

## Rapport

---

Projectnummer: 51006590

Referentienummer: NL21-648800269-

Datum: 18-11-2021

---

## Het imago van toeristisch Groningen 2021

Definitief

Provincie Groningen  
Postbus 610  
9700 AP GRONINGEN

## Verantwoording

Titel	Het imago van toeristisch Groningen 2021
Projectnummer	51006590
Referentienummer	NL21-648800269-
Revisie	D1
Datum	18-11-202

## Inhoudsopgave

<b>Samenvatting .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Inleiding .....</b>	<b>7</b>
1.1 Het belang van een goed imago.....	7
1.2 Imago onderzoek Groningen .....	7
<b>2 Achtergrondonderzoek .....</b>	<b>9</b>
2.1 Methodiek .....	9
2.2 Respons.....	9
2.3 Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid .....	10
<b>3 Bezoekers van Groningen .....</b>	<b>11</b>
3.1 Inleiding .....	11
3.2 Kenmerk bezoek.....	11
3.3 Aanleiding bezoek .....	11
3.4 Reden bezoek.....	12
<b>3.4.1 Aantrekkingskracht.....</b>	<b>14</b>
3.5 Spontane beeldvorming.....	15
3.6 Geholpen beeldvorming .....	17
3.7 Waardering .....	23
3.8 Stellingen .....	24
3.9 Kenmerken bezoekers.....	26
3.9.1 Samenstelling gezelschap .....	26
3.9.2 Inkomen .....	27
3.9.3 Opleiding.....	28
<b>4 Niet-bezoekers van Groningen.....</b>	<b>29</b>
4.1 Inleiding .....	29
4.2 Reden niet bezoek.....	29
4.3 Toekomstig bezoek .....	30
4.4 Reden voor mogelijk bezoek .....	31
4.5 Verblijfsduur.....	32
4.6 Spontane beeldvorming.....	33
4.7 Geholpen beeldvorming .....	34
4.8 Waardering .....	40
4.9 Stellingen .....	41
4.10 Kenmerken niet-bezoekers.....	43
4.10.1 Inkomen .....	44
4.10.2 Opleiding.....	44

<b>5</b>	<b>Vergelijking tussen groepen .....</b>	<b>45</b>
5.1	Bezoekredenen.....	45
5.2	Toeristisch aanbod Groningen .....	46
5.3	Stellingen .....	46
5.4	Imago van Groningen .....	48
5.4.1	Spontane beeldvorming .....	48
5.4.2	Geholpen beeldvorming.....	48
<b>6</b>	<b>Conclusie.....</b>	<b>50</b>

Bijlage 1 Vragenlijst bezoekers

Bijlage 2 Vragenlijst niet-bezoekers

## Samenvatting

In navolging op 2011, 2016 en 2019 is ook in 2021 weer een onderzoek uitgevoerd naar het toeristisch-recreatieve imago van provincie Groningen. Zowel bezoekers als niet-bezoekers is gevraagd hoe zij naar Groningen kijken door een toeristisch-recreatieve bril. Onder Nederlanders die de afgelopen 3 jaren één of meerdere keren in Groningen zijn geweest, blijkt dit beeld toch anders te zijn dan onder Nederlanders die de afgelopen 3 jaar de provincie niet hebben bezocht, of hier zelfs nog nooit zijn geweest. Door het onderzoek periodiek te herhalen, ontstaat een beeld van de ontwikkeling van het toeristisch-recreatieve imago. Extra aandacht gaat uit naar de invloed van Corona op de uitkomsten van het onderzoek. Hoewel dit onderzoek niet expliciet ingaat om de impact van Corona, zien we toch aanwijzingen dat de resultaten hierdoor beïnvloed zijn.

### **Opvallend hoge waardering toeristisch aanbod**

Opmerkelijk is de forse stijging van de waardering van het toeristische aanbod van provincie Groningen ten opzichte van voorgaande metingen. Zonder uitzondering worden de verschillende aspecten van het aanbod hoger gewaardeerd dan ooit. Dit zien we ook terug in de stijging van het aandeel bezoekers dat provincie Groningen beschouwd als interessante vakantiebestemming. In 2019 was dit aandeel 64%, nu is dit gestegen naar 74%. Bezoekers weten de provincie dus steeds beter te waarderen.

### **Impact Corona**

Een directe invloed van Corona zien we terug in de lagere score op evenementen als aanleiding voor een bezoek aan de provincie. Maar de hogere waardering voor en sterkere associatie met onder meer fietsen, rust en ruimte, natuur en landschap hebben mogelijk ook een relatie met het veranderend vrijetijdsgedrag en de veranderende vrijetijdsbehoefte als gevolg van Corona. Ook de grotere spreiding van bezoekers over de provincie kan een relatie hebben met het vrijetijdsgedrag van Nederlanders. Wellicht is de neiging om drukke plekken, zoals de stad Groningen, te vermijden groter geweest.

### **Verschillen in beeldvorming**

De beeldvorming van Groningen als toeristische bestemming is nog steeds aanzienlijk positiever onder bezoekers dan onder niet-bezoekers. Bezoekers gaven Groningen een gemiddeld rapportcijfer van een 7,8. Niet-bezoekers geven Groningen een 6,4. Het blijft daarom een uitdaging voor Groningen om ervoor te zorgen dat mensen een bezoek aan de provincie brengen. Als men Groningen eenmaal heeft bezocht, is men verkocht!

### **Aardbevingen**

De associatie met aardbevingen bij Groningen ten opzichte van de metingen in 2019 en 2016 is flink gedaald, zowel bij bezoekers als bij niet-bezoekers. Echter is er nog wel een groep mensen die Groningen niet wil bezoeken door de aardbevingen. Net zoals in de meting van 2019, is deze groep groter onder bezoekers (18%) dan onder de niet-bezoekers (9%).

### **Aantrekkingskracht op hogere inkomens**

Hoewel we geen specifiek onderzoek hebben uitgevoerd naar de achtergrondkenmerken van de bezoekers en niet-bezoekers kunnen we toch voorzichtig concluderen dat Groningen een sterkere aantrekkingskracht heeft op hoger opgeleiden met een relatief hoger inkomen. Zowel de inkomensverdeling als de opleidingsverdeling verschilt significant tussen bezoekers en niet-bezoekers. De bezoekers zijn gemiddeld hoger opgeleid en hebben gemiddeld een hoger inkomen dan niet-bezoekers.

De invloed van inkomen en opleiding op de beeldvorming is echter moeilijk te duiden. Het verschil in beeldvorming lijkt toch vooral veroorzaakt te worden door het gegeven of iemand wel of niet Groningen heeft bezocht.

**Verbeterd imago**

Al met al kunnen we concluderen dat het imago van Groningen als toeristisch-recreatieve bestemming is verbeterd ten opzichte van voorgaande metingen. Imago is niet altijd te vatten in goed of slecht. Maar we zien over de hele lijn een hogere waardering voor het (te verwachten) toeristisch-recreatieve aanbod in de provincie. Meer bezoekers en niet-bezoekers beschouwen Groningen als interessante toeristische bestemming en de associaties met onder meer de landschappelijke waarden is behoorlijk sterker geworden. Daar staat tegenover dat de – meer negatieve – associatie met aardbevingen duidelijk minder sterk is. Toch zien we nog steeds een uitdaging om de potentiële bezoekers te overtuigen om naar Groningen te komen. Nog steeds vinden veel Nederlanders Groningen te ver weg liggen en krijgen andere regio's de voorkeur. Is men echter eenmaal in Groningen geweest, dan is de kans zeer groot dat men terugkomt. En, misschien nog wel belangrijker, dat men dit als ambassadeur doorvertelt aan anderen.

## 1 Inleiding

### 1.1 Het belang van een goed imago

Wat je als provincie uitstraalt naar de buitenwereld, is belangrijk. Met name op het gebied van toerisme is een goed imago essentieel. De bestemmingskeuze voor een vakantie van (potentiele) bezoekers wordt namelijk sterk bepaald door het beeld dat zij van een specifiek gebied hebben.

Het imago wordt door veel zaken beïnvloed: wat iemand heeft gelezen, heeft ervaren, heeft gehoord of gezien; het zorgt allemaal voor beeldvorming. Dit gaat via diverse kanalen, maar lijkt vandaag de dag in een stroomversnelling te zijn beland door middel van het internet en social media. Doordat iedereen constant met elkaar in contact is, kan zowel een positief als negatief beeld zich vlot verspreiden. Daarnaast is er ook veel concurrentie. Veel steden, regio's en landen zijn bekend met de relevantie van een goed imago, en spelen hier op in. Het is voor provincie Groningen belangrijk om in deze vluchtige en competitieve setting een goede beeldvorming te creëren van haar unieke en positieve kwaliteiten, en hier op in te zetten.

### 1.2 Imago onderzoek Groningen

Groningen is een dynamische provincie, met zowel stedelijke als landelijke kwaliteiten van hoog niveau. Zo is de stad Groningen continu in beweging: recentelijk is het Groninger Forum opgeleverd en ontplooit de Nieuwe Markt zich als extra kern in de stad. Ook wordt er gewerkt aan de bereikbaarheid en leefbaarheid van de stad bij de Aanpak Ringweg Zuid, is de Zernike Campus vlot aan het uitbreiden en zijn er nieuwe plannen voor de inrichting van de Grote Markt. Maar ook in het Ommeland spelen zich veel ontwikkelingen af, mede door de invloed van het Nationaal Programma Groningen. Zo is bijvoorbeeld Winsum door de ANWB uitgeroepen tot mooiste dorp van Nederland in 2020.

Naast deze positieve ontwikkelingen deed er zich echter ook een andere ontwikkeling rond maart 2020 voor: Corona. De Coronapandemie en de maatregelen die daardoor genomen werden, hadden een grote impact op de vrijetijdsector en de culturele sector. Wereldwijd, dus ook in Groningen. Lange periodes moesten bedrijven geheel of gedeeltelijk de deuren sluiten. Echter waren er ook periodes dat vrijetijdsondernemers – zeker ook in het Groningse Ommeland – juist meer gasten ontvingen dan ooit tevoren. Zijn waarden, zoals rust, ruimte en natuur, hoger bij toeristen in het vaandel komen te staan? Waar voorheen aardbevingen vaak aandacht kregen als het over Groningen ging, lijkt dit onderwerp momenteel minder vaak aangehaald te worden. Is dit ook te zien in de beeldvorming van mensen over Groningen? Dit zijn allemaal interessante onderzoeksvragen in het kader van dit imago onderzoek.

Provincie Groningen voert al sinds 2004 onderzoek uit naar de toeristische beeldvorming van Groningen. Vooral het verschil tussen de beeldvorming van daadwerkelijke ervaringen en de beeldvorming op basis van verwachtingen is interessant. Uit de eerdere metingen bleek namelijk dat dit van elkaar afweek. Mensen die provincie Groningen hadden bezocht, hadden vaak een positiever beeld over de provincie dan mensen die de provincie nog niet bezocht hadden. Boeiend is om te kijken waar deze verschillen vandaan komen, en op welke plekken het imago van provincie Groningen niet overlapt met de daadwerkelijke ervaringen.

Omdat percepties veranderen, is het belangrijk een dergelijk imago-onderzoek periodiek te herhalen. Dit zorgt ervoor dat potentiële trends en ontwikkelingen op tijd zichtbaar worden, en dat de provincie hiernaar kan handelen. Dit onderzoek in 2021 is de vijfde meting, en legt de resultaten naast de metingen van 2019, 2016 en 2011.

***Imago onderzoek in relatie tot Corona***

*Op het moment dat dit onderzoek is uitgevoerd, heeft corona de samenleving nog steeds in haar greep, ook als het gaat om de invulling van vrije tijd. In overleg met de Provincie Groningen hebben we desondanks besloten om geen specifieke vragen op te nemen over deze effecten. We geven er de voorkeur aan om de onderzoekopzet gelijk te houden aan voorgaande metingen. Dat neemt niet weg dat de resultaten van dit onderzoek mogelijk zijn beïnvloed door de impact van corona op zowel ons recreatiegedrag als onze perceptie. We proberen dit in het onderzoek zo goed mogelijk te duiden op basis van de uitkomsten en vergelijking met voorgaande metingen.*

De indeling van de rapportage is als volgt:

- hoofdstuk 2: Achtergronden van het onderzoek;
- hoofdstuk 3: Uitkomsten bezoekers Groningen;
- hoofdstuk 4: Uitkomsten niet-bezoekers Groningen;
- hoofdstuk 5: Vergelijking tussen groepen;
- hoofdstuk 6: Conclusie;
- bijlage 1 : Vragenlijst bezoekers;
- bijlage 2 : Vragenlijst niet-bezoekers.



## 2 Achtergrondonderzoek

### 2.1 Methodiek

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een internetpanel onder de Nederlandse bevolking, met uitzondering van de inwoners van Groningen zelf en personen jonger dan 16 jaar. Uit die onderzoekspopulatie is een aselechte steekproef getrokken.

In het onderzoek onderscheiden we twee doelgroepen:

1. Nederlanders die de afgelopen drie jaar een toeristisch bezoek hebben gebracht aan provincie Groningen (bezoekers);
2. Nederlanders die de afgelopen drie jaar geen toeristisch bezoek hebben gebracht aan provincie Groningen (niet-bezoekers).

De vragenlijst is vrijwel gelijk aan de vragenlijst uit de voorgaande onderzoeken in 2019, 2016 en 2011. Bezoekers en niet-bezoekers hebben een eigen vragenlijst ontvangen. De vragenlijst is exact hetzelfde als de vragenlijst uit 2019. De vragenlijst bevat voornamelijk gesloten vragen, maar op een aantal onderdelen zijn open vragen gesteld. De vragenlijsten van de bezoekers en niet-bezoekers zijn opgenomen in de bijlage.

Het veldwerk van het onderzoek is uitgevoerd in week 37 en 38 van september 2021 (13-26 september).

Met Groningen bedoelen we provincie Groningen. Als we het hebben over de stad Groningen, verwijzen we specifiek naar de stad.

### 2.2 Respons

De steekproef is representatief naar de Nederlandse bevolking op basis van geslacht, leeftijd en herkomst. Hiervoor zijn de gegevens gebruikt van de Nederlandse bevolking, zoals gepubliceerd door het CBS. De steekproef is getrokken uit een landelijk internetpanel. In totaal hebben 1.034 Nederlanders meegewerkt aan het onderzoek, verdeeld over de twee doelgroepen.

**Tabel 2.1** Verdeling respons over doelgroepen

Doelgroep	Respons	Percentage
Bezoekers	525	50,8%
Niet-bezoekers	509	49,2%
<b>Totaal</b>	<b>1.034</b>	<b>100%</b>

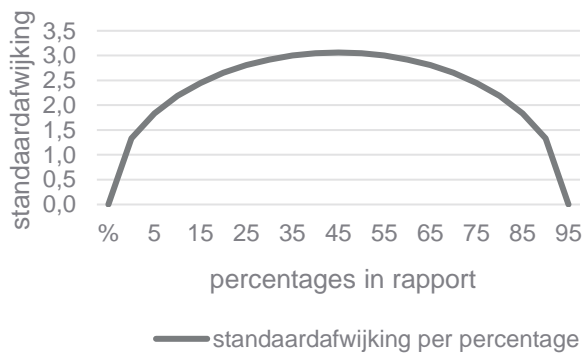
Kijken we naar de verdeling over de leeftijdscategorieën, dan is de respons ook goed vergelijkbaar met de dwarsdoorsnede van Nederland. De groep 35 tot 49 jaar en ouder is iets oververtegenwoordigd ten opzichte van het landelijke gemiddelde. De leeftijdscategorie 0-15 is weggelaten uit de verdeling van de nederlandse bevolking.

**Tabel 2.2** Verdeling respons in leeftijdscategorieën

Leeftijd	Verdeling Nederlandse bevolking	Verdeling in het onderzoek
16-24 jaar	13%	13%
25-34 jaar	15%	14,8%
35-49 jaar	22%	28,5%
50 jaar en ouder	49%	43,7%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 2.3 Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid

Een respons van 1.034 is voldoende om betrouwbare en nauwkeurige uitspraken te doen (bij een betrouwbaarheid van 95%). De maximale onnauwkeurigheid bedraagt 3,1% bij een percentage van 50%. Dit houdt in dat als er in de rapportage gesproken wordt over een uitkomst van 50%, dan ligt de feitelijke waarde tussen 46,9% en 53,1%.



**Figuur 2.1** *Standaardafwijking*

## 3 Bezoekers van Groningen

### 3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de uitkomsten van de bezoekers van Groningen. Deze bezoekers hebben in de afgelopen drie jaar in provincie Groningen overnacht met (onder andere) een toeristisch-recreatief motief. In dit hoofdstuk maken we expliciet een vergelijking met de resultaten van het onderzoek in 2019, maar zullen ook resultaten uit 2016 en 2011 ernaast worden gelegd voor een completer beeld.

Achtereenvolgens bespreken we de kenmerken van het bezoek, de waardering, de spontane beeldvorming, de geholpen beeldvorming, een aantal stellingen en tot slot enkele algemene kenmerken van de bezoekers.

### 3.2 Kenmerk bezoek

#### Locatie

Ongeveer twee derde van de bezoekers aan provincie Groningen heeft tijdens het laatste bezoek overnacht in de stad Groningen (67%). Net zoals in de voorgaande jaren, zijn de overnachtingen van de overige bezoekers ruim verspreid over het Ommeland.

