

JAARVERSLAG 2023



Regionaal Bureau voor Toerisme
HEUVELRUG & VALLEI

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Marketing & communicatie	
Online resultaten	4
Drukwerk	5
VVV's en VVV informatiepunten	6
Beurzen	7
Campagnes	
Fietsen & Wandelen	8
Winter op de Heuvelrug	9
Shoppen	10
Zakelijk	11
Merkversterking Grebbelinie	12
Kastelen & Buitenplaatsen	13
Vakantie	14
Samenwerkingen	
Uit in Soest	15
Citymarketing Veenendaal	15
Vorstelijk Baarn	15
Zeist. De open slotstad	16
Gemeente Utrechtse Heuvelrug	16
Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug	17
Toeristisch Overstappunten (TOP's)	17
Marketingcoöperatie Regio Utrecht	18
Visit Utrecht Region	19
Partners	
Partnertevredenheidsonderzoek	20
Netwerk	21
Heuvelrug Academy	21
Organisatie	22



Voorwoord

Het toeristisch seizoen 2023 was het eerste volledige seizoen sinds de coronaperiode.

We 'mochten weer' en we 'gingen weer'.

De gastvrijheidssector op de Utrechtse Heuvelrug en in de Gelderse Vallei mocht zich in 2023 verheugen in het ontvangen van een groot aantal bezoekers, recreanten en vakantiegangers. De bezoekcijfers keerden terug naar het niveau van voor corona, 2019. Uit de cijfers blijkt dat lokale, regionale en nationale bezoekers de weg naar al het moois dat de Utrechtse Heuvelrug en Gelderse Vallei te bieden heeft goed konden vinden. Ook de aantallen Vlaamse en Duitse bezoekers namen weer toe.

Het weer kende een wat grilliger verloop in 2023. Een fris en vochtig voorjaar werd gevolgd door twee warme en droge lentemaanden, een deels verregende zomervakantie zorgde voor positivisme bij ondernemers met binnenactiviteiten en een mooie nazomer gaf het toeristisch seizoen toch nog een zetje in de goede richting. Zo was er in 2023 voor elk wat wils.

RBT Heuvelrug & Vallei is er trots op dat we ook in 2023 thematische campagnes als bijvoorbeeld 'wandelen & fietsen', 'kastelen en buitenplaatsen' en 'vakantie op de heuvelrug' succesvol hebben kunnen doorontwikkelen. Daarnaast hebben we in al onze off- en online media, uitingen en overige campagnes jaarrond een groot bereik weten te realiseren, bewoners en bezoekers geïnformeerd en geïnspireerd en verhalen verteld die mensen uitnodigden er op uit te trekken.

Ook de actieve zakelijke markt op de Heuvelrug en in de Gelderse Vallei kende een stevig herstel in 2023. Nadat eerder al de markt voor de kleinere groepen was aangetrokken, keerden ook de grotere groepen, organisaties en bedrijven terug naar de Heuvelrug en Vallei om in het groen duurzaam geïnspireerd te worden en met elkaar te brainstormen en te vergaderen.

Toch kende 2023 ook een aantal uitdagingen. Ondernemers in de gastvrijheidssector werden geconfronteerd met personeelstekorten, inflatie en hogere kosten waardoor marges onder druk kwamen te staan en het verdienvermogen werd aangetast.

RBT Heuvelrug & Vallei zal er dan ook in 2024 weer alles aan doen om met de juiste plannen, projecten en campagnes de gastvrijheidssector in het gebied te ondersteunen en onder de aandacht te brengen van bewoners, bezoekers, recreanten en vakantiegangers.

En dat doen we niet alleen. We kunnen als onderdeel van een collectief van 9 gemeenten en een zeer groot aantal partners, ondernemers en organisaties alleen succesvol zijn als we met elkaar in gesprek zijn en blijven en op de juiste thema's en onderwerpen goed en intensief met elkaar samenwerken.

In toenemende mate gebeurt dit ook in een breder regionaal verband. In 2023 is in de provincie Utrecht door de samenwerkende partijen Utrecht Marketing, Woerden Marketing en RBT Heuvelrug & Vallei de Marketingcoöperatie Regio Utrecht (MC-RU) opgericht. Een samenwerking van uiteindelijk alle DMO's en CMO's in de provincie Utrecht met als doel de fraaie regio regionaal, nationaal en internationaal op de kaart te zetten. Samenwerken loont, nu en in de toekomst!

Ik zie ernaar uit om samen met het team van RBT Heuvelrug & Vallei en met alle partners verder te bouwen aan de continuering en uitbreiding van het succes.

Namens team RBT,

Robbert Schuurmans
Directeur RBT Heuvelrug & Vallei

Online resultaten

UNIEKE WEBSITEBEZOEKERS

In 2023 hebben 682.348 unieke bezoekers opdeheuvelrug.nl bezocht. Met name in mei, augustus, oktober en december zijn er duidelijke pieken te zien. Augustus sprong daarbovenuit, in die maand bezochten 72.554 unieke bezoekers de website.

