

JAARVERSLAG 2024



Regionaal Bureau voor Toerisme
HEUVELRUG & VALLEI

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Marketing & Communicatie	4
Online	4
Drukwerk	7
VVV's & VVV informatiepunten	9
Beurzen	10
Pers en media	10
Campagnes	12
Always On campagne	12
Fietsen & Wandelen	13
Vakantie #opdeheuvelrug	14
Winter #opdeheuvelrug	15
Merkversterking Grebbelinie	16
Kastelen & Buitenplaatsen	18
Zakelijk #opdeheuvelrug	20
Samenwerking	21
Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug	21
Uit in Soest	21
Dit is Veenendaal	22
Gemeente Utrechtse Heuvelrug	23
Vorstelijk Baarn	24
Zeist. De open Slotstad	24
Toeristische Overstappunten	25
Marketingcoöperatie Regio Utrecht	25
Visit Utrecht Region	26
Partners	27
Netwerkbijeenkomsten	27
Partnerinformatie	28
Heuvelrug Academie	29
Organisatie	30
Vooruitblik 2025	31

Voorwoord

Samen bouwen aan een toekomstbestendige regio

Het jaar 2024 was er een van groei, samenwerking en nieuwe ambities. Maar ook een jaar waarin we werden uitgedaagd. Het toeristische seizoen werd gekenmerkt door uitzonderlijk nat en wisselvallig weer, wat een flinke impact had op ondernemers in de vrijetijdsector. Toch heeft onze regio opnieuw haar veerkracht laten zien. Dankzij de kracht van samenwerking hebben we, samen met onze partners, vooruitgang geboekt in het versterken van de Utrechtse Heuvelrug en de Gelderse Vallei als een toonaangevende bestemming voor duurzaam recreëren en toerisme.

In 2024 hebben we samen met ons uitgebreide netwerk van partners verder gebouwd aan onze gezamenlijke missie: het verbinden van natuur, cultuur en gastvrijheid, en het informeren en inspireren van zowel bewoners als bezoekers. In 2024 hebben we verschillende succesvolle campagnes en projecten gerealiseerd en geoptimaliseerd, zoals de verdere ontwikkeling van thematische routes op het gebied van fietsen en wandelen, de doorontwikkeling van Vakantie op de Heuvelrug en de versterking van het merk Grebbelinie en de (inter)nationale campagne Kastelen en Buitenplaatsen. Daarnaast hebben we waardevolle data en inzichten verzameld die helpen bij de verdere positionering van de regio en het ondersteunen van ondernemers en beleidsmakers.

Ook stond 2024 in het teken van vooruitkijken naar een bijzondere mijlpaal: in 2025 bestaat RBT Heuvelrug & Vallei tien jaar. Dit jubileum is niet alleen een moment om trots terug te blikken, maar ook een kans om stil te staan bij de ontwikkelingen die we samen hebben doorgemaakt. Wat begon als een ambitieus idee, is uitgegroeid tot een sterke gebiedsmarketingorganisatie die de regio nationaal en internationaal op de kaart zet. Samen met gemeenten, ondernemers en maatschappelijke organisaties hebben we de regio laten floreren en zijn we blijven investeren in een sterke vrijetijdseconomie.

Tegelijkertijd kijken we ook vooruit. In 2025 werken we aan een strategische heroriëntatie om te komen tot een nieuwe Agenda Bestemming Heuvelrug 2026-2030. Dit is het moment om samen na te denken over de toekomst van recreatie en toerisme in onze regio en hoe we de uitdagingen van deze tijd – van veranderend bezoekersgedrag tot duurzaam toerisme – op een slimme manier kunnen aanpakken.

Dit jaarverslag geeft een overzicht van onze inspanningen en successen in 2024. We laten zien hoe we, samen met onze partners, de regio verder hebben ontwikkeld, en hoe we recreatie en toerisme blijven inzetten als een motor voor economische groei en leefbaarheid. Maar bovenal is

dit verslag een ode aan de kracht van samenwerking. Want alleen door samen te werken, kunnen we blijven bouwen aan een regio waar natuur, cultuur en gastvrijheid hand in hand gaan en waar bewoners en bezoekers zich welkom en verbonden voelen.

We willen iedereen die hieraan heeft bijgedragen van harte bedanken. Laten we samen vooruitkijken naar een bijzonder jubileumjaar en een toekomst vol nieuwe kansen voor de Utrechtse Heuvelrug en de Gelderse Vallei.

Veel leesplezier!

Robbert Schuurmans
Directeur RBT Heuvelrug & Vallei

Online resultaten

UNIEKE WEBSITEBEZOEKERS OPDEHEUVELRUG.NL

Opdeheuvelrug.nl is hét online platform voor iedereen die de Utrechtse Heuvelrug wil beleven. Van wandelroutes tot evenementen, van verborgen parels tot iconische kastelen; op deze website bundelen we alles wat onze regio zo bijzonder maakt.

Met inspirerende content, praktische tips en actuele agenda's helpt de website bezoekers om hun perfecte dagje uit, weekendje weg of vakantie in eigen land te plannen. De doelgroep is breed: gezinnen, natuurliefhebbers, cultuursnuivers, wandelaars, fietsers en rustzoekers weten de weg naar de site steeds beter te vinden. De meeste bezoekers komen uit de Randstad. In 2024 waren Amsterdam, Rotterdam en Haarlem hierin koplopers.

Daarnaast is opdeheuvelrug.nl een belangrijk platform voor de bewoners en ondernemers in de regio. We zetten lokale initiatieven in de schijnwerpers en brengen vraag en aanbod samen.

In 2024 hebben 739.405 unieke bezoekers opdeheuvelrug.nl bezocht, een stijging van 8% t.o.v. vorig jaar. De webpagina's zijn meer dan 2 miljoen keer bekeken. Met name in mei, augustus, oktober en december zijn er duidelijke pieken te zien. December sprong daaruit dankzij de populaire adventskalender. In die maand bezochten 73.987 unieke bezoekers de website. De populairste pagina gedurende het jaar is onze wandelpagina, gevolgd door de adventskalender en vervolgens de Uitagenda.

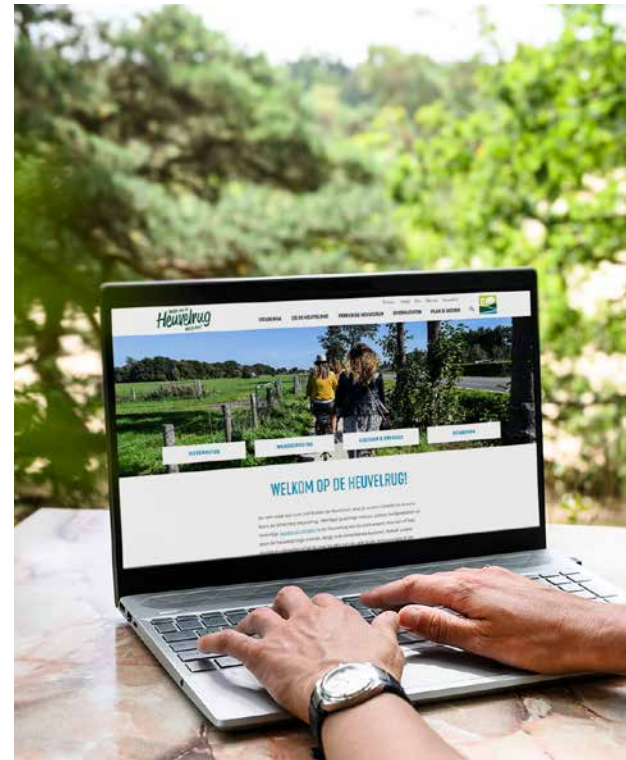
Top 10 pagina's

1. Wandelen.opdeheuvelrug.nl
2. Adventskalender
3. Homepage
4. Agenda
5. Campagnepagina 2024 (ontdek)
6. Fietsen.opdeheuvelrug.nl
7. Wandelroutes
8. Fietsroutes
9. Campings
10. Vier de winter (Campagnepagina winter Vorstelijk Baarn)

Top 10 zoektermen waarop opdeheuvelrug.nl

gevonden werd in 2024 (gebaseerd op aantal kliks)

1. Wandelen utrechtse heuvelrug
2. Utrechtse heuvelrug
3. Soesterduinen
4. Utrechtse heuvelrug wandelen
5. Kwinteloijen
6. Veenendaal
7. Zwembad driebergen
8. Wandelroutes utrechtse heuvelrug
9. Campings utrechtse heuvelrug
10. Wandeling utrechtse heuvelrug

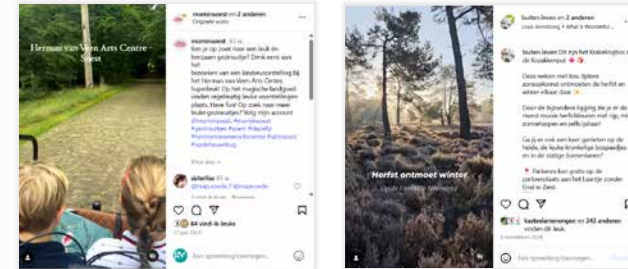


INSTAGRAM

Via Instagram zetten we de Utrechtse Heuvelrug visueel op de kaart. We bereiken hier vooral een jongere doelgroep en dagrecreanten met inspirerende beelden van natuur, erfgoed en activiteiten. Daarnaast wordt Instagram strategisch ingezet voor het verspreiden van relevante informatie over onder meer natuurdrukke, gedragscampagnes en actuele situaties in het gebied.

