

Een jaar van stille groei in de polder.

Mensen zochten niet meer lawaai. Ze zochten rust en voeding die ergens vandaan komt. Ze vonden Midden-Delfland. Dit zijn de cijfers achter de stilte.

WEBSITEBEZOEKERS

195.361

+52,66% t.o.v. 2024

"195.361 mensen namen even afstand van de drukte."

UNIEKE BEZOEKERS

85.532

+62,29% t.o.v. 2024

"Elk uniek bezoek begon met dezelfde behoefte: even adem halen."

BRUTO BEREIK

2.570.000

+27% t.o.v. 2024

De aantrekkingskracht van het landschap uitgedrukt in getallen.

Geschat bereik inclusief campagnes*

NIEUWE VOLGERS

3875

+43% t.o.v. 2024

"Niet volgers. Mensen die zeggen: vertel mij meer."

NIEUWSBRIEFABONNEES

5330

vs. 1563 in 2024

3767 nieuwe mensen die alles willen weten over Midden-Delfland.

PARTNERS

75

vs 67 in 2024

Samen maken we de stilte en voeding van dichtbij zichtbaar.



Social media in cijfers

Mensen delen, liken en komen terug. Elk cijfer is een moment waarop Midden-Delfland de stilte doorbrak.

Facebook

2025

Weergaven	6.000.000
Bereik	2.000.000 +130%
Interacties	18.108 +33,1%
Klikken op link	70.519 +69,2%
Paginabezoekers	21.325 +36,5%
Volgers eind 2025	8.498
Nieuwe volgers	2.415

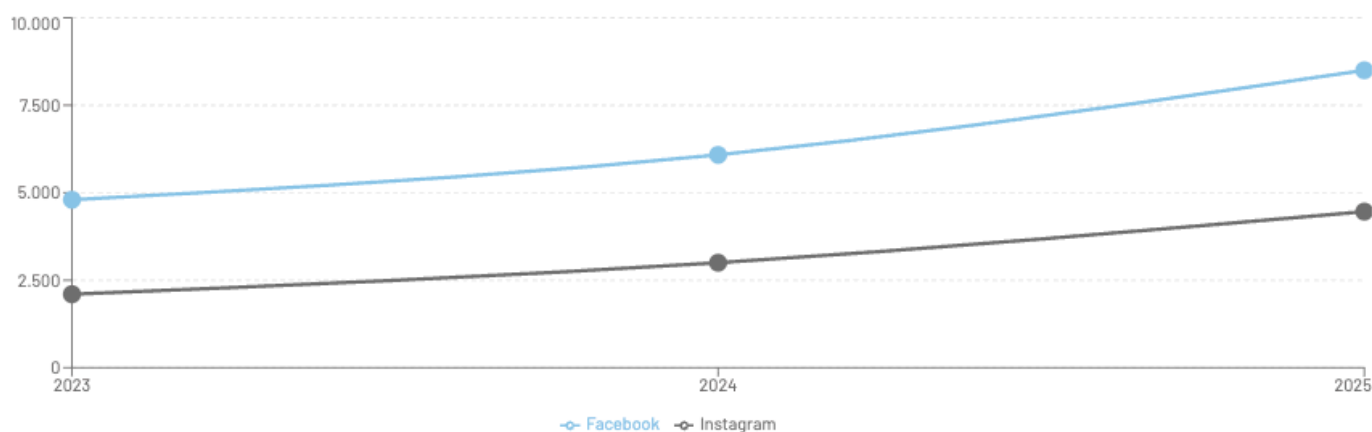
Instagram

2025

Weergaven	857.558
Bereik	426.392 +218,3%
Interacties	5.421 +100%
Klikken op link	19.713 +215,8%
Profielbezoeken	8.639 +123,9%
Volgers eind 2025	4.460
Nieuwe volgers	1.460

Volgers groeien mee

Facebook en Instagram samen, 2023-2025.



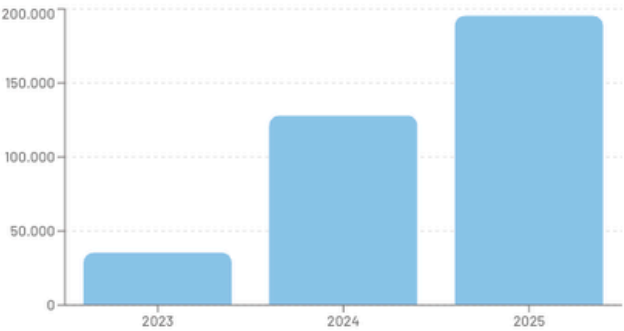
Instagram groeide dit jaar harder dan ooit. Niet door meer te zeggen maar door beter te laten zien. +218,3% bereik. Dat is de polder in beeld.

