordwijk pas, dat hieraan is gekoppeld, nog in ontwikkeling was.

### **6/ Noordwijk en het predicaat heilzame badplaats**

De gemeente Noordwijk voert de regie over de ontwikkeling naar aanleiding van het predicaat heilzame badplaats. Noordwijk Marketing heeft zich in het afgelopen jaar beziggehouden met de positionering van Noordwijk als gezonde en energieke plaats. Hieronder de belangrijkste activiteiten, die Noordwijk Marketing uitvoerde die bijdroegen aan het verhaal van Noordwijk als heilzame badplaats.

#### *Aanjagen wellbeing activiteiten*

In het voorjaar werden verschillende sessies georganiseerd voor inwoners. Zo konden ze gratis kennismaken met het wellness/wellbeing aanbod van Noordwijk. We organiseerden bezoeken en proeverijen, een wandeling met de boswachter en lezingen over de geschiedenis van Noordwijk als heilzame badplaats.



Samen met Puur en Kuur/Pure Consultancy kregen 8 accommodaties gepersonaliseerde adviezen omtrent het inzetten op wellness en wellbeing in de vorm van een uitgebreid rapport.

Ook in het najaar van 2023 organiseerden we verschillende activiteiten voor bewoners die rechtstreeks bijdroegen aan de uitstraling van Noordwijk als heilzame badplaats. Om bewoners kennis te laten maken met het wellbeing aanbod organiseerden we in samenwerking met partners verschillende gratis workshops voor inwoners.

#### *Noordwijk Thee*

Begin februari 2023 is de Noordwijk Thee gelanceerd, een kruiden melange op basis van hoofdzakelijk Noordwijkse kruiden die gebruikt wordt voor thee. De kruiden zijn handgeteeld en handgeplukt door een aantal Noordwijkse telers, de blend is samengesteld door een erkende theesommelier. De Noordwijk Thee werd aangeboden in een aantal horecagelegenheden en in de VVV's. Het hele jaar door is de Noordwijk Thee gepromoot via lokale en regionale media en via de communicatiekanalen van Noordwijk Marketing. Er is een mooie verkoop van de Noordwijk Thee gerealiseerd in de VVV's in Noordwijk en Noordwijkerhout.

#### *Heilzaam Noordwijk wandeling*

In samenwerking met gemeente Noordwijk en Streekmuseum Veldzicht is op 1 september 2023 de Heilzaam Noordwijk route, een wandeling met audiotour gelanceerd. Dit was een uitbreiding van een bestaande wandelroute, met nadrukkelijk aandacht voor extra beleving met verhalen over de heilzame werking van de kust, de zee en de natuur en de kruiden.

#### *DB4Daagse*

Noordwijk Marketing adviseerde de organisatie van de Duin en Bollen 4daagse op het gebied van marketing en verbinding met lokale partners. We ontwikkelden een campagne met DPG-media om de DB4Daagse te gebruiken als instrument voor seizoensverlenging en legden contacten met de ondernemers en de organisatie van het wandelevent.

#### *Proeftuin Noordwijk*

Begin 2023 werd Proeftuin Noordwijk gelanceerd. 9 restaurants namen deel aan dit project en engageren zich om gezonde en duurzame voeding op de kaart te zetten. Er zijn een aantal workshops georganiseerd om kennis uit te wisselen en te de principes van Dutch Cuisine te leren. Onder de noemer 'Kom proeven' is een campagne gelanceerd voor (regio) inwoners en bezoekers met een uitnodiging om kennis te maken met de Proeftuin Noordwijk gerechten bij de restaurants. Tevens

is de uitwerking van een Proeftuin Noordwijk kookboek in 2023 gestart waarmee inwoners en bezoekers zelf aan de slag kunnen met gerechten bedacht door de Noordwijkse chefs. Dit kookboek zal in het voorjaar van 2024 worden gelanceerd.

### *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 2023 is de content aangevuld en actueel gehouden. Er liggen veel kansen om deze website, en de aanbieders op deze website, nog beter in te zetten om heilzame badplaats Noordwijk verder te ontwikkelen en concreet gestalte te geven.

## **Team en vrijwilligers**

In 2023 werd na het vertrek van Quirine Kamphuisen in mei Suzan Schouten aangesteld als interim-directeur. Half augustus begon nieuwe directeur-bestuurder Tim Bottelberghe aan zijn opdracht.

Verder werd in 2023 een nieuwe leisure marketeer aangenomen na het vertrek van de vorige en vertrok de medewerker inspiratie. Haar vervanger is in februari 2024 aan de slag gegaan.

Er was gedurende 2023 nauwelijks sprake van ziekteverzuim en er waren geen langdurig zieken.

Waar mogelijk zijn de vrijwilligers geïnspireerd via team uitjes en bedrijfsbezoeken. Voor het team Noordwijk Marketing zijn twee heidedagen georganiseerd.