FACEBOOK

Via Facebook zijn er in totaal meer dan 1,2 miljoen mensen bereikt met ruim 350 organische berichten en advertenties. Ook in deze bereikcijfers zijn hoge pieken te zien, met name in mei en augustus. Eind 2023 had het Facebookaccount 10.698 volgers.

INSTAGRAM

Op Instagram zijn 252.600 mensen bereikt met pieken in mei, juni, augustus, oktober en december. Eind 2023 had het Instagram account 6.233 volgers. Het aantal interacties op Facebook en Instagram is gegroeid met 43,3% naar 16.000 interacties.

PINTEREST

Op Pinterest hebben de diverse berichten meer dan 6.000 impressies opgeleverd. Het aantal kliks op de linken en de betrokkenheid van de doelgroep is flink gegroeid. De populairste pins zijn de berichten over campings, gevolgd door fiets- en wandelroutes.

LINKEDIN

De berichten op LinkedIn hebben bijna 80.000 impressies, meer dan 2.000 reacties en 67 reposts opgeleverd. Het meest populaire bericht was het bericht over de 9 mooiste foto's die op Instagram met ons gedeeld zijn. In 2023 zijn er 212 nieuwe volgers bijgekomen, eind 2023 waren dit 1.074 volgers.

NIEUWSBRIEVEN

We versturen 2 soorten digitale nieuwsbrieven: een consumentennieuwsbrief en een partnerupdate. Op maandelijkse basis verzenden we de partner-nieuwsbrief naar ons partnernetwerk (totaal 12 nieuwsbrieven per jaar). Daarnaast versturen we gemiddeld 14 nieuwsbrieven per jaar naar consumenten op relevante momenten, bijvoorbeeld rondom schoolvakanties en feestdagen.

MAANDELIJKE CONSUMENTENNIUWSBRIEF

11.700 abonnees (-22% t.o.v. 2022)

Gemiddelde click-rate van 7,9%

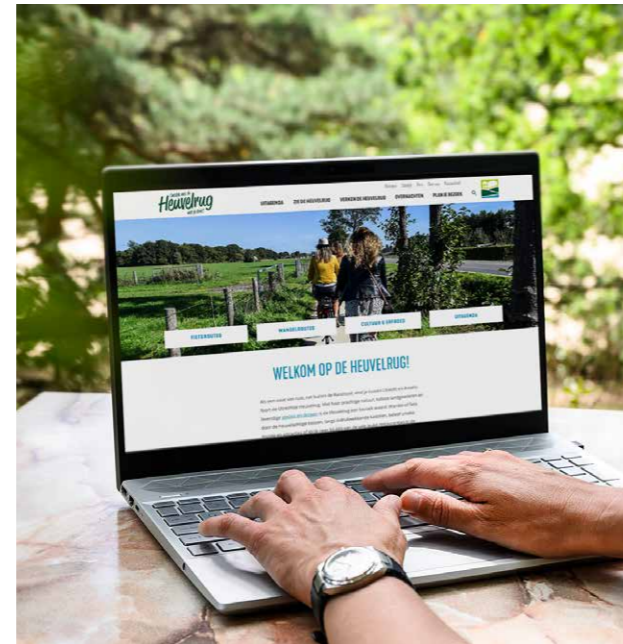
Openingspercentage 38% (+2% t.o.v. 2022)

MAANDELIJKE PARTNERUPDATE

1.552 ontvangers

Gemiddelde click-rate van 4,4%

Openingspercentage 39% (+7% t.o.v. 2022)



Drukwerk

Om bezoekers en bewoners optimaal te informeren en inspireren over de Utrechtse Heuvelrug en de Gelderse Vallei verspreiden wij via onze VVV informatiepunten en distributiepunten diverse printuitingen van zowel onszelf als onze partners.

HEUVELRUG FOLDERSERIE

- 9 gemeente folders en 1 hotspotfolder
- Oplage: 65.000 folders
- Gedrukt op 100% gerecycled FSC papier
- Voor elke drukwerkbestelling laat RBT Heuvelrug & Vallei via Trees for All bomen terug planten in de natuur. In 2023 hebben we op deze manier 20 bomen terug geplant.

HEUVELRUG MAGAZINE

In 2022 is er een Heuvelrug Magazine uitgebracht, dat ook in 2023 is verspreid door de regio.

- Thema 2022-2023: Buitenleven
- Oplage: 25.000 magazines
- Gedrukt op FSC papier

DISTRIBUTIE

Ieder jaar verzorgt RBT Heuvelrug & Vallei minimaal drie distributierondes door de regio waarbij we het Heuvelrug Magazine, foldermateriaal van het RBT en van Visit Utrecht Region verspreiden. In 2023 hebben we in maart, juni en oktober bijna 80.000 folders geleverd bij ruim 100 drukbezochte locaties. In samenwerking met partners leveren we aan deze locaties ook drukwerk van de top 10-attracties in de regio. Mede door de inzet van onze vrijwilligers hebben wij er voor gezorgd dat onze VVV's, VVV informatiepunten en distributiepartners het drukwerk ontvingen voor hun bezoekers/gasten. In de regio zijn er meer dan 110 locaties waar toeristische informatie wordt verspreid.

