Gorinchem

dé Vestingstad

van Nederland



MEERJARENPLAN GORINCHEM CITYMARKETING 2021 - 2023



'De Nederlandse binnensteden staan de komende jaren voor de grote uitdaging om aantrekkelijk, levendig en veelzijdig te blijven dan wel te worden. Toerisme kan aan deze maatschappelijke opgave een belangrijke bijdrage leveren. Zo kunnen bezoekers ervoor zorgen dat de binnenstad ook aantrekkelijk(er) wordt voor bewoners. En bewoners kunnen er andersom voor zorgen dat een stad aantrekkelijk wordt voor bezoekers'. Bron: NBTC.

MEERJARENPLAN GORINCHEM CITYMARKETING 2021 - 2023

2018 2019 2020 2021 2022 2023

TERUGBLIK

VOORUITKIJKEN

Mooi Gorinchem

Meerjarenplan 2021-2023

DOEL

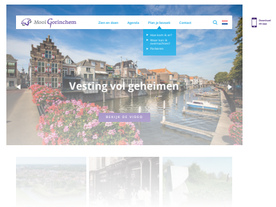
5% meer bezoekers
(online & offline)

2018 2019 2020 2021 2022 2023

T E R U G B L I K

V O O R U I T K I J K E N

Mooi Gorinchem **Meerjarenplan** 2021-2023



ACTIES

- Brandstore/VVV Groenmarkt
- Toeristische website online
- Online marketing opgezet (SEO/SEA/Social)
- Landelijke multimedia campagne > 15.000.000 bereik
- Nieuwe stadswandeling
- Nieuwe arrangementen

DOEL

5% meer bezoekers (online & offline)

2018 2019 2020 2021 2022 2023

T E R U G B L I K

V O O R U I T K I J K E N



RESULTATEN

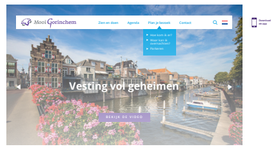
Ten opzichte van 2017

- Meer bezoekers VVV: gem. **22%**
- Meer bezoekers website: gem. **214%**
- Meer stadswandelingen: gem. **380%**
- Meer vestingwandelingen: gem. **331%**
- Meer arrangementen: gem. **1.084%**
- Meer fietsverhuur: gem. **381%** (t.o.v. 2018)

Mooi Gorinchem **Meerjarenplan 2021-2023**

DOEL

5% meer bezoekers
(online & offline)



ACTIES

- Brandstore/VVV Groenmarkt
- Toeristische website online
- Online marketing opgezet (SEO/SEA/Social)
- Landelijke multimedia campagne > 15.000.000 bereik
- Nieuwe stadswandeling
- Nieuwe arrangementen

CORONACRISIS

- **45% minder bezoekers VVV** t.o.v. 2019
- **31% minder bezoekers website** t.o.v. 2019
- **65% meer fietsen verhuurd** t.o.v. 2019
- Pilot mobiel infopunt ism Riveer: **2.800 gasten**
- Partner route.nl
- Introductie + campagne Bliekenbon: **> € 80.000 omzet**
- Campagne #kooplokaalgorcum
- Online portals + campagne #kooplokaalonline





2018 — 2019 — 2020 — 2021 — 2022 — 2023

T E R U G B L I K

V O O R U I T K I J K E N



RESULTATEN

Ten opzichte van 2017

- Meer bezoekers VVV: gem. **22%**
- Meer bezoekers website: gem. **214%**
- Meer stadswandelingen: gem. **380%**
- Meer vestingwandelingen: gem. **331%**
- Meer arrangementen: gem. **1.084%**
- Meer fietsverhuur: gem. **381%** (t.o.v. 2018)

Mooi Gorinchem **Meerjarenplan 2021-2023**

Meerjarenplan 2021-2023

DOEL

5% meer bezoekers
(online & offline)

ACTIES



- Brandstore/VVV Groenmarkt
- Toeristische website online
- Online marketing opgezet (SEO/SEA/Social)
- Landelijke multimedia campagne > 15.000.000 bereik
- Nieuwe stadswandeling
- Nieuwe arrangementen

CORONACRISIS

- **45% minder bezoekers VVV** t.o.v. 2019
- **31% minder bezoekers website** t.o.v. 2019
- **65% meer fietsen verhuurd** t.o.v. 2019
- Pilot mobiel infopunt ism Riveer: **2.800 gasten**
- Partner route.nl
- Introductie + campagne Bliekenbon: **> € 80.000 omzet**
- Campagne #kooplokaalgorcum
- Online portals + campagne #kooplokaalonline