# Stakeholders

## *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, bewoners en bedrijven). De Marketing Board bestaat uit ondernemers of maatschappelijke organisaties vanuit verschillende sectoren en plaatsen binnen de gemeente. In 2023 is de Marketing Board een keer samengekomen.

## *Stakeholders*

In 2023 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 om te horen wat er speelt. Sinds 2021 vinden er maandelijks overleggen plaats met de voorzitter van de KHN en met de voorzitter van de NOV Noordwijk.



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 & Partners, Zandvoort Marketing, Delft Marketing, Haarlem Marketing en de provincie Zuid-Holland.

## *Werkbezoek Anne Koning*

Op 22 december bracht gedeputeerde Anne Koning een werkbezoek aan Noordwijk. Het bezoek werd georganiseerd door Noordwijk Marketing in samenwerking met de gemeente. De gedeputeerde bracht een bezoek aan Grand Hotel Huis ter Duin en Hotel Two Brothers Noordwijk Beach en maakte kennis met het project Proeftuin Noordwijk en het verhaal van Noordwijk als heilzame badplaats.

# Vooruitblik 2024

Voor de vooruitblik naar 2024 verwijzen we graag naar het marketingplan van 2024. Te downloaden via onderstaande QR code.



**Marketingplan 2024**  
Noordwijk Marketing

# WNT Verantwoording

Op 1 januari 2013 is de Wet normering topinkomens (WNT) in werking getreden. De WNT is van toepassing op Stichting Destinatie Noordwijk & Noordwijkerhout. Het voor Stichting Destinatie Noordwijk & Noordwijkerhout toepasselijke bezoldigingsmaximum is in 2023 € 223.000.

Bezoldiging topfunctionarissen

a. Leidinggevende topfunctionarissen met dienstbetrekking en leidinggevende topfunctionarissen zonder dienstbetrekking vanaf de 13e maand van de functievervulling

Leidinggevende topfunctionarissen met dienstbetrekking en leidinggevende topfunctionarissen zonder dienstbetrekking vanaf de 13e maand van de functievervulling inclusief degenen die op grond van hun voormalige functie nog 4 jaar als topfunctionaris worden aangemerkt.

<b>Gegevens 2023</b>		
<b>bedragen x € 1</b>	<b>T.K.M. Bottelberghe</b>	<b>Quirine Kamphuisen</b>
<b>Functiegegevens</b>	Directeur-bestuurder	Directeur-bestuurder
Aanvang en einde functievervulling in 2023	14-08-2023 tm 31-12-2023	01-01-2023 tm 30-04-2023
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)	0,8	1
Dienstbetrekking?	ja	ja
<b>Bezoldiging</b>		
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	24.325,05	40.163,98
Beloningen betaalbaar op termijn	6.676,92	3.567,58
<i>Subtotaal</i>	<i>31.001,97</i>	<i>43.731,56</i>
Individueel toepasselijke bezoldigingsmaximum	68.446,73	73.315,07
-/- Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag	N.v.t.	N.v.t.
<b>Bezoldiging</b>	<b>31.001,97</b>	<b>43731,56</b>
Het bedrag van de overschrijding en de reden waarom de overschrijding al dan niet is toegestaan	N.v.t.	N.v.t.
Toelichting op de vordering wegens onverschuldigde betaling	N.v.t.	N.v.t.
<b>Gegevens 2022</b>		
<b>bedragen x € 1</b>	<b>Tim Bottelberghe</b>	<b>Quirine Kamphuisen</b>
<b>Functiegegevens</b>	Directeur Bestuurder	Directeur Bestuurder
Aanvang en einde functievervulling in 2022	nvt	01-01 tm 31/12
Omvang dienstverband (als deeltijdfactor in fte)	nvt	1,0
Dienstbetrekking?	nvt	ja
<b>Bezoldiging</b>		
Beloning plus belastbare onkostenvergoedingen	nvt	€ 94.634
Beloningen betaalbaar op termijn	nvt	€ 9.829
<i>Subtotaal</i>	<i>nvt</i>	<i>€ 104.463</i>
Individueel toepasselijke bezoldigingsmaximum	nvt	€ 216.000
<b>Bezoldiging</b>	<b>nvt</b>	<b>€ 104.463</b>

b. Leidinggevende topfunctionarissen zonder dienstbetrekking in de periode kalendermaand 1 t/m12

