











Bureau Toerisme Laag Holland

Recreatieve en toeristische marketing, promotie & advies

Jaarverslag 2023

laag holland





Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Online promotie	5
Offline promotie	8
Free Publicity	9
Overige (PR) projecten	11
Samenwerkingen	14
Netwerk	15
Initiatieven en evenementen	16

Beste stakeholder van Bureau Toerisme Laag Holland,

Met veel plezier deel ik met u de resultaten van 2023.

Anno maart 2024, het moment van schrijven van dit stuk, bevestigt het meest recente rapport 'Internationaal bezoek in beeld 2023' dat het inkomende bezoek weer terug is op niveau van voor de pandemie. De komende jaren blijven uitdagend door de hoge prognoses van binnen- en buitenlandse bezoekers en een inwonersaantal dat blijft doorgroeien. Hiermee neemt de druk op ruimte en de balans tussen bewoners en bezoekers toe.

In Laag Holland, als onderdeel van de Metropool Regio Amsterdam (MRA), voelen wij deze druk ook. Meer dan ooit wordt er nagedacht en geschreven aan visies en uitvoeringsprogramma's, waarbij zoveel mogelijk gebruiksgroepen en beleidsvelden geïntegreerd worden. Als stichting merken wij dat wij hierbij steeds vaker als adviseur en sparringpartner worden betrokken. Iets wat onze rol, als organisatie in transitie, onderschrijft.
Wij zijn blij dat ons advies ter harte wordt genomen en hiermee een impact kunnen maken op en voor de regio.

Het afgelopen jaar hebben wij hard gewerkt aan de online zichtbaarheid. Onze medewerkers werken dagelijks met veel passie aan de content voor onze on- en offline kanalen. Dit vraagt veel inzicht en een groot netwerk. Concreet houdt dit in dat wij ons inzetten om een zo breed mogelijke weerspiegeling van het regionale aanbod te tonen op zowel de website als Instagram, Facebook, nieuwsbrieven en de invulling van het eigen magazine 'Dagje uit in Laag Holland'.

In samenwerking met diverse partners hebben wij in 2023 vele acties opgezet. Zo zijn wij met bus vervoerder EBS tot een mooie samenwerking gekomen. Reizigers ontvangen bij de aankoop van een regionaal ticket, de inspirerende regiofolder van Laag Holland. Een waardevolle manier om bezoekers over de regio te verspreiden. Zo hebben wij ook, samen met vrijwilligers van de VVV, de eerste VVV 'On tour' campagne uitgerold. Door bezoekers van de Kaasmarkt in Edam te informeren en hen te verleiden hun route te vervolgen naar overige delen in de regio.

Samen met Marketing Zaanstreek ontwikkelde wij ter inspiratie voor ondernemers en overheden een succesvolle regiosafari met betrekking tot streekproducten, met als uitkomst een mooie publiekscampagne in de maanden september en oktober. Ook met amsterdam&partners werkten wij veelvuldig samen. Naast het aanleveren van relevante tips over de regio, hebben wij zowel pers als professionals het mooie 'Old Holland' laten zien. Hier zijn inspirerende publicaties over de regio over verschenen.

Daarnaast vervullen wij ook een uitvoerende rol voor diverse aanverwante partijen in de regio. Zo ontwikkelde we divers foldermateriaal en hebben wij mooie PR acties mogen ontwikkelen voor onder andere Recreatie Noord-Holland en diverse gemeenten. Van de toeristische aftrap in Oostzaan tot een fiets-vaarexcursie in Landsmeer, de Laag Hollandse Makersmarkt in Purmerend en promotie voor de Kunstmaand in Edam-Volendam. Altijd met oog voor gebiedsontwikkeling en passend aan de regio.

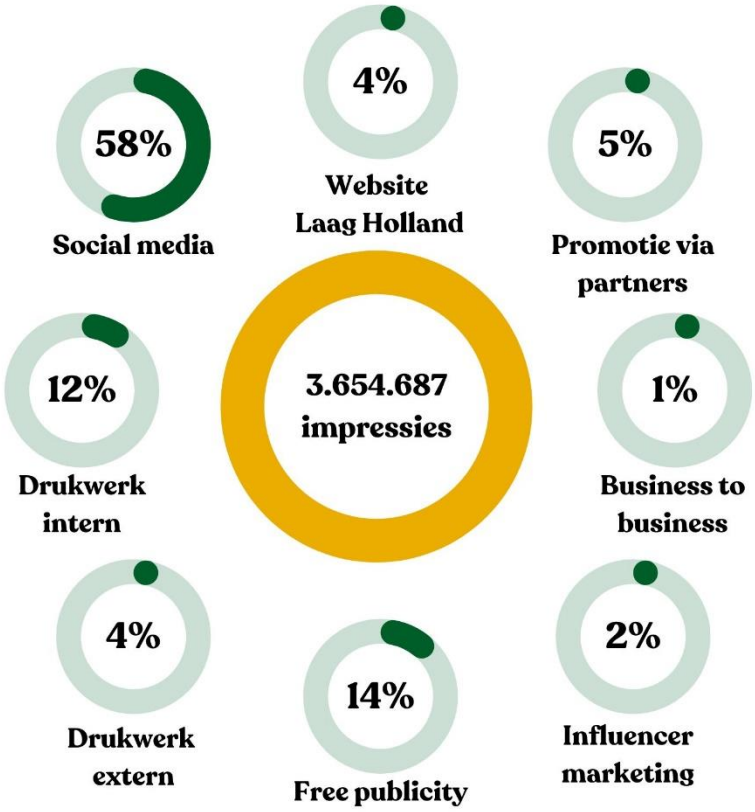
Netwerken doen wij veelvuldig om kennis op te doen en uit te wisselen. Zowel op landelijk, provinciaal en lokaal niveau. Met de kennis en inzichten adviseren wij overheden en recreatieve en toeristische ondernemers middels onze netwerkbijeenkomst Café Laag Holland en B2B nieuwsbrieven.