RECREATIEKRANT

De Recreatiekrant Regio Utrecht is een initiatief van 10 samenwerkende toeristische organisaties in de provincie Utrecht, waarbij het RBT de hoofdredactie voert. In 2023 zijn er 4 edities verschenen.

- Oplage: circa 31.000 kranten per editie
- Gedrukt op FSC papier
- Verspreiding via ruim 250 drukke locaties in de provincie Utrecht en in gemeentes gelegen in de flanken van de provinciegrens
- De Recreatiekrant regio Utrecht is ook online te lezen.



VVV's en VVV informatiepunten

Het RBT heeft 8 aangesloten VVV's op verschillende locaties in de gemeenten. De VVV agentschappen zijn gevestigd in een openbare en/of unieke locaties, met ruime openingstijden. Bezoekers hebben op deze manier vele mogelijkheden om een VVV te bezoeken. Er zijn meer dan 157 vrijwilligers werkzaam in de VVV's, zij voorzien bezoekers van informatie en advies en beantwoorden vragen over de regio.

- Baarn – Stationshuiskamer in NS station Baarn
- Renswoude – in Bibliotheek Renswoude
- Rhenen – in Stadsmuseum Rhenen
- Scherpenzeel – in Kulturhus De Breehoek
- Gemeente Utrechtse Heuvelrug – in Museum Huis Doorn
- Veenendaal – in Cultuurfabriek Veenendaal
- Woudenberg – in Cultuurhuis Woudenberg
- Zeist – in Slot Zeist

VVV INFORMATIEPUNTEN

Op dit moment heeft het RBT 32 VVV informatiepunten. Deze punten zijn gevestigd op openbare gelegenheden met ruime openingstijden, Denk hierbij aan restaurants, cafés, conferentiecentra, hotels, musea en attracties. VVV informatiepunten mogen ook het VVV logo voeren en is er de mogelijkheid om in VVV-Shop banners en vlaggen te bestellen.



Beurzen

Tijdens consumentenbeurzen zetten we onze regio op de kaart samen met gastheren, gastvrouwen, Visit Utrecht Region en collega's van destinationmarketing-organisaties in de regio Utrecht. In 2023 hebben we op twee internationale beurzen gestaan.

VAKANTIE EXPO IN ANTWERPEN

- 27-29 januari 2023
- 23.000 bezoekers
- meer dan 750 gesprekken gevoerd

REISE MESSE IN ESSEN

- 22-26 februari 2023
- 85.000 bezoekers
- meer dan 1100 gesprekken gevoerd

HOTSPOTS FOLDER

Speciale hotspots folder gemaakt voor de beurzen:

- 1.500 Duitse folders
- 1.500 Nederlandse folders



Regiocampagne Fietsen & Wandelen

Door middel van de fiets- en wandelcampagne profileren we de Utrechtse Heuvelrug en de Gelderse Vallei als dé fiets- en wandelregio. Door fiets- en wandelroutes te combineren met unieke en gezellige afstapmomenten draagt de campagne bij aan hogere lokale bestedingen in de regio. In de campagne promoten we het wandelen en fietsen, en geven we tips voor gezellige stops en leuke arrangementen. Gedurende het hele seizoen promoten we het wandelen en fietsen in de regio, met extra aandacht in de themamaanden: mei-maand fietsmaand en oktober wandelmaand.

RESULTATEN MEI MAAND FIETSM AAND

- 22.600 bezoekers op website
- 62.079 bereik via Google ads
- 80.881 bereik via social ads

RESULTATEN OKTOBER WANDELMAAND

- 24.500 bezoekers op website
- 210.980 bereik via Google ads
- 43.021 bereik via social ads

INVULLING MEDIA EN MIDDELEN 2023

- Publicaties in o.a. Roots magazine, Recreatiekrant Regio Utrecht, de Rijnpost, Heuvelrug Magazine en Landleven Magazine
- Influencer samenwerkingen met o.a. Myfootprints online
- 7500 fiets- en wandelfolders in de regio
- Online publicaties op verschillende blogs zoals avontuuropreis.nl, wandelingen.nl, uitkijktorens.nl

SAMENWERKINGEN

- Indebuurt.nl – Vertoningen: 60.500, unieke landingen: 8054
- Nieuwsbrief Roots – 36.500 abonnees
- Nieuwsbrief Hollands Glorie – 8000 abonnees
- Kidsproof nieuwsbrief en blog – bereik 9000 abonnees
- Fietsnetwerk.nl – vertoningen 102.320 + nieuwsbrief 60.000 opens



