



STICHTING
GORINCHEM
CITYMARKETING

Een jaar in beeld



Mooi Gorinchem



Lingehaven

Op koers naar 2026

Voor u ligt het jaarverslag van Gorinchem Citymarketing over 2025. Het was een jaar waarin we hebben scherp gesteld op wat onze historische vestingstad écht uniek maakt en hoe we die identiteit op een duurzame manier kunnen uitdragen. Citymarketing is immers veel meer dan stadspromotie of de bezoekersstroom vergroten. Het draait fundamenteel om maatschappelijke en economische meerwaarde: hoe dragen we bij aan de levendigheid van de stad, hoe versterken we de trots van onze inwoners en hoe vertalen we ons unieke karakter naar betekenisvolle ontmoetingen?

Om die ambities waar te maken, is achter de schermen gebouwd aan een toekomstbestendige organisatie. We kijken terug op een succesvol jaar waarin we organisatorisch flink zijn geprofessionaliseerd. Hoewel de stabiliteit van structurele budgetten in de huidige tijd altijd een punt van aandacht blijft, staat de organisatie er gezond voor. De constructieve samenwerking binnen ons bestuur en de waardevolle uitbreiding van onze Raad van Toezicht met Annemieke van Voornveld hebben deze professionele groei in 2025 verder ondersteund.

Achter de schermen is er ontzettend hard gewerkt. Een van de meest zichtbare mijlpalen is de intensieve voorbereiding en verbouwing van onze nieuwe VVV, waarmee we klaar zijn voor de toekomst. Daarnaast hebben we ons toeristische product verder verdiept met de introductie van gloednieuwe routes en zijn bestaande favorieten geactualiseerd. Om deze successen breed te delen, hebben we onze marketingcampagnes actiever doorgetrokken naar de buitengebieden, zodat zowel inwoners als bezoekers de weg naar ons aanbod weten te vinden.

Onze impact reikt bovendien verder dan de stadsgrenzen. Sinds september werken we via een vernieuwde, krachtige methodiek intensief samen binnen de Vestingdriehoek. Door krachten over water- en gemeentegrenzen heen te bundelen en iconen zoals Slot Loevestein en onze historische binnenstad te verbinden, stimuleren we meerdaags verblijf en zetten we dit unieke gebied nog steviger op de kaart. Samenwerking loont; het brengt meer beleving voor toeristen en steunt onze lokale ondernemers.

Dit alles hadden we nooit kunnen bereiken zonder de onmisbare inzet van de gemeente, onze partners, de vele vrijwilligers, freelancers en medewerkers. Samen hebben we Gorinchem in 2025 nog sterker op de kaart gezet, en met diezelfde energie bouwen we in 2026 verder aan een vitale en verbonden stad.

Ik wens u veel leesplezier bij dit jaaroverzicht.



Martin van Vliet

Voorzitter Raad van Toezicht

Stichting Gorinchem Citymarketing



Korenmolen

Gorinchem in de lift

Met veel trots kijken wij terug op 2025, een jaar waarin verder is gebouwd aan de zichtbaarheid en positionering van Gorinchem als vestingstad aan het water. Door gerichte campagnes, een sterke online aanwezigheid en intensieve samenwerking met ondernemers en partners hebben wij de stad onder de aandacht gebracht bij een breed publiek.

Dit heeft geresulteerd in ruim 1,3 miljoen toeristische bezoeken, een groei van 12% ten opzichte van 2024, en een toenemende betrokkenheid via onze online kanalen, met onder andere meer dan 300.000 websitebezoeken en een stevig groeiend bereik op social media.

De groei zit bovendien niet alleen in bereik. In 2025 trok Gorinchem ruim 401.000 unieke bezoekers, die samen goed waren voor 1,3 miljoen bezoeken aan de stad. Bezoekers kwamen gemiddeld 3,3 keer terug en besteedden gezamenlijk ruim €61 miljoen. Daarmee laat 2025 zien dat investeringen in zichtbaarheid niet alleen bijdragen aan bekendheid, maar ook aan economische waarde voor ondernemers, voorzieningen en de stad als geheel.

Tegelijkertijd zien wij dat de belangstelling voor Gorinchem zich verder verdiept. Bezoekers komen niet alleen vaker terug, maar weten de stad ook beter te vinden gedurende het hele jaar. De groei van de riviercruisector onderstreept het toenemende internationale bereik van Gorinchem en biedt kansen om bezoekers nog beter te ontvangen en te verleiden langer te blijven en ook de groene omgeving te ontdekken.

