



Bureau Toerisme Laag Holland

Recreatieve en toeristische marketing, promotie & advies

Jaarverslag 2025

**laag
holland**



Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Online promotie	5
Offline promotie	9
Free Publicity	12
Overige projecten	14
Product- en bestemmingsontwikkeling	15
Samenwerkingen	17
Partners	18
Netwerk	19

Beste stakeholder van Bureau Toerisme Laag Holland,

Voor u ligt het jaarverslag 2025 van Bureau Toerisme Laag Holland.

2025 stond in het teken van verdere professionalisering en het versterken van onze positie als destiniatiemanagement organisatie. De eerste formele stappen voor de voorgenomen fusie met de lokale VVV's in 2027 zijn gezet en daarnaast is gewerkt aan de ontwikkeling van de meerjarenstrategie 2026-2030.

Ook in 2025 vervulde Bureau Toerisme Laag Holland een verbindende rol tussen gemeenten, recreatieschappen, ondernemers en andere partners. Samen werken wij aan een regio waarin recreatie en toerisme bijdragen aan leefbaarheid, beleving en economische vitaliteit.

Het afgelopen jaar hebben wij opnieuw tal van opdrachten uitgevoerd die een concrete bijdrage leverden aan de bestemmingsontwikkeling van verschillende dorpen en steden in onze regio. Vanuit onze kennis van bezoekers, bewoners en ondernemers ondersteunden wij gemeenten en partners met advies, onderzoek, projectuitvoering en marketing. Daarmee dragen wij bij aan een aantrekkelijk en toekomstbestendig Laag Holland, voor zowel bezoekers als inwoners.

Een belangrijk speerpunt was de verdere ontwikkeling van onze online marketing en informatievoorziening. Laagholland.com liet een sterke groei zien, met ruim 280.000 gebruikers en meer dan 750.000 paginaweergaven. Deze groei is het resultaat van een verbeterde online vindbaarheid, de gerichte inzet van social media en de voortdurende optimalisatie van onze digitale kanalen.

Samen met Insiders Online hebben wij gewerkt aan een toekomstbestendige online strategie. Tijdens kennissessies over contentstrategie en de Leefstijlvinder van MarketResponse zijn doelgroepen, tone of voice en beeldtaal verder aangescherpt. Deze inzichten vormden de basis voor een

vernieuwde websitestructuur, waardoor content beter aansluiten op de behoeften van bezoekers en de website gebruiksvriendelijker is geworden. Daarnaast is laagholland.com inmiddels beschikbaar in vier talen.

2025 was bovendien een bijzonder jaar voor onze stichting. In december vierden wij ons 15-jarig bestaan: een mooie mijlpaal die laat zien hoe Bureau Toerisme Laag Holland is uitgegroeid tot een professionele, deskundige en verbindende organisatie in de regio.

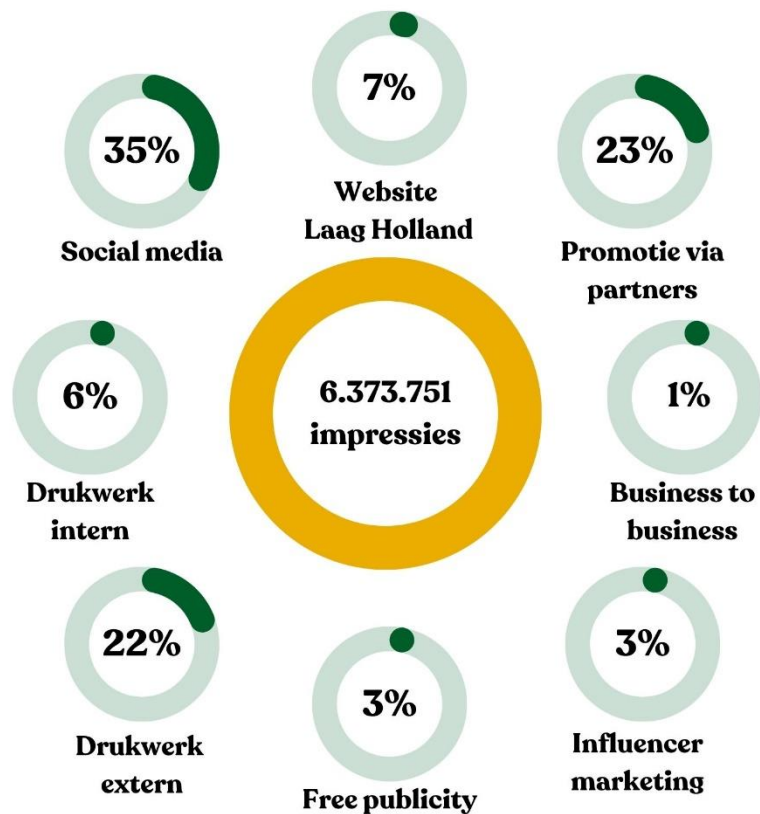
Tegelijkertijd kijken wij vooruit. De vraagstukken binnen recreatie en toerisme worden steeds complexer en vragen om samenwerking, expertise en een integrale aanpak. Juist daarom zien wij dat onze organisatie relevanter is dan ooit. Met vertrouwen bouwen wij verder aan onze rol als verbinder, adviseur én uitvoerder, samen met onze partners in de regio.

Wij kijken met trots terug op de resultaten van 2025 en danken al onze partners voor het vertrouwen en de prettige samenwerking. Met diezelfde betrokkenheid zetten wij ons ook de komende jaren in voor de verdere ontwikkeling van Laag Hollands als aantrekkelijke bestemming voor inwoners, ondernemers en bezoekers.