<b>Gegevens 2023</b>				
<b>bedragen x C 1</b>		<b>Suzan Schouten</b>		
<b>Functiegegevens</b>	<b>Directeur Bestuurder</b>			
<b>Kalenderjaar</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>
Periode functievervulling in het kalenderjaar (aanvang – einde)	9 mei 2023 tm 15-08-2023	N.v.t		
Aantal kalendermaanden functievervulling in het kalenderjaar	3	N.v.t		
Omvang van het dienstverband in uren per kalenderjaar	232 uur	N.v.t		
<b>Individueel toepasselijke bezoldigingsmaximum</b>				
Maximum uurtarief in het kalenderjaar	€ 212	€ 206		
Maxima op basis van de normbedragen per maand	€ 49.184	N.v.t		
Individueel toepasselijke maximum gehele periode kalendermaand 1 t/m 12	€ 49.184			
<b>Bezoldiging (alle bedragen exclusief btw)</b>				
Bezoldiging in de betreffende periode	€ 23.200	N.v.t		
Bezoldiging gehele periode kalendermaand 1 t/m 12	€ 23.200			
-/- Onverschuldigd betaald en nog niet terugontvangen bedrag	N.v.t.			
<b>Bezoldiging</b>	<b>€ 23.200</b>			
Het bedrag van de overschrijding en de reden waarom de overschrijding al dan niet is toegestaan	N.v.t.	N.v.t.		
Toelichting op de vordering wegens onverschuldigde betaling	N.v.t.			

d. Topfunctionarissen met een totale bezoldiging van € 1.900 of minder.

<b>Gegevens 2023</b>	
<b>NAAM TOPFUNCTIONARIS</b>	<b>FUNCTIE</b>
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-Lambo	Lid
D.A. Beck	Lid



# Financieel verslag

## Balans per 31 december 2023 in Euro's

Stichting Destinatie Noordwijk & Noordwijkerhout te Noordwijk

1 BALANS PER 31 DECEMBER 2023  
(na resultaatbestemming)

	31 december 2023		31 december 2022	
	€	€	€	€
<b>ACTIVA</b>				
<b>Vaste activa</b>				
Materiële vaste activa	(1)	49.432	53.449	
Financiële vaste activa	(2)	<u>19.420</u>	<u>23.389</u>	
		68.852		76.838
<b>Viottende activa</b>				
Vorraden	(3)	22.609	11.692	
Vorderingen	(4)	57.845	59.934	
Liquide middelen	(5)	<u>128.232</u>	<u>71.508</u>	
		208.686		143.134
		<u>277.538</u>	<u>219.972</u>	
<b>PASSIVA</b>				
<b>Stichtingsvermogen</b> (6)				
Bestemmingsreserve Inrichting VVV Inspiratiecentrum		14.728	21.034	
Overige reserves		<u>72.374</u>	<u>85.575</u>	
		87.102		106.609
Kortlopende schulden	(7)	<u>190.436</u>	<u>113.363</u>	
		<u>277.538</u>	<u>219.972</u>	

# Staat van baten en lasten over 2023

		Realisatie 2023	Begroting 2023	Realisatie 2022
		€	€	€
<b>Baten</b>				
Baten	(8)	938.687	787.500	835.698
Omzet VVV	(9)	127.901	86.613	96.735
<b>Som der baten</b>		<b>1.066.588</b>	<b>874.113</b>	<b>932.433</b>
<b>Lasten</b>				
<b>Inkoopwaarde van de baten</b>				
Inkoopwaarde VVV	(10)	95.961	55.000	75.600
<b>Totale kosten</b>				
Lasten uit hoofde van personeelsbeloningen	(11)	504.585	499.000	516.156
Afschrijvingen	(12)	10.330	6.613	10.027
Kantoorkosten	(13)	87.096	95.288	78.981
Projecten	(14)	127.482	-	30.998
Evenementen kalender & Social Media	(15)	4.588	4.280	5.693
Communicatie & PR	(16)	41.599	31.000	68.790
VVV inspiratiecentrum	(17)	96.529	87.963	109.618
Online marketing	(18)	34.780	24.570	13.437
Leisure activiteiten	(19)	45.336	31.500	24.042
Mice & Sales	(20)	34.514	37.900	18.533
		<b>986.839</b>	<b>818.114</b>	<b>876.275</b>
<b>Saldo voor financiële baten en lasten</b>		<b>-16.212</b>	<b>999</b>	<b>-19.442</b>
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten	(21)	3.382	-	1
Rentelasten en soortgelijke lasten	(22)	-1.797	-999	-1.937
		<b>1.585</b>	<b>-999</b>	<b>-1.936</b>
<b>Saldo</b>		<b>-14.627</b>	<b>-</b>	<b>-21.378</b>
Vennootschapsbelasting	(23)	-4.880	-	3.969
<b>Saldo</b>		<b>-19.507</b>	<b>-</b>	<b>-17.409</b>

# Resultaatbestemming

	Realisatie 2023	Begroting 2023	Realisatie 2022
	€	€	€
<b>Resultaatbestemming</b>			
Bestemmingsreserve Inrichting VVV Inspiratiecentrum	-6.306	-	-4.816
Overige reserves	-13.201	-	-12.593
	<u>-19.507</u>	<u>-</u>	<u>-17.409</u>

# 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](mailto:administratie@noordwijk.info)

[www.noordwijk.info](http://www.noordwijk.info)

Opmaak en controle jaarrekening: Abin accountants

