

Programma Heilzame Badplaats Noordwijk 2026–2029

Naar aanleiding van de budgetaanvraag voor het programma Heilzame Badplaats voor de periode 2027–2029 zijn schriftelijke vragen gesteld over de opbrengsten tot nu toe en over de wijze waarop maatschappelijke en economische effecten worden gemonitord.

Bij de beantwoording is het belangrijk onderscheid te maken tussen wat al is gerealiseerd, wat in 2026 is gestart of voorbereid en wat in de periode 2027–2029 verder moet worden uitgewerkt. Het programma bevindt zich nog in een ontwikkelfase. Dat betekent dat er al concrete stappen zijn gezet, maar dat harde maatschappelijke en economische effecten nog beperkt meetbaar zijn.

Vraag 1

Welke concrete opbrengsten heeft het programma Heilzame Badplaats tot nu toe opgeleverd voor inwoners, ondernemers en de gemeentelijke financiën?

1 Algemene opbrengst: van erkenning naar uitvoeringsbasis

Noordwijk beschikt sinds 2020 over het officiële predicaat Heilzame Zeebadplaats. Dit predicaat vormt een onderscheidende basis voor de verdere ontwikkeling van Noordwijk als gezonde, vitale kustgemeente. In de periode 2022–2024 is met het eerste uitvoeringsprogramma gewerkt aan bewustwording, samenwerking, positionering en de eerste zichtbare initiatieven.

De belangrijkste opbrengst van deze eerste fase is dat er een inhoudelijke basis is gelegd: zee, strand, duinen, klimaat, rust, ruimte en natuurlijke leefomgeving zijn sterker verbonden aan gezondheid, welzijn, preventie en leefstijl. Daarmee is een profiel ontstaan dat aansluit bij maatschappelijke ontwikkelingen zoals mentale gezondheid, gezond ouder worden, buiten bewegen, preventie, bewust reizen en betekenisvol toerisme.

Tegelijkertijd laat de evaluatie zien dat deze basis nog onvoldoende was vertaald naar structurele uitvoering. De belangrijkste les was dat het programma een duidelijk aanspreekpunt, vaste projectstructuur en meetbare uitvoeringsagenda nodig had. Die aanbeveling is inmiddels opgepakt in het nieuwe actieplan.

2 Resultaten voor inwoners

2.1 Aanstelling programmamanager als vast aanspreekpunt

Een directe opbrengst van de evaluatie is de werving van een programmamanager Heilzame Badplaats per januari 2026. Daarmee is een belangrijk knelpunt uit de evaluatie opgelost: het ontbreken van een duidelijk aanspreekpunt en centrale regie.

De programmamanager fungeert als vast aanspreekpunt voor inwoners, ondernemers, maatschappelijke organisaties, kennispartners en gemeentelijke afdelingen. De functie zorgt voor samenhang tussen beleid, uitvoering en communicatie, bewaakt de voortgang van projecten en ondersteunt de samenwerking tussen gemeente, Noordwijk Marketing, ondernemers en partners.

Voor inwoners betekent dit dat initiatieven rond gezondheid, natuur, welzijn en bewegen beter worden verbonden en dat activiteiten zichtbaarder en toegankelijker kunnen worden aangeboden.

2.2 Pilot Heilzame duinwandelingen: Duin Safari en Noordzee Expeditie

Een concreet voorbeeld van zichtbare uitvoering is de lancering van de pilot Heilzame duinwandelingen, bestaande uit onder meer de Duin Safari en de Noordzee Expeditie. Deze zijn inmiddels open voor inschrijving via noordwijk.info.

De pilot vindt plaats in juli en augustus 2026. Inwoners krijgen tijdens deze pilot 50% korting, zodat zij laagdrempelig kunnen deelnemen. De wandelingen laten inwoners en bezoekers ervaren hoe zee, strand, duinen, natuur, beweging en buitenlucht bijdragen aan ontspanning, gezondheid en bewustwording. De wandelingen worden ook onder de aandacht gebracht via Welzijn Noordwijk, zodat het aanbod ook terechtkomt bij inwoners voor wie deelname aan dit soort activiteiten minder vanzelfsprekend is.