Hoe mensen PUUUR vinden

In 2025 vonden 195.361 mensen hun weg naar Midden-Delfland – online.

Bezoekers per jaar

Drie jaar, één richting: omhoog.



Waar bezoekers vandaan komen

Verdeling van sessies in 2025.



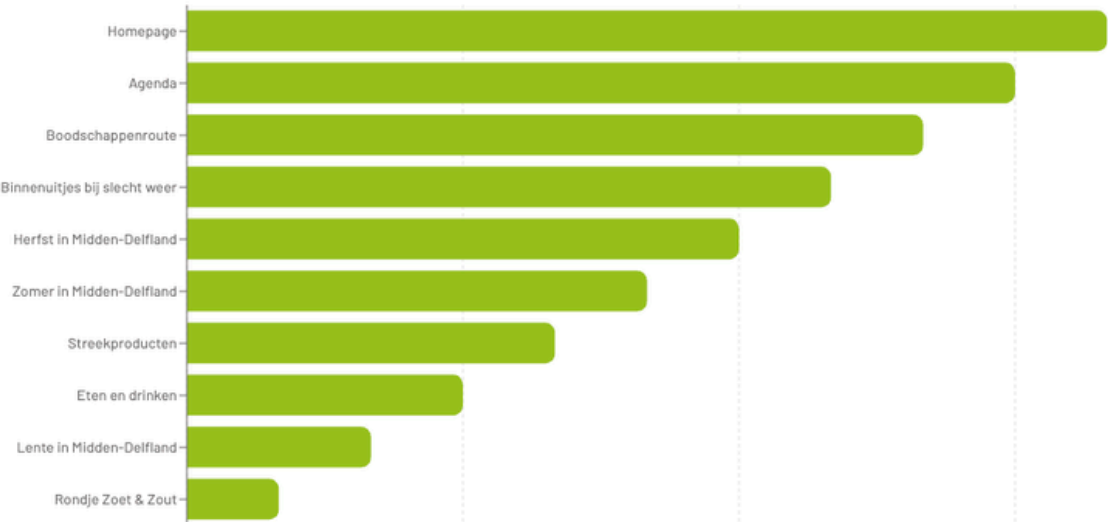
Hoe betrokken bezoekers zijn per kanaal

KANAAL	BEZOEKEN	MET BETROKKENHEID	GEM. DUUR
Organic search	29.466	28.415	55 sec
Direct	12.754	12.506	38 sec
Organic social	8.308	8.254	35 sec
Paid social	55.883	55.828	18 sec

Betaalde advertenties brengen veel mensen naar de website. Maar wie via Google of een vriend komt, blijft langer. Dat is het verschil tussen interesse en betrokkenheid.

De tien meest bezochte pagina's

Wat trekt de aandacht in de polder.

