

Activiteitenplan 2025 Gorinchem Citymarketing



Introductie:

De onderlegger voor alles wat we doen is de Dienstverlenings Overeenkomst met de gemeente Gorinchem. Ook is het 'Merk Gorinchem' een belangrijke richtlijn.

Met de gemeente Gorinchem zijn de volgende bindende afspraken voor 2025 gemaakt:

ARTIKEL 1. OPDRACHT

De dienstverleningsopdracht bestaat uit de volgende onderdelen:

- 1.1 Operationele citymarketing gericht op de doelgroep bezoekers en bewoners uitvoeren: van de hiertoe door partijen vastgestelde marketingstrategie.
- 1.2 VVV-functies/hospitality.
- 1.3 Algemene adviesfunctie.
- 1.4 Marktbewerking riviercruisesector.

1.1 De opdrachtnemer krijgt opdracht voor operationele citymarketing primair gericht op de doelgroepen bezoekers en bewoners

- a. Voor de uitvoering hiervan worden de volgende diensten en producten geleverd:
 - i. Het ontwikkelen, uitdragen en bewaken van het merk 'Mooi Gorinchem', wat dient als marketingmerk van de stad Gorinchem.
 - ii. Het verstrekken van informatie (fysiek en digitaal) over de stad Gorinchem, haar bezienswaardigheden, producten en diensten, met prioriteit op het leisure-aanbod.
 - iii. Het beheer en het onderhoud van de vlaggen behorende bij de 3 x 3 baniermasten op de toegangswegen is de verantwoordelijkheid van de opdrachtnemer. Opdrachtnemer is tevens verantwoordelijk voor de content en het produceren van de vlaggen. De opdrachtnemer voert dit uit volgens het banierenplan van de opdrachtgever.
 - iv. Het systematisch activeren van betrokkenen en verzamelen, vastleggen en verwerken van informatie ten behoeve van de actualisatie en optimalisatie van de website www.mooigorinchem.nl. Hierbij wordt actief ingezet op het bundelen van informatie van de diverse productaanbieders/bezienswaardigheden/partners via één relevant platform.
 - v. Het (laten) ontwikkelen van producten en het initiëren en vormgeven van arrangementen.
 - vi. Het (laten) ontwikkelen van kwalitatieve rondleidingen en groepsuitjes met partners in de stad, waarin het merk 'Mooi Gorinchem' centraal staat, gericht op de leisure consument.
 - vii. Monitoring van de resultaten/KPI's zoals opgenomen in het jaarplan 2025.
 - viii. Ondersteuning en reguliere promotie van de stad Gorinchem voor de leisure markt en economische partners.
 - ix. Het verwerven en onderhouden van een positie in relevante regionale en bovenregionale samenwerkingsverbanden.
- b. In overleg kan afgeweken worden van het jaarplan. Mocht er worden afgeweken, dan besluiten opdrachtgever en opdrachtnemer samen of de KPI's bijgesteld worden.

1.2 VVV-functies/hospitality

- a. Opdrachtnemer draagt zorg voor de invulling van een toeristisch informatiepunt op de begane grond van het Gorcums Museum waarbij wordt uitgegaan van een minimale openstelling van 40 uur per week gedurende 52 weken.
- b. Verkoop van marketing-ondersteunende producten.
- c. Verzorgen en ondersteunen van het team van vrijwilligers.

1.3 Algemene adviesfunctie

- a. Vanuit haar deskundigheid op het gebied van strategische, tactische en operationele citymarketing adviseert opdrachtnemer aan opdrachtgever over gemeentelijke beleidsterreinen en - projecten.

1.4 Marktbewerking riviercruisesector:

- a. Opdrachtnemer krijgt de opdracht meer bekendheid van het gebied bij riviercruise rederijen te realiseren door aan onderstaande taken uitvoering te geven:
 - i. Het continueren en door ontwikkelen van online informatie en ander promotiemateriaal, in samenwerking met partijen.
 - ii. Onderhouden van contacten en coachen van Gorcumse en regionale ondernemers zodat het productaanbod aansluit op de behoefte van de markt.
 - iii. Input leveren voor nieuwsbrieven.
 - iv. Het verzorgen en bijwonen van de ontvangst van rederijen.
 - v. Het samenstellen en boeken van programmaonderdelen bij ondernemers.
 - vi. Het continueren van de trainingen van gidsen wat betreft vakkennis, taalkennis en hospitality.

Op basis van deze opdracht/uitgangspunten zal GCM ook in 2025 haaractiviteiten vorm en inhoud geven.



1. Visie

We positioneren Gorinchem als dé plek waar geschiedenis, cultuur, natuur en gezelligheid samenkomen. Met een authentieke en gastvrije aanpak maken we onze stad aantrekkelijk voor bezoekers, versterken we de binding met onze inwoners en dragen we bij aan een economische vitale (binnen)stad.

