

Presentatie Dordrecht Marketing & Partners

Gemeenteraad 3 juni 2025



Inhoud

Missie en ambitie

Kaders

Organisatie

VVV

Evenementen

Marketing

Kansen en bedreigingen

Missie en ambitie

“Dordrecht Marketing & Partners geeft bekendheid aan Dordrecht als een aantrekkelijke stad om te wonen, werken en recreëren voor (potentiële) bewoners, bezoekers, bedrijven en organisaties.

Het Evenementenbureau draagt bij aan een levendige stad door organisatoren te ondersteunen bij het realiseren en (door)ontwikkelen van evenementen.

VVV Dordrecht is de gastvrije ontvangstplek voor bezoekers en bewoners op weg naar het fraaie aanbod van de stad en regio.”



Onze inspanningen hebben impact op meerdere vlakken:

- *Economische spin-off en werkgelegenheid;*
- *Maatschappelijke spin-off*
- *Stadsontwikkeling*
- *Levendigheid in de stad op schaalbaar niveau met draagvlak*

We zijn de verbindende schakel tussen sectoren en tussen de publiek private sector om de stad nog aantrekkelijker te maken.



Kaders:

- Statuten
- **Meerjarencontract 2025 - 2030**
- Beleid en Collegedoelstellingen gemeente Dordrecht

In de nabije toekomst: evenementenbeleid (in ontwikkeling).

Rollen van DM&P

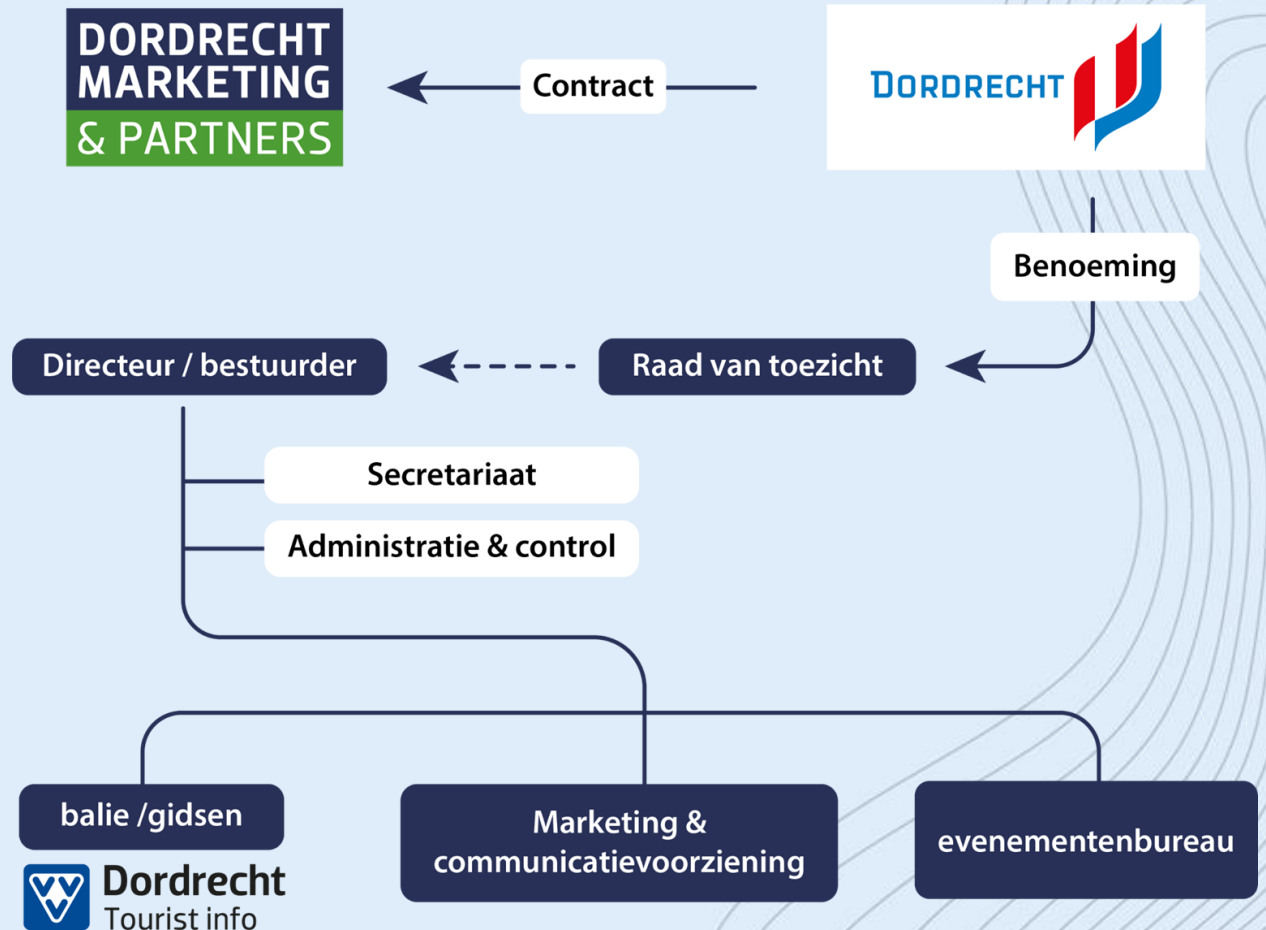
Vanuit citymarketing, het begeleiden van evenementen en gastvrijheid heeft DM&P een aantal rollen.