Bij succes wordt de pilot uitgerold naar het seizoen 2027. Daarbij wordt ook gekeken naar een Duitstalige versie, zodat het aanbod ook beter aansluit op de Duitse bezoekersmarkt. In 2026 zijn wel al twee Duitstalige wandelingen voorzien.

De opbrengst hiervan is drieledig:

- Inwoners krijgen laagdrempelig toegang tot gezond en educatief buitenaanbod;
- Bezoekers krijgen een concreet product dat het verhaal van de Heilzame Badplaats beleefbaar maakt;
- Ondernemers en gidsen krijgen een basis waarop aanvullend aanbod kan worden ontwikkeld.

2.3 Extra ondersteuning Noordwijkse Dag van het Strand

Ook de extra ondersteuning van de Noordwijkse Dag van het Strand op 16 mei 2026 is een concrete opbrengst. Dit bestaande, door vrijwilligers gedragen evenement sluit goed aan bij de doelen van de Heilzame Badplaats: bewustwording rond de kust, educatie over zee en strand, natuurbeleving en betrokkenheid van inwoners.

De ondersteuning is gericht op professionalisering en grotere bekendheid van het evenement. Daarmee werd niet alleen een bestaand initiatief versterkt, maar wordt ook de inzet van vrijwilligersorganisaties beter verbonden aan het bredere programma Heilzame Badplaats.

Dit past bij de keuze om niet alleen nieuwe projecten te starten, maar ook bestaande lokale initiatieven te versterken wanneer zij bijdragen aan een gezonde, schone en beleefbare kust. Het evenement is positief geëvalueerd. Op basis van de opbrengsten en verbeterpunten wordt toegewerkt naar een volgende editie.

2.4 Onderzoek Kuuroordloket / Blue Health-informatiepunt bij de VVV

In 2026 is gestart met het onderzoek naar de ontwikkeling van een Kuuroordloket / Blue Health-informatiepunt bij het bestaande VVV-punt in Noordwijk aan Zee. Het VVV-kantoor helpt inwoners en bezoekers bij het vinden van activiteiten, routes, arrangementen en informatie. In het VVV-kantoor is de Heilzame Badplaats inmiddels zichtbaar met passend productaanbod. In de toekomst willen we dit nog uitbreiden met advies rond natuur, welzijn en ontspanning aan zee.

Het onderzoek richt zich op de vraag hoe het bestaande VVV-punt kan worden benut als herkenbare plek waar het verhaal van de Heilzame Badplaats samenkomt. Daarbij gaat het niet om een volledig nieuwe voorziening, maar om het slimmer benutten en doorontwikkelen van bestaande infrastructuur.

De concrete realisatie volgt later in 2027, afhankelijk van de uitkomsten van het onderzoek en de verdere uitwerking.

2.5 Gezond aan zee-pas voor inwoners

Daarnaast wordt onderzocht of een 'Gezond aan Zee-pas' voor inwoners kan worden ontwikkeld. Het doel van deze pas is om inwoners te stimuleren vaker gebruik te maken van het bestaande aanbod op het gebied van gezondheid, ontspanning, beweging, cultuur en ontmoeting.

De pas biedt op termijn mogelijk korting of andere voordelen bij deelnemende ondernemers, maatschappelijke organisaties en verenigingen. Hierbij kan worden gedacht aan wandelingen, workshops, sportactiviteiten, wellness, cultuur en andere initiatieven die bijdragen aan een gezonde leefstijl en het benutten van de natuurlijke kwaliteiten van Noordwijk.

Bij de uitwerking is nadrukkelijk aandacht voor toegankelijkheid. Het programma moet niet alleen aantrekkelijk zijn voor bezoekers of koopkrachtige doelgroepen, maar juist ook voor inwoners die minder vanzelfsprekend deelnemen aan gezondheids- of ontspanningsactiviteiten.

De inwonerspaspas bevindt zich momenteel nog in de onderzoeks- en verkenningfase. Daarbij wordt gekeken naar de uitvoerbaarheid, de samenwerking met ondernemers, de financiële haalbaarheid en de wijze waarop de pas zo laagdrempelig mogelijk kan worden ingezet.