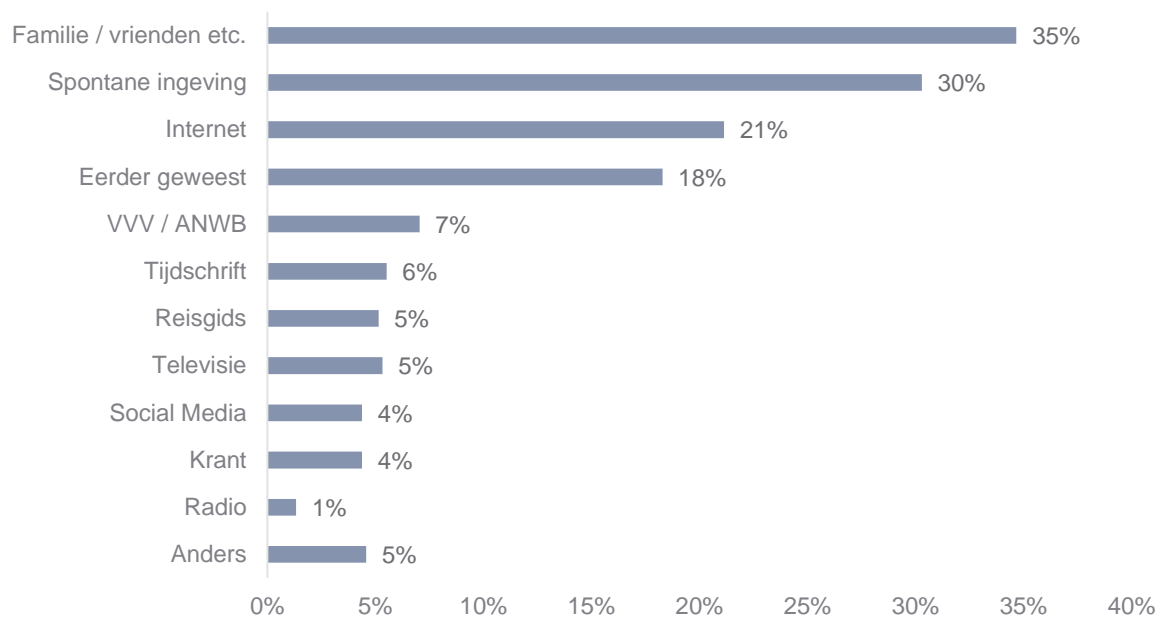
**Tabel 3.1 Overnachtingslocatie**

Overnachtingslocatie	2021	2019	2016	2011
Stad Groningen	67%	72%	78%	69%
Delfzijl	3%	1%	2%	2%
Haren	2%	2%	2%	2%
Appingedam	1%	-	-	-
Pieterburen	1%	1%	1%	-
Stadskanaal	1%	2%	2%	2%
Winsum	1%	-	-	-
Wedde	1%	-	-	1%
Overig	23%	19%	21%	18%

In 2011, 2016 en 2019 lag het percentage overnachtingen in de stad Groningen hoger. De toeristische bezoekers verspreiden zich dus meer over provincie Groningen, vergeleken met de afgelopen 3 metingen.

### 3.3 Aanleiding bezoek

De belangrijkste aanleiding om provincie Groningen te bezoeken, is een bezoek aan familie en/of vrienden, net zoals in de voorafgaande jaren. Een spontane ingeving en internet zijn hierna de belangrijkste aanleiding om een bezoek te brengen.



*Figuur 3.1 Aanleiding bezoek*

Familie en vrienden zijn de afgelopen vier metingen altijd de belangrijkste aanleiding voor bezoek geweest. Wel is hier een kleine daling zichtbaar. Tegelijk valt op dat een spontane ingeving steeds meer aanleiding geeft tot een bezoek aan Groningen, en dat mensen ook vaker een eerder bezoek als aanleiding geven.

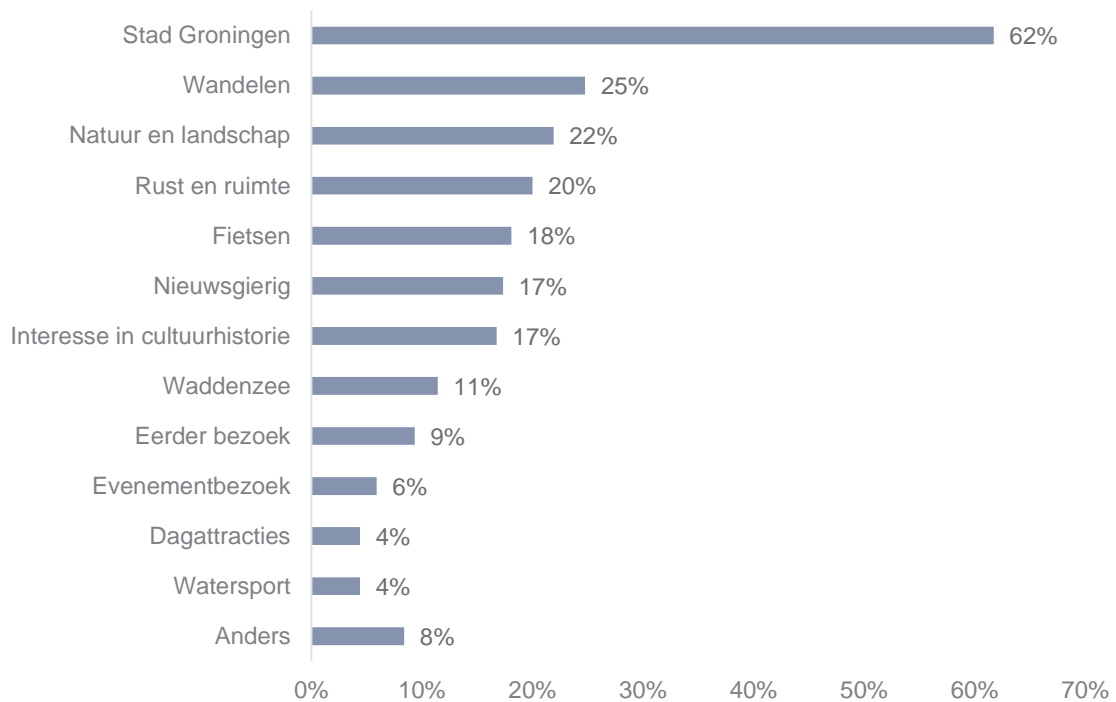
**Tabel 3.2 Aanleiding bezoek – vergelijking**

	2021	2019	2016	2011
Familie / vrienden etc	35%	39%	39%	36%
Spontane ingeving	30%	28%	22%	18%
Internet	21%	23%	20%	26%
Eerder geweest	18%	17%	13%	13%
VVV/ ANWB	7%	8%	3%	3%
Tijdschrift	6%	7%	6%	3%
Televisie	5%	5%	4%	4%
Reisgids	5%	6%	5%	4%
Social Media	4%	3%	3%	1%
Krant	4%	4%	4%	4%
Radio	1%	3%	2%	1%
Anders	5%	7%	9%	8%

### 3.4 Reden bezoek

De stad Groningen is nog steeds de belangrijkste reden voor bezoekers om de provincie te bezoeken. Wandelen, natuur en landschap en de rust en ruimte zijn ook belangrijke redenen voor bezoek. Evenementen, dagattracties en watersport vormen in mindere mate een reden om Groningen te bezoeken.

Omdat de bezoekers meerdere antwoorden konden aanvinken, tellen de percentages op tot meer dan 100%. Elke categorie is 100%, en de percentages geven aan hoeveel % van de respondenten deze categorie als een reden voor bezoek zien.



*Figuur 3.2 Reden bezoek*

Vergeleken met de voorgaande metingen, valt op dat de stad Groningen, wandelen, natuur en landschap en rust en ruimte nog steeds de belangrijkste redenen zijn om provincie Groningen te bezoeken. Deze categorieën worden dus steeds belangrijker.

Verder valt op dat evenementbezoek aanzienlijk is gedaald als reden van bezoek: van 11% in 2019, naar 6% in 2021. Naar alle waarschijnlijkheid is de Coronacrisis van invloed op deze ontwikkeling. Evenementen werden hierdoor uitgesteld of afgelast. Interessant is om te kijken of evenementbezoek als reden van bezoek in de toekomst gaat stijgen wanneer steeds meer evenementen doorgang kunnen vinden.

**Tabel 3.3 Reden bezoek**

	2021	2019	2016	2011
Stad Groningen	62%	62%	51%	47%
Wandelen	25%	25%	18%	16%
Natuur en landschap	22%	22%	13%	19%
Rust en Ruimte	20%	20%	10%	24%
Fietsen	18%	21%	13%	15%
Nieuwsgierig	17%	20%	12%	15%
Interesse in cultuurhistorie	17%	16%	12%	12%
Waddenzee	11%	11%	8%	0%
Eerder bezoek	9%	10%	7%	-
Evenementbezoek	6%	11%	7%	-

Dagattracties	4%	4%	3%	-
Watersport	4%	5%	4%	-
Anders	8%	6%	17%	-

Voor zowel de bezoekers die in de stad hebben overnacht als de bezoekers die in het Ommeland hebben overnacht, geldt dat de stad Groningen de belangrijkste reden van het bezoek is. Wel zien we dat redenen als wandelen, rust, ruimte natuur en landschap voor bezoekers buiten de stad relatief belangrijker zijn. Bezoekers die in de stad overnachten, vinden cultuurhistorie relatief belangrijk.

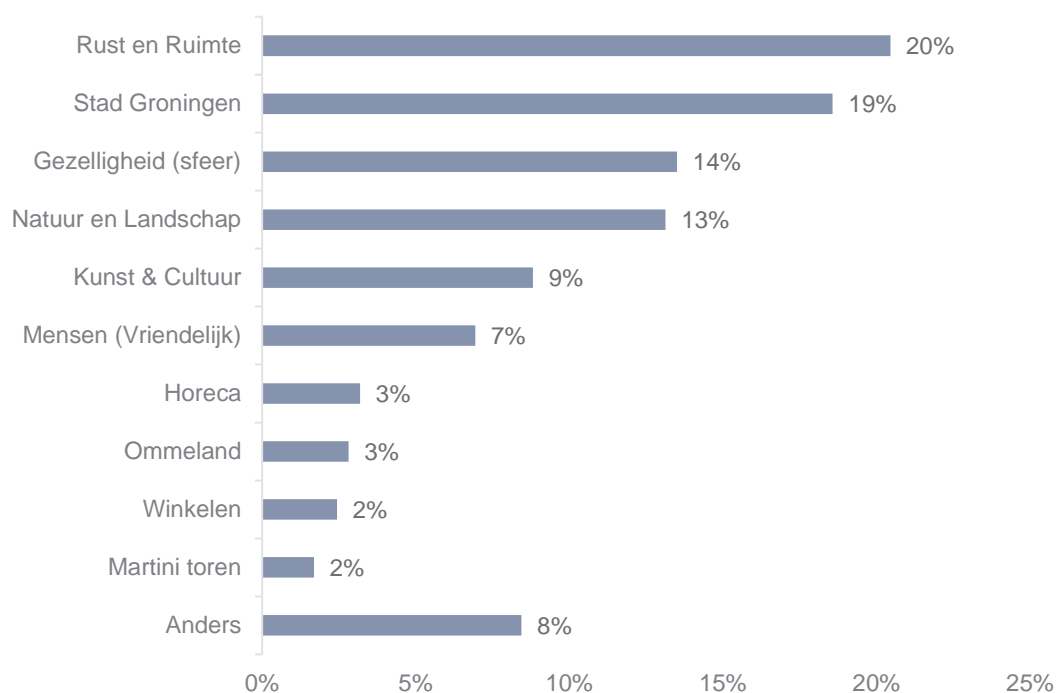
**Tabel 3.4 Reden bezoek – Stad Groningen vs Buiten stad Groningen**

	Stad Groningen	Buiten stad Groningen
Stad Groningen	75%	38%
Wandelen	21%	31%
Interesse in cultuurhistorie	18%	14%
Natuur en landschap	17%	30%
Nieuwsgierig	17%	17%
Fietsen	14%	24%
Rust en ruimte	11%	35%
Waddenzee	9%	15%
Eerder bezoek	8%	12%
Evenementenbezoek	6%	5%
Dagattractie	4%	5%
Watersport	3%	6%
Anders	7%	11%

### 3.4.1 Aantrekkingskracht

Deze vraag gaat over wat de bezoeker het meest heeft aangesproken tijdens het verblijf in provincie Groningen.

Rust en ruimte staan op nummer 1, gevolgd door de stad Groningen. Dit is een verandering ten op zichte van 2019 en 2016, toen de stad Groningen bezoekers het meest aansprak. Ook is gezelligheid gestegen van plek 4 naar plek 3, een continue stijging sinds 2016. Horeca is licht gedaald ten opzichte van eerdere jaren. Wederom kan deze daling te maken hebben met de Coronacrisis.



Figuur 3.3 Aantrekkingskracht

Tabel 3.5 Aantrekkingskracht – vergelijking

	2021	2019	2016
Rust en Ruimte	20%	17%	22%
Stad Groningen	19%	18%	25%
Gezelligheid (sfeer)	14%	12%	9%
Natuur en Landschap	13%	13%	10%
Kunst & Cultuur	9%	7%	3%
Mensen (vriendelijk)	7%	7%	6%
Horeca	3%	5%	4%
Ommeland	3%	-	-
Winkelen	2%	3%	2%
Anders	8%	15%	7%

### 3.5 Spontane beeldvorming

Ook is gevraagd waarmee respondenten provincie Groningen associëren. Door te vragen naar de spontane beeldvorming, kunnen wij de identiteit van provincie Groningen bepalen. In tabel 3.6 zijn de tien meest genoemde begrippen te zien.

Net zoals in voorgaande jaren, staan rust en ruimte bovenaan, gevolgd door natuur en landschap. De associatie met rust en ruimte is minder sterk, terwijl de associatie met natuur en landschap sterker is. Aardbevingen en gaswinning worden nog steeds genoemd, maar wel beduidend minder dan in 2019 (van 9% naar 3%).

Tabel 3.6 Spontane beeldvorming

	2021	2019	2016	2011
Rust/ruimte	24%	25%	28%	39%
Natuur en landschap	21%	18%	8%	7%
Gezellig	12%	12%	16%	29%
Stad Groningen	9%	12%	9%	9%
Cultuur	9%	7%	-	-
Ver weg/Noordelijk	8%	-	-	-
Studenten	5%	7%	6%	3%
Martinitoren	5%	6%	6%	9%
Vriendelijk	4%	5%	-	-
Aardbevingen en gaswinning	3%	9%	9%	-

Omdat er buiten deze categoriën om veel verschillende antwoorden zijn gegeven, is er voor de beeldvorming een woordwolk gemaakt. Hier zijn de 45 meest voorkomende woorden in afgebeeld.



Figuur 3.4 Spontane beeldvorming – woordwolk



### 3.6 Geholpen beeldvorming

Naast de spontane associatie is de bezoekers ook een aantal begrippen voorgelegd met de vraag welk begrip het beste bij Groningen past. Dit noemen we 'geholpen beeldvorming'. In onderstaande tabel zijn de tegengestelde begrippen aan respondenten voorgelegd.

**Tabel 3.7 Begrippen geholpen beeldvorming**

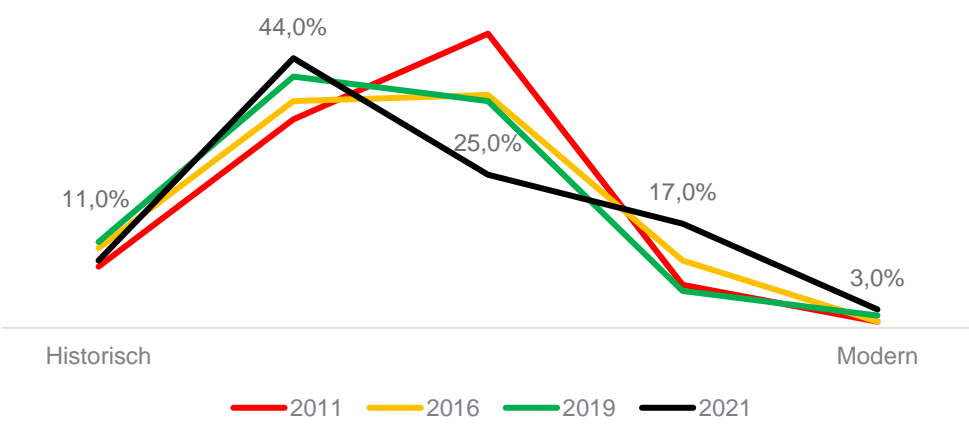
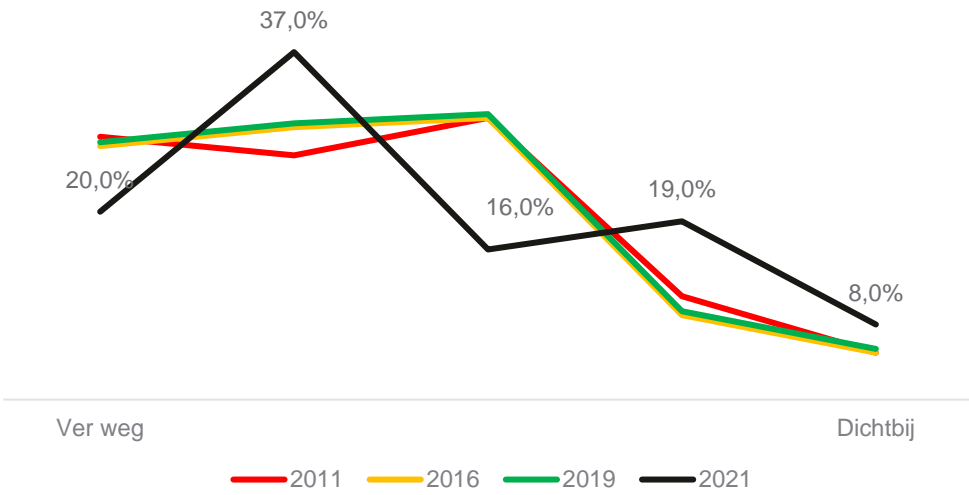
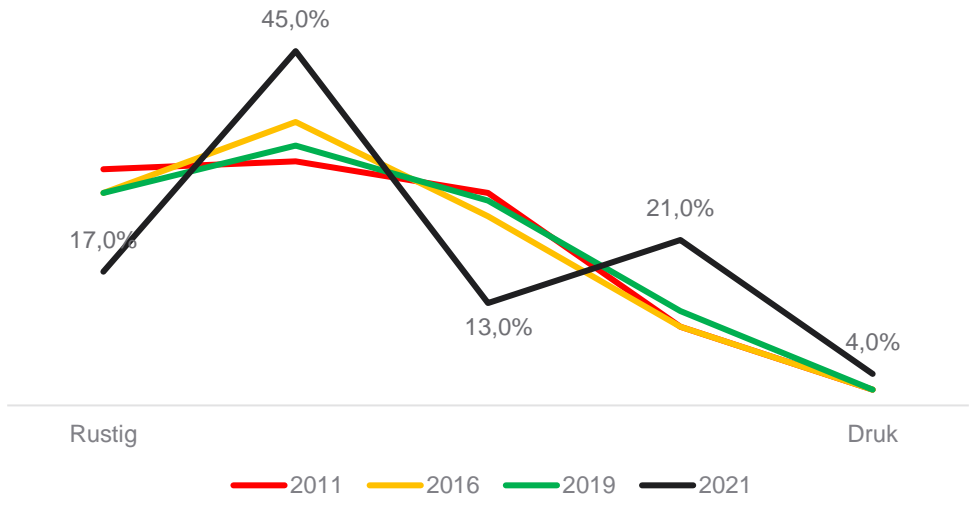
	1	2	3	4	5	
Rustig						Druk
Ver weg						Dicht bij
Historisch						Modern
Onveilig						Veilig
Saai						Bruisend
Onaantrekkelijk						Aantrekkelijk
Niet sfeervol						Sfeervol
Vervuild						Schoon
Ongezellig						Gezellig
Saai landschap						Mooi landschap
Koud						Warm