2018 — 2019 — 2020 — 2021 — 2022 — 2023

T E R U G B L I K

V O O R U I T K I J K E N



RESULTATEN

Ten opzichte van 2017

- Meer bezoekers VVV: gem. **22%**
- Meer bezoekers website: gem. **214%**
- Meer stadswandelingen: gem. **380%**
- Meer vestingwandelingen: gem. **331%**
- Meer arrangementen: gem. **1.084%**
- Meer fietsverhuur: gem. **381%** (t.o.v. 2018)

NOMINATIE UNESCO WERELDERFGOED

- Kortlopend
- Langlopende campagne

- **Herstelcampagne** (onderdeel reactivatie binnenstad)
- Platform Themajaar: Hugo de Groot & Kleur
- Verhuizing Brandstore/VVV naar nieuwe locatie
- Aanhaken op Stadsthema's
- Promotie op locatie (camper) bij station/evenement
- Digitale Bliekenbon
- Unesco status communiceren
- Thema: Ode aan de Nieuwe Hollandse Waterlinie
- Lancering wandeltours met beleving: Storytrail
- Nieuwe regio fietskaart
- Regiopartners uitbreiden
- Online & offline UIT-agenda
- Vernieuwing Winterfestijn

Meerjarenplan 2021-2023

Mooi Gorinchem

DOEL

5% meer bezoekers
(online & offline)



ACTIES

- Brandstore/VVV Groenmarkt
- Toeristische website online
- Online marketing opgezet (SEO/SEA/Social)
- Landelijke multimedia campagne > 15.000.000 bereik
- Nieuwe stadswandeling
- Nieuwe arrangementen

CORONACRISIS

- **45% minder bezoekers VVV** t.o.v. 2019
- **31% minder bezoekers website** t.o.v. 2019
- **65% meer fietsen verhuurd** t.o.v. 2019
- Pilot mobiel infopunt ism Riveer: **2.800 gasten**
- Partner route.nl
- Introductie + campagne Bliekenbon: **> € 80.000 omzet**
- Campagne #kooplokaalgorcum
- Online portals + campagne #kooplokaalonline





350 JAAR



- Groei hotelcapaciteit (Van der Valk)
- Arrangementen meerdaags toerisme ontwikkelen
- Themajaar: Rampjaar 1672 i.s.m. Oude Hollandse Waterlinie
- Herdenking 350 jaar Martelaren van Gorcum
- Thema: Green (NBTC)
- 2022 ism Nieuwe Hollandse Waterlinie
- Groei nautische arrangementen
- Aansluiting Sloepennetwerk

2018 — 2019 — 2020 — 2021 — 2022 — 2023

T E R U G B L I K

V O O R U I T K I J K E N

NOMINATIE UNESCO WERELDERFGOED



RESULTATEN

Ten opzichte van 2017

- Meer bezoekers VVV: gem. **22%**
- Meer bezoekers website: gem. **214%**
- Meer stadswandelingen: gem. **380%**
- Meer vestingwandelingen: gem. **331%**
- Meer arrangementen: gem. **1.084%**
- Meer fietsverhuur: gem. **381%** (t.o.v. 2018)

- Kortlopend
- Langlopende campagne

- **Herstelcampagne** (onderdeel reactivatie binnenstad)
- Platform Themajaar: Hugo de Groot & Kleur
- Verhuizing Brandstore/VVV naar nieuwe locatie
- Aanhaken op Stadsthema's
- Promotie op locatie (camper) bij station/evenement
- Digitale Bliekenbon
- Unesco status communiceren
- Thema: Ode aan de Nieuwe Hollandse Waterlinie
- Lancering wandeltours met beleving: Storytrail
- Nieuwe regio fietskaart
- Regiopartners uitbreiden
- Online & offline UIT-agenda
- Vernieuwing Winterfestijn

DOEL

5% meer bezoekers
(online & offline)

ACTIES



- Brandstore/VVV Groenmarkt
- Toeristische website online
- Online marketing opgezet (SEO/SEA/Social)
- Landelijke multimedia campagne > 15.000.000 bereik
- Nieuwe stadswandeling
- Nieuwe arrangementen

CORONACRISIS

- **45% minder bezoekers VVV** t.o.v. 2019
- **31% minder bezoekers website** t.o.v. 2019
- **65% meer fietsen verhuurd** t.o.v. 2019
- Pilot mobiel infopunt ism Riveer: **2.800 gasten**
- Partner route.nl
- Introductie + campagne Bliekenbon: **> € 80.000 omzet**
- Campagne #kooplokaalgorcum
- Online portals + campagne #kooplokaalonline