2. Doelgroepen

- Families (35-65 jaar) met kinderen tussen 7-17 jaar.
- Cultuurliefhebbers: geïnteresseerden in (militaire) geschiedenis, kunst, erfgoed.
- Natuurliefhebbers: wandelaars, fietsers, watersporters.
- Shoppen & horeca: dagjesmensen en toeristen die de lokale sfeer willen proeven.

3. Merkwaarden

- Oorspronkelijk: Historisch erfgoed en authentieke beleving.
- Eigenzinnig: Verrassende evenementen en unieke hotspots.
- Levendig: Altijd iets te doen met een gevarieerd aanbod.
- Gastvrijheid: Warm welkom voor iedereen.

4. Strategische Activiteiten

Aantrekken van bezoekers

- *Evenementen*: Cultuurmaand, Hippiefestival, Zomerfeest, Gorcums Winterfestijn.
- *Campagnes*: Gericht op beleving erfgoed, (maritieme) geschiedenis, bijzondere verhalen, evenementen & avonturen in de Vesting.
- *Regionale samenwerking*: Vestingdriehoek met o.a. Slot Loevestein, Vesting Woudrichem, Glasstad Leerdam en andere partners.

Beleving versterken

- *Routeontwikkeling*: Wandel- en fietsroutes door de vesting en langs de rivier.
- *Erfgoedbeleving*: Musea en monumenten beter onder de aandacht brengen

Duurzaamheid

- *Groen Toerisme*: Fietsvriendelijke infrastructuur en promotie van de prachtig natuur (uiterwaarden langs de Merwede, Munnikenland, langs de Linge, Bloesemtocht).
- *Duurzame initiatieven*: Stimuleren van milieubewuste horeca en activiteiten.

Betrekken van inwoners

- *Vrijwilligersplatforms*: versterk samenwerking met Vrijwilligerspunt Gorinchem.
- *Community-evenementen*: ondersteunen van activiteiten die inwoners en bezoekers verbinden. De Cultuurmaand is hier een voorbeeld van.

5. Concrete Doelen (2025)

- 10% groei in overnachtingen door toeristen (te meten via gegevens toeristenbelasting gemeente Gorinchem)
- 10% groei online media (te meten via Google analytics, Meta, Google ads)
- Verhoging van toeristische dag bezoekers met 10% (te meten via NBTC Stedenonderzoek)



Belangrijkste Activiteiten 2025

1. Marketing en Promotie

- *Samenwerkingen onderhouden:*
We organiseren een aantal bijeenkomsten per jaar met regionale partners zoals Vestingdriehoek, Leerdam en Abblasterwaard om gezamenlijke campagnes en evenementen te plannen.
- *Evenementen promoten:*
We zetten social mediacampagnes en persberichten in om evenementen zoals het Cultuurmaand, Hippiësfestival, Zomerfeest en het Gorcums Winterfestijn een groter bereik te geven. Met focus op storytelling en visuele content.
- *Nieuwsbrieven en promotiemateriaal:*
We versturen elke maand een doelgroepgerichte nieuwsbrief naar inwoners, ondernemers en toeristen met aankomende evenementen, tips en aanbiedingen. Daarnaast zorgen voor een vernieuwde, inspiratieve flyers die we regionaal verspreiden.

2. Productontwikkeling

- *Rondleidingen en arrangementen:*
Door samen te werken met lokale gidsen, horeca en musea ontwikkelen we twee nieuwe arrangementen te ontwikkelen, zoals een "Historische Wandeling met Proeverij" en een "Fietsroute langs de Vestingwerken".
- *Erfgoedbeleving versterken:*
We stimuleren de ontwikkeling van interactieve elementen in de musea en bij monumenten, zoals audiotours of AR-apps. Realiseer 1 of 2 nieuwe erfgoedverhalen die bezoekers actief kunnen beleven (bijv. 'de Slag om Gorinchem'). We zoeken hiervoor aansluiting bij de afdeling Erfgoed van de gemeente Gorinchem alsmede de Historische Vereniging Gorinchem.

3. Ondersteuning ondernemers

- *Coaching en workshops:*
We organiseren, i.s.m. BIZ-Hartje Gorcum workshops per jaar over duurzaam ondernemen, online zichtbaarheid en gastvrijheid, specifiek voor ondernemers in horeca en toerisme.
- *Samenwerking evenementen stimuleren:*
We ondersteunen de samenwerking en afstemming tussen de diverse evenementen organisatoren. Herhaal tweejaarlijkse de Evenemententafel Gorinchem.
- *Samenwerking hotellerie:*
Om meerdaags toerisme te stimuleren is het van belang dit met de belanghebbende sector, de Gorcumse hotels, B&B's, Lingehaven etc. samen te ontwikkelen. Ook v.w.b. de promotie van het aanbod werkt dit versterkend.

4. Monitoring en Evaluatie

- *Rapportages:*
We leveren jaarlijks een rapportage op met data over bezoekersaantallen, evenementenbeoordelingen en economische impact. We gebruiken deze inzichten om strategieën bij te sturen.
- *Tevredenheidsonderzoeken:*
Jaarlijks voeren een enquête uit onder bezoekers en inwoners om feedback te verzamelen en verbeterpunten te identificeren.

