

College van B&W
Gemeente Noordwijk
Voorstraat 42
2201 HW NOORDWIJK

Noordwijk, 12 september 2024

Betreft: Toekomst Noordwijk Marketing

Geacht College,

Op dinsdag 10 september hebben wij met elkaar gesproken over de financiële situatie en vooruitzichten van Noordwijk Marketing. Om te voorkomen dat er enig misverstand bestaat over onze boodschap, bevestigen wij ons standpunt in deze brief.

Standpunt Noordwijk Marketing

Gelet op de voorgenomen bezuinigingen vanaf 2026 met het beëindigen van projectsubsidies en korting op de basissubsidie vanaf 2027 kan Noordwijk Marketing de gegeven opdracht, zoals geformuleerd in het strategisch plan 2023-2026, niet langer meer naar behoren uitvoeren. Zonder de nodige aanpassingen aan deze opdracht zal Noordwijk Marketing uiterlijk op 1 januari 2026 moeten stoppen met het uitvoeren van deze opdracht. Het is aan de politiek om een nieuwe opdracht te formuleren op het gebied van citymarketing.

Uiteraard helpen we de gemeente graag bij het formuleren van deze nieuwe opdracht.

We lichten ons standpunt in deze brief verder toe.

Huidige situatie

De huidige Stichting Destinatie Noordwijk en Noordwijkerhout (verder: Noordwijk Marketing) bestaat sinds 1 juni 2019. De opdracht en de strategische taken zijn destijds vastgesteld en gevalideerd door gemeente en structurele partners NOV en HKN. In de afgelopen jaren is de organisatie doorontwikkeld naar een stabiele, professionele organisatie, met een team van specialisten en twee VVV kantoren.

Noordwijk Marketing heeft van de stakeholders vijf strategische opgaven gekregen:

- Noordwijk Marketing als merkbureau
- Noordwijk Marketing als marketingdeskundige
- Noordwijk Marketing als 24/7 informatiemakelaar
- Noordwijk Marketing als inspiratiebron
- Noordwijk Marketing als kennis en development partner

In 2022 heeft Noordwijk Marketing samen met alle stakeholders gewerkt aan een ambitieus meerjarenplan voor de periode 2023 – 2026. Vervolgens bleek dat voor de uitvoering van dat plan onvoldoende middelen beschikbaar werden gesteld door de gemeente. Eind 2022 hebben we daarover overleg gehad en werd besloten tot een splitsing in een basissubsidie en projectsubsidies. De toegekende projectsubsidies waren

in de afgelopen periode steeds lager dan wat Noordwijk Marketing aanvroeg, de indexatie van de basissubsidie hield geen gelijke tred met de inflatie.

	2023	2024	2025
Basissubsidie	618.272	634.348	650.841
Aangevraagde projectsubsidie*	174.500	214.005	135.000
Toegekende* projectsubsidie	153.478	112.600	Nog niet bekend

* Inclusief middelen uit horeca-retail visie en cultuur

Dit betekende in de afgelopen periode dat Noordwijk Marketing steeds moest korten op marketinguitgaven om de vaste uitgaven te kunnen voldoen. Dat leidde in enkele jaren ook tot een verlaging van de toch al beperkte reserves van Noordwijk Marketing. Een reden voor onze accountant om bij de bespreking van het jaarverslag 2023 vraagtekens te plaatsen bij de continuïteit van Noordwijk Marketing.

Nieuwe realiteit

De gemeente Noordwijk krijgt het in de komende jaren op financieel gebied een stuk zwaarder. Reden voor de gemeente om in de Perspectiefnota diverse bezuinigingen voor te leggen aan de gemeenteraad. Hierover zal de gemeenteraad in september een besluit nemen.

Wethouder Ter Hark heeft deze voorgenomen bezuinigingen eerder toegelicht in een gesprek op donderdag 11 juli 2024. Het komt er voor Noordwijk Marketing op neer dat wij met ingang van 2026 niet meer in aanmerking komen voor projectsubsidies en dat vanaf 2027 de basissubsidie naar verwachting € 50.000 lager zal worden.

Uiteraard is het aan de politiek om een keuze te maken aan welke instanties en activiteiten zij haar subsidiegelden toekent. Vanzelfsprekend vinden wij het een slechte keuze om op de activiteiten van Noordwijk Marketing te bezuinigen, gelet op het belang van het toerisme voor Noordwijk en haar inwoners en de bijdrage die het toerisme levert aan inkomsten uit toeristenbelasting en parkeergelden.

De realiteit is dat er gelet op de financiële vooruitzichten flinke wijzigingen nodig zijn voor Noordwijk Marketing. Wij zien geen mogelijkheid om hier en daar op uitgaven te bezuinigen. De nieuwe realiteit vraagt om een fundamentele keuze welke activiteiten bij een organisatie als Noordwijk Marketing komen te liggen en hoeveel middelen daarvoor beschikbaar zijn. Die fundamentele keuze is vooral een politieke keuze.

Gelet op de huidige financiële situatie en de vooruitzichten komen wij als Raad van Toezicht van Noordwijk Marketing helaas tot de conclusie dat we met ingang van 1 januari 2026 stoppen met Noordwijk Marketing in de huidige organisatie en met de huidige taken. Wij achten het financieel onverantwoord om de huidige activiteiten van Noordwijk Marketing na die datum voort te zetten.

Vervolg

Het is aan de politiek om een afweging te maken welke taken zij bij een destinatie marketing organisatie wil neerleggen na 1 januari 2026.

Vanzelfsprekend zijn we bereid om met u van gedachten te wisselen over het nut en noodzaak van de diverse activiteiten die Noordwijk Marketing nu uitvoert, om inzicht te geven wat activiteiten kosten en wat ervoor nodig is om ze goed uit te voeren. In het



overleg van afgelopen dinsdag hebben we met elkaar afgesproken dat er op korte termijn overleg hierover plaatsvindt tussen de gemeente en Noordwijk Marketing. En als de gemeente duidelijk heeft gemaakt welke activiteiten zij door een dergelijke organisatie wil laten uitvoeren, dan zijn we uiteraard bereid om te kijken of Noordwijk Marketing in een andere samenstelling een doorstart kan maken en de gekozen taken op zich kan nemen. Dat zal ook onze inzet zijn in de komende besprekingen. We hopen dan ook dat we ruim voor 1 januari 2026 kunnen besluiten dat er een nieuwe mooie toekomst voor Noordwijk Marketing ligt.

Wij gaan ervan uit dat we hiermee ons standpunt duidelijk hebben toegelicht. We sturen een afschrift van deze brief naar KHN en NOV.

Met vriendelijke groet,
Namens de Raad van Toezicht van Noordwijk Marketing

Ron van Kesteren, voorzitter RvT