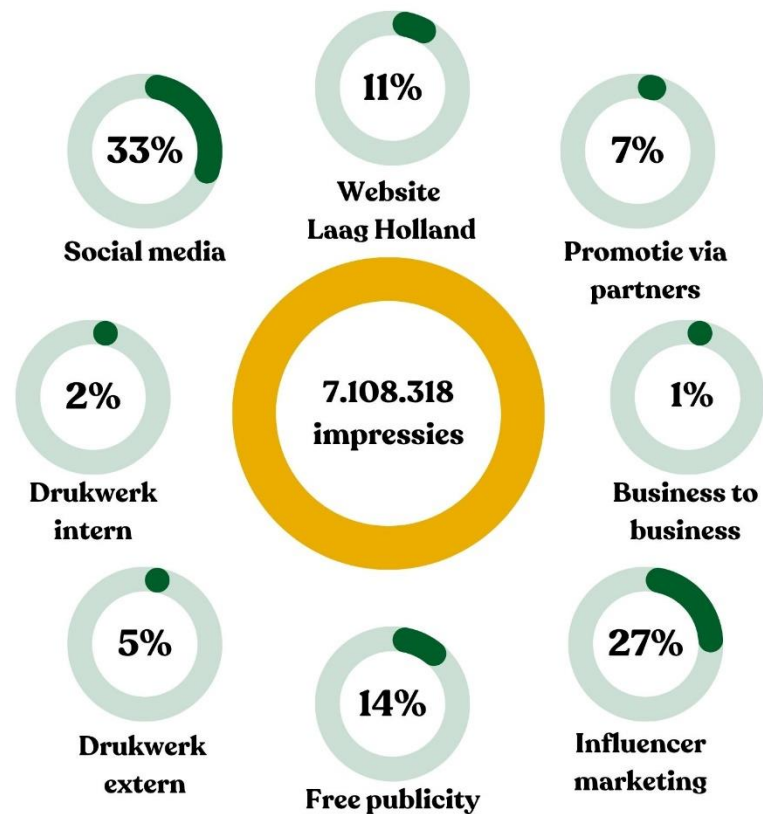
Met gastvrije groet,

Shirley Benoit
Directeur – Bestuurder

2024



2025

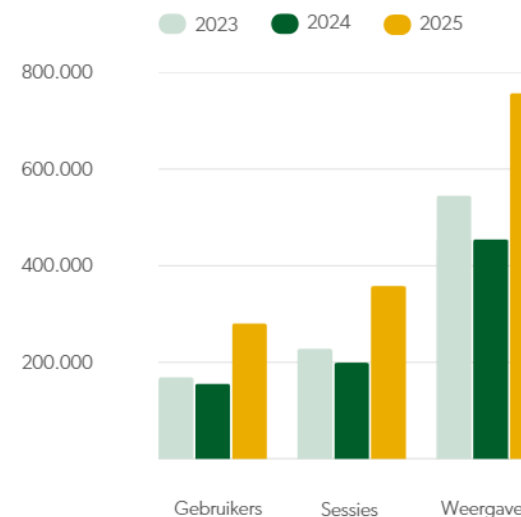


Online promotie | Website

De website en database van Laag Holland vormen het centrale platform voor de Destinatie Management Organisatie (DMO) Laag Holland. Zij fungeren als basis voor de online communicatie en promotie van de regio en speelt een belangrijke rol in het inspireren en informeren van bezoekers, bewoners en recreanten.

Kernpunten

- **Identiteit en positionering**
De website weerspiegelt de identiteit en het karakter van Laag Holland. Met inspirerende content, thematische pagina's en beeldmateriaal krijgen bezoekers een duidelijk beeld van de sfeer, natuur, cultuur en recreatieve mogelijkheden binnen de regio.
- **Compleet recreatief aanbod**
Laagholland.com biedt een breed overzicht van het recreatieve en toeristische aanbod in de regio, waaronder fiets- en wandelroutes, evenementen, bezienswaardigheden, horeca, streekproducten en overnachtingsmogelijkheden.
- **Doelgroepgericht en toegankelijk**
De website richt zich op zowel regiobewoners als nationale en internationale bezoekers. In 2025 is verder ingezet op meertaligheid, waarbij content beschikbaar is gemaakt in het Nederlands, Engels, Duits en Spaans.
- **Informatieplatform voor bezoekers**
De website fungeert als centrale informatiebron voor bezoekers van Laag Holland. Via thematische pagina's en een uitgebreide zoekstructuur kunnen bezoekers eenvoudig informatie vinden over activiteiten, routes, locaties en evenementen.
- **Uitgebreide UITagenda**
De UITagenda biedt een actueel overzicht van evenementen en activiteiten binnen de regio en vormt één van de meest bezochte onderdelen van de website.



Gebruikers

In 2025 liet laagholland.com een sterke groei zien in het online bereik, met ruim 280.000 gebruikers en meer dan 750.000 paginaweergaven. Deze groei hangt samen met de verbeterde online vindbaarheid, de vernieuwde websitestructuur en de gerichte inzet van onder andere social media.

Het grootste deel van de bezoekers kwam uit Noord-Holland (50%), wat de sterke regionale functie van het platform bevestigt. Daarnaast trok de website ook veel bezoekers uit stedelijke gebieden zoals Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Eindhoven. Dit onderstreept de aantrekkingskracht van Laag Holland als recreatieve bestemming voor dagbezoek en korte verblijven.