5. Advisering Gemeente

- *Duurzaam toerisme:*
GCM draagt strategisch en operationeel bij aan totstandkoming van de nieuwe toeristische visie op duurzaam toerisme die de Gemeente Gorinchem in 2025 presenteert.
- *Meerjaren overeenkomst en begroting 2026 ev.:*
We ontwikkelen samen gedetailleerd inhoudelijk én financieel plan voor meerjaren overeenkomst, incl. nieuwe initiatieven zoals ontwikkelen meerdaags toerisme en het commercialiseren van GCM diensten

6. Marketingfocus

- *Meerdaags toerisme ontwikkelen:*
Samen staan we sterker. We ontwerpen speciale pakketten, zoals een “Weekendje/Midweek Gorinchem”, inclusief overnachting(en), diner en tickets voor musea. Start campagnes om deze aan te bieden via relevante platforms.
- *Samenwerkingen met ondernemers:*
We bieden ondernemers een partnershipprogramma aan waarin zij tegen een vergoeding zichtbaar zijn op alle marketingkanalen van Gorinchem Citymarketing. Ook ontwikkelen we mogelijkheden om te adverteren op mooigorinchem.nl. Dit platform met ruim 300.000 unieke bezoekers per jaar zetten we vooral in voor onze lokale Gorcumse ondernemers.

7. Regionale Samenwerking

- *Vestingdriehoek:*
Gezamenlijk ontwikkelen we arrangementen, zoals een “UNESCO Hollandse Waterlinies-dag” met boottochten en entrees tot Loevestein en Woudrichem. We promoten dit via (internationale) touroperators.
- *Leerdam en Alblasserwaard:*
We starten samen een campagne die toeristen informeert over de combinatie

van glasblazen, unieke Hollandse polders en de Vestingstad. We maken hiervoor gebruik van reeds bestaande middelen.

- *Forten.nl en Pact van Loevestein:*
deze organisaties zijn belangrijke samenwerkingspartners. Zij voeren zelf markering activiteiten uit rondom UNESCO werelderfgoed Hollandse Waterlinies, waar Vesting Gorinchem een onderdeel van is. Ook hebben zij middelen om samenwerkingsprojecten te co-financieren.



8. Riviercruises

- *Communicatie met rederijen:*
Jaarlijks overleg met riviercruisemaatschappijen te informeren over Gorinchem. Zorg voor een duidelijke (online) presentatie in meerdere talen. Betrek hier Riveer proactief bij.
- *Excursieprogramma's ontwikkelen:*
Stel een standaardprogramma samen voor riviercruisetoeisten, zoals een stadswandeling met gids, een bezoek aan Gorcumse musea en een proeverij bij lokale horeca. Te boeken via VVV Gorinchem.

9. Organisatie

- *VVV-vrijwilligers:*
Organiseer kwartaaltrainingen voor vrijwilligers over gastvrijheid, stadskennis en gebruik van digitale tools zoals de website.
- *VVV-medewerkers:*
zijn betaalde krachten, dit om de beschikbaarheid van de in te zetten uren én de continuïteit te garanderen. Zij zorgen voor een warm welkom tijdens de openingsuren van de VVV. Ze begeleiden de vrijwilligers, zorgen voor de VVV-Museumwinkel en maken allerlei reserveringen voor onze bezoekers.

- *Verbetering werkomstandigheden:*
Zorg dat de verbouwing van het Gorcums Museum leidt een modern, gastvrij toeristisch informatiepunt wat staat voor een warm welkom. Waar het voor vrijwilliger sen medewerkers veilig en fijn werken is. En natuurlijk hét startpunt voor een onvergetelijk bezoek aan de allermooist Vestingstad van Nederland!
- *Inzet freelancers:* doordat we slechts voor maximaal 1 jaar gefinancierd worden, en alle opdrachten ene beperkte inzet vragen, werken we v.w.b. de Citymarketing deel van onze organisatie met freelancers. In 2025 bereiken we onze doelen middels de volgende inzet:
 - *Directeur-bestuurder* 28 uur per week
 - *Marketeer* 16 uur per week
 - *Content creator* 16 uur per week

10. Financieel

- *Begroting:* Om het activiteitenplan uit te kunnen voeren zijn diverse financiële afspraken gemaakt. Deze zijn met vertaald naar de begroting 2025. Deze is al aparte bijlage bijgevoegd.

Samenvattend:

Met dit activiteitenplan voor 2025 streven we ernaar om Gorinchem nog aantrekkelijker te maken voor zowel inwoners als bezoekers. Door een combinatie van strategische activiteiten, samenwerking met regionale partners en een focus op duurzaamheid, willen we de stad promoten als een unieke bestemming. We zijn ervan overtuigd dat deze inspanningen zullen bijdragen aan een groeiende toeristische sector en een versterkte lokale economie.