350 JAAR



- Groei hotelcapaciteit (Van der Valk)
- Arrangementen meerdaags toerisme ontwikkelen
- Themajaar: Rampjaar 1672 i.s.m. Oude Hollandse Waterlinie
- Herdenking 350 jaar Martelaren van Gorcum
- Thema: Green (NBTC)
- 2022 ism Nieuwe Hollandse Waterlinie
- Groei nautische arrangementen
- Aansluiting Sloepennetwerk

2018 — 2019 — 2020 — 2021 — 2022 — 2023

T E R U G B L I K

V O O R U I T K I J K E N

NOMINATIE UNESCO WERELDERFGOED



RESULTATEN

Ten opzichte van 2017

- Meer bezoekers VVV: gem. **22%**
- Meer bezoekers website: gem. **214%**
- Meer stadswandelingen: gem. **380%**
- Meer vestingwandelingen: gem. **331%**
- Meer arrangementen: gem. **1.084%**
- Meer fietsverhuur: gem. **381%** (t.o.v. 2018)

- Kortlopend
- Langlopende campagne

- **Herstelcampagne** (onderdeel reactivatie binnenstad)
- Platform Themajaar: Hugo de Groot & Kleur
- Verhuizing Brandstore/VVV naar nieuwe locatie
- Aanhaken op Stadsthema's
- Promotie op locatie (camper) bij station/evenement
- Digitale Bliekenbon
- Unesco status communiceren
- Thema: Ode aan de Nieuwe Hollandse Waterlinie
- Lancering wandeltours met beleving: Storytrail
- Nieuwe regio fietskaart
- Regiopartners uitbreiden
- Online & offline UIT-agenda
- Vernieuwing Winterfestijn

- Arrangementen meerdaags toerisme
- Focus op waterrecreatie
- Groei toeristische positie in Nederland

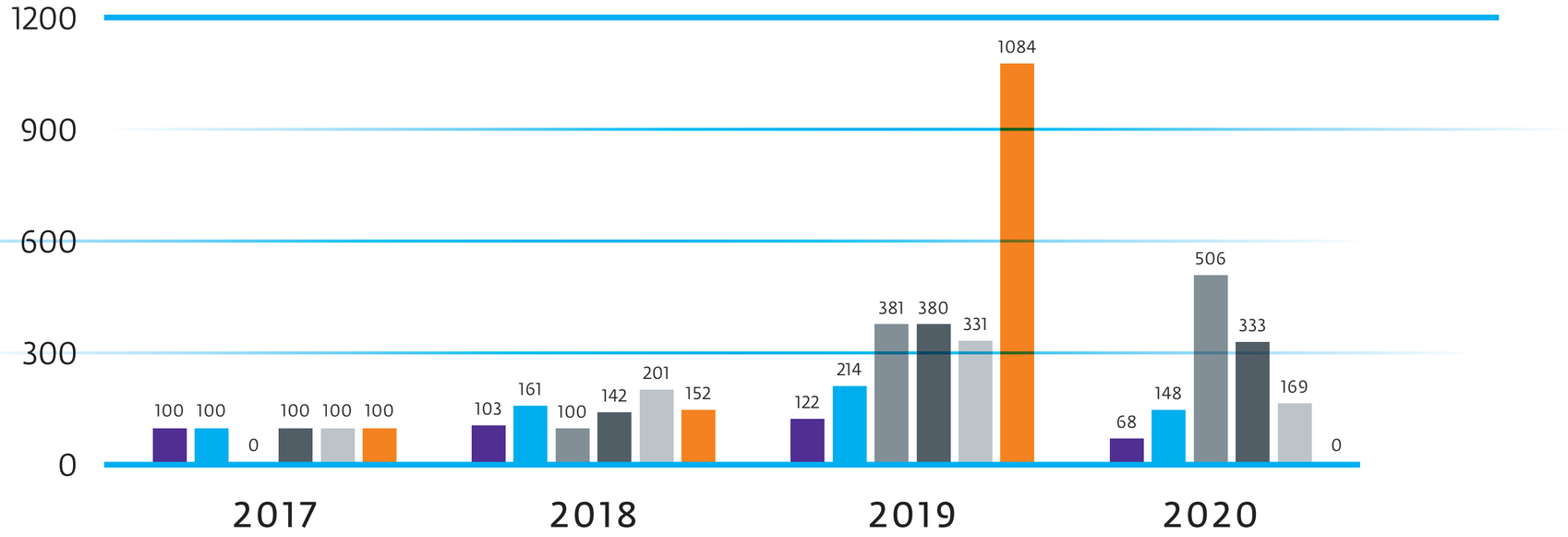
Mooi Gorinchem **Meerjarenplan 2021-2023**

Meerjaren plan 2021-2023

Mooi Gorinchem is het merk waarmee Citymarketing communiceert naar relevante doelgroepen. En Gorinchem op de regionale en (inter)nationale kaart zet als aantrekkelijke bestemming voor recreatie, dagjes uit en evenementen. met dit meerjarenplan blikken we terug en kijken we enkele jaren vooruit.