Waar in eerdere jaren nog sprake was van een duidelijke seizoenspiek, laat het bezoek in 2025 een meer gelijkmatige spreiding over het jaar zien. De kwartaalcijfers bevestigen dit beeld: Q1 (23.722 bezoekers), Q2 (86.756), Q3 (82.905) en Q4 (87.467). Dit wijst op een structureel en doorlopend gebruik van het platform gedurende het hele jaar, in plaats van uitsluitend seizoensgebonden oriëntatie.

Verkeersbronnen

Organisch verkeer via zoekmachines bleef in 2025 de belangrijkste bron van websitebezoekers en was verantwoordelijk voor 53,4% van het totale verkeer. Dit bevestigt de sterke online vindbaarheid van laagholland.com binnen zoekmachines. Daarnaast bestond het verkeer uit directe bezoeken (27,19%), paid social campagnes (11,7%), organic social media (4,36%) en referral verkeer via externe websites en partners (3,98%).

Ontwikkelingen

In 2025 is de website van Laag Holland zowel inhoudelijk als technisch verder doorontwikkeld. Voorafgaand aan deze doorontwikkeling zijn in samenwerking met Insiders Online twee kennissessies georganiseerd rondom contentstrategie en het werken met leefstijlen via de leefstijlvinder van MarketResponse. Tijdens deze sessies zijn de definitieve doelgroepen, tone of voice en beeldtaal voor de website vastgesteld.

Op basis van deze inzichten is een strategisch plan opgesteld en is gewerkt aan een vernieuwde websitestructuur. Hierbij is meer focus gebracht op de gekozen doelgroepen, waardoor content beter aansluit op de interesses en behoeften. Daarnaast is ingezet op een duidelijke en gebruiksvriendelijke navigatie, passend bij de informatiebehoefte van bezoekers. Deze optimalisering zal in 2026 worden voortgezet.

Ook is in 2025 de website van VVV Edam-Volendam geïntegreerd binnen laagholland.com. Met deze integratie is het toeristische aanbod binnen de regio centraler en eenduidiger gepresenteerd, waardoor bezoekers eenvoudiger informatie kunnen vinden over bestemmingen, activiteiten en voorzieningen binnen Laag Holland.

Daarnaast is de volledige website vertaald naar het Engels, Duits en Spaans om de internationale toegankelijkheid van het platform verder te vergroten. Ook is een nieuwe formulierenmodule geïmplementeerd, waarmee zowel bezoekers als ondernemers eenvoudiger contact kunnen opnemen en aanvragen kunnen indienen.

Een volgende stap binnen de online strategie is het ontwikkelen van een integraal contentplan, waarbij website en social media crossmediaal sterker met elkaar worden verbonden.



Online promotie | Social Media

Het bureau is actief op de sociale mediakanalen Facebook, Instagram en YouTube. Via een gevarieerde contentstrategie worden verschillende doelgroepen bereikt, met als doel om (regio)bewoners en bezoekers te informeren, inspireren en activeren om de regio Laag Holland te ontdekken.

In 2025 is verder ingezet op de doorontwikkeling en professionalisering van de socialmedia-aanpak. In samenwerking met Insiders Online zijn kennissessies georganiseerd op het gebied van contentstrategie en leefstijlen. Op basis hiervan zijn nieuwe contentformats ontwikkeld, waaronder het concept ‘Mee met Renée’. Daarnaast zijn diverse video’s geproduceerd ter promotie van onder andere stadswandelingen en recreatieve activiteiten binnen Laag Holland.

Deze sessies vormen de basis voor een nieuw crossmediaal contentplan, waarin social media en websitecontent sterker met elkaar worden verbonden. Hiermee wordt om 2026 ingezet op meer samenhang tussen de verschillende online kanalen en een consistente uitstraling van Laag Holland.



Volgers	2023	2024	2025
Facebook	20.048	20.666	20.688
Instagram	4.600	5.281	6.358

De ontwikkeling in het aantal volgers laat zien dat Instagram in 2025 opnieuw sterk is gegroeid, terwijl Facebook een stabiele basis behoudt. Daarmee blijft Facebook belangrijk voor het brede bereik, terwijl Instagram zich steeds meer ontwikkelt als platform voor inspiratie, interactie en visuele storytelling.

Bereik	2023	2024	2025
Facebook	1.802.195	1.894.688	1.637.346
Instagram	313.349	290.650	619.040
YouTube	1.567	1.247	1.839
TikTok		32.981	20.640
Pinterest		9.670	45.480
	2.117.111	2.229.236	2.324.345

Het bereik laat een dynamisch beeld zien, waarbij met name Instagram en sterk is gegroeid. Dit laat zien dat de visuele en doelgroepgerichte content steeds beter aansluit bij het online gedrag van bezoekers. Facebook blijft ondanks een lichte daling het grootste bereikskanaal binnen de social media aanpak van Laag Holland.

Online promotie | Overige

Influencer marketing

In 2025 heeft het bureau diverse individuele en groepsreizen georganiseerd en gefaciliteerd. Deze reizen zijn tot stand gekomen in samenwerking met partners en worden grotendeels mogelijk gemaakt door recreatieve en toeristische ondernemers uit de regio. Influencer marketing draagt bij aan de promotie van Laag Holland en versterkt tegelijkertijd de samenwerking met regionale partners en ondernemers.