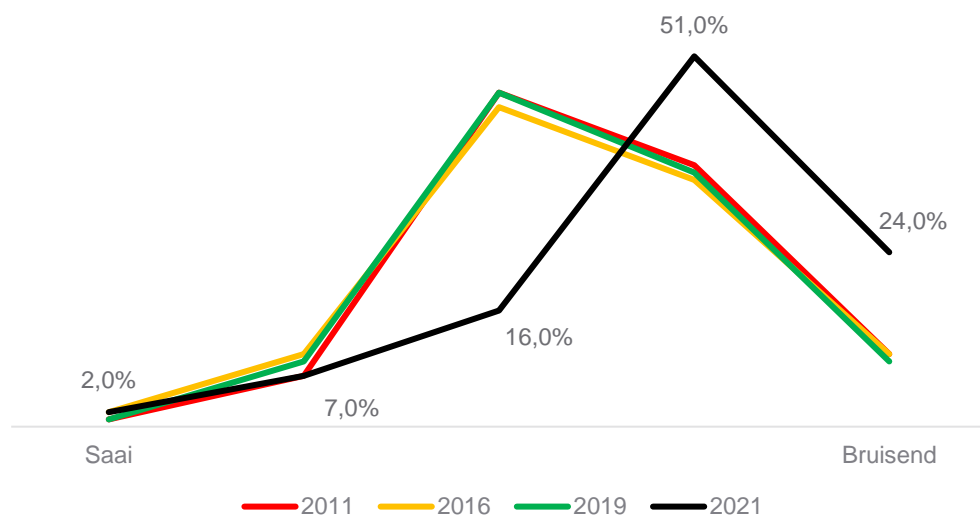
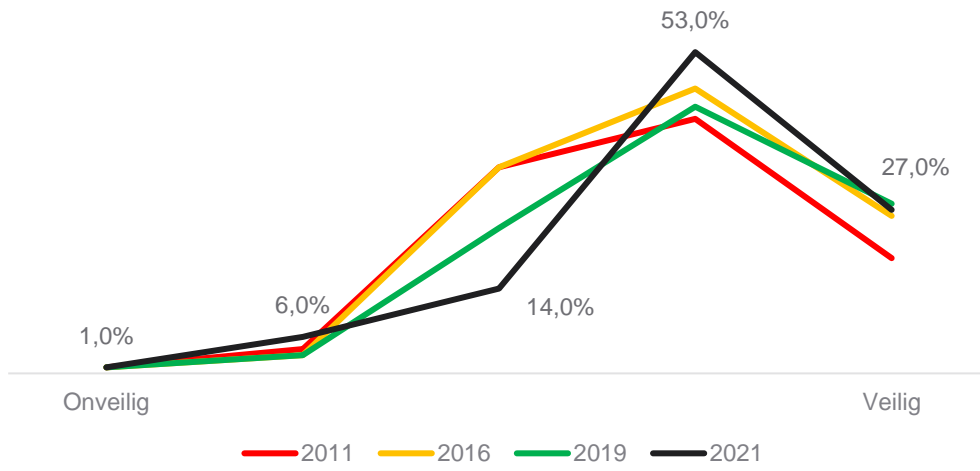
Door een cijfer van 1 tot en met 5 aan te vinken, konden mensen aangeven met welke waarden Groningen wordt geassocieerd. Bijvoorbeeld: bij *rustig - druk* betekent een *1 heel erg rustig*, een *3 is neutraal* en *5 heel erg druk*.

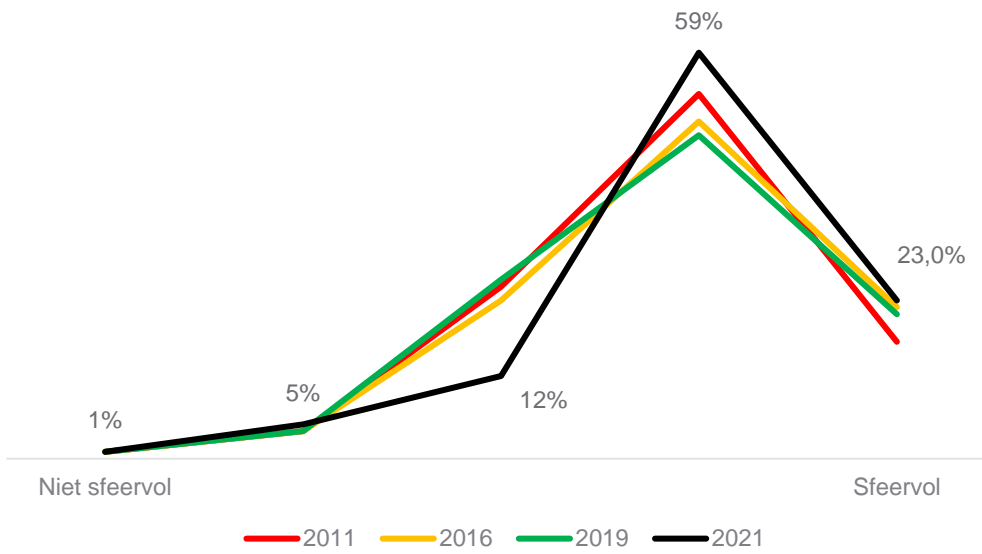
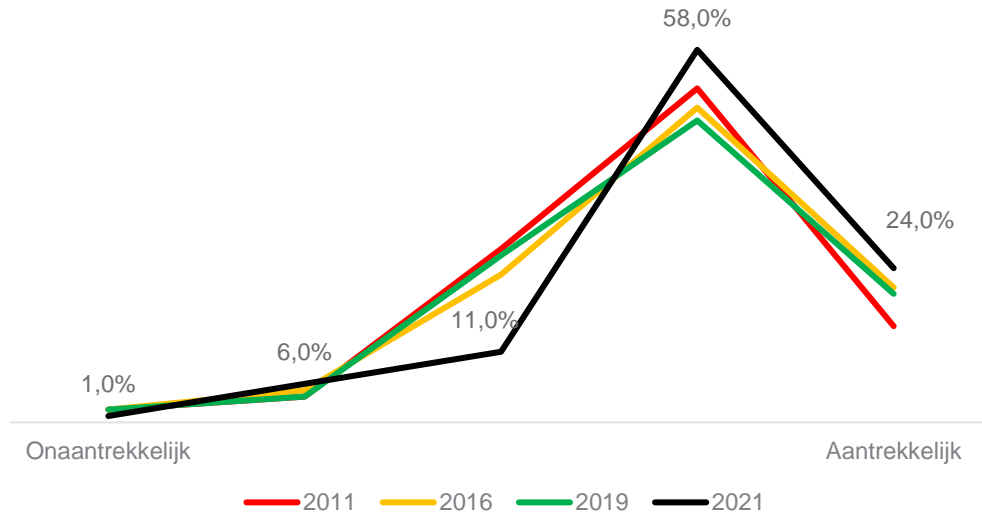
**Tabel 3.8 Percentages geholpen beeldvorming bezoekers**

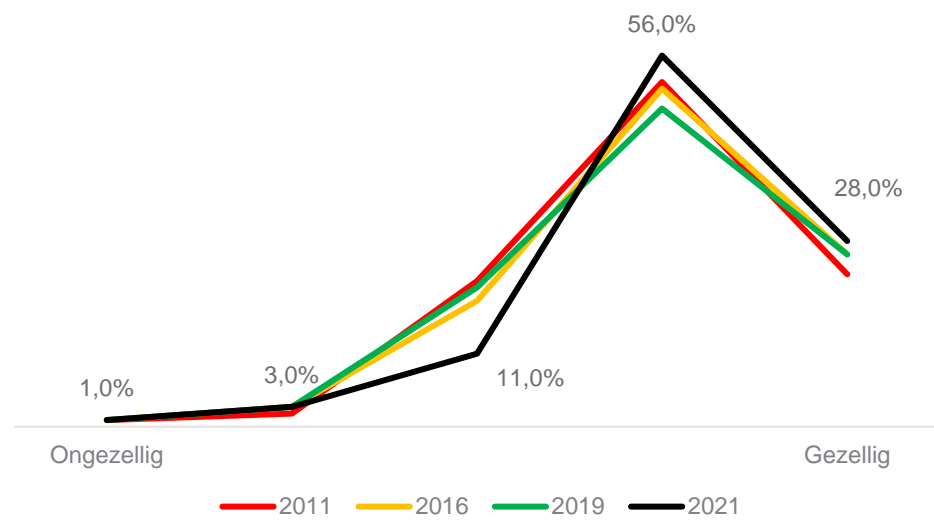
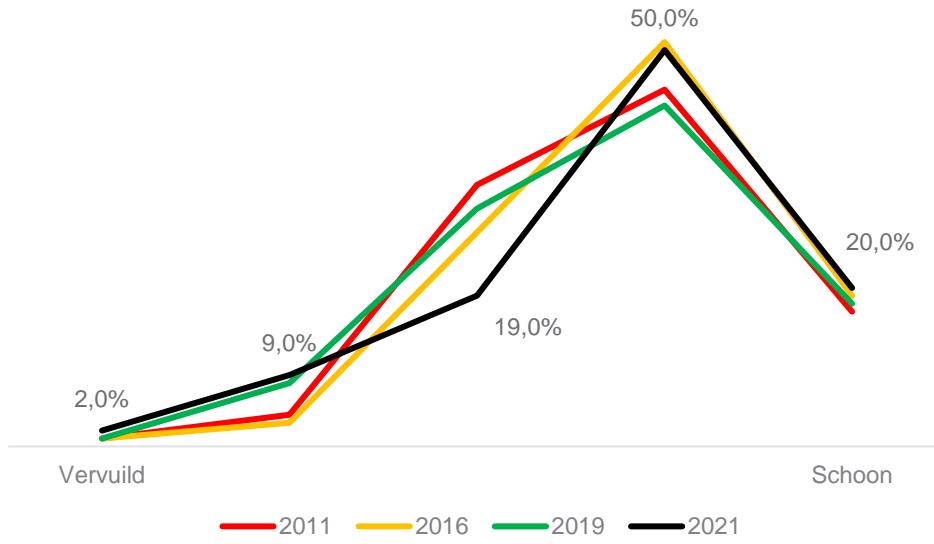
	1	2	3	4	5	
Rustig	17%	45%	13%	21%	4%	Druk
Ver weg	20%	37%	16%	19%	8%	Dicht bij
Historisch	11%	44%	25%	17%	3%	Modern
Onveilig	1%	6%	14%	53%	27%	Veilig
Saai	2%	7%	16%	51%	24%	Bruisend
Onaantrekkelijk	1%	6%	11%	58%	24%	Aantrekkelijk
Niet sfeervol	1%	5%	12%	59%	23%	Sfeervol
Vervuild	2%	9%	19%	50%	20%	Schoon
Ongezellig	1%	3%	11%	56%	28%	Gezellig
Saai landschap	2%	7%	16%	51%	24%	Mooi landschap
Koud	1%	12%	45%	34%	7%	Warm

In figuur 3.5 zijn de uitkomsten per associatie getoond. We hebben hiervoor een grafiek gemaakt met alle uitkomsten vanaf 2011. Alhoewel niet alle begrippen positief of negatief geladen zijn, zoals historisch en modern, valt wel direct op dat begrippen met een duidelijke positieve of negatieve lading allemaal beter worden beoordeeld dan in 2019.











Figuur 3.5 Trends geholpen beeldvorming

Respondenten associëren provincie Groningen met **rust**, als **ver weg, veilig, bruisend, aantrekkelijk, sfeervol, schoon, gezellig** en met een **mooi landschap**. De meningen over **historisch-modern** en **koud-warm** zijn verdeeld. Bij deze twee categorieën is er dan ook niet zozeer een positieve of negatieve lading te koppelen aan de stellingen.

We zien dat de algemene trends bij geholpen beeldvorming in 2021 vergelijkbaar zijn met de geholpen beeldvorming uit de voorgaande metingen van 2019-2011. Dit is ook te zien in figuur 3.5, waar de trendlijnen vergelijkbare patronen tonen. Wel valt op dat **saai-bruisend** aanzienlijk naar bruisend is geschoven; het merendeel van de bezoekers vindt Groningen in 2021 bruisend, terwijl in de voorgaande metingen de meerderheid neutraal in deze stelling stond.

### 3.7 Waardering

#### Algemeen

De bezoekers waarderen provincie Groningen als een toeristische bestemming met een 7,8. Slechts 2% geeft Groningen een onvoldoende. De waardering is op een vergelijkbaar niveau met de metingen uit 2019 en 2016 (beide 7,7).

#### Toeristisch aanbod

Als we specifiek kijken naar de de waardering van het aanbod van de verschillende toeristische mogelijkheden, is dit gemiddeld ook een 7,8. Overnachtingsmogelijkheden, natuur, landschap en fiets- en wandelroutes scoren ook dit jaar het hoogst. Daarnaast zien wij overal een flinke stijging ten opzichte van 2019; alle categorieën doen het aanzienlijk beter dan de in de voorgaande onderzoeken.

**Tabel 3.9 Rapportcijfers verschillende aspecten van het aanbod**

Aanbod	2021	2019	2016	2011
Overnachtingsmogelijkheden	7,8	7,3	7,3	7,5
Natuur en landschap	7,7	7,0	6,8	7,4
Fiets- en wandelroutes	7,6	6,9	6,8	7,2
Dorpen	7,6	6,8	6,9	7,2
Cultuur(historie)	7,5	6,8	6,8	7,0
Slecht-weer voorzieningen	6,8	6,0	6,1	6,3
Vaarroutes	6,7	6,0	6,0	6,4
Evenementen	6,7	6,4	6,2	6,5
Attracties	6,6	5,8	5,8	6,1
Zee/kust	6,5	6,2	6,1	6,4

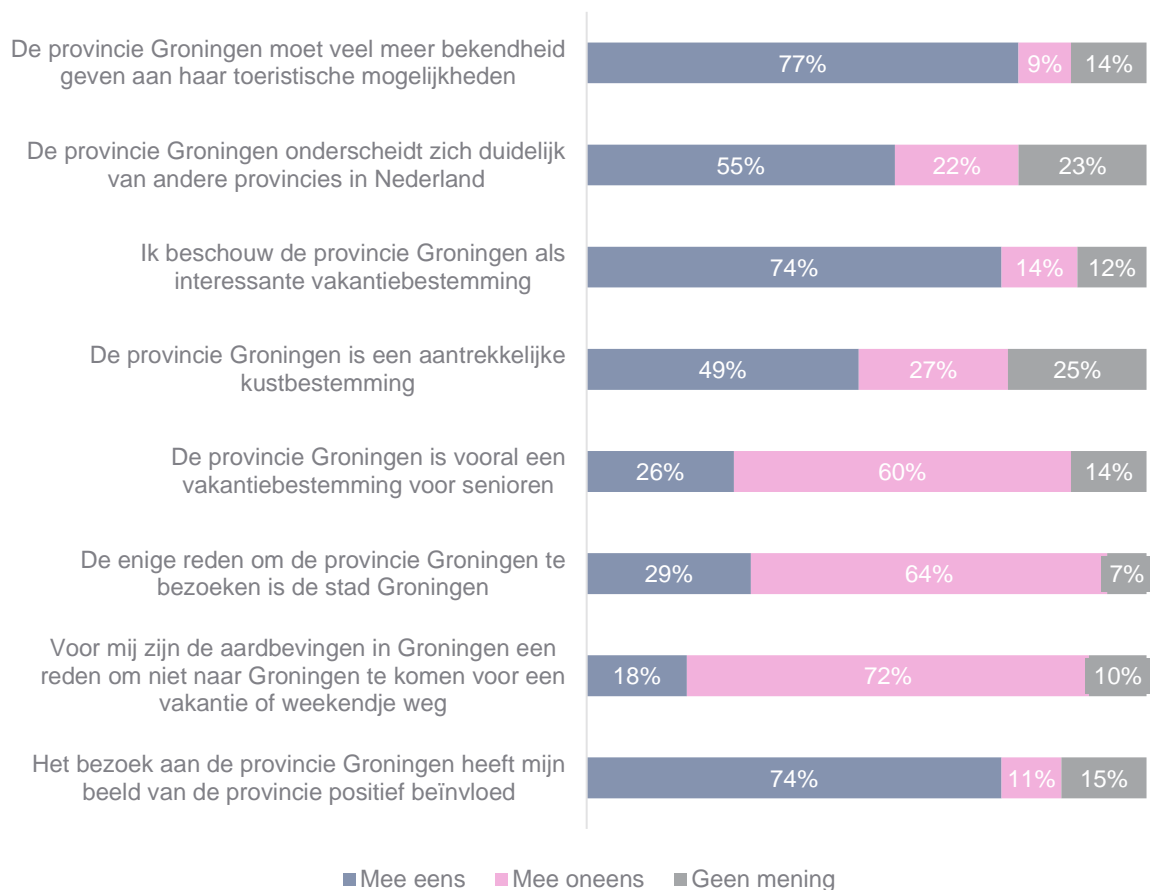
In onderstaande tabel is de waardering van de bezoekers die in de stad Groningen hebben overnacht, afgezet tegen de waardering van de bezoekers die buiten de stad hebben overnacht. Vooral op het aanbod van overnachtingsmogelijkheden en cultuurhistorie scoort de stad Groningen goed. Buiten de stad is te zien dat het aanbod van natuur en landschap en dorpen het goed doen.

**Tabel 3.10 Rapportcijfers verschillende aspecten van het aanbod – Stad Groningen vs buiten stad Groningen**

Aanbod	Stad Groningen	Buiten de stad Groningen
Aanbod van overnachtingsmogelijkheden	7,9	7,7
Aanbod van cultuur(historie)	7,6	7,3
Aanbod van natuur en landschap	7,5	8,0
Aanbod van fiets- en wandelroutes	7,5	7,8
Aanbod van dorpen	7,5	7,9
Aanbod van slecht-weer voorzieningen	6,9	6,7
Aanbod van evenementen	6,8	6,4
Aanbod van attracties	6,7	6,5
Aanbod van vaarroutes	6,7	6,8
Aanbod van zee/kust	6,3	6,7

### 3.8 Stellingen

Aan de bezoekers is een aantal stellingen met betrekking tot provincie Groningen voorgelegd. Hierbij de vraag of men het met de stelling eens of oneens is. Ook had men de mogelijkheid om neutraal antwoord te geven (geen mening).