1. Bewaken van de identiteit, beheerder van het merk, merkontwikkeling;
2. Adviseur op diverse beleidsvelden, bijdragen aan de ontwikkeling van de stad;
3. Begeleiden van evenementen (vergunningsproces, advies, ondersteuning);
4. Uitvoering marketingcampagnes en activiteiten (inclusief bevordering samenwerking);
5. Gastvrijheid (VVV).

Organisatie

2007 - oprichting
2020 - fusie met de VVV
2024 - korting op de subsidie en inzet
meerjarenovereenkomst
2026 - verhuizing naar het Dordthuis

12,7 FTE (1-1-'25)
3 bedrijfsonderdelen:
- Marketing
- Evenementenbureau
- VVV



Taken en rollen:

Informeren en inspireren bezoekers aan Dordrecht en regio via fysieke VVV balie/ winkel, email en telefoon.

Ontwikkelen en verkoop van (lokale) routes, souvenirs, streekproducten en cadeaukaarten.

Neutrale adviseur, niet concurrerend met partijen in de stad.

Activiteiten 2025

- Instapwandelingen met VVV-gids april t/m oktober
- Stadswandelingen met gids voor kleine groepen (max. 8 pers)-
- Gast in eigen stad (welkomstmiddag nieuwe inwoners)
- Fietsverhuur

Resultaten 2024

77.500 bezoekers verwelkomd bij VVV.

Eigen inkomsten uit verkoop artikelen en services zoals bijvoorbeeld:

- 230 gidsentochten.
- 3.750 fiets- en wandelroutes verkocht.

4 x Gast in eigen stad georganiseerd.

Kansen en ambitie

- Digitalisering en kennisontwikkeling
- Riviercruise
- Aandacht voor couleur locale en onontdekt Dordt
- Benutten kansen trends (verwachte toename)
- Nog meer samenwerking met ondernemers

TOERISME DORDRECHT IS OPVALLENDE STIJGER IN NEDERLAND

Steeds meer bezoekers

Dordrecht wordt alsmaar populairder bij toeristen. In 2024 kwamen bijna drie miljoen bezoekers naar de stad, terwijl dat er een jaar eerder zo'n 2,5 miljoen waren.

Albert Sok
Dordrecht

Dat is een toename van 20 procent en daarmee is Dordrecht een opvallende stijger als toeristische bestemming in Nederland. De nieuwe directeur Dave Geensens van Dordrecht Marketing is blij met de cijfers. „Dit is natuurlijk goed nieuws”, zegt hij, om er direct een kanttekening bij te maken. „Maar omdat we pas voor de tweede keer meededen aan dit onderzoek van het gerenommeerde Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen moeten we wel een klein beetje voorzichtig zijn met het ophangen van de ballonnen en het steken van de loftrompet. Écht harde conclusies kunnen we pas volgend jaar trekken als de cijfers dan weer zo goed zijn.”

Een van de redenen voor het toegenomen bezoek aan de stad is dat touroperators Dordrecht hebben ontdekt als plek om aan te meren met hun grote riviercruiseschepen. Die vervoeren honderden toeristen tegelijk door Europa. Alleen al in december kwamen zo 12.000 toeristen aan land op de Merwekade. „En die markt is zich nog verder aan het ontwikkelen”, zegt Geensens. „Daar komt bij dat het bezoek aan middelgrote steden sowieso toeneemt.”

Kijk bijvoorbeeld naar Hoorn (+29 procent) of Alkmaar (+39 procent). „En Dordrecht profiteert dus lekker mee van die trend.” Maar dat is niet het hele verhaal.