De bezoeken van influencers en pers in 2025 hebben geleid tot diverse online publicaties en blogartikelen, waarmee de zichtbaarheid van de regio verder is vergroot. Een selectie van samenwerkingen:

- amsterdam&partners | persreis Beemster & Purmerend
 - <https://www.reisbeesten.be/doen-omgeving-zaandam/>
 - <https://www.tuttoilmondoepaese.com/cosa-vedere-dintorni-amsterdam-zaanstreek-laag-holland/>
 - <https://www.destinationexplorer.world/nl/post/unieke-plekjes-in-nederland-3-dagen-in-zaandam-en-laag-holland>
- Dutch Travelling Sisters | Beemster & Purmerend

Nieuwsbrieven

De consumenten nieuwsbrief van Laag Holland is een belangrijk communicatiemiddel om geïnteresseerden te informeren en inspireren over de regio. De nieuwsbrief verschijnt maandelijks en bevat een mix van evenementen, routes en recreatieve tips binnen Laag Holland. In 2025 werd de nieuwsbrief verzonden naar in totaal 44.020 ontvangers, met een gemiddelde openingsrate van 23,28%.

De daling ten opzichte van 2024 (46%) sluit aan bij een bredere trend binnen e-mailmarketing, waarbij betrokkenheid onder druk staat door toenemende concurrentie in inboxen. In 2026 wordt onderzocht hoe de nieuwsbrief verder kan worden geoptimaliseerd voor de gekozen doelgroepen en leefstijlen uit de leefstijlvinder.



Offline promotie

Magazine Laag Holland (intern)

In 2025 bracht Bureau Toerisme Laag Holland voor het eerst het nieuwe 'Magazine Laag Holland' uit in samenwerking met Reclamestudio. Het magazine biedt inspiratie voor zowel bewoners als bezoekers en bevat een brede mix van verborgen parels, culturele locaties, lokale ondernemers, routes en evenementen binnen de regio.

Met een oplage van 74.000 exemplaren en verspreiding via huis-aan-huisdistributie en diverse regionale uitgiftepunten vormt het magazine een belangrijk middel om de zichtbaarheid van Laag Holland offline te versterken.

Kinderstreekproductenfolder Beemster (intern)

In opdracht van de gemeente Purmerend ontwikkelde Bureau Toerisme Laag Holland een kinderstreekproductenfolder voor De Beemster. De folder, vormgegeven in de stijl van Laag Holland, stimuleert gezinnen om spelenderwijs kennis te maken met lokale streekproducten en agrarische ondernemers in de regio.

Aan de hand van twee kindvriendelijke fietsroutes worden bezoekers langs verschillende boerderijwinkels en stalletjes geleid. Door middel van stickers en interactieve elementen wordt het ontdekken van streekproducten op een toegankelijke en gezinsgerichte manier gestimuleerd.

Folderdisplay Magazine (intern)

Twee keer per jaar brengt Bureau Toerisme Laag Holland het magazine Laag Holland uit. Om het magazine in de VVV's op een aantrekkelijke manier te presenteren, is in de huisstijl van Laag Holland een folderdisplay ontwikkeld.

Monumentenroute Waterland (intern)

Voor Stichting Promotie Waterland en de gemeente Waterland realiseerde Bureau Toerisme Laag Holland een monumentenroutefolder. De folder bevat routekaarten en achtergrondinformatie over diverse monumenten binnen de gemeente en nodigt bezoekers uit om het erfgoed van Waterland per fiets te ontdekken. Tijdens Open Monumentendag is de folder breed verspreid onder bezoekers en ingezet als middel om cultuurhistorie en recreatie met elkaar te verbinden.

Folderdistributie (intern)

Elk jaar organiseert Bureau Toerisme Laag Holland distributieweken, waarbij ondernemers drukwerk kunnen ophalen bij het hoofdkantoor. Ook dit jaar was de belangstelling groot: zo'n 100 recreatieve en toeristische ondernemers, evenals de lokale VVV's, maakten gebruik van deze mogelijkheid.

Herdruk folder Oostzaan (intern)

In opdracht van de gemeente Oostzaan heeft Bureau Toerisme Laag Holland de informatiefolder van Oostzaan herdrukt. Voorafgaand aan de herdruk zijn diverse aanpassingen doorgevoerd, waaronder het toevoegen van de nieuwe audiotour Recreatief en Historisch Oostzaan. Deze is op de kaartzijde ingetekend en daarnaast is op deze kaartzijde een kader toegevoegd met een toelichting en een QR-code naar de audiotour. In totaal zijn er 5.000 stuks herdrukt.



Interactieve informatiedisplays (intern)

Om de informatievoorziening in de VVV's te versterken zijn er, dankzij een financiële bijdrage vanuit de Zaanstreek-Waterland gemeenten en het Coöperatiefonds van Rabobank, in de VVV van Purmerend, Monnickendam en Volendam drie interactieve informatiedisplays geplaatst.

Met deze interactieve informatiedisplays wordt ingespeeld op ontwikkelingen in de retailsector en de groeiende behoefte aan digitale en actuele informatie. Bezoekers krijgen hiermee laagdrempelig toegang tot informatie over horeca, evenementen, fiets- en wandelroutes, bezienswaardigheden en recreatieve ondernemers in de regio Laag Holland.

Deze zuilen zijn ontwikkeld in de herkenbare huisstijl van Laag Holland en vormen een duurzaam alternatief voor een groot deel van het fysieke foldermateriaal. Daarnaast ondersteunen zij de vrijwillige VVV-gastheren en gastvrouwen in hun dagelijkse werkzaamheden. De schermen maken gebruik van een beveiligde touchscreenoplossing en laden rechtstreeks content van laagholland.com.