Figuur 3.6 Stellingen

In het algemeen vinden de bezoekers Groningen een **interessante vakantiebestemming**: 74% vindt Groningen een interessante vakantiebestemming. Hier zien we een positieve ontwikkeling: in 2019 vond nog 64% van de bezoekers Groningen een interessante vakantiebestemming en in 2016 was dit met 59% zelfs nog iets lager.

77% van de bezoekers vindt dat Groningen meer moet doen om **bekendheid** te geven aan **haar toeristische mogelijkheden**, en 74% vindt dat het bezoek aan Groningen een **positieve invloed** heeft voor het beeld van Groningen. Het lijkt er op dat bezoekers ervaren dat Groningen veel moois te bieden heeft en van mening zijn dat dit meer onder de aandacht gebracht mag worden.

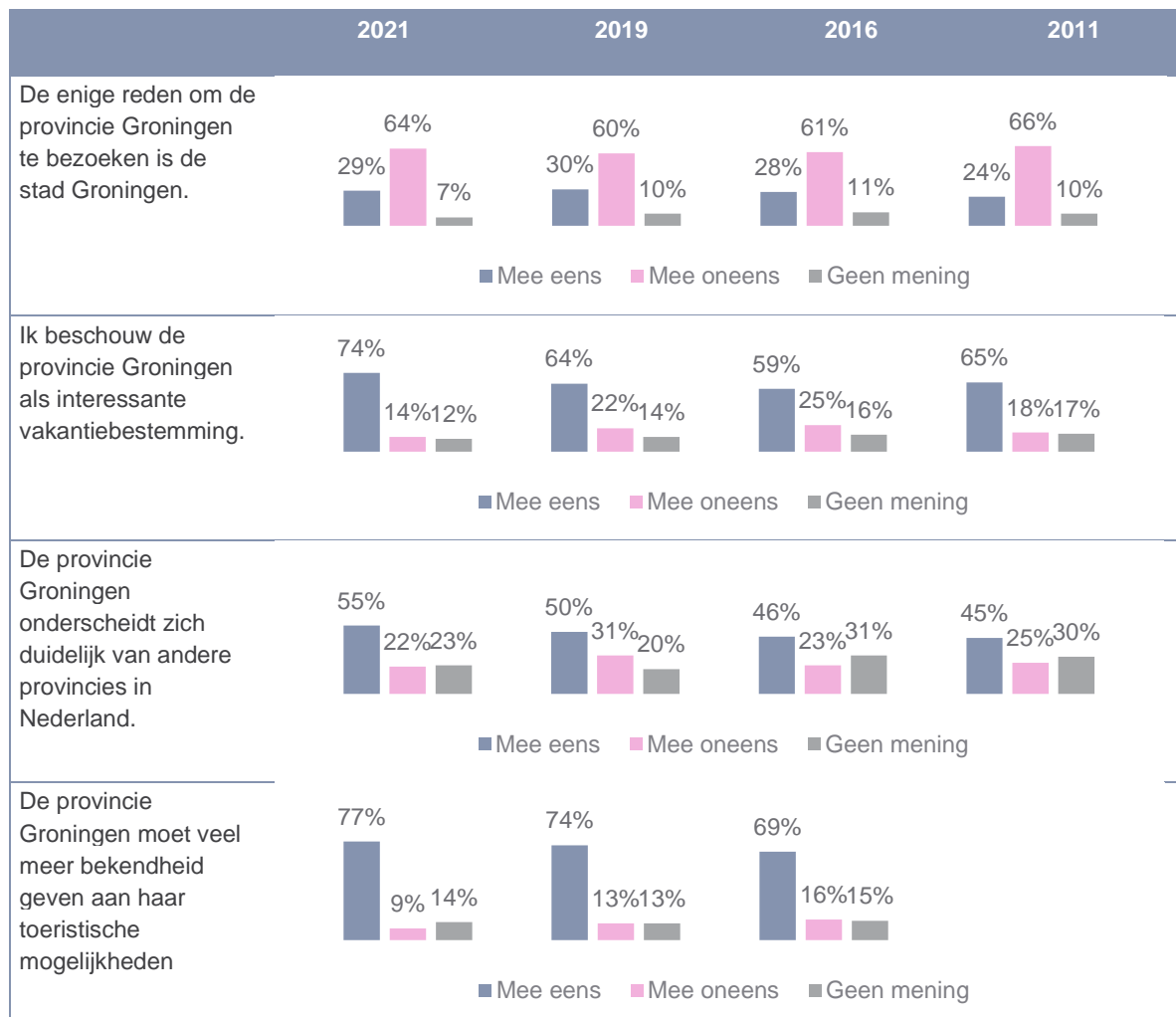
De **stad Groningen** is voor veel mensen een belangrijke reden om een bezoek aan de provincie te brengen. Toch is 64% van de bezoekers het er niet mee eens dat dit de enige reden is om de provincie te bezoeken.

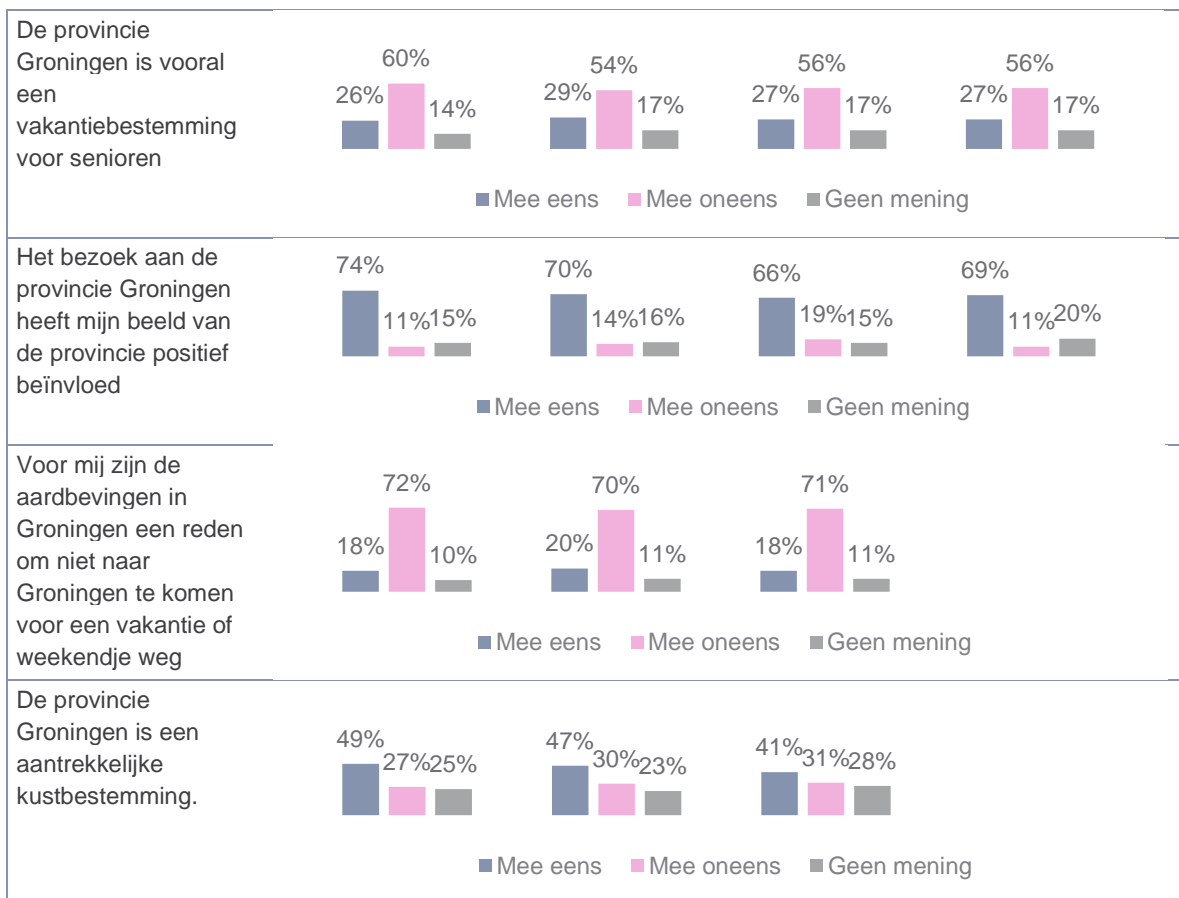


De **aardbevingen** spelen geen grote rol in het besluit om (niet) naar Groningen te gaan. Toch geeft 18% van de bezoekers aan dat de aardbevingen een reden zijn om niet voor Groningen te kiezen. Dit is licht gedaald ten opzichte 2019, toen dit 20% was.

De meerderheid van de bezoekers vindt Groningen geen **vakantiebestemming** die vooral **voor senioren** is. Toch vindt een kwart van de respondenten dat Groningen vooral bestemd is voor senioren.

Er zijn twee categoriën, waarbij de meningen aanzienlijk verdeeld zijn: Hoe Groningen zich **onderscheidt** als vakantiebestemming van andere provincies, en het beeld van Groningen als **kustbestemming**. Waar in het algemeen rond de 50% van de respondenten het eens is met deze stelling, heeft een relatief groot aandeel (boven de 20%) geen mening over deze stelling.





Figuur 3.7 Stellingen - vergelijking

De resultaten van dit jaar zijn vergelijkbaar met de voorgaande metingen; er zijn geen opmerkelijke uitschieters.

### 3.9 Kenmerken bezoekers

In deze paragraaf geven we inzicht in de achtergrondkenmerken van de respondenten die een bezoek hebben gebracht aan provincie Groningen. Omdat er is gekozen voor een representatieve steekproef van Nederlanders, betreft het in dit geval geen inzicht in de kenmerken van de bezoekers aan Groningen. Deze gegevens geven enkel inzicht in hoe de responsgroep bezoekers in dit onderzoek is opgebouwd.

#### 3.9.1 Samenstelling gezelschap

Als we kijken naar de samenstelling van de bezoekersgroepen die provincie Groningen bezoeken, zien wij dat de meerderheid in het gezelschap van een partner komt zonder kinderen. Met partner en kinderen is hierna de grootste groep.

Tabel 3.11 Gezelschapssamenstelling onder de respondenten

Gezelschap	2021	2019	2016	2011
Alleen	7%	8%	12%	7%
Met partner / echtgeno(o)t(e) en zonder kinderen	46%	43%	47%	45%
Met partner / echtgeno(o)t(e) en met kind(eren)	20%	18%	12%	14%
Met school / bedrijf / vereniging etc.	1%	1%	2%	-

Met vrienden / kennissen	14%	15%	15%	18%
Met overige familie	7%	8%	6%	7%
Alleen met kinderen	2%	3%	2%	2%
Combinatie (bijv. partner en vrienden/kennissen)	2%	2%	2%	-
Anders	1%	1%	0%	7%

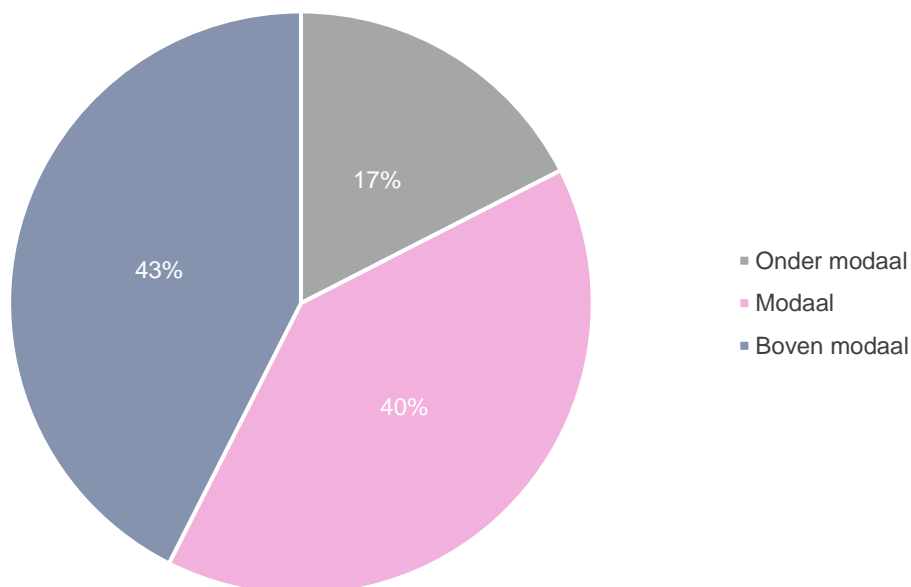
De grootste groep bezoekers komt in een gezelschap van 2 personen naar provincie Groningen.

**Tabel 3.12 Aantal personen**

Aantal personen	2021	2019	2016	2011
1 persoon	2%	8%	13%	7%
2 personen	57%	51%	55%	52%
3 personen	11%	12%	10%	9%
4 personen	14%	17%	12%	16%
5-9 personen	8%	10%	6%	12%
10 of meer personen	2%	3%	4%	4%

### 3.9.2 Inkomen

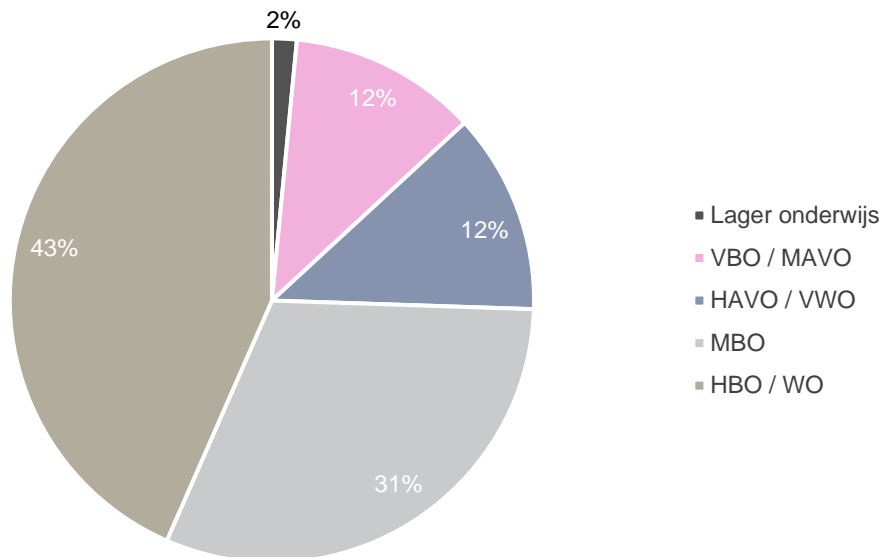
Op de vraag naar het inkomen heeft 10% geen antwoord gegeven. Onderstaande percentages zijn vanuit de resterende antwoorden berekend (475).



**Figuur 3.8** Inkomensverdeling respons bezoekers

### 3.9.3 Opleiding

Bij het opleidingsniveau van de responsgroep zien wij dat de meerderheid een HBO- of WO-opleiding heeft afgerond.



*Figuur 3.9 Opleidingsniveau respons bezoekers*

## 4 Niet-bezoekers van Groningen

### 4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de uitkomsten van de niet-bezoekers van Groningen. Deze bezoekers zijn de afgelopen drie jaar niet voor een toeristisch bezoek in provincie Groningen geweest. Mogelijk hebben zij daarvoor wel een bezoek aan de provincie gebracht.

Achtereenvolgens bespreken we de reden van niet-bezoek, het toekomstig bezoek, reden voor mogelijk bezoek, de spontane beeldvorming, de geholpen beeldvorming, de waardering, een aantal stellingen en tot slot de kenmerken van de bezoekers. We vergelijken de uitkomsten voornamelijk met het onderzoek van 2019.

### 4.2 Reden niet bezoek

Waarom hebben niet-bezoekers provincie Groningen de afgelopen 3 jaar niet overwogen voor een toeristisch bezoek? Bij deze vraag konden respondenten meerdere antwoorden aankruisen. De belangrijkste reden die niet-bezoekers geven, is dat Groningen te ver weg ligt. Ongeveer een derde geeft aan dat een bezoek aan Groningen er nog niet van is gekomen. Een vijfde geeft aan dat de voorkeur uitgaat naar andere regio's. Slechts 2% geeft aan dat de regio in een eerder bezoek onvoldoende heeft overtuigd. Een aantal respondenten geeft bij 'Anders, namelijk' aan dat zij wel plannen hadden, maar dat zij die vanwege Corona hebben geannuleerd.



Figuur 4.1 Reden niet-bezoek

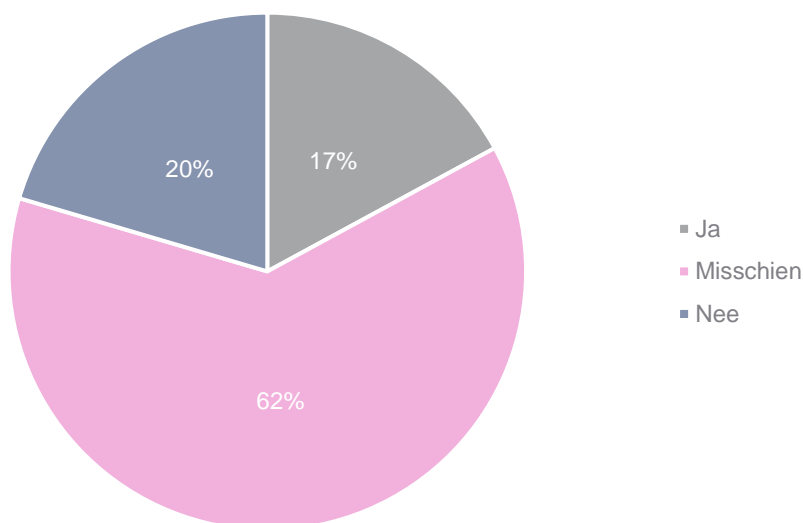
In vergelijking met voorgaande jaren vinden niet-bezoekers min of meer dezelfde redenen belangrijk om provincie Groningen niet te bezoeken. De grootste verandering is dat de voorkeur voor andere regio's als reden aanzienlijk gedaald is ten opzichte van 2019.

**Tabel 4.1 Reden niet-bezoek – vergelijking**

Reden niet-bezoek	2021	2019	2016	2011
Het ligt te ver weg	44%	45%	51%	25%
Is er nog niet van gekomen	33%	30%	38%	21%
Andere regio's hebben mijn voorkeur	20%	30%	24%	12%
Geen reden	16%	18%	13%	21%
Niet interessant genoeg	11%	15%	12%	6%
Niet aantrekkelijk genoeg	9%	10%	9%	5%
Niet genoeg te beleven	7%	9%	7%	4%
Eerder bezoek onvoldoende overtuigend	2%	2%	2%	1%
Anders	8%	5%	6%	5%

### 4.3 Toekomstig bezoek

Van de mensen die Groningen de afgelopen drie jaar niet bezocht hebben, overweegt bijna een zesde in de toekomst Groningen wel te bezoeken. De grootste groep (62%) is nog niet overtuigd van een bezoek aan Groningen, maar de provincie behoort wel tot de mogelijkheden. Een vijfde van de respondenten weet zeker dat ze geen bezoek aan Groningen gaan brengen.



