

JAARVERSLAG STICHTING MARKETING ZAANSTREEK 2025



ZAAN.NL

INHOUD

INLEIDING	3
Verslag Raad van Toezicht	4

CAMPAGNES	5
Hier moet je zijn!	6
Discover the Zaan Region	7
mJourney – Ontdek de Zaanstreek	7
De week van de Stenen Winkel	8
Business Travel & Events	8
EBS Promotie campagne	8

PROJECTEN MET IMPACT	9
Identiteit	10
Ervaar de Zaanstreek	10
Zakelijk Bezoek	11
Riviercruisemarkt	11
Zaan Food Makers	12
Houtbouw	12
Toeristisch informatiebord Wormerland	12

EVENEMENTEN MET IMPACT	13
Darwinpark festival	14
Dam tot Damloop	14
Open Monumenten Dag	15
Roze Zaterdag	16

KUNST & CULTUUR	18
Distributie Uitdata	19
UIT de Zaanstreek	20
Samenwerking Nieuwsblad Zaanstreek	20

NETWERK EN VERBINDING	21
Partnernetwerk Marketing Zaanstreek	22
Partner bijeenkomsten	23
Opening Toeristisch Seizoen	24
Marketing Zaanstreek Presents	24
Workshop Storytelling	25
Summerschool gemeente Zaanstad	25
Zaanse Sportverkiezingen	25
Vereniging van Zaanse Vastgoedeigenaren	25

ONLINE ONTWIKKELINGEN	26
Website	26
Social Media	27

ZAANSTORE	28
-----------	----

FINANCIEEL VERSLAG	29
Zaanstore	30
Marketing Zaanstreek	31

ROADMAP	32
KPI overzicht	33

ORGANISATIE	34
Organogram Marketing Zaanstreek	35
Raad van Toezicht	36



INLEIDING

DE MEERWAARDE VAN CITYMARKETING

Beste lezer,

Voor u ligt het jaarverslag van Stichting Marketing Zaanstreek over boekjaar 2025. Een jaar waarin we samen met onze partners verder hebben gebouwd aan de uitvoering van onze meerjarenstrategie, die richting geeft aan het verhaal en de identiteit van de Zaanstreek.

Stichting Marketing Zaanstreek is verantwoordelijk voor het versterken van de aantrekkingskracht van de Zaanstreek, gericht op bewoners, bezoekers en bedrijven. Citymarketing is meer dan een marketing activiteit. Het is een strategisch instrument voor een sterke en toekomstbestendige streek.

Wij werken aan een aantrekkelijke, leefbare en vitale Zaanstreek. Dit doen wij in opdracht van gemeente Zaanstad en in samenwerking met gemeente Wormerland, lokale ondernemers, culturele- en onderwijsinstellingen en maatschappelijke organisaties. Hiermee sluiten we als verbonden partij aan de gemeente Zaanstad aan bij strategische gemeentelijke beleidsopgaven als brede welvaart, leefbaarheid, sociaal culturele cohesie en een aantrekkelijke streek.

Voor alle doelgroepen verbinden we verhalen en initiatieven, ontwikkelen we campagnes, stimuleren we samenwerking en zorgen we voor lokale,

regionale en (inter)nationale zichtbaarheid. Hoe we dit afgelopen jaar gedaan hebben, leest u in dit verslag.

Door structureel met elkaar te blijven bouwen aan het imago en de reputatie van de Zaanstreek, zorgen we er met elkaar voor dat de Zaanstreek de plek is waar je wilt zijn.

Ik wil u namens het gehele team van Stichting Marketing Zaanstreek dan ook heel hartelijk danken voor uw bijdrage, ondersteuning en inzet voor de streek die ons zo lief is.

Hartelijke groet,

Anneke Wijdogen-Vis

Directeur-Bestuurder Stichting Marketing Zaanstreek



VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT

Na een jaar van verandering was 2025 het eerste volledige jaar onder de nieuwe samenwerkingsovereenkomst en als verbonden partij van gemeente Zaanstad. Er is dit jaar voor het eerst gewerkt met kpi's en een projectbegroting. Daarnaast zijn de interne reglementen gewijzigd aan de nieuwe samenwerkingsvorm. De samenwerking met de gemeente Zaanstad verloopt naar tevredenheid.

In het overleg tussen de Raad van Toezicht en de directeur, dat in 2024 acht keer heeft plaatsgevonden, zijn de ontwikkelingen op constructieve wijze besproken. Daarnaast is de Raad van Toezicht gevoed met informatie over de halfjaar-rapportages, de begroting en de jaarstukken. Hierdoor is de Raad van Toezicht in staat geweest toezicht te houden op het realiseren van de doelstellingen en de risicobeheersing. De voorzitter, of een plaatsvervanger, is aanwezig geweest bij het bestuurlijk overleg met de gemeente Zaanstad.

Mede dankzij de werkzaamheden van Stichting Marketing Zaanstreek wordt de Zaanstreek steeds aantrekkelijker voor inwoners, ondernemers en bezoekers. Er zijn in 2025 veel succesvolle evenementen georganiseerd, waarvan Roze Zaterdag één van de hoogtepunten was. Dit evenement heeft de prestigieuze 'Event Impact Award' gewonnen.

De vaste formatie is eind 2024 verstevigd. Dat heeft er in 2025 voor gezorgd dat er meer projecten in eigen beheer zijn uitgevoerd. De brede opdracht in samenhang met het beperkte budget, blijft echter een uitdaging. In 2026 zullen dan ook nog scherpere keuzes moeten worden gemaakt.

Na een recordverkoop in 2024, stagneerde de verkoop van de Zaanstore enigszins in 2025. Ondanks minder bezoekers hebben we het jaar positief afgesloten.

De Raad van Toezicht nam eind 2025 afscheid van Tom Krijns. Hij is begin 2026 vervangen door Daphne Hoffman.

De Raad van Toezicht dankt de directeur en de medewerkers van SMZ voor de inzet en betrokkenheid. Het is voor ons fijn te weten dat het werk met zoveel inspiratie, motivatie en creativiteit wordt uitgeoefend. Ook de gemeente Zaanstad bedanken wij voor de plezierige samenwerking.

Met vriendelijke groet,

Ilse Zaai

Voorzitter Raad van Toezicht Stichting Marketing Zaanstreek



CAMPAGNES

Met jaarronde campagnes zet Marketing Zaanstreek zich in om bewoners en bezoekers te verleiden de Zaanstreek te ontdekken. Per campagne wordt continue gezocht naar de juiste cross-mediaal inzet gericht op de betreffende doelgroep. Zo wordt in bewonerscommunicatie meer aandacht besteed aan unieke en nieuwe Zaanse parels en worden bezoekers verleid de verschillende toeristische focusgebieden te bezoeken. Zo dragen we bij aan spreiding van bezoek, meer beleving van kunst en cultuur, trots en zichtbaarheid van lokaal ondernemerschap.

AAN CAMPAGNES IS
€ 67.168
BESTEED.



HIER MOET JE ZIJN!

DOELGROEP: BEWONERS EN REGIONALE BEZOEKERS

De jaarronde ‘Hier moet je zijn’ campagne is gericht op Zaanse inwoners en motiveert hen de leukste plekken in de Zaanstreek te ontdekken. De campagne legt nadruk op verschillende pijlers zoals de Uitagenda, cultuur-bezoek, retail, horeca, recreatie en evenementenbezoek.



DEZE CAMPAGNE IS CROSS MEDIAAL INGEZET MET ZOWEL ONLINE ALS OFFLINE SAMENWERKINGEN.

ESH Buitenreclame: Bereik 58.000, Weergaves: 208.890

Poster verspreiding op 100 locaties (scholen, buurthuizen, bibliotheken, culturele instellingen)

5x column bereik: 540.000

2x uitingen in de regio: oplage 37.400

3x Advertenties Uit de Zaanstreek: oplage 18.000, bereik 54.000.

Uiting Nederlands Dagblad: 275.000 lezers in print en online.

Per december wekelijkse agendatips in Nieuwsblad Zaanstreek: Bereik 281.200 en 35 scans van de dedicates QR code.

Jaarrond vlaggen op 14 locaties in de Zaanstreek

Publicaties in de vitrines van het Stadhuis

4X ADVERTENTIE
NIEUWSBLAD ZAANSTREEK
BEREIK:
376.000

ONLINE EN SOCIAL MEDIA
BEREIK:
349.000
WEERGAVES.

MINIMAAL BEREIK:
1.970.900.

DISCOVER THE ZAAAN REGION

DOELGROEP: DAGBEZOEKERS

Discover the Zaan Region wordt ingezet om internationale inwoners uit de regio of internationale bezoekers die reeds verblijven in de regio voor dagbezoek naar de Zaanstreek te trekken, waarin de vijf toeristische focusgebieden centraal staan. Hierin werken we samen met regionale vakantieparken en campings, Amsterdam&Partners en Dutch Review, een platform gericht op internationale inwoners in de metropoolregio.

In deze campagne maken we gebruik van zowel inzet via print brochures, online blogs op passende websites en in samenwerking met Amsterdam&Partners van Internationale persreizen en PR mogelijkheden.

- Redactionele blogs via een van Nederlands bekendste expat platforms Dutch Review: **4.148 weergaven, 1.377 clicks.**
- IAmsterdam magazine: **2x oplage van 50.000 en bereik van 328.026**
- Internationale persreizen zorgden voor redactionele aandacht in diverse toonaangevende media.
- Expositie 'Polderen' van het Zaan Museum meegenomen in persnieuwsbrief van Amsterdam & Partners: **2.000 internationale perscontacten.**
- Advertentieplaatsing in Le Petit Futé



MJOURNEY - ONTDEK DE ZAANSTREEK

DOELGROEP: NATIONALE DAG- EN MEERDAAGSE BEZOEKERS

Dit jaar is een trial gedaan met mJourney, een specialist in locatie gebaseerde advertentie plaatsing. Potentiële bezoekers werden on- en offline benaderd met advertenties over de Zaanstreek, zoals via Digital Out of Home, Mobile Display, lokale nieuwsbladen en folders. Door samen te werken met een breed scala aan dataproviders kan vervolgens gemeten worden of er na zichtbaarheid van de advertentie binnen drie maanden daadwerkelijk naar de Zaanstreek is afgereisd.