Mooi Gorinchem

1. GROEI IN % t.o.v. 2017



Aantal fietsdagtochten in eigen land

> *191 miljoen fietsdagtochten voor plezier*

> *Waarde van 629 miljoen Euro*

Bron: NBTC-NIPO Research, CVTO

2. HUIDIGE POSITIE

Corona heeft het toerisme overal hard geraakt. Ook in Gorinchem is sprake van een forse afname van online en fysieke bezoekers. Deze trend zal ook in 2021 nog voelbaar blijven. De helft van de Nederlanders overweegt wel een vakantie in eigen land (Vakantie Sentiment Monitor 25 januari 2021 NBTC). Gorinchem Citymarketing speelt daar flexibel op in door te focussen op wat wel mogelijk is. Tegelijkertijd ontwikkelen we door en blijven we zichtbaar, zodat we straks de groei weer kunnen oppakken.

Gorinchem Citymarketing

- Flexibel inzetbaar (op basis van DVO)
- Focus verlegd naar lokale ondernemer/bezoeker en binnenlands toerisme
- Partner in projectcampagnes (gemeente, BIZ)

Mooigorinchem.nl

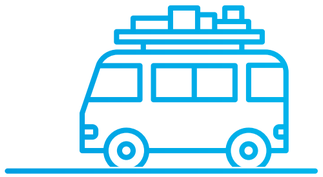
- Platform voor toerisme: verbinder cultuur, retail, horeca en recreatie (ruim 500 locaties)
- Campagnewebsite: online portals + Bliekenbon
- Platform Stadsprogrammering
- Online UIT-agenda (55.000 views per jaar)

Marketing

- Branding: zichtbaar blijven voor bezoek na corona
- Themacampagnes Wandelen & Fietsen
- Online campagnes i.s.m. partners
- Onderzoek bezoekers(waardering) in 2021/2022







3. TOERISTISCHE DOELEN*

Meer bezoekers

- Inwoners en regio (herhaalbezoek)
- Dagtoeristen Zuid-Holland, Utrecht, Gelderland, Noord-Brabant, < 50 km
- Groepen: families en zakelijk

Bezoekduur verlengen

- Vanaf 2022 meer hotelcapaciteit (Van der Valk).
- Meer meerdaags bezoek en verlengen bezoekduur.
- Start landelijke promotie.

Bestedingen verhogen

Meer bezoekers die langer blijven vergroten de economische spin-off.







** Afhankelijk van ontwikkeling pandemie*

4. VERBINDER/ PARTNERS

VVV Gorinchem en Gorinchem Citymarketing zijn één team. De VVV als inspirerende brandstore met informatiebalie, Gorinchem Citymarketing als marketing- en campagnebureau en verbinder van cultuur, retail, horeca en recreatie. En dat werkt! Afgelopen jaren waren de thema's Fietsen en Wandelen leidend, het thema Water krijgt vanaf 2021 meer nadruk. De komende jaren zoeken we nog meer de verbinding met strategische partners.

Landelijke partners

- Uitbreiden partnerschappen evenementen- en reisorganisatoren
- Route.nl: groei inspiratiezoekers op fiets- en wandelroutes
- Aansluiten op Sloepennetwerk in de Randstad
- Utrecht Marketing: Ode aan het Nederlandse Landschap

Regionale partners

Gorinchem verbinden met natuurgebieden, bezoekersduur verlengen:

- Bureau Toerisme Rivierenland
- Nationaal Landschap De Biesbosch/NL Delta
- Het Groene Hart van Holland

Lokale partners

- Gorinchem Inspireert: aanhaken Stadsprogrammering
- Riveer & Lingehaven
- Gorcums Museum & Hendrick Hamel Museum
- Vestingdriehoek & Slot Loevestein
- Reselling kano- en botenverhuur & watertours
- Rabobank Lek en Merwede: sponsorrelatie handhaven/uitbreiden.

5. AFHANKELIJKHEDEN

Gorinchem Citymarketing kan het niet alleen. Allerlei projecten en organisaties in de stad hebben ook invloed op de beleving van bewoners en bezoekers. En dus op het merk Mooi Gorinchem. Hoe meer afstemming en samenwerking, hoe meer succes.