In 2023 hebben wij als team en organisatie een mooie groei doorgemaakt. Wij sterven ernaar om in 2024 stappen te kunnen zetten op het gebied van gastheerschap op locatie, en het verder bouwen aan een duurzame bestemming Laag Holland. Dank voor de fijne samenwerking in 2023 en graag tot ziens in onze mooie regio.

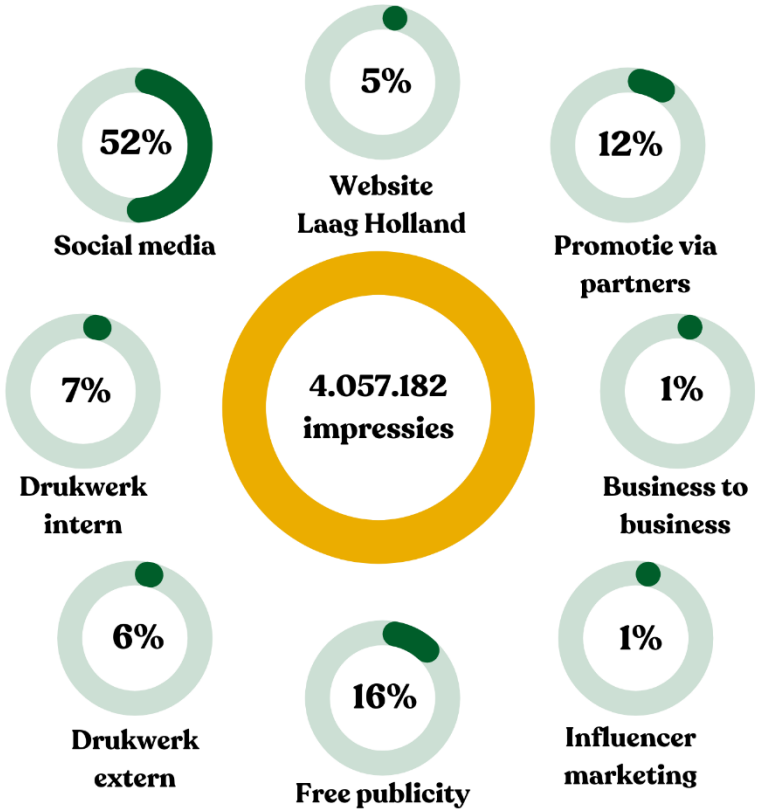
Met gastvrije groet,

Shirley Benoit
Directeur – Bestuurder

2022


58%
Social media
4%
Website
Laag Holland
5%
Promotie via
partners
12%
Drukwerk
intern
3.654.687
impressies
1%
Business to
business
4%
Drukwerk
extern
14%
Free publicity
2%
Influencer
marketing

2023

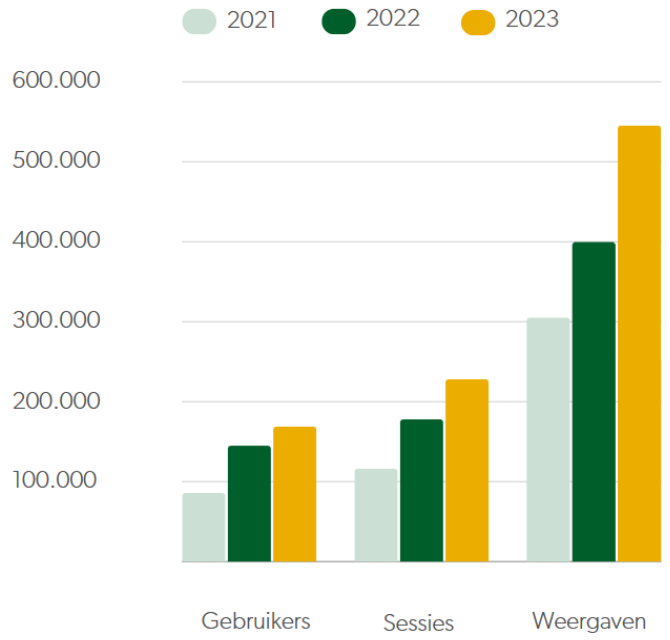

52%
Social media
5%
Website
Laag Holland
12%
Promotie via
partners
7%
Drukwerk
intern
4.057.182
impressies
1%
Business to
business
6%
Drukwerk
extern
16%
Free publicity
1%
Influencer
marketing

Online promotie | Website

De website en database van Laag Holland vormen het centrale platform voor de Destinatie Management Organisatie (DMO) Laag Holland. Zij fungeren als basis voor alle communicatie-uitingen van de DMO en dragen bij aan de promotie van de regio Laag Holland als aantrekkelijke toeristische bestemming.