Om de periode tot een eventuele invoering te overbruggen, wordt vanaf het najaar gestart met een structurele inwonerscommunicatie onder de werktitel Gezond aan Zee. Via lokale media en online kanalen worden bestaande activiteiten, wandelingen, evenementen en inwonersacties gebundeld. Hiermee wordt inwoners nu al beter zichtbaar gemaakt welk aanbod beschikbaar is en kunnen tegelijkertijd ervaringen worden opgedaan met inwonersvoordelen in samenwerking met lokale ondernemers.

3 Resultaten voor ondernemers

3.1 Sterkere positionering van Noordwijk als onderscheidende kustbestemming

Noordwijk beschikt met de Heilzame Badplaats over een onderscheidend profiel. Het programma verbindt toerisme, gezondheid, natuur, verblijf, horeca, wellness, cultuur en buitenactiviteiten in één samenhangend verhaal.

Dat profiel is economisch relevant omdat het aansluit bij bezoekers die zoeken naar rust, natuur, kwaliteit, gezondheid, ontspanning en betekenisvolle ervaringen. Een groeiende doelgroep. Daarmee kan het programma bijdragen aan seizoensverlenging, hogere bestedingen en kwalitatieve groei. In de huidige economische context en groeiende concurrentie op de binnenlandse en Duitse markt is het sterk aan te bevelen hierop te blijven inzetten.

De meerwaarde zit niet alleen in nieuwe producten, maar ook in de manier waarop bestaand aanbod beter wordt gepositioneerd: hotels, horeca, wellness, gidsen, sportaanbieders, culturele organisaties en retail kunnen hun aanbod verbinden aan het verhaal van gezond en bewust verblijven aan zee.

3.2 Blue Health Breaks als productontwikkeling voor verblijfstoerisme

Een belangrijk economisch spoor binnen het uitvoeringsprogramma is de ontwikkeling van Blue Health Breaks. Dit zijn meerdaagse verblijfsarrangementen waarin de kracht van de Noordwijkse kust wordt gecombineerd met activiteiten op het gebied van natuurbeleving, ontspanning, beweging, gezonde voeding, wellness en leefstijl.

Kenmerkend voor deze arrangementen is dat zij niet door één ondernemer worden aangeboden, maar juist ontstaan uit samenwerking tussen verschillende lokale partijen. Hotels, bungalowparken en andere logiesaanbieders worden gekoppeld aan wellnesaanbieders, gidsen, leefstijlcoaches, horeca, sportaanbieders en culturele organisaties. Hierdoor ontstaan nieuwe gezamenlijke producten die aansluiten bij de groeiende vraag naar betekenisvolle en gezonde verblijven.

Deze samenwerking levert meerdere voordelen op. Ondernemers versterken elkaar door gezamenlijk arrangementen te ontwikkelen, bezoekers verblijven langer in Noordwijk en besteden op meerdere locaties. Daarnaast draagt het aanbod bij aan seizoensverlenging doordat de arrangementen juist buiten de traditionele zomermaanden aantrekkelijk zijn.

Noordwijk Marketing heeft hiervoor inmiddels de eerste contacten gelegd met Nederlandse en Duitse touroperators. Daarnaast wordt gewerkt aan een inventarisatie van deelnemende ondernemers en de verdere ontwikkeling van de eerste boekbare arrangementen, zodat deze de komende periode gezamenlijk in de markt kunnen worden gezet.

3.3 Indirecte opbrengsten via campagnes en content

Naast directe productontwikkeling zijn er ook indirecte opbrengsten zichtbaar in de marketing en positionering van Noordwijk. Noordwijk Marketing heeft het concept van de Heilzame Badplaats al verwerkt in campagnes, content en publicaties die Noordwijk positioneren als plek om te herbronnen, tot rust te komen en gezond te genieten.

Voorbeelden hiervan zijn:

- **MOMENT** – Herbronnen in Noordwijk, het magazine waarin het verhaal van rust, natuur, gezonde leefstijl, lokale ondernemers en Noordwijk als Heilzame Badplaats concreet is vertaald naar verhalen, routes, tips en inspiratie voor inwoners en bezoekers.
- De wellbeing campagne ‘Herbronnen in Noordwijk – Even helemaal hier’, met videocontent en online verspreiding.
- De inzet richting de Duitse markt, waaronder de NBTC Slowlands-campagne, Komoot-content, Duitse content en zichtbaarheid via media en influencers.
- De ontwikkeling van Duitstalige content rond MOMENT en de positionering van Noordwijk als bestemming voor rust, natuur, bewust reizen en wellbeing.