Belangrijke factoren

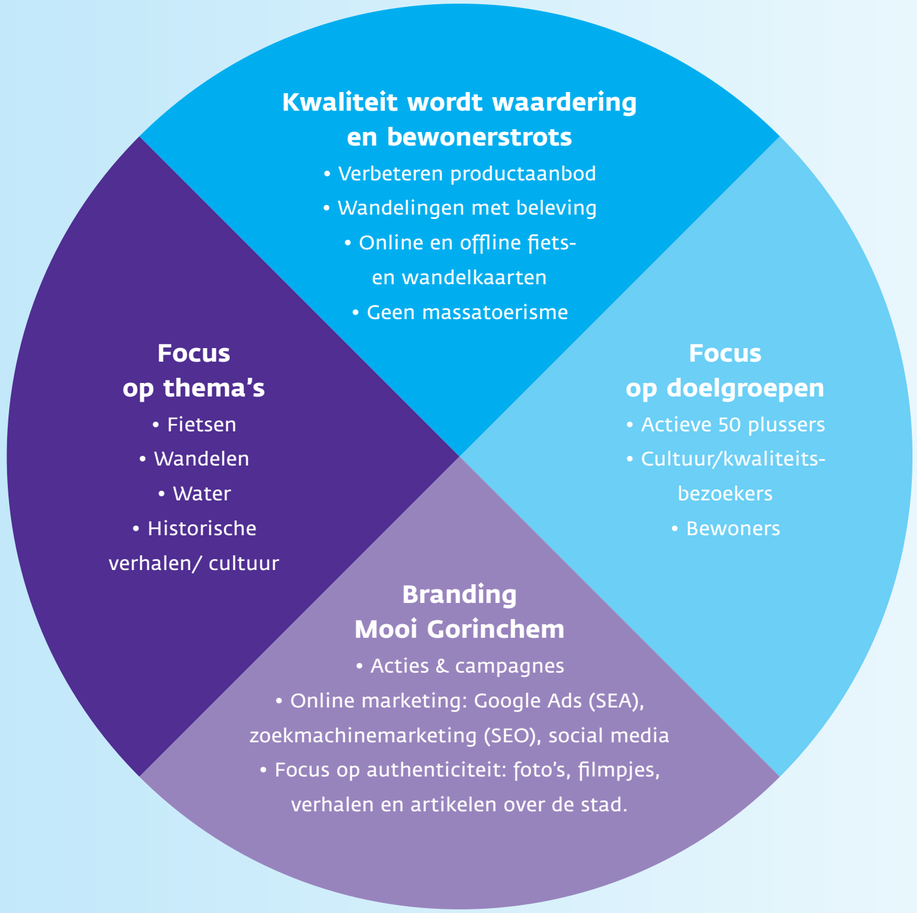
- Evenementen en thema's die de stad versterken.
- Stadsprogrammering: met centraal thema.
- Gorcums Museum: kwalitatieve bezoekers trekken.
- Citymaking: versterking voor bewoners en bezoekers.
- Riviercruisemarkt: een enorm potentieel. Samenwerking met Riveer in de nichemarketing naar rederijen en cruiseorganisatoren.



6. AANPAK

Investeren in partnerschappen
om proactief en rendabel te werken.

'Kwaliteitstoerisme heeft een positieve invloed op het vestigingsklimaat'.
Gert-Jan Hospers, Universiteit Twente



7. MENSEN, MIDDELEN, CIJFERS, BUDGET

Organisatie	2020	2021	2022	2023
Operationele kosten	€ 241.500	€ 246.500	€ 251.500	€ 256.500
Marketing/mediabudget	€ 104.000	€ 104.000	€ 106.000	€ 108.000
Versterken partnerships	€ 00.000	€ 18.000	€ 20.000	€ 22.000
Totaal	€ 345.500	€ 368.500	€ 377.500	€ 386.500
Totale bijdrage gemeente	€ 345.500	€ 351.620	€ 351.620	€ 351.620
Tekort	0	€ 16.880	€ 25.880	€ 34.880

Bedragen op basis van jaarlijkse indexering 2%

Mooi Gorinchem is het label van Stichting Gorinchem Citymarketing. Gorinchem Citymarketing is de centrale marketing- en promotieorganisatie voor de stad Gorinchem. Samen met onze partners zetten wij Gorinchem op de kaart als grootste authentieke vesting van Nederland en een belangrijke vesting in de Oude en Nieuwe Hollandse Waterlinie. Én als een stad die rijk is aan historische iconen en verhalen die het verdienen ontdekt te worden.

Mooi Gorinchem.nl

Dé vestingstad van Nederland