Kernpunten

- Identiteit en DNA
  De website reflecteert de unieke identiteit van Laag Holland, waardoor bezoekers een duidelijk beeld krijgen van de sfeer en kenmerken van de regio.
- Compleet aanbod
  Laagholland.com biedt een uitgebreid overzicht van alle recreatieve en toeristische activiteiten in de regio. Hierbij kan gedacht worden aan fiets- en wandelroutes, bezienswaardigheden, evenementen, horecagelegenheden en overnachtingsmogelijkheden.
- Doelgroepgericht
  De website is gericht op zowel regiobewoners en nationale bezoekers. We streven ernaar om de informatie ook o.a. het Engels beschikbaar te maken voor de internationale bezoekers.
- Informatievoorziening
  Laagholland.com fungeert als een informatiehub voor alle toeristische aspecten van de regio. Bezoekers kunnen hier terecht voor informatie over bezienswaardigheden, routes, evenementen, restaurants, hotels en meer.
- Uitgebreide UITagenda
  De website bevat een gedetailleerde agenda met alle evenementen die in de regio plaatsvinden.



Gebruikers

In 2023 zagen we met 168.842 gebruikers een voortzetting van de groei in websiteverkeer. De meeste gebruikers (56%) kwamen uit de provincie Noord-Holland. Gebruikers komen voornamelijk uit Amsterdam (17%), Purmerend (11%) en Rotterdam (9%). De piek van het verkeer op de website zien we in de zomermaanden (juli, augustus en september) en ligt in lijn met de seizoensgebondenheid van de branche.

Verkeersbronnen

De verdeling van het websiteverkeer over de verschillende bronnen laat zien dat organische zoekopdrachten via zoekmachines de primaire bron van bezoekers is voor laagholland.com. Deze bron genereerde ruim 53% van alle website bezoekers in 2023. Dit succes kan worden toegeschreven aan de goede vindbaarheid van de website in zoekmachines.

Social Media is met 20% een tweede belangrijke bron voor laagholland.com. De inspanningen, zoals het delen van interessante content en het promoten van evenementen, werpen duidelijk hun vruchten af.

Het overige websiteverkeer kan worden onderverdeeld in rechtstreeks/direct (16%), referral (6%) en overige (5%).

Routes

In 2023 is de website geoptimaliseerd met een doorontwikkeling op de geavanceerde routemodule. Deze doorontwikkeling maakt het mogelijk om routes te verrijken met audio- en videofragmenten, waardoor de beleving voor de gebruiker wordt verhoogd. Bovendien wordt informatie over de route nu getoond in een pop-up scherm, waardoor de bezoeker op één pagina alle benodigde informatie bij de hand heeft.

Populaire pagina's

Laagholland.com biedt een schat aan informatie voor bezoekers die Laag Holland willen verkennen. Vijf thema's trokken bijzonder veel aandacht:

- UITagenda
  Deze pagina is een dynamisch overzicht voor evenementen en activiteiten in de regio. De gebruiksvriendelijke interface maakt het eenvoudig om te zoeken op datum, locatie en type evenement.
- Fietsen & Wandelen
  De fiets- en wandelpagina's bieden een uitgebreide verzameling routes voor alle niveaus. De routes zijn voorzien van beschrijvingen, kaarten, evenals tips voor onderweg.
- Streekproducten
  Op deze pagina vinden bezoekers informatie over lokale streekproducten, verkooppunten, markten en restaurants waar ze lokale lekkernijen kunnen kopen en proeven. Het aanbod is divers en van hoge kwaliteit.
- Eten & drinken
  Laag Holland heeft een gevarieerd aanbod restaurants, cafés en eetgelegenheden. Deze biedt een handig overzicht van de eetgelegenheden in de regio.
- Overnachten
  Op deze pagina vinden bezoekers een uitgebreide zoekfunctie om hun accommodatie te vinden.



Online promotie | Social Media

Social Media

Het bureau is actief op diverse Social Media kanalen, waaronder Facebook, Instagram en YouTube. Met een gevarieerde contentstrategie bedient de organisatie verschillende doelgroepen en bereiken we een breed publiek. Het doel van onze kanalen is het informeren en inspireren van (regio)bewoners en nationale bezoekers, het aangaan van interactie en het verleiden tot actie.

Volgers	2021	2022	2023
Facebook	19.413	19.686	20.048
Instagram	3.597	4.306	4.600

Bereik	2021	2022	2023
Facebook	1.490.004	1.861.725	1.802.195
Instagram	413.541	290.316	313.349
Youtube	1.392	3.491	1.567
	1.906.958	**2.157.554**	**2.117.111**

Online promotie | Overige

Influencersmarketing

Het bureau heeft in 2023 meerde individuele en groepsreizen georganiseerd en gefaciliteerd. Deze reizen zijn tot stand gekomen in samenwerking met partners en worden grotendeels gesponsord vanuit recreatieve en toeristische ondernemers in de regio. Het doel van deze influencersmarketing is de promotie van de regio Laag Holland en versterking van de samenwerking met partners en ondernemers in de regio.

Influencers en pers die Laag Holland in 2023 hebben bezocht zijn onder andere:

- amsterdam&partners | Amsterdam bezoeken, Holland zien | Perstrip 'Bloemen rondom Amsterdam'
- amsterdam&partners | Experttrip
- HoneyGuide | Campagne Interbestuurlijk Programma Vitaal Platteland
- Westphil Wandelt | Campagne Interbestuurlijk Programma Vitaal Platteland

FAM-trip

Op verzoek van de gemeente Edam-Volendam organiseerde het bureau een FAM-trip waarbij touroperator Tauck tijdens een dagvullend programma kennis maakte met de regio ter inspiratie op toekomstige groepsreizen met een lokale invulling.