Deze campagnes zijn van belang omdat zij laten zien dat het verhaal van de Heilzame Badplaats niet alleen beleidsmatig bestaat, maar ook al bruikbaar is in de marktcommunicatie. Daarmee is een eerste basis in de communicatie richting bezoekers en inwoners gelegd voor de verdere productontwikkeling in 2027–2029.

3.4 Versterking samenwerking met ondernemers en partners

De nieuwe structuur met stuurgroep, expertgroep, programmamanager en thematische werkgroepen zorgt ervoor dat ondernemersorganisaties, Noordwijk Marketing, welzijn, gezondheidszorg, kennispartners en gemeente beter worden verbonden.

Voor ondernemers betekent dit dat zij eerder worden betrokken bij productontwikkeling, campagnes en arrangementen. Ook ontstaat een duidelijker loket voor ideeën, vragen en deelname aan pilots.

De betrokkenheid van KHN, NOV, Noordwijk Marketing en andere partners is essentieel om het programma niet alleen als gemeentelijk beleidsprogramma, maar als gezamenlijke gebiedsontwikkeling vorm te geven.

4 Resultaten voor de gemeentelijke financiën

Voor de gemeentelijke financiën zijn op dit moment nog geen directe opbrengsten aantoonbaar die één-op-één aan het programma kunnen worden toegerekend, zoals extra toeristenbelasting of andere extra inkomsten. De verwachte financiële meerwaarde zit vooral in indirecte effecten, zoals seizoensverlenging, versterking van het toeristisch profiel, meer bestedingen bij ondernemers en mogelijke cofinanciering. Deze effecten worden zichtbaar naarmate projecten en arrangementen verder worden uitgevoerd en worden dan meegenomen in de monitoring van de komende programmaperiode.

Vraag 2

Voor het programma Heilzame Badplaats wordt in totaal € 1,05 miljoen beschikbaar gesteld voor de periode 2027–2029. Welke indicatoren en meetmethoden worden gehanteerd om de maatschappelijke en economische effecten van het programma Heilzame Badplaats te monitoren, en welke resultaten zijn daarover tot nu toe gerapporteerd?

1 Monitoring wordt ingericht op drie niveaus

Voor de periode 2027–2029 wordt de monitoring ingericht op drie niveaus:

- Uitvoeringsmonitoring: wat is gerealiseerd, binnen welke planning en met welk budget?
- Maatschappelijke monitoring: wat levert het op voor inwoners, gezondheid, bewustwording, toegankelijkheid, deelname en leefomgeving?
- Economische monitoring: wat levert het op voor ondernemers, bezoekers, verblijf, seizoensverlenging, campagnes, arrangementen en gemeentelijke inkomsten?

2 Indicatoren voor uitvoering en voortgang

Voor de uitvoering worden de volgende indicatoren gehanteerd:

- Aantal gerealiseerde projecten per programmalijn
- Voortgang per project ten opzichte van planning
- Budget versus realisatie
- Aandeel cofinanciering
- Aantal betrokken partners
- Aantal deelnemende ondernemers
- Aantal bijeenkomsten van stuurgroep, expertgroep en werkgroepen
- Aantal concrete producten, arrangementen, activiteiten of voorzieningen dat is ontwikkeld
- Mate waarin projecten zichtbaar zijn via noordwijk.info, VVV, campagnes, openbare ruimte en evenementen

De programmamanager rapporteert hierover periodiek aan de stuurgroep. Twee keer per jaar wordt een compacte voortgangsrapportage aan de raad opgesteld, waarin zowel inhoudelijke als financiële voortgang wordt opgenomen.