Regiocampagne Winter op de Heuvelrug

Met de Wintercampagne verlengen we het seizoen en 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 inmiddels 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 heerlijke brunch 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: 5.359
- Bereik via Google Ads: 158.046
- Bereik via Meta Ads: 129.625
- Artikel op Indebuurt.nl Utrecht & Amersfoort: bereik 7.786
- Nieuwsbrief Indebuurt Utrecht & Amersfoort: 25.129 abonnees
- Carousel DPG media: bereik 159.012

DRUKWERK EN PUBLICATIES

- Recreatiekrant Regio Utrecht: oplage 30.000
- Winter Special bij De Nieuwsbode (Zeist) en Nieuwsblad De Kaop (Utrechtse Heuvelrug): oplage 2.000.
- Puzzel in de Winter Special: 177 deelnemers. Vijf winnaars gekozen die een jaarkalender met foto's van de Utrechtse Heuvelrug winnen.

HEUVELRUG ADVENTSKALENDER

- Aantal deelnemers: 39.515 deelnemers (+22% t.o.v. 2022)
- Nieuw! Troostprijs na afloop voor alle deelnemers.
- Totaal aantal abonnees dagelijkse nieuwsbrief: 3.572 (+1.676 aanmeldingen in 2023)



Regiocampagne Shoppen

Deze campagne is ontwikkeld om winkelgebieden op de Utrechtse Heuvelrug en in de Gelderse Vallei extra te promoten. Het doel is om bezoekers te informeren over de levendige winkelgebieden met cultuur, activiteiten, horeca en (ambachtelijke) winkels. Zo weten de bezoekers niet alleen waar ze terecht kunnen voor een dagje uit, maar ook voor hun dagelijkse boodschappen bij de lokale ondernemers.

RESULTATEN SHOPPEN CAMPAGNE 2023

- Unieke website bezoekers: 16.475
- Pagina in het Heuvelrug Magazine 22-23, over shoppen in de regio
- Jaarrond diverse posts op social media en onze consumentennieuwsbrief over shoppen in de regio, aanhakend op het seizoen of thema
- Promotie middels de speciale Shoppen folder, verspreid tijdens de 3 distributierondes
- 2 publicaties in de recreatiekrant: Oplage 31.000 stuks per editie, verspreid over 250 punten in de regio met een bereik van 250.000 recreanten in de regio.
- Onderdeel van de Wintercampagne met een online bereik van ruim 340.000



Regiocampagne Zakelijk

Een belangrijk deel van de toeristische inkomsten en werkgelegenheid komt uit zakelijk toerisme. Wij zetten in op het 'branden' van de Heuvelrug en Vallei als duurzame en groene bestemming van topniveau voor zakelijke bijeenkomsten. Offline doen we dit via publicaties in vakbladen en deelname aan beurzen. Online hebben we vooral ingezet op zoekmachine optimalisatie en display en search advertenties. Naast het plan Zakelijk op de Heuvelrug hebben we in 2023 ook gewerkt aan de provinciale zakelijke campagne: Utrecht Region Zakelijk, via utrechtconventionbureau.nl.

MEDIA

- Hernieuwde folder Zakelijk op de Heuvelrug: oplage 3.000
- 2 artikelen op Events.nl – 2.360 unieke lezers
- Advertorial in Events Magazine
- Heuvelrug magazine, businessspecial: oplage 25.000 verspreid over 100 locaties
- 3 Locatietours L.O.L. - In samenwerking met de Gemeente Zeist en provincie Utrecht
- Beursdeelname EventSummit & Management Support

ONLINE

- Unieke bezoekers zakelijk.opdeheuvelrug.nl: 24.905 (+33%)
- Cijfers Google Ads: Totaal 1.109.730 bereik (+20%) en 21.709 clicks (+29%)
- 11.500 abonnees maandelijkse nieuwsbrief
- 16.500 volgers op social media



**GROEN, GASTVRIJ EN
CENTRAAL GELEGEN**
ZAKENDOEN OP DE HEUVELRUG

Ontdek wat de
Heuvelrug
met je doet!

Merkversterking Grebbelinie

De Grebbelinie is een prachtig en groen Rijksmonument, met een rijke historie. De verdedigingslinie is van oorsprong een waterlinie die loopt van de Nederrijn bij de Grebbeberg, via Veenendaal en Amersfoort naar Spakenburg. Met de support van LEADER, Provincie Utrecht, gemeentes en ondernemers heeft het RBT de afgelopen 2 jaar hard gewerkt aan het in kaart brengen van het aanbod, het verbinden hiervan en het ontwikkelen van middelen en promotie om de Grebbelinie tot een recreatief beleefbare bestemming te maken en de naamsbekendheid te vergroten. Een overzicht van alle activiteiten, bijzondere plekken en routes is te vinden op opdegrebbelinie.nl.