Nieuwsbrieven

De consumenten nieuwsbrief van Laag Holland is een effectief instrument om de regio te promoten bij geïnteresseerden. De nieuwsbrief, die maandelijks verschijnt, biedt een mix van inspirerende content, routes en evenementen. De nieuwsbrief wordt maandelijks verstuurd naar 3.699 abonnees en heeft een openingsrate van gemiddeld 46%.

Offline promotie

Herdruk Folderlijn (intern)

In 2022 introduceerde Laag Holland een nieuwe folderlijn. In totaal 13 handzame folders in de huisstijl van Laag Holland, voorzien van een overzichtelijke kaart, tips en achtergrondinformatie over de plaats, gemeente en/of regio. Door de grote populariteit van het foldermateriaal onder bezoekers, kregen de folders van De Beemster, Volendam en Waterland in 2023 een herdruk.

Toeristische kaart (intern)

De groene toeristische kaart is wellicht wel de meest populaire kaart van de regio. Tienduizenden exemplaren weten onze bezoekers jaarlijks te bereiken. In 2022 gaven wij een nieuwe uitgave van deze kaart uit in het Nederlands en Engels. Door de grote populariteit van deze kaart, kreeg de Engelse versie in 2023 een herdruk.

Magazine 'Dagje uit in Laag Holland' (intern)

In 2023 bracht Bureau Toerisme Laag Holland wederom het magazine 'Dagje uit in Laag Holland' uit. Dit magazine staat boordevol tips met betrekking tot recreëren in eigen regio. Het magazine wordt 3x per jaar huis-aan-huis verspreid op 95.000 adressen in de regio. Daarnaast wordt het magazine uitgegeven bij bibliotheken, poppodia, gemeentehuizen en diverse VVV-vestigingen.

Folderdistributie (intern)

Ieder jaar verzorgt Bureau Toerisme Laag Holland distributieweken, waarbij ondernemers drukwerk op kunnen halen bij het hoofdkantoor. Dit jaar was voor het ophalen van drukwerk animo vanuit circa 100 recreatieve- en toeristische ondernemers, maar ook de lokale VVV's.

Route.nl Jaarboek (extern)

Dit boek bevat de leukste fiets- en wandelroutes door Nederland, België en Duitsland, reisbestemmingen en inspirerende tips voor onder andere hotels en restaurants. Bureau Toerisme Laag Holland heeft in deze editie een spread afgenomen. Dit boek is online en in diverse winkels door heel Nederland te koop.

Margriet 'Er op uit gids' (extern)

De Margriet 'Er op uit gids' is een inspiratiebron op het gebied van uitstapjes, voorstellingen, evenementen, reistips en meer. Bureau Toerisme Laag Holland heeft in deze editie één pagina afgenomen ter promotie van de regio.

Amsterdam Area Guide (extern)

De Amsterdam Area Guide is een gids voor de gehele metropoolregio Amsterdam met highlights van de zes themagebieden van het project 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien'. Laag Holland wordt hierin gepubliceerd onder de noemer 'Old Holland'.




regiomarketing regiozaken 44

Op 'inspiratiesafari' met Bureau Toerisme Laag Holland

Een inspiratiesafari naar de makerscultuur van de regio

Om de rijke makerscultuur in de regio Zaanstreek-Waterland en de kansen die dit biedt voor het toerisme onder de aandacht te brengen organiseerde Bureau Toerisme Laag Holland samen met Zaanstreek Marketing and real een bijzondere 'inspiratiesafari'. Beleidsmedewerkers van gemeenten en ondernemers werden bij Brouwerij Hoop in Zaandijk ontvangen met een aantal verhelderende presentaties waarna ze in drie groepen de regio in trokken om de 'makersbeleving' zelf te ervaren. Doel was, naast het inspireren, tevens om de concrete mogelijkheden en ontwikkelkansen voor de regio te verkennen. Samenwerking tussen verschillende partijen is daarin een groot belang.

Dick Schaap vertelt bij Brouwerij Hoop.

19


Beleef de smaakvolle wereld van Laag Holland

REGIO – De regio Laag Holland staat bol van streekproducten. Al jarenlang worden hier met trots de lekkerste streekproducten geproduceerd – die in sommige gevallen – zelfs wereldbekend zijn. Niet alleen grote producenten van streekproducten, maar ook de kleinschalige producenten zijn hier in overvloed aanwezig en bieden producten van uitstekende kwaliteit. Trek er de aankomende periode op uit en beleef het allemaal zelf!

ONTDEK DE BOERDERIJWINKELTJES EN -STALLETJES

Verspreid door Laag Holland vind je talrijke boerderijwinkeltjes en stalletjes gevuld met de lekkerste producten uit de regio. Iedere dag zorgen de lokale makers ervoor dat de winkeltjes en stalletjes weer gevuld zijn met verse producten. Met veel liefde en passie toveren de boeren hun melk op ambachtelijke wijze om tot de lekkerste zuivelproducten, zoals verse (vruchten)yoghurt, schoolmelk, smaakvol kaas.

Niet alleen zuivel, maar ook de lekkerste groente en fruit komen uit Laag Holland. Op de wekelijkse kleigrond van De Beemster groeit en bloeit het zomerlijk volop. Van spruitjes en aardappels tot appels en peren, het wordt deze periode allemaal voor van het land gehaald. Ontdek de boerderijwinkeltjes en stalletjes nu al! Iemand en groef de regio!