2.1 Indicatoren voor maatschappelijke effecten

Voor maatschappelijke effecten worden de volgende indicatoren voorgesteld:

- Deelname en bereik inwoners
 - Aantal inwoners dat deelneemt aan activiteiten, wandelingen, workshops en evenementen
 - Gebruik van inwonerskorting bij de pilot Heilzame duinwandelingen
 - Deelname aan de Noordwijkse Dag van het Strand
 - Bereik van inwonerscommunicatie
 - Gebruik van (een mogelijke) 'Gezond aan zee-pas'
 - Aantal inwoners dat gebruikmaakt van informatie via VVV / Kuuroordloket
 - Deelname van scholen aan natuur- en zeelessen
- Toegankelijkheid en inclusie
 - Deelname van kwetsbare groepen aan activiteiten
 - Aantal aanbieders dat korting of speciale uren aanbiedt via een inwonerspas
 - Samenwerking met welzijnsorganisaties, sport, cultuur en gezondheidszorg
 - Bereik van activiteiten onder inwoners die normaal minder snel deelnemen aan ontspannings- of gezondheidsaanbod

- Waardering en ervaren effect
 - Tevredenheid van deelnemers
 - Ervaren bijdrage aan ontspanning, beweging, ontmoeting en bewustwording
 - Bekendheid van Noordwijk als Heilzame Badplaats onder inwoners
 - Mate waarin inwoners het aanbod herkennen als onderdeel van gezond leven aan zee

Meetmethoden

Deze effecten worden gemeten via:

- Deelnemersregistratie
- Boekingsdata via noordwijk.info van wandelingen en eventueel ander aanbod
- Korte enquêtes na activiteiten
- Evaluaties met partners
- Communicatie- en campagnecijfers
- Terugkoppeling vanuit welzijn, sport, cultuur en maatschappelijke partners.

2.2 Indicatoren voor economische effecten

Voor economische effecten worden de volgende indicatoren voorgesteld:

- Ondernemersdeelname en productontwikkeling
 - Aantal ondernemers dat deelneemt aan Blue Health Breaks
 - Aantal ontwikkelde boekbare arrangementen
 - Aantal ondernemers dat deelneemt aan campagnes
 - Aantal ondernemers dat voordeel of aanbod koppelt aan een inwonerspas
 - Aantal samenwerkingen tussen hotels, horeca, wellness, gidsen, sportaanbieders en culturele partijen
- Boeking, aanvragen en conversie
 - Aantal boekingen van Heilzame duinwandelingen
 - Aantal aanvragen of boekingen van Blue Health Breaks
 - Aantal doorkliks vanaf noordwijk.info naar ondernemers
 - Aantal downloads van MOMENT magazine
 - Aantal contacten via touroperators, Travel Trade Day, ITB of andere marktbeperkingsactiviteiten
- Campagnebereik en marktpositionering
 - Bereik en interactie van campagnes
 - Websitebezoek op relevante pagina's
 - Socialmediabereik
 - Videoweergaven
 - Nieuwsbriefresultaten
 - Pers- en influencerbereik
 - Zichtbaarheid in Duitse en Belgische markten
 - Resultaten van campagnes zoals Slowlands en Herbronnen

Hierbij geldt dat financiële effecten niet altijd één-op-één aan het programma kunnen worden toegerekend. Daarom wordt gewerkt met een combinatie van directe projectdata, toeristische trenddata en kwalitatieve partnerinformatie.

3 Tot nu toe gerapporteerde resultaten

3.1 Nieuwe uitvoeringsstructuur ingericht

Inmiddels zijn de belangrijkste organisatorische randvoorwaarden ingevuld:

- Stuurgroep gestart
- Expertgroep gestart
- Programmamanager per mei 2026 gestart
- Thematische werkgroepen in voorbereiding
- Actieplan 2026–2029 opgesteld
- Koppeling gelegd met ondernemers, welzijn, gezondheid, kennispartners

3.2 Concrete projecten in 2026 gestart of in voorbereiding

In 2026 zijn onder meer de volgende projecten gestart of in voorbereiding:

- Heilzame Badplaats-campagne
- Inwonerscommunicatie rond gezond leven aan zee
- Pilot Heilzame duinwandelingen: Duin Safari en Noordzee Expeditie
- Ondersteuning Noordwijkse Dag van het Strand
- Onderzoek Kuuroordloket / Blue Health-informatiepunt bij de VVV
- Onderzoek 'Gezond aan zee-pas' / inwonerspas
- Blue Health Breaks
- Contentcampagne rond ontspanning, natuur en gezondheid aan zee
- Verkenning Thalasso-faciliteiten
- Voorbereiding projecten in de openbare ruimte: herinrichting Thalasso punt