



Bureau Toerisme Laag Holland

Destinatie Management Organisatie van Laag Holland

Meerjarenstrategie 2026-2030

laag
holland



Missie, Visie & Strategie	3
DNA & Merkverhaal	4
Wij zijn Laag Holland	5
Meerwaarde van de sector	6
Doelgroepen	7
Kennis & Data	8
Informatievoorziening & Gastheerschap	9
Marketing & Promotie	11
Product- & Bestemmingsontwikkeling	12
Stakeholders & Partners	13

‘Stichting Bureau Toerisme Laag Holland is in 2010 opgericht als promotieorganisatie voor de regio binnen het (voormalig) Nationaal Landschap Laag Holland. Inmiddels heeft de organisatie zich ontwikkeld tot de Destinatie Management Organisatie (DMO) van de regio.’

Missie

Als Destinatie Management Organisatie zet Stichting Bureau Toerisme Laag Holland (BTLH) zich – zonder winstoogmerk – in om de recreatieve en toeristische sector in de regio Laag Holland te versterken.

Dit doen wij voor en samen met overheden en recreatieve- en toeristische partners. Vanuit onze rol verzorgen wij betrouwbare informatievoorziening voor bewoners en bezoekers. Daarnaast presenteren wij de regio als een herkenbare bestemming, waar wij samen met onze partners bouwen aan een duurzame bestemmings- ontwikkeling.

Visie

Stichting Bureau Toerisme Laag Holland streeft naar een toekomst waarbij de recreatieve- en toeristische sector van de regio gezond is en blijft.

Wij geloven erin dat recreatie en toerisme bijdragen aan grotere opgaven zoals; een aantrekkelijke leefomgeving, behoud van erfgoed en natuur en bovendien een waardevolle economische motor zijn. Een gezonde sector zorgt ervoor dat Laag Holland ook voor toekomstige generaties een waardevolle plek blijft om te wonen en te bezoeken.

Strategie

Om onze missie en visie te realiseren, richt Stichting Bureau Toerisme Laag Holland zich de komende jaren op vijf strategische pijlers:

Gastheerschap & Informatievoorziening

Samen met de VVV's zetten wij ons in voor de professionalisering van fysiek gastheerschap in de regio. Door bewoners en bezoekers gastvrij te ontvangen met betrouwbare informatie versterken we de bezoekersbeleving.

Marketing & Communicatie

Bewoners en bezoekers worden verleid met het recreatieve en toeristische aanbod van de regio. Hiermee zorgen we ervoor dat alle plekken in Laag Holland kunnen profiteren van de toegevoegde waarde van de sector.

Product- & Bestemmingsontwikkeling

Wij stimuleren de ontwikkeling van recreatieve en toeristische producten, plekken en evenementen die passen bij de identiteit en beoogde doelgroepen van Laag Holland.

Samenwerking & Partners

Wij bouwen verder aan ons waardevolle netwerk van overheden, organisaties en ondernemers. Waarbij kennisuitwisseling, samenwerking en ontwikkeling voorop staan.

Kennis & Data

Wij stimuleren het verzamelen en uitwisselen van relevante data, inzichten en trends met oog op een duurzame bestemmingsontwikkeling.

DNA Laag Holland & Merkverhaal

Laag Holland is het échte, tijdloze Holland: weidse polders, historische dorpen en een landschap vol rust en ruimte, op een steenworp van Amsterdam. Hier gaan natuur en cultuur hand in hand, van uitgestrekte groene weilanden tot levendige dorpen en steden met ambachtelijke makers. Authentiek, charmant en vol verhalen die het verleden en het heden met elkaar verbinden.

Echt en tijdloos Holland

Laag Holland is het herkenbare, traditionele Nederland. Een landelijke regio waar het beeld dat velen van "Holland" hebben meteen werkelijkheid wordt. In dit laaggelegen gebied lijkt de tijd soms stil te staan, maar wie goed kijkt, ziet een streek vol beweging en ontwikkeling. Vanuit een pure, nuchtere ondernemersgeest past Laag Holland zich al eeuwenlang aan de grillen van haar omgeving aan, met Amsterdam als directe buurman en het water als trouwe vriend én geduchte tegenstander.

Leven met het water

Onder zeeniveau gelegen, is Laag Holland gevormd door een eeuwenlange strijd tegen het water. Dijken, molens en gemalen houden het land droog en leefbaar, tot op de dag van vandaag.

Het verhaal van watermanagement is hier niet alleen een kwestie van nut en noodzaak, maar ook van vakmanschap, beleving, werelderfgoed en trots.

