Bureau Toerisme Laag Holland

Toeristische marketing, promotie & advies

Jaarverslag 2020

laag holland

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Totaal bereik	4
Eigen campagnes en projecten	5
Online marketing	8
Promotie via partners	9
Overige informatievoorziening	10
Free publicity	12
Beurzen	13

Voorwoord

Beste stakeholder van Bureau Toerisme Laag Holland,

Het jaar 2020 was een uitdagend jaar. De directeurswissel, de benodigde digitale ontwikkelingen en in het bijzonder de uitbraak van COVID-19. Het virus heeft de wereld letterlijk in zijn greep en hoewel deze pandemie grote invloed heeft op vele sectoren, is de recreatieve en toeristische sector misschien wel één van de hardst geraakte. Het virus, de (intelligente) lockdowns, de continue veranderende maatregelen en diverse reisverboden hebben grote invloed op de invulling van vrijetijdsbesteding en vakanties.

Daarmee verandert ook de boodschap van Bureau Toerisme Laag Holland aan de bewoners en bezoekers van Laag Holland. Tijdens de eerste lockdown, in maart, zijn de gemaakte marketing- en promotieplannen van Bureau Toerisme Laag Holland per direct aangepast. Onze boodschap werd afhankelijk van geldende maatregelen; informatief, spreidend, inspirerend en gericht op het ondersteunen van de sector en haar ondernemers. Wat kan wél, zonder ondermijnend te zijn aan de gestelde maatregelen.

De campagne 'Ontdek de achtertuin van Amsterdam' was dan ook een welkome en ongekend sterke campagne om de Amsterdamse inwoners, die ook dichtbij opzoek waren naar mogelijkheden, te bereiken. Het ontdekken van 'hun achtertuin', ons prachtige gebied, is dan ook in grote getalen gedaan. Maar ook onze eigen regiobewoners hadden wellicht wel meer dan ooit oog voor de eigen omgeving. Het nieuwe magazine 'Dagje uit in Laag Holland' was voor velen dan ook een manier om de regio (opnieuw) te ontdekken. De drie edities, die huis-aan-huis verspreidt werden bij de regiobewoners staan boordevol met recreatieve tips die wél konden. Dit ook tot groot genoegen van de betrokken ondernemers, die er zelfs voor zorgden dat de redactionele invulling van de zomereditie binnen één week was uitverkocht.

Naast eigen campagnes en middelen werkt Bureau Toerisme Laag Holland natuurlijk ook samen met professionele partners zoals Amsterdam&Partners en NBTC Holland marketing. Voor deze gezamenlijke projecten verzorgt Bureau Toerisme Laag Holland jaarrond passende content. Dit en de uitgebreide samenwerking met pers, bloggers en journalisten zorgden in 2020 voor een (gemeten) bereik van bijna 10.000.000 impressies.

Bijna 10 miljoen impressies,
een resultaat waar wij zeker in crisistijd zeer trots op zijn.

Mede door de directeurswissel zijn er andere prioriteiten in de bedrijfsvoering van het bureau ontstaan. De nieuwe website is één van de directe resultaten hiervan. Een future-proof online omgeving, voor een optimale presentatie van recreatief en toeristisch Laag Holland. Ook nieuwe kanalen zoals YouTube, Instagram en LinkedIn zijn actief in gebruik genomen om Laag Holland bij diverse doelgroepen zichtbaar te maken. Daarnaast heeft het bureau ook een nieuwe, frisse huisstijl gelanceerd. Een herkenbaar beeldmerk dat de aankomende jaren verder uitgebreid en gepromoot zal worden.

Kortom: het was een bewogen jaar, waarin het belang en de impact van recreatie en toerisme voor ons allen nog duidelijker is geworden. En ondanks dat de COVID-19 crisis voorlopig nog niet achter ons ligt, heb ik er vertrouwen in dat het bureau, in samenwerking met haar stakeholders, ondernemers en partners, Laag Holland ook in de toekomst waardevol op de kaart kan blijven zetten.