Ontwikkeling 'tent card' wandel- en fietsroutes (intern)

Bureau Toerisme Laag Holland ontving regelmatig vragen van hotels, B&B's en andere recreatieve ondernemers naar wandel- en fietsroutes voor hun gasten. Omdat het ontwikkelen van losse routeproducten niet binnen de beschikbare budgetten paste, is gekozen voor een praktische oplossing in de vorm van een tent card met een QR code naar het online routeoverzicht. De tent cards zijn verspreid onder diverse ondernemers in de regio en werden enthousiast ontvangen.

Amsterdam Area Guide (extern)

De Amsterdam Area Guide biedt een overzicht van de metropoolregio Amsterdam en belicht de zes themagebieden van het project Amsterdam Bezoeken, Holland Zien. Laag Holland is hierin vertegenwoordigd onder de naam Old Holland.



I Amsterdam Magazine (extern)

Vier keer per jaar brengt amsterdam&partners het I amsterdam Magazine uit. Met dit magazine willen zij internationale bezoekers inspireren met tips voor Amsterdam, waarbij ook de regio wordt meegenomen. Laag Holland valt samen met de Zaanstreek onder de regio 'Old Holland'.

Visit Beemster boekje (extern)

Bureau Toerisme Laag Holland liet een artikel over de regio Laag Holland opnemen in het Visit Beemster boekje. Dit compacte, kleurrijke boekje biedt bezoekers inspiratie en tips om De Beemster te ontdekken, te proeven en eventueel een nachtje te verblijven.

Old Holland Tour app (extern)

In opdracht van vervoersmaatschappij EBS/MeerPlus ontwikkelde Bureau Toerisme Laag Holland content voor de Old Holland Tour App. Voor verschillende locaties in de regio zijn tekst- en audiofragmenten ontwikkeld in het Nederlands, Engels en Duits. Met deze toevoeging worden bezoekers onderweg geïnformeerd en geïnspireerd over de omgeving en bezienswaardigheden binnen Laag Holland, waarmee de reisbeleving verder wordt verrijkt.

Audiotour en routebord Oostzaan (extern)

In opdracht van de gemeente Oostzaan vernieuwde Bureau Toerisme Laag Holland de wandel- en fietsroute Recreatief en Historisch Oostzaan. Binnen dit project zijn een audiotour, een nieuw routebord en vijftien ANWB-monumentenborden met QR-codes gerealiseerd. Via de QR-codes kunnen bezoekers onderweg luisteren naar audioverhalen over monumenten, kunstwerken en de geschiedenis van Oostzaan. Hiermee wordt erfgoed op een interactieve en laagdrempelige manier toegankelijk gemaakt voor wandelaars en fietsers.

Toeristische borden Edam-Volendam (extern)

Voor de gemeente Edam-Volendam ontwikkelde Bureau Toerisme Laag Holland zes toeristische informatieborden, geplaatst in Edam, Volendam en Zeevang. De borden informeren bezoekers in het Nederlands, Engels en Duits over de omgeving, bezienswaardigheden en recreatieve mogelijkheden. Daarnaast dragen de borden bij aan de spreading van bezoekers en het beter zichtbaar maken van culturele locaties, winkelgebieden en toeristische trekpleisters binnen de gemeente.



Free Publicity

In 2025 zijn verschillende projecten, initiatieven en evenementen van Bureau Toerisme Laag Holland kosteloos onder de aandacht gebracht in regionale, nationale en internationale on- en offline media.

NH Radio

De radiozender van NH media heeft het programma: De Agenda. In mei vertelt Shirley tijdens de radioshow over de aankomende evenementen in de regio.

Glossy Leeghwater

Ter ere van 450 jaar Land van Leeghwater is een prachtige glossy verschenen. Een verzamelexemplaar boordevol interessante weetjes over deze bijzondere regio. Bureau Toerisme Laag Holland heeft voor deze uitgave een artikel van vier pagina's geschreven, waarin onder meer de Oudhollandse Pontjesroute, De Rijk, Graft, de Eilandspolder, de schermermolens, Museum In 't Houten Huis en De Beemster onder de aandacht werden gebracht.

ZaaQ

In een artikel op zaaq.nl vertelt Shirley over de werkzaamheden van BTLH en de rol die de organisatie vervult binnen de regio. Daarbij gaat zij in op het belang van samenwerking tussen de verschillende partners om de regio optimaal op de kaart te zetten en te versterken als toeristische bestemming. Ook wordt vooruitgeblikt op de aankomende fusie met de lokale VVV's, een ontwikkeling die moet bijdragen aan een nog effectievere en eenduidige promotie van de regio. Lees het artikel [hier](#).

Libelle

Libelle is een Nederlands vrouwenmagazine en lifestyleplatform gericht op vooral volwassen vrouwen die geïnteresseerd zijn in onderwerpen zoals gezondheid, relaties, koken, wonen en inspiratie voor het dagelijks leven. In één van de edities van het magazine verscheen een artikel over de leukste theetuinen van Nederland. Hierin worden diverse theetuinen en locaties in Laag Holland uitgelicht, waaronder de Broeker Kerk, Theetuin Uitdam, Het Weeshuis, Brasserie De Kerckhaen, Theetuin Beemster Bomenmuseum, Theetuin De Neckermolen en de Theetuinenroute Beemster.

Hollands Glorie

Hollands Glorie is een lifestylemagazine dat draait om genieten in en van eigen land. In een van de edities van dit magazine is ook de regio Waterland uitgelicht. In dit artikel staat varen door Waterland centraal, waarbij de karakteristieke waterwegen, pittoreske dorpen en het unieke landschap van de regio worden belicht.