Streekproducten beleven

Deze periode kun je de streekproducten ook op en top beleven. Meerdere locaties in Purmerend en De Beemster openen tijdens de 'Week van de Duurzaamheid' van 7 tot en met 14 oktober zomerlijk hun deuren voor bezoek. Bezoek op 7 oktober bijvoorbeeld Boerengaard Groenewoud en zie hoe deze boerengaard op een duurzame en natuurvriendelijke manier wordt ondernomen.

Ook de Beemsterngaard opent op 14 oktober haar deuren. Al deze een ontdekking verrijken je te graag alles over de huis. Zin om zelf actief bezig te zijn? Kom dan van 8 t/m 10 oktober naar de Beemster Wereld huis en pluk je eigen biologisch bij volle oogst.

ZATERDAG 14 OKTOBER IS DE AFSLUITING MET HET 'SMAAK VAN WATERLAND FESTIVAL'

Tijdens de 'Week van de Duurzaamheid' openen ook diverse ondernemers in Zaanstreek-Waterland hun deuren voor bezoekers. Zo kan je bij Boerderij Soetwarenik een unieke kijkje achter de schermen en kom je bij Kaasmakerij de Dikkertgaard meer te weten over deze kaasmaken. Zaterdag 14 oktober wordt de week afgesloten met het 'Smaak van Waterland Festival' in de Middelhal. Kom je ook gezellig langs?

Meer streekproducten beleven? Ga dan naar laag holland.com/streekproducten noord holland


SLAG OP DE ZUIDERZEE
Monnickendam
8 t/m 10 juli

VISSERIJDAGEN BRUINISSE
Bruinisse
13 t/m 15 juli

MUZIEK OP DE BINNENHEIZE
Den Bosch
15 juli, 22 juli, 29 juli, 19 augustus, 26 augustus, 2 september

MONNICKENDAMMER VISDAGEN
Monnickendam
29 juli, 5, 12 en 19 augustus

- AUGUSTUS -

VISSERFEESTEN BRESKENS
Breskens
4 t/m 6 augustus

Free Publicity

In 2023 zijn diverse projecten, initiatieven en evenementen van Bureau Toerisme Laag Holland kosteloos meegenomen in regionale en lokale on- en offline media uitingen. Onderstaande publicaties zijn een greep uit het geheel.

Noord-Hollands Dagblad

Het Noord-Hollands Dagblad heeft in het kader van de streekproducten campagne een uitgebreid interview met directeur Shirley Benoit gepubliceerd.

Motorboot Magazine

Motorboot is hét informatieportal voor liefhebbers van gemotoriseerde watersport. In juni 2023 is de regio Laag Holland veelvuldig meegenomen in de watersport agenda van hun glossy magazine.

Wijkkranten Purmerend

De wijkkranten worden zeven keer per jaar huis-aan-huis bezorgd in de diverse wijken van Purmerend. Bureau Toerisme Laag Holland levert gedurende het jaar meermaals evenementen aan voor publicatie in de kranten.

Regiozaken Waterland

Regiozaken Waterland is hét magazine voor de zakelijke markt in de regio Waterland. Initiatieven, inspanningen en samenwerkingen van Bureau Toerisme Laag Holland zijn in 2023 in vijf edities meegenomen.

In Eigen Land

Het 'In eigen land' magazine inspireert mensen met reistips in eigen land. In de rapportage '60x in, op en aan het water' zijn diverse activiteiten in Laag Holland beschreven.



3. Zeil over de Zuiderzee

Toen tjalk De Zuiderzee werd gebouwd bestond het IJsselmeer nog niet. Vanuit de haven van Monnickendam vaart de oude dame nog altijd uit voor (mee)zeiltochten met tussenstops in Volendam, Marken of Edam, samen met andere historische zeilschepen van de Bruine Vloot, **zuiderzeezeiltochten.nl**

Foto: Zuiderzee teamactie







4. Raap oesters op Texel

Waar raap je de beste oesters, hoe maak je ze open en welke verschillen proef je tussen Fines de Claires, Zeeuwse platte, Gillardeau en waddenoesters? Martin Zeeman, beter bekend als de Tesselse Oesterman, weet het allemaal. Tijdens een anderhalf uur durende oestertocht laat hij zien dat de oesters, kokkels en alikruiken op Texel voor het oprapen liggen, **detesselseoesterman.nl**



5. WANDEL DOOR DE AMSTERDAMSE WATERLEIDINGDUINEN

Voor de inwoners van onze hoofdstad zijn de Amsterdamse Waterleidingduinen onmisbaar. Hier wordt jaarlijks negentig miljoen kubieke meter Rijnwater de duinen ingepompt, waar het gedurende drie maanden door het duinzand wordt gezuiverd. Dit gebeurt op natuurlijke wijze, waarbij de bacteriën in de grond de vuile deeltjes uit het water opeten. In het laagstgelegen deel van het duin eindigt het water in een grote verzamelvijver. Geen wonder dat we zuinig zijn op dit natuurgebied, gewaardeerd door wandelaars, roodborsttapuiten, ijsvogels, zandhagedissen, vossen en de grootste damhertenpopulatie van Nederland. Wil je weten waar al deze dieren zich verstoppen? Maak dan een wandeling met een natuurgids, **awd.waternet.nl/beleef/activiteiten**