605.000

ADVERTENTIE IMPRESSIES

100.863

UNIEKE BEZOEKERS

9.348

BEZOEKERS IN DE ZAANSTREEK

DE WEEK VAN DE STENEN WINKEL

DOELGROEP: INWONERS EN
REGIONALE DAGBEZOEKERS

Ieder jaar vindt landelijk de Week van de Stenen Winkel plaats. In samenwerking met BIZ Stadshart heeft Marketing Zaanstreek lokale zelfstandige ondernemers in de overige kernwinkelgebieden aangejaagd om mee te doen met dit initiatief. Jaarlijks participeren nu een aantal leuke winkeliers die ook gezamenlijk acties inzetten om meer bezoekers naar de winkels te trekken.

Marketing Zaanstreek besteedde online aandacht aan deze retailers en lokaal ondernemerschap. Hiervoor zijn de reguliere social media kanalen van Stichting Marketing Zaanstreek ingezet.

WEERGAVES
30.900

BEREIK
21.503

BUSINESS TRAVEL & EVENTS

DOELGROEP: ZAKELIJKE
EVENEMENT ORGANISATOREN

Business Travel & Events is een uitgave van het FD Financieel Dagblad. In deze special is aandacht geschonken aan de veelzijdige vergader- en eventlocaties in de Zaanstreek. Denk hierbij aan het Inntel Hotel Amsterdam Zaandam, Taets Art & Event Park en het Kreatief Pakhuis.

OPLAGE
255.000

Zaanstreek – Partner Content

Historische charme en moderne faciliteiten

Een standaard vergaderzaal in een anoniem kantoorgebouw doet vaak weinig voor de sfeer of creativiteit van een bijeenkomst. Toch blijft het voor veel organisaties lastig om een locatie te vinden die zowel professioneel als inspirerend is.

De Zaanstreek is van oudsher een regio van vernieuwing en ondernemerschap. Als bakermat van de Nederlandse maakindustrie heeft dit gebied altijd vooropgelopen in innovatie en vakmanschap. Veel van deze karakteristieke industriële panden zijn met respect voor hun geschiedenis herbestemd tot vergader- en evenementenlocaties. Dit geeft zakelijke bijeenkomsten niet alleen een inspirerende ambiance, maar ook een uniek verhaal dat creativiteit en vooruitgang ademt.

Veelzijdige vergaderlocaties

Van een creatieve brainstorm tot een meerdagse congres, de Zaanstreek biedt een breed scala aan bijzondere vergader- en evenementenlocaties. Ontdek bijvoorbeeld Taets Art and Event Park, gelegen op het monumentale Hembrugterrein. De locatie beschikt over industriële hallen en moderne evenementenlocaties. Dit geeft zakelijke bijeenkomsten niet alleen een inspirerende ambiance, maar ook een uniek verhaal dat creativiteit en vooruitgang ademt.

Perfect bereikbaar

De Zaanstreek ligt op slechts 15 minuten van Amsterdam en is uitstekend bereikbaar per auto en openbaar vervoer, met een directe verbinding vanaf Schiphol. Hierdoor is het een aantrekkelijke bestemming voor nationale en internationale zakelijke bijeenkomsten. De Zaanstreek biedt een combinatie van historie, creativiteit en gastvrijheid – een waardevolle omgeving voor zakelijke bijeenkomsten.

Voor een creatieve setting biedt het Kreatief Pakhuis in Zaandijk een intieme omgeving voor brainstormsessies en workshops. Voor een combinatie van cultuur en zakelijke bijeenkomsten is het Zaantheater, of de Bullekerk, een verrassende optie, waar meetings gecombineerd kunnen worden met een theatervoorstelling of exclusieve catering.



Zaanstreek
Kijk voor meer informatie op www.zaans.nl/vergaderen

Dagje op pad? Pak gewoon de bus!

Uitstapkalender mét gratis acties en kortingen

De bus brengt je snel en goedkoop naar de leukste plekken bij jou in de buurt. Check de uitstapkalender voor activiteiten om in- en uit te stappen. Met gratis acties en kortingen!

WINTERS PURMEREND



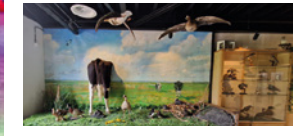
Krijg 50% korting op het 2e ticket voor de schaatsbaan én de 2e chocolademelk met slagroom gratis. De korting geldt op vertoon van deze actie (digitaal of fysiek).

XL KERSTMARKT (PURMEREND)



In Purmerend vind je op 20 december een extra grote kerstmarkt vol gezelligheid. Deze kerstmarkt van Boer&Ambacht is overdekt, op Volume 132A te Purmerend.

ZAANS NATUUR MILIEU CENTRUM



Stadsboerderij en Natuurspeelplaats (Zaandam) Winterjas aan, muts op en lekker naar buiten! Bezoek de Stadsboerderij Darvingspark of de Natuurspeelplaats. Ga naar zmc.nl voor meer informatie en de locaties.

WANDELLEN IN DE HEEMTUIN

Bezoek de bijzondere Heemtuin vol inheemse flora. Je wandelt hier tussen de wilde planten over kronkelige padjes. Er is ook een vijver, bijenstal en een aquarium.

ARTZAANSTAD



Deze galerie en kunsttuin is 50 jaar een begrip op het gebied beeldende kunst. Als nieuwe krijg je nu 15% korting op een kunsttuin en gratis bezorging in Zaanstreek-Waterland.

CAFÉ DE DIJK

Bakkie koffie in Volendam? Bij restaurant de Dijk krijg je een gratis Volendammerkoek bij aankoop van een warme drank.

FOTOTOONSTELLING VEEMARKT PURMEREND



Ontdek de veemarkt van Purmerend door de jaren heen. Samengesteld

Plan je reis op meerplus.nl

Plan je reis op meerplus.nl



Meer inspiratie en voorwaarden? Check pakgewoondebus.nl/ **meerplus** of scan de QR-code.

Zaanstreek-Waterland met **MEERPLUS**

EBS PROMOTIE CAMPAGNE

DOELGROEP: REGIONALE INWONERS

In een speciale campagne om meer regionale inwoners te verleiden gebruik te maken van het openbaar vervoer zette vervoersbedrijf EBS lokale culturele instellingen en evenementen centraal. Marketing Zaanstreek fungeerde hier als verbinder, waardoor het Zaans Museum, ArtZaanstad en Winter Wonderland van de Bullekerk ruimschoots aandacht kregen in de regionale dagbladen.

NIEUWSBLAD
ZAANSTREEK:
94.000

NIEUWSBLAD
PURMEREND:
43.300

NIEUWSBLAD
EDAM-VOLENDAM:
23.500

PROJECTEN MET IMPACT

Naast campagnes werkt Marketing Zaanstreek jaarlijks aan projecten die bijdragen aan versterking en verbinding in de regio, gekoppeld aan onze strategische inzet. Zo koppelen we evenementen en organisaties, maar ook educatie met kunst en cultuur. Een aantal projecten zijn inmiddels structureel geworden en worden vanwege succesvolle impact jaarlijks herhaald.

Naast projecten uit eigen initiatief worden er vanuit het publieke domein tevens extra opdrachten als project bij Stichting Marketing Zaanstreek belegd. Deze dienen te passen binnen de strategie van Marketing Zaanstreek en een bijdrage te leveren aan de begrootte € 11.000 aan netto projectinkomsten.





ZAKELIJK BEZOEK EVENEMENTENLOCATIES, HOTELS, HORECA

In 2025 bouwde Marketing Zaanstreek aan een speciale venuefinder, gericht op zakelijk evenementenbezoek. Nu de techniek staat, zal in 2026 samen met de locaties gewerkt worden aan de juiste marketing en communicatie naar de zakelijke evenementen organisatoren.

RIVIERCRUISEMARKT GEMEENTE ZAASTAD, ONDERNEMERS, CULTURELE INSTELLINGEN, RIVIERCRUISEMAATSCHAPPIJEN

Ook afgelopen jaar zette Marketing Zaanstreek zich in om de riviercruisemaatschappijen te motiveren hun excursies in de Zaanstreek te organiseren. Door het bezoeken van lokale horeca en culturele instellingen kunnen deze bezoekers structureel bijdragen aan het voorzieningen niveau in de Zaanstreek.

Naast de wandelroute vanaf het schip door het Stadshart, met een bezoek aan het Monet Atelier, het Czaar Peterhuisje en de Mail Company of het Zaanse Poffertjeshuis is dit jaar tevens een fietstocht uitgevoerd met een bezoek aan de Westzaanse Zuivelboerderij en een bezoek aan molen de Schoolmeester.

In 2025 brachten bijna 80 riviercruise groepen een bezoek aan het Monet Atelier, wat een goede financiële impuls geeft voor de stichting.

Ter verdere stimulans en het leggen van connecties werd dit jaar samen met de gemeente Zaanstad een bezoek gebracht aan de Donau Schifffahrtconferenz. Marketing Zaanstreek ontwikkelde hiervoor een speciale factsheet met informatie over de aanlegplekken, de huisregels waar de schepen zich aan moeten houden en een voorzet voor het excursieprogramma.

RIVER CRUISES - ZAAAN REGION

MODERN ARCHITECTURE: THE NEO-ZAANSE STYLE

15-hour walk - Start at docking location, no coach needed.

Explore Zaandam's striking blend of tradition and innovation. This guided tour around the station area showcases how architect Speed Speters reimagined the cityscape with the Inverdam project. By incorporating the characteristic features of historical Zaanse houses—ornate gables, vivid colors, and intricate details—the neo-Zaanse architectural style emerged. This tour highlights key landmarks like the Intel Hotel, the City Hall, and the carefully designed residential districts, offering a unique perspective on urban renewal rooted in local heritage.