DE THEETUINEN VAN LAAG HOLLAND, 32 KM

Broeker kerk

Geen échte theetuin, maar wel een fijne stop voor een drankje en wat lekkers. Wandel ook zeker even de kerk binnen. Het interieur uit de zeventiende eeuw is op zichzelf al prachtig en daar voegen ze regelmatig een tentoonstelling aan toe. En: je kunt heerlijk snuffelen in de uitgebreide collectie tweedehands boeken en platen.

broekkerk.nl

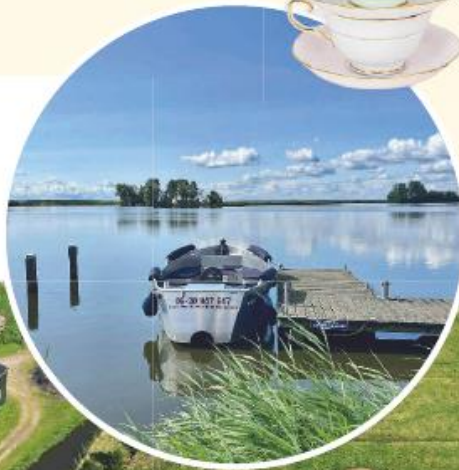


Theetuin Uitdam

Bij schapenhouderij Lammes-Hopman kun je van 1 april t/m 31 augustus elke dag terecht in de theetuin (daarbuiten alleen op vrijdag en zaterdag). Geniet van ambachtelijk

boerderij-ijs of zelfgemaakte cake, met uitzicht over de weilanden. Er zijn elektrische sloepen te huur voor een vaartocht door Waterland.

schapenhouderijlammeshopman.nl



DE
MEESTE
THEETUINEN
SERVEREN
VOORAL
LOKAAL
LEKKERS



DE ROUTE

Startend bij Theetuin Uitdam, fiets je ongeveer 32 km via Broek in Waterland, Oterleek en Monnickendam. Onderweg fiets je langs open graspolders, veenrivertjes en pittoreske lintdorpen. De route met knooppunten is te downloaden via laagholland.com.

Het Weeshuis

Historische plek in het centrum van Monnickendam. De tuin is klein, maar fijn en vooral ook een oase van rust. Hier is het heerlijk genieten van versgebakken taart, koekjes, cake of een met liefde bereide lunch. Taarten en koekjes kun je ook bestellen voor thuis.

weeshuismonnickendam.nl



Overige projecten | Campagnematig

Kunstmaand | Gemeente Edam-Volendam

Bureau Toerisme Laag Holland verzorgde in opdracht van gemeente Edam-Volendam de online promotie van de Kunstmaand. Door middel van gerichte social media campagnes werd aandacht gevraagd voor diverse activiteiten binnen het programma. Daarnaast werd de Kunstmaand onder de aandacht gebracht via de consumentennieuwsbrief van Laag Holland.

Ontwikkeling fotomateriaal Beemster | Gemeente Purmerend

In opdracht van de gemeente Purmerend heeft Bureau Toerisme Laag Holland een fotografieopdracht uitgevoerd rond het thema streekproducten in De Beemster. Het doel was om de verschillende facetten van streekproducten in beeld te brengen, waaronder de (oogst)processen, opslag, verwerking en de presentatie en verkoop aan consumenten. Bureau Toerisme Laag Holland verzorgde het volledige projectmanagement en fungeerde als schakel tussen de fotograaf, de deelnemende ondernemers en de gemeente.

Promotievideo stadswandeling Volendam | VVV Edam-Volendam

Ter promotie van de via VVV Volendam te boeken stadswandeling heeft Bureau Toerisme Laag Holland, in samenwerking met Hotshots, een promotievideo laten ontwikkelen. De video is ingezet via de social media kanalen en de website van Laag Holland om de stadswandeling onder de aandacht te brengen en een breed publiek te inspireren Volendam op deze manier te ontdekken.

Winter in waterland | Gemeente Waterland

In opdracht van de gemeente Waterland ontwikkelde Bureau Toerisme Laag Holland de campagne Winter in Waterland. Met een landingspagina, online campagne, free publicity en promotionele middelen werden winterse evenementen en activiteiten gezamenlijk onder de aandacht gebracht. Bureau Toerisme Laag Holland was verantwoordelijk voor de ontwikkeling, coördinatie en promotie van de campagne.

Winters Purmerend | Hiddes entertainment / Gemeente Purmerend

Na de succesvolle samenwerking in 2024 verzorgde Bureau Toerisme Laag Holland ook in 2025 de online promotie van Winters Purmerend. Het bureau was verantwoordelijk voor het beheer van de campagnewebsite, de socialmediakanalen en de online content rondom het evenement. Met gerichte promotie werd aandacht gevraagd voor het programma en de verschillende activiteiten tijdens de winterperiode.

Overige projecten | Jaarrond

Website en contentcreatie Verborgen Verhalen | Gemeente Edam-Volendam

Met de gemeente Edam-Volendam werken wij aan bestemmingsontwikkeling. Een onderdeel daarvan is de marketingcampagne Verborgen Verhalen. In 2025 is er gekozen om de VVV website compleet in het teken van onontdekte verhalen in de gemeente te zetten. Hiervoor doen wij naast de contentontwikkeling (tekst en beeld) ook de promotie.

Contentcreatie en Social Media | Recreatieschap Twiske-Waterland

Bureau Toerisme Laag Holland verzorgt al enkele jaren de content voor de Facebook- en Instagrampagina's van Recreatieschap Twiske-Waterland. De berichten bieden recreatietips, verwijzingen naar routes, wetenswaardigheden over flora en fauna en aantrekkelijk beeldmateriaal.