BELANGRIJKSTE RESULTATEN 2023

- Unieke bezoekers opdegrebbelinie.nl: 19.906 (+28% t.o.v. 2022)
- Samenwerking met bloggers: o.a. omnitravel & myfootprints
- Distributie Grebbelinie folder over 110 infopunten 3x per jaar: Oplage 10.000 stuks
- 4 publicaties in de recreatiekrant: Oplage 31.000 stuks per editie, verspreid over 250 punten in de regio met een bereik van 250.000 recreanten in de regio
- Twee pagina's in Heuvelrug Magazine. Oplage 25.000 totaal.
- Opname Grebbelinie als 'must see' in Heuvelrugfolderserie van de gemeentes, circa 45.000 oplage
- Foto en Video materiaal gemaakt van locaties: Post van Lambalgen, Grebbelinie in t Vizer en de Museumbunker
- Meegenomen in RBT campagnes in Nederland, Duitsland en België, zoals de fietsen & wandelen en vakantie campagne
- Integratie in provinciale website en marketing visitutrechtregion.nl
- Belangrijk onderdeel in (inter)nationale VUR campagnes als 'Kastelen en Buitenplaatsen', 'Kom naar buiten' en 'jaarrond always on campagne'

VERVOLG

Op 14 december 2023 vond de eerste Grebbelinie ontbijtsessie plaats Bij Aaltje aan de Linie. Wat ons betreft een succesvolle sessie en ook zeker niet de laatste.

Het was duidelijk merkbaar dat er een hoop enthousiasme is voor de Grebbelinie en dat we met zijn allen bereid zijn er een succesvolle bijdrage aan te leveren, in kennis en ook financieel. De subsidie vanuit LEADER en de provincie Utrecht loopt eind 2023 af en de nieuwe plannen voor een subsidieaanvraag zijn in de maak. Hierbij zijn wij ook afhankelijk van cofinanciering vanuit de markt. Hiervoor komen wij begin 2024 om de hoek kijken.



(Inter)nationale campagne Kastelen & Buitenplaatsen

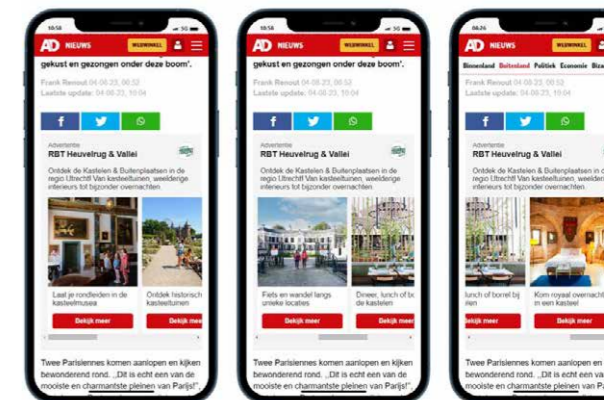
Kastelen en Buitenplaatsen is een internationale campagne waarvoor wordt samengewerkt met Visit Utrecht Region. De coördinatie hiervan ligt bij RBT Heuvelrug & Vallei.

ONLINE CIJFERS

Jaar	Unieke bezoekers	Groeipercentage t.o.v. voorgaand jaar
2023	160.763	65%
2022	97.275	55%
2021	62.821	382%
2020	13.040	62%
2019	8.048	128%
2018	3.533	-

IN 2023 ZIJN ER:

- Drie nieuwe kastelen fietsroutes ontwikkeld en gepromoot
- Themacampagnes ontwikkeld op kasteeltuinen, kidsuitjes, fietsen en wandelen langs kastelen, culinair en overnachten bij kastelen, beroemde bewoners.
- Artikelen in 11 Duitse dagbladen verschenen n.a.v. een persreis in 2022
- Verschillende publicaties geweest in o.a. in Eigen Land, Recreatiekrant Regio Utrecht, Heuvelrug Magazine, in de nieuwsbrief van Columbus Magazine en meer
- Influencer-reizen georganiseerd met o.a. Gooische Hotspots
- Een online training SEO en een masterclass (online) toegankelijkheid georganiseerd voor de partners van de Kastelen-campagne
- 1 kasteelontbijt georganiseerd als netwerkevenement voor de verschillende kastelen.
- Online campagne DPG netwerk met 142.000 impressies en 1.250 clicks.
- 660.000 mensen bereikt via Social advertenties



(Inter)nationale campagne Vakantie

In de maand maart zijn we gestart met de Vakantiecampagne en is deze zowel nationaal als internationaal (Duitsland & Vlaanderen) uitgerold. Op de netwerkbijeenkomst in maart hebben we de plannen voor 2023 verder toegelicht en verzorgde Leads International een workshop over de Duitse gast.

In de campagne hebben we in 2023 gefocust op de samenstelling van het gezelschap (doelgroep gezinnen en stellen) en hebben we meer ingezet op de duur van het verblijf door in de communicatie te focussen op weekendjes weg en langere vakanties.

We zijn een samenwerking met Kidsproof aangegaan waarbij o.a. een blog is gepubliceerd over de leukste uitjes in de regio en overnachtingsmogelijkheden voor kinderen.