**Figuur 4.2 Toekomstig bezoek**

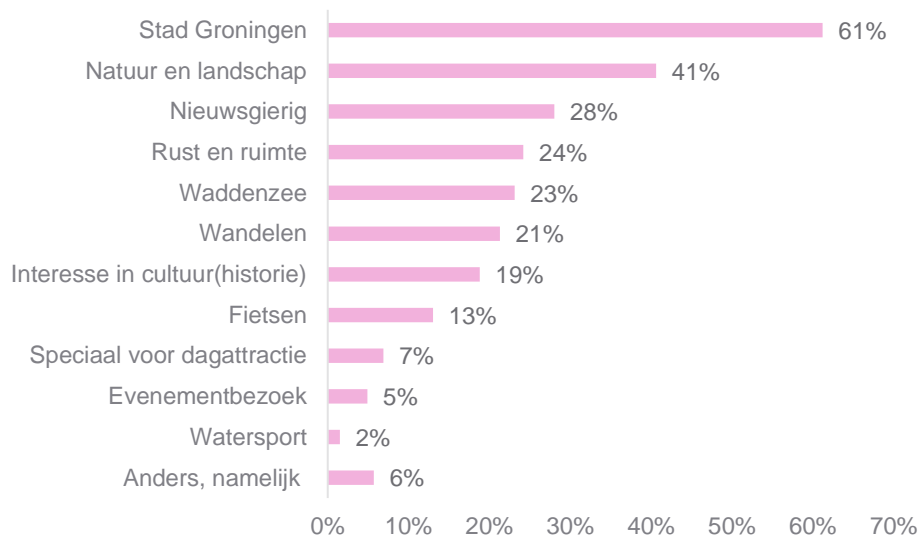
Ten opzichte van voorgaande jaren zien we een eenduidig beeld met weinig schommelingen. Het resultaat van 2021 past goed in het constante beeld van voorgaande jaren.

**Tabel 4.2 Trend toekomstig bezoek – vergelijking**

	2021	2019	2016	2011
Ja	17%	12%	18%	14%
Misschien	62%	66%	65%	60%
Nee	20%	22%	17%	26%

#### 4.4 Reden voor mogelijk bezoek

Welke redenen hebben potentiële bezoekers om naar Groningen te gaan? Niet-bezoekers konden meerdere antwoorden aankruisen. De meerderheid zou vooral voor de stad Groningen naar Groningen afreizen. Natuur en landschap staat op de tweede plek met ruim 40%. Slechts weinig mensen komen voor watersport, een bezoek van een evenement of een dagattractie.



Figuur 4.3 Reden voor mogelijk bezoek

De belangstelling voor de natuur en het landschap is toegenomen en de belangstelling voor de Waddenzee is afgenomen. Andere mogelijke bezoekredenen zijn min of meer gelijk gebleven.

Tabel 4.3 Reden voor mogelijk bezoek – vergelijking

	2021	2019	2016
Stad Groningen	61%	64%	60%
Natuur en landschap	41%	36%	35%
Nieuwsgierig	28%	26%	28%
Rust en ruimte	24%	25%	26%
Waddenzee	23%	33%	31%
Wandelen	21%	22%	17%
Interesse in cultuur(historie)	19%	16%	19%
Fietsen	13%	13%	14%
Speciaal voor dagattractie	7%	10%	11%
Evenementbezoek	5%	7%	14%
Watersport	2%	4%	4%
Anders, namelijk	6%	4%	-

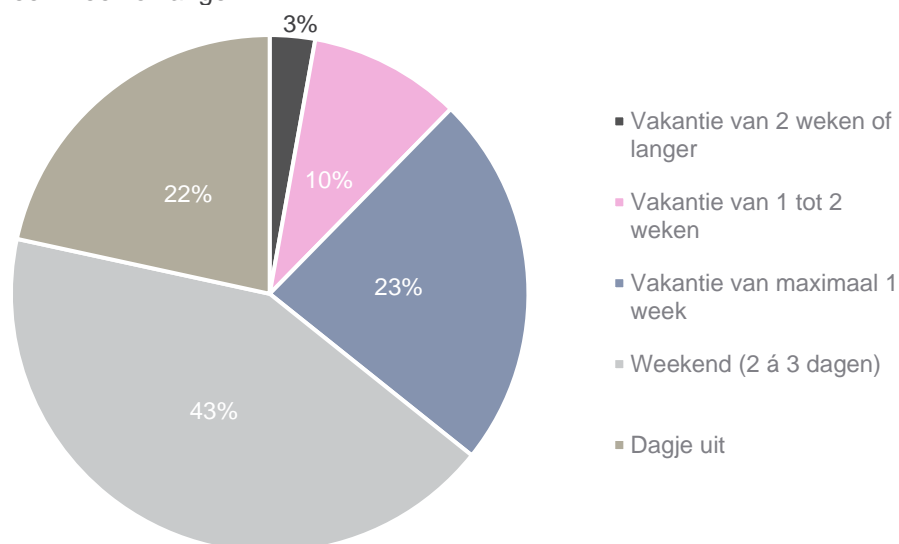
Aan de niet-bezoekers is vervolgens de vraag gesteld wat hen zou overhalen om een bezoek aan provincie Groningen te brengen. De belangrijkste antwoorden die opkomen, zijn 'geen idee' en 'niets'. 5% voegt daaraan toe dat ze helemaal niet naar Groningen hoeven te komen. Van de mensen die wel een idee hebben, zijn de belangrijkste antwoorden 'meer informatie', 'een aanbieding' of 'een activiteit'.



*Figuur 4.4 Factoren van invloed op bezoek aan de provincie Groningen*

#### 4.5 Verblifduur

Ruim 40% van de niet-bezoekers verwacht dat Groningen geschikt is voor een bezoek van twee á drie dagen. Minder dan 15% verwacht dat Groningen geschikt is voor een vakantie van een week of langer.



*Figuur 4.5 Meest geschikte verblijfsduur*

De meest geschikte verblijfsduur blijft constant bij alle meetmomenten. Het resultaat van 2021 is vrijwel onveranderd ten opzichte van 2019.



Tabel 4.4 Meest geschikte verblijfsduur - vergelijking

Meest geschikte verblijfsduur	2021	2019	2016	2011
Dagje uit	22%	22%	21%	27%
Weekend (2 a 3 dagen)	43%	42%	42%	47%
Vakantie van maximaal 1 week	23%	22%	24%	20%
Vakantie van 1 tot 2 weken	10%	11%	11%	10%
Vakantie van 2 weken of langer	3%	3%	2%	2%

#### 4.6 Spontane beeldvorming

Aan welke twee woorden of begrippen denken mensen het eerst bij Groningen? We hebben de resultaten samengevoegd en bewerkt tot onderstaande woordwolk. Het eerste wat bij niet-bezoekers opkomt, zijn de aardbevingen en de gaswinning. De provincie wordt ook snel geassocieerd met de (studenten)stad Groningen en de Martinitoren. Daarnaast vinden veel mensen Groningen 'ver weg', 'noordelijk', en denken ze dat er veel rust en ruimte is.



Figuur 4.6 Spontane beeldvorming – woordwolk

In vergelijking met voorgaande jaren zien we dat de associatie met aardbevingen en gaswinning nog steeds bovenaan staat, maar wel sterk is gedaald. De associatie met rust en ruimte is daarentegen gestegen. De associatie dat Groningen in het noorden ligt en dat het ver is, is afgenomen.

**Tabel 4.5 Spontane beeldvorming – vergelijking**

Spontane associaties	2021	2019	2016
1. Aardbevingen/aardgas	12%	25%	23%
2. Martinatoren	10%	12%	20%
3. Rust en ruimte	10%	6%	8%
4. Stad Groningen	9%	12%	14%
5. Studenten/studentenstad	8%	7%	9%
6. Geen idee	8%	5%	7%
7. Ver	7%	12%	13%
8. Boeren	6%	7%	5%
9. Noorden	5%	8%	8%
10. FC Groningen	2%	6%	4%

#### 4.7 Geholpen beeldvorming

We hebben de deelnemers een aantal tegengestelde begrippen voorgelegd. De deelnemers beoordeelden aan de hand van een 1 – 5 schaal in hoeverre zij Groningen associëren met één van de twee begrippen.

Het merendeel heeft een neutrale mening over de vraag of Groningen **koud** danwel **warm** is. Ietsjes meer mensen associëren Groningen met koude dan met warmte.

58% vindt dat Groningen een **mooi landschap** heeft. Slechts 18% denkt dat Groningen een saai landschap heeft.

Over het algemeen zien niet-bezoekers Groningen als een **gezellige** provincie. 12% lijkt Groningen ongezellig.

62% verwacht dat Groningen een **schone provincie** is.

Het merendeel vindt Groningen **sfeervol**.

Precies de helft van de mensen denkt dat Groningen **aantrekkelijk** is.

Iets meer mensen (35% om 28%) denken dat Groningen een **bruisende** in plaats van een saaie provincie is.

Driekwart van de mensen verwacht dat Groningen een **veilige provincie** is. Hier hebben mensen de sterkste associatie mee van alle gegeven woorden. Met het tegenovergestelde, onveilig, hebben mensen de minste associatie.

Meer dan de helft (52%) denkt eerder aan het woord '**Historisch**' bij Groningen, dan aan het woord 'Modern' (14%).

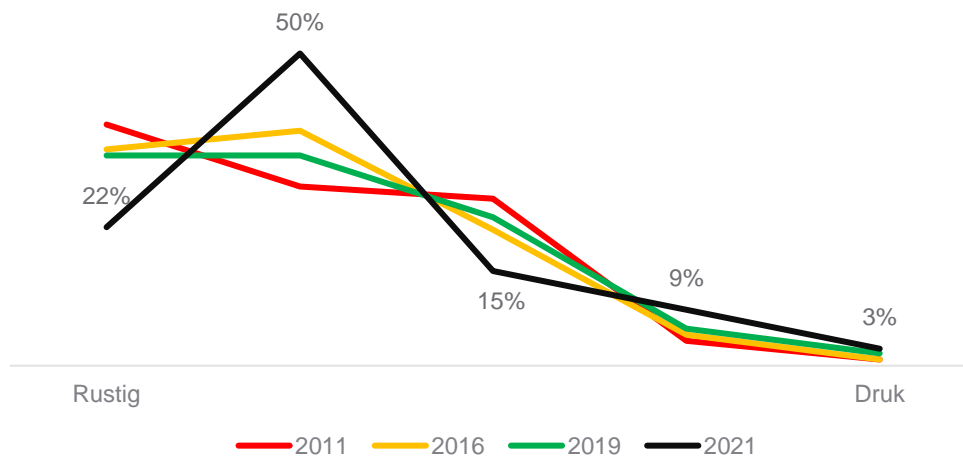
Driekwart van de mensen vindt dat Groningen eerder **ver weg** ligt dan dichtbij.

Driekwart verwacht dat Groningen **rustig** is.

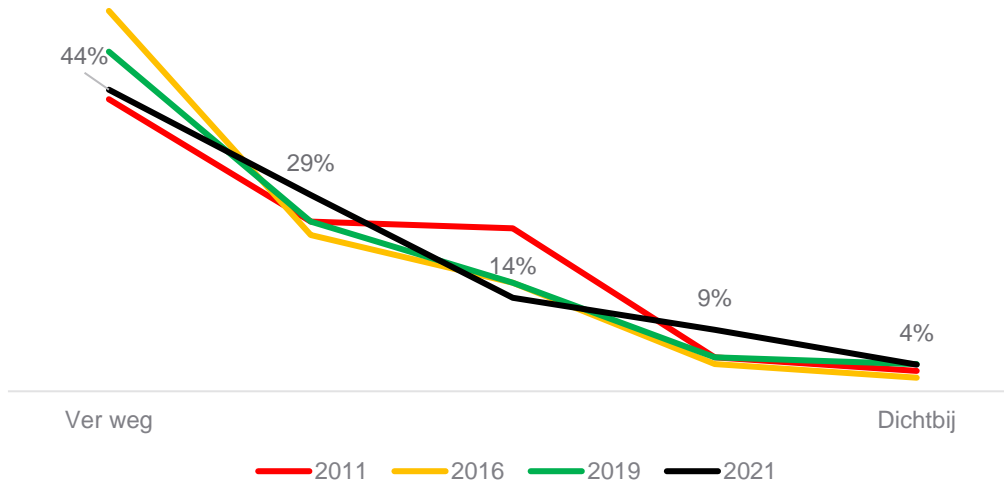
**Tabel 4.6 Percentages geholpen beeldvorming 2021**

	1	2	3	4	5	
Rustig	22%	50%	15%	9%	3%	Druk
Ver weg	44%	29%	14%	9%	4%	Dicht bij
Historisch	7%	45%	34%	11%	3%	Modern
Onveilig	1%	5%	22%	50%	22%	Veilig
Saai	8%	20%	37%	29%	6%	Bruisend
Onaantrekkelijk	6%	16%	28%	42%	8%	Aantrekkelijk
Niet sfeervol	3%	13%	30%	46%	7%	Sfeervol
Vervuild	2%	8%	28%	46%	16%	Schoon
Ongezellig	3%	9%	32%	44%	12%	Gezellig
Saai landschap	4%	13%	25%	40%	18%	Mooi landschap
Koud	4%	21%	57%	15%	3%	Warm

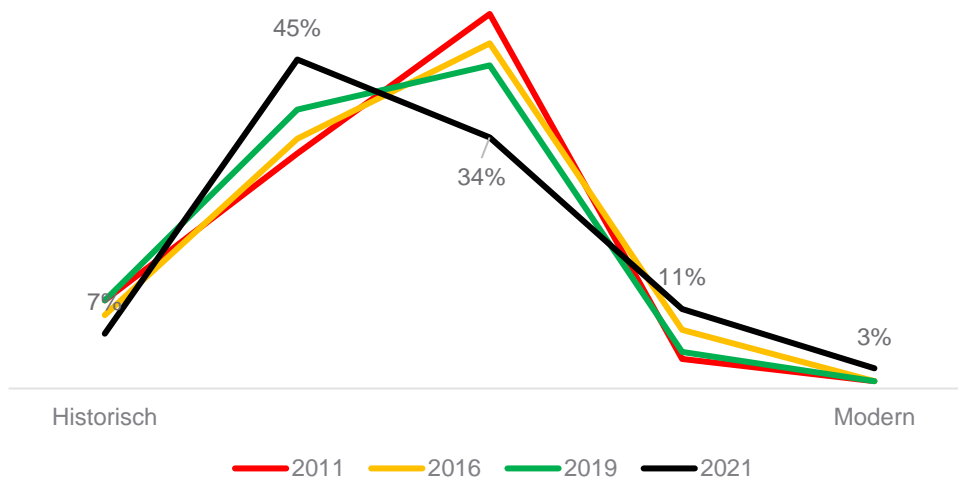
De geholpen beeldvorming is ook vergeleken met de resultaten van eerdere jaren. Deze vergelijking is te zien in onderstaande lijngrafiek. Voor de vergelijkbaarheid is de procentuele verhouding van 2021 er steeds bij gezet.



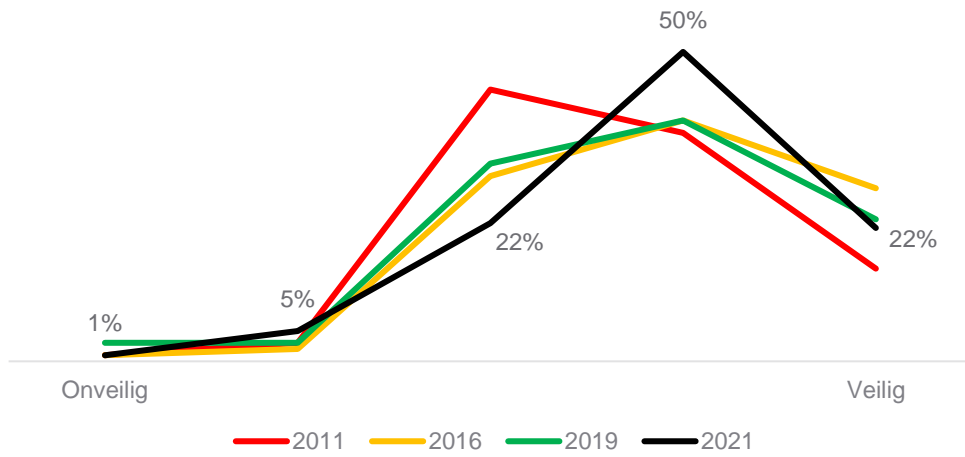
Niet-bezoekers verwachten dat Groningen een rustige provincie is, maar de associatie met druk is aan het stijgen.



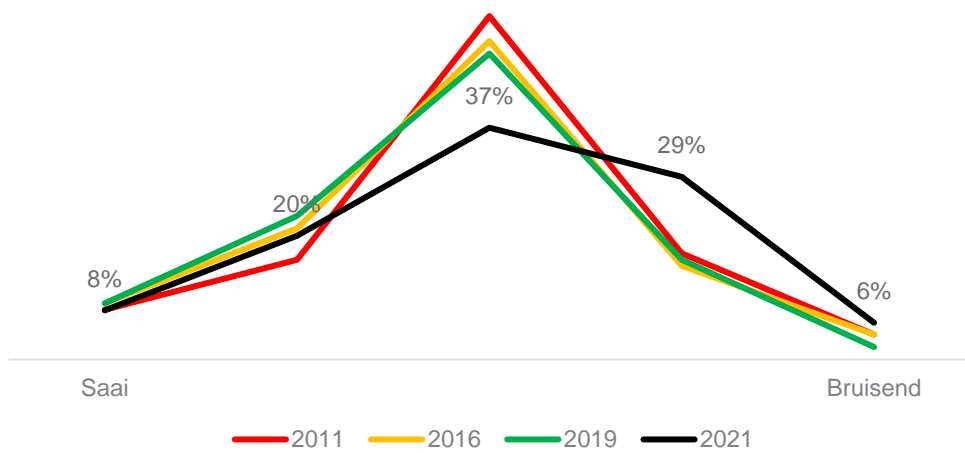
De meeste niet-bezoekers associeren Groningen met ver weg, maar door de jaren heen groeit het aandeel niet-bezoekers dat Groningen associeert met dichtbij.