Contentcreatie en Social Media | BIZ Binnenstad Purmerend

In 2025 verzorgde Bureau Toerisme Laag Holland het beheer en de contentcreatie voor de socialmediakanalen van BIZ Binnenstad Purmerend. De focus lag op het versterken van de online zichtbaarheid van de binnenstad en haar ondernemers via Facebook en Instagram. De groei in bereik uit 2024 is verder doorontwikkeld met meer belevingsgerichte content, waaronder thematische reels binnen 'Pareltjes van Purmerend'.

Contentcreatie en Social Media | BIZ Koemarkt

In 2025 verzorgde Bureau Toerisme Laag Holland de contentcreatie en socialmediakanalen van BIZ Koemarkt. Via Facebook en Instagram zijn ondernemers, blogs en evenementen onder de aandacht gebracht bij inwoners en bezoekers. Hierbij is ingezet op het zichtbaar maken van alle deelnemende ondernemers en het versterken van de promotie van de binnenstad via koemarkt.com.

Product- en bestemmingsontwikkeling

Fiets-vaarexcursie | gemeente Landsmeer

Bureau Toerisme Laag Holland organiseerde samen met gemeente Landsmeer en Landschap Noord-Holland een Fiets-Vaar excursie door Landsmeer en het Ilperveld, ter promotie van de recreatiemogelijkheden in de regio. Bureau Toerisme Laag Holland was naast de organisatie ook verantwoordelijk voor de promotie van het evenement.

Inventarisatie streekproducten aanbod | regio Zaanstreek-Waterland

In opdracht van de regio Zaanstreek-Waterland heeft Bureau Toerisme Laag Holland een inventarisatie uitgevoerd van het aanbod aan beleefbare locaties en activiteiten rondom het thema Food. Hierbij is in kaart gebracht welke locaties, activiteiten, winkels etc. toegankelijk zijn voor bezoekers en welke (nog) niet.

Daarnaast is per activiteit vastgesteld bij welke leefstijl deze aansluit, binnen welke verhaallijn deze past en onder welke categorie deze valt, zoals attractie, evenement, route, winkel of workshop. Deze inventarisatie vormt een stevige basis voor de verdere ontwikkeling, promotie en positionering van streekproducten binnen de regio.

Laag Hollandse Makersmarkt | gemeente Purmerend

Sinds december 2022 organiseert Bureau Toerisme Laag Holland vier keer per jaar de Laag Hollandse Makersmarkt op de Kaasmarkt in Purmerend. De markten, die in april, juli, september en december plaatsvinden, staan volledig in het teken van de seizoenen. Naast ongeveer 25 producenten en makers, is er altijd passend entertainment. Bureau Toerisme Laag Holland is verantwoordelijk voor zowel de organisatie als de promotie.

Artist in Residence | gemeente Edam-Volendam

In 2025 organiseerde Bureau Toerisme Laag Holland in opdracht van de gemeente Edam-Volendam het project Artist in Residence. Zes kunstenaars verbleven een week in de regio om op verschillende locaties in Edam, Volendam en de Zeevang te werken en het landschap en de cultuurhistorie vast te leggen. Het bureau vervulde een verbindende en coördinerende rol richting lokale ondernemers voor de organisatie van overnachtingen, maaltijden en locaties, waarna het project werd afgesloten met een expositie en presentatie bij Hotel Spaander, waarmee het kunstenaarsverleden van de regio onder de aandacht werd gebracht.



Volendammerdagen | gemeente Edam-Volendam

In 2024 werd de traditionele Volendammerdag omgedoopt tot de Volendammerdagen, een tweedaags evenement waarin de cultuur en tradities van Volendam trots worden getoond. Bureau Toerisme Laag Holland verzorgde samen met diverse organisaties de volledige organisatie, programmering en PR.

Kaasbelevingsbox | VVV Edam

Bureau Toerisme Laag Holland ontwikkelde, in samenwerking met lokale ondernemers en VVV Edam, de Kaasbelevingsbox Edam als pilot. Het arrangement combineerde een souvenir, kaaswandeling door het historische centrum met informatie en vouchers voor lokale ondernemers, met als doel bezoekers langer in de stad te laten verblijven. De boxen waren beschikbaar voor 2 personen of per gezin (maximaal twee volwassenen en drie kinderen). De Kaasbelevingsbox is inmiddels niet meer beschikbaar, maar de kaaswandeling is nog verkrijgbaar bij de VVV.

Lichtjesroute | gemeente Purmerend

In 2025 ontwikkelde Bureau Toerisme Laag Holland in opdracht van de gemeente Purmerend een kindvriendelijke lichtjes-speurtocht als onderdeel van Winters Purmerend. De route verbindt diverse lichtobjecten en highlights in de binnenstad en werd zowel fysiek als digitaal beschikbaar gesteld, gekoppeld aan de UITagenda en ondersteund met online promotie via de socialmediakanalen van het bureau.

Sint in het Stadje | gemeente Purmerend

In 2025 werd De Grote Sinterklaasfilm op diverse locaties in de gemeente Purmerend opgenomen. Dit vormde de aanleiding om het sinterklaasfeest in de binnenstad extra groots te vieren. Bureau Toerisme Laag Holland was een belangrijke communicatiepartner bij de promotie van de festiviteiten.

Zo werd er een landingspagina ontwikkeld, waarop alle activiteiten rondom de sinterklaasviering overzichtelijk werden gepresenteerd. Daarnaast ontwikkelde wij in opdracht van de gemeente een speciale kindervandelroute langs de verschillende filmlocaties in Purmerend. Ook deze route werd via de website van Laag Holland beschikbaar gesteld.