MONET WALK: A JOURNEY THROUGH TIME

15-2-hour walk - Start at docking location Zaantheater, no coach needed.

Discover the rich yet poignant history of Jewish life in the Zaanstreek. This guided walk through Zaandam's city center sheds light on family businesses, the former synagogue (now a store), and key moments of wartime resistance. Learn about the February Strike of 1941, the Zaanse Schiedler, and how Cook Brummer, the director of Polak & Schwarz, saved Jewish families and employees during World War II. In 2017, he was posthumously honored by Yad Vashem for his courage.

JEWISH HERITAGE WALK

15-hour walk - Start at docking location, no coach needed.

Discover the rich yet poignant history of Jewish life in the Zaanstreek. This guided walk through Zaandam's city center sheds light on family businesses, the former synagogue (now a store), and key moments of wartime resistance. Learn about the February Strike of 1941, the Zaanse Schiedler, and how Cook Brummer, the director of Polak & Schwarz, saved Jewish families and employees during World War II. In 2017, he was posthumously honored by Yad Vashem for his courage.

DE ZAAANSE KAAST FETI

Would you like any further refinements? Feel free to email us at info@zaans.nl.

[ZAANS.NL](https://zaans.nl)

EXCURSION IDEAS ZAAANSTREEK

MODERN ARCHITECTURE: THE NEO-ZAANSE STYLE
15-hour walk - Start at docking location, no coach needed.

Explore Zaandam's striking blend of tradition and innovation. This guided tour around the station area showcases how architect Speed Speters reimagined the cityscape with the Inverdam project. By incorporating the characteristic features of historical Zaanse houses—ornate gables, vivid colors, and intricate details—the neo-Zaanse architectural style emerged. This tour highlights key landmarks like the Intel Hotel, the City Hall, and the carefully designed residential districts, offering a unique perspective on urban renewal rooted in local heritage.

MONET WALK: A JOURNEY THROUGH TIME
15-2-hour walk - Start at docking location Zaantheater, no coach needed.

Discover the rich yet poignant history of Jewish life in the Zaanstreek. This guided walk through Zaandam's city center sheds light on family businesses, the former synagogue (now a store), and key moments of wartime resistance. Learn about the February Strike of 1941, the Zaanse Schiedler, and how Cook Brummer, the director of Polak & Schwarz, saved Jewish families and employees during World War II. In 2017, he was posthumously honored by Yad Vashem for his courage.

DE ZAAANSE KAAST FETI
Would you like any further refinements? Feel free to email us at info@zaans.nl.

[ZAANS.NL](https://zaans.nl)

INDUSTRIAL HERITAGE ALONG THE ZAAAN

15-2-hour bike tour - By bicycle or coach. Tours are available for online booking through the Hembrug Museum.

This bicycle tour following the banks of the Zaan River, tracing the evolution of this region as the first true industrial area in Europe. Pass by historic cocoa factories, 19th- and early 20th-century food industry buildings, and windmills, which were once the driving force of Zaan industry. Witness how former industrial sites have been transformed into modern residential and cultural spaces.

THE HEMBRUG SITE: MILITARY HISTORY MEETS CREATIVITY
1-to 15-hour tour - By bicycle or coach. Tours are available for online booking through the Hembrug Museum.

Hidden behind high fences for over a century, the Hembrug site played a key role in Dutch defense. Established in 1889 as part of the Defence Line of Amsterdam (LIGESCO line), this vast 42.5-hectare area was home to the State Company of Artillery Establishments, producing weapons and ammunition in secrecy. At its peak, 8,500 workers operated in this closed-off world.

Since 2014, the area has undergone a transformation, attracting artists, entrepreneurs, and cultural events. This tour explores the industrial heritage, creative spaces, and future developments of this unique district. The excursion can be done by bike, on foot (with bus transfer), or via boat.

Along the way, you'll also have the opportunity to visit cultural gems like Museum of Humanity, where contemporary art interacts with social issues and ArtZaandam, a platform for local artists and exhibitions. Lab-44, an industrial-style restaurant housed in a former factory building, offers a unique dining experience, serving delicious food in a creative raw setting. Don't miss Bijlend, a cultural hub dedicated to the arts, where you can enjoy exhibitions and grab a coffee. These stops highlight the creative energy that now pulses through the once-military site, blending history with modern-day artistic expression.

[ZAANS.NL](https://zaans.nl)

PROJECTEN IN OPDRACHT

ZAAN FOOD MAKERS

GEMEENTE ZAANSTAD, ZAAANSE INDUSTRIE, ONDERWIJSINSTELLINGEN

Dit jaar maakte vereniging Zaanstad Maakstad enorme stappen. Onder leiding van Stichting Marketing Zaanstreek werden meerdere werksessies met de industrie georganiseerd, waar de herpositionering naar Zaan Food Makers is uitgekomen.

Samen met gemeente Zaanstad en IMOR lanceerden we een uitgebreide video die het verhaal van de maakindustrie in de Zaanstreek verteld en ingezet wordt als lobbymiddel. Hierin is een nauwe samenwerking ontstaan met gemeente Zaanstad, het bestuur en kwartiermaker Marcel Henneman. Marketing Zaanstreek schreef de propositie, verzorgt de communicatie en PR werkgroep, onderhoud de website en communicatiekanalen en denkt strategisch mee over doelstellingen en samenwerkingen.

HOUTBOUW

ARCHITECTEN, BOUWBEDRIJVEN, ONDERWIJSINSTELLINGEN

In opdracht van gemeente Zaanstad realiseerde Marketing Zaanstreek vier videoprofielen over de houtbouw in de Zaanstreek. Hiervoor werden interviews gehouden met onder andere NUNC architecten, Parteon, het Talland College en gemeente Zaanstad.

Doel van de video's is om de Zaanstreek sterker te positioneren op het gebied van vernieuwende houtbouw.

De lancering vindt plaats in 2026, waardoor nog geen bereikcijfers zijn te rapporteren.



TOERISTISCH INFORMATIEBORD WORMERLAND

GEMEENTE WORMERLAND, HISTORISCHE VERENIGINGEN, TOERISTISCH ONDERNEMERS, WORMER WONEN

Afgelopen periode heeft Marketing Zaanstreek voor gemeente Wormerland de monumentale route geüpdatet. Hiervan stond een verouderd toeristische informatiebord op de Veerdijk in Wormer. Dit bord is vernieuwd naar de toeristische huisstijl van de gemeente Wormerland en tevens voorzien van QR codes naar meer wandel- en fietsmogelijkheden in de gemeente.

BEGROOT
PROJECTINKOMSTEN:
€ 11.000,-

REALISATIE
PROJECTINKOMSTEN:
€ 70.000,-

* Totale projectinkomsten inclusief Roze Zaterdag, zie financiële verantwoording.

EVENEMENTEN MET IMPACT

Evenementen zijn essentieel voor beleving van de streek. Het zorgt ervoor dat inwoners elkaar ontmoeten, zorgt voor ontspanning, inspireert en levert daarmee een bijdrage aan zowel maatschappelijke als economische opgaven.

De reguliere evenementen in de Zaanstreek worden door Marketing Zaanstreek communicatief ondersteund, door promotie via de uitagenda, social media kanalen en distributie naar meerdere uit-platformen.

Marketing Zaanstreek vindt dat evenementen die structureel impact maken meer aandacht verdienen en dat die impact waar mogelijk uitgebreid moet worden. Om die reden zijn er een aantal evenementen die we sterker hebben uitgelicht.

ZAKELIJKE EVENEMENTEN

Marketing Zaanstreek stimuleert ook het houden van zakelijke evenementen in de Zaanstreek. Zo is afgelopen jaar samen met Taets Art & Event Center gewerkt aan een leadlist van congressen die passen binnen de strategische thema's van de Zaanse positionering, gericht op houtbouw, de maakindustrie met focus op voedsel en de sociaal culturele cohesie.

ONTWIKKELING

Op eigen vakgebied blijft Stichting Marketing Zaanstreek zichzelf ook continue ontwikkelen door het bezoek aan zakelijke evenementen en congressen, gericht op bestemmingsmanagement, toerisme, evenementen en marketing.





DARWINPARK FESTIVAL

INWONERS, KUNST & CULTUUR, MAATSCHAPPELIJKE INSTELLINGEN

Al een aantal jaar wordt door Yasin Serin en Gerard Lommerse met veel energie het Darwinpark festival georganiseerd. Dit groeit met het jaar en draagt bij aan de sociaal culturele cohesie in een kwetsbare wijk in de Zaanstreek.

Marketing Zaanstreek stimuleerde het Darwinpark festival om in te schrijven voor de Impact Award voor het Nationaal Congres Evenementen, welke zij uiteindelijk ook wonnen. Een mooie en belangrijke erkenning voor hun harde werk om inwoners in de Zaanstreek onderling meer te verbinden en de multiculturele Zaanse samenleving zichtbaar te maken. De winst van deze award zorgde direct voor extra zichtbaarheid rondom het evenement.

DAM TOT DAMLOOP

SPORT, SPORTBEDRIJF ZAA NSTAD,
LE CHAMPION, BIZ STADSHART ZAA NDAM,
HORECA, BEWONERS, BEZOEKERS

De Dam tot Damloop is het grootste hardloopefeest van Nederland. Dit weekend in september bracht wederom 85.000 mensen in beweging en naar de Zaanstreek. Daarnaast trekt de Dam tot Dam by Night en de 10 EM op zondag duizenden supporters.

In samenwerking met Le Champion en de BIZ Stadshart zorgt Marketing Zaanstreek door middel van vlaggen en banieren voor een warm welkom voor sporters en bezoekers. Via het bewonersboekje van Le Champion communiceren we meer over de leukste plekken in de Zaanstreek en na afloop worden via de nieuwsbrief van Le Champion ieder jaar sporters opgeroepen vooral nog een keer terug te keren naar de Zaanstreek.