ONLINE

- 90.673 bezoekers op de website
- 1.215.919 bereik via Google Ads
- 1.369.576 bereik via social ads
- 15.112 bereik via Pinterest ads (nieuw dit jaar!)
- Instameet met 4 influencers: 22.350 personen bereikt via Instagram
- Samenwerking met Kidsproof:
 - Blog website: 1.014.000 weergaven
 - Facebookcampagne rondom blog: 37.289 weergaven
 - Blog in nieuwsbrief Kidsproof: 54.000 lezers
 - Vermelding in UItagenda en Eropuit op Kidsproof Amersfoort & Utrecht: 50.058 weergaven

OFFLINE

- Heuvelrug Magazine (oplage 25.000)
- Recreatiekrant Regio Utrecht (oplage 31.000)
- Advertentie in BDU-specials (oplage 70.000)
- Infomasten in Driebergen en Doorn (gem. 39.600 passanten per dag)
- Deelname aan internationale beurzen
 - Vakantie Expo Antwerpen
 - Reise Messe Essen



Samenwerking met de regio

Uit in Soest

Al enkele jaren voeren wij in samenwerking met Gemeente Soest campagne om de naamsbekendheid en het imago van Soest & Soesterberg te vergroten/te verbeteren. Voorheen was dit ook in samenwerking met Stichting Uit In Soest. Na opheffing van deze stichting in 2023 is de website uitinsoest.nl overgezet naar opdeheuvelrug.nl. Door middel van een crossmediale campagne brengen we de natuur in combinatie met fietsen en wandelen, activiteiten voor kids, horeca en overnachten onder de aandacht.



Dit is Veenendaal

Al enkele jaren wordt er in Veenendaal veel samengewerkt voor o.a. Zomer in Veenendaal en Winter in Veenendaal. 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.



Vorstelijk Baarn

Sinds 2019 verzorgen wij in samenwerking met Gemeente Baarn de marketing. Zo beheren wij de website, versturen we elke maand een nieuwsbrief met de leukste tips in Baarn en beheren we de social media kanalen. 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.



Zeist. De open slotstad.

In 2023 is de gemeente Zeist druk bezig geweest met het ontwikkelen van 'Het verhaal van Zeist'. Het RBT en andere ondernemers en maatschappelijke partijen zijn gevraagd mee te denken in dit verhaal. Vervolgens is het RBT gevraagd om een marketingstrategie te ontwikkelen en deze uit te werken in o.a. beeldmerk, website en een campagne.

In de loop van 2024 zal deopenslotstad.nl live gaan en zal de citymarketing voor Zeist verder vorm krijgen. Hierin werken wij nauw samen met de Gemeente Zeist en de door hen samengestelde stuurgroep en Mooijgelukt voor de lokale verankering.



Het platform 'De open slotstad' is een initiatief van Gemeente Zeist en betrokken ondernemers, met als doel om het platform voor de promotie van Zeist en haar buurtschappen te zijn. Met 'De open slotstad' ontstaat één centrale ingang voor bezoekers van Zeist. Vol verhalen, foto's, nieuws, tips en allerlei links naar bestaande initiatieven.

Gemeente Utrechtse Heuvelrug

INFOMASTEN

RBT Heuvelrug & Vallei verzorgt op de elektrische led-schermen bij de toegangswegen in Driebergen en Doorn de lokale en redactionele content. Wekelijks plaatsen we visuals die aansluiten bij het lokale aanbod, de actualiteit en regiocampagnes. Allemaal om zo optimaal bereik en informatievoorziening te realiseren. 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).



WARM WELKOM

Jaarlijks organiseert Gemeente Utrechtse Heuvelrug een bijeenkomst voor nieuwe bewoners. Op dit evenement delen wij informatie over wat er in de regio te zien en te doen is. Zo versterken we de band met de bewoners die zich in de regio vestigen en moedigen we bewoners aan om bij te dragen aan de lokale economie.

Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug

RBT Heuvelrug & Vallei is nauw betrokken bij de marketing, communicatie & mediastrategie van Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug. Afgelopen jaren zijn er diverse opdrachten uitgevoerd en ondersteunt het RBT het Nationaal Park bij uitvoerende en strategische werkzaamheden. Afgelopen jaar is er geholpen bij projecten als:

STREEKPRODUCTENLIJN

In 2022 werd de streekproductenlijn geïntroduceerd. Bezoekers en bewoners van de regio kunnen een stukje van het Nationaal Park beleven en proeven en tegelijkertijd een financiële bijdrage doen aan natuurbehoud. In 2023 heeft het RBT gesproken met de verschillende producenten, en is er een advies geschreven omtrent het verder ontwikkelen en promoten van de streekproductenlijn.

BELEEFWEEK

RBT verzorgt jaarlijks de marketinguitingen en promotiemiddelen ten behoeve van de Beleefweek.



Toeristisch Overstappunten (TOP's)

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 worden de eerste vernieuwde TOP's geplaatst in Zeist en Baarn. RBT Heuvelrug en Vallei coördineert de actualisering van de informatie op de zuilen met gemeentes, ondernemers, natuurorganisaties en andere betrokken partijen.