Dank voor de fijne samenwerking en op naar een waardevolle toekomst!

Met vriendelijke groet,

Shirley Benoit
Directeur

Totaal bereik

Eigen campagnes en projecten

Achtertuin van Amsterdam

In deze regiocampagne is Laag Holland als recreatieve bestemming onder de aandacht gebracht bij de inwoners van Amsterdam. Aan de hand van de slogan 'Ontdek de achtertuin van Amsterdam', zijn er vierentwintig (beeld)verhalen van Laag Hollandse ondernemers onder de aandacht gebracht bij de doelgroep. De voornaamste boodschap van deze campagne: ontdek rust, ruimte en een authentiek aanbod op slechts een steenworp afstand van de stad.

Deze verhalen zijn o.a. gepubliceerd op parool.nl, AT5.nl, Social media, in het Noord-Amsterdams Nieuwsblad en het magazine 'Dagje uit in Laag Holland'. Daarnaast hebben er campagne-uitingen gestaan n.a.v. een extra sponsoring op de achterkant van meerdere EBS bussen in de regio.

Looptijd: juli t/m oktober

Resultaten	
Online uitingen	1.656.993 weergaven
Social Media	371.192 weergaven
Buitenreclame	1.954.376 weergaven
Printed Media	260.500 exemplaren

Support Your Locals

Om de Laag Hollandse ondernemers tijdens de COVID-19 lockdown te ondersteunen lanceerde Bureau Toerisme Laag Holland in maart de campagne #supportyourlocals. Gedurende de lockdown konden liefhebbers informatie vinden met betrekking tot het afhalen van maaltijden, het kopen van verse producten bij de boer, corona-proof recreëren en lokaal shoppen. Ondernemers werden uitgenodigd om kosteloos hun (alternatieve) activiteiten aan te leveren voor promotie.

De campagne is opgepakt door diverse media, waaronder het Noord-Hollands dagblad, Purmerends Nieuwsblad, Regio Zaken Waterland, Binnendijks, Rodi Media en Radio Love. Daarnaast is er ook via diverse Social Media kanalen aandacht aan besteed.

Looptijd: maart t/m mei.

Resultaten	
Unieke bezoekers campagnepagina	2.291
Unieke paginaweergaven campagnepagina	5.855
Social Media weergaven	25.578

Laag Holland-directeur Shirley Benoit geeft lokale ondernemers een steuntje in de rug.

Toerisme Laag Holland heeft focus op lokale ondernemers

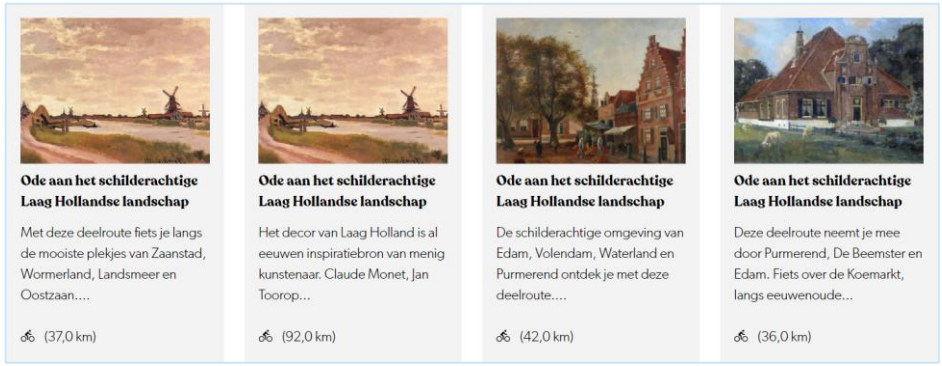
Bureau Toerisme Laag Holland support haar locals

BIJZONDERE ACTIES VERDIENEN BIJZONDERE AANDACHT

'Ode aan het schilderachtige Laag Hollandse landschap' route

De Metropool Regio Amsterdam (MRA) heeft in 2018 een productbudget beschikbaar gesteld als investeringsimpuls om nieuwe projecten in alle themagebieden binnen de MRA te initiëren. Zo ook in Old Holland.
Dit budget, aangevuld met cofinanciering van de deelnemende gemeenten in het themagebied Old Holland, heeft het mogelijk gemaakt om het project 'Verhaallijnen cultuur, kunst en ode aan het landschap' te initiëren. Met deze verhaallijnen wordt er gewerkt aan spreiding van bezoekers in het gebied en de versterking van de identiteit van Laag Holland op het gebied van cultuur, kunst en landschap.