Via onze eigen social media kanalen is tevens aandacht besteed aan de Dam tot Damloop, met in totaal 46.521 weergaves en een bereik van 12.266.

MEER IMPACT

In samenwerking met het Sportbedrijf Zaanstad, Atletiekverenigingen AV Zaanland en AV Lycurgus, Le Champion en de Atletiekunie is op initiatief van Marketing Zaanstreek een project gestart om de Dam tot Damloop in te zetten om inwoners structureler in beweging te krijgen. Denk aan hardlopen op scholen, sterkere zichtbaarheid van de verschillende hardloopinitiatieven in de streek en structurele oefenrondjes voor de Dam tot Damloop. Aan dit project wordt in 2026 verder gewerkt en tevens opgeleverd.



IN TOTAAL
46.521
WEERGAVES

EEN BEREIK VAN
12.266

OPEN MONU- MENTEN DAG

INWONERS, HISTORISCHE
VERENIGINGEN, BABEL
ARCHITECTUURPLATFORM, HORECA,
CULTURELE INSTELLINGEN

Jaarlijks organiseert Marketing Zaanstreek in opdracht van gemeente Zaanstad de Zaanse invulling van de landelijke Open Monumenten Dag.

Op vrijdag was de officiële opening en netwerkbijeenkomst bij de 2e Verdieping in Magazijn 14, waar wethouder Natasja Groothuismink ongeveer 40 monumenteneigenaren en historische verenigingen bedankte voor hun inzet voor het behoud van ons erfgoed. Na de keynote spreker was er tevens de mogelijkheid om via een rondleiding het pand te bezoeken.

In het weekend zelf openden 58 monumenten hun deuren voor het publiek, waaronder een aantal monumenten die nog niet eerder hadden meegedaan, zoals het theehuis aan de Zaan, de direct over de 200 bezoekers ontving.

Dit jaar waren er tevens gegidste rondleidingen verzorgd via Babel Architectuurplatform.

400
KINDERROUTE-BOEKJES

6.000
FLYERS VERSPREID

HET TOTALE BEREIK:
197.669

6.000
INDIVIDUELE BEZOEKERS

GEMIDDELDE WAARDE-
RING VAN DEELNEMENDE
MONUMENTEN:
7,8

KINDERROUTE

Speciaal voor de jongere doelgroep is de Kinderroute op het Hembrugterrein extra onder de aandacht gebracht, onder andere via de nieuwsbrief van Kidsproof (redactioneel en advertentie). Dit zorgde voor extra online zichtbaarheid in de aanloop naar het evenement. In het weekend zelf zijn alle 400 Kinderroute-boekjes uitgegeven, wat wijst op grote belangstelling. Het routeboekje was ook online te downloaden.

PROMOTIE

Voor de zichtbaarheid van het evenement is gekozen voor een combinatie van offline en online middelen, zoals Nieuwsblad Zaanstad, poster en flyer (6.000 stuks) verspreiding op meer dan 100 locaties via Cultuurreclame en op de monumentenlocaties, advertenties in UitdeZaanstreek en social media advertising. Het totale bereik was 197.669.

RESULTAAT

Niet alle deelnemende monumenten hebben hun bezoekersaantallen doorgegeven. Op basis van de beschikbare gegevens hebben ruim 6.000 individuele bezoekers één of meerdere monumenten bezocht.

Uit de enquête blijkt dat 90% van de respondenten volgend jaar opnieuw wil deelnemen aan Open Monumentendag. De gemiddelde waardering van deelnemende monumenten lag op 7,8.



ROZE ZATERDAG

GEMEENTE ZAA NSTAD, DE ZAA NSE
REGENBOOG, DISCRIMINATIE.NL,
CULTURELE INSTELLINGEN, ZAA NS
BEDRIJFSLEVEN, INWONERS, BEZOEKERS,
MAATSCHAPPELIJKE INSTELLINGEN,
HORECA, HOTELS, KUNSTENAARS

Sinds 2023 is met veel passie en energie gewerkt aan de voorbereidingen voor Roze Zaterdag. Op 28 juni van dit jaar was het zover, Roze Zaterdag in Zaanstad! Een prachtige kleurrijke en zonnige dag waarin we lieten zien dat in Zaanstad iedereen zichzelf mag zijn. Met een stralende zon, ruim 20.000 bezoekers en een roze gekleurd Stadshart kwam het thema 'De Zaanstreek in alle kleuren' volledig tot recht.



IN DIT TRAJECT WAS
MARKETING ZAA NSTREEK
EEN BELANGRIJKE PARTNER.
ONZE STICHTING WAS
VERANTWOORDELIJK VOOR
DE VOLGENDE ONDERDELEN:

- Zitting in de kerngroep
- Meedenken met totale programmering en aanjagen van partners om te participeren en een bijdrage te leveren
- Voorzitterschap en uitvoering van Coming Out Day 11 oktober 2024 met het uitlichten van de molens op de Zaanse Schans
- Voorzitterschap en uitvoering van de werkgroep Communicatie
- Websitebouw, beheer en onderhoud
- Alle communicatie uitingen, zowel online als offline
- Inkoop en vormgeving van alle advertenties, redactionele inzet, advertorials, promo-

- tieflyers, posters en online advertenties
- Vormgeving, redactie en redigeerwerk van alle communicatie uitingen van overige werkgroepen, zoals de jongeren, de kerkdienst, nummers voor de paradevoertuigen, exposities
- Vormgeving en mede creator van de stadsbrede city-dressing, afstemming met producent en podiumbouwer
- Alle social media uitingen, posts, video's en gesponsorde campagnes
- Communicatiemiddelen voor sponsors
- Vastleggen van het evenement door middel van foto- en videografie

RUIM
20.000
BEZOEKERS

2.616.000
WEERGAVEN OP FACEBOOK

548.000
BEREIK OP FACEBOOK

46.000
INTERACTIES OP
FACEBOOK

441.500
WEERGAVEN OP
INSTAGRAM

150.000
BEREIK OP INSTAGRAM

9.600
INTERACTIES OP
INSTAGRAM

RESULTAAT

- Zichtbaarheid op nationale televisie en landelijke nieuwsitems
- Landelijke, regionale en lokale online en offline publicaties
- Artiesten die achterban enthousiasmeren naar de Zaanstreek te komen
- Profilering in nationale magazines voor de doelgroep – bezoekers die potentieel terugkeren door positionering als plek waar je jezelf kunt zijn
- Sterke zichtbaarheid in omliggende gemeenten met veel bezoekers – potentieel terugkerend
- Zaanse Schans als wereldwijd icoon ingezet als symbool van inclusie
- Waarborgen toekomst van Stichting de Zaanse Regenboog door inzet op aanvullende financiering uit het Zaanse bedrijfsleven.
- Door gericht sponsoren te benaderen, werd niet alleen extra financiële steun gerealiseerd, maar ook het lokale draagvlak versterkt.
- Het aantal ambassadeurs voor De Zaanse Regenboog is met 20% toegenomen met merkbaar meer interesse van Zaanse bewoners.
- Jongeren waardeerden het speciale jongerenfeest vanuit Stichting Ontdec, evenals meelopen in de Parade.
- Door verkoop van het T-shirt van Bas Kusters en gerichte toewijzing uit het Roze Zaterdag budget is de nieuwe website en huisstijl voor Stichting de Zaanse Regenboog gerealiseerd.
- Niet queer inwoners zijn langdurig en op laagdrempelige wijze blootgesteld aan positieve representatie van de lhbtq+ gemeenschap, waardoor deze identiteit een vanzelfsprekender onderdeel wordt van het (Zaanse) straatbeeld.
- De gesprekken over diversiteit binnen scholen, verenigingen en bedrijven zijn door het evenement ontstaan en versterkt.



DE ZAANSTREEK IN ALLE KLEUREN T-SHIRT DOOR QUEER KUNSTENAAR BAS KOSTERS

Vanuit de Zaanstore initieerde Marketing Zaanstreek een speciale samenwerking met queer kunstenaar Bas Kusters, die ten tijde van Roze Zaterdag een expositie had in ArtZaanstad. Speciaal voor Roze Zaterdag ontwierp hij een ‘De Zaanstreek in alle kleuren’ t-shirt, dat verkocht werd via de Zaanstore, via de Zaanstore webshop, op de informatiemarkt tijdens Roze Zaterdag en in de expositiewinkel van ArtZaanstad.

Speciaal voor de vrijwilligers werd tevens een “crew” editie ontworpen, die vrijwilligers op Roze Zaterdag droegen. Ook werd het shirt als relatiegeschenk aangeboden.

Door sponsoring van WE fashion van de t-shirts kon met de verkoop een bijdrage gerealiseerd worden voor Stichting de Zaanse Regenboog. Op de nieuwjaarsbijeenkomst van 2026 kon Anneke het bestuur een voucher overhandigen van € 1.750,-, wat de nieuwe huisstijl en website van de Zaanse Regenboog mede mogelijk heeft gemaakt.



KUNST & CULTUUR

Kunst en cultuur verrijken het leven. Beleving van kunst en cultuur stimuleert de mentale en fysieke gezondheid en reduceert stress, waardoor het welzijn van inwoners wordt vergroot. Marketing Zaanstreek maakt zich dan ook hard voor brede kunst en cultuur beleving in de Zaanstreek.

Er is een groot en breed aanbod, verspreid over de streek. Doordat het aanbod in de Zaanstreek gedecentraliseerd is vergroot het ook de leefbaarheid in verschillende wijken. Marketing Zaanstreek maakt dit aanbod zo breed mogelijk zichtbaar, via verschillende kanalen.

Dat doen we allereerst binnen onze bewonerscampagnes, op de Agenda pagina van onze website en via social media activatie.