In 2026 zetten wij een volgende stap: van groei in bereik naar gerichte impact en kwaliteit. We versterken onze branding door nog scherper te sturen op een consistente en herkenbare positionering van Gorinchem, waarbij we onze merkwaarden doorvertalen naar campagnes, content en samenwerkingen. In marketing kiezen we voor een meer gerichte inzet van middelen, met focus op doelgroepen, seizoensmomenten en thema's zoals erfgoed en de regio, en sturen we nadrukkelijk op resultaat en rendement.

Ook in ons aanbod en gastheerschap maken we een kwaliteitsslag. We vernieuwen en verbeteren de boekbaarheid van stadswandelingen en arrangementen, ontwikkelen een sterker en samenhangend aanbod voor onder andere riviercruises en investeren in een gastvrije ontvangst die past bij de groeiende internationale doelgroep. Dit doen we in nauwe samenwerking met ondernemers en partners, zodat we gezamenlijk meer waarde creëren uit het groeiende bezoek aan de stad.

Zo bouwen wij verder aan een stad die niet alleen groeit in bezoekersaantallen, maar vooral in kwaliteit, beleving en betekenis voor bewoners, ondernemers én bezoekers.



Joyce Wijnen

Directeur Bestuurder

Stichting Gorinchem Citymarketing



Grote Toren

Kerncijfers

Offline

Bezoekers gecombineerde balie 2025	49.835
Waarvan bezoekers Museum	12.156
Deelnemers Stadswandelingen met gids	3.163
Deelnemers Torenklimmen met gids	332
Deelnemers groepsdagtochten	544
Aantal geboekte riviercruisepassagiers*	1.353

Online

Bezoekers mooigorinchem.nl	302.989
Facebook volgers	7.046
Instagram volgers	4.200
Bereik FB+Insta paid	812.711
Bereik FB+Insta organisch	1.699.593
Impressies FB+Insta	2.853.021
LinkedIn volgers	1.521

* Betreft het aantal riviercruisepassagiers van Tauck en Riverside



Grote Markt

Campagnes 2025



Mooi Gorinchem
Sponsored - nl

In 2025 hebben we met onze campagnes veel mensen bereikt en nieuwsgierig gemaakt naar Gorinchem. Online hebben we de stad miljoenen keren onder de aandacht gebracht en duizenden mensen aangezet om door te klikken naar onze website.

Wat opvalt: mensen kijken niet alleen, ze doen ook echt iets. Ze zoeken verder, bekijken pagina's en plannen een bezoek. Dat zien we terug in de populariteit van onder andere de evenementenagenda en de pagina over de vestingstad.

De combinatie van kanalen werkt daarbij goed. Google helpt mensen gericht informatie te vinden en door te klikken, terwijl social media zorgt voor bereik en inspiratie bij een brede doelgroep.

De cijfers laten dit ook zien. De website trok in 2025 302.989 bezoekers. Google Ads zorgde voor 68.000 klikken en 5,2 miljoen impressies. Via Meta werden 32.000 klikken, 2,1 miljoen impressies en een bereik van 812.000 gerealiseerd. De best bezochte pagina's, zoals de evenementenagenda, Vestingstad UNESCO, Gorinchem Waterstad en de reserveringspagina, laten zien dat bezoekers niet alleen inspiratie opdoen, maar ook actief doorklikken naar informatie en mogelijkheden om hun bezoek te plannen of iets te boeken.

En dat blijft niet alleen online. De campagnes dragen zichtbaar bij aan wat we in de stad terugzien: in 2025 verwelkomden we ruim 1,3 miljoen bezoekers en gaven bezoekers samen meer dan €61 miljoen uit in Gorinchem.

Samengevat, onze campagnes zorgen ervoor dat Gorinchem beter zichtbaar is, vaker wordt gevonden én dat meer mensen de stad bezoeken om daar te blijven en te besteden.

Bij de interpretatie van de online cijfers is enige nuance belangrijk. Door privacywetgeving en aangescherpte cookie-instellingen is online gedrag minder volledig meetbaar dan voorheen. Wanneer bezoekers cookies weigeren of beperken, worden hun bezoeken en acties niet altijd geregistreerd. Daarnaast wordt online adverteren competitiever, onder andere doordat meer organisaties concurreren om dezelfde doelgroepen en zoekwoorden. De gemeten cijfers geven daarom een zo goed mogelijk beeld van de resultaten, maar het werkelijke bereik en effect van de campagnes kan hoger liggen.