Eén met de natuur

De regio ademt weidsheid. Uitgestrekte polderlandschappen, droogmakerijen en glinsterende sloten vormen een decor waarin soms de skyline van Amsterdam opduikt. Het contrast tussen rust, ruimte en stedelijke nabijheid is uniek. De toegankelijke natuur, gecombineerd met talloze recreatiemogelijkheden, maakt Laag Holland geliefd bij bewoners én bezoekers.

Authentiek & charmant

De ziel van Laag Holland schuilt in haar dorpen en steden, doordrenkt van historie. Vele plaatsen danken hun karakter aan eeuwenoude visserij en voedseltradities. De verhalen van vroeger komen tot leven in musea, op culturele evenementen en in de makerscultuur. Hier proef, hoor en ervaar je het verleden – verweven met het heden.



Wij zijn Laag Holland

Wij zijn Laag Holland – een aantrekkelijke regio die we samen uitdragen, ontwikkelen en bewaken. Met én voor onze partners werken wij aan een duurzame bestemming. Dit netwerk koesteren en versterken wij, want samenwerken en verbinden is onze kracht.

Overheid

Sinds 2010 werken wij in opdracht van overheden aan een sterke regio. Een regionale eenduidige opdracht voor de gemeenten; Edam-Volendam, Landsmeer, Oostzaan, Purmerend en Waterland. Naast de opdracht die gericht is op informatievoorziening, marketing en communicatie zetten wij samen met beleidsmakers en bestuurders kansen op het gebied van bestemmingsontwikkeling en dataverzameling om in concrete projecten.

Ondernemers en organisaties

Wij zijn Laag Holland, samen met meer dan 100 ondernemers uit de regio. Sinds 2025 kunnen ondernemers zich actief bij het sterk groeiende netwerk van Laag Holland aansluiten. Dit partnerschap vormt de basis van een waardevol netwerk met betrokken ondernemers.

Het brengt ondernemers, naast het netwerk, diverse promotievoordelen. Deze vele stakeholders dragen hiermee bij aan het behoud van (fysiek) gastheerschap, online marketing en de algehele ontwikkeling van de regio

Samenwerkingsverbanden

(Integraal) verbinder

De regio kent diverse (integrale) samenwerkingsverbanden. Hier vertegenwoordigd de stichting de belangen van haar partners en sector. Wij brengen kennis, netwerken en bieden waar nodig uitvoeringscapaciteit om plannen om te zetten in actie.





Meerwaarde van de sector

*De verwachting is dat de druk vanuit recreatie en toerisme de aankomende jaren flink toeneemt. Het Nationaal Bureau Toerisme & Congressen (NBTC) voorspelt in de provinciale prognoses voor 2035 een stijging van 18% aan binnenlandse bezoekers en 47% aan buitenlandse bezoekers in de provincie Noord-Holland.**

**rapport voorjaar 2025*

Vanwege de groeiende druk op recreatie en toerisme, zowel nationaal als regionaal, faciliteren bestemmingen idealiter een doelgroep die past en bijdraagt aan de omgeving. Zo kan de meerwaarde van toerisme optimaal benut worden en bijdragen aan grotere opgaven. Bijvoorbeeld;

- Het in stand houden van voorzieningen die ook relevant zijn voor bewoners, zoals: winkels, horeca, musea, fiets- en wandelpaden
- Het in stand houden en verbeteren van natuur- en recreatiegebieden
- Het vergroten van openbaar vervoer verbindingen
- Het versterken van de werkgelegenheid
- Het in stand houden of herbestemmen van erfgoed
- Verhogen van de trots onder bewoners

Doelgroepen

Leefstijlvinder

Grote branchespelers hebben in de afgelopen jaren met behulp van overheden een doelgroep segmentatiemodel ontwikkeld 'Leefstijlvinder'. Deze methode helpt bestemmingen te kiezen voor een passende doelgroep.

Bureau Toerisme Laag Holland heeft binnen deze methodiek onderzoek gedaan en gekozen voor twee van de acht verschillende persona's/ doelgroepen. Het gaat hier om een keuze voor twee persona's die tevens ook in grote mate bewoners zijn van het gebied. Dit zal vanaf 2026 meer richting geven aan de marketing- en promotieactiviteiten en productontwikkeling.

Plezierzoeker

Plezierzoekers omschrijven zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Ze houden van leuke dingen ondernemen. Vrije tijd is voor de Plezierzoekers tijd om het hoofd leeg te maken: leuke dingen doen! Bijvoorbeeld door naar evenementen te gaan. Gezelligheid en plezier zijn het meest belangrijk. Spontane plannen, met een groep op pad, op plekken waar veel gebeurt. In vergelijking met andere groepen gaan Plezierzoekers vrij vaak op vakantie, zowel in Nederland als in het buitenland. Ze vinden het dan ook prettig om met een vriendengroep of het hele gezin te verblijven op een camping of vakantiepark met veel activiteiten en vermaak. Daarnaast kiezen ze vaak een bijzondere, gekke of verrassende plek. Als ze met hun partner op pad gaan, boeken ze graag een romantisch verblijf in een luxe hotel.