Op Instagram zijn 134.140 mensen bereikt, met pieken in juni, juli en augustus. Eind 2024 had het Instagram account 6.700 volgers. De volgersgroep bestaat voor 73% uit vrouwen en 27% uit mannen. De grootste leeftijdsgroepen zijn 35-44 en 45-54 jaar, gevolgd door 55-64 en 25-34 jaar. De meeste volgers komen uit Utrecht (7%), Veenendaal (5,2%), Amersfoort (3,9%) en Zeist (3,7%).

Best presterende Instagramberichten:



1. Samenwerking met influencer mominssoest voor Uit in Soest

2. Samenwerking met influencer Waanzinnigewereld over Kastelen



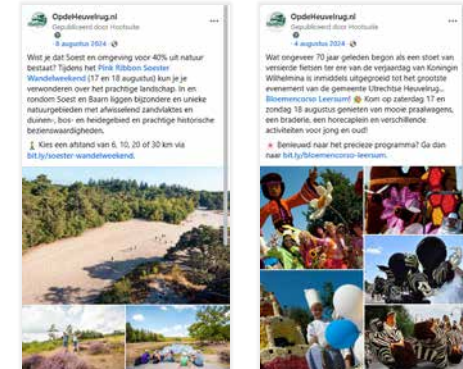
3. Samenwerking met influencer buiten.leven over wandelen en natuur

FACEBOOK

Facebook is een belangrijk kanaal om een brede doelgroep te informeren en inspireren over activiteiten en mogelijkheden op de Utrechtse Heuvelrug. Naast het delen van recreatieve tips en evenementen wordt het platform actief ingezet voor actuele berichtgeving over bijvoorbeeld drukte, bereikbaarheid, natuurbeheer en dergelijke. Daarmee speelt Facebook ook een rol in publiekscommunicatie rondom beleid en veiligheid.

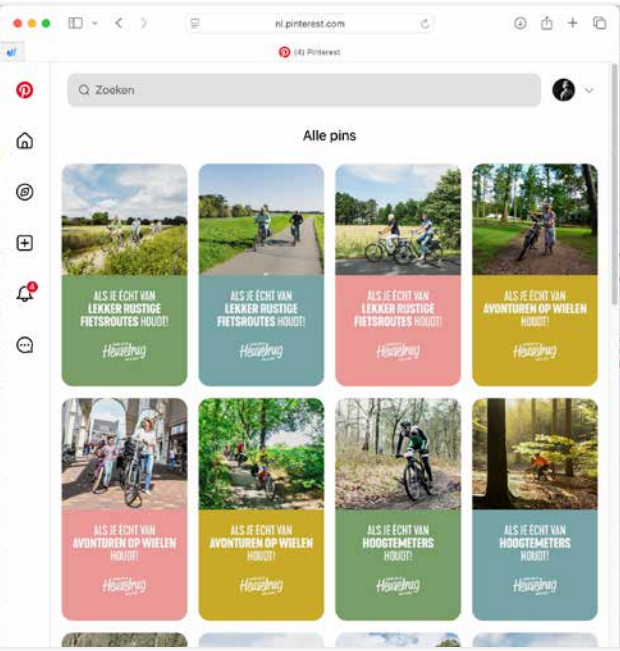
Via Facebook zijn er in totaal 1,3 miljoen mensen bereikt. Ook in deze bereikcijfers zijn hoge pieken te zien, met name in juli, augustus, september en oktober. Eind 2024 had het Facebookaccount 11.180 volgers.

Best presterende Facebookberichten:



PINTEREST

In 2024 hebben we verder gebouwd aan onze aanwezigheid op Pinterest. Dit visuele inspiratieplatform wordt met name gebruikt in de oriënterende fase van reisplanning en biedt daarmee kansen om de Utrechtse Heuvelrug op een duurzame en thematische manier onder de aandacht te brengen. Pinterest groeit wereldwijd sterk als reisplanner: jaarlijks zijn er meer dan 1 miljard reisgerelateerde zoekopdrachten en worden er 10 miljard Pins opgeslagen. 80% van de wekelijkse gebruikers gebruikt het platform actief voor het plannen van vakanties. De gebruikers zijn bovendien 25% vaker reisliefebbers en plannen hun vakanties gemiddeld eerder dan andere doelgroepen. De doelgroep sluit goed aan bij onze strategische focus: 70% van de gebruikers is vrouw, met een sterke vertegenwoordiging van millennials en een snelgroeiende groep Gen Z-gebruikers. We zetten Pinterest daarom in als kanaal voor thematische inspiratie, met blijvende waarde voor het merk en de zichtbaarheid van de regio, passend bij het veranderende zoekgedrag van nieuwe generaties reizigers.



CONSUMENTENNIUWSBRIEF

RBT Heuvelrug & Vallei stuurt twee soorten digitale nieuwsbrieven: een consumentennieuwsbrief en een partnerupdate (zie hoofdstuk 'Partners'). In 2024 zijn er 15 nieuwsbrieven naar consumenten verstuurd; maandelijks en op relevante momenten (bijvoorbeeld rondom schoolvakanties en feestdagen). In 2024 hebben we ingezet op kwaliteit boven kwantiteit, met meer focus op relevantie en een sterke call-to-action. Dit heeft geresulteerd in een stijgende clickrate en hogere betrokkenheid. De best geopende nieuwsbrief was die van oktober, met een openingspercentage van maar liefst 47,7%. De database groeide naar 10.860 abonnees, een toename van 2,5% ten opzichte van 2023. De gemiddelde clickrate steeg naar 8,3% (+5%), en het gemiddelde openingspercentage kwam uit op 42,7% (+12%).

Drukwerk

HEUVELRUG FOLDERSERIE

Om bewoners en bezoekers te informeren en te inspireren over de Utrechtse Heuvelrug en de Gelderse Vallei verspreidt RBT Heuvelrug & Vallei via VVV's, VVV-informatiepunten en distributiepunten diverse printuitingen van zowel eigen uitgaven als die van partners.

- 9 gemeente folders en 1 hotspotfolder
- Oplage: 40.000 folders
- Gedrukt op 100% gerecycled FSC papier
- Voor elke drukwerkbestelling laat RBT Heuvelrug & Vallei bomen terug planten in de natuur. In 2024 zijn er in samenwerking met De Hoop en Koning 20 nieuwe bomen geplant op Landgoed Zonheuvel.



HEUVELRUG MAGAZINE

In 2022 is het Heuvelrug Magazine voor het laatst uitgebracht. Dit magazine is in 2023 en 2024 door de regio verspreid. Het thema van de editie uit 2022 was 'Buitenleven'. In 2024 zijn de voorbereidingen voor het nieuwe Heuvelrug Magazine 'Ontdek!' gestart. Het thema van deze zesde editie is 'parels en verborgen schatten'. Het doel is om de Utrechtse Heuvelrug en de Gelderse Vallei aantrekkelijk in beeld te brengen en zo bewoners, recreatieve bezoekers en zakelijke bezoekers te verleiden om de regio te verkennen en meer activiteiten te ondernemen. Nieuw in deze editie is dat de redactie en eindredactie volledig bij RBT Heuvelrug & Vallei ligt, waardoor er meer authentieke verhalen gedeeld kunnen worden. Ook krijgt het magazine een frisse uitstraling dankzij de nieuwe vormgeving. Het vernieuwde Heuvelrug Magazine 'Ontdek!' wordt in 2025 in een oplage van minimaal 25.000 exemplaren in de regio verspreid.

RECREATIEKRANT REGIO UTRECHT

De Recreatiekrant Regio Utrecht is een initiatief van 10 samenwerkende toeristische organisaties in de provincie Utrecht, waarbij RBT Heuvelrug & Vallei verantwoordelijk is voor de eindredactie. In deze krant worden routes, evenementen en activiteiten uitgelicht in tekst en beeld. In 2024 zijn er vier edities verschenen, één per seizoen.

- Oplage: circa 31.000 kranten per editie
- 20 tot 24 pagina's per editie
- Gedrukt op FSC-papier
- Verspreiding via ruim 300 drukke locaties in de provincie Utrecht en in gemeenten gelegen in de flanken van de provinciegrens, en overal gratis mee te nemen
- De Recreatiekrant Regio Utrecht wordt ook online gepubliceerd

DISTRIBUTIESERVICE

In 2024 heeft RBT Heuvelrug & Vallei wederom drie distributieronden verzorgd, waarbij de distributiepunten werden voorzien van actueel foldermateriaal. Deze distributiepunten zijn drukbezochte locaties in het gebied, waaronder ook VVV-agentschappen en VVV-informatiepunten. Tijdens de distributieronden verspreiden we niet alleen foldermateriaal van RBT Heuvelrug & Vallei, maar ook van Visit Utrecht Region en drukwerk van de top-10 attracties in de regio. Ook dit jaar hebben we weer ruim 80.000 folders bezorgd, mede dankzij de inzet van onze vrijwilligers. De bezorgde folders zijn terechtgekomen bij ruim 110 locaties, waardoor zij weer voorzien zijn van de meest actuele informatie om hun bezoekers te informeren en te inspireren.