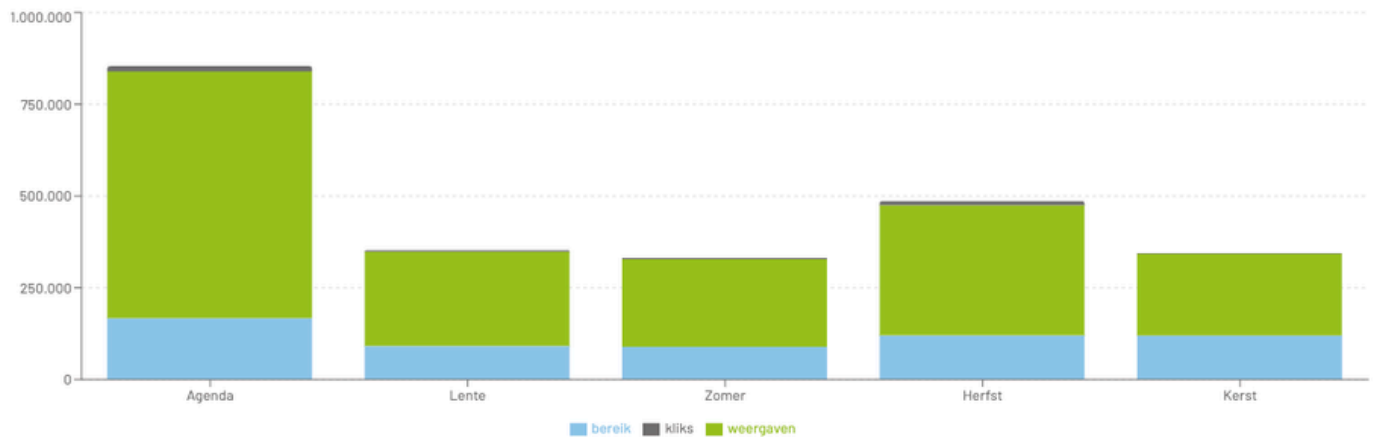


Elk seizoen een eigen verhaal

Van lente tot kerst — zo klonk Midden-Delfland in 2025.

Campagnes vergelijken

Bereik, weergaven en kliks per campagne.



CAMPAGNE

Herfst

"De herfst was dit jaar het meest gehoord. 120.517 mensen bereikt. 10.253 keer geklikt. Als het buiten waait, zoeken mensen inspiratie — en vonden ze Midden-Delfland."

CAMPAGNE

Streekproducten

"183.901 mensen bereikt. 5.958 bezoeken op de landingspagina. 600+ nieuwe Facebook-volgers, 1.160+ nieuwe op Instagram. 651 nieuwe nieuwsbriefabonnees via de winactie."

CAMPAGNE

Oostgaag

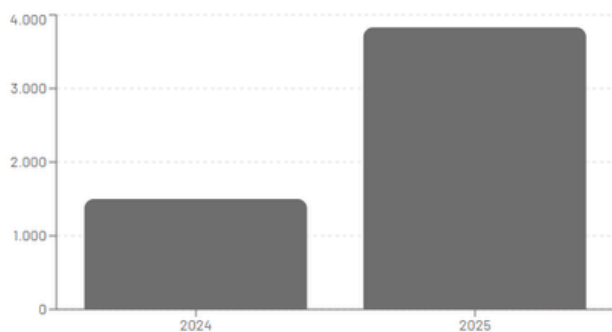
"De posts werden 112 keer gedeeld. 138.513 keer gezien. 3.788 keer doorgeklikt. Partners voelden zich gesteund in een moeilijke periode."



Abonnees

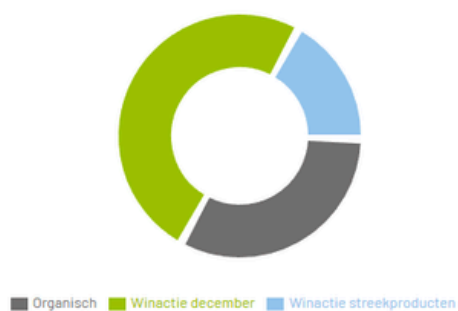
De stille revolutie in de inbox.

Nieuwe abonnees per jaar



Waar komen de nieuwe abonnees vandaan

Uitsplitsing 2025.



*Mensen die zich aanmelden voor de nieuwsbrief, willen terugkomen.
Dit is het sterkste bewijs van betrokkenheid.*



Wat de cijfers ons vertellen

Niet alleen meer bereiken. Langer blijven.

1

Meer en gevarieerde content

Nieuwe verhalen trekken mensen naar binnen en houden ze langer. Meer seizoenverhalen zorgen dat mensen blijven, lezen, terugkomen.

2

Gerichter paid social

Veel klikken, korte bezoeken. Betere landingspagina's maken het verschil tussen even kijken en écht blijven. Paid social bracht mensen tot aan de drempel.

3

Seizoenscampagnes vroeger starten

De herfst beweest: timing en relevantie maken het verschil. Een campagne die meebeweegt met het seizoen voelt echt.

4

Nieuwsbrief als strategisch kanaal

5330 mensen willen weten wat er bloeit, giert en borrelt in de polder. De nieuwsbrief is een directe lijn met mensen die willen weten wat er speelt in Midden-Delfland.

5

Lokale en verhalende content

Farms Around liet zien: een eerlijk verhaal raakt harder dan een mooie advertentie. Authentieke verhalen over echte mensen en plekken creëren betrokkenheid die blijft.

Midden-Delfland groeide dit jaar niet door harder te roepen. Het groeide door stiller te zijn dan de rest en te smaken naar meer.