6. VAAR MEE MET EEN VAARBOER

Vaarboer Martin Koeman en gids Jan Heitlager verzorgen weidevogelexcursies met de Koeman Express, een platbodem die ook gebruikt wordt om Brandrode koeien, schapen en geiten naar de eilandjes in het Oostzanerveld te vervoeren. De dieren staan telkens twee tot drie weken op één van de eilandjes, waar naast grassen ook veenbessen groeien. Staatsbosbeheer werkt nauw samen met de laatste vaarboeren, want zonder hun hulp zou het natuurbeheer een stuk lastiger zijn, **facebook.com/theetuindevaarboerderij**

Overige (PR) projecten

Campagne | Interbestuurlijk Programma Vitaal Platteland

Het afgelopen jaar heeft Bureau Toerisme Laag Holland de marketing en promotie gedaan voor de zeven, in 2022 door het bureau ontwikkelde, fiets- en wandelroutes van het Interbestuurlijk Programma Vitaal Platteland (IBP-VP). Voor deze campagne is een zoekmachine geoptimaliseerde landingspagina ontwikkeld waarop de zeven routes en overige informatie met betrekking tot het project een mooie plek hebben gekregen.

Naast het ontwikkelen van de landingspagina zijn er diverse on- en offline middelen ingezet om de routes zowel individueel als gezamenlijk onder de aandacht te brengen bij het grote publiek. Zo zijn de routes meerdere keren meegenomen op de Facebook- en Instagrampagina, in de nieuwsbrief en in het huis-aan-huis magazine 'Dagje uit in Laag Holland'. Tevens zijn er Facebookadvertenties ingezet om de routes individueel onder de aandacht te brengen bij regiobewoners.

Daarnaast heeft Bureau Toerisme Laag Holland een licentie afgenomen bij het online routeplatform 'Fietsnetwerk', waar de fietsroutes van het IBP-VP project een mooie plek hebben gekregen. Tot slot zijn er twee influencers ingezet om de wandelroute 'Wormer- en Jisperveld; een weidevogelparadijs' en de fietsroute 'Toekomstbestendige boeren in Amsterdam Noord' extra onder de aandacht te brengen.

Storytelling Twiske-Waterland

Bureau Toerisme Laag Holland heeft in opdracht van Recreatieschap Twiske-Waterland vier longreads ontwikkeld met de thema's: 'Een bloeiende handel tussen stad en platteland', 'Waterland; een landschap ontwikkelt door mens en natuur', 'Leven met het water' en 'Natuur in Waterland'. Gezamenlijk vertellen deze vier longreads over het verleden en heden van Recreatieschap Twiske-Waterland en brengen deze het recreatieve aanbod rondom deze vier thema's in beeld.

Deze longreads kunnen door Recreatieschap Twiske-Waterland worden ingezet als verrijking van bestaande routes, maar ook de communicatieafdelingen kunnen zich hierdoor laten inspireren.

Routeverrijking Wandelnetwerk Noord-Holland

Bureau Toerisme Laag Holland heeft in opdracht van Recreatieschap Twiske-Waterland vijf wandelroutes van Wandelnetwerk Noord-Holland verrijkt door middel van tekst en beeld. Om de routes te verrijken is deskresearch uitgevoerd en zijn meerdere interviews gehouden met experts.

Op basis van deze informatie zijn voor iedere route negen tot dertien vertelpunten geschreven. Uiteindelijk heeft Recreatieschap Twiske-Waterland het aangeleverde materiaal verwerkt tot vijf wandelrouteboekjes.

TOP De Rijp

In opdracht van Recreatie Noord-Holland heeft Bureau Toerisme Laag Holland ondersteuning geboden bij de herontwikkeling van TOP De Rijp. Hiervoor heeft Bureau Toerisme Laag Holland het recreatieve en toeristische aanbod gecontroleerd, informatieve teksten geschreven en beeldmateriaal aangeleverd.

Fiets-vaarexcursie Landsmeer

Bureau Toerisme Laag Holland organiseerde in samenwerking met Gemeente Landsmeer, Landschap Noord-Holland, Doortrappen, Natuurboerderij Hardebol, Stichting SamenMeer en Boerderijwinkel De Marsen een fiets-vaar excursie door Landsmeer en het Ilperveld ter promotie van de recreatieve mogelijkheden in het Ilperveld. Naast de organisatie van de excursie was Bureau Toerisme Laag Holland deels verantwoordelijk voor de promotie.

Contentcreatie en Social Media | Twiske-Waterland

Sinds een aantal jaar verzorgt Bureau Toerisme Laag Holland de content op de Facebook- en Instagrampagina van Recreatieschap Twiske-Waterland. De Social Media berichten die door Bureau Toerisme Laag Holland worden geplaatst zijn gericht op tips voor recreatie in de recreatiegebieden. Denk hierbij aan doorverwijzingen naar routes, bijzondere wetenswaardigheden ten aanzien van bijvoorbeeld flora & fauna en mooi beeldmateriaal. Recreatie Noord-Holland verzorgt zelf berichten rondom beheer en onderhoud.

Streekproductensafari en -campagne

In mei 2023 heeft Bureau Toerisme Laag Holland in samenwerking met Stichting Marketing Zaanstreek, in opdracht van de Zaanstreek-Waterland gemeenten, een regiosafari georganiseerd rondom het thema ‘Streekproducten Beleving’. Het doel van deze dag was om het belang van streekproducten op een inspirerende wijze onder de aandacht te brengen. Uiteindelijk gingen maar liefst vijftig betrokkenen vanuit de overheid en ondernemers mee op regiosafari en lieten zij zich inspireren door gepassioneerde producenten van streekproducten uit de regio.