VVV's en VVV informatiepunten

VVV AGENTSCHAPPEN

RBT Heuvelrug & Vallei heeft in 2024 8 aangesloten locaties die zich hebben aangesloten als VVV-agentschappen in de verschillende gemeenten. Deze agentschappen zijn gevestigd in openbare locaties. Deze locaties zijn vaak op zichzelf al een unieke locatie, waardoor ze automatisch meer bezoekers aantrekken. Vaak draaien deze locaties volledig op de kracht van vrijwilligers. Deze vrijwilligers zetten zich in om de bezoekers te voorzien van informatie en advies over de regio.

De VVV-agentschappen hebben helaas ook te maken met wat moeilijkheden, door het toenemende vrijwilligerstekort. De agentschappen moeten daarvoor wijzigingen maken in hun openingstijden, waardoor er minder bezoekers geholpen kunnen worden. In 2025 zet RBT Heuvelrug & Vallei zich in om deze uitdagingen aan te pakken en tot een oplossing te komen.

Momenteel bevinden de VVV-agentschappen zich op de volgende locaties:

- Baarn – Stationhuiskamer in NS Station Baarn
- Renswoude – in bibliotheek Renswoude
- Rhenen – in Stadmuseum Rhenen
- Scherpenzeel – in de monumentale boerderij van Parousie
- Utrechtse Heuvelrug – in Museum Huis Doorn
- Veenendaal – in Cultuurfabriek Veenendaal
- Woudenberg – in Cultuurhuis Woudenberg
- Zeist – in Slot Zeist

INFORMATIEPUNTEN

Naast VVV-agentschappen heeft RBT Heuvelrug & Vallei ook VVV-informatiepunten. In 2024 zijn er 33 informatiepunten aangesloten bij RBT Heuvelrug & Vallei. Deze informatiepunten zijn te vinden in openbare locaties, zoals restaurants, cafés, hotels, musea en attracties. Deze informatiepunten bieden de gasten verschillend foldermateriaal en mondelinge informatie over de regio. De VVV-informatiepunten mogen, net als de agentschappen, het officiële VVV-logo voeren. Ook biedt RBT Heuvelrug & Vallei eigen VVV-promotiemateriaal aan, zoals displays, banners en vlaggen. VVV-informatiepunten kunnen dit naar wens bestellen.

EXTRA'S VOOR DE VVV'S

Naast het verstrekken van folders, drukwerk, magazines en overig informatie-materiaal waarmee medewerkers van VVV agentschappen en VVV Informatiepunten bezoekers optimaal kunnen informeren en inspireren, vinden we het belangrijk dat onze vrijwilligers goed geïnformeerd en betrokken zijn. Daarom organiseren we jaarlijks een ambassadeursdag. Tijdens deze dag brengen we hen op de hoogte van het actuele aanbod in de regio en delen we belangrijke ontwikkelingen. Verschillende partners lichten hun locatie of activiteit persoonlijk toe, zodat de vrijwilligers met actuele en enthousiaste verhalen bezoekers kunnen adviseren. Zij zijn immers het visitekaartje van de regio. In 2024 zijn we gestart met het inventariseren van wensen van VVV's en VVV Informatiepunten op het gebied van inrichting en zichtbaarheid, display en ander promotie- en informatiemateriaal. Op basis van de uitkomsten van deze inventarisaties hebben we een plan opgesteld om de dienstverlening van VVV's en VVV Informatiepunten aan bezoekers te kunnen optimaliseren. In 2025 werken we dit plan verder concreet uit.

De inzet van onze vrijwilligers is van grote waarde. Op 7 december, de landelijke dag van de vrijwilliger, bedanken we hen met een attentie als blijk van waardering.



Beurzen



REISE + CAMPING, ESSEN

Van 28 februari tot en met 3 maart stond RBT Heuvelrug & Vallei als onderdeel van de samenwerking Visit Utrecht Region op de Reise + Camping beurs in Essen. Dit is de grootste travel trade beurs in Noordrijn-Westfalen en de beurs trok in 2024 ongeveer 85.000 bezoekers.

FIETS- EN WANDELBEURS, UTRECHT

In samenwerking met Utrecht Marketing stonden we op 23 t/m 25 februari op de jaarlijks terugkerende Fiets- en wandelbeurs in Utrecht. Deze beurs trok ca. 24.000 bezoekers. Tijdens de Fiets- en Wandelbeurs stonden we met een stand vol inspiratie over de regio. Bezoekers kregen informatie over de mooiste wandel- en fietsroutes, met speciale aandacht voor het Nationaal Park, de TOP's en thema's als de Grebbelinie, Kastelen & Buitenplaatsen en cultuur. De gesprekken met bezoekers boden waardevolle input en bevestigden het toenemende belang van toegankelijke natuur, goede voorzieningen en duidelijke informatie.

Pers en media

PERSBERICHTEN

Wanneer er nieuws is dat relevant is voor lokale, regionale en vakmedia, versturen wij een persbericht. In 2024 zijn er zes persberichten verzonden over onderwerpen zoals kastelen, bomen planten, Meimaand Fietsmaand, 'Zeist. De open Slotstad' en het broodje Utrechtse Heuvelrug. Deze berichten werden opgepikt door diverse kranten en mediaplatformen, wat voor veel 'free publicity' zorgde.



ONLINE EN PRINTPUBLICATIES

RBT Heuvelrug & Vallei werkt nauw samen met uiteenlopende (media)organisaties zoals makers van gemeentemagazines, platforms zoals Hollands Glorie en influencers die enthousiast over de regio publiceren. Door deze partijen toegang te geven tot de beeldbank en hen te ondersteunen bij het ontdekken van verschillende locaties in onze regio, weet RBT Heuvelrug & Vallei veel publiciteit te genereren.



HIGHLIGHTS 2024:

- Printpublicaties: 8 pagina's in Hollands Glorie, 6 pagina's in de BDU Zomer-special (verschenen in regionale kranten zoals Nieuwsblad de Kaap, Het Groentje en de Nieuwsbode) en 4 pagina's in het magazine Events voor de campagne 'Zakelijk'.
- Online publicaties: Artikelen op goedkoop-treinkaartje.nl, indebuurt.nl, toer-actief.nl en vermeldingen in nieuwsbrieven van Kidsproof en Hollands Glorie.



Always on campagne: Als je écht van buiten houdt!

Van april t/m december 2024 hebben we onze overkoepelende jaarrond regio-campagne voor de Utrechtse Heuvelrug en de Gelderse Vallei uitgevoerd. Het centrale thema van deze campagne is: "Als je écht van buiten houdt." Dit thema nodigt uit om te ontdekken wat de regio te bieden heeft, met de boodschap: "Als je écht van ... houdt, ontdek wat de Heuvelrug met je doet!"

DE CAMPAGNE IS INGEVULD MET DIVERSE THEMA'S EN ONDERWEPEN ZOALS:

- Fietsen & wandelen
- Kastelen & buitenplaatsen
- Grebbelinie
- Vakantie #opdeheuvelrug
- Shoppen
- Winter #opdeheuvelrug

Kijk voor specifiekere resultaten per thema op de volgende pagina's.

INZET MEDIA EN MIDDELEN:

- Printadvertenties en advertorials
- Online advertising via platforms zoals Meta (Facebook/Instagram), Google, DPG Media, RTV Utrecht en meer
- Radiocampagne (RTV Utrecht)
- Social media, nieuwsbrieven en contentmarketing

DE VOORDELEN VAN DEZE AANPAK:

- Sterkere en herkenbare jaarrond branding die de regio in één klap op de kaart zet
- Minder versnippering van boodschap en middelen
- Collectieve inkoop van media en middelen, waardoor we een groter bereik realiseren tegen lagere kosten
- Crossmedia inkoop van advertising, PR en free publicity, wat zorgt voor maximale zichtbaarheid
- Jaarrond promotie voor alle thema's (always-on), wat zorgt voor constante exposure
- Efficiëntere inzet van budget, waardoor elke euro optimaal wordt benut



Campagne Fietsen & Wandelen

Met de fiets- en wandelcampagne zet RBT Heuvelrug & Vallei de Utrechtse Heuvelrug en de Gelderse Vallei op de kaart als dé fiets- en wandelregio. Door unieke fiets- en wandelroutes te combineren met gezellige afstapmomenten, stimuleert de campagne lokale bestedingen in de regio.

De campagne promoot niet alleen het wandelen en fietsen, maar geeft ook tips voor sfeervolle stops en leuke arrangementen. Gedurende het hele seizoen wordt er aandacht besteed aan wandelen en fietsen, met extra focus in de themamaanden: Meimaand Fietsmaand en Oktober Wandelmaand.