Dit project heeft uiteindelijk geleidt tot de ontwikkeling van de route 'Ode aan het Laag Hollandse landschap'. Een meerdaagse fietsroute van 90 km (en 3 kleinere deelroutes) die cultuur en natuur aan elkaar verbindt. De promotie zal na het openen van de musea en horeca in 2021 verder opgepakt worden.



Online marketing

Website

Het aantal website bezoekers is in 2020 met 13% gedaald t.o.v. 2019.
Met name in de maanden maart t/m juni, november en december zagen we een daling in de bezoekerscijfers. Uit onderzoek blijkt dat, als het gevolg de crisis, meer Destinatie Marketing Organisaties met deze terugloop kampen.
Gemiddeld bezochten er maandelijks 5.515 unieke bezoekers de website.

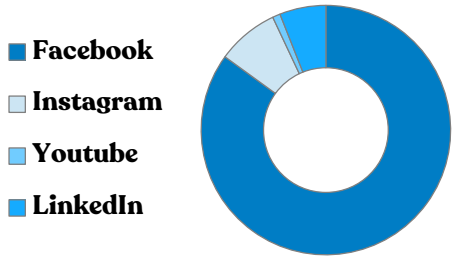
Eind oktober 2020 is de nieuwe website en database gelanceerd.
Een future-proof platform dat de regio en haar DNA goed in de etalage zet.

De potentie van deze website is zeer hoog, mits professioneel onderhouden en met voldoende aandacht. Aan zoekmachine optimalisatie en online vindbaarheid dient continue gewerkt te worden. Daarnaast behoeft de invoer, redactie en communicatie met VVV's, ondernemers en organisatoren professionele begeleiding. Om deze reden is er één medewerker aangesteld als Digital Manager.

Social Media

Tot januari 2020 beheerde Bureau Toerisme Laag Holland alleen een Facebook pagina. In het afgelopen jaar lanceerde het bureau ook een Instagram pagina, een LinkedIn pagina en een YouTube kanaal. Voor de toeristische promotie van Laag Holland wordt voornamelijk de focus gelegd op Facebook en Instagram. LinkedIn wordt hoofdzakelijk gebruikt voor het informeren van ondernemers en stakeholders.

- Facebook: 18.191 volgers / 558.439 bereik
- Instagram: 1.130 volgers / 55.672 bereik
- YouTube: 5.043 bereik
- LinkedIn: 201 volgers / 24.599 bereik



Totaal bereik: 643.744
(+ 11% t.o.v. 2019)

Blog/Persreizen

Dit jaar hebben diverse online journalisten/bloggers Laag Holland individueel bezocht. Het voordeel van deze samenwerkingen is dat deze bloggers de eigen kanalen (website en Social Media) inzetten ter promotie van het gebied. Daarnaast is het het middel om ondernemers te betrekken bij de promotie. Bureau Toerisme Laag Holland investeert de tijd van begeleiding en het programma van de bloggers. Ondernemers sponsoren de activiteiten, horecabezoeken en eventuele overnachtingen.

- Bijzonder Plekje
- Nature Scanner
- Kim op reis

Promotie via partners

Bureau Toerisme Laag Holland werkt samen met een aantal toonaangevende partners op het gebied van recreatieve- en toeristische promotie.

Route.nl

Route.nl is het grootste multimediale routeplatform van Nederland, België en Duitsland voor recreatieve fietsers en wandelaars. Onderdeel van deze samenwerking is een landingspagina en opname van 78 fiets- en wandelroutes binnen hun website en app. Bureau Toerisme Laag Holland heeft deze fiets- en wandelroutes in eigen beheer.