Plezierzoeker - Deze doelgroep past goed bij het aanbod in onze grotere dorpen en steden. Het winkelaanbod, het ruime horeca aanbod, de (groeps) activiteiten en de vele evenementen die georganiseerd worden. Daarnaast is het een interessante doelgroep voor de diverse (grotere) vakantieparken en (luxe) overnachtingslocaties die de regio kent.

Inzichtzoeker

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ook omschrijven zij zichzelf als evenwichtig en zakelijk. Rust en ruimte om zich heen vinden ze fijn. Vrije tijd is tijd die je bewust moet besteden. Museumbezoek en bezienswaardige gebouwen; daar liggen de interesses. Actief de natuur in kan ook: het liefst wandelend of fietsend. Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Zoals in een bekende hotelketen of in een bed & breakfast met goede recensies. Ze zijn dan ook best bereid iets meer te betalen.

Inzichtzoeker - Deze doelgroep sluit perfect aan bij het culturele en kleinschalige aanbod dat de regio in grote mate kent. Hun interesse in natuurbeleving wordt gevoed met het brede fiets- en wandelnetwerk, de waterrijke omgeving en de kleinschalige overnachtingslocaties. Daarnaast is het ook een economisch interessante doelgroep.

Kennis & Data

Kennis

Wij zijn Laag Holland – een aantrekkelijke regio die we samen uitdragen, ontwikkelen en bewaken. Daarom is het belangrijk om op de hoogte te zijn van branche ontwikkelingen en uitdagingen. Hiervoor onderhouden wij een groot (nationaal) netwerk.

Landelijk en provinciaal staan wij in nauw contact met het NBTC, Destinatie Nederland (VVV Nederland), Landelijke Data Alliantie, Provincie Noord-Holland, Metropool Regio Amsterdam, amsterdam&partners, Recreatie Noord-Holland en diverse andere contacten.

De opgedane kennis delen wij met onze ambtelijke en bestuurlijke contacten, onder partners van Laag Holland en tijdens de (integrale) sessies en bij lokale (toerisme) platformen.

Data

Dataverzameling vormt de basis voor effectief destiniatiemanagement. Het is voor de regio essentieel om inzicht te hebben in wie de bezoekers zijn, hoe zij zich gedragen, welke behoeften zij hebben en welke trends zich aftekenen.

Deze kennis maakt het mogelijk om keuzes en investeringen te onderbouwen, campagnes doelgericht in te zetten en ontwikkelingen tijdig te signaleren. Daarnaast stelt data ons in staat om de waarde van toerisme voor de regio zichtbaar te maken en draagvlak te creëren bij overheden, ondernemers en bewoners.

Door structureel data te verzamelen en te delen, kan Laag Holland niet alleen inspelen op de kansen van vandaag, maar ook anticiperen op de uitdagingen van morgen. Daarmee draagt dataverzameling direct bij aan een duurzame en toekomstbestendige ontwikkeling van de regio.

Met deze wetenschap zet de stichting zich in om beschikbare data (beschikbaar vanuit derden) met partners te delen en nieuwe dataverzameling aan te jagen. De stichting is (financieel) niet in de gelegenheid om zelf onderzoeken uit te (laten) voeren en fungeert in deze echt als aanjager en verbinder.



Informatievoorziening & Gastheerschap

Fysiek gastheerschap

De VVV-kantoren in de regio spelen een belangrijke rol in het fysieke gastheerschap. Jaarlijks ontvangen de diverse kantoren samen circa 35.000 tot 40.000 bezoekers (2025). Bezoekers komen met uiteenlopende vragen en worden op een gastvrije manier voorzien van de benodigde informatie. Het gaat zowel om lokale bewoners als bezoekers uit binnen- en buitenland.

Bureau Toerisme Laag Holland verzorgt grotendeels het foldermateriaal dat in de VVV-kantoren wordt verspreid en beheert de database die als basis dient voor de informatievoorziening.

In 2026 wordt de samenwerking tussen de verschillende VVV's verder geïntensiveerd, een proces dat reeds in 2025 is gestart. In 2027 leidt dit tot een fusie, waarbij de VVV-stichtingen direct onder Bureau Toerisme Laag Holland komen te vallen.

Het doel is om de informatievoorziening fysiek en online naadloos op elkaar te laten aansluiten en de VVV-vestigingen/gastvrije ontvangstpunten veilig te stellen voor de toekomst.