De routes zorgen voor spreiding over de regio en worden slim verbonden aan thema's als kastelen & buitenplaatsen, de Grebbelinie en vakantietips. Zo ontdekken recreanten op een toegankelijke manier het rijke landschap én het verhaal van de regio.

RESULTATEN FIETSEN & WANDELEN

- 36.000 bezoekers op website
- 570.000 bereik via Google ads
- 263.000 bereik via social ads

INVULLING MEDIA EN MIDDELEN 2024

- Publicaties in o.a. Toeractief, Recreatiekrant Regio Utrecht, de Rijnpost, Heuvelrug Magazine, Zomerspecial BDU en Hollands Glorie
- 7500 fiets- en wandelfolders in de regio
- Online samenwerkingen en campagnes met Kidsproof, RTV Utrecht en vermelding in nieuwsbrieven van Hollands Glorie.

SAMENWERKINGEN

- Nieuwsbrief Hollands Glorie - 8000 abonnees
- Kidsproof nieuwsbrief en blog - 9000 abonnees
- Online banners RTV Utrecht - 750.000 vertoningen



Campagne Vakantie

Verblijfsbezoekers zijn van groot economisch belang voor het toerisme in de provincie Utrecht. In onze regio telt de verblijfsrecreatie maar liefst 123 locaties met circa 33.700 slaapplekken, goed voor 1,8 miljoen overnachtingen per jaar. De Utrechtse Heuvelrug en Gelderse Vallei zijn rijk aan vakantieparken, campings, hotels en B&B's. Met name de Heuvelrug telt de meeste vakantieparken binnen de provincie. Vanuit die verblijfsplekken – waar gasten vaak een week of langer verblijven – worden volop uitstapjes gemaakt naar musea, attracties, horeca, evenementen en andere dagvoorzieningen. Verblijfsrecreatie is daarmee een belangrijke aanjager voor vitale functies zoals retail, cultuur en erfgoed. We vinden het belangrijk dat vakantieparken blijven fungeren als motor voor dagtoerisme en blijven daarom investeren in marketing en informatievoorziening voor deze doelgroep.

Met een crossmediale campagne, in samenwerking met vakantieparken en andere verblijfsaccommodaties, promoten we de regio als aantrekkelijke vakantiebestemming. In 2023 en 2024 gebeurde dit mede dankzij een subsidie vanuit Provincie Utrecht en partnerbijdrages. In 2024 liep de campagne van april t/m oktober, gericht op gezinnen met kinderen en actieve 50-plussers. Doel: hen inspireren voor een (korte) vakantie op de Heuvelrug en in de Gelderse Vallei.

Hiermee hebben we de volgende resultaten behaald:

CAMPAGNE RESULTATEN



Online

66.772 bezoekers op website
1.692.709 bereik via Google ads
2.114.800 bereik via Social ads
10.800 abonnees maandelijkse nieuwsbrief
17.713 volgers op social media



Offline

Uitingen op digitale infomasten in Doorn en Driebergen
Gem. passanten 39.600 per dag



Netwerkbijeenkomst

24 september – Ontbijtsessie en masterclass Review Marketing
7 oktober – Uitgebreide online sessie Review Marketing
28 november – Ontbijtsessie en Masterclass AI voor toerisme

*Alle sessies zijn terug te kijken via onze Heuvelrug Academie



Print

Publicatie Hollands Glorie – 2 x – 90.000 lezers per magazine
Nieuwsbrief item Hollands Glorie – 3x – 8.000 lezers per nieuwsbrief
Advertentie Recreatiekrant – 2x – 31.000 oplage per uitgave
Publicatie CamperReis Magazine – 60.000 lezers
AD print banner – bereik 407.500 lezers



Media

Samenwerking Kidsproof – 3x – totaal bereik 1.047.499 personen
DPG carrousel ad online – 2x – 799.975 impressies
RTV online banners 750.000 impressies
RTV radiospot – 1.031.800 contactmomenten



Free publicity

Redactionele spread in Hollands Glorie – 8 pagina's – 90.000 lezers
Zomer Special BDU – 6 pagina's – 125.000 oplage
Blog goedkoop-treinkaartje.nl – 80.000 lezers per maand

Campagne Winter op de Heuvelrug

Ook in de wintermaanden is er veel leuks te doen op de Utrechtse Heuvelrug en in de Gelderse Vallei! Met de Wintercampagne bundelen we alle winterse activiteiten en arrangementen op de Utrechtse Heuvelrug en in de Gelderse Vallei op winter.opdeheuvelrug.nl.

Onderdeel van de Wintercampagne is ook de zeer populaire Heuvelrug Adventskalender waarin we van 1 t/m 24 december de mooiste (lokale) prijzen weggeven, beschikbaar gesteld door partners. Van een weekendje weg en een high tea tot diverse toegangstickets. Deelname aan de Wintercampagne is gratis voor partners van RBT Heuvelrug & Vallei.

ONLINE

- Aantal unieke bezoekers op winter.opdeheuvelrug.nl en achterliggende pagina's: 38.005
- Bereik via Google Ads: 39.167 weergaven
- Bereik via Meta Ads: 58.205 weergaven
- RTV online banners: 250.000 impressies
- Hollands Glorie nieuwsbrief item: 8.000 abonnees

DRUKWERK EN PUBLICATIES

- Recreatiekrant Regio Utrecht: oplage 31.000
- Hollands Glorie: 90.000 lezers

HEUVELRUG ADVENTSKALENDER

- Aantal deelnemers: 43.526 (+10,15% t.o.v. 2023)
- Troostprijs na afloop voor alle deelnemers
- Totaal aantal abonnees dagelijkse nieuwsbrief: 4.250



Merkversterking Grebbelinie

De Grebbelinie is een prachtig en groen Rijksmonument, met een rijke historie. Het gebied kent unieke locaties die een bezoek meer dan waard zijn, maar ook nog deelgebieden die we in samenwerking met cultuurhistorische partijen, gemeenten en ondernemers graag verder doorontwikkelen en bekendder maken.

MEERJARIGE PRIORITEIT

In 2024 hebben we hard gewerkt aan een overkoepelend marketingplan en bijbehorend subsidieplan en hebben we veel partners, ondernemers, organisaties en gemeenten gesproken. RBT Heuvelrug & Vallei heeft bij provincie Utrecht een subsidieaanvraag ingediend voor de looptijd van 1 jaar, maar daar stopt het plan niet. RBT Heuvelrug & Vallei zet zich in voor een meerjarige strategie, waarbij we de gemeenten en provincie Utrecht meegenomen hebben in een 3-jarig plan. Een succesvolle uitvoering van het plan Merkversterking Grebbelinie vergt immers een meerjarige inzet en toewijding aan een (in potentie) recreatief-toeristisch sterk en waardevol gebied.

STEUN VAN 9 GEMEENTEN EN PROVINCIE UTRECHT

Onze plannen worden ondersteund door negen betrokken Grebbelinie gemeenten (Bunschoten-Spakenburg, Amersfoort, Leusden, Woudenberg, Scherpenzeel, Renswoude, Veenendaal, Rhenen en Ede), ondernemers en organisaties in de regio en de provincie Utrecht die een geweldig bedrag van € 125.000 subsidie heeft verleend voor de Merkversterking van de Grebbelinie in 2025!

GREBBELINIE ONVERMINDERD ZICHTBAAR IN 2024

Ondanks dat we in 2024 geen extra subsidie hadden om de Grebbelinie door middel van additionele campagnes onder de aandacht brengen van een breed publiek, hebben we niet stil gezeten en is en blijft de Grebbelinie een integraal onderdeel van onze plannen, projecten en campagnes als ook die van Visit Utrecht Region. Zo hebben we afgelopen jaar de volgende mooie resultaten behaald:

- Onderdeel van de regiobrede marketingcampagne met alleen online al een bereik van 9,8 miljoen mensen.
- Onderdeel van regiobrede Fietsen & wandelen campagne met een totaal bereik van ruim 1,5 miljoen.
- Kidsproof online promotie (bereik van 727.532 lezers):
3x dagje op de Utrechtse Heuvelrug - 10 keer leukste uitjes met kids
- Toeractief artikel 'Terug in de tijd op de Utrechtse Heuvelrug' -
Oplage van 35.000 exemplaren
- 10.000 Grebbelinie folders verspreid over ruim 110 informatiepunten in de regio.



Campagne Kastelen & Buitenplaatsen

Kastelen en Buitenplaatsen is een internationale campagne waarvoor wordt samengewerkt met Visit Utrecht Region. De coördinatie hiervan ligt bij RBT Heuvelrug & Vallei.

We bundelen de krachten van de verschillende Utrechtse kastelen en buitenplaatsen en zetten zo gezamenlijke marketingacties op om de buitenlandse en binnenlandse toerist te interesseren tot een bezoek aan de verschillende kastelen, buitenplaatsen en historische locaties in de regio Utrecht. Het bezoek aan deze locaties heeft ook een positief effect op de regio, door bestedingen in de bredere regio aan o.a. restaurantbezoek, hotels en andere toeristische attracties. In deze campagne richten we ons op de Nederlandse bezoekers en buitenlandse bezoekers uit de goed bereikbare regio's vanuit onze buurlanden: Vlaanderen en grensregio's van Duitsland.