Bezoekers van de stad komen vooral af op de historische binnenstad, die ze zien als één van de attrac-



▲ Veel toeristen sluiten zich aan bij rondleidingen door gidsen, rechts- onder blikvanger Het Groothoofd.

FOTOS: JEFFREY GROENEWEG/ADVICTOR VAN BREUKEL/VORDRECHT MARKETING

ties. „We horen ook terug dat ze genieten van het winkelaanbod. Hier zijn niet alleen maar grote ketens te vinden, maar ook veel boetiekjes en kleine winkeltjes.”

Die plukken de vruchten van al dat extra bezoek, aangezien volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek iedere bezoeker gemiddeld 51 euro uitgeeft tijdens een stadsbezoek. Al die mensen hebben volgens Dordrecht Marketing dus meer dan 151 miljoen euro uitgegeven. „Het is natuurlijk zeer welkom voor onze ondernemers

dat dat geld hier wordt gespenseerd en niet ergens anders”, zegt Geense. „Voor veel ondernemers in de stad was dit het beste jaar ooit.”

Hij wijst er op dat toerisme ook voor Dordtenaren zelf een meerwaarde heeft. „Het is niet alleen leuk voor de mensen die hierheen komen, maar ook voor stad zelf. Ga maar na: het zorgt voor volle terrassen, levendigheid en dat leidt weer tot meer werkgelegenheid.”

Het onderzoek, dat in 37 gemeenten verspreid over het land plaatsvond, stelt dat er 850.000 unieke bezoekers naar Dordrecht kwamen. Omdat dat gemiddeld 3,5 keer terugkwamen, komt het aantal bezoeken op iets minder dan drie miljoen uit. Uitschieter was het derde kwartaal

“
Voor veel ondernemers was dit het beste jaar ooit

– Dave Geensens
(Dordrecht Marketing)



dankzij evenementen als Big Rivers en de Boekenmarkt, maar ook de musea in de stad trokken veel belangstelling.

Het doel is om het aantal bezoeken aan de stad nog verder op te krikken. „De komende tijd gaan we aan de slag met het merk Dordrecht. We willen veel meer dan tot nu toe het geval is geweest exposure buiten de stad. Dordrecht heeft weliswaar een veel betere reputatie dan 25 jaar geleden, maar het kan nog beter. Onbekend maakt onbemind.”

De langverwachte bouw van het hotel op het Vrieseplein is zo'n kans. „Zakelijke bezoekers geven per dag 389 euro uit, dus dat is een heel interessante doelgroep waarmee veel geld te verdienen is.”

Dordrecht heeft in 2024 bijna **3 miljoen bezoeken** ontvangen. Dit is een stijging van **20%** ten opzichte van 2023 en daarmee behoort Dordrecht tot de snelst stijgende steden van Nederland. De gemiddelde bezoeker geeft € 51 uit tijdens een bezoek, dus leidt dat in 2024 in Dordrecht tot **€ 151 miljoen euro** aan bestedingen. Het aantal unieke bezoekers groeide ook, naar **850.000** Nederlanders die de stad bezochten voor ontspanning en plezier.

Bron: AD De Dordtenaar 3 april 2025

Taken en rollen:

- Begeleiden organisatoren bij het vergunningsproces en subsidieaanvragen.
- Intermediaire rol / spin in het web stakeholders
- Adviseur Evenementenbeleid en Vergunningsproces
- Opstellen jaarlijkse Evenementenkalender
- Signalering nieuwe ontwikkelingen en trends
- Kennisuitwisseling en vergroting organisatoren
- Aanspreekpunt klachten voor- na- en tijdens het evenement

Activiteiten 2025

- Begeleiding organisatoren
- Bijdrage evenementenbeleid
- Coördinatie evenementenkalender
- (mede)Organisator Dordtse Decemberdagen & Open Monumentendagen