Tevens spraken we dit jaar in het Zaantheater met meerdere culturele instellingen over een mogelijke gezamenlijke campagne. Dit heeft geresulteerd in een marketing communicatie overleg van de betrokken culturele instellingen waarvan de eerste sessie in 2026 plaatsvindt.



DISTRIBUTIE UITDATA

CULTURELE INSTELLINGEN,
EVENEMENTEN
ORGANISATOREN,
MEDIAPARTNERS

Met het aanleveren van de culturele uitdata zet Marketing Zaanstreek de data niet alleen op de eigen agenda, maar distribueert die ook naar meerdere (media) partners, om het totale bereik van de uitagenda te vergroten. Via verschillende API connecties worden onze samenwerkingspartners op de hoogte gehouden van alle uitdata uit de Zaanstreek.



UIT DE ZAANSTREEK

STICHTING UITDEZAANSTREEK,
CULTURELE INSTELLINGEN,
HORECA, ERFGOED, INWONERS

Per 1 januari 2025 verscheen het Uit de Zaanstreek magazine in de huisstijl van Stichting Marketing Zaanstreek. De opdracht vanuit de gemeente Zaanstad om het magazine uit te brengen is bij Stichting Marketing Zaanstreek belegd en wordt in samenwerking met Stichting UitdeZaanstreek uitgevoerd, waar de redactionele rol en inbreng de verantwoordelijkheid is van Marketing Zaanstreek en de uitvoering, vormgeving, advertentieverkoop en verspreiding bij Stichting Uit de Zaanstreek.

Met deze samenwerking zorgt Marketing Zaanstreek voor één herkenbaar platform en uitstraling voor het aanjagen van bezoek aan kunst en cultuur. Tevens is het magazine uitgebreid met redactionele artikelen, zoals 'Trots op je wijk', waar iedere maand een andere Zaanse wijk wordt uitgelicht, 'Cultuur & Recreatiespot', 'Wonen en Werken in een monument' en 'Uitstraling'. Door deze artikelen wordt het magazine beter gelezen en geven we tevens meer richting aan het brede Zaanse uit-aanbod.

Het magazine verschijnt 11 keer per jaar en wordt maandelijks op meer dan 500 locaties in de Zaanstreek verspreid met een bereik van 15.000 lezers per editie.



SMOOTHIEWINKEL ROZENGRACHT

SHAKE IT UP

Sinds augustus heeft Zaandam er een heerlijke hotspot bij: 'Shake It Up' aan de Rozengracht. De winkel is het initiatief van Karam Amin (28), die tien jaar geleden vanuit Syrië naar Nederland kwam. 'Zaandam heeft mij destijds met open armen ontvangen. Met Shake It Up wil ik iets terugdoen voor de stad,' vertelt hij.

Bij Shake It Up draait alles om vers, puur en verrassend. Geen kunstmatige toevoegingen, maar ter plekke bereide shakes, smoothies, fruitbowls en sandwiches met Midden-Oosterse ingrediënten. Elke week staat er bovendien een creatieve 'Shake van de Week' op het menu, bedacht door Karam zelf.

Als het hier lukt, lukt het overal
'Mijn leven is altijd een achtbaan geweest, vol hoogte- en dieptepunten. Gelukkig bleef ik positief met mijn motto: keep it up!'

Met Shake It Up wil ik mensen blij en gezond maken. Na zijn komst uit Syrië leerde Karam eerst de taal, volgde opleidingen en werkte in verschillende banen. Toch bleef één droom terugkomen: een eigen zaak openen waar hij zijn passie voor vers fruit kon delen. Zijn ideale werkdag begint om 6.00 uur met fruit inkopen in Amsterdam, gevolgd door een bakje koffie bij de Koffiezaak in Zaandam. Daarna trekt hij het terras buiten en vult de vitrine. Het liefst ontvangt hij de hele dag klanten voor shakes, smoothies, sandwiches en fruitbowls. Karam weet waar hij aan begint, hij zegt: 'De gemiddelde Zaanster is kieskeurig. Als het hier lukt, lukt het overal.' Tevens heeft hij een geweldige droom; dat er ooit 'Shake It Up' winkels zijn op alle stations in Nederland.

VERF, FRIS EN LEKKER

Wat Shake It Up uniek maakt, is de beleving: je ziet hoe je drankje voor je neus wordt klaargemaakt met seizoensfruit dat Karam dezelfde ochtend nog inkocht. De reacties zijn enthousiast: Zaanster, regiobezoekers én toeristen weten de zaak al te vinden. Met een stempelkaart spaar je voor een gratis shake.

Tip: neem dit artikel mee en krijg 10% korting!

Openingstijden:
Dinsdag t/m zaterdag
van 10.00 - 18.00 uur
Zondag van 12.00 - 18.00 uur
Tel. 06-84494530



Shake It Up
Rozengracht 36,
1506 SG Zaandam



SAMENWERKING NIEUWSBLAD ZAANSTREEK

RODI MEDIA, CULTURELE
INSTELLINGEN,
EVENEMENTENORGANISATOREN

In december 2025 startte Marketing Zaanstreek in samenwerking met Rodi Media een speciale uitladder in het Nieuwsblad Zaanstreek, dat huis aan huis wekelijks verspreid wordt met een bereik van 70.000 per editie.

In deze uitladder wordt een breed scala aanbod van kunst en cultuur, evenementen en recreatie aan de Zaanse inwoners gecommuniceerd.

DEZE WEEK IN DE ZAANSTREEK...

BABYGIRL
LOCATIE: FILMTHEATER DE FABRIEK

ZA 11/01

WETENSCHAPSCURSUS 8-12 JAAR
LOCATIE: HEMLAB BARNEGAT 68

ZA 11/01

ZAAJS NEXT GEN
LOCATIE: PODIUM DE FLUX HEMKADE 48

ZA 11/01

FREEK DE JONGE

70 12/01

NETWERK EN VERBINDING

Citymarketing én citymaking, doe je niet alleen. Dat doe je samen met de streek. Om die reden is het faciliteren en aanjagen van netwerken en het leggen van onderlinge verbindingen één van de belangrijkste pijlers van Stichting Marketing Zaanstreek.

Dit doen we faciliterend door bijeenkomsten te organiseren voor ons brede partnernetwerk, door workshops te organiseren en bredere thematische bijeenkomsten zoals de Opening van het Toeristisch Seizoen.

Ook wordt Marketing Zaanstreek regelmatig als spreker gevraagd door andere ondernemersverenigingen of netwerkorganisaties.



PARTNERNETWERK MARKETING ZAANSTREEK

ZAANS BEDRIJFSLEVEN, CULTURELE
INSTELLINGEN, TOERISTISCH
ONDERNEMERS, HORECA, HOTELS.

Het partnernetwerk van Marketing Zaanstreek is van essentieel belang voor de stichting. Niet alleen bouwen zij letterlijk mee aan de Zaanstreek, maar door hun financiële inbreng ook aan onze draagkracht, draagvlak en impact.

IN 2025 DROEG HET ZAANS
BEDRIJFSLEVEN

€ 67.100

BIJ AAN STICHTING MARKETING
ZAANSTREEK, VERSUS EEN
BEGROTING VAN

€ 72.500,-



Partner in de bouw



PARTNER BIJEENKOMSTEN

LUNCHSESSIE MET BURGEMEESTER HAMMING & ALBERT HEIJN

Voor 45 partners organiseerde Marketing Zaanstreek in Havenrestaurant Nauerna een lunchsessie onder leiding van burgemeester Jan Hamming over Diversiteit en Inclusie in de Zaanstreek. Vanuit Albert Heijn werd een keynote gehouden over dit thema binnen Ahold Delhaize, waarna de partners in gesprek gingen over het thema en de actualiteiten binnen hun eigen organisatie.



Groepsfoto partnerreis
Rotterdam



Burgemeester Jan Hamming en Anneke Wijdogen-Vis bij
de burgemeester lunch in Havenrestaurant Nauerna.

PARTNERREIS ROTTERDAM

Op 31 oktober vertrokken 17 partners onder leiding van burgemeester Jan Hamming naar Rotterdam, waar we inspiratie opdeden over gebiedsontwikkeling, herpositionering van wijken en de inzet van kunst en cultuur bij gebiedstransformaties.

Na een uitgebreide kennismaking in de bus waren we te gast bij Rotterdam & Partners die meer vertelden over hun aanpak en netwerk. Vervolgens gingen we op pad voor een rondleiding rondom het stationsgebied in het teken van gebiedsontwikkeling. Na de lunch brachten we een bezoek aan het nieuwe Fenix Museum over migratie, gevolgd door een architectuurrondleiding met aandacht voor transformatie van gemengde woon- en winkelgebieden. De dag werd afgesloten met een netwerkborrel bij Hotel New York.

Tijdens de reis zijn nieuwe verbindingen gelegd en werd nog veel na gesproken over de kansen voor de Zaanstreek.



Gezelschap bij de Burgemeester lunch
in Havenrestaurant Nauerna.



Rondleiding partnerreis Rotterdam

OPENING TOERISTISCH SEIZOEN

ZAMU, TAETS ART & EVENT PARK,
ARTZAANSTAD, MUSEUM OF HUMANITY,
BIJ BIND, LAB 44, JASPER KRABBÉ

Dit jaar traptten we het toeristisch seizoen af op het Hembrugterrein. Na een introductie over de activiteiten van Marketing Zaanstreek door Anneke volgde een inspirerende rondleiding van Jasper Krabbé door het nog te openen ZAMU op het Hembrugterrein. De 143 aanwezigen gingen vervolgens uiteen in vier groepen, waar zij op verschillende locaties werden bijgepraat over nieuwe projecten, woordkunst, aanbod aan kunst en cultuur en bezoekersdata.

Wethouder Stephanie Onclin opende de netwerkborrel in LAB44 met de toeristische insteek en verwachtingen vanuit gemeente Zaanstad, waarna nog vele nieuwe onderlinge kennismakingen volgden. Zo versterken we het Zaanse netwerk door het delen van kennis en expertise, maar ook door nieuwe ontmoetingen en het ontdekken van de eigen streek.