Resultaten	
Unieke bezoekers landingspagina	Onbekend *
Aantal navigaties via app	Onbekend *

* in verband met systeemverandering is dit momenteel niet uit te lezen.

NBTC Holland Marketing

NBTC Holland Marketing is dé destinatie marketing organisatie voor Nederland. De Beemster, en daarmee zijdelings ook de regio, maakt onderdeel uit van de NBTC 'Holland Stories' onder de noemer 'Nederland Waterland'.

Bureau Toerisme Laag Holland levert, in samenwerking met Visit Beemster, content aan voor de campagnepagina op hun website en on- en offline campagnes.

Resultaten	
Unieke bezoekers campagnepagina	6.127
Unieke paginaweergaven campagnepagina	7.360
Gemiddelde tijd op de campagnepagina	02:47 minuten

Amsterdam&Partners

De regio Laag Holland maakt deel uit van de metropoolcampagne ‘Amsterdam Bezoeken, Holland Zien’. In samenwerking met Amsterdam&Partners en in opdracht van de MRA-gemeenten, wordt Laag Holland als deelgebied ‘Old Holland’ gepromoot. Deze campagne is bedoeld om internationale bezoekers in Amsterdam te verleiden om de omliggende gebieden te bezoeken.

Bureau Toerisme Laag Holland is betrokken bij de invulling van de informatievoorziening en probeert op deze manier de gebiedsvisie uniform tot uiting te brengen. Door de uitbraak van COVID-19 is in de cijfers een grote terugloop te zien. Amsterdam & Partners heeft geprobeerd dit met de campagne 'Je zit ernaast' te compenseren.

Resultaten	2020	2019
Bezoekers campagnepagina's	29.993	103.536
Paginaweergaven campagnepagina's	51.070	200.325
Gemiddelde tijd op de campagnepagina	02:19	01:45

‘Je zit ernaast’

Een campagne om bewoners van de metropoolregio Amsterdam bewust te maken van alle recreatieve en toeristische mogelijkheden in eigen regio. Bureau Toerisme Laag Holland heeft in het kader van deze campagne ook input en begeleiding verleend aan meerdere influencertrips en diverse andere persuitingen.

Resultaten van deze campagne zijn niet bekend gemaakt door Amsterdam&Partners. De berichten op de Social Media kanalen van Bureau Toerisme Laag Holland voor deze campagne zijn 15.884 bekeken.

Overige informatievoorziening

Kernfolders (intern)

In 2020 is het assortiment van de Laag Hollandse kernfolders uitgebreid met kernfolders voor gemeenten Edam-Volendam, Landsmeer, Purmerend en De Rijp. Een waardevolle toevoeging voor het al bestaande assortiment.

Magazine 'Dagje uit in Laag Holland' (intern)

Ter vervanging van de jaarlijkse 'Laag Holland krant' bracht Bureau Toerisme Laag Holland in 2020 een nieuw regionaal magazine uit. Dit magazine staat boordevol tips met betrekking tot recreëren en evenementen in eigen regio. Het magazine wordt 3x per jaar huis-aan-huis verspreid in de regio. Daarnaast wordt het magazine uitgegeven bij bibliotheken, poppodia, gemeentehuizen en diverse VVV-vestigingen.

Eindeloos / Endless Magazine (intern)

Het Eindeloos/Endless magazine kreeg in 2020 een verfrissende nieuwe look-and-feel. Deze duurzame bewaareditie inspireert de bezoeker tot het ontdekken van bijzondere plekken en te genieten van al het moois wat Laag Holland te bieden heeft. Het magazine wordt in het Nederlands en Engels uitgebracht.

Door het gebruik van zonne-energie realiseerde deze editie van het Eindeloos / Endless Magazine minder uitstoot en minder traditionele stroom. Nieuwe technieken en machines zorgden bovendien voor minder waterverbruik en een beperkt gebruik van IPA (- 2,5 procent). De Eindeloos is gedrukt met 100 procent biologische inkt.