- Groei van het aantal binnenlandse en buitenlandse bezoekers (uit Vlaanderen en Duitse grensregio's) en een verhoging van de besteding en verlening van de verblijfsduur in de brede regio.
- Spreiding van recreatiedruk over de regio Utrecht door focus op laagseizoen (voorjaar en najaar).
- Profileren van de regio als aantrekkelijke bestemming in binnen en buitenland
- Merkversterking Utrechtse kastelen & buitenplaatsen



ONLINE CIJFERS

Overzicht van unieke bezoekers en groei in vergelijking met het voorgaande jaar, gebaseerd op de landingspagina en bijbehorende subpagina's in alle beschikbare talen.

Jaar	Unieke bezoekers	Groeipercentage t.o.v. voorgaand jaar
2024	150.000	+16% tot 55%*
2023	160.763	65%
2022	97.275	55%
2021	62.821	382%
2020	13.040	62%
2019	8.048	128%
2018	3.533	–

*De vergelijking van 2023 en 2024 is niet volledig betrouwbaar door de overgang naar GA4. Naar schatting wordt 20% tot 40% van het totale bezoek niet geregistreerd in GA4, waardoor het werkelijke aantal bezoekers in 2024 hoger ligt dan weergegeven. Het vermelde groeipercentage is hierop aangepast om een realistischer beeld te geven.

IN 2024 ZIJN ER:

- 2 nieuwe kastelen fietsroutes ontwikkeld door influencer Mirre Oost (De Nederlandse Toerist).
- Themacampagnes ontwikkeld op kasteeltuinen, uitjes bij kastelen, fietsen en wandelen langs kastelen, culinair en overnachten bij kastelen en beroemde bewoners.
- Verschillende advertenties en publicaties geplaatst in o.a. in de Recreatiekrant Regio Utrecht, Hollands Glorie, Toeractief en Landleven Magazine
- Influencer-reizen georganiseerd met Duitse, Vlaamse en Nederlandse influencers, waaronder HetisdeMerx, Phototravellers, De Nederlandse Toerist, Reiskick en De Waanzinnige Wereld.
- 1 workshop filmen & vloggen met je smartphone georganiseerd, kregen alle locaties toegang tot de Heuvelrug Academie en werden locaties uitgenodigd voor de online masterclass reviewmarketing.
- 1 kasteelontbijt georganiseerd als netwerkevenement voor de deelnemende kastelen bij Slot Zeist.
- Onlinecampagnes ingezet in buurlanden Duitsland en België.
- Vernieuwde (BooQi) folders Kastelen & Buitenplaatsen in het Nederlands, Duits en Engels verspreid via meer dan 110 VVV- en informatiepunten.
- Onlinecampagnes en samenwerkingen met een blog via Kidsproof, nieuwsbrief van Hollands Glorie en een video gepromoot via het online netwerk van DPG.
- Bijna 150.000 bezoeken geweest aan de kastelen en buitenplaatsen pagina's (landingspagina en subpagina's).
- 2.500.000 mensen bereikt via Social advertenties, 4.500.000 mensen bereikt via Display advertenties en meer dan 600.000 mensen bereikt met search advertenties.



Campagne Zakelijk op de Heuvelrug

Zakelijk toerisme is een belangrijke pijler van de economie in de provincie Utrecht. Voor corona genereerde zakelijk toerisme jaarlijks 1,6 miljard euro aan bestedingen, goed voor 53% van alle uitgaven in recreatie en toerisme. Het grootste deel kwam van binnenlands zakelijk toerisme zonder overnachting (1.431 miljoen euro). Deze MICE-markt bevindt zich veelal in de regio Utrechtse Heuvelrug & Vallei.

Daarnaast biedt zakelijk toerisme werk aan 17.550 voltijdsbanen, wat 50% van de totale werkgelegenheid in recreatie en toerisme vertegenwoordigt. Op de Utrechtse Heuvelrug bevindt zich 22% van deze banen.

Daarnaast hebben zakelijke bezoekers een grotere economische impact dan een leisure bezoeker (toerist) en doordat zakelijke bijeenkomsten verspreid over het jaar en anticyclisch plaatsvinden is het bestemmingsmanagement efficiënter en effectiever.

CAMPAGNE 2024

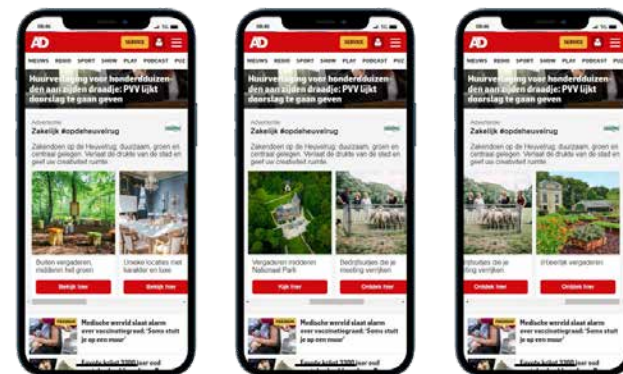
Wij hebben ons gericht op de marketing, branding en storytelling van de Utrechtse Heuvelrug & Gelderse Vallei als groene, gastvrije en centraal gelegen bestemming.

Wij hebben ons in de customer journey op de eerste twee stappen uit het See, Think, Do, Care-model van Google gericht. Dit doen we omdat we van partners vernemen dat zij hun eigen marketingbudget met name inzetten op de daaropvolgende fases (verkoop, conversie).

Toegevoegde waarde van inspanningen van RBT Heuvelrug & Vallei is groter in fases See en Think.

BELANGRIJKSTE INSPANNINGEN EN RESULTATEN:

- Website zakelijk.opdeheuvelrug.nl: meer ingericht met het doel te informeren en te inspireren, er is o.a. gekozen voor het uitlichten van vier thema's die goed passen bij het profiel van onze regio, de aangesloten locaties en de doelgroepen;
- LinkedIn campagne: Looptijd van 1 maand (Oktober/November) - totaal bereik van 65.963;
- Media uitingen in o.a. print en DPG netwerk online campagnes met totaal bereik van bijna 1.5 miljoen;
- Persbewerking / PR / advertorials;
- Wekelijks 'Partner uitgelicht' op LinkedIn.



Samenwerking met de regio

Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug

Sinds 2018 is RBT Heuvelrug & Vallei nauw betrokken bij de marketing en communicatie van Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug. Wij hebben de afgelopen jaren verschillende opdrachten uitgevoerd en ondersteunen het team van Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug bij uitvoerende en strategische werkzaamheden, zoals:

- De streekproductenlijn: Waarmee de bewoners en bezoekers van de regio een stukje Nationaal Park kunnen beleven en proeven en tegelijk een financiële bijdrage doen aan natuurbehoud.
- De Boscast: Een fantastische reeks podcasts die kinderen kennis laat maken met de natuur op een leuke en leerzame manier.

SOCIAL MEDIA STRATEGIE EN UITVOER

Al jaren verzorgen wij de content voor o.a. het Facebook- en Instagramaccount van Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug en monitoren we de reacties en het sentiment online. In 2024 hebben wij ons met name geconcentreerd op content voor natuureducatie. Zo brachten wij de prachtige boscast onder de aandacht, alsook de verschillende gebieden, flora en fauna. Zonder op te roepen tot recreatie, maar echt met de focus op natuureducatie. Op Facebook steeg het bereik in 2024 met maar liefst 1600%, wat resulteerde in 96.900 weergaven. Het account telt inmiddels 2.800 volgers en 1.500 likes. Ook Instagram liet sterke groei zien: het aantal volgers steeg naar 3.400 en het bereik nam toe tot 46.200, een stijging van 1500% ten opzichte van het jaar ervoor.



Nationaal Park
Utrechtse Heuvelrug



Uit in Soest

De afgelopen jaren is er campagne gevoerd om de naamsbekendheid en het imago van Soest & Soesterberg te vergroten en te verbeteren. Middels een crossmediale campagne is er volop ingezet op de thema's fietsen en wandelen (in combinatie met de prachtige natuur in de regio), maar ook op Soest als aantrekkelijke short-break bestemming en cultuurhistorie. Hiermee is een aanzienlijk bereik gecreëerd en is er inmiddels een mooie fanbase op social media opgebouwd.

In 2024 is er jaarrond hard gewerkt aan de verspreiding van organische content via de social mediakanalen van Soest. Op deze kanalen worden zoveel mogelijk activiteiten in en rondom Soest gedeeld. Ook wordt er graag gebruik gemaakt van User Generated Content. Via de social mediakanalen en Google werd jaarrond ook op betaalde campagnes ingezet. Dit gebeurde aan de hand van eerdergenoemde thema's. Dit resulteerde in het volgende:

Websitebezoekers	115.201
Totaal bereik	1.196.311
Bereik Google Ads	496.619
Bereik social ads	108.855
Social bereik organisch	359.066
Facebook volgers	4.916
Instagram volgers	4.390

Dit is Veenendaal

Al enkele jaren wordt er in Veenendaal veel samengewerkt voor o.a. Zomer in Veenendaal, Winter in Veenendaal en het Gilbertjaar 2019. Sinds 2020 werken we samen met Winkelstad Veenendaal, de Bedrijvenkring Veenendaal, Gemeente Veenendaal, Sportservice Veenendaal en de cultuurmakelaar om alles wat Veenendaal te bieden heeft onder de aandacht te brengen.