DIT JAAR
ONTVINGEN WE

130
ZAANSE ONDER-
NEMERS, MAKERS,
INSTELLINGEN EN
BEDRIJVEN IN HET
ZAANTHEATER.



MARKETING ZAANSTREEK PRESENTS

ZAANTHEATER, CULTURELE MAKERS, ZUIVER

Jaarlijks presenteert Marketing Zaanstreek haar plannen voor het komende jaar tijdens een brede bijeenkomst. Dit jaar ontvingen we 130 Zaanse ondernemers, makers, instellingen en bedrijven in het Zaantheater.

Na een prachtige opening van zangeres Kyara Hollingsworth gaven Wethouder Stephanie Onclin en Anneke een dubbelinterview over de ontwikkelingen op economisch en toeristisch gebied in de Zaanstreek. Keynote spreker Olaf Vugts nam ons mee door het onderwerp 'storytelling' en hoe hij dit toepaste in de Efteling om vanuit perspectief van verschillende doelgroepen naar het aanbod te kijken.

De bijeenkomst werd afgesloten met een gezellige netwerkborrel.



WORKSHOP STORYTELLING

IMOR, STUDIO ZUKS

Op 31 mei organiseerde Marketing Zaanstreek in samenwerking met IMOR een workshop Storytelling. Tijdens deze bijeenkomst gingen 22 geïnteresseerden met elkaar aan het werk om storytelling beter in te passen in hun eigen organisatie. Door middel van een spoedcursus werden zij tevens gevraagd hun eigen verhaal te ontwikkelen, waardoor concrete handvaten gegeven werden.

SUMMERSCHOOL GEMEENTE ZAANSTAD

GEMEENTE ZAANSTAD

Op uitnodiging van gemeente Zaanstad gaf Marketing Zaanstreek inhoud aan twee summerschool bijeenkomsten voor ambtenaren van de gemeente Zaanstad.

24

deelnemers

Anneke gaf aan 24 deelnemers een presentatie in de Raadszaal over de activiteiten van Marketing Zaanstreek en hoe beslissingen die gemaakt worden op het Stadhuis invloed hebben op onze activiteiten.

23

ambtenaren

Nienke nam 23 ambtenaren mee voor een influencertrip door de Zaanstreek en vertelde welk verhaal Marketing Zaanstreek aan onze media influencers meegeeft. Hiermee ontdekten ambtenaren niet alleen nieuwe plekken in de Zaanstreek, maar werden zij ook geïnspireerd door het verhaal gebaseerd op ons Zaanse DNA.



ZAANSE SPORT- VERKIEZINGEN

SPORTBEDRIJF ZAANSTAD

Al een aantal jaar werken Sportbedrijf Zaanstad en Stichting Marketing Zaanstreek samen aan de Zaanse Sportverkiezingen. Anneke maakt deel uit van de jury. Daarnaast verzorgt Marketing Zaanstreek alle promotiefilmpjes voor de genomineerde sporters en legt het evenement vast met foto- en video verslaggeving.

120

geïnteresseerden

Dit jaar waren ruim 120 geïnteresseerden aanwezig in het Zaantheater.

VERENIGING VAN ZAANSE VAST- GOEDEIGENAREN

BIZ STADSHART ZAANDAM, ZVVE

Begin 2025 werd de Vereniging voor Zaanse Vastgoedeigenaren opgericht. Met deze vereniging zal mede invulling gegeven worden aan een de positionering van het Stadshart, de ontwikkeling daarvan en invulling gegeven worden aan de Plintenstrategie.

Tijdens de bijeenkomst gaf Anneke een presentatie over de trends en ontwikkelingen en bezoekersaantallen in het Stadshart. Er waren 30 vastgoedeigenaren aanwezig.

30

vastgoedeigenaren

ONLINE ONTWIK- KELINGEN

In een jaar waarin AI structureler zijn intrede deed zien we online direct een aantal verschuivingen waar Marketing Zaanstreek op heeft ingespeeld.

WEBSITE

Er spelen grote veranderingen op het gebied van vindbaarheid en AI. In 2025 heeft Google aangekondigd over te gaan op AI-First. Dit betekent dat gebruikers van het platform eerst een AI-resultaat te zien krijgen in plaats van de link naar jouw website. Dit resulteert logischerwijs in een daling in het aantal clicks naar de website. Deze trend zet in 2026 door. Hierdoor wordt het steeds belangrijker om gebruikers te trekken met lay-out, beeldmateriaal en sfeer.

Hier is op ingespeeld met de aanschaf en implementatie van een blogmodule in Q4. In de blogs geven we antwoord op zoektermen als “de leukste uitjes in de Zaanstreek”, waardoor AI de website ziet als waardevolle bron. Dit heeft te maken met het EEAT-model, waarin de afzender van de informatie steeds belangrijker wordt. Ook helpen blogs om meer informatie te kunnen geven over bepaalde onderwerpen, zonder dat daar aparte pagina's voor aangemaakt moeten worden.

Afgelopen jaar is tevens geïnvesteerd in de meertaligheid van de website. Deze is nu volledig beschikbaar in het Engels, Duits en Spaans, waarmee met name de Engelstalige pagina sterker wordt bezocht.

Voor de zakelijke evenementen positionering is geïnvesteerd in een venuefinder, die in 2026 wordt opgeleverd.

Vanwege de nodige ontwikkelingen is bijna

€ 3.500

meer uitgegeven aan de website dan begroot.

WEBSITE BEZOEK

Aantal bezoekers:

85.000

(inclusief 19.358 Roze Zaterdag website)

Aantal pagina's per gebruiker:

3.3

Gemiddelde gebruiksduur:

1.10
minuten

Organic search:

55%

Percentage direct:

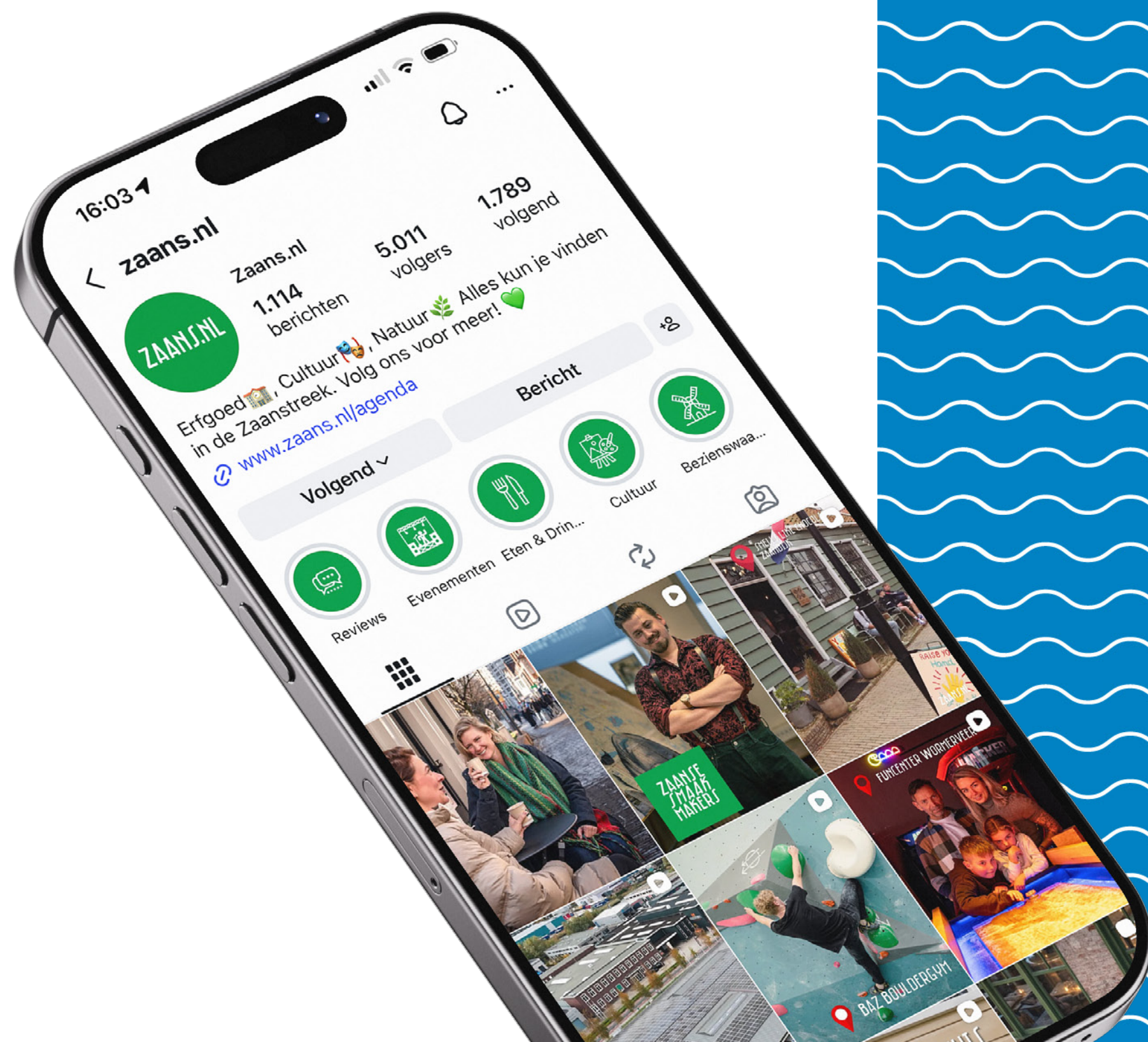
22.55%

MEEST BEZOCHTE PAGINA'S ZONDER ROZE ZATERDAG

1. Agenda
2. Homepage
3. Zaanse Schans
4. Homepage Engelstalig
5. Zien & Doen

SOCIAL MEDIA

Het publiek op de traditionele social media kanalen als Facebook en Instagram verouderd. Ook het gebruik van social media verandert. Jongeren gebruiken de kanalen niet alleen maar om met elkaar te communiceren, maar ook als zoekmachine. Om die reden evalueren we sterk welke content we via welk medium verspreiden, evenals de vorm.