Distributie

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

Toeristische Overstap Punt (extern)

Als projectopdracht heeft Bureau Toerisme Laag Holland teksten geschreven en foto's aangeleverd voor de te vernieuwen TOP's van Recreatie Noord-Holland.

Sloepennetwerkkaart Laag Holland (extern)

Als projectopdracht heeft Bureau Toerisme Laag Holland teksten geschreven voor de nieuwe sloepennetwerkkaart van Recreatie Noord-Holland en deze kaart ook mee genomen in haar distributie.

Route.nl Jaarboek (extern)

Dit boek bevat de leukste fiets- en wandelroutes door Nederland, België en Duitsland, reisbestemmingen en inspirerende tips voor o.a. hotels en restaurants. Bureau Toerisme Laag Holland heeft in deze editie twee routepagina’s afgenomen. Dit boek is online en in diverse winkels door heel Nederland te koop.

Amsterdam Area Guide (extern)

Dit is één gids voor de gehele metropoolregio Amsterdam en een uitgave in het kader 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien'. Deze gids bevat highlights van de zes themagebieden, waaronder 'Old Holland'. Deze gids is verkrijgbaar bij de IAmsterdam Visitor Centres, IAmsterdam winkels en Amsterdamse hotels. Daarnaast is de gids te lezen via leestafels in de Amsterdamse Horeca.

Free Publicity

Free publicity is positieve aandacht voor Laag Holland, waar niet voor is betaald door Bureau Toerisme Laag Holland. In 2020 is de regio Laag Holland veelvuldig meegenomen in gratis publicaties.

Landleven

Landleven bracht de special 'Landleven Fietsroutes' uit. Een prachtig bewaarmagazine met de 53 mooiste fietsroutes van Nederland. De regio Laag Holland is in dit magazine met drie spreads meegenomen onder de noemers 'Nationaal Landschap Laag Holland', 'Het Land van Leeghwater' en 'Langs de oude Zuiderzee'.

Reisreport

Reisreport is een reisplatform met luxe reisboeken, magazines en producten, een app en diverse video documentaties. De regio Laag Holland is het reisboek 'Nederland - Vakantie in eigen land' opgenomen met maar liefst vijf spreads.

ANWB

In 2020 hield de ANWB een verkiezing rond het allermooiste dorp van Nederland. Vijftig prachtige dorpen zijn geselecteerd en gebundeld in het boek 'De allermooiste dorpen van Nederland'. Laag Holland wordt hierin goed vertegenwoordigd met Broek in Waterland, De Rijp en Middenbeemster.

Telegraaf

De Telegraaf schreef twee keer een artikel over deelgebieden in de regio Laag Holland in hun zaterdageditie. Deze artikelen zijn opgenomen in de rubrieken 'Vrij reizen' en 'En route'.

Een totale gratis mediawaarde van circa €200.000!

Beurzen

Bureau Toerisme Laag Holland bezocht de fiets- en wandelbeurs in Nederland en Vlaanderen. De fiets- en wandelbeurs is een uniek evenement, waarbij bezoekers doelgericht op zoek gaan naar bestemmingen, routes en fietsen.

- 87% van de bezoekers kwam naar de beurs voor informatie over bestemmingen
- 70% van de bezoekers zocht naar informatie over bestemmingen in Nederland

Resultaten	2020	2019
Bezoekers Nederland	28.005	27.480
Bezoekers België	16.605	15.218

Business to Business

Bureau Toerisme Laag Holland informeert haar toeristische en recreatieve ondernemers door middel van netwerkbijeenkomsten, nieuwsbrieven en sinds begin 2020 ook via LinkedIn

Resultaten	
Netwerkbijeenkomst 'Café Laag Holland'	70 bezoekers
Nieuwsbrieven - Abonnees	640
Nieuwsbrieven - Gemiddelde openings-rate	39,5%
LinkedIn - Abonnees	205
LinkedIn - Aantal weergaven berichten	24.599