Tot slot verzorgde BTLH een belangrijk deel van de communicatie rondom de viering. Via de social media kanalen van Laag Holland en Binnenstad Purmerend werden meerdere berichten geplaatst om aandacht te vragen voor de festiviteiten en de bijbehorende winactie.

Samenwerkingen

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

amsterdam&partners

Laag Holland maakt deel uit van de metropoolcampagne 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien', die internationale bezoekers in Amsterdam uitnodigt om ook de omliggende regio's te ontdekken. In samenwerking met amsterdam&partners en in opdracht van de MRA-gemeenten, wordt Laag Holland gepositioneerd als het deelgebied 'Old Holland'. Bureau Toerisme Laag Holland levert inhoud over de regio en organiseert op verschillende momenten per jaar pers- en expertsreizen.

Marketing Zaanstreek

Wij onderhouden regelmatig contact met de collega's van Marketing Zaanstreek, aangezien we gezamenlijk werken voor de regio Zaanstreek-Waterland. Deze zeven gemeenten werken zowel ambtelijk als bestuurlijk nauw samen. Vanuit deze hoedanigheid bekijken wij als CMO en DMO waar samenwerking en versterking mogelijk is.

NBTC

NBTC is verantwoordelijk voor de ontwikkeling, branding en marketing van Nederland als bestemming. Ze organiseren diverse bijeenkomsten waar regionale bureaus inspiratie en kennis kunnen opdoen en toepassen op lokaal en regionaal niveau. Zo werken wij gezamenlijk aan de promotie van Nederland als bestemming. In 2025 heeft Bureau Toerisme Laag Holland onder andere deelgenomen aan de hotspot-overleggen van NBTC.

Destinatie Nederland

Destinatie Nederland, onderdeel van VVV Nederland, is hét landelijke netwerk van destinatie- en citymarketingorganisaties. Deze organisatie ondersteunt CMO's en DMO's met relevante informatie, netwerkmogelijkheden en sessies over een duurzame bezoekerseconomie. Ze behartigen tevens de belangen van de sector op provinciaal en landelijk niveau.

Cultuurplatform Edam-Volendam

Het Cultuurplatform Edam-Volendam heeft als doel kunst en cultuur in de gemeente te ontwikkelen, versterken en promoten. Ze maken gebruik van de database van Laag Holland om hun cultuuragenda in te vullen. Daarnaast moedigen ze organisatoren en culturele instellingen aan om hun evenementen in te dienen via het aanmeldformulier op laagholland.com.

Toeristisch en Ondernemers Platform Edam- Volendam-Zeevang

Het Toeristisch en Ondernemers Platform (TOP) werkt samen met lokale ondernemers, initiatieven en organisaties aan projecten en evenementen die het gezamenlijke belang versterken.

Partners

Sinds 2025 kunnen recreatieve en toeristische ondernemers zich aansluiten als partner van Laag Holland. Samen werken we aan de promotie van de regio en versterken we de gastvrijheid en aantrekkingskracht van onze dorpen en steden. Het partnernetwerk groeit gestaag en telt inmiddels meer dan 100 aangesloten ondernemers en organisaties. Hieronder een greep uit onze partners.



Netwerk

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

Nieuwsbrieven

Om stakeholders en partners op de hoogte te houden van de activiteiten en evenementen van Bureau Toerisme Laag Holland en ze te informeren over relevante informatie voor de sector in de regio en in Nederland, wordt er in ieder geval tien keer per jaar een business-to-business nieuwsbrief verzonden. Deze nieuwsbrief heeft 677 abonnees en een gemiddelde openingsratio van 31% in 2025.

LinkedIn

Daarnaast gebruikt Bureau Toerisme Laag Holland LinkedIn om haar stakeholders en partners te informeren. De bedrijfspagina had eind 2024 ongeveer 825 volgers.

Café Laag Holland

Om stakeholders in de regio te informeren en netwerkmogelijkheden te bevorderen, organiseert Bureau Toerisme Laag Holland twee keer per jaar het (ontbijt)café Laag Holland. De aftrap van het toeristische seizoen vond plaats bij Brasserie De Kerckhaen in Westbeemster en de najaarseditie werd gehouden bij Burggolf Purmerend.

Netwerk- en sparringpartner

Bureau Toerisme Laag Holland neemt actief deel aan verschillende overlegstructuren om haar kennis te delen en bij te dragen aan de regionale ontwikkelingen. Het bureau fungeert tevens als sparringpartner voor diverse visies en ontwikkelingsplannen, onder andere voor:

Nationaal

- Kennisontwikkeling & hotspot overleg – NBTC
- Kennisontwikkeling & branche organisatie – Destinatie Nederland
- Landelijke Data Alliantie – LDA
- Trends & ontwikkelingen (Online Marketing) - Insiders
- LF-routes - Fietsplatform

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
- Regiodeal Waterland (beter wonen en werken)
- Deelregionale sessies toekomst vraagsturing/bezoekersmanagement Zaanstreek-Waterland

Lokaal

- Programma binnenstad/Gouden Cirkel – gemeente Purmerend
- Visie Recreatie & Toerisme – gemeente Purmerend
- Cultuur visie – gemeente Purmerend
- Omgevingsvisie – gemeente Purmerend
- Werkgroep lid – Toeristisch Ondernemers Platform Edam-Volendam
- Werkgroep lid – Toeristisch Edam
- Werkgroep lid - Verborgene Verhalen – gemeente Edam-Volendam
- Programma Waterfront – gemeente Edam-Volendam
- Uitvoeringsagenda economie – gemeente Waterland