FACEBOOK

Aantal volgers:

14.620
(+1,7%)

Na de testen van video's op Facebook in 2024, hebben we er in 2025 weer voor gekozen om vooral foto's te delen via ons kanaal. Facebook volgers 'engagen' sterker met voor hen herkenbare plekken.

De grootste doelgroep ligt tussen de 55 - 65+ en bestaat voornamelijk uit vrouwen

INSTAGRAM

Aantal volgers:

4.925
(+14,5%)

Op Instagram zijn in 2025 vooral locatievideo's gedeeld. Deze worden goed ontvangen. Dit wordt versterkt door de gedeelde posts met de locaties. Zo wordt kruisbestuiving gecreëerd. Om de aantrekkelijkheid van de accountpagina te behouden wordt filmmateriaal gecombineerd met filmische foto's.

De grootste doelgroep valt binnen de 35 - 54 en bestaat voornamelijk uit vrouwen

LINKEDIN

Aantal volgers:

1.050
(+15%)

LinkedIn is gericht op het zakelijk netwerk van stakeholders in de streek. Hierop worden onze wekelijkse activiteiten gedeeld die niet als afzonderlijke post worden geplaatst. Daarnaast plaatsen we content van belangrijke afspraken en evenementen, evenals reposts over ontwikkelingen uit ons netwerk.

ZAANSTORE

De VVV Zaanstore is nog altijd dé plek van fysiek gastheerschap. Hier verwelkomden we ook dit jaar weer bijna 71.000 bezoekers om te voorzien van toeristische informatie of een souvenir van een echte Zaanse Maker.

Het eerste half jaar hebben we een sterke daling gezien in het aantal bezoekers, evenals de omzet en bijbehorende marge. Dit kunnen we spiegelen aan de daling van de bezettingspercentages in de hotels. Ook was het door personele uitdagingen niet mogelijk om 2,5 dag geopend te zijn, waaronder tweede Pinksterdag, wat traditioneel een bijzonder drukke dag is.

Mede dankzij een ontzettend goede zomer en sterke decembermaand heeft de Zaanstore ondanks een daling in bezoekers versus 2024, maar nog steeds een stijging van 15.000 bezoekers versus 2023, een positief resultaat behaald op omzet en marge.

Onder bezoekers blijven producten als magneten en sleutelhangers populair. Als tweede 'product' staat tevens de informatie aanvraag. Dat betekent dat bezoekers om toeristische informatie hebben gevraagd, maar geen aankoop hebben gedaan. Dit bewijst het belang van een fysiek gastheerschapspunt in het centrum van het Stadshart.

BEZOEKERS:
70.714

= -11.611 versus 2024

OMZET:
€ 169.068

= +2,9% versus 2024

MARGE:
€ 70.630

= +8,4% versus 2024

TOP 5 VERKOCHTE PRODUCTEN

1. Magneet Intel
2. Informatie aanvraag
3. Mini tube Mayo
4. Magneet comic Letters
Holland tulpen
5. Magneet MDF Holland



FINANCIEEL VERSLAG



Zaanstore

Ondanks dat het eerste half jaar uitdagend was voor de Zaanstore heeft het tweede half jaar dit goed gemaakt. Mede dankzij een goede zomer en extra kerstpakket aanvragen is een hogere omzet van zo'n € 13.500 behaald. Het brutomarge resultaat kwam €18.500 hoger uit dan begroot. Het verschil in personeelskosten zit hem in bijdrage vanuit de verzekering vanwege langdurige afwezigheid van de Zaanstore manager, welke uren voornamelijk door goedkopere krachten en door ureninzet van de directeur-bestuurder zijn opgevangen.

HET BRUTOMARGE
RESULTAAT KWAM

€18.500

Hoger uit dan
begroot.

Inkomsten

Gemeente Zaanstad	€ 149.319	€ 149.027
Omzet verkopen	€ 155.535	€ 169.068
Totaal inkomsten	€ 304.854	€ 318.095

Begroting

Realisatie

Uitgaven

Kosten omzet verkopen	€ 103.388	€ 98.438
Personeelskosten Zaanstore	€145.903	€ 132.877
Huisvestingskosten	€ 19.810	€ 30.193
Administratie/financien	€ 14.308	€ 15.084
Verkoopkosten	€ 6.766	€ 6.519
Kantoor- en algemene kosten	€ 10.388	€ 12.873
BTW nadeel	€ 4.292	€ 6.000
Vennootschapsbelasting		€ 3.059
Totaal uitgaven	€ 304.854	€ 305.043

Exploitatieresultaat

€ -0

€ 13.052



MARKETING ZAANSTREEK

De partnerbijdragen vanuit het bedrijfsleven zijn € 4.000 lager uitgevallen dan begroot. De projectinkomsten daarentegen dekken dit verschil. Door het uitvoeren van een aantal projecten in eigen beheer, zoals het maken van de houtbouw video’s, zijn de projectinkomsten flink overschreden. Het grootste aandeel hiervan is echter ontstaan door Roze Zaterdag, waar Marketing Zaanstreek de gehele Marketing Communicatie voor op heeft gepakt en in 2025 ruim 600 uren vanuit het eigen team aan heeft besteed.

De Out of Pocket kosten voor Kunst & Cultuur zijn lager uitgevallen dan begroot, doordat de cultuurcampagne “Cultuur blijft bij je” in uitvoering is doorgeschoven naar 2026. Omdat Open Monumenten Dag dit jaar voor het eerst in eigen beheer is gedaan zijn en in dit overzicht enkel de out of pocket kosten zijn meegenomen en niet de personeelskosten valt ook deze post lager uit dan begroot.

Door hogere opkomsten bij tijdens Opening Toeristisch Seizoen en Marketing Zaanstreek Presents zijn met name de cateringkosten binnen onze events hoger uitgevallen dan begroot. Tevens is dit jaar extra de zeer gewaardeerde partnerreis georganiseerd wat extra kosten met zich meebracht.

Met het implementeren van de meertalige website (Engels, Duits en Spaans) en het aanschaffen van de venuefinder voor de zakelijke bezoekersmarkt zijn ook de kosten van de website hoger bijna € 3.500 hoger uitgevallen.

De overschrijding in de organisatiekosten wordt gedomineerd door de stijging van de huurprijs met 6% die pas in het voorjaar van 2025 bekend werd gemaakt. Door inzet op beveiliging van gegevens en de vervanging van een laptop die niet begroot was zijn tevens de IT kosten met ruim € 5.000 overschreden. Hierin zit ook de barterovereenkomst met CCare opgenomen.

Met de overgang naar de productbegroting en de invoering van het urenregistratiesysteem en de rapportage daarvan is tevens meer gebruik gemaakt van advies van de accountant, waardoor ook de accountantskosten met bijna € 5.000 overschreden zijn.

Alle overschrijdingen zijn gedekt door de projectinkomsten, welke zoals aangegeven voor een groot deel in eigen beheer zijn uitgevoerd. Dit heeft echter wel geresulteerd in een totale onbetaalde urenoverschrijding van ruim 320 uur. Dit heeft gezorgd voor grote werkdruk bij het team van Marketing Zaanstreek waardoor dit voor de toekomst geen houdbare situatie is.

De gemaakte winst zal daarom gealloceerd worden in een bestemmingsreserve ten behoeve van de inhuur van extra personele bezetting en inzet op de noodzakelijke digitale transitie in verband met de invoer van AI.

INKOMSTEN	BEGROTING	REALISATIE
Gemeente Zaanstad	€ 413.559	€ 412.750
Gemeente Zaanstad - erfgoed	€ 25.550	€ 25.500
Gemeente Zaanstad - kunst & cultuur	€ 25.550	€ 25.550
Eemalig extra inzet kunst & cultuur	€ 10.000	€ 10.000
Jaarbijdragen partners	€ 72.500	€ 67.100
Projectinkomsten	€ 11.000	€ 70.018
Totaal inkomsten	€ 558.159	€ 610.868

UITGAVEN	BEGROTING	REALISATIE
Campagnes	€ 66.397	€ 67.168
Kunst & cultuur	€ 28.000	€ 23.400
Erfgoed	€ 15.500	€ 11.367
Evenementen	€ 4.000	€ 1.100
Personeelskosten	€ 302.982	€ 298.994
Bijeenkomsten/Netwerkevents	€ 25.500	€ 31.727
Zaans.nl	€ 17.000	€ 20.405
Organisatiekosten	€ 79.538	€ 94.301
Onderzoek & monitoring	€ 4.500	€ 3.850
Overige lasten	€ 3.500	€ 5.229
BTW nadeel	€ 11.242	€ 10.831
Vennootschapsbelasting	€ -	€ 8.340
Totaal uitgaven	€ 558.159	€ 576.712

Exploitatieresultaat	€ 0	€ 34.156
----------------------	-----	----------

ROADMAP

De in de meerjarenstrategie opgenomen Roadmap geeft richting aan de activiteiten van Stichting Marketing Zaanstreek.