Om ervoor te zorgen dat we Dit is Veenendaal op de best mogelijk manier onder de aandacht kunnen brengen, houden we elke maand een communicatieoverleg. Tijdens deze overleggen worden de aankomende evenementen, belangrijke punten en andere zaken besproken waarbij het voor alle partijen van belang is dat ze hiervan op de hoogte zijn. Tijdens dit overleg houdt RBT Heuvelrug & Vallei zich ook bezig met het inventariseren van behoeften en het creëren van nieuwe samenwerkingsmogelijkheden.

Veenendaal heeft als stad ontzettend veel te bieden: een aantrekkelijk centrum met mooie winkels en gezellige horeca, talloze leuke evenementen door het hele jaar heen, goede sportfaciliteiten en een veelzijdig culturaanbod om te bezoeken en aan mee te doen. Hiermee heeft Veenendaal ook echt een regiofunctie. Met de Utrechtse Heuvelrug en de Veluwe om de hoek als prachtig groen, bosrijk buitengebied om tot rust te komen of juist actief te recreëren.

Samen met onze samenwerkingspartners willen we dit brede aanbod onder de aandacht brengen bij bewoners en bezoekers. We richten ons daarbij met name op jongeren en jonge gezinnen en etaleren aanbod dat kenmerkend is voor Veenendaal (en dus aansluit bij onze merkwaarden: ondernemend, comfortabel, verbindend).



BOODSCHAP

In onze aanpak positioneren we het stadscentrum en het groene buitengebied als 'place to be' en 'place to meet', leggen we de verbinding met winkelen, horeca, cultuur en evenementen en richten we ons op passende bezoekers die goed bij Veenendaal en de regio passen.

CAMPERPLAATSEN IN VEENENDAAL

Op verzoek van Gemeente Veenendaal is RBT Heuvelrug & Vallei gestart met een onderzoek naar camperplekken in de gemeente en omgeving. Via een eigen landingspagina zijn de betaalde en gratis camperlocaties in kaart gebracht. Door middel van een Google Search campagne, een advertentie in CamperReisMagazine en aandacht via de kanalen van RBT Heuvelrug & Vallei hebben we deze camperplekken onder de aandacht gebracht. In deze campagne zien we terug dat er niet vaak specifiek gezocht wordt op camperplekken in Veenendaal, maar meer op bredere locaties zoals camperplekken op de Veluwe of camperplekken op de Utrechtse Heuvelrug. Deze campagne heeft geresulteerd in 2.255 unieke bezoekers en een online bereik van 45.000 en offline bereik van 13.000.

Gemeente Utrechtse Heuvelrug

CULTUURPROMOTIE

In 2024 is RBT Heuvelrug & Vallei in samenwerking met gemeente Utrechtse Heuvelrug een pilotsamenwerking gestart om de culturele activiteiten binnen de gemeente Utrechtse Heuvelrug gezamenlijk beter regionaal onder de aandacht te brengen.

Doel: (beter/meer) onder de aandacht brengen van het voor bewoners/bezoekers relevante culturele aanbod in de gemeenten. Onderdeel van de samenwerking zijn 25 geselecteerde culturele instellingen en organisaties die elk maximaal 5 evenementen/activiteiten kunnen aanleveren voor extra promotie.

De Uitagenda van Opdeheuvelrug.nl is een geschikt platform om het cultureel aanbod van gemeente Utrechtse Heuvelrug uit te lichten. Als onderdeel van de samenwerking plaatst RBT Heuvelrug & Vallei in 2024/2025 150 events.

Onderdeel van de samenwerking is ook het realiseren van een twee-wekelijkse Utrechtse Heuvelrug Culturele ladder / Uitagenda in de printuitgave van De Kaap in samenwerking met BDU Media.

De culturele events in de gemeente Utrechtse Heuvelrug worden door RBT Heuvelrug & Vallei ook meegenomen binnen de social media kanalen, consumentennieuwsbrief en informatieschermen.

CONTENTMANAGEMENT INFORMATIESCHERMEN

RBT Heuvelrug & Vallei verzorgt op de digitale led-informatieschermen bij de toegangswegen in Driebergen en Doorn de lokale en redactionele content. Tweewekelijks plaatsen we visuals die aansluiten bij het lokale aanbod, de actualiteit en regiocampagnes. Zo realiseren we optimaal bereik en informatievoorziening. Met deze infomasten bereiken we dagelijks gemiddeld 27.600 passanten in Driebergen en 12.000 passanten in Doorn (gebaseerd op cijfers van ESH media, met reclamezuilen op ongeveer dezelfde plek).

PROJECT VERDUURZAMING VAKANTIEPARKEN EN CONGRESCENTRA

Net als veel andere bedrijfstakken heeft ook de recreatiesector een belangrijke opgave om te verduurzamen. Omdat recreatie en toerisme van groot belang zijn voor de gemeente Utrechtse Heuvelrug, heeft de gemeente Utrechtse Heuvelrug de ambitie om zich te onderscheiden in verduurzaming van het recreatieve bedrijfsleven.

Binnen de gemeente Utrechtse Heuvelrug worden de komende periode 10 vakantieparken en 4 congreslocaties geworven voor deelname aan het project Verduurzaming vakantieparken en congrescentra Utrechtse Heuvelrug. Onder

begeleiding gaan 10 vakantieparken en 4 congreslocaties voor een periode van circa 1,5 jaar individueel en gezamenlijk aan de slag met het (verder) verduurzamen van hun organisatie.

De gemeente heeft RBT Heuvelrug & Vallei gevraagd hierin een rol te pakken (en haar partnernetwerk en marketingexpertise in te zetten). RBT Heuvelrug & Vallei heeft begin 2024 haar netwerk benaderd om deelnemers te vinden voor het project Verduurzaming vakantieparken en congrescentra Utrechtse Heuvelrug.. Het project is in maart 2024 met vakantieparken en congreslocaties succesvol van start gegaan. Het project loopt door tot medio 2025.



Vorstelijk Baarn

In 2019 is de website van Vorstelijk Baarn overgezet naar opdeheuvelrug.nl en verzorgen wij in samenwerking met Gemeente Baarn de online marketing en communicatie. Zo beheren wij de website, versturen we elke maand een nieuwsbrief en beheren we de social mediakanalen. Op beide kanalen worden de allerleukste tips van Baarn gedeeld, worden er mooie foto's verspreid en laten we zien wat er de komende tijd te doen is. In september staat Baarn altijd in het teken van "Nazomers Genieten", waarvoor wij ook de promotie uitvoeren in samenwerking met de gemeente en lokale ondernemers.

In 2024 vierde Vorstelijk Baarn in het verlengde van Nazomers Genieten voor het eerst "Vier de winter". De campagne vond plaats van midden november t/m december en lichtte de leukste evenementen en activiteiten uit in en rondom Baarn in de feestmaand december.

Dit alles resulteerde in het volgende:

Websitebezoekers	1.108.157
Bereik Google Ads	2.919.674
Bereik social ads	536.572
Social bereik organisch	810.300
Facebook volgers	12.482
Instagram volgers	4.407

Op Facebook is 80% vrouw, 75% van de volgers is tussen de 45 en 65+. 22% komt uit Baarn, de rest voornamelijk uit Soest, Amersfoort, Hilversum, Bunschoten, Almere, Huizen, Amsterdam, Utrecht en Eemnes. Op Instagram is 70% vrouw en ligt de leeftijd bij 73% tussen de 35-64.



Zeist. De open Slotstad

Wat begon als idee in 2019, is door RBT Heuvelrug & Vallei succesvol uitgewerkt tot een merkstrategie in 2023. In 2024 heeft RBT Heuvelrug & Vallei het merkverhaal van Zeist gecreëerd en doorontwikkeld. Het resultaat? Het citymarketingplatform 'Zeist. De open slotstad.' en bijbehorende campagne uitingen. Met dit platform brengen we de veelzijdigheid van Zeist in beeld en wekken we de interesse van bezoekers.

In 2024 is de website deopenslotstad.nl live gegaan en heeft de citymarketing voor Zeist vorm gekregen. Het dynamische platform en de gelijknamige citymarketingcampagne werden op 22 mei feestelijk gelanceerd. De website is het nieuwe startpunt voor toeristen en recreanten om alle (culturele) activiteiten en bezienswaardigheden in Zeist en omgeving te ontdekken.

Zeist. De open slotstad is bedoeld om Zeist zichtbaarder te maken bij recreanten en toeristen online en offline. Deopenslotstad.nl staat vol verhalen, foto's, nieuws, tips en links naar bestaande initiatieven en websites. Zo schetsen we wat gemeente Zeist bezoekers - niet alleen een dagje, maar ook gedurende een meerdaags bezoek - te bieden heeft.

