RESULTATEN CAMPAGNE VAKANTIE #OPDEHEUVELRUG 2023

Regionaal Bureau voor Toerisme
HEUVELRUG & VALLEI

CAMPAGNE VAKANTIE #OPDEHEUVELRUG

Verblijfsbezoekers zijn van groot economisch belang voor het toerisme in de provincie Utrecht. Door middel van een crossmediale campagne, in samenwerking met vakantieparken en verblijfsaccommodaties uit de regio, promoten we de Utrechtse Heuvelrug en Gelderse Vallei als vakantiebestemming.

De campagne is zowel op de Nederlandse, als de Duitse (grensregio's) en Belgische (Vlaanderen) markt uitgerold.

Doelgroep

Jonge gezinnen en actieve 50+ (wandelen & fietsen): stijlzoeker, harmoniezoeker en inzichtzoeker
Korte vakantie (midweek, weekendje weg) en langere vakanties

Campagneperiode

maart t/m september 2023

Resultaten Nederland

CAMPAGNE RESULTATEN - NEDERLAND

Online

32.429 bezoekers op website
174.991 bereik via Google ads
1.020.248 bereik via social ads
15.112 bereik via Pinterest ads (nieuw dit jaar!)
11.500 abonnees maandelijkse nieuwsbrief
16.500 volgers op social media

Influencers

Instameet met 4 influencers:
Weekendje weg op de Utrechtse Heuvelrug
22.350 personen bereikt via Instagram

Offline

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

Print

Recreatiekrant Regio Utrecht (advertentie en redactioneel) - oplage 30.000 stuks per editie
Heuvelrug Magazine - oplage 25.000 stuks
Publicatie in BDU-special - oplage 70.000 stuks
Speciale hotspotfolder op de beurs: 1.500 stuks

Samenwerking Kidsproof

Blog gepubliceerd met de leukste uitjes in de regio + overnachtingsmogelijkheden
Blog website: 1.014.000 weergaven
Facebookcampagne rondom vlog: 37.289 weergaven
Blog in nieuwsbrief Kidsproof: 54.000 lezers
Vermelding in UITagenda en Eropuit op Kidsproof Amersfoort & Utrecht: 50.058 weergaven

Netwerkbijeenkomst

Op 16 maart 2023 vond de netwerkbijeenkomst voor de Vakantiecampagne plaats. Hierin hebben we een terug- en vooruitblik op de campagne gegeven en verzorgde Leads International een workshop over de Duitse gast.

