Foto: Sebastiaan Rodenhuis Fotografie

Bezoekersonderzoek Provincie Groningen

Rapport Ipsos I&O

Ipsos i&o

www.ipsos-publiek.nl

Colofon

Uitgave
Ipsos I&O
Piet Heinkade 55
1019 GM Amsterdam

Rapportnummer
2025/076

Datum
mei 2025

Opdrachtgever
Provincie Groningen

Auteurs
Daphne Martens
Carmen de Krosse
Ralf ten Hove

Copyright
Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.

Inhoudsopgave

1 Inleiding 4

1.1 Aanleiding en doel van het onderzoek 4
1.2 Onderzoeksverantwoording 4
1.3 Leeswijzer 6

2 Conclusie 7

2.1 Identificatie doelgroepen 7
2.2 Kenmerken Verbindingszoekers en Avontuurzoekers 8
2.3 Duitsland 10

3 Bezoekgedrag en doelgroepen 12

3.1 Bezoekgedrag 12
3.2 Doelgroepen 14

4 Vakantie- en vrijetijdsgedrag 16

4.1 Vakantiegedrag en -voorkeuren 16
4.2 Vrijetijdsgedrag 23

5 Imago Groningen 28

5.1 Indruk 28
5.2 Thema's en verhalen 32

6 Belemmeringen en verbeteringen 35

6.1 Belemmeringen 35
6.2 Mogelijke verbeteringen 36

7 Uitkomsten Duitsland 40

7.1 Bezoekintentie 40
7.2 Vakantie- en vrijetijdsgedrag 43
7.3 Imago Groningen 49
7.4 Belemmeringen en verbeteringen 54

Bijlage I: Achtergrondkenmerken Nederlanders 57

Bijlage II: Achtergrondkenmerken Duitsers 59

Bijlage III: Tabellen 60

Bijlage IV: Vragenlijst (Nederlands) 73

1 Inleiding

1.1 Aanleiding en doel van het onderzoek

De provincie Groningen werkt aan een programma om recreatie en toerisme in de provincie Groningen door te ontwikkelen, de Baanbreker Vrijetijdseconomie. Dit is gestart als onderdeel van het Nationaal Programma Groningen (NPG). De provincie werkt hiervoor met verschillende organisaties aan een uitvoeringsplan dat moet bijdragen aan brede welvaart, imago, trots en het vestigingsklimaat in de provincie Groningen[1].

Om dag- en verblijfsrecreatie te stimuleren wil de provincie kansrijke doelgroepen identificeren, en in kaart brengen hoe deze doelgroepen te enthousiasmeren zijn om de provincie Groningen te bezoeken. Deze kennis ondersteunt de provincie in de strategische besluitvorming rondom investeringen in de vrijetijdseconomie van de regio.

Onderzoeksvragen

De volgende vragen staan in dit onderzoek centraal:

- In hoeverre is men bereid de komende drie jaar de provincie Groningen te bezoeken en wat zijn de meest kansrijke doelgroepen?
  - Naar welke plekken (stad of overig provincie Groningen) en met wie?
  - Welke doelgroepen hebben een hoge bezoekpotentie?
- Wat is het vakantie- en vrijetijdsgedrag van de doelgroep van dit onderzoek (Nederlanders en Duitsers) in het algemeen en van doelgroepen met een hoge bezoekpotentie?
- Waar denkt men aan bij de provincie Groningen?
  - Wat is de spontane en geholpen associatie?
  - Welke bestemmeningen in Groningen kent men?
  - Wat is de interesse in thema's en verhalen over Groningen (in het algemeen en bij de doelgroepen met een hoge bezoekpotentie)?
- Wat zijn belemmerende factoren voor de doelgroep in het algemeen en de doelgroepen met een hoge bezoekpotentie voor een bezoek aan Groningen en welke aanpassingen of verbeteringen zouden de provincie aantrekkelijker maken voor hen?

1.2 Onderzoeksverantwoording

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden is een kwantitatieve onderzoeksmethode gekozen, waarbij enquêtes zijn uitgezet onder een representatieve groep Nederlanders en Duitsers. Door middel van de enquêtes is de bereidheid om Groningen te bezoeken, het vakantie- en vrijetijdsgedrag, het imago van Groningen en belemmeringen en verbeteringen voor een bezoek aan de provincie Groningen onderzocht. Daarnaast is het vrijetijdsgedrag van Nederlanders en specifiek bezoekers aan Groningen onderzocht door middel van een analyse van data van het Nederlands Vrijetijdsonderzoek (NVTO)[2].

---

[1] *Baanbreker Vrijetijdseconomie - Provincie Groningen.*
[2] *rapport-nvto*

Nederland

Voor het onderzoek onder Nederlanders is een landelijk representatieve steekproef getrokken in het I&O Research Panel. In totaal zijn 6.000 panelleden van 18 jaar en ouder uitgenodigd om de vragenlijst in te vullen. De vragenlijst kon worden ingevuld tussen 25 februari en 9 maart 2025, een week na de uitnodiging ontvingen panelleden die de vragenlijst nog niet hadden ingevuld een herinnering. De uiteindelijke respons is 3.123 (52%).

Op de resultaten is een weging toegepast naar leeftijd, geslacht, opleiding en provincie (allen op celniveau), zodat de respons op die kenmerken representatief is voor Nederland. Bij onderzoek is er sprake van een betrouwbaarheidsinterval en onnauwkeurigheidsmarges. In dit onderzoek gaan we uit van een betrouwbaarheid van 95 procent.

Dit rapport beschrijft verschillen binnen de Nederlandse bevolking op basis van verschillende variabelen: leeftijd, herkomst, leefstijl, opleiding, huishouden, werksituatie, wel/niet Groningen bezocht en vakantiefrequentie. Leeftijd is hierbij opgedeeld in vier categorieën: 18-29, 30-49, 50-64 en 65+. Bij herkomst wordt gekeken naar provincie, waarbij ook een uitsplitsing is gemaakt tussen dichtbij liggende provincies (Friesland, Drenthe, Overijssel en Flevoland) en de rest van Nederland. Leefstijl is bepaald op basis van de Leefstijlvinder[3]. De leefstijlvinder is een methodiek die helpt om de behoeften, voorkeuren en gedragingen van verschillende groepen mensen te begrijpen en te segmenteren. Bij wel/niet Groningen bezocht wordt een onderscheid gemaakt tussen mensen die wel ooit Groningen hebben bezocht, en mensen die Groningen nog nooit hebben bezocht. Bij vakantiefrequentie wordt gekeken naar verschillen tussen mensen die vaak op vakantie gaan en mensen die (bijna) nooit op vakantie gaan.

Duitsland

Het Duitse onderzoeksgebied bestond in dit onderzoek uit de Kreisfreie Stadt Bremen en het volledige 'Regierungsbezirk' Weser-Ems, de meest westelijke administratieve regio binnen de Duitse deelstaat Nedersaksen. Dit gebied valt binnen ongeveer anderhalf uur reistijd (per auto) vanaf Bad-Nieuweschans of Ter Apel. In totaal gaat het om een gebied van 3.178.318 inwoners (per 31-12-23).

In dit gebied is een steekproef van 932 gerealiseerd, representatief op de kenmerken geslacht en leeftijd. De steekproef is getrokken uit het internationale IIS-panel van Ipsos. De resultaten zijn gewogen naar geslacht en leeftijd.

In dit rapport worden de verschillen binnen de Duitse bevolking in de geselecteerde regio beschreven op basis van verschillende achtergrondkenmerken: leeftijd (18-29, 30-49, 50-64, 65+), opleiding, huishouden, vakantiefrequentie, wel/niet Groningen bezocht en bezoekintentie.

[3] *Home - Leefstijlvinder*

1.3 Leeswijzer

Deze rapportage is begonnen met een inleiding in hoofdstuk 1. Hoofdstuk 2 geeft aan de hand van de belangrijkste onderzoeksresultaten een conclusie. In de hoofstukken hierna worden de conclusies onderbouwd door de resultaten uit het onderzoek. Hoofdstuk 3 gaat in op de bezoekpotentie van Nederlanders aan Groningen en geeft een selectie van kansrijke doelgroepen. Hoofdstuk 4 gaat in op het vakantie- en vrijetijdsgedrag van Nederlanders in het algemeen en van de kansrijke doelgroepen. In hoofdstuk 5 wordt het beeld dat Nederlanders van Groningen hebben weergeven, net als de interesse in bepaalde thema's en verhalen over Groningen. Hoofdstuk 6 gaat in op de belemmeringen die Nederlanders in het algemeen en de kansrijke doelgroepen specifiek ervaren voor een bezoek aan Groningen en op aanpassingen of verbeteringen die een bezoek aan Groningen aantrekkelijker kunnen maken. In hoofdstuk 7 worden de onderzoeksvragen beantwoord voor de Duitse doelgroep.
Als er in het rapport over Groningen wordt gesproken, gaat het om de gehele provincie. Indien het gaat om een uitsplitsing tussen de stad Groningen en de overige provincie Groningen, wordt dit benoemd.

2 Conclusie

De provincie Groningen wil op basis van dit onderzoek in kaart brengen op welke doelgroepen zij zich kan richten om dag- en verblijfsrecreatie in de provincie te stimuleren. Het gaat hierbij om doelgroepen met kenmerken en interesses die aansluiten bij wat de provincie Groningen te bieden heeft en daarom geënthousiasmeerd kunnen worden tot een bezoek.

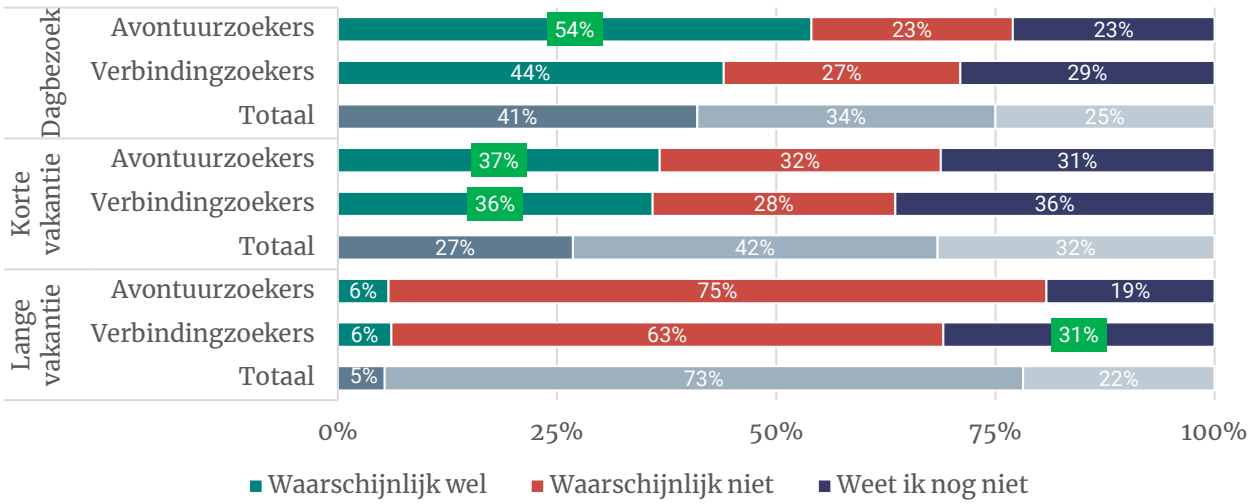
2.1 Identificatie doelgroepen

Kijkend naar bezoeken aan Groningen in het verleden zien we dat een meerderheid van de Nederlanders de stad Groningen of het overige deel van de provincie wel eens heeft bezocht. Voor een toekomstig bezoek aan de provincie zullen veel Nederlanders kiezen voor een dagje uit of korte vakantie. Lange vakanties of een zakenreis naar Groningen zijn minder waarschijnlijk. De helft van de Nederlanders wil zowel de stad als de rest van de provincie bezoeken in de toekomst. Als men kiest voor één van de twee is de aantrekking van de stad groter.

Bij zowel bezoeken in het verleden als mogelijke bezoeken in de toekomst speelt nabijheid een belangrijke rol. Inwoners van omliggende provincies geven namelijk vaker aan Groningen (stad en overig provincie) al eens te hebben bezocht vergeleken met provincies die verder gelegen zijn en ook is een dagje uit naar Groningen voor deze groep waarschijnlijker. Echter bij de bezoekintentie voor een korte of lange vakantie is er geen verschil naar herkomstprovincie.

Jongeren (18 tot 29 jaar) bezoeken relatief vaker de stad Groningen en hebben meer dan andere leeftijdsgroepen belangstelling in een dagbezoek. Ook Avontuurzoekers zijn meer dan gemiddeld geïnteresseerd in een dagje uit in Groningen en vinden daarvoor zowel de stad als de rest van de provincie aantrekkelijk. Verder zullen Avontuurzoekers en Verbindingszoekers Groningen eerder bezoeken voor een korte vakantie vergeleken met andere leefstijlen. Deze kenmerken maken Avontuurzoekers en Verbindingszoekers een kansrijke doelgroep voor verblijfsrecreatie in de gehele provincie, waardoor de keuze is gemaakt om de resultaten op deze doelgroepen toe te spitsen (Figuur 1).

Figuur 0.1 Bezoekintentie Avontuurzoekers en Verbindingzoekers, afgezet tegen het totaalcijfer. Groen = significant hogere uitkomst dan totaal



2.2 Kenmerken Verbindingszoekers en Avontuurzoekers

Deze paragraaf gaat in op het vrijetijds- en vakantiegedrag, het imago van Groningen en de belemmerende factoren voor een bezoek aan de provincie, gericht op het perspectief van Verbindingszoekers en Avontuurzoekers.

Vakantie- en vrijetijdsgedrag

Het grootste deel van de Nederlanders gaat een tot twee keer per jaar op vakantie. Nederlanders die gemiddeld vaker op vakantie gaan zullen met een hogere waarschijnlijkheid Groningen bezoeken. Omdat Avontuurzoekers en Verbindingszoekers vaker op vakantie dan andere leefstijlen, is er een grotere kans is dat zij in de toekomst Groningen zullen bezoeken. Verbindingszoekers zijn interessant als doelgroep omdat zij vaker dan gemiddeld binnen Nederland op vakantie gaan. Avontuurzoekers zijn voor een lange vakantie minder interessant omdat door hun bovengemiddelde interesse in lange vakanties in het buitenland en de kleinere kans dat zij (herhaaldelijk) naar Groningen zullen gaan voor een lange vakantie.

Avontuurzoekers

- Gaan gemiddeld vaker op vakantie
- Minder interessante doelgroep voor lange vakantie in Groningen
- Gaan graag naar nieuwe bestemmingen
- Geïnteresseerd in stedentrip of actieve vakantie
- Minder geïnteresseerd in een strand/zonvakantie

Verbindingszoekers

- Gaan gemiddeld vaker op vakantie
- Vaker binnen Nederland op vakantie (zowel korte als lange vakantie)
- Geïnteresseerd in stedentrip of actieve vakantie
- Huren graag een huisje, minder geïnteresseerd in een strand/zonvakantie

Vanuit het Nederlands Vrijetijdsonderzoek (NVTO) zien we dat de provincie Groningen voor bezoekers qua dagrecreatie bovengemiddeld in trek is voor de activiteiten winkelen voor plezier, ontspannen/recreëren in de openbare ruimte en een bezoek van een concert of muziekshow.
De provincie is voor bezoekers relatief weinig populair als horecabestemming, zowel voor uit eten gaan als een bar-, café-, of terrasbezoek. Echter zijn de activiteiten winkelen voor plezier en een bezoek aan een concert of muziekshow niet de activiteiten waar Avontuurzoekers en Verbindingszoekers het meest naar op zoek zijn. De vakantie- en vrijetijdsvoorkeuren van deze Avontuurzoekers en Verbindingszoekers sluiten wel goed aan op wat de provincie Groningen te bieden heeft voor een dagje uit of (korte) vakantie. De stad Groningen kan de bestemming zijn van een stedentrip en de provincie biedt veel mogelijkheden tot recreëren in de natuur (het Pieterpad of de Wadden bewandelen, ontspannen bij de meren) en het beleven van cultuur (bezoek aan Forum, Groninger museum of Bourtange).

Avontuurzoekers

- Houden van ontspannen en recreëren in de openbare ruimte
- Vinden de aanwezigheid van natuurgebieden, wandelmogelijkheden en cultureel aanbod belangrijk

Verbindingszoekers

- Houden van ontspannen en recreëren in de openbare ruimte
- Vinden de aanwezigheid van natuurgebieden en wandelmogelijkheden belangrijk
- Fietsen meer dan andere leefstijlen

Imago Groningen

Woorden als 'aardbevingen', 'aardgas', 'ver weg' en 'stad Groningen' komen vaak als eerste bij Nederlanders op als zij aan Groningen denken. Verder worden kenmerken gerelateerd aan de natuur en rust ('ruimte', 'wadden', 'rust', 'vlak/weids') meermaals genoemd, naast ook de studenten. Bekende plekken zijn de Martinitoren, stad Groningen en Bourtange.

Tegenstellingen laten zien dat Nederlanders Groningen overwegend makkelijk dan moeilijk te bereiken vinden met de auto en vaker veilig dan onveilig vinden. Ook vindt men Groningen eerder rustig dan levendig, niet toeristisch en eerder historisch dan modern. Het perspectief van Nederlanders op wat Groningen te bieden heeft komt overeen met de (vrijetijds)behoeften van Verbindingszoekers en Avontuurzoekers. Volgens veel Nederlanders is Groningen een provincie waar je als bezoeker tot rust kunt komen en een provincie met veel erfgoed en fiets- en wandelmogelijkheden. Dit is grotendeels ook hoe deze leefstijlgroepen zelf de provincie Groningen zien. Dat Avontuurzoekers en Verbindingszoekers bovengemiddeld geïnteresseerd zijn in de meeste thema's en verhaallijnen (o.a. 'het waddengebied', 'oneindig wandelen', 'streekproducten en platteland') die Groningen wil vertellen, bevestigt de potentie van deze leefstijlen als doelgroep.

Avontuurzoekers

- Vinden Groningen een mooie en gastvrije provincie
- Zien Groningen als een provincie waar je tot rust kunt komen
- Zien Groningen als een provincie met o.a. veel erfgoed en fiets- en wandelmogelijkheden

Verbindingszoekers

- Vinden Groningen een mooie, gastvrije en historische provincie
- Zien Groningen als een provincie waar je tot rust kunt komen
- Zien Groningen als een provincie met o.a. veel erfgoed en fiets- en wandelmogelijkheden

Belemmeringen en verbeteringen

De reisafstand naar Groningen is de meest genoemde reden om Groningen niet te bezoeken. Daarop volgen het niet weten wat Groningen te bieden heeft en Groningen niet interessant vinden als vakantiebestemming. Ook voor Avontuurzoekers is afstand de grootste belemmering, waar Verbindingszoekers vaker geen specifieke reden noemen. Met name meer bekendheid van wat de provincie te bieden heeft kan de aantrekking van de provincie vergroten. Ook in genoemde opmerkingen en verbeterpunten geven Nederlanders aan behoefte te hebben aan meer promotie.

In de promotie kan de afstand/bereikbaarheid (met name voor jongeren) een belangrijk knelpunt zijn om te verlichten. In lijn met hun interesses geven Avontuurzoekers vaker aan dan andere leefstijlen dat een uitgebreider cultureel aanbod de provincie aantrekkelijker zou maken.

Belemmeringen

- ☐ Onbekendheid met aanbod Groningen
- ☐ Groningen niet interessant als vakantiebestemming

Mogelijke verbetering

- ✓ Meer bekendheid van wat de provincie Groningen te bieden heeft

2.3 Duitsland

Naast Nederlanders zijn in het onderzoek ook Duitsers (onderzoeksgebied: de Kreisfreie Stadt Bremen en het volledige 'Regierungsbezirk' Weser-Ems, in dit hoofdstuk aangeduid als Duitsland/Duitsers) gevraagd naar hun intentie om de provincie Groningen te bezoeken, hun vakantie- en vrije tijdsgedrag en beeld over de provincie Groningen.

Bezoekintentie

Driekwart van de Duitsers heeft de stad Groningen al eens bezocht, de helft bezocht het overige deel van de provincie. De stad Groningen werd vaker dan gemiddeld bezocht door Duitsers onder de 50 jaar en (zowel de stad als de rest van de provincie) door gezinnen met kinderen. Driekwart van de Duitsers die wel eens in Groningen is geweest, is positief over Groningen als toeristische bestemming. Hiermee zijn Duitsers positiever over Groningen als bestemming dan Nederlanders.

Zeven op de tien Duitsers geven aan Groningen in de komende drie jaar waarschijnlijk wel te bezoeken voor een dagbezoek, de helft voor een korte vakantie. Een lange vakantie en zakenreis naar Groningen staan minder vaak op de planning. Kijkend naar achtergrondkenmerken hebben de volgende groepen een hogere bezoekintentie dan anderen:

Groepen met hogere bezoekintentie

- Duitsers tot 65 jaar
- Gezinnen met kinderen
- Duitsers die de provincie Groningen al eerder hebben gezocht
- Duitsers die vaak op een korte vakantie gaan

Van de Duitsers die Groningen willen bezoeken, wil een derde alleen de stad Groningen bezoeken en twaalf procent alleen de provincie. Vier op de tien willen beide bezoeken. Zes op de tien willen met hun partner naar Groningen komen, vier op de tien met hun familie.

Vakantie- en vrijetijdsgedrag

Acht op de tien Duitsers gaan minstens één keer per jaar op vakantie, waarvan de helft één tot twee keer per jaar op vakantie gaat. Duitsers die gemiddeld vaker op vakantie gaan zullen met een hogere waarschijnlijkheid Groningen bezoeken. Voor een korte vakantie blijft driekwart van de Duitsers binnen Duitsland, maar dit percentage is lager onder Duitsers onder de vijftig jaar.

Voor een lange vakantie gaat ruim de helft naar een bestemming buiten Duitsland, maar binnen Europa. Duitsers die aangeven Groningen waarschijnlijk te gaan bezoeken te komende drie jaar worden onderscheiden door een aantal kenmerken:

Vakantie- en vrijetijdskenmerken Duitsers met bezoekintentie

- Ondernemen vaker dan gemiddeld uitstapjes en activiteiten in de regio van hun (vakantie)bestemming
- Geven relatief vaak aan sociale media als inspiratiebron voor hun nieuwe bestemming te gebruiken (jongeren tussen de 18-29 jaar zelfs als voornaamste inspiratiebron)
- Huren vaker dan gemiddeld een huisje
- Gaan het vaakste met hun partner op vakantie, maar ook vaker dan gemiddeld met hun familie/gezin
- Vinden wandel- en fietsmogelijkheden belangrijker dan gemiddeld, net als de aanwezigheid van activiteiten en attracties, cultureel aanbod, winkelmogelijkheden, de aanwezigheid van natuurgebieden, voldoende vermaak voor de hele familie en bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden

Het vrijetijdsgedrag van Duitsers verschilt ten opzichte van Nederlanders. Duitsers gaan vaker dan Nederlanders winkelen en geven vaker aan uit te gaan.

Imago Groningen

Woorden als ‘Nederland’, ‘winkelen’, ‘grachten’ en ‘natuur’ komen vaak als eerste bij Duitsers op als zij aan Groningen denken. Groningen stad is de meest genoemde bekende plek in de provincie Groningen. Tegenstellingen laten zien dat Duitsers Groningen overwegend makkelijk dan moeilijk te bereiken vinden met de auto en vaker gastvrij dan ongastvrij vinden. Wat opvalt is dat vergeleken met Nederlanders, Duitsers veel minder vaak aangegeven dat ze Groningen rustig vinden. Duitsers zien Groningen voornamelijk als een provincie met leuke horeca en een veelzijdig winkelaanbod. Ook de fietsmogelijkheden worden vaak genoemd.

Belemmeringen en verbeteringen

Voor Duitsers is er geen duidelijke belemmering voor het bezoeken van Groningen, iets meer dan de helft geeft aan geen specifieke reden te hebben om de provincie niet te bezoeken. Wel is de reisafstand voor mensen onder de 50 jaar vaker dan gemiddeld een belemmering. Met name meer bekendheid van wat de provincie te bieden heeft kan de aantrekking van de provincie vergroten. Duitsers onder de 50 jaar geven daarnaast aan meer attracties, meer sportief aanbod en een uitgebreider aanbod voor kinderen te willen.

Mogelijke verbeteringen

- ✓ Meer bekendheid van wat de provincie te bieden heeft
- ✓ Meer attracties
- ✓ Meer sportief aanbod
- ✓ Uitgebreider aanbod voor kinderen

3 Bezoekgedrag en doelgroepen

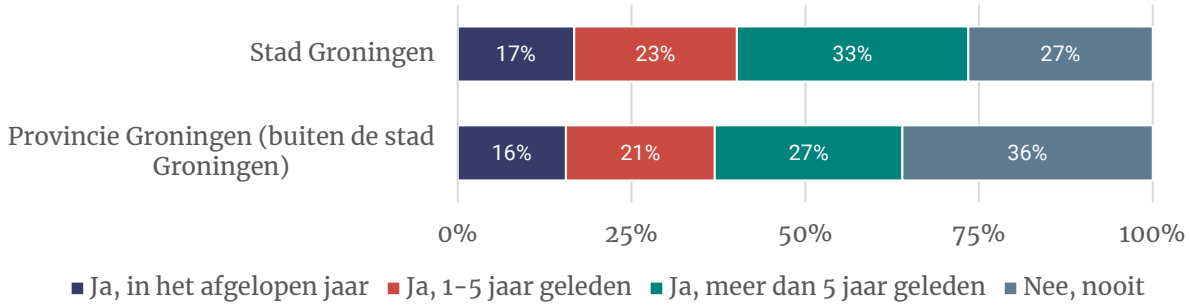
Dit hoofdstuk gaat in op het bezoekgedrag en de bezoekpotentie van Nederlanders aan de provincie Groningen. Vervolgens worden aan de hand van bezoekpotentie kansrijke doelgroepen voor de provincie Groningen onderscheiden.

3.1 Bezoekgedrag

Driekwart van de Nederlanders is in de stad Groningen geweest, twee derde buiten de stad

Driekwart van de Nederlanders (73%) heeft de stad Groningen al eens bezocht, twee derde (64%) bezocht ooit het overige deel van de provincie Groningen (buiten de stad) (Figuur 1). Een kwart (27%) is dus nog nooit in de stad Groningen geweest, een derde (36%) is niet in het overige deel van de provincie geweest.

Figuur 2 Heeft u Groningen al eens bezocht (voor een of meerdere dagen)? (n=3.123)

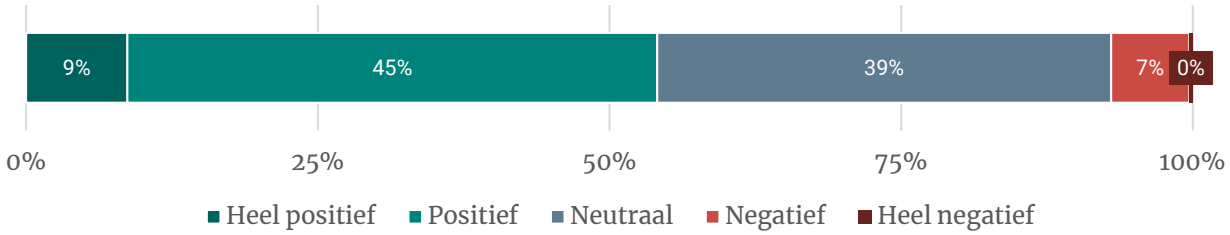


De stad Groningen werd in het afgelopen jaar vaker bezocht door jongeren (18-29 jaar) dan door andere leeftijdsgroepen. Ook werd Groningen (stad en overig provincie) vaker bezocht door bewoners van provincies die relatief dichtbij Groningen liggen (Friesland, Drenthe, Overijssel en Flevoland). Inwoners van Zeeland, Noord-Brabant en Limburg geven vaker aan Groningen (stad en overig provincie) nog nooit bezocht te hebben.

Bezoekers Groningen overwegend positief over Groningen als bestemming

Meer dan de helft van de Nederlanders die de provincie Groningen bezochten (54%) zijn (heel) positief over de provincie Groningen als toeristische bestemming (Figuur 2). Zeven procent is negatief, niemand is heel negatief over de provincie Groningen.

Figuur 3 Wat is uw oordeel over de provincie Groningen als toeristische bestemming? (n=2.519)

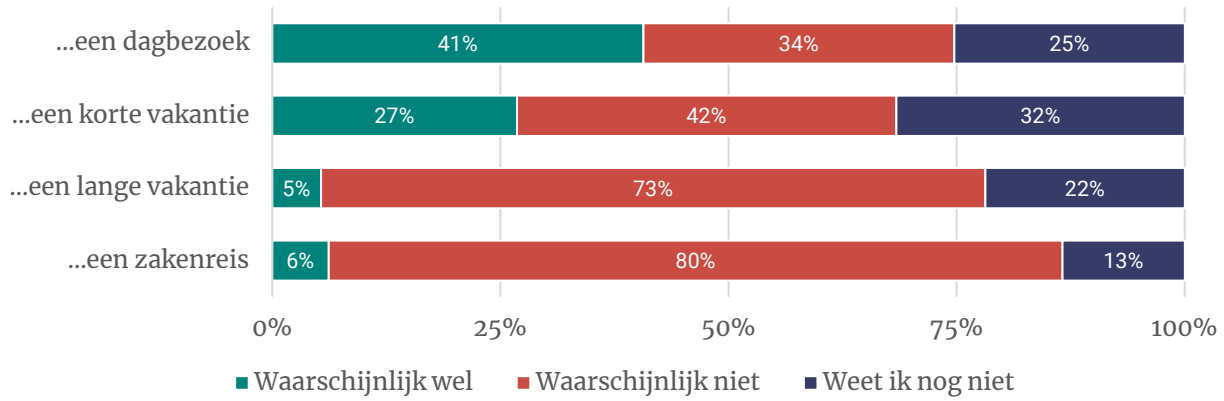


Verbindingszoekers zijn vaker (heel) positief ten opzichte van de meeste andere leefstijlen.

Meeste interesse in dagbezoek aan Groningen

Vier op de tien Nederlanders (41%) geven aan dat zij Groningen de komende drie jaar waarschijnlijk wel gaan bezoeken voor een dagbezoek (Figuur 3). Een kwart (27%) gaat waarschijnlijk voor een korte vakantie naar Groningen, vijf procent voor een lange vakantie en zes procent voor een zakenreis. Het percentage dat een zakelijke reis wil maken is relatief groot vergeleken met het aantal zakelijke reizen dat Nederlanders per jaar maken (zie Figuur 7: 16% maakt 1 of meer keer per jaar een zakelijke reis). Een aanzienlijk deel (13%-32%) weet nog niet of hij/zij Groningen gaat bezoeken in de komende drie jaar.

Figuur 4 Hoe waarschijnlijk is het dat u Groningen bezoekt in de komende 3 jaar voor... (n=3.123)



Nederlanders die nog nooit in de provincie Groningen zijn geweest, hebben minder interesse om Groningen de komende drie jaar te bezoeken vergeleken met Nederlanders die wel eens in Groningen zijn geweest. Inwoners van nabije provincies (Friesland, Drenthe, Overijssel en Flevoland) en de provincie Groningen zelf geven vaker dan inwoners van andere provincies aan waarschijnlijk Groningen te bezoeken voor een dagbezoek de komende drie jaar. Inwoners van provincies relatief ver weg van Groningen (Zuid-Holland, Zeeland, Noord-Brabant en Limburg) geven juist vaker aan Groningen waarschijnlijk niet te bezoeken voor een dagbezoek. Voor een korte of lange vakantie is er geen verschil te zien in bezoekintentie tussen Nederlanders die relatief dichtbij en relatief ver weg van Groningen wonen. Hoe vaker men per jaar op (een korte of lange) vakantie gaat (zie paragraaf 3.1), hoe vaker wordt aangegeven Groningen de komende drie jaar waarschijnlijk te bezoeken.

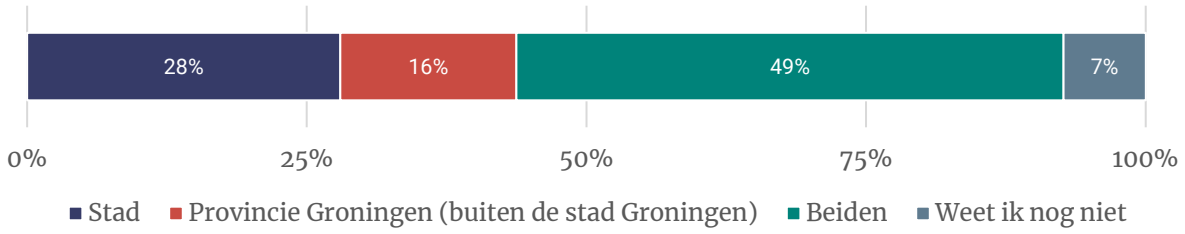
Jongeren (18-29 jaar) geven vaker dan andere leeftijdsgroepen aan Groningen waarschijnlijk te bezoeken voor een dagbezoek. Nederlanders tot 50 jaar geven vaker aan waarschijnlijk niet voor een korte vakantie naar Groningen te gaan. Dit betekent niet per definitie dat de oudere doelgroepen Groningen wel zullen bezoeken; 50-plussers weten vaker nog niet wat de bezoekplannen voor de toekomst zijn. Ook zullen zij minder waarschijnlijk op zakenreis gaan naar Groningen.

Verder geven Avontuurzoekers vaker aan Groningen waarschijnlijk wel te bezoeken voor een dagtrip en zijn Verbindingszoekers en Avontuurzoekers vaker geïnteresseerd in een korte vakantie. Voor Stijlzoekers is het waarschijnlijker dan bij andere leefstijlen dat zij Groningen bezoeken voor een zakenreis.

Helft is van plan stad en overig provincie Groningen te bezoeken

Drie op de tien Nederlanders die Groningen de komende drie jaar waarschijnlijk gaan bezoeken (28%) zijn van plan alleen de stad Groningen te bezoeken, een zesde (16%) alleen overig provincie Groningen (Figuur 4). De helft (49%) is van plan beide te bezoeken.

Figuur 5 Bent u dan van plan de stad of het buitengebied te bezoeken? (n=1.625)

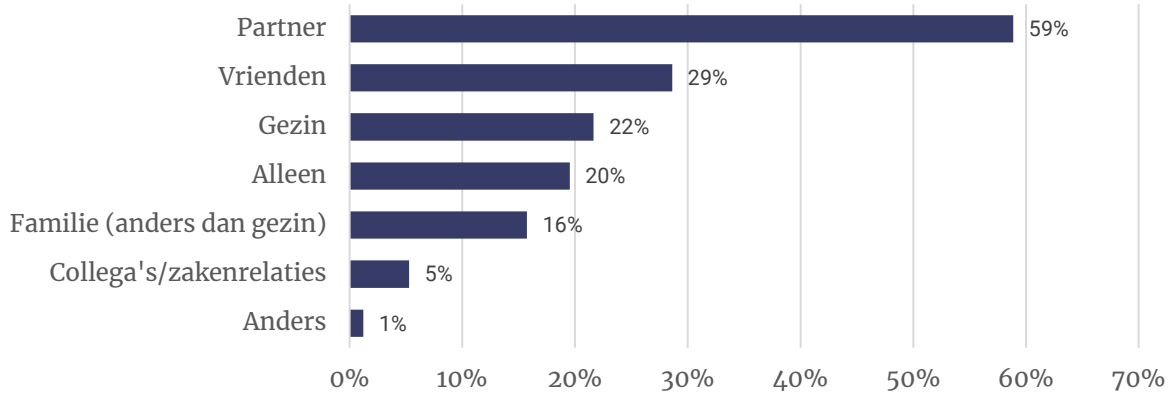


Nederlanders tot 50 jaar geven vaker aan alleen de stad te gaan bezoeken, 50-plussers noemen vaker beide. Stijlzoekers, Harmoniezoekers en Plezierzoekers zijn bovengemiddeld gericht op de stad, Avontuurzoekers vinden zowel stad als overig provincie Groningen interessant.

Meerderheid komt met partner naar Groningen

Zes op de tien Nederlanders die de komende drie jaar waarschijnlijk naar Groningen gaan (59%) willen met hun partner naar Groningen komen (Figuur 5). Drie op de tien (29%) geven aan met vrienden te willen gaan, twee op de tien met het gezin (22%) of alleen (20%). Familie (anders dan gezin) en collega's/zakenrelaties worden minder genoemd.

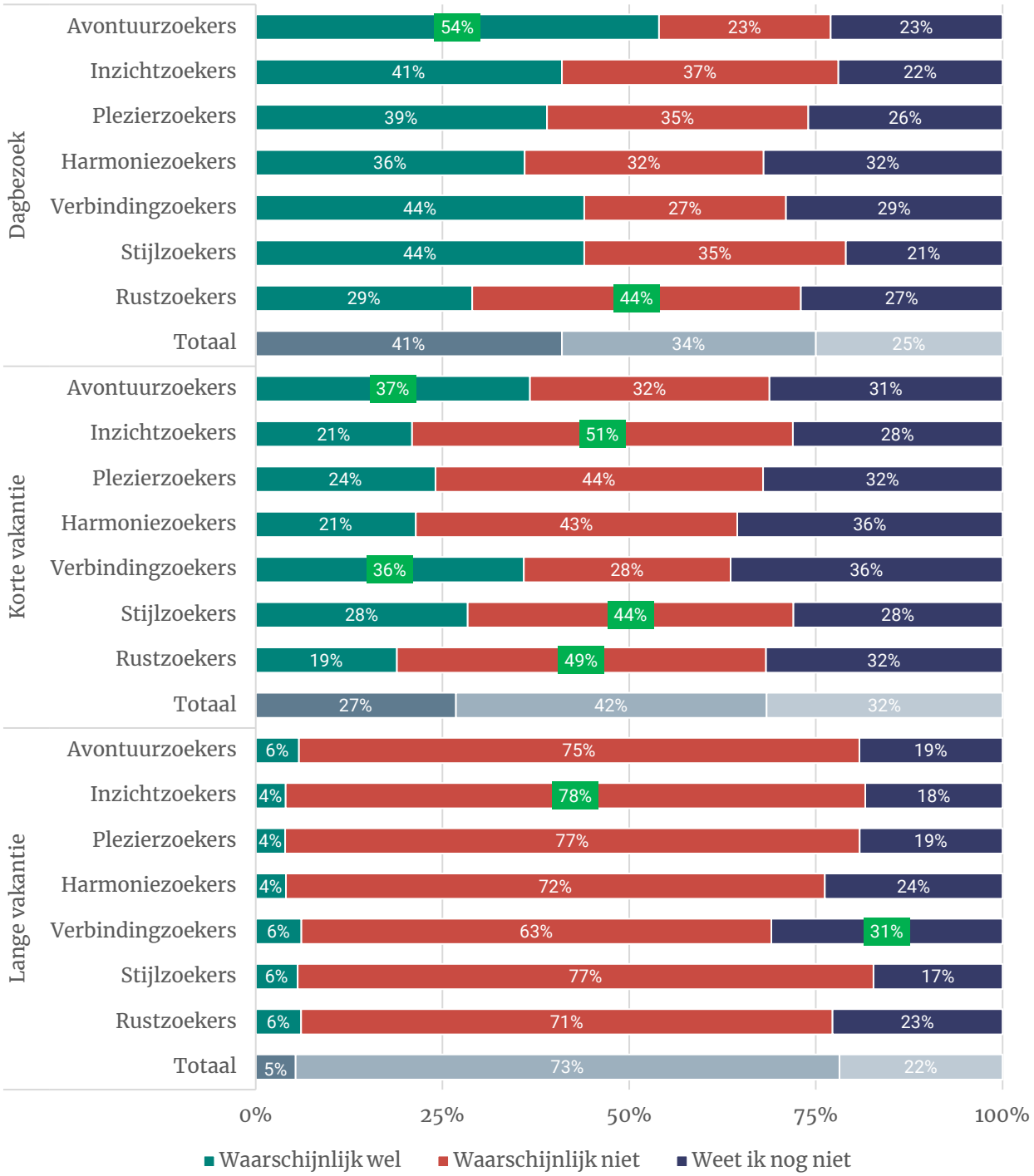
Figuur 6 Met welk gezelschap wilt u naar Groningen komen? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=1.624)



3.2 Doelgroepen

Om kansrijke doelgroepen voor Groningen te selecteren, is gekeken naar leefstijl als variabele (Figuur 7). Uit de analyse blijkt dat voor een dagbezoek aan Groningen, Avontuurzoekers vaker dan gemiddeld (54% waarschijnlijk wel) aangeven Groningen te willen bezoeken. Kijkend naar een korte vakantie, hebben Avontuurzoekers en Verbindingszoekers een hogere interesse dan gemiddeld (resp. 37% en 36% waarschijnlijk wel). Geen enkele leefstijl geeft vaker dan gemiddeld aan voor een lange vakantie naar Groningen te willen, maar Verbindingszoekers geven wel vaker aan het nog niet te weten (31% weet ik nog niet).

Figuur 7 Bezoekintentie per leefstijl, afgezet tegen het totaalcijfer. Groen = significant hogere uitkomst dan totaal



Op basis van deze gegevens zijn Avontuurzoekers[4] en Verbindingszoekers[5] geselecteerd als kansrijke doelgroepen voor de provincie Groningen. In de rest van het rapport worden deze twee doelgroepen uitgelicht naast de algemene resultaten.

---

[4] *Avontuurzoekers – Leefstijlvinder*
[5] *Verbindingszoekers – Leefstijlvinder*

4 Vakantie- en vrijetijdsgedrag

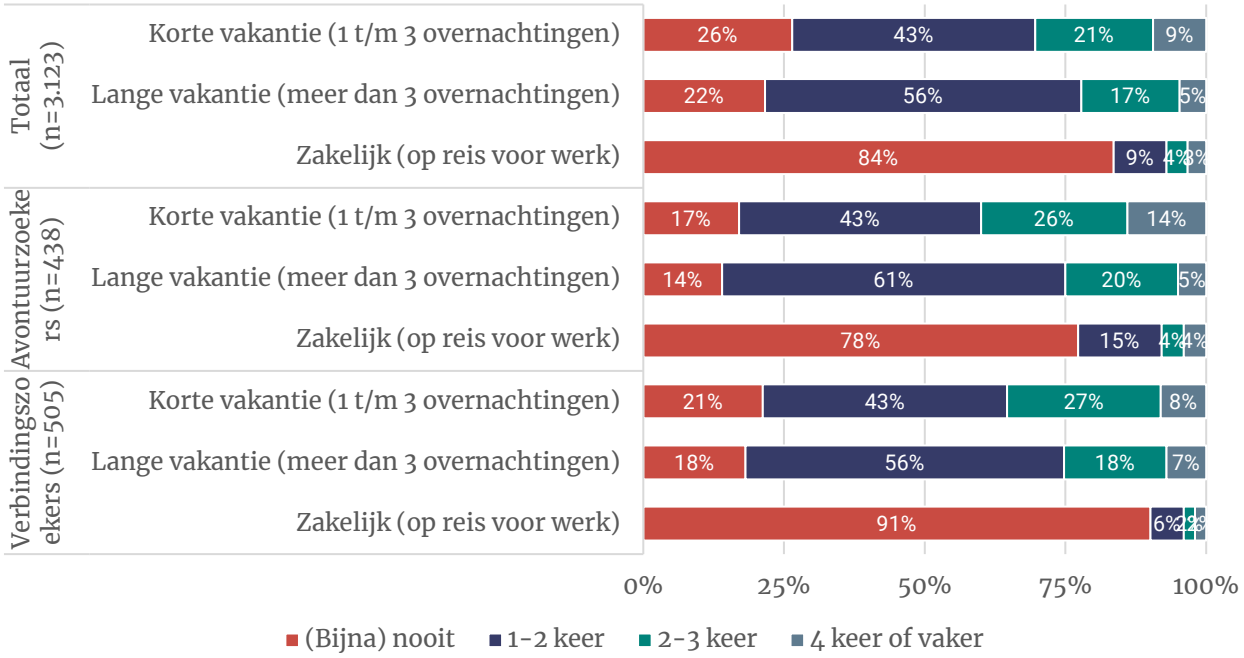
Dit hoofdstuk beschrijft het vakantiegedrag van Nederlanders in het algemeen, hun voorkeuren voor type vakanties en hun inspiratiebronnen en belangrijke aspecten bij het kiezen van een vakantie. Daarnaast gaat het hoofdstuk in op het vakantiegedrag en de vakantievoorkeuren van de in hoofdstuk 2 benoemde kansrijke doelgroepen: de Avontuurzoekers en Verbindingszoekers.

4.1 Vakantiegedrag en -voorkeuren

Grootste deel van Nederlanders gaat één tot twee keer per jaar op vakantie

Het grootste deel van de Nederlanders gaat één tot twee keer per jaar op vakantie (korte vakantie: 43%; lange vakantie: 56%) (Figuur 8, zie totaal). Een kwart van de Nederlanders (26%) gaat (bijna) nooit op een korte vakantie, een vijfde (22%) bijna nooit op een lange vakantie. De meeste Nederlanders (84%) gaan (bijna) nooit op zakenreis.

Figuur 8 Hoe vaak gaat u gemiddeld per jaar op vakantie?



De Avontuurzoekers en Verbindingszoekers zijn leefstijlgroepen die, vergeleken met het gemiddelde, vaker op vakantie gaan. Een kenmerk dat bevestigd dat deze groepen interessant zijn voor de provincie Groningen, omdat uit de resultaten (paragraaf 2.1) blijkt dat mensen die vaker op vakantie gaan, ook eerder/vaker naar Groningen gaan.

Korte vakantie vaak binnen Nederland, lange vakantie in het buitenland

Nederlanders die wel eens op vakantie gaan blijven voor een korte vakantie vaak binnen Nederland (71%) (Tabel 1, zie totaal). Een lange vakantie vindt daarentegen meestal buiten Nederland, maar binnen Europa plaats (70%). Een tiende (11%) gaat voor een lange vakantie meestal naar een bestemming buiten Europa. De bestemming van zakelijke reizen is vooral verdeeld tussen Nederland (42%) en Europa (48%).

Tabel 1 Waar gaat u meestal naartoe op vakantie?

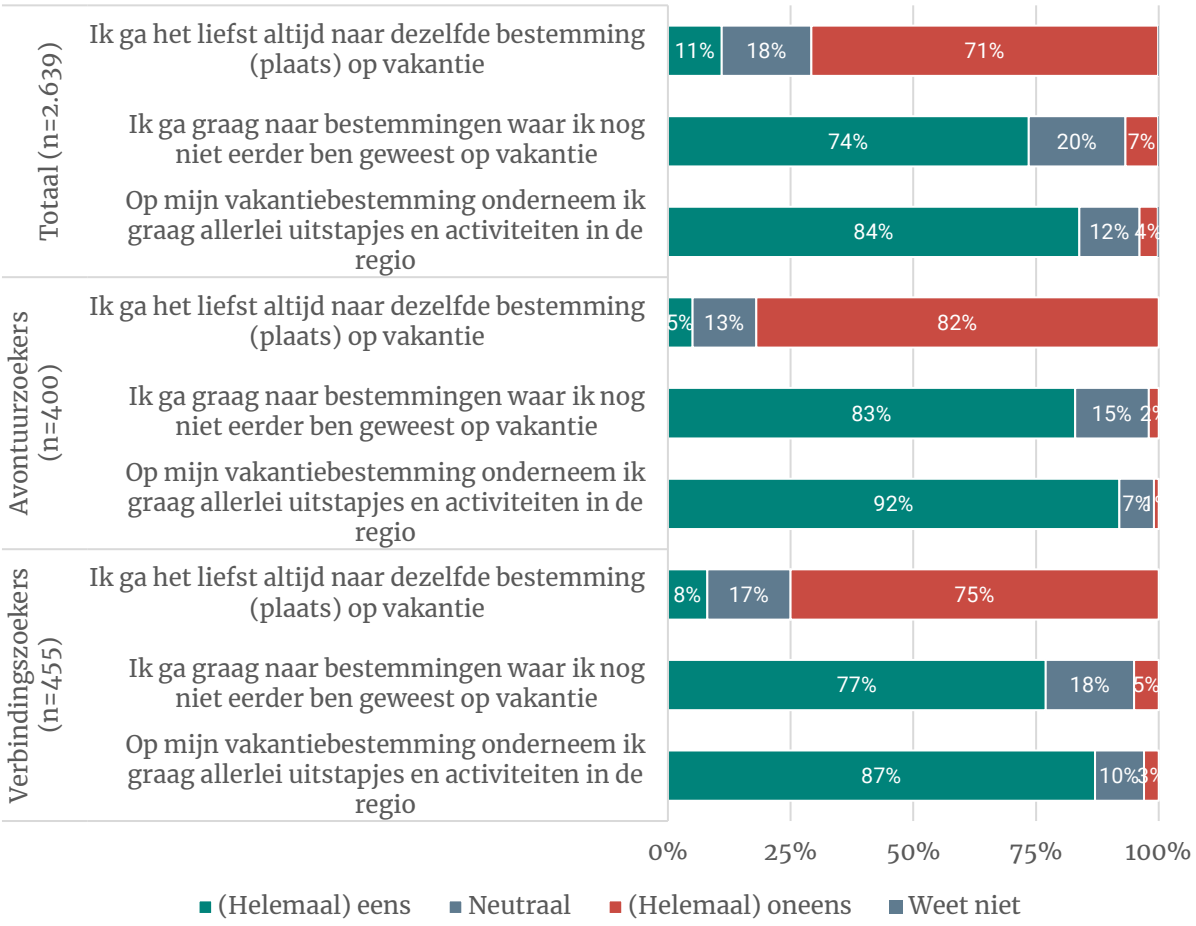
		Binnen Nederland	Europa (buiten Nederland)	Buiten Europa
Totaal (n=2.260)	Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen)	71%	28%	1%
	Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	18%	70%	11%
	Zakelijk (op reis voor werk)	42%	48%	10%
Avontuurzoekers (n=375)	Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen)	71%	29%	0%
	Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	12%	75%	13%
	Zakelijk (op reis voor werk)	49%	44%	8%
Verbindingszoekers (n=405)	Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen)	80%	19%	1%
	Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	23%	70%	8%
	Zakelijk (op reis voor werk)	53%	33%	13%

Verbindingszoekers blijven vaker dan gemiddeld binnen Nederland, zowel voor een korte als lange vakantie. Ook dit is een kenmerk dat de potentie van deze doelgroep voor een bezoek aan de provincie Groningen bevestigd.

Meerderheid onderneemt graag activiteiten tijdens vakantie

De meeste vakantiegangers (84%) ondernemen op hun vakantiebestemming graag uitstapjes en activiteiten in de regio (Figuur 8, zie totaal). Slechts vier procent doet dit niet. Driekwart (74%) gaat graag naar bestemmingen op vakantie waar hij of zij nog niet eerder is geweest. Een tiende (11%) gaat het liefst altijd naar dezelfde bestemming op vakantie.

Figuur 8 In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen?

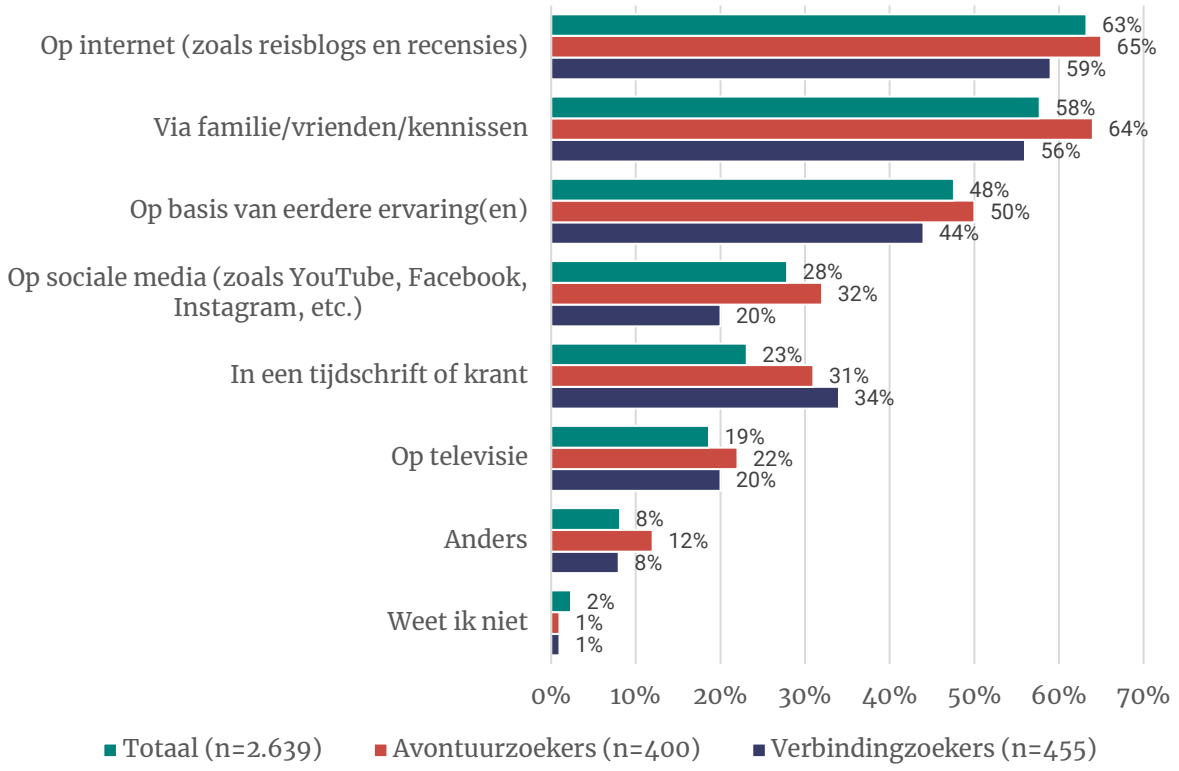


Avontuurzoekers gaan vaker dan gemiddeld naar nieuwe bestemmingen op vakantie. Ook ondernemen zij vaker uitstapjes en activiteiten in de regio van hun bestemming.

Internet grootste inspiratiebron

Twee derde van de Nederlanders (63%) vindt inspiratie voor een nieuwe vakantiebestemming op internet, bijvoorbeeld via reisblogs of recensies (Figuur 9). Zes op de tien (58%) doen inspiratie op bij familie, vrienden of kennissen en de helft (48%) kiest hun vakantiebestemming op basis van eerdere ervaring(en). Andere bronnen worden minder vaak genoemd.

Figuur 9 Hoe komt u aan inspiratie voor een nieuwe vakantiebestemming?

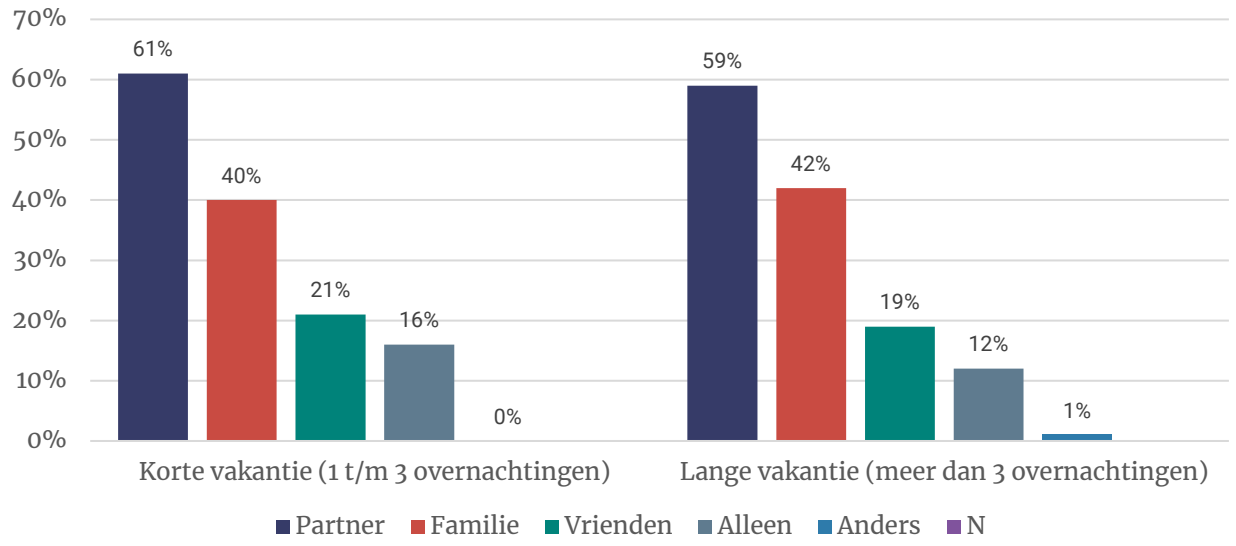


Zowel Avontuurzoekers als Verbindingszoekers noemen het internet als voorname inspiratiebron, gevolgd door familie/vrienden/kennissen. Binnen de twee doelgroepen worden deze twee voorname inspiratiebronnen vaker genoemd door jongere mensen (18-39). Avontuurzoekers noemen familie/vrienden/kennissen, sociale media en tijdschrift of krant vaker dan gemiddeld. Ook Verbindingszoekers geven vaker dan gemiddeld aan hun inspiratie te halen uit een tijdschrift of krant.

Meerderheid gaat met partner op vakantie

Zowel tijdens een korte als een lange vakantie gaat de meerderheid (resp. 60% en 57%) van de Nederlanders op vakantie met hun partner (Figuur 10). Dit is in lijn met de uitkomsten in Figuur 5 (met wie men van plan is naar Groningen te gaan). Een korte vakantie wordt iets vaker met vrienden ondernomen (28%) dan een lange vakantie (20%). Een kwart gaat met het gezin op vakantie, zowel een korte (26%) als lange vakantie (28%).

Figuur 10 Met wie gaat u meestal op vakantie? (meerdere antwoorden mogelijk) (korte vakantie: n=2.260; lange vakantie: n=2.402)



Avontuurzoekers gaan het vaakst met hun partner op vakantie (57%), maar ook relatief vaak met vrienden (37% op een korte vakantie, 24% op een lange vakantie) of alleen (20% op een korte vakantie, 19% op een lange vakantie) (Tabel 2). Verbindingszoekers gaan meestal met hun partner op vakantie (70% op een korte vakantie, 69% op een lange vakantie).

Tabel 2 Met wie gaat u meestal op vakantie? (meerdere antwoorden mogelijk)

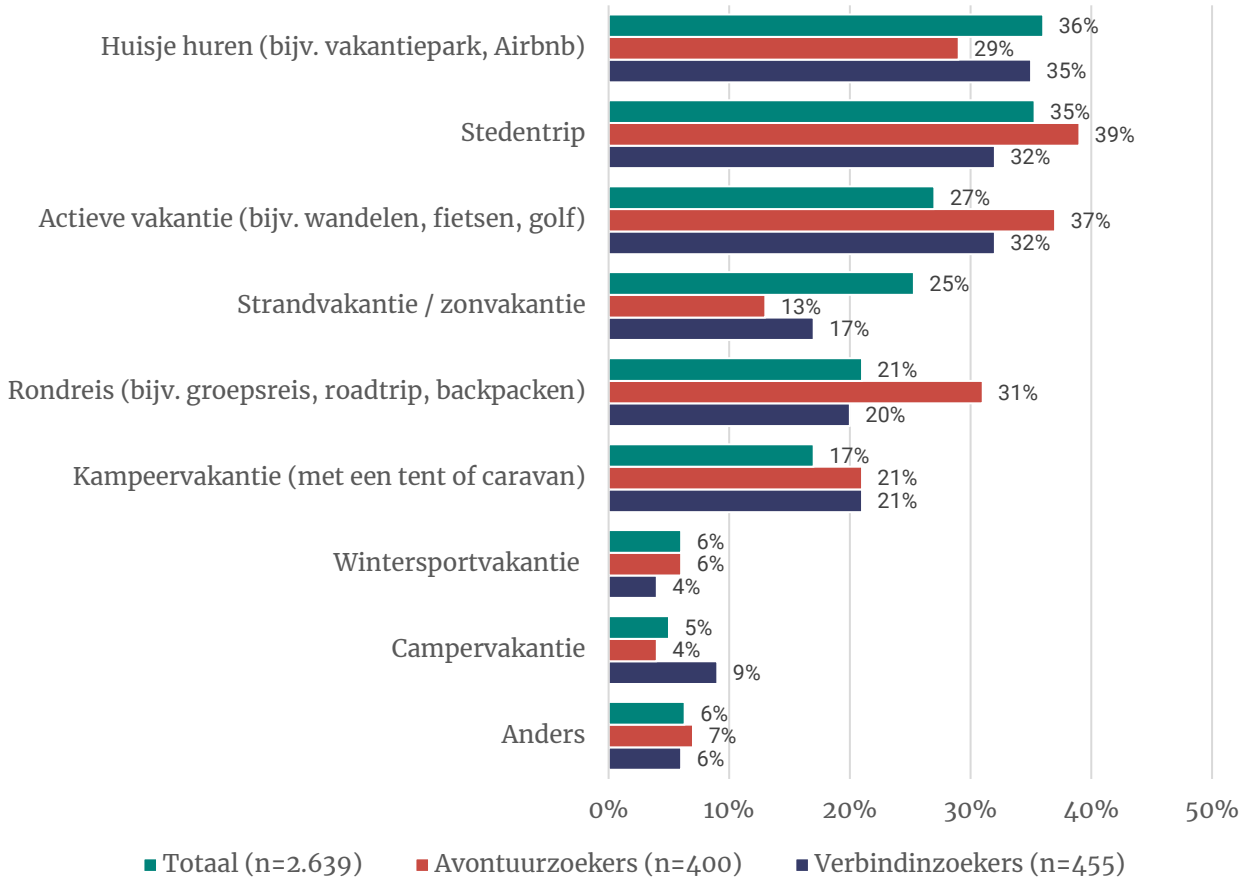
Korte vakantie	Avontuurzoekers (n=360)	Verbindingszoekers (n=394)
Partner	57%	70%
Gezin	18%	18%
Vrienden	37%	25%
Familie (anders dan gezin)	16%	16%
Alleen	20%	7%
Anders	1%	1%

Lange vakantie	Avontuurzoekers (n=360)	Verbindingszoekers (n=394)
Partner	57%	69%
Gezin	20%	18%
Vrienden	24%	19%
Familie (anders dan gezin)	12%	14%
Alleen	19%	5%
Anders	3%	1%

Actieve vakantie en stedentrip meeste voorkeur

Een derde van de Nederlanders heeft de voorkeur voor het huren van een huisje tijdens hun vakantie (36%) of een stedentrip (35%) (Figuur 11). Een kwart gaat graag op een actieve vakantie (27%) of strand/zonvakantie (25%). Dit laatste type vakantie is minder van toepassing in de provincie Groningen en wordt het vaakst genoemd door Nederlanders tot 50 jaar en gezinnen met kinderen. Een vijfde van de Nederlanders (21%) maakt graag een rondreis. Een wintersportvakantie (6%) of campervakantie (5%) is minder populair.

Figuur 11 Welk type vakantie heeft uw voorkeur?

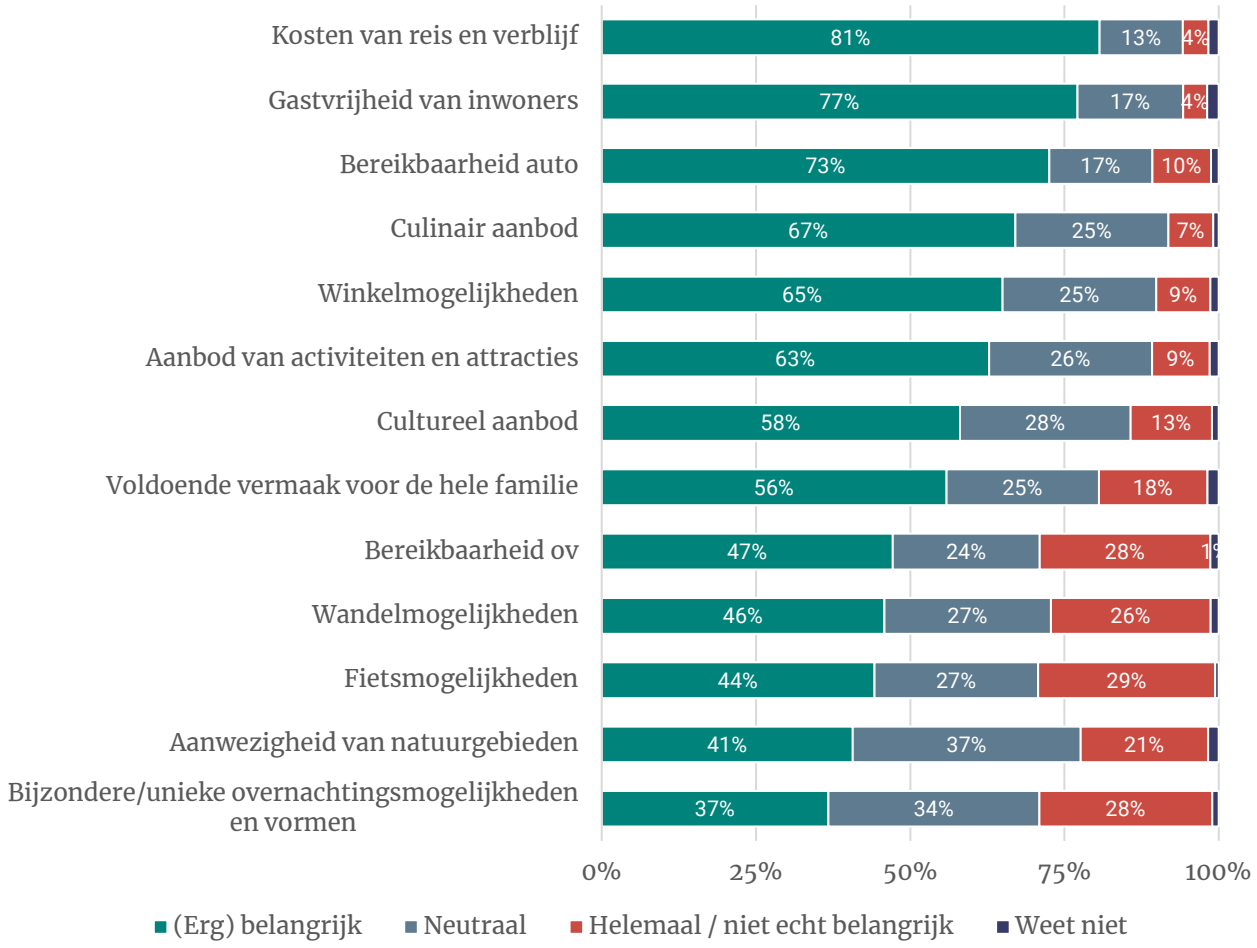


Avontuurzoekers hebben een lichte voorkeur voor een stedentrip (39%), maar gaan ook graag op een actieve vakantie (37%) of rondreis (31%). Verbindingszoekers huren het liefste een huisje (35%), maar gaan ook graag op een actieve vakantie of stedentrip (beide 32%). Een strand/zonvakantie wordt door beide leefstijlgroepen relatief minder vaak genoemd.

Kosten van reis en verblijf en aanwezigheid natuur belangrijkste aspecten

Driekwart van de Nederlanders vindt de kosten van de reis en het verblijf (77%) en de aanwezigheid van natuurgebieden (74%) belangrijke aspecten bij het kiezen van een bestemming (Figuur 12). Zeven op de tien (70%) geven aan dat de bereikbaarheid met de auto belangrijk is. Ook wandelmogelijkheden (66%), gastvrijheid van inwoners (59%), culinair aanbod (55%) en cultureel aanbod (53%) wordt door meer dan de helft als belangrijk gezien. Bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden staat onderaan, maar wordt alsnog door een kwart van de respondenten (23%) als belangrijk aspect gezien.

Figuur 12 Hoe belangrijk vindt u bepaalde aspecten bij het kiezen van een bestemming (zowel voor een dagje uit als een vakantie)? (n=3.123)



Avontuurzoekers en Verbindingszoekers vinden de aanwezigheid van natuurgebieden en wandelmogelijkheden vaker dan gemiddeld (erg) belangrijk (resp. 87% en 84%) (Tabel 3). Avontuurzoekers vinden cultureel aanbod vaker dan andere leefstijlgroepen belangrijk (79%). Ondanks dat het niet in de top vijf van belangrijkste aspecten staat, hechten Verbindingszoekers (voornamelijk 40-plussers) ook meer belang dan gemiddeld aan fietsmogelijkheden. Ook Avontuurzoekers van 65+ vinden fietsmogelijkheden belangrijk. Avontuurzoekers vinden de bereikbaarheid met de auto minder belangrijk dan andere leefstijlgroepen, maar de bereikbaarheid met het openbaar vervoer (vooral 18-39 jarigen) juist belangrijker. Kosten van de reis en het verblijf is voor Avontuurzoekers en Verbindingszoekers jonger dan 40 jaar belangrijker dan voor 40-plussers.

Tabel 3 Top 5 belangrijke aspecten Avontuurzoekers (n=438) en Verbindingszoekers (n=505)

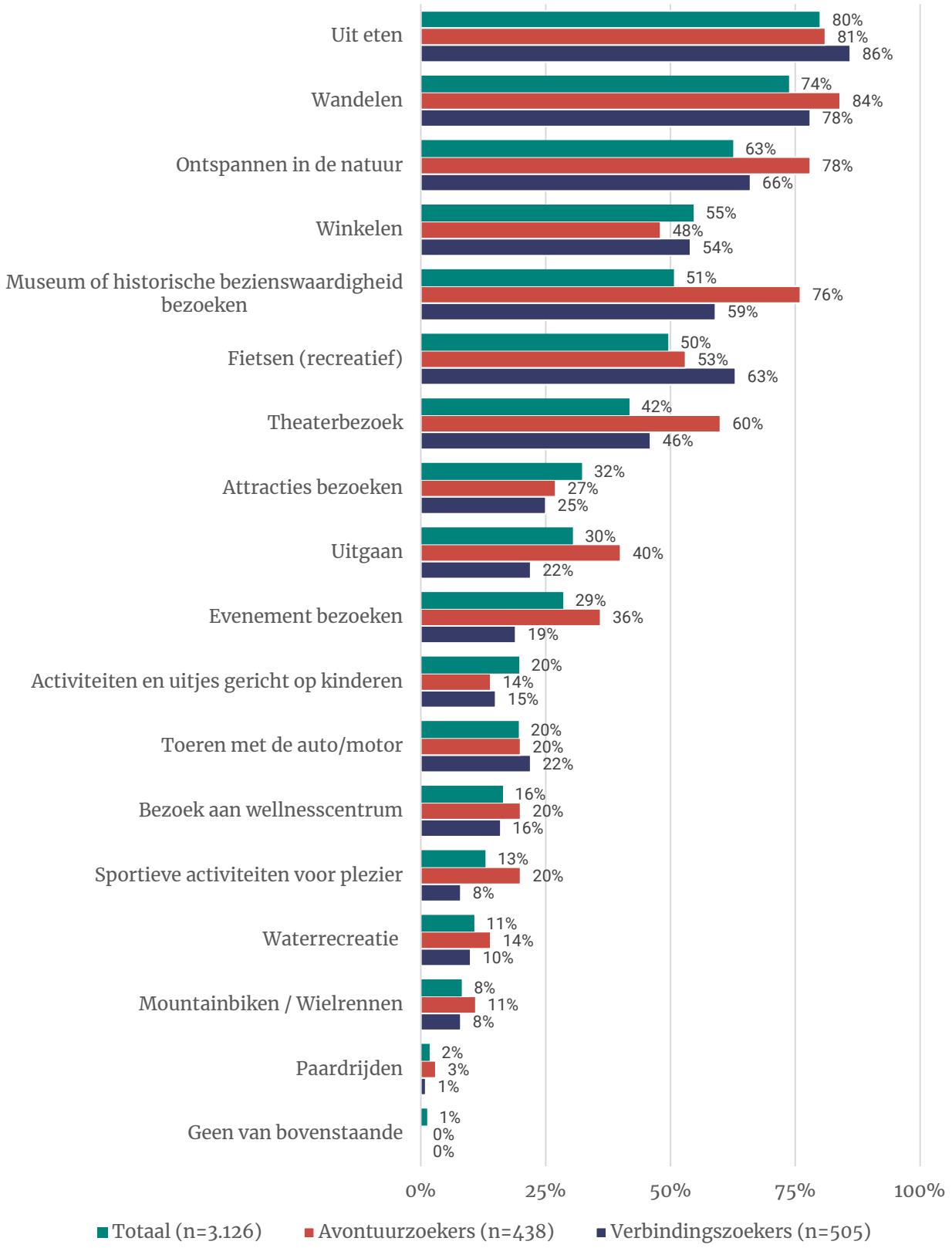
Top 5 Avontuurzoekers	% (erg) belangrijk	Top 5 Verbindingszoekers	% (erg) belangrijk
Aanwezigheid van natuurgebieden	87%	Aanwezigheid van natuurgebieden	84%
Cultureel aanbod	79%	Bereikbaarheid auto	78%
Kosten van reis en verblijf	79%	Wandelmogelijkheden	76%
Wandelmogelijkheden	78%	Kosten van reis en verblijf	76%
Gastvrijheid van inwoners	59%	Gastvrijheid van inwoners	68%

4.2 Vrijetijdsgedrag

Meeste mensen gaan meer dan één keer per jaar uit eten en/of wandelen

Nederlanders is in de enquête gevraagd welke activiteiten zij vaker dan één keer per jaar in hun vrije tijd ondernemen (Figuur 13). Acht op de tien (80%) gaan vaker dan één keer per jaar uit eten, wandelen wordt door driekwart (74%) genoemd. Twee derde (63%) gaat wel eens ontspannen in de natuur. De helft noemt winkelen (55%), het bezoeken van een museum of historische bezienswaardigheid (51%) en recreatief fietsen (50%) als activiteit die zij vaker dan één keer per jaar ondernemen.

Figuur 13 Welke activiteiten onderneemt u vaker dan één keer per jaar in uw vrije tijd? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=3.123)



Avontuurzoekers geven vaker dan gemiddeld aan dat ze ontspannen in de natuur, wandelen, een museum of historische bezienswaardigheid bezoeken en een theater bezoeken. Verbindingszoekers gaan vaker recreatief fietsen. Kijkend naar Verbindingszoekers worden veel activiteiten vaker ondernomen door Verbindingszoekers tussen de 18 en 39 jaar. Bij Avontuurzoekers is dit verschil ook te zien, maar in mindere mate dan bij Verbindingszoekers.

NVTO

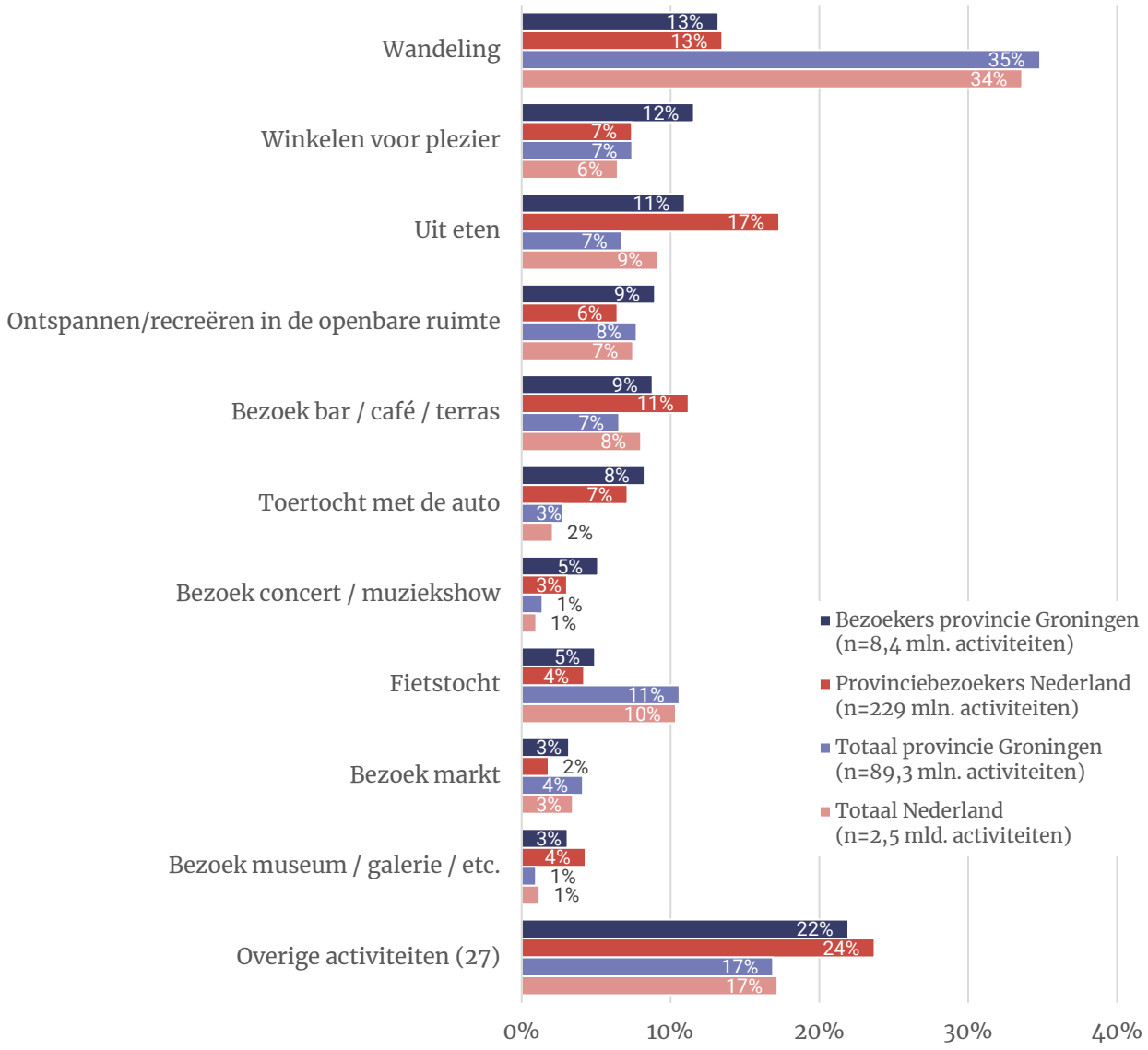
Naast bovenstaande resultaten uit de enquête gaan we in deze paragraaf nader in op resultaten uit het Nederlands Vrijetijdsonderzoek (NVTO), het landelijke vrijetijdsonderzoek dat in 2022/2023 heeft plaatsgevonden[6]. Figuur 14 toont het aandeel van de tien meest ondernomen vrijetijdsactiviteiten door bezoekers van de provincie Groningen (niet woonachtig in de provincie) en een restcategorie (de 27 overige vrijetijdsactiviteiten die in het NVTO zijn gedefinieerd), afgezet tegen het Nederlandse gemiddelde van provinciebezoekers. Daarnaast toont de figuur het totaal aan ondernomen activiteiten in de provincie Groningen (inclusief eigen inwoners) en Nederland.

De provincie Groningen wordt door bezoekers van buiten de provincie in verhouding vaak bezocht om te winkelen voor plezier (12% ten opzichte van 7%), voor ontspannen/recreëren in de openbare ruimte (+3%-punt) en voor bezoek van een concert/muziekshow (+2%-punt). De provincie is relatief weinig in trek als horecabestemming. Zo komen bezoekers vooral minder vaak naar Groningen om uit eten te gaan (-6%-punt) en is ook het aandeel dat een bar/café/terras bezoekt lager dan het gemiddelde in Nederlandse provincies (-2%punt).

Ook wanneer we kijken naar het totaal aan ondernomen activiteiten in de provincie Groningen (dus inclusief eigen inwoners) zien we dat men naar verhouding weinig uit eten gaat in Groningen (-2%-punt). Wandelen, in totaal met afstand de meest ondernomen vrijetijdsactiviteit, wordt in Groningen iets vaker gedaan dan gemiddeld in Nederland (+1%-punt).

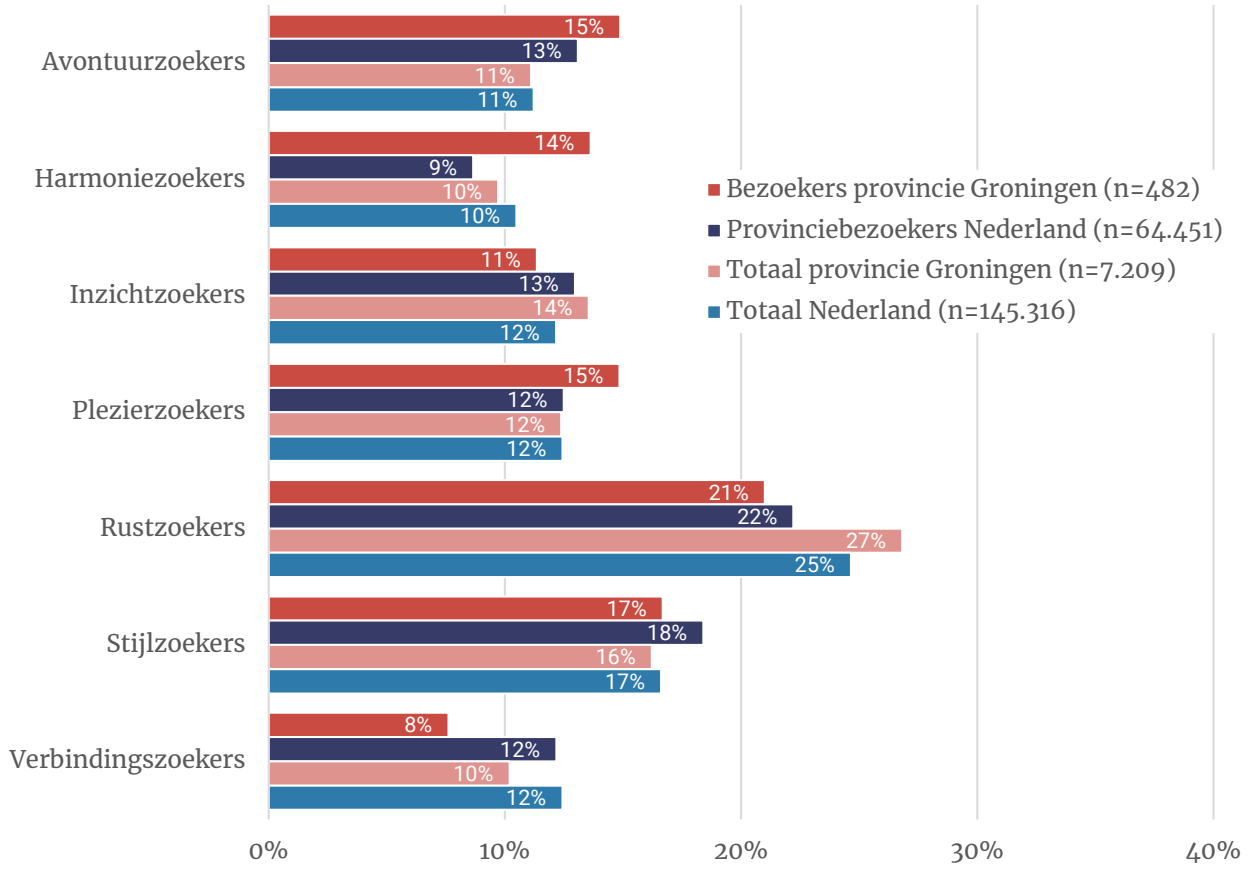
[6] *Opdrachtgever NBTC*

Figuur 14 Aandeel van ondernomen vrijetijdsactiviteiten in provincie Groningen en Nederland, naar herkomstsituatie (bron: NVTO 2022/2023, NBTC)



Het NVTO biedt ook inzicht in het leefstijlprofiel van recreanten in de provincie Groningen, ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Figuur 15 toont deze voor vier verschillende schaalniveaus, waarbij de percentagebasis het aantal activiteiten is. Recreanten die meerdere activiteiten hebben ondernomen zijn hierbij dus meerdere keren meegeteld.
Recreanten in Groningen blijken in verhouding vaker dan gemiddeld in Nederland Rustzoekers en Inzichtzoekers (beide +2%-punt) en minder vaak Verbindingszoekers (-2%-punt). Specifiek gelet op bezoekende recreanten (dus exclusief inwoners) trekt Groningen juist bovengemiddeld veel Harmoniezoekers ten opzichte van de gemiddelde Nederlandse provincie (+5%-punt). Daar tegenover zijn er ook onder bezoekers relatief weinig Verbindingszoekers in Groningen (-4%-punt).

Figuur 15 Leefstijlen van recreanten bij ondernomen vrijetijdsactiviteiten in provincie Groningen en Nederland, naar herkomstsituatie (bron: NVTO 2022/2023, NBTC)



In het NVTO gaat het om dagrecreatie, verblijfsbezoeken worden buiten beschouwen gelaten. Hierin verschilt de methodiek van het NVTO met het huidige bezoekersonderzoek, waarbij het laatste dus een brede doelgroep betreft. Beide onderzoeken laten zien dat Avontuurzoekers (bovenmatig) naar Groningen trekken voor een dagbezoek. Het huidige onderzoek herkent daarnaast de Verbindingszoeker als interessante doelgroep, met name voor een (korte) vakantie. De overige kenmerken en voorkeuren van deze leefstijlgroepen zoals beschreven in dit hoofdstuk sluiten daarnaast ook aan bij de kenmerken en mogelijkheden van de provincie Groningen, wat deze doelgroep een interessante (toekomstige) doelgroep voor de provincie maakt.

5 Imago Groningen

Hoofdstuk 4 gaat in op het algemene imago van de provincie Groningen en het imago van de provincie als bestemming onder Nederlanders. Daarnaast gaat het hoofdstuk in op het imago van Groningen onder de in hoofdstuk 2 benoemde kansrijke doelgroepen: de Avontuurzoekers en Verbindingszoekers. Het hoofdstuk eindigt met een analyse van de interesse in een aantal verhalen/thema's.

5.1 Indruk

Eerste associaties Groningen

Aan Nederlanders is gevraagd wat er als eerste in hen opkomt als ze denken aan Groningen (Figuur 16). Deze antwoorden zijn vervolgens gecategoriseerd in thema's[7]. Het thema dat het meeste werd genoemd is 'aardbevingen', gevolgd door '(aard)gas'. Op nummer drie staat 'ver (weg)'. Andere thema's die veel werden genoemd zijn 'stad Groningen', 'studenten', 'ruimte', 'wadden', 'rust', 'vlak/weids' en 'noordelijk'.

Figuur 16. Wat komt er als eerst bij u op als u denkt aan de provincie Groningen? (Maximaal 3 steekwoorden) (n=2.844)

[7] *Categorisatie vond plaats met behulp van de AI-tool Ipsos Facto. De tool ondersteunt bij de opschoning van de open antwoorden, herkenning van thema's en het identificeren van het volume van de thema's. Deze input is gebruikt voor de creatie van woordwolken (figuur 16 en 17).*

Groningen (stad) bekendste plek

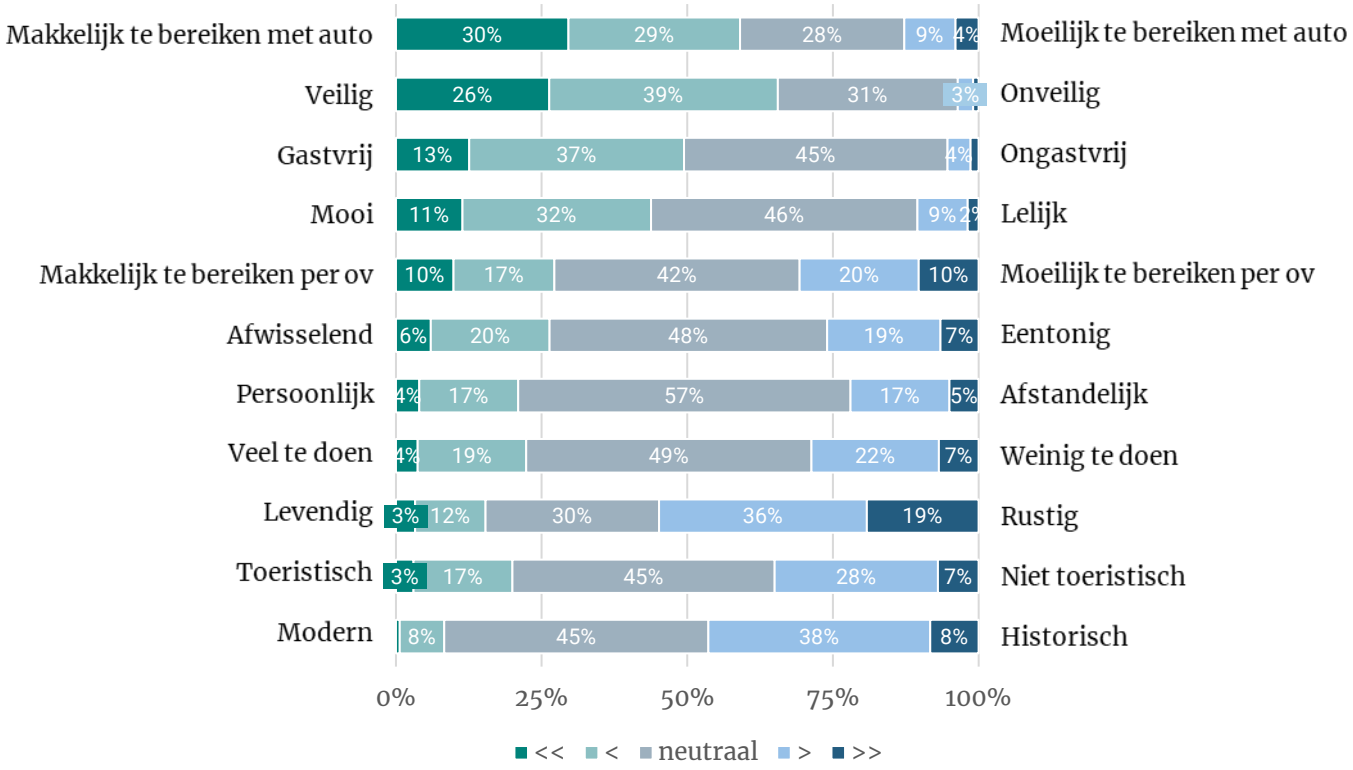
Nederlanders is ook gevraagd welke plekken om te bezoeken in de provincie Groningen zij kunnen opnoemen (Figuur 17). De Martinitoren werd het meest genoemd, gevolgd door de stad Groningen en Bourtange. Andere plekken die veel werden genoemd zijn het Groninger museum, Pieterburen, de Wadden(zee), Delfzijl, Lauwersmeer, Appingedam en Lauwersoog.

Figuur 17. Welke plekken om te bezoeken in de provincie Groningen kunt u opnoemen? Denk aan attracties, musea, natuurgebieden, historische stadjes. U kunt uw antwoord beperken tot maximaal 10 plekken. (n=2.314)

Nederlanders vinden Groningen veilig en makkelijk te bereiken met de auto

Nederlanders hebben op een vijfpuntschaal aangegeven in welke mate zij bepaalde tegenstellingen bij de provincie Groningen vinden passen (Figuur 18). Bij sommige aspecten komen de tegenstellingen duidelijker naar voren dan bij andere. De tegenstellingen die het sterkst naar voren komen zijn dat Nederlanders Groningen overwegend makkelijk dan moeilijk vinden te bereiken met de auto en beduidend vaker veilig dan onveilig vinden. Daarnaast vindt men Groningen vooral rustig in plaats van levendig, niet toeristisch en eerder historisch dan modern.

Figuur 18 In welke mate vindt u onderstaande tegenstellingen passen bij de provincie Groningen? (n=3.123)



Nederlanders die Groningen al eens hebben bezocht of die uit de dichtbij liggende provincies komen, neigen vaker dan anderen naar aspecten als levendig, gastvrij, veel te doen en persoonlijk. Verder kijken omliggende provincies vaak positiever naar Groningen vergeleken met overige provincies, die neutraler zijn. Omliggende provincies vinden Groningen bijvoorbeeld vaker levendig en afwisselend, er is overwegend veel te doen volgens hen. Ook vinden inwoners van omliggende provincies Groningen vaker gastvrij en mooi. Overige provincies hebben vaker een beeld dat het rustig is en er weinig te doen is.

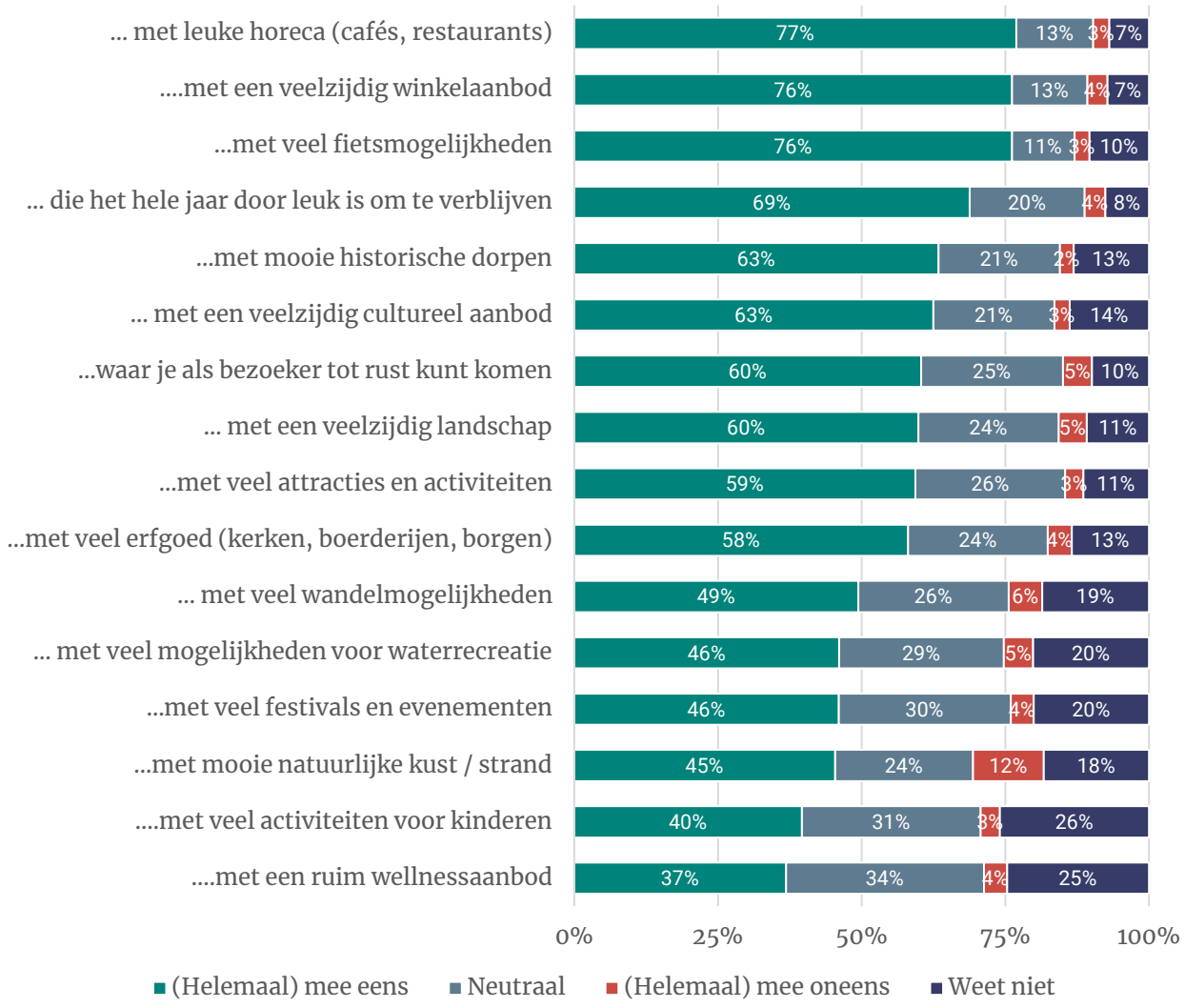
Inzichtzoekers (voornamelijk Inzichtzoekers onder de 65 jaar) geven aan Groningen rustig te vinden. Avontuurzoekers en in mindere mate Verbindingszoekers vinden Groningen vaker een mooie provincie dan andere leefstijlen. Verder zien deze twee leefstijlen Groningen overwegend als een gastvrije provincie. Verbindingszoekers vinden Groningen ook vaker historisch. Avontuurzoekers onder de 65 jaar vinden de provincie Groningen vaker historisch dan

Avontuurzoekers van 65-plus. Een ander verschil binnen leeftijdsgroepen is te zien in de tegenstelling toeristisch- niet-toeristisch. Zowel Avontuurzoekers als Verbindingszoekers jonger dan 40 jaar zien de provincie Groningen vaker als niet-toeristisch dan Nederlanders ouder dan 40 jaar binnen deze twee leefstijlen.

Groningen gezien als provincie om tot rust te komen

Twee derde van de Nederlanders (66%) zien de provincie Groningen als een provincie waar je als bezoeker tot rust kunt komen (Figuur 19). Zes op de tien zien Groningen als een provincie met veel erfgoed (61%), veel fietsmogelijkheden (59%), veel wandelmogelijkheden (57%) en mooie historische dorpen (56%). De helft (51%) vindt dat Groningen veel leuke horeca heeft. Andere aspecten worden minder vaak genoemd. Nederlanders zien Groningen niet zozeer als provincie met veel activiteiten voor kinderen (10% mee eens) en een ruim wellnessaanbod (8% mee eens). Op alle stellingen antwoord een substantieel deel 'weet niet', variërend van 18 tot 66 procent.

Figuur 19 In hoeverre bent u het eens met onderstaande stellingen? Groningen is een provincie... (n=3.123)



Nederlanders die al eens in Groningen zijn geweest, zijn het vaker eens met alle stellingen dan Nederlanders die nog nooit in Groningen zijn geweest. Dat geldt ook voor inwoners van

omliggende provincies en inwoners uit Groningen zelf, behalve over de stelling dat Groningen een mooie, natuurlijke kust heeft. Groningers zijn het hiermee juist vaker (helemaal) oneens.

De top 5 van Avontuurzoekers en Verbindingszoekers over het beeld dat zij van Groningen als bestemming hebben komt overeen met het gemiddelde (Tabel 4). Wel is te zien dat Avontuurzoekers vaker dan andere leefstijlgroepen vinden dat Groningen veel wandelmogelijkheden, veel historische dorpen en een mooie, natuurlijke kust heeft. Verbindingszoekers denken vaker dat Groningen veel fietsmogelijkheden heeft, een veelzijdig landschap en veel erfgoed. Avontuurzoekers en Verbindingszoekers onder de 40 jaar geven bij een aantal stellingen vaker 'weet ik niet' aan dan 40-plussers.

Tabel 4 Top 5 Avontuurzoekers (n=438) en Verbindingszoekers (n=505)