Als vervolg van de streekproductensafari hebben Bureau Toerisme Laag Holland en Stichting Marketing Zaanstreek van half september tot en met eind oktober een streekproductencampagne uitgevoerd. Gedurende deze periode werd op de social media en website van Bureau Toerisme Laag Holland volop aandacht besteed aan de activiteiten en evenementen rondom streekproducten in de regio.

Laag Holland Adventskalender

In december stond de 'Laag Holland Adventskalender' weer centraal. Gedurende 24 dagen werden bewoners en bezoekers uitgenodigd om mee te dingen naar mooie prijzen. De prijzen in deze adventskalender zijn gesponsord door recreatieve en toeristische ondernemers in Laag Holland en vertegenwoordigde in totaal een bedrag van ruim €1.500,-. Een mooie campagne om zowel aandacht te genereren voor het recreatieve en toeristische aanbod in de regio als het generen van nieuwsbrief abonnees.







Dierenspeurtocht en lichtjesroute Binnenstad Purmerend

Het afgelopen jaar heeft Bureau Toerisme Laag Holland in opdracht van Gemeente Purmerend twee themaspeurtochten ontwikkeld voor de binnenstad. Voor beide speurtochten heeft Bureau Toerisme Laag Holland een route uitgestippeld bestaande uit een omschrijving, plattegrond en diverse vragen. De speurtochten werden ontwikkeld voor gezinnen met kinderen t/m 12 jaar. Voor ieder ingeleverd formulier ontvingen de deelnemers, afhankelijk van de speurtocht, een bolletje ijs of warme chocolademelk.

Naast de ontwikkeling van de speurtochten was Bureau Toerisme Laag Holland verantwoordelijk voor de promotie. Ter promotie zijn beide speurtochten toegevoegd aan de UITagenda op laagholland.com en purmerend.nl en meegenomen op de Facebook- en Instagrampagina van Bureau Toerisme Laag Holland. Daarnaast is voor de lichtjesroute ook een langlopende Facebookadvertentie ingezet om de speurtocht extra onder de aandacht te brengen bij de regiobewoners.

Laag Hollandse Makersmarkt

Purmerend staat van oudsher bekend als marktstad, dé plek om waren uit de regio te verkopen. Met het oog op duurzaamheid wordt het verkorten van de ketens tussen makers en gebruikers steeds belangrijker. Na een succesvolle, eerste editie van de Laag Hollandse Makersmarkt in december 2022 kreeg Bureau Toerisme Laag Holland afgelopen jaar de opdracht om de markt maar liefst vier keer te organiseren.

De vier edities van de Laag Hollandse Makersmarkt werden georganiseerd in april, juli, september en december en stonden volledig in het thema van de seizoenen. Naast circa 20 producenten en makers, werd er ook gezorgd voor bijpassend entertainment rondom het seizoen. Naast de organisatie van de markten was Bureau Toerisme Laag Holland ook verantwoordelijk voor de promotie.

Overige contentcreatie en promotie

Bureau Toerisme Laag Holland verzorgde voor meerdere evenementen een deel van de contentcreatie en promotie. In 2023 onder andere voor Kunstmaand Edam-Volendam en Noord-Hollandpad.







Samenwerkingen

Bureau Toerisme Laag Holland werkt samen met een aantal verschillende partners op het gebied van recreatieve- en toeristische promotie, positionering en bestemmings-ontwikkeling.

amsterdam&partners

De regio Laag Holland maakt deel uit van de metropoolcampagne 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien'. Deze campagne is bedoeld om internationale bezoekers in Amsterdam te verleiden om de omliggende gebieden te bezoeken. In samenwerking met amsterdam&partners en in opdracht van de MRA-gemeenten, wordt Laag Holland als deelgebied 'Old Holland' gepositioneerd. Bureau Toerisme Laag Holland levert content over de regio en ontwikkeld op diverse momenten in het jaar experts- en perstrips.

Marketing Zaanstreek

Wij onderhouden veelvuldig contact met de collega's van Marketing Zaanstreek omdat wij gezamenlijk werken voor de regio Zaanstreek-Waterland. Deze zeven gemeenten in deze regio werken op ambtelijk en bestuurlijk gebied veelvuldig samen. Vanuit deze hoedanigheid bekijken wij als CMO en DMO waar samenwerking en versterking mogelijk is. In 2023 resulteerde dit concreet uit het uitrollen van een streekproductencampagne.

NBTC

NBTC staat voor de ontwikkeling, branding en marketing van de bestemming Nederland. Vanuit deze hoedanigheid organiseert NBTC veel bijeenkomsten, waarbij regionale bureaus inspiratie en kennis op kunnen doen en kunnen toepassen op regionaal en lokaal niveau. Zo werken wij samen aan bestemming Nederland. In 2023 is BTLH onder andere aangehaakt op de onderwerpen: druk & draagkracht op de bestemming, streekproductenbeleving en bestemmingsontwikkeling.

Destinatie Nederland

Destinatie Nederland (onderdeel van VVV Nederland) is hét landelijk netwerk van destinatie- en citymarketing organisaties. De organisatie helpt CMO's en DMO's aan relevante informatie, netwerk en sessies op het gebied van een duurzame bezoekerseconomie en is tevens belangenbehartiger met actieve lobby op provinciaal en landelijk niveau.

Cultuurplatform Edam-Volendam

Het Cultuurplatform Edam-Volendam beoogt kunst en cultuur in de gemeente te ontwikkelen, te versterken en het aanbod ervan te promoten. Het cultuurplatform maakt gebruik van de database van Laag Holland voor de invulling van hun cultuuragenda. Zij stimuleren organisatoren en culturele instellingen om hun evenementen aan te melden middels het aanmeldformulier op Laagholland.com.