IN 2025 IS HIER DE VOLGENDE REALISATIESLAG OP GEMAAKT:

TYPE ACTIVITEIT	THEMA	ACTIVITEIT	STATUS
Strategisch	Maakindustrie	- Plan maken met Maakindustrie	Afgerond
		- Initiëren van activiteiten	Afgerond
Strategisch	Houtbouw	- Plan maken Houtbouw	Gestart
		- Oriëntatie mogelijkheden events	Afgerond
Strategisch	Cohesie	- Buurtrun Dam tot Damloop	Gestart
		- Roze Zaterdag	Afgerond
Versterkend	Bewoners	- Uitagenda vernieuwen	Afgerond
		- UitdeZaanstreek vernieuwen	Afgerond
		- Aanbod UitdeBuurt	Afgerond
Versterkend	Bedrijven	- Plan relatie Maakindustrie & Bewoners	Gestart
		- O.v.b. Activeren Werken in de Zaanstreek (AMAZ)	Afgerond
Versterkend	Bezoekers	- Communicatie kunst & cultuur aanbod	Gestart
		- PvA aantrekken nationale bezoekers en verbeterde bezoekerservaring	Gestart
		- Open Mounumenten Dag	Afgerond
Algemeen	Rapportage	- Nieuwe rapportage algemeen	Afgerond
		- Vaststellen benodigde onderzoeken	Afgerond

KPI OVERZICHT

In 2025 is in samenwerking met de gemeente Zaanstad gewerkt aan een aangepast KPI overzicht. De nieuwe KPI's zijn in het Bestuurlijk Overleg van 6 november 2025 vastgesteld. Omdat nog niet alle onderzoeken ter meting van de KPI's zijn afgerond, is op enkele KPI's nog geen nulmeting gerealiseerd.

KPI STATUS 2025

KPI	MEETINSTRUMENT	TARGET 2025	RESULTAAT 2025	STATUS
Merkbekendheid op focusthema's	Talkwalker/Zaanpeiling	Niet vastgesteld		
Imago Zaanstreek in de media	Talkwalker	Niet vastgesteld		
Bekendheid Zaans bedrijfsleven	SMZ	10 activiteiten	28 activiteiten	Behaald
Bekendheid Zaanse horeca en beeldbepalende evenementen	SMZ	10 activiteiten	34 activiteiten	Behaald
Afwisselend aanbod aan activiteiten	Beerda Merkanalyse	8%	8%	Behaald
Goed aanbod van culturele festivals / evenementen	Beerda Merkanalyse	6%	6%	Behaald
Goede horeca- en uitgaansmogelijkheden	Beerda Merkanalyse	13%	13%	Behaald
Bezoekintentie Zaanstad	Beerda Merkanalyse	13%	13%	Behaald
Promotie Uitagenda	SMZ	20.000 bezoekers	19.956	Niet behaald
	SMZ	70.000 weergaven	72.629	Behaald
Bekendheid Open Monumenten Dag	SMZ	150.000 bereik	197.669 bereik	Behaald
Promotie cultureel aanbod	SMZ	25 activiteiten	74 activiteiten	Behaald
Samenwerking & Verbinding	SMZ	3 bijeenkomsten	9 bijeenkomsten	Behaald
Zakelijke evenementen	SMZ	4 activiteiten	4 activiteiten	Behaald
	SMZ	250.000 bereik	255.000	Behaald
Promotie Toeristische Focusgebieden	SMZ	10 activiteiten	35 activiteiten	Behaald
	SMZ	1.000.000 bereik	1.359.862	Behaald
Promotie Meerdaagse activiteiten	SMZ	10 activiteiten	14 activiteiten	Behaald
	SMZ	500.000 bereik	774.799	Behaald

ORGANISATIE

Stichting Marketing Zaanstreek is een publiek-privaat stichting die zich inzet om de Zaanstreek te positioneren als de plek waar je wilt zijn. Of je er nu woont, werkt of de streek bezoekt, dit is de plek waar het gebeurt en waar je jezelf en de streek mede kunt ontwikkelen.

MISSIE

Als Stichting Marketing Zaanstreek geven wij richting aan de ontwikkeling van de meest aantrekkelijke streek in Nederland. Met lef en creativiteit bevorderen we verbinding en vernieuwing binnen ons gebied. Door dit te doen maken we de Zaanstreek tot de plek waar je wilt zijn.

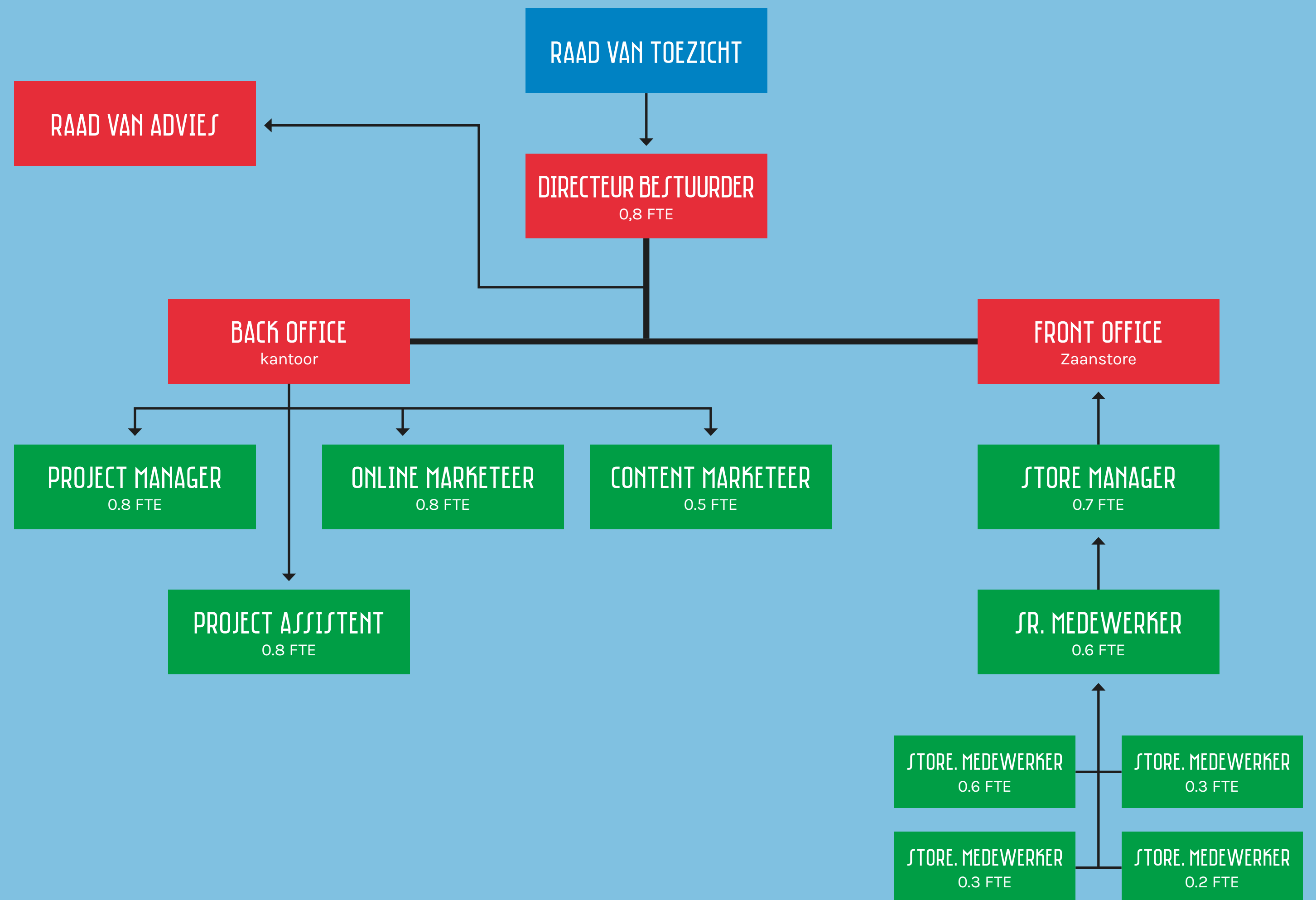
TEAM

Het team van Marketing Zaanstreek bestaat uit 3,7 FTE op kantoor en is in de VVV Zaanstore in het hoogseizoen 7 dagen per week geopend verdeeld over 2,7 FTE.





ORGANOGRAM MARKETING ZAA NSTREEK



RAAD VAN TOEZICHT

De Raad van Toezicht heeft tot doel de directeur bestuurder te controleren en alert te houden op de gekozen richting. De Raad van Toezicht adviseert waar nodig en houdt vinger aan de pols bij de gemeente en de partners over het sentiment over Marketing Zaanstreek.

De Raad van Toezicht bestond in 2025 uit:

- Ilse Zaal – Voorzitter (1e termijn)
- Tom Krijns – Lid (2e termijn)
- Rob Berkhout – Lid (1e termijn)

RAAD VAN ADVIES

De Raad van Advies bestaat uit verschillende Zaanse stakeholders die op persoonlijke basis zitting nemen in de raad. Zij voorzien de directeur-bestuurder van gevraagd en ongevraagd advies tijdens één op één gesprekken, maar ook tijdens sessies die minstens 1x per jaar georganiseerd worden, om over een specifiek thema door te praten.

De Raad van Advies is in 2025 uitgebreid met Yasin Serin als nieuw lid, om op het thema Sociaal Culturele Cohesie te kunnen adviseren.

Angelique	Finkers	Zaantheater
Kenz	Tates	Taets
Robert	de Joode	Kuijs Reinder Kakes
Marcel	van den Berge	Forbo
Sultan	Kara	Rabobank
Mark	Lankveld	Best Western Zaan Inn
Lilian	Radder	bewoner
Maarten	van der Meer	Stichting Zaanse Schans
Marieke	Verweij	Zaans Museum
Martin	Bergsma	De Koffiezaak
Yasin	Serin	Darwinpark Festival

BIJeenkomsten Raad van Advies

De Raad van Advies kwam in 2025 twee keer bij elkaar.

In het Inntel Hotel Amsterdam Zaandam kwamen 10 leden bijeen om naar aanleiding van de meerjarenstrategie te spreken over nieuwe samenwerkingspartners voor de stichting en de rol van de Raad van Advies zelf.

Dit najaar waren we met de leden te gast bij de Rabobank, waar het gremium advies gaf op het activiteitenplan van Stichting Marketing Zaanstreek voor 2026.



JAARVERSLAG STICHTING MARKETING ZAANSTREEK 2025

info@zaans.nl

Stichting Marketing Zaanstreek
Westzijde 178h
1506 EK ZAANDAM

ZAANS.NL