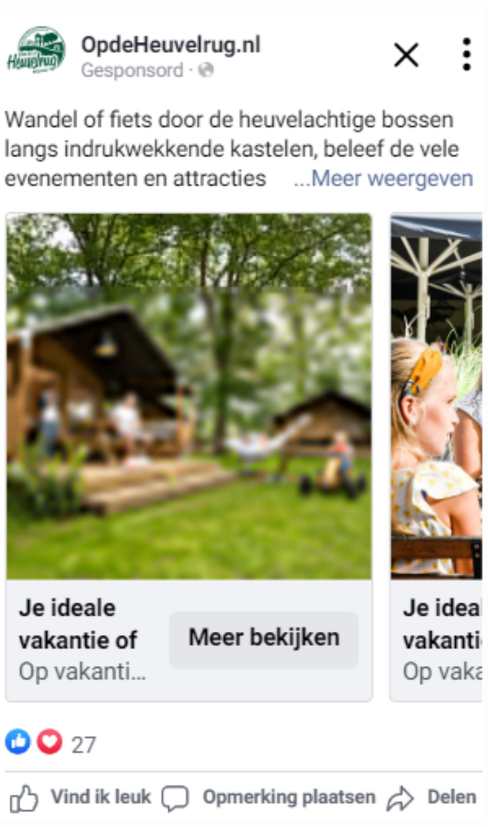
UITINGEN CAMPAGNE

Instameet influencers

@buiten.leven @picturesby_rt @uitstapjesmetsuus @ontdekjeplekje

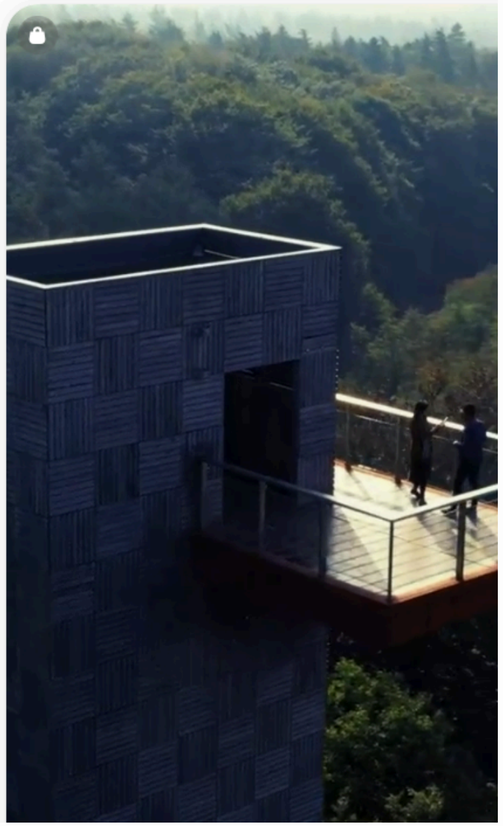
UITINGEN CAMPAGNE

Social ads



UITINGEN CAMPAGNE

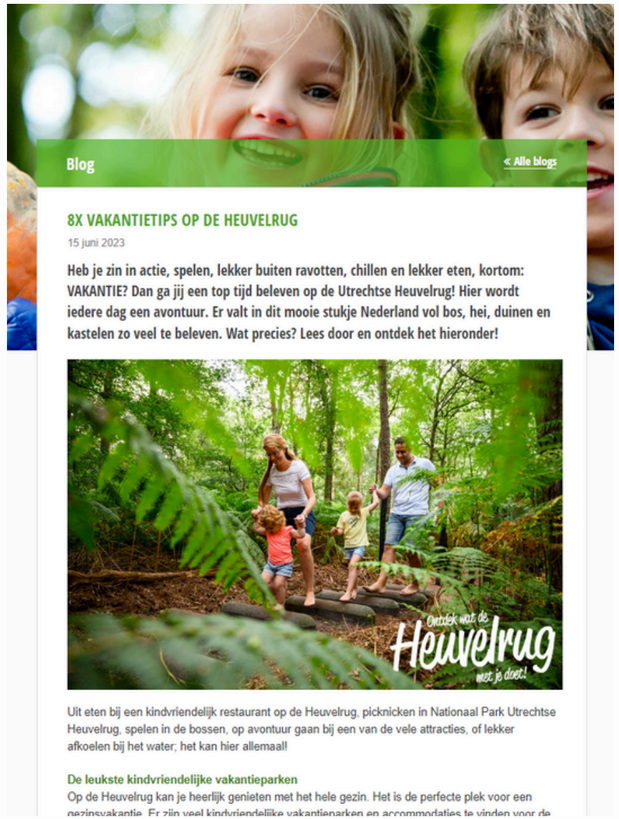
Social ads

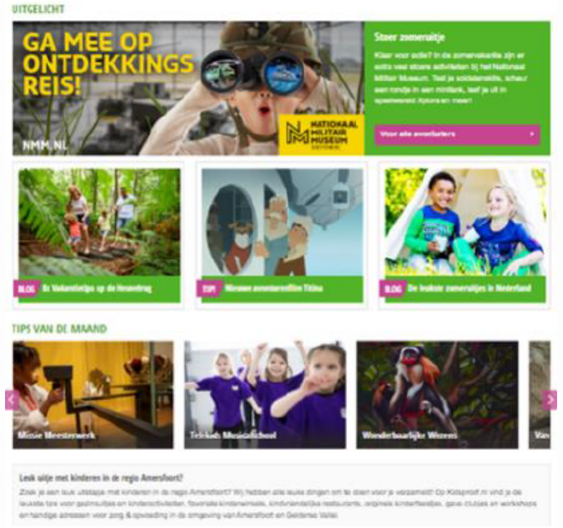


Nieuw in 2023: Pinterest ads

UITINGEN CAMPAGNE

Infomasten | Advertenties | Kidsproof





Resultaten Duitsland en Belgie

CAMPAGNE RESULTATEN - BELGIË & DUITSLAND

Online

Totaal websitebezoekers: 58.244
45.556 bezoekers vanuit België
12.688 bezoekers vanuit Duitsland

Online bereik Google ads: 1.040.928
61.711 personen bereikt in België
979.217 personen bereikt in Duitsland

Online bereik social ads: 334.216
318.662 personen bereikt in België
15.554 personen bereikt in Duitsland

Website (Besuchheuvelrug.de)

De Duitstalige website heeft een nieuwe structuur gekregen. Deze is nu gebruiksvriendelijker ingericht voor de Duitse bezoeker, met informatie specifiek op hen gericht (zoals reisinformatie).