Honeyguide

Honeyguide stimuleert toerisme met een positieve impact door plekken weg van de massa onder de aandacht te brengen en duurzaam reizen in Nederland te stimuleren. Laag Holland heeft een bestemmingspagina op de website van HeyHoneyguide, waar de parels van de regio onder de aandacht worden gebracht.

Daarnaast onderhouden wij contact en nemen wij promotiemogelijkheden af bij andere externe partners. Dit gaat onder andere om het promoten van fiets- en wandelroutes via bijvoorbeeld **Route.nl, Fietsnetwerk.nl en IZI.travel**.



Netwerk

Het netwerk rondom Bureau Toerisme Laag Holland is groot. Het bureau gebruikt diverse middelen om haar stakeholders te informeren en inspireren én ambassadeurs voor de regio te creëren.

Nieuwsbrieven

Om stakeholders en partners te informeren over wat het bureau onderneemt en organiseert, wordt er gebruik gemaakt van een business-to-business nieuwsbrief. Deze nieuwsbrief heeft 719 abonnees en de gemiddelde openingsrate was in 2023 47%.

LinkedIn

Een ander middel dat het bureau gebruikt om stakeholders en partners te informeren is LinkedIn. De bedrijfspagina heeft eind 2023 600 abonnees en de berichten hebben 36.000 weergaven gegenereerd.

Café Laag Holland

Om stakeholders in de regio te informeren en netwerken te bevorderen, organiseren wij tweemaal per jaar Café Laag Holland. In 2023 deden wij dit voor het eerst in de vorm van een ontbijtsessie. De aftrap van het toeristische seizoen werd georganiseerd bij Poldercafé De Breek in Etersheim en de najaarseditie bij de Botterwerf in Volendam.

Netwerkbijeenkomsten en inspiratiesessies

In 2023 heeft het bureau ook netwerkbijeenkomsten en inspiratiesessies georganiseerd voor diverse partners. Dit waren onder andere:

- Areaal | In oktober 2023 was Areaal Advies te gast in Gemeente Purmerend. Wij organiseerde in opdracht van de gemeente een inspiratietour over duurzame bezoekerseconomie.
- Toeristische aftrap Oostzaan | In april organiseerde wij in opdracht van gemeente Oostzaan de toeristische aftrap van 2023. Tijdens een (inter)actieve tour door gemeente hebben ondernemers kennis kunnen maken met het aanbod dat aanwezig is.

Netwerk- en sparringpartner

Bureau Toerisme Laag Holland neemt plaats in diverse overlegstructuren om haar kennis en kunde te delen ten behoeve van de regio en fungeert als sparringpartner voor diverse visies en ontwikkelingsplannen. Onder andere:

Nationaal

- Kennisontwikkeling & hotspot overleg – NBTC
- Kennisontwikkeling & branche organisatie – Destinatie Nederland
- Landelijke Data Alliantie – LDA
- LF routes

Provinciaal of bovenregionaal

- Amsterdam Bezoeken, Holland Zien – amsterdam&partners
- Provinciale Commissie – DMO directeuren Noord-Holland
- Kwartaaloverleg – Hollandse Waterlinies, Alkmaar Marketing & Marketing Zaanstreek

Regionaal

- Voorzitterschap Sectortafel Hospitality – Zaanstreek-Waterland
- Ambtelijk overleg Zaanstreek-Waterland
- Voorzitter fusiegroep Marketing Laag Holland
- Initiatiefnemer regionaal VVV overleg

Lokaal

- Programma binnenstad/Gouden Cirkel – Gemeente Purmerend
- Cultuurvisie – Gemeente Purmerend
- Werkgroep lid – Visie Recreatie & Toerisme – Gemeente Purmerend
- Verborgen Verhalen – Gemeente Edam-Volendam







Initiatieven en evenementen

Wij blijven continue op zoek naar mogelijkheden om de regio via offline kanalen onder de aandacht te brengen bij diverse doelgroepen. Wij proberen ons dan zoveel mogelijk aan te sluiten bij diverse initiatieven en evenementen in de regio. In 2023 hebben wij de regio middels de volgende initiatieven en evenementen onder de aandacht gebracht:

- In diverse bibliotheken in de regio heeft Bureau Toerisme Laag Holland inspiratietafels ingericht met foldermateriaal van Laag Holland.
- Reizigers van EBS ontvangen bij aankoop van een regionaal ticket de inspirerende regiofolder van Laag Holland.
- Tijdens de Laag Hollandse Makersmarkt wordt het foldermateriaal op diverse manieren verspreid.
- VVV 'On Tour' | Kaasmarkt Edam

VVV 'On tour'

Het afgelopen jaar hebben wij een try-out gedaan in het kader van VVV 'On Tour'. Gedurende de zomermaanden opende wij, in samenwerking met VVV Edam, een mobiele VVV locatie op de kaasmarkten in Edam. Deze wekelijkse toeristenmarkt trekt duizenden (inter)nationale bezoekers per editie. Ter plekke hebben wij bezoekers geïnformeerd en geïnspireerd, met als doel hen te verleiden voor een langer bezoek aan Edam en de regio. En met succes! De try-out is goed ontvangen en van meerdere ondernemers in Edam (o.a. Fort bij Edam) hebben wij positieve feedback mogen ontvangen.