Marketingcoöperatie Regio Utrecht (MC-RU)

In maart 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, VVV Kromme Rijnstreek, VVV Spakenburg, Uit in IJsselstein en Visit Gooi en Vecht.

De coöperatie is voortgekomen uit het succesvolle en al jaren lopende project Visit Utrecht Region. Met deze vorm willen de DMO's in de regio Utrecht hun samenwerking robuuster maken en versterken terwijl de DMO's zelfstandige organisaties blijven. De provincie Utrecht heeft MC-RU aangewezen als DAEB (Dienst van Algemeen Economisch Belang) en vraagt de leden van de coöperatie om activiteiten uit te voeren in het kader van haar Omgevingwetprogramma Recreatie en Toerisme 2022-2025.

Primair wil MC-RU de samenwerking in de regio Utrecht versterken op de terreinen recreatie en toerisme. Zodoende kan MC-RU de bezoekersstromen spreiden in ruimte en tijd, de gastvrijheidseconomie positief beïnvloeden en haar lokale schaalniveau vergroten. De activiteiten van de coöperatie dragen bij aan een vitale en leefbare regio.

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.

THEMA'S

MC-RU kiest voor een groepering van thema's en zogenaamde verhaallijnen.

- Heritage: een breed aanbod van nationaal én internationaal top cultuur en erfgoed.
- Landscapes: een grote variatie aan landschappen en routes.
- Vibes: veel plekken die reuring bieden zoals events, activiteiten en beleving.

PROJECTEN

In 2023 heeft MC-RU al enkele projecten ingediend bij de provincie Utrecht.

- 'Utrecht region of cycling' (2023-2024)
Penvoerders: Utrecht Marketing & 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

Voor Visit Utrecht Region (VUR) beheert het RBT de social media kanalen; Facebook, Instagram en LinkedIn. De social media kanalen zijn een belangrijk onderdeel van de online campagne die als doel heeft het regioverhaal te vertellen. Met inspirerende content brengen we de regio Utrecht onder de aandacht van de internationale bezoeker. Daarnaast worden de socials ook ingezet om de lopende campagnes van VUR organisch te versterken. In totaal zijn er ruim 1,8 miljoen mensen bereikt via de Facebook- en Instagrampagina van Visit Utrecht Region.

FACEBOOK

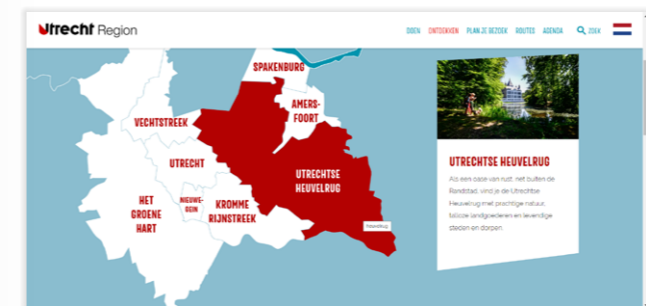
Op Facebook is duidelijk te zien dat er in 2023 minder geld is uitgegeven en dat er is gekozen voor kwaliteit, in plaats van kwantiteit. Het bereik op Facebook is met 37% gedaald naar 1,8 miljoen. Het aantal interacties met de inhoud is daarentegen wel gegroeid, met 141% naar 12.900 interacties. Ook het organisch bereik is gegroeid naar 17.249. In totaal zijn er 13.500 paginabezoeken geweest, dit is 309% meer dan in 2022.

INSTAGRAM

Op Instagram is het bereik met 21,7% gegroeid naar 531.000. Het grootste gedeelte van dit bereik komt via advertenties. Het aantal volgers op Instagram moet eerst groeien door middel van advertenties, om vervolgens het organisch bereik te verhogen. Het aantal bezoeken aan de Instagrampagina is ook gegroeid, met een groei van 44,7% zijn er in 2023 5.400 bezoeken geweest.

LINKEDIN

Op LinkedIn zijn meer dan 10.000 mensen bereikt. Er zijn ongeveer 70 nieuwe volgers bijgekomen in 2023. De pagina is 450 keer weergegeven.



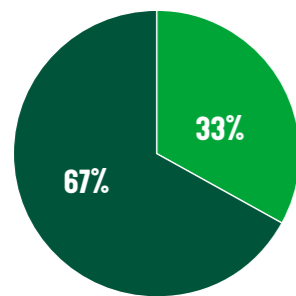
Partners

Partnertevredenheidsonderzoek

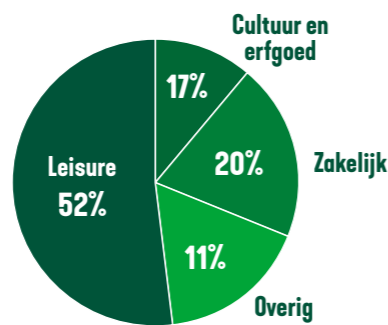
Eind 2023 hebben we een partnertevredenheidsonderzoek uitgevoerd onder de partners van RBT Heuvelrug & Vallei. Zo hebben we in kaart gebracht wat er leeft bij onze partners, wat de wensen en behoeften zijn en wat de mening van onze partners is over de samenwerking met het RBT. Met de reacties en

feedback die wij door middel van dit onderzoek hebben opgehaald, kunnen en zullen we stappen zetten in het verbeteren van de samenwerking en dienstverlening.

SAMENVATTING RESULTATEN PTO 2023 **Betrouwbaarheid**



33% van het totaal aantal partners heeft het onderzoek ingevuld



Respondenten zijn actief in de bovenstaande sectoren



Gemiddelde tevredenheidsscore van 7,45 voor de samenwerking

Netwerk

Samen met ons uitgebreide partnernetwerk maken we het verschil op de Utrechtse Heuvelrug. Met deze aangesloten partners zetten wij de Heuvelrug & Vallei op de kaart als perfect gebied om te verblijven, zakelijk te ontmoeten en te recreëren. Mede dankzij de intensieve samenwerking met onze belangrijke partners zijn we in staat om o.a. de volgende campagnes te realiseren:

- Kastelen & buitenplaatsen
- Fietsen & Wandelen
- Vakantie campagne
- Zakelijk
- Shoppen
- Grebbelinie

NETWERKBIJENKOMSTEN

Wij betrekken graag ons netwerk bij alle ontwikkelingen op de Heuvelrug. Voor regiopartners die aangesloten zijn op ons netwerk organiseert het RBT Heuvelrug & Vallei jaarlijks meerdere netwerkevenementen. In 2023 hebben wij meer bijeenkomsten mogen organiseren en was er meer ruimte voor de campagnebijeenkomsten. Op deze manier vergoot het RBT de betrokkenheid van de partners.

- Vakantie ontbijt: 16 maart, Vakantiepark de Krakeling
- Opening Toeristisch Seizoen 2023: 30 maart, Parc Broekhuizen
- Kastelenontbijt 2023: 18 april, Kasteel Groeneveld
- Ambassadeursdag 2023: 22 juni, bij Malecaten Ginkelduin
- Afsluiting Toeristisch Seizoen 2023: 9 november, Vakantiepark de Heigraaf
- Grebbelinie bijeenkomst 2023 (kick off): 14 december, Aaltje aan de Linie
- Kastelen en Buitenplaatsen, workshop (digitale) toegankelijkheid: 21 september, Slot Zeist

Heuvelrug Academy

In 2023 zijn wij begonnen met het vullen van het educatieve platform 'Heuvelrug Academy'. Met dit platform willen wij kennis delen met onze partners over onder andere marketing en communicatie. Op het platform worden video's, toolkits, documenten en andere hulpmiddelen gedeeld om partners te ondersteunen bij hun marketing, met als doel het merk van de Heuvelrug en Vallei samen te versterken.

Het afgelopen jaar zijn er waardevolle e-learnings gemaakt en verzameld die als basis dienen voor de verdere ontwikkeling van de Academy. De video's richten zich onder andere op AI, SEO, SEA, Google Ads en social media. In 2024 worden er meer e-learnings gemaakt. Naar verwachting is het digitale platform in het derde kwartaal van 2024 gereed.



Organisatie

Iedere dag werkt RBT Heuvelrug & Vallei 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.

PARTNERS PER CAMPAÑE MARKETINGTEAM

Eind 2023 bestaat het vaste RBT-team uit:

- Laura Nieuwenhuis (coördinator marketing)
- Marlies Rooijackers (online marketeer)
- Lieke Roos (content marketeer)
- Marleen Jutten (marketeer)
- Elja Triloki – Damming (coördinator partnerships)
- Robbert Schuurmans (directeur)
- Jan Burgers, Herman Oberman, Tom Snaauw, Jan van Workum (vrijwilligers)



BESTUUR

Het bestuur van RBT Heuvelrug & Vallei bestaat eind 2023 uit:

- Sander Jansen – voorzitter – Zelfstandig adviseur
- Liselotte Pesch – bestuurslid – Bestuurssecretaris Goldschmeding Foundation, 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 Grift – bestuurslid – Eigenaar Vakantiepark De Krakeling, Zeist

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.

De adviesraad/innovatietafel bestaat eind 2023 uit:

- Kees Haalboom – Eigenaar restaurant Grebbeloung 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



An aerial photograph of a natural landscape. In the foreground, there is a bog with dark, peaty ground and patches of green moss. A winding path or stream cuts through the bog. To the right, a small, irregularly shaped pond with blue water is visible. The middle ground is dominated by a dense forest of tall, thin trees. In the far distance, a city skyline is visible under a cloudy sky. The text 'Ontdek wat de Hewelrug met je doet!' is overlaid in the center of the image.

Ontdek wat de
Hewelrug
met je doet!