Deopenslotstad.nl is niet alleen een bron van inspiratie voor bezoekers, maar biedt ook voordelen voor ondernemers, inwoners en alle betrokkenen in de sectoren cultuur, recreatie en toerisme. Door de zichtbaarheid van Zeist te vergroten stimuleren we bezoek en verlengen we het verblijf aan het mooie Zeist.

Sinds de livegang in juni 2024 bezochten ruim 13.000 mensen het platform, goed voor 34.000 keer bekeken pagina's vol verhalen, inspiratie, tips en links naar bestaande initiatieven. Dankzij zoekmachineoptimalisatie groeit het organische verkeer gestaag, steeg de domeinautoriteit naar 14 en zijn er inmiddels meer dan 400 inkomende links naar het platform. In de tweede helft van 2024 hebben we ruim 1,2 miljoen mensen bereikt.



Toeristische Overstappunten

In de provincie Utrecht zijn in totaal 48 Toeristische Overstappunten. Dit zijn locaties waar een informatiezuil staat met informatie over fietsen, wandelen en bezienswaardigheden. De TOP's sluiten aan op de provinciale bewegwijzerde routenetwerken voor fietsen, wandelen en varen en is daarmee een ideaal startpunt.

De provincie Utrecht en het Routebureau Utrecht werken in de hele provincie aan de verbetering van de TOP's door informatie te actualiseren, aansluiting op routenetwerken te herzien en de TOP's meer onder de aandacht te brengen van inwoners en bezoekers. In het eerste kwartaal van 2024 zijn de eerste twee vernieuwde TOP's geplaatst in Zeist en Baarn. RBT Heuvelrug en Vallei coördineert de actualisering van de informatie op de zuilen in samenwerking met gemeentes, ondernemers, natuurorganisaties en andere betrokken partijen.



Marketingcoöperatie Regio Utrecht

In 2023 is de Marketingcoöperatie Regio Utrecht (MC-RU) door 3 DMO's (Utrecht Marketing, Woerden Marketing, RBT Heuvelrug & Vallei) opgericht. RBT Heuvelrug & Vallei heeft zitting in het oprichtingsbestuur. MC-RU is een samenwerking van Woerden Marketing, RBT Heuvelrug & Vallei, Utrecht Marketing, Citymarketing Amersfoort, Tussen Lek & Linge, VVVV Kromme Rijnstreek, VVV Spakenburg, Uit in IJsselstein en Visit Gooi en Vecht.

STRATEGISCHE KEUZES

MC-RU continueert de strategische keuzes en thema's waarover eerder consensus was in het meerjarenplan 2022-2025 dat de samenwerkende DMO's maakten in het kader van Visit Utrecht Region:

- Inzet op waardevol passend bezoek: dit zijn bezoekers die interesse hebben in het profiel en het aanbod (en het DNA van de regio), nauwelijks overlast bezorgen, zorgen voor bestedingen en meegaan in het ritme van de bewoners.
- Beleving per fiets op één: ons gebied is met haar fietsinfrastructuur bij uitstek geschikt voor fietsen, het is een duurzame manier van verplaatsen die bovendien weinig ruimte inneemt.
- Spreiding in ruimte en tijd: de hele regio profiteert mee van het bezoek, ook kleinschalige en tot nu toe niet zichtbare plekken en evenementen. Dit sluit aan op het landelijk en provinciaal beleid.

PROJECTEN

In 2023 zijn er meerder projecten ingediend bij Provincie Utrecht en deze projecten zijn uitgevoerd in 2023-2024. In 2024 en 2025 zijn er opnieuw projecten ingediend.

- 'Utrecht region of cycling' (2023-2024)
Penvoerders: Utrecht Marketing en RBT Heuvelrug & Vallei
- 'Hollandse Ambachten in de regio 2.0' (2023-2024)
Penvoerder: Woerden Marketing
- 'Duurzaam zakelijk toerisme in de regio Utrecht' (2023-2024)
Penvoerder: Utrecht Marketing
- Merkversterking Kastelen & Buitenplaatsen (2023-2024)
Penvoerder: RBT Heuvelrug & Vallei

Visit Utrecht Region

Met Visit Utrecht Region zetten we de regio Utrecht internationaal in de etalage! Met dit unieke samenwerkingsproject van de 10 destinationmarketingorganisaties in de provincie, gemeenten en de provincie zorgen we voor een verdere versterking van de toerisme & recreatie sector.

De verschillende taken en campagnes worden jaarlijks onderverdeeld onder de deelnemende DMO's. Als RBT Heuvelrug & Vallei waren wij in 2024 verantwoordelijk voor de volgende projectonderdelen:

JAARRONDE CAMPAGNE BE/DE

De Utrecht Region-campagne 2024 richt zich op het vergroten van bekendheid, bereik en websitebezoek onder Duitse (Noordrijn-Westfalen, Nedersaksen) en Vlaamse doelgroepen, met als doel de regio Utrecht te positioneren als aantrekkelijke bestemming voor meerdaags bezoek. De campagne benadrukte, met een mix van online en offline media en middelen, iconische thema's zoals cultureel erfgoed (kastelen, forten, UNESCO-sites), natuur (fietsen en wandelen) en stedelijke reuring (citytrips naar Utrecht, Amersfoort en kleinere steden).

Hoofdzakelijk heeft de campagne zich online afgespeeld, maar ook offline waren we aanwezig met Digital Out-of-home borden aan de grens bij Duitsland.

Dit heeft mooie resultaten opgeleverd:

- Online bereikte we 5,7 miljoen Duitsers en hiervan klikten bijna 81.000 mensen direct door naar de website.



- Daarnaast hebben we ook 8,2 miljoen Belgen bereikt en hiervan klikten bijna 50.000 personen direct door naar de website.

SOCIAL MEDIA

De socials dragen bij aan een krachtige regionale promotie en worden ook ingezet om de lopende campagnes van VUR organisch te versterken. We communiceren momenteel via de kanalen in het Nederlands en Engels.

EEN AANTAL CIJFERS OP EEN RIJ:

- Op Facebook is het organisch bereik in 2024 gegroeid naar bijna 62.000. Dit is 13,6% t.o.v. 2023. Het gemiddelde bereik per post steeg van 507 naar 528.
- Op Instagram is het organisch bereik explosief gegroeid naar 145.000. Het bereik is met 148% gegroeid t.o.v. 2023. Het gemiddelde bereik per post is gestegen van 605 naar 1160 per post. Deze cijfers zijn vooral te verklaren doordat we in 2024 veel collabs hebben gedaan met influencers.
- Afgelopen jaar zijn er op Facebook netto 634 nieuwe volgers bijgekomen en op Instagram 1177 netto volgers. Dit terwijl er geen actieve campagne is gevoerd voor het verkrijgen van nieuwe volgers, maar met actief community management en collabs is er toch veel bereikt.

Partners

RBT Heuvelrug & Vallei heeft in de afgelopen jaren een groot netwerk van partners opgebouwd. Samen met dit uitgebreide partnernetwerk zijn we in staat om onze doelen te realiseren. We zetten de Heuvelrug & Vallei op de kaart als perfect gebied om te verblijven, te recreëren en zakelijk te ontmoeten. Dankzij de samenwerking met onze partners kunnen we ook onze campagnes realiseren:

- Kastelen & buitenplaatsen
- Fietsen & wandelen
- Vakantie #opdeheuvelrug
- Zakelijk #opdeheuvelrug
- Shoppen #opdeheuvelrug
- Merkversterking Grebbelinie

Het is uiteraard ons doel om deze relaties te onderhouden en de partners te behouden. Daarnaast streven wij ernaar om het partnernetwerk uit te breiden, om zo nog meer intensieve samenwerkingen op touw te zetten en zo nog meer doelen ten gunste van het gebied te kunnen realiseren.



Netwerkbijeenkomsten

Om de relaties zo goed mogelijk te onderhouden, is het van belang dat onze partners geïnformeerd worden over waar we mee bezig zijn en wat de plannen voor de rest van de periode zijn. Daarom organiseert RBT Heuvelrug & Vallei meerdere evenementen per jaar. Hier delen we resultaten, plannen en vragen we partners om hun waardevolle mening om zo de betrokkenheid van de partners te vergroten. Afgelopen jaar heeft RBT Heuvelrug & Vallei het aantal evenementen verhoogd:

- Opening Toeristisch Seizoen 2024 met als thema de waarde van wandelen: 5 april, Kontakt der Continenten
- Kastelenontbijt 2024: 16 april, Slot Zeist
- Online sessie Kastelen en Buitenplaatsen: 19 september, online
- Partnerontbijt met Masterclass Reviewmarketing: 24 september, Landgoed Zonheuvel
- Afsluiting Toeristisch Seizoen 2024: 12 november, Ouwehands Dierenpark
- Vakantieontbijt met Masterclass AI voor toerisme: 28 november, RCN het Grote Bos
- Bijeenkomst Zakelijk #opdeheuvelrug met Lancering Broodje Utrechtse Heuvelrug: 2 december, Antropia
- Grebbelinieontbijt: 12 december, Restaurant Grebbelounge

Partnerinformatie

Om onze partners beter te informeren over plannen, projecten en campagnes heeft RBT Heuvelrug & Vallei in 2024 de informatievoorziening naar partners verder uitgebreid en geoptimaliseerd.