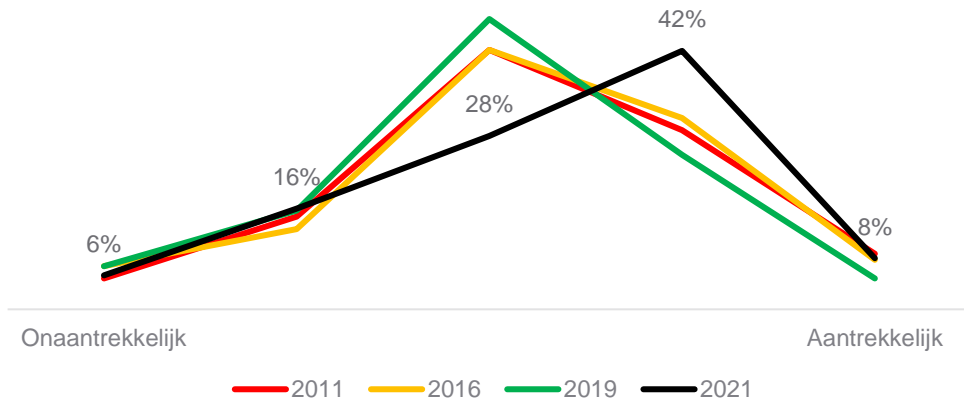
De waardering historisch – modern schommelt rond het midden. In 2021 verwachten niet-bezoekers dat Groningen eerder 'historisch' is, dan 'modern'.



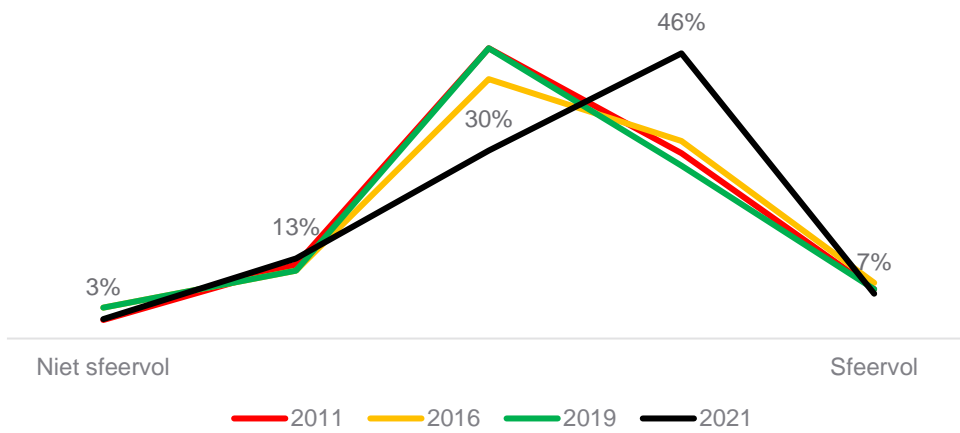
Na een lage score in 2011, geven niet-bezoekers sinds 2016 hogere scores aan veiligheid.



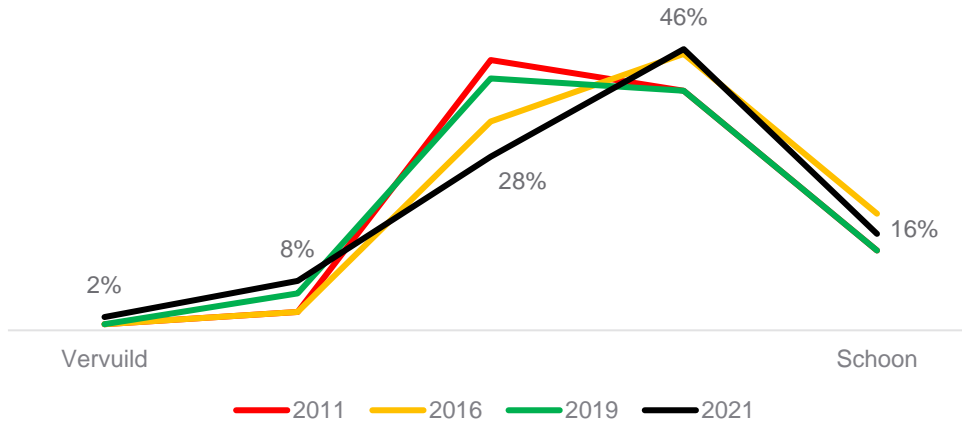
Het aandeel niet-bezoekers dat verwacht dat Groningen bruisend is, is gestegen.



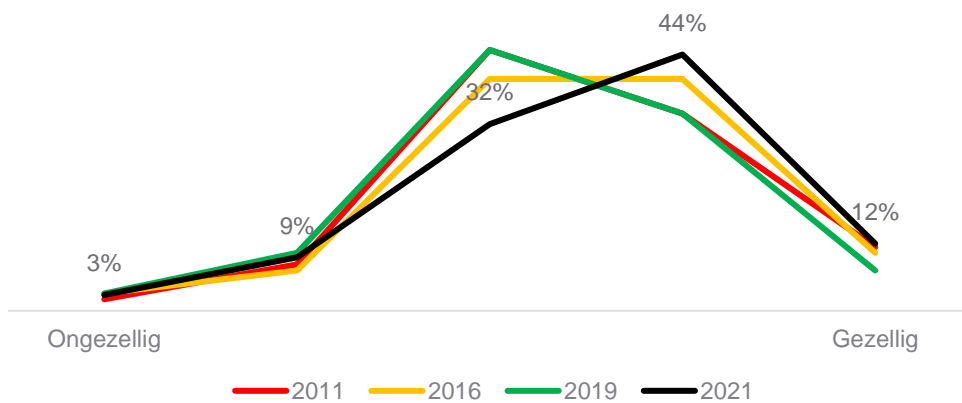
In 2019 gaven niet-bezoekers een relatief lage score in verwachte aantrekkelijkheid van de provincie. In 2021 is de verwachte aantrekkelijkheid behoorlijk hoger.



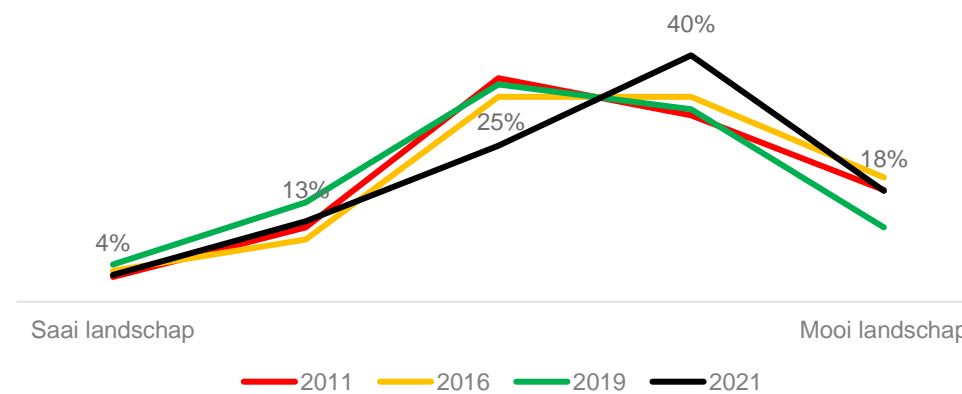
Na een licht dalende trend tot 2019, geven niet-bezoekers in 2021 de hoogste score voor sfeer.



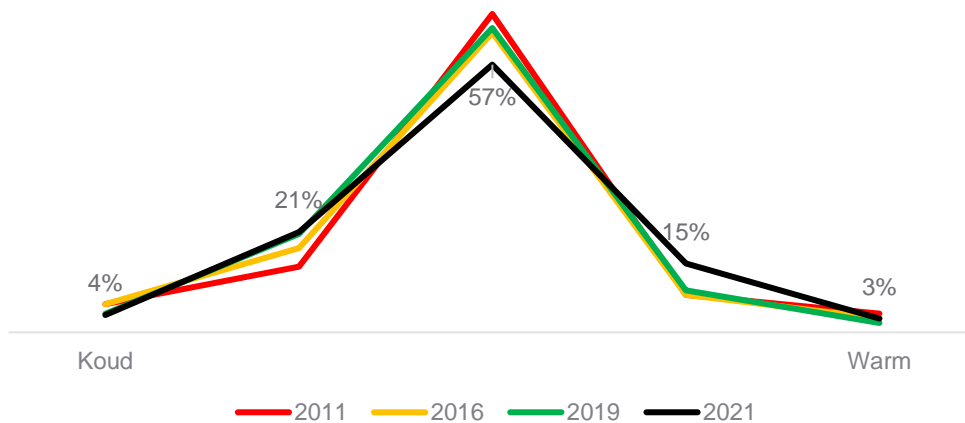
De score van 2021 is vergelijkbaar met die van 2019 en 2011. In 2016 verwachten niet-bezoekers dat Groningen het schoonst was.



In 2021 vinden niet-bezoekers Groningen het meest gezellig.



In 2021 is de associatie met 'mooi landschap' sterker geworden.



Figuur 4.7 Trends geholpen beeldvorming

#### 4.8 Waardering

Niet-bezoekers waarderen Groningen gemiddeld met een **6,4**. Dit is een hogere waardering voor de provincie dan in de afgelopen jaren. Zowel in 2011 als in 2019 gaven niet-bezoekers Groningen gemiddeld een 6,2. In 2016 was dit een 6,3.

De waardering voor specifieke thema's is bijna op elk thema gestegen of nagenoeg gelijk gebleven. De hoogste score wordt gegeven voor natuur en landschap en voor de fiets- en wandelroutes. Grootste stijger is het aanbod van cultuur(historie). Niet-bezoekers waardeerden dit thema in 2019 met een 5,9 en in 2021 met een 6,7. Het aanbod van attracties is het enige thema dat een onvoldoende scoort in 2021. Maar dit thema is wel flink gestegen ten opzichte van 2019.

Tabel 4.7 Waardering op diverse thema's

Aanbod	2021	2019	2016	2011
Aanbod van natuur en landschap	7,2	6,5	6,7	7,0
Aanbod van fiets- en wandelroutes	7,2	6,7	6,7	7,1
Aanbod van dorpen	7,1	6,6	6,8	7,2
Aanbod van overnachtingsmogelijkheden	7	6,6	6,9	6,6
Aanbod van cultuur(historie)	6,7	5,9	6,2	6,1
Aanbod van vaarroutes	6,4	6,1	4,9	6,4
Aanbod van zee/kust	6,3	6,4	5,4	
Aanbod van slecht-weer voorzieningen	5,8	5,4	5,7	5,1
Aanbod van evenementen	5,6	5,4	5,9	4,7
Aanbod van attracties	5,4	4,8	6,9	4,3



#### 4.9 Stellingen

Aan de niet-bezoekers zijn zeven stellingen voorgelegd. Circa twee derde van de niet-bezoekers is het eens met de stelling dat ze **te weinig informatie** hebben over de toeristische mogelijkheden in Groningen. Dit percentage is wel iets gedaald ten opzichte van 2019 en 2016.

Over de vraag of Groningen een **interessante vakantiebestemming** is, zijn de meningen verdeeld. Circa een derde van de niet-bezoekers is het met deze mening eens, circa een derde heeft geen mening en circa een derde is het oneens. Ten opzichte van 2019 vinden meer niet-bezoekers Groningen een interessante vakantiebestemming en vinden minder niet-bezoekers Groningen niet interessant.

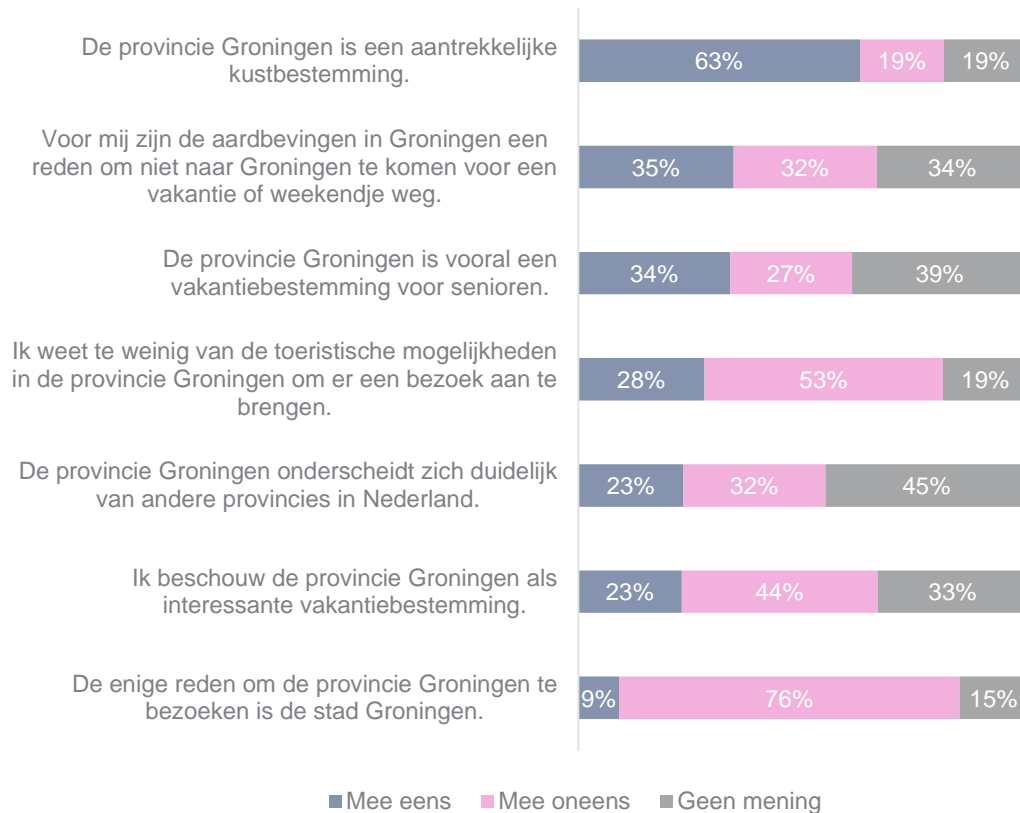
Ook over de stelling of Groningen een **aantrekkelijke kustbestemming** is zijn de meningen verdeeld. De grootste groep (circa 40%) heeft hier geen mening over. Het aantal mensen dat Groningen een aantrekkelijke kustbestemming vindt, is gestegen.

Meer dan de helft van de niet-bezoekers is het oneens met de stelling dat **de stad Groningen** de enige reden is om de provincie te bezoeken. Bijna een derde is het echter wel met deze stelling eens.

Bijna de helft van de niet-bezoekers heeft geen mening over de stelling dat Groningen **onderscheidend genoeg** is ten opzichte van de overige provincies. Het aantal mensen dat het oneens is met deze stelling, is gedaald ten opzichte van 2019.

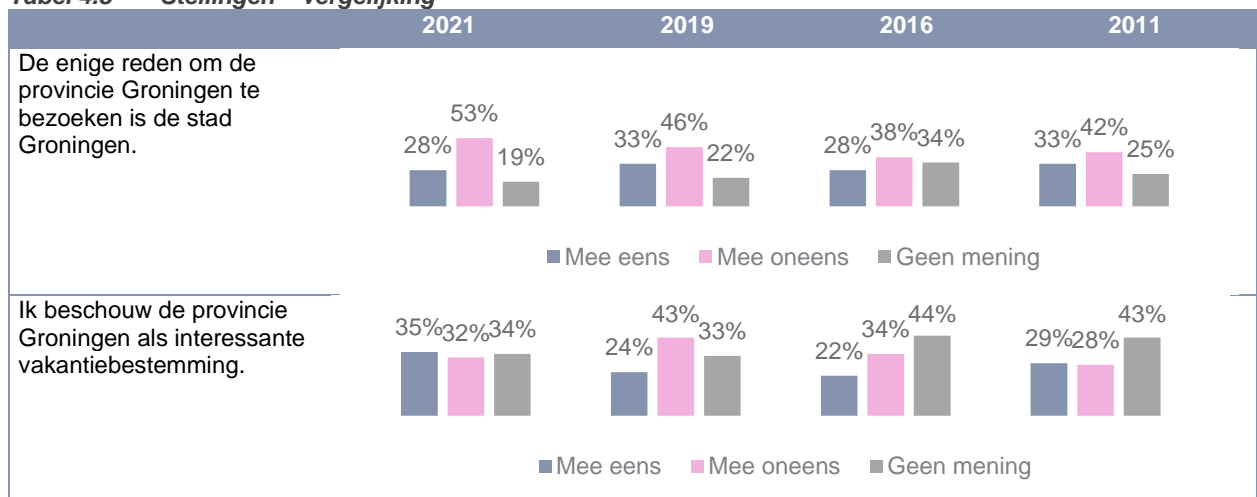
Ongeveer een kwart vindt Groningen vooral een **vakantiebestemming voor senioren**. Dit percentage heeft een stijgende lijn sinds 2011. Het aantal mensen dat het met deze stelling oneens is, neemt echter ook toe, en is ongeveer dubbel zo groot als de mensen die het er mee eens zijn.

Tot slot is aan de niet-bezoekers gevraagd of de **aardbevingen** voor hen een reden is om niet naar Groningen te komen. Driekwart van de niet-bezoekers is het oneens met deze stelling. Voor ongeveer een tiende is dit wel een belangrijk punt. Het aantal mensen dat het oneens is met deze stelling stijgt sinds 2016.

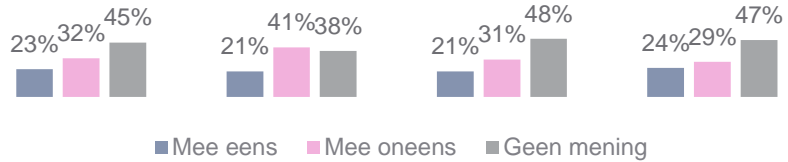


Figuur 4.8 Stellingen

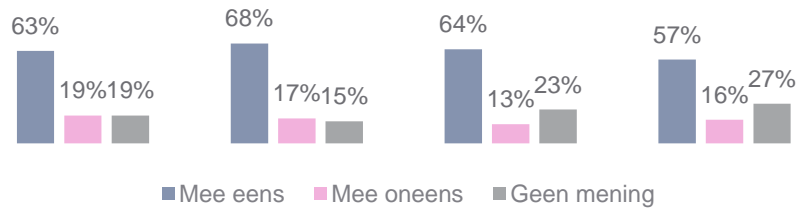
Tabel 4.8 Stellingen – vergelijking



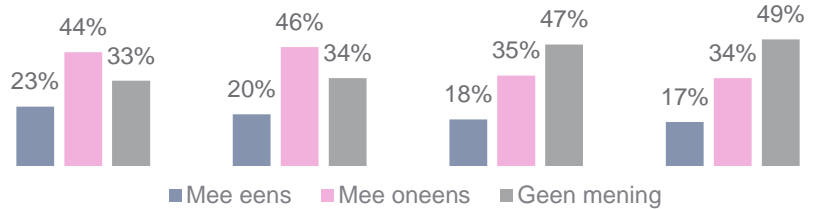
De provincie Groningen onderscheidt zich duidelijk van andere provincies in Nederland.