Resultaten 2024

Begeleiding 98 evenementen

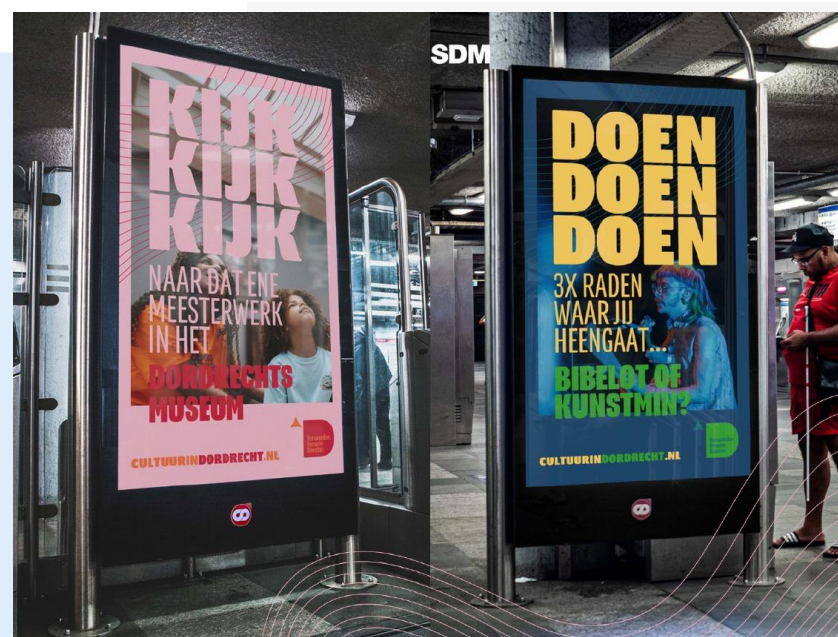
1,1 miljoen bezoekers voor evenementen

Dordrecht wordt ervaren als prettige en veilige evenementenstad: rapportcijfer 7,6

Bijna alle Dordtenaren (**92%**) hebben het afgelopen jaar één of meerdere evenementen bezocht.

Kansen en ambitie

- Plustaken: aanvullende inzet op evenementenlocatie
- Professionaliseren branche
- Financiële weerbaarheid organisatoren
- Balans behouden leefbaarheid en levendigheid
- Levendigheid en aanbod behouden



Taken en rollen:

- Manager van merk / branding van de stad en toepassing bij ontwikkelingen / projecten.
- Bekendheid geven aanbod van de stad en groene buitengebieden op gebied van winkel-, horeca- en cultuuraanbod en evenementen.
- Partner van Binnenstadsbedrijf, POBD, KHN, culturele instellingen, Waterbus, Kinderdijk enz.;
- Verbetering van het imago , verhogen trots bij inwoners.

Activiteiten 2025

- Projecten
- Campagnes
- Beheer communicatie kanalen
- **(her)ontwikkeling merk Dordrecht**

Resultaten 2024

Stijging aantal unieke bezoekers aan de stad met 20% t.o.v. 2023. 850.000 in totaal.

Overkoepelend marketing platform indordrecht.nl;

- Meer dan 70.000 bezoekers per jaar op de website;
- Ruim 25.000 volgers op de social media kanalen;

Campagnes voor Cultuur, Binnenstad, Evenementen, Imago maar ook Dordrecht Maggezien, campagne Tour de France Femmes en bereikbaarheid.

Kansen en ambitie

Plustaken: aanvullende inzet op andere domeinen (cf afspraak gemeente). Levert optimalisatie en versterkt positie DM&P.

Ontwikkelen stedelijke samenwerking vanuit partnership merk.

Dordrecht als sterk merk en bestemming stevig neerzetten.

Merkontwikkeling

Merk in 2009 voor het laatst opgesteld, stad heeft zich verder ontwikkeld. Tijd voor een rebranding!

DM&P maakt in co-creatie met partners in de stad een nieuw herkenbaar merk, met daarbij horende uitingen en verhaallijnen. We gaan samen het verhaal vertellen.

Focus op (potentiële) **bezoekers**, **bewoners** en **bedrijvigheid**.

Breder inzetbaar dan alleen vrije tijd en toerisme; talent, maatschappelijk en economie.

Merkpartners: bundeling van krachten vanuit betrokkenheid bij de stad en optimalisatie van marketing in de stad (en regio). DM&P gaat vanuit het merk ook aan de slag als partnerorganisatie van de stad.

Lancering samenwerking merkpartners en het nieuwe merk:
8 december 2025!



Bedreigingen

Vrije tijdsaanbod staat onder druk: retail, horeca, evenementen en cultuur; en daarmee de stadsmarketing.

Kansen

- Samenwerking in de stad optimaliseren.
- Plustaken.
- Trends en kansen in toerisme (toename, riviercruise, zakelijk toerisme, spin-off stimuleren).
- Bestendigen levendigheid.
- Ambitie stedelijke ontwikkeling.
- Imago verbeteren.

Uitnodiging:

samenwerken aan de ontwikkeling van ons fraaie Dordrecht.