O.a. door middel van de corporate website rbtheuvelrug-vallei.nl, optimaliseren van de partnernieuwsbrief met meer campagneresultaten, praktische informatie en tips om meer uit het partnership te halen, informatie over de contentkalender en content aanleveren, overzichtelijke partnerchecklists, een toolkit met media en middelen, overzichtelijke informatie over alle partnerships en mogelijkheden voor samenwerking en campagnes.

RBT Heuvelrug & Vallei is een netwerkorganisatie die alleen succesvol kan zijn bij een optimale samenwerking met en dienstverlening aan haar partners. Het goed informeren over en betrekken van partners bij alle activiteiten is hiervoor een belangrijke randvoorwaarde. RBT Heuvelrug & Vallei blijft zich de komende jaren inzetten voor succesvolle samenwerking met al haar partners.

LINKEDIN

De berichten op LinkedIn hebben 16.770 impressies, 2560 reacties en 65 reposts opgeleverd. In 2024 zijn er 145 nieuwe volgers bijgekomen, eind 2024 waren dit in totaal 1.219 volgers.

INSTAGRAM

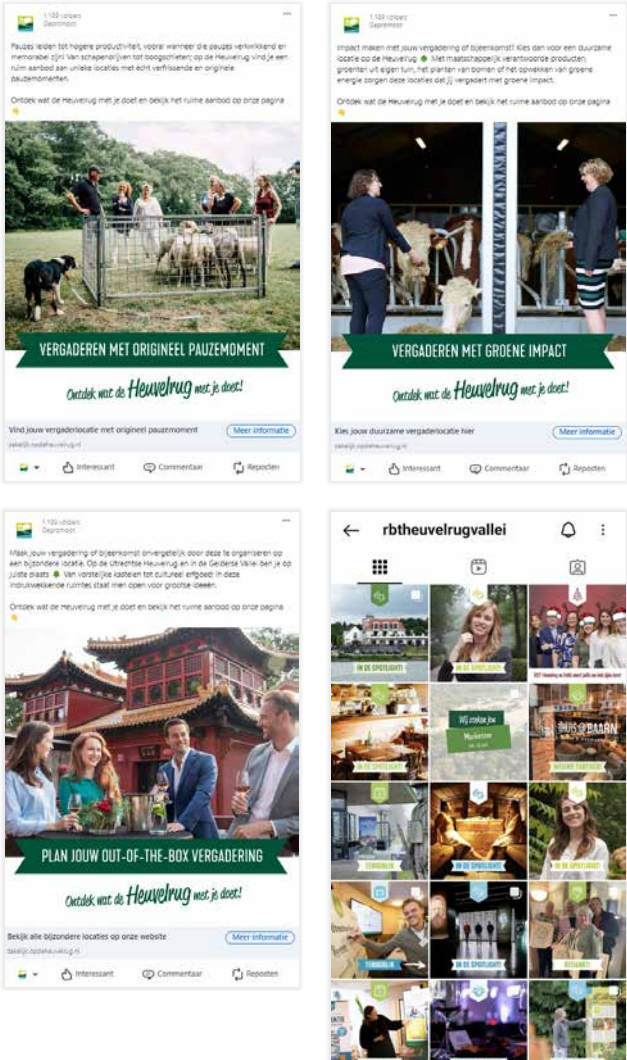
Via het Instagram-account waarmee we ons richten op partners hebben we een bereik van 1.850 behaald. De meeste weergaven komen uit de tweede helft van het jaar, aangezien we toen meer content op dit account hebben geplaatst.

FACEBOOK

De Facebook-pagina gericht op partners hebben we pas eind 2024 opgestart. Daarom liggen de weergaven (1.400) en de bereikcijfers (125) vooralsnog laag.

PARTNERNIEUWSBRIEF

In 2024 verzonden we op maandelijks basis de partnernieuwsbrief naar ons partnernetwerk, en voor berichten van hoog belang verstuurden we dit jaar 4 extra updates (in totaal 16 nieuwsbrieven) naar 1.553 ontvangers. Het aantal abonnees is met 24% gestegen t.o.v. 2023.



Heuvelrug Academie

Samen werken aan een sterker merk

In oktober 2024 lanceerde RBT Heuvelrug & Vallei de Heuvelrug Academie: een gratis, exclusieve online leeromgeving voor partners. Deze academie biedt een centrale plek waar kennis over marketing en toerisme wordt gebundeld en gedeeld, met als gezamenlijk doel: het merk Heuvelrug & Vallei versterken. De academie bevat een breed aanbod aan video's, onderzoeken, naslagwerken en op maat gemaakte content. Hiermee ondersteunen we partners in het professionaliseren van hun marketingactiviteiten en het afstemmen ervan op de regionale strategie.



HEUVELRUG ACADEMIE

Op basis van input van partners ontwikkelen we doorlopend nieuwe, relevante content. Zo bouwen we samen verder aan een krachtige en toekomstbestendige regio.

Aanmelden voor de Heuvelrug Academie kan via: bit.ly/HeuvelrugAcademie

Organisatie

RBT Heuvelrug & Vallei werkt dagelijks met veel plezier aan een collectieve marketingaanpak om recreatie en toerisme op een voor de regio waardevolle manier te ontwikkelen. Hierbij wordt het marketingteam ondersteund door het bestuur en een vaste flexibele schil. Daarnaast worden we geadviseerd door de Innovatietafel Toerisme Heuvelrug.

MARKETINGTEAM

Eind 2024 bestaat het vaste RBT-team uit:

- Laura Nieuwenhuis (coördinator marketing)
- Laura Slaa (marketeer)
- Marleen Jutten (marketeer)
- Yael Cohen (junior marketeer)
- Liza Gerritse (coördinator partnerships)
- Robbert Schuurmans (directeur)
- Jan Burgers, Herman Oberman, Tom Snaauw, Jan van Workum (vrijwilligers)



BESTUUR

Het bestuur van RBT Heuvelrug & Vallei bestaat eind 2024 uit:

- Sander Jansen (voorzitter)
Zelfstandig adviseur
- Liselotte Pesch (bestuurslid)
Bestuurssecretaris GoldschmedingFoundation, voormalig voorzitter Zeister Muziekdagen
- Alexander Huften (penningmeester)
Directeur Kaap Doorn en Ernst Sillem Hoeve, Den Dolder
- Robin de Lange (bestuurslid)
Directeur Ouwehands Dierenpark, Rhenen
- Alex van der Grint (bestuurslid)
Eigenaar Vakantiepark De Krakeling, Zeist

In 2025 vindt een belangrijke bestuurswissel plaats. Drie van de vijf bestuursleden treden af na jarenlange inzet voor de organisatie en de regio. De vertrekkende bestuursleden zijn Alexander Huften (directeur Hotel Ernst Sillem Hoeve en Kaap Doorn), Robin de Lange (directeur Ouwehands Dierenpark) en Liselotte Pesch (bestuurssecretaris Goldschmeding Foundation). Alexander en Robin maakten sinds de oprichting van RBT Heuvelrug & Vallei deel uit van het bestuur en Liselotte sloot in 2018 aan.

ADVIESRAAD

De adviesraad van RBT Heuvelrug & Vallei functioneert tevens als Innovatietafel Toerisme Heuvelrug, waarin overheden en ondernemers elkaar op strategisch niveau ontmoeten om de gastvrijheidssector op de Utrechtse Heuvelrug en in de Gelderse Vallei te stimuleren. Dit gebeurt door het signaleren en verzilveren van kansen, het aanjagen van samenwerking tussen overheden en marktpartijen en het initiëren en testen van nieuwe ideeën en ontwikkelingen.

- Kees Haalboom
Eigenaar restaurant Grebbelounge en pannenkoekenhuizen Bergzicht, De Bijenmarkt, De Langenberg en De Waterspiegel
- Gijs de Kruif
Directeur-bestuurder van Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug
- Hans van Pelt
Directeur Hotel en Conferentiecentrum Woudschoten en directeur Hospitality van de KNVB Campus

Vooruitblik 2025

Regionaal Bureau Toerisme Heuvelrug & Vallei viert in 2025 haar 10-jarig jubileum! Al een decennium lang zetten we ons in voor het versterken van de regionale identiteit en het stimuleren van recreatie en toerisme op de Utrechtse Heuvelrug en in de Gelderse Vallei. Dit bijzondere jaar staat in het teken van terugblikken op mooie mijlpalen én vooruitkijken naar een toekomst vol kansen. We verwelkomen met trots drie nieuwe bestuursleden, die met hun ervaring en frisse blik zullen bijdragen aan de verdere groei en ontwikkeling van onze organisatie.



Ook in 2025 blijven we ons volop inzetten voor succesvolle campagnes, projecten en samenwerkingen. Denk aan de voortzetting van de fiets- en wandelcampagne, de verblijfs- en wintercampagnes, merkversterking Grebbelinie, Kastelen en Buitenplaatsen en nieuwe initiatieven om onze regio nóg beter op de kaart te zetten. Samen met onze partners maken we er een prachtig jubileumjaar van!



Ontdek wat de
Hewvelrug
met je doet!