Google online campagnes

Aantal klikken	Impressies	CTR <small>(Click-through rate)</small>	Gem. CPC
68K	5,2 min	1,3%	€ 0,11

Meta online campagnes

Aantal klikken	Impressies	Bereik	CTR <small>(Click-through rate)</small>
32K	2,1 min	812K	2,34%



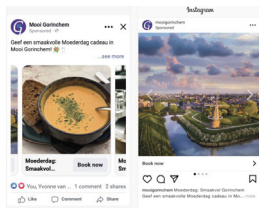
Weekend van het verdedigingserfgoed



Aantal klikken	Impressies	Bereik	CTR (click through rate)	Gem. CPC	Kosten
2937	21.831	119.469	4,13%	€0,13	€374,94

Smaakvol Gorinchem

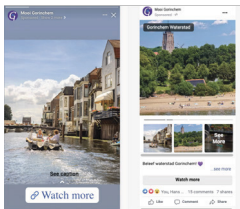
Aantal klikken	Impressies	Bereik	CTR (click through rate)	Gem. CPC	Kosten
549	23.669	10.289	4,45%	€0,13	€71,79



Cultuurmaand campagne



Aantal klikken	Impressies	Bereik	CTR (click through rate)	Gem. CPC	Kosten
2831	151.467	57.195	2,67%	€0,18	€498,24



Zomercampagne: waterstad

Aantal klikken	Impressies	Bereik	CTR (click through rate)	Gem. CPC	Kosten
10,946	369,899	169,502	2,96%	€0,09	€999,51

Zomercampagne: met het gezin

Aantal klikken	Impressies	Bereik	CTR (click through rate)	Gem. CPC	Kosten
7310	323,133	123,775	3,42%	€0,11	€623,-



Winter/Shoppen campagne

Weergaven	Bereik	CTR (click through rate)	Gem. CPC	Kosten
582.354	102.203	0,47%	€0,94	€550,-



Lingehaven en Visbrug

Gezien en geklikt in 2025

Onze meest bezochte pagina's

Bezoekers
213.501

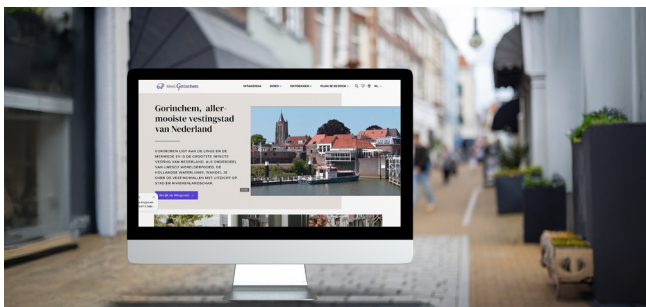
via Google ads:
68.082

via Meta ads:
32.887

Top 5 paginaweergaven

Evenementenagenda	58.818
Vestingstad UNESCO	29.034
Gorinchem Waterstad	19.714
Locaties om te winkelen	15.593
Reserveren	14.366

Totale paginaweergave website 567.090





Lingehaven

Toeristisch bezoek in één oogopslag

Inzicht in wie komt en wat ze besteden

Aantal bezoeken	1.335.000
Aantal unieke bezoekers	401.000
Bezoekfrequentie	3,3
Gemiddelde besteding p.p.	€ 46,30
Totaal bestedingen toeristisch dagbezoek	€ 61.7 mio

Bron: Rapport Toeristisch Bezoek aan Steden 2025, NBTC.

Wat vertellen deze cijfers?

In 2025 bleef Gorinchem bezoekers aantrekken die niet alleen eenmalig komen kijken, maar ook terugkomen. Gemiddeld bezoekt een bezoeker de stad 3,3 keer per jaar. Horeca, winkelen en het historische karakter van de vestingstad vormen daarbij de belangrijkste redenen voor een bezoek. Bezoekers verblijven meestal enkele uren in de stad en besteden gezamenlijk ruim €61 miljoen aan horeca, winkels en andere voorzieningen. Daarmee leveren zij een belangrijke bijdrage aan de levendigheid en economische vitaliteit van Gorinchem.



Dalempoort

Inkomsten en uitgaven 2025

Financieel overzicht

Dankzij een gezonde combinatie van structurele financiering, projectinkomsten en eigen inkomsten uit dienstverlening en de VVV sloten wij 2025 af met een positief resultaat van €64.285. Dit resultaat biedt ruimte om te blijven investeren in zichtbaarheid, gastheerschap en productontwikkeling.

Wat zijn de inkomsten?

Dienstverleningsovereenkomsten	€ 435.872
Overige omzet (VVV + Projecten)	€ 193.363
Totaal inkomsten	€ 629.235

En wat zijn de uitgaven?

Personeelskosten	€ 299.623
Afschrijving op materiële vaste activa	€ 637
Overige personeelsgerelateerde kosten	€ 18.076
Exploitatiekosten	€ 120.591
Verkoopkosten	€ 68.021
Kantoorkosten	€ 41.355
Algemene kosten	€14.635
Totaal uitgaven	€ 562.938

FINANCIËLE BATEN EN LASTEN

€ -2.012

Wat is het resultaat?

Resultaat 2025

€64.285



Vesting Corinchem