Online gastheerschap

Voor het online gastheerschap van de regio investeren wij in een sterke overkoepelende website: laagholland.com. Deze website is informierend en inspirerend en biedt circa 200.000 websitebezoekers per jaar (2025) informatie over een bezoek aan de regio.

In het verlengde van de beoogde fusie, zijn de VVV-websites onderdeel van deze website en ieder via een eigen URL te bezoeken. Op deze 'lokale' omgeving is onverdeelde aandacht per gemeente, maar altijd met een link naar de regionale doelstelling: het verleiden en spreiden van bezoekers om meer van de regio te bezoeken.

De snelheid waarmee digitale ontwikkelingen elkaar opvolgen zijn een grote uitdaging. Daarom werken wij met een professionele website- en database partner, kennis organisaties en Destinatie Nederland (VVV branche organisatie) om up-to-date te blijven en tijdig op ontwikkelingen in te kunnen spelen.

Grote pijlers voor de aankomende periode zijn; monitoren van AI-ontwikkelingen en contentontwikkeling toespitst op de interesses en behoeften van doelgroepen, geënt op de input van de Leefstijlvinder.



Marketing & Promotie

Offline

Marketing & Promotie bestaat uit een mix van middelen. Waarbij offline media nog steeds als een zeer betrouwbaar middel wordt gezien.

Om in deze behoefte te voorzien geven wij een uitgebreide folderlijn uit. Deze wordt verspreidt bij VW's en partners in de regio.

Daarnaast willen wij meerdere keren per jaar met relevante en inspirerende informatie richting de regiobewoners komen. Hiervoor geven wij een eigen magazine uit.

Extra promotiekansen benutten wij door samenwerkingen met pers en externe partijen zoals amsterdam&partners. Waarbij regelmatig content wordt gedeeld.

In de aankomende jaren houden wij nauwlettend in de gaten wat offline media gebruik doet. Hierbij zullen wij per jaar afwegen waar de budgetten het beste op kunnen worden ingezet.

Online

Online marketing is één van de snelst groeiende en veranderende factoren binnen onze taakstelling.

Daarom hebben wij in de afgelopen jaren flink geïnvesteerd in de infrastructuur van o.a. de website, maar ook de verbinding met diverse social media platformen. Naast de website, boordevol inspiratieblogs, video's en prachtige foto's, krijgen ook de social media accounts veel aandacht.

Het redactieteam werkt aan inspirerende content om de doelgroepen aan te spreken en te verleiden de regio te bezoeken.

Naast de eigen kanalen zoeken wij ook verbinding met influencers en platformen om Laag Holland onder de aandacht te brengen. Dergelijke persprogramma's worden altijd in samenwerking met lokale ondernemers mogelijk gemaakt.

In de aankomende jaren willen wij mee blijven bewegen in de vormen die online marketing brengt. Hiervoor houden wij de digitale ontwikkelingen nauwlettend in de gaten, haken wij aan waar mogelijk en scholen wij het team bij.



Bestemming- en productontwikkeling

Vanuit onze rol als bestemming management organisatie staan wij, samen met overheid en bedrijfsleven aan de lat, voor bestemmings- en productontwikkeling. Hiermee houden wij de regio vitaal en aantrekkelijk.

Ook in de toekomst zal de stichting hier een verbindende of uitvoerende rol in nemen. Het gaat hierbij om processen en initiatieven die ontstaan vanuit behoefte bij de doelgroep, overheden, ondernemers of samenwerkingsverbanden. Met altijd als doel het door ontwikkelen van een aantrekkelijke bestemming.

Concrete voorbeelden hiervan zijn:

- Nieuwe wandel- en fietsroutes met een thema
- Digitale belevingsroutes met verhalen en audio
- Arrangementen die meerdere aanbieders combineren, zoals fietsen + varen + streekproducten proeven
- Toeristische informatievoorzieningen in de buitenruimte, zoals plattegrondborden
- Verbetering en professionalisering fysiek gastheerschap
- Uitbreiding van aanbod met streekproducten of korte-ketenconcepten
- Nieuwe evenementen die passen bij de regio
- Seizoen programmering die bezoekers motiveert om ook buiten de piekperiode te komen



Stakeholders en Partners

Betrokken partijen



Partnerpakket 'Laag Holland'

Sinds 2025 kunnen ondernemers zich actief bij het sterk groeiende netwerk van Laag Holland aansluiten. Dit partnerschap vormt de basis van een waardevol netwerk met betrokken ondernemers. Het brengt ondernemers, naast het netwerk, diverse promotievoordelen.

De vele stakeholders dragen door het partnerpakket bij aan het behoud van (fysiek) gastheerschap, online marketing en de algehele ontwikkeling van de regio. In de aankomende jaren bouwen wij door aan dit sterke netwerk.