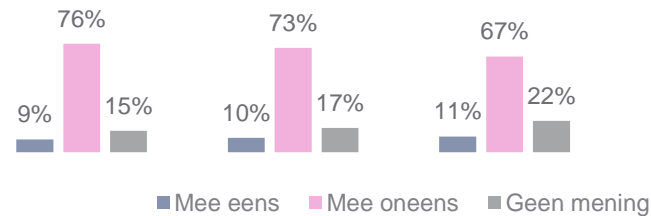
Ik weet te weinig van de toeristischemogelijkheden in de provincie Groningen om er een bezoek aan te brengen.



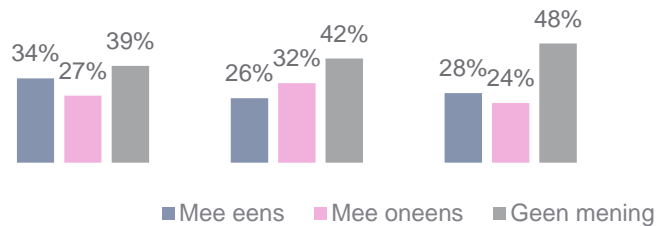
De provincie Groningen is vooral een vakantiebestemming voor senioren.



Voor mij zijn de aardbevingen in Groningen een reden om niet naar Groningen te komen voor een vakantie of weekendje weg.



De provincie Groningen is een aantrekkelijke kustbestemming.

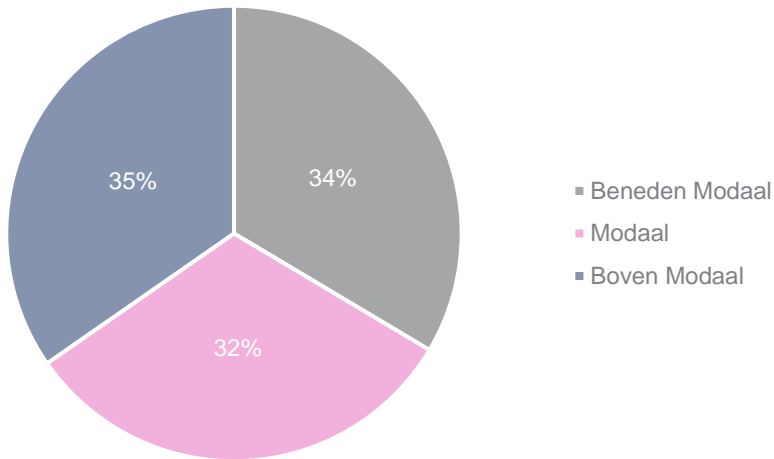


**4.10 Kenmerken niet-bezoekers**

In deze paragraaf geven we inzicht in de achtergrondkenmerken van de respondenten die de afgelopen 3 jaar geen bezoek hebben gebracht aan provincie Groningen. Omdat er is gekozen voor een representatieve steekproef van Nederlanders, betreft het in dit geval geen inzicht in de kenmerken van de niet-bezoekers aan Groningen. Deze gegevens geven enkel inzicht in hoe de responsgroep bezoekers is opgebouwd.

4.10.1 Inkomen

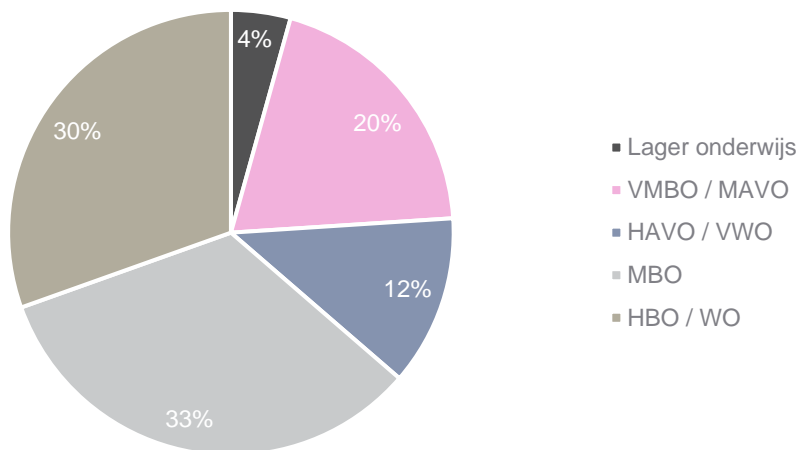
Op de vraag naar inkomen heeft 12% geen antwoord gegeven. Onderstaande percentages zijn vanuit de resterende antwoorden berekend (448).



Figuur 4.9 Inkomensverdeling respons niet-bezoekers

4.10.2 Opleiding

De grootste groep van de niet-bezoekers heeft een MBO afgerond.



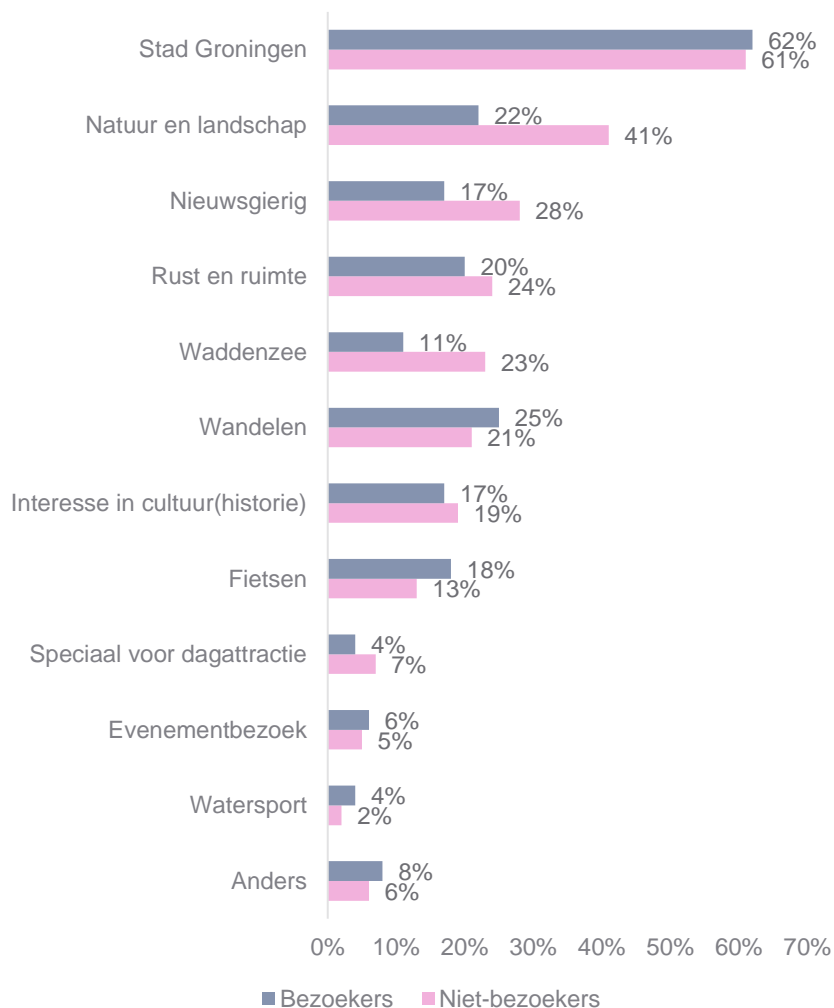
Figuur 4.10 Opleidingsniveau respons niet-bezoekers

## 5 Vergelijking tussen groepen

In de voorgaande hoofdstukken zijn de bezoekers en niet-bezoekers apart beschreven. In dit hoofdstuk zetten we beide groepen naast elkaar, zodat het verschil in beeldvorming tussen enerzijds de ervaring (bezoekers) en anderzijds de verwachting (niet-bezoekers) duidelijk wordt. Het verschil in imago tussen ervaring en verwachting noemen we ook wel het *'image-gap'*. In het geval van een groot verschil is er nog veel werk te verrichten om de verwachtingen dichterbij de feitelijke ervaring te brengen.

### 5.1 Bezoekredenen

De belangrijkste (potentiële) bezoekredenen blijft voor zowel voor bezoekers als niet-bezoekers de stad Groningen. Deze bezoekredenen wordt door circa twee derde van beide groepen aangekruist. Redenen die bezoekers belangrijker vinden dan niet-bezoekers, zijn onder andere wandelen en fietsen. De grootste verschillen in het voordeel van de niet-bezoekers, zijn de Waddenzee (22%), natuur en landschap (19%) en nieuwsgierigheid (9%).

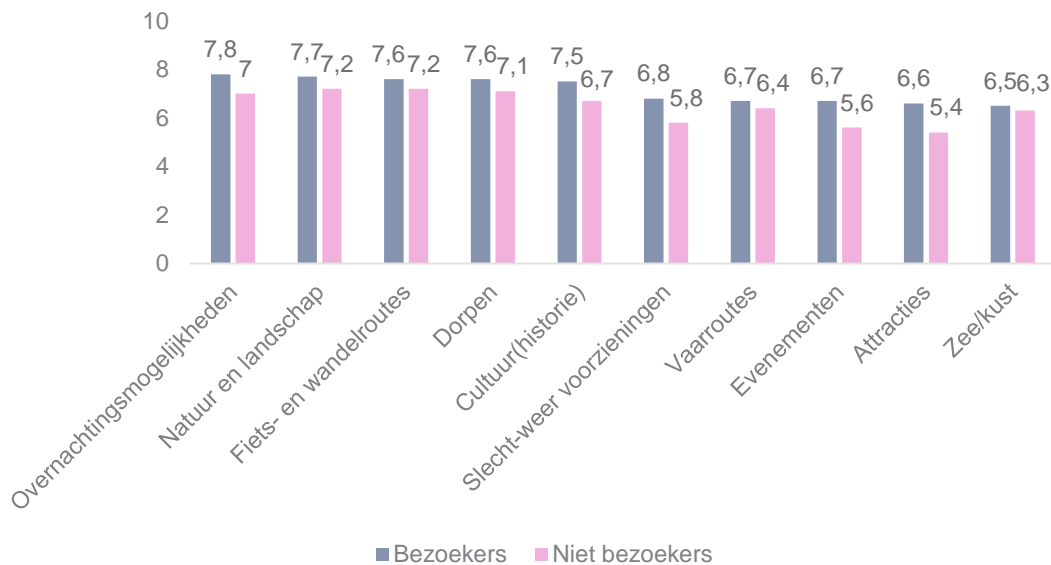


Figuur 5.1 Vergelijking bezoekredenen

## 5.2 Toeristisch aanbod Groningen

De bezoekers en niet-bezoekers hebben een rapportcijfer gegeven voor Groningen als vakantiebestemming. Voor de bezoekers was dit gemiddeld een **7,8** en voor de niet-bezoekers was dit een **6,4**. De bezoekers konden deze waardering baseren op de feitelijke situatie. De niet-bezoekers zijn in de afgelopen drie jaar of zelfs nog nooit in de provincie geweest en moeten hun waardering baseren op verwachtingen of op ervaringen uit het ‘verleden’. Het verschil tussen deze twee rapportcijfers is nog steeds erg hoog.

De waardering van bezoekers is op alle thema's hoger dan die van de niet-bezoekers. Het grootste verschil vinden we in waardering voor attracties. Hier geven niet-bezoekers 1,2 punt lager dan bezoekers. Dit is bovendien met een 5,4 de enige onvoldoende van de lijst. Het kleinste verschil vinden we in de waardering voor de zee en de kust. Hier is het verschil 0,2 punt.



Figuur 5.2 Vergelijking waardering

## 5.3 Stellingen

De bezoekers en niet-bezoekers hebben beiden een aantal stellingen beantwoord. In totaal komen 6 stellingen overeen.

Bezoekers vinden Groningen een **aantrekkelijkere kustbestemming** dan niet-bezoekers. Niet bezoekers hebben hier vaker geen mening over. Het aantal respondenten dat het hier mee oneens is, is precies gelijk.

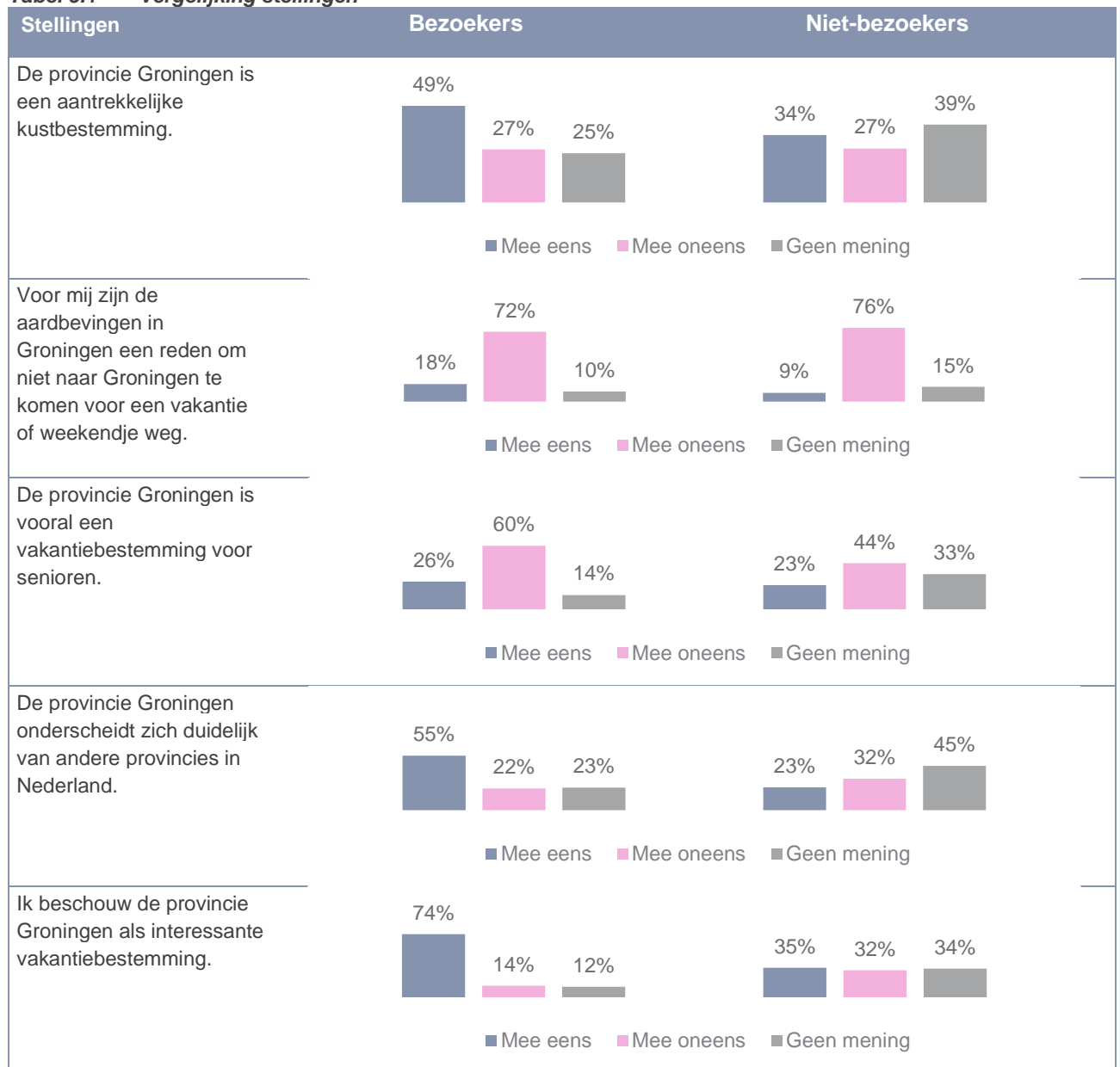
Voor ongeveer driekwart van beide groepen zijn de **aardbevingen** geen reden om niet naar Groningen te komen. Een opvallende constatering is dat bezoekers de aardbevingen twee keer zo vaak aangeven als reden om niet naar Groningen te komen, vergeleken met niet-bezoekers.

Meer dan de helft van de bezoekers vindt dat Groningen zich goed weet te **onderscheiden** van de andere provincies. Een kwart van de niet-bezoekers is het met hen eens.

Zowel van de bezoekers als de niet-bezoekers vindt de meerderheid dat **de stad Groningen** niet de enige reden is om Groningen te bezoeken. De bezoekers vinden dit echter nog iets sterker dan de niet-bezoekers.

Het meest duidelijke verschil in beantwoording tussen bezoekers en niet-bezoekers vinden we bij de stelling dat Groningen een **interessante vakantiebestemming** is. Waar driekwart van de bezoekers aangeeft het eens te zijn met deze stelling, is bij niet-bezoekers slechts een derde het hiermee eens.

**Tabel 5.1** *Vergelijking stellingen*



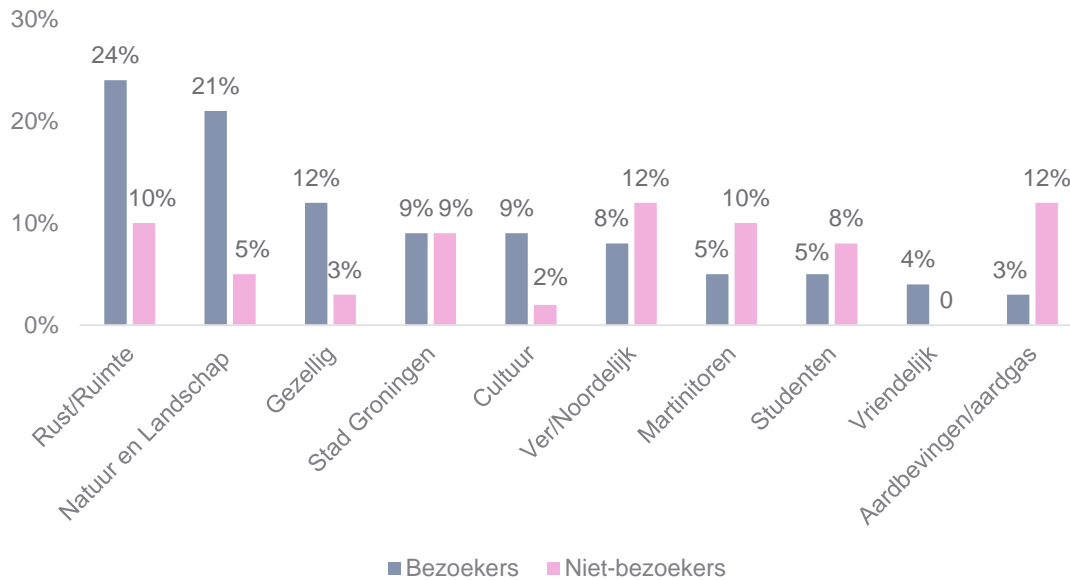
De enige reden om de provincie Groningen te bezoeken is de stad Groningen.



## 5.4 Imago van Groningen

### 5.4.1 Spontane beeldvorming

Bezoekers associëren Groningen eerder met rust en ruimte, natuur en landschap en gezelligheid. Niet-bezoekers denken bij provincie Groningen snel aan een verre, noordelijke provincie, aardbevingen en aardgas en de Martinitorren.



Figuur 5.3 Vergelijking spontane beeldvorming

In figuur 5.3 is te zien dat er grote verschillen zijn in beeldvorming tussen bezoekers en niet-bezoekers. Alleen de associatie met de stad Groningen is gelijk: zowel 9% van de bezoekers als niet-bezoekers associëren de Groningen met de stad.

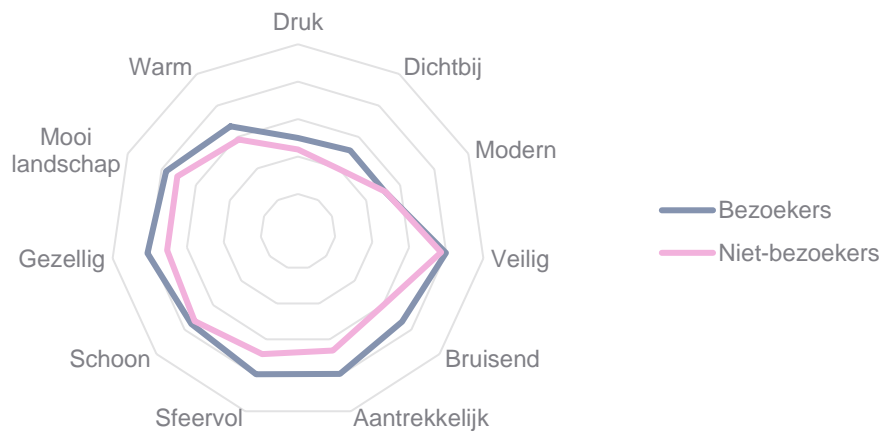
### 5.4.2 Geholpen beeldvorming

De bezoekers en niet-bezoekers hebben aangegeven hoe zij begrippen bij Groningen vinden passen. Aan de hand van een zogenaamd associatieweb is in één oogopslag duidelijk te zien wat het beeld van provincie Groningen onder de bezoekers en niet-bezoekers is.

De associaties van de begrippen komen aardig overeen tussen beide groepen. Op alle aspecten geven de bezoekers gemiddeld hogere scores aan de positieve eigenschappen dan de niet-bezoekers.



Voor de aspecten moderniteit, veiligheid en schoonheid zijn de scores ongeveer gelijk. Onderwerpen die positiever scoren zijn gezelligheid, veiligheid, sfeer en aantrekkelijkheid. Onderwerpen die een lagere score hebben zijn drukte, moderniteit en dichtbijheid.



*Figuur 5.3*    *Vergelijking geholpen beeldvorming*

## 6 Conclusie

In dit onderzoek hebben we onderzocht wat de beeldvorming is van provincie Groningen als toeristische bestemming in 2021. Net zoals in de voorgaande metingen, is dit gedaan door de ervaringen van bezoekers en de perceptie van niet-bezoekers in beeld te brengen en te vergelijken met elkaar. Daarnaast hebben we resultaten vergeleken met eerder onderzoek om verschuivingen in de tijd inzichtelijk te maken. Dit hoofdstuk beschrijft de belangrijkste bevindingen.

### **Hoge waardering toeristisch aanbod**

Opvallend is de forse stijging van de waardering van het toeristische aanbod van provincie Groningen ten opzichte van voorgaande metingen. Zonder uitzondering worden de verschillende aspecten van het aanbod hoger gewaardeerd dan ooit. Dit zien we ook terug in de stijging van het aandeel bezoekers dat provincie Groningen beschouwt als interessante vakantiebestemming. In 2019 was dit aandeel 64%, dit jaar is dit gestegen naar 74%. Bezoekers weten de provincie dus steeds beter te waarderen.

### **Corona**

Er is bewust voor gekozen om geen specifieke vragen over Corona op te nemen in dit onderzoek. Wel zien we in de resultaten van het onderzoek aanwijzingen dat de invloed die Corona op ons leven heeft, ook haar effect heeft op de uitkomsten. Soms direct herleidbaar, zoals bijvoorbeeld de lagere score op evenementen als aanleiding voor een bezoek aan de provincie. Soms ook meer indirect, zoals de hogere waardering voor en sterkere associatie met onder meer fietsen, rust en ruimte, natuur en landschap. Ook de grotere spreiding van bezoekers over de provincie kan een relatie hebben met het vrijetijdsgedrag van Nederlanders. Wellicht is de neiging om drukke plekken, zoals de stad Groningen, te vermijden groter geweest.

### **Verschillen in beeldvorming**

De beeldvorming van Groningen als toeristische bestemming is nog steeds aanzienlijk positiever onder bezoekers dan onder niet-bezoekers. Bezoekers gaven Groningen een gemiddeld rapportcijfer van een 7,8. Niet-bezoekers geven Groningen een 6,4. Het blijft daarom een uitdaging voor Groningen om ervoor te zorgen dat mensen een bezoek aan de provincie brengen. Als men Groningen eenmaal heeft bezocht, is men verkocht!

Daarnaast zien we dat de associatie met kwaliteiten, zoals fietsen, rust, ruimte natuur en dorpen, dit jaar opmerkelijk sterker is onder de bezoekers. Met name bij bezoekers die niet in de stad Groningen hebben overnacht. Zoals hierboven omschreven, zien we hier mogelijk de invloed van Corona en betreft het mensen die de ruimte en rust willen opzoeken na een periode van lockdown.

Vergeleken met bezoekers, hebben niet-bezoekers een relatief sterke associatie met de Waddenzee, natuur en ruimte, dagattracties en nieuwsgierigheid. Vooral de Waddenzee valt hier op: 11% van de bezoekers geeft aan dat de Waddenzee een belangrijke reden was voor het bezoek aan Groningen, terwijl 23% van de niet-bezoekers de Waddenzee als belangrijke potentiële reden aangeeft.

**Aardbevingen**

De associatie met aardbevingen bij Groningen ten opzichte van de metingen in 2019 en 2016 is flink gedaald, zowel bij bezoekers als bij niet-bezoekers. Echter is er nog wel een groep mensen die Groningen niet wil bezoeken door de aardbevingen. Net zoals in de meting van 2019, is deze groep groter onder bezoekers (18%) dan onder de niet-bezoekers (9%).

**Aantrekkingskracht op hogere inkomens**

Hoewel we geen specifiek onderzoek hebben uitgevoerd naar de achtergrondkenmerken van de bezoekers en niet-bezoekers, kunnen we toch voorzichtig concluderen dat Groningen een sterkere aantrekkingskracht heeft op hoger opgeleiden met een relatief hoger inkomen. Zowel de inkomensverdeling als de opleidingsverdeling verschilt significant tussen bezoekers en niet-bezoekers. De bezoekers zijn gemiddeld hoger opgeleid en hebben gemiddeld een hoger inkomen dan niet-bezoekers. De invloed van inkomen en opleiding op de beeldvorming is echter moeilijk te duiden. Het verschil in beeldvorming lijkt toch vooral veroorzaakt te worden door het gegeven of iemand wel of niet Groningen heeft bezocht.

**Verbeterd imago**

Al met al kunnen we concluderen dat het imago van Groningen als toeristisch-recreatieve bestemming is verbeterd ten opzichte van voorgaande metingen. Imago is niet altijd te vatten in goed of slecht. Maar we zien over de hele lijn een hogere waardering voor het (te verwachten) toeristisch-recreatieve aanbod in de provincie. Meer bezoekers en niet-bezoekers beschouwen Groningen als interessante toeristische bestemming en de associaties met onder meer de landschappelijke waarden is behoorlijk sterker geworden. Daar staat tegenover dat de – meer negatieve – associatie met aardbevingen duidelijk minder sterk is. Toch zien we nog steeds een uitdaging om de potentiële bezoekers te overtuigen om naar Groningen te komen. Nog steeds vinden veel Nederlanders Groningen te ver weg liggen en krijgen andere regio's de voorkeur. Is men echter eenmaal in Groningen geweest, dan is de kans zeer groot dat men terug komt. En, misschien nog wel belangrijker, dat men dit als ambassadeur doorvertelt aan anderen.

## Bijlage 1 Vragenlijst bezoekers

### Selectievraag

‘Heeft u de afgelopen 3 jaar een toeristisch bezoek gebracht aan de provincie Groningen (inclusief één of meerdere overnachtingen)?’

Ja → vragenlijst bezoekers

Nee → Heeft u de afgelopen 3 jaar voor een recreatief dagje uit een bezoek gebracht aan de provincie Groningen?

- Ja → einde onderzoek
- Nee → vragenlijst niet-bezoekers

### Vragenlijst bezoekers

1. Hieronder geven wij een aantal aspecten van het toeristisch aanbod van de provincie Groningen. Wilt u de mate waarin u dit aanbod aantrekkelijk vindt aangeven met een cijfer van 1 tot 10? Hierbij staat een 1 voor totaal geen aantrekkelijk aanbod en een 10 voor een zeer aantrekkelijk aanbod.

	Rapportcijfer
Aanbod van cultuur(historie)	
Aanbod van natuur	
Aanbod van attracties	
Aanbod van fiets- en wandelroutes	
Aanbod van vaarroutes	
Aanbod van overnachtingsmogelijkheden	
Aanbod van dorpen	
Aanbod van slecht-weer voorzieningen	
Aanbod van evenementen	
Aanbod van kust / zee	

2. Als u aan de provincie Groningen denkt, welke twee woorden komen dan spontaan in u op?

1.....

2.....

3. Nu volgen enkele tegengestelde begrippen over de provincie Groningen. Het gaat ons om het beeld dat u van de provincie Groningen heeft. U krijgt steeds twee tegengestelde woorden voorgelegd. Vindt u dat de provincie Groningen het meest bij het eerste woord past, dan kiest u voor nummer 1. Vindt u dat de provincie het meest bij het tweede begrip past, dan kiest u nummer 5. U kunt ook tussenliggende antwoorden geven, namelijk 2 (neigt meer naar eerste woord), 3 (neutraal) en 4 (neigt meer naar het tweede woord).

	1	2	3	4	5	
Rustig						Druk
Ver weg						Dicht bij
Historisch						Modern
Onveilig						Veilig
Saai						Bruisend
Onaantrekkelijk						Aantrekkelijk
Niet sfeervol						Sfeervol
Vervuild						Schoon
Ongezellig						Gezellig
Saai landschap						Mooi landschap
Koud						Warm

4. Kunt u aangeven of u het eens of oneens bent met de volgende stellingen?

	Mee eens	Mee oneens	Geen mening
De enige reden om de provincie Groningen te bezoeken is de stad Groningen			
Ik beschouw de provincie Groningen als interessante vakantiebestemming			
De provincie Groningen onderscheidt zich duidelijk van andere provincies in Nederland			
De provincie Groningen moet veel meer bekendheid geven aan haar toeristische mogelijkheden			
De provincie Groningen is vooral een vakantiebestemming voor senioren			
Het bezoek aan de provincie Groningen heeft mijn beeld van de provincie positief beïnvloed			
Voor mij zijn de aardbevingen in Groningen een reden om niet naar Groningen te komen voor een vakantie of weekendje weg			
De provincie Groningen is een aantrekkelijke kustbestemming			

5. Met welk rapportcijfer wilt u uw vakantie of het weekend weg in de provincie Groningen beoordelen? (rapportcijfer van 1 tot 10)

Rapportcijfer .....

**Tot slot nog enkele algemene vragen**

6. In welk gezelschap heeft u de provincie Groningen de laatste keer bezocht? (een antwoord mogelijk)

Alleen

Met vrienden / kennissen

Met partner / echtgeno(o)t(e) en zonder kinderen familie

Met overige

Met partner / echtgeno(o)t(e) en met kind(eren)  Alleen met kinderen

Met school / bedrijf / vereniging etc.

Combinatie (bijv. partner en vrienden/kennissen)

Anders, namelijk .....

7. Uit hoeveel personen bestond uw gezelschap? ..... personen
8. In welke inkomensklasse valt u met uw huishouden bruto per jaar? (onder modaal wordt verstaan 36.500 euro bruto per jaar)
- beneden modaal
  - modaal
  - boven modaal
  - geen antwoord
9. Wat is uw hoogst genoten opleiding?
- lager onderwijs       MBO
  - VBO / MAVO                       HBO / WO
  - HAVO / VWO
10. Wat is uw leeftijd? ..... jaar

**Hiermee zijn wij aan het einde gekomen van de vragenlijst.  
Mede namens de provincie Groningen bedanken wij u voor uw medewerking!**

## Bijlage 2 Vragenlijst niet-bezoekers

### Vragenlijst niet-bezoekers

*In een eerdere vragenronden heeft u aangegeven dat u de afgelopen drie jaar niet in de provincie Groningen bent geweest voor een vakantie of een dagje uit. Hierover willen wij u graag enkele vragen stellen.*

1. Als u aan de provincie Groningen denkt, welke twee woorden komen dan spontaan in u op?  
 1.....  
 2.....
  
2. Waarom bent u de afgelopen drie jaar niet voor een vakantie of een dagje uit in de Provincie Groningen geweest? *(meerdere antwoorden mogelijk)*
  - Is er nog niet van gekomen
  - Andere regio's hebben mijn voorkeur
  - Een eerder bezoek aan de provincie Groningen heeft mij niet voldoende overtuigd
  - Niet interessant genoeg
  - De provincie is niet aantrekkelijk genoeg voor een toeristisch bezoek
  - Het ligt te ver weg
  - Er is niet genoeg te beleven
  - Geen reden
  - Anders, namelijk
 .....
  
3. Bent u van plan in de nabije toekomst een toeristisch bezoek te brengen aan de provincie Groningen?
  - Ja *(routing naar 4+5)*
  - Misschien
  - Nee *(routing naar 6)*
  
4. Wat zijn de voornaamste redenen voor u om een bezoek aan de provincie Groningen te brengen? *(meerdere antwoorden mogelijk)*
  - Watersport
  - Fietsen
  - Wandelen
  - Stad Groningen
  - Waddenzee
  - Natuur en landschap
  - Interesse in cultuur(historie)
  - Evenementbezoek
  - speciaal voor dagattractie
  - Rust en ruimte
  - Nieuwsgierig
  - Anders, namelijk
 .....

5. Voor hoelang denkt u dat de provincie Groningen geschikt is om te bezoeken?
- Vakantie van 2 weken of langer
  - Vakantie van 1 tot 2 weken
  - Vakantie van maximaal 1 week
  - Weekend (2 á 3 dagen)
  - Dagje uit
6. Wat is er nodig om u over te halen om een bezoek aan de provincie Groningen te brengen?

.....

.....

.....

.....

.....

7. Nu volgen enkele tegengestelde begrippen over de provincie Groningen. Het gaat ons om het beeld dat u van de provincie Groningen heeft. U krijgt steeds tegengestelde woorden voorgelegd. Vindt u dat de provincie Groningen meer bij het woord aan de rechterkant past, dan kiest u voor hokje 4 of 5. Vindt u dat de provincie juist meer bij het begrip aan de linkerkant past, dan kiest u hokje 1 of 2.

	1	2	3	4	5	
Rustig						Druk
Ver weg						Dicht bij
Historisch						Modern
Onveilig						Veilig
Saai						Bruisend
Onaantrekkelijk						Aantrekkelijk
Niet sfeervol						Sfeervol
Vervuild						Schoon
Ongezellig						Gezellig
Saai landschap						Mooi landschap
Koud						Warm

8. U bent de afgelopen 3 jaar niet in de provincie Groningen geweest voor een toeristisch bezoek en misschien zelfs helemaal nog niet. Wij willen graag weten welk beeld u heeft van de toeristische mogelijkheden van de provincie Groningen. Denkt u dat de provincie u veel te bieden heeft op het gebied van de volgende aspecten? Wilt u de mate waarin u een aantrekkelijk aanbod verwacht op ieder van de aspecten aangeven met een cijfer van 1 tot 10? Hierbij staat een 1 voor totaal geen aantrekkelijk aanbod en een 10 voor een zeer aantrekkelijk aanbod.

	rapportcijfer
Aanbod van cultuur(historie)	
Aanbod van natuur en landschap	
Aanbod van attracties	
Aanbod van fiets- en wandelroutes	
Aanbod van vaarroutes	
Aanbod van overnachtingsmogelijkheden	
Aanbod van dorpen	
Aanbod van slecht-weer voorzieningen	



Aanbod van evenementen	
Aanbod van kust / zee	

9. Kunt u aangeven of u het eens of oneens bent met de volgende stellingen?

	Mee eens	Mee oneens	Niet eens/niet oneens
De enige reden om de provincie Groningen te bezoeken is de stad Groningen			
Ik beschouw de provincie Groningen als interessante vakantiebestemming			
De provincie Groningen onderscheidt zich duidelijk van andere provincies in Nederland			
Ik weet te weinig van de toeristische mogelijkheden in de provincie Groningen om er een bezoek aan te brengen			
De provincie Groningen is vooral een vakantiebestemming voor senioren			
Voor mij zijn de aardbevingen in Groningen een reden om niet naar Groningen te komen voor een vakantie of weekendje weg			
De provincie Groningen is een aantrekkelijke kustbestemming			

10. Met welk rapportcijfer zou u de provincie Groningen als vakantiebestemming willen beoordelen (op een schaal van 1 tot 10)?

Rapportcijfer .....

#### Tot slot nog enkele algemene vragen

11. In welke inkomensklasse valt u met uw huishouden bruto per jaar? (onder modaal wordt verstaan 36.500 euro bruto per jaar)

- beneden modaal
- modaal
- boven modaal
- geen antwoord

12. Wat is uw hoogst genoten opleiding?

- lager onderwijs     MBO
- VBO / MAVO                       HBO / WO
- HAVO / VWO

13. Wat is uw leeftijd? ..... jaar

**Hiermee zijn wij aan het einde gekomen van de vragenlijst.  
Mede namens de provincie Groningen bedanken wij u voor uw medewerking!**