Offline

2 internationale beurzen (i.s.m. Visit Utrecht Region)

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

Speciale hotspots folder gemaakt voor de beurzen:
1.500 Duitse folders en 1.500 Nederlandse folders

RESULTATEN CAMPAGNE VAKANTIE #OPDEHEUVELRUG 2024

Regionaal Bureau voor Toerisme
HEUVELRUG & VALLEI

CAMPAGNE VAKANTIE #OPDEHEUVELRUG

Verblijfsbezoekers zijn van groot economisch belang voor het toerisme in de provincie Utrecht. Door middel van een crossmediale campagne, in samenwerking met vakantieparken en verblijfsaccommodaties uit de regio, promoten we de Utrechtse Heuvelrug en Gelderse Vallei als vakantiebestemming.

De campagne is dit jaar hoofdzakelijk uitgevoerd in Nederland, waar we in 2023 meer de focus hadden op Duitsland en België .

Doelgroep

Jonge gezinnen en actieve 50+ (wandelen & fietsen): stijlzoeker, harmoniezoeker en inzichtzoeker.
Korte vakantie (midweek, weekendje weg) en langere vakanties.

Campagneperiode

april t/m oktober 2024

Resultaten 2024

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

UITINGEN CAMPAGNE

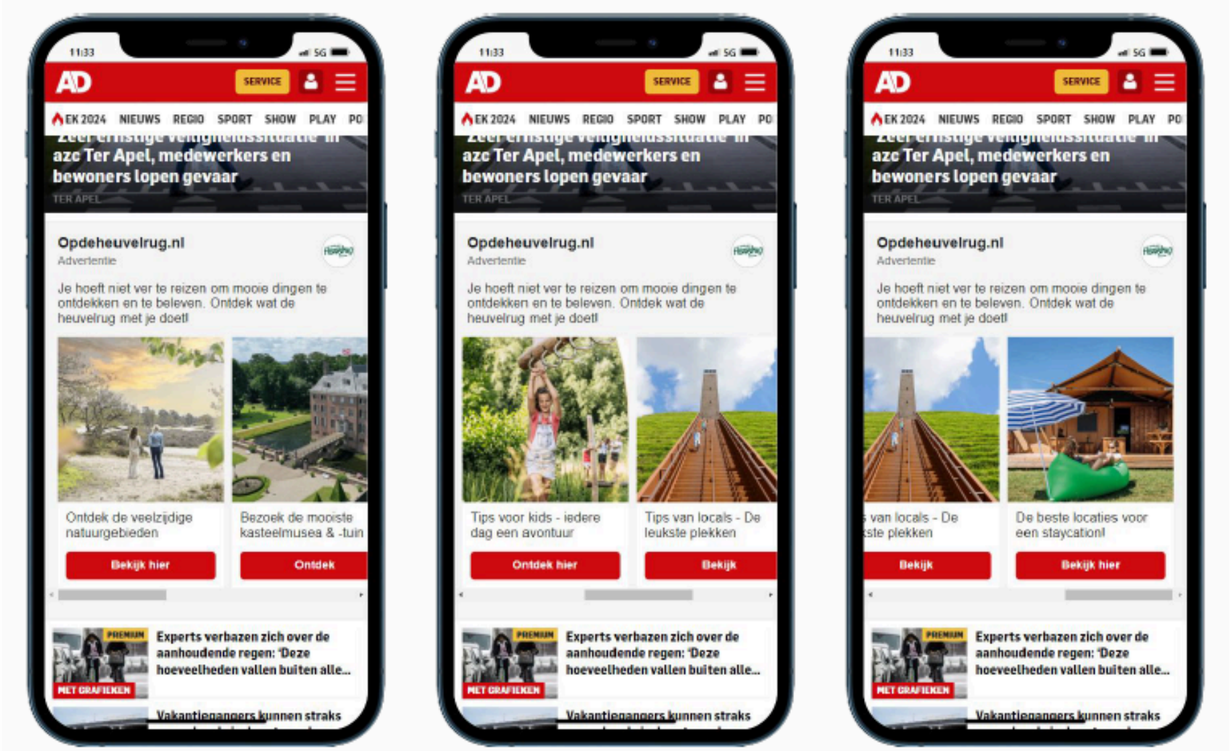
Social ads

UITINGEN CAMPAGNE

Display ads

UITINGEN CAMPAGNE

Print | Media | Online



Toelichting voor Provincie Utrecht

REALISATIE INDICATOREN

Status per einddatum project

Gedurende de periode maart 2023 t/m oktober 2024, heeft de Provincie Utrecht een subsidie verleend voor het project 'Merkversterking op de heuvelrug'. Deze wordt gebruikt voor de bekostiging van de volgende activiteiten:

- **Campagnes uitvoeren, zowel voor nationale als internationale markt, met ten minste 2 miljoen mensen online en 200.000 offline bereik**
  Totaal bereik online: 5.040.210 mensen bereikt - Totaal bereik offline: 4.784.274 mensen bereikt
- **Unieke bezoekers website van tenminste 30.000 realiseren**
  Unieke website bezoekers: 157.445
- **Website door ontwikkelen, zowel Nederlandstalig als Duitstalig**
  Uitleg op volgende sheet
- **Ten minste 2 netwerkbijeenkomsten organiseren**
  1 georganiseerd in 2023
  3 georganiseerd in 2024

SUBSIDIEVERLENING

Website door ontwikkelen, zowel Nederlandstalig als Duitstalig;

Website (Besuchheuvelrug.de)

De Duitstalige website heeft in samenwerking met Leads International (een online marketingbureau met veel natives in dienst) een nieuwe structuur gekregen. Deze is nu gebruiksvriendelijker ingericht voor de Duitse bezoeker, met informatie specifiek op hen gericht. Reisinformatie om naar Nederland te reizen is nu gemakkelijker te vinden.

Website (Opdeheuvelrug.nl)

De campagnepagina's op de Nederlandse site hebben een update gehad, waarbij we naast vakantie met het gezin en met z'n tweeën, nu ook inzetten op long-stay (zomervakantie) en short-stay (weekendje weg). Hiermee springen we naast de samenstelling van het gezelschap, ook in op de duur van het verblijf. De tips die op deze pagina's worden vertoont, zijn afgestemd op de duur van het verblijf en het gezelschap. Op de long-stay pagina worden bijvoorbeeld kinderfietsroutes, tips voor kinderen in de omgeving en de leukste restaurants met kinderen weergegeven. Op de weekendje weg pagina is informatie te vinden over korte(re) fiets- en wandelroutes, musea, culinair genieten etc.

Daarnaast hebben we in 2024 het campagne concept uitgebreid naar 'Als je écht van buiten houdt' - Ontdek wat de Heuvelrug met je doet. Hierin hebben we een breder aanbod getoond in advertenties dan overnachtingsmogelijkheden om een breed beeld van vakantie te schetsen. Hiervoor is ook de pagina ontdek.opdeheuvelrug.nl ontwikkeld die nauw in verband staat met de vakantiepagina.

SUBSIDIEVERLENING

Ten minste 2 netwerkbijeenkomsten organiseren;

Op 16 maart 2023 vond de netwerkbijeenkomst voor de Vakantiecampagne plaats op Vakantiepark de Krakeling in Zeist. Hierin hebben we een terug- en vooruitblik op de campagne gegeven en verzorgde Leads International een workshop over de Duitse gast.

Op 24 september 2024 kwamen wij samen voor een netwerkevent met al onze partners en kregen zij een voorproefje van de Masterclass review marketing die op 7 oktober plaatsvond. Dit was onderdeel van de Heuvelrug Academie. Vervolgens kwamen we op 28 november nog eens samen met de vakantiepartners om cijfers en toekomstplannen te bespreken en voor een sessie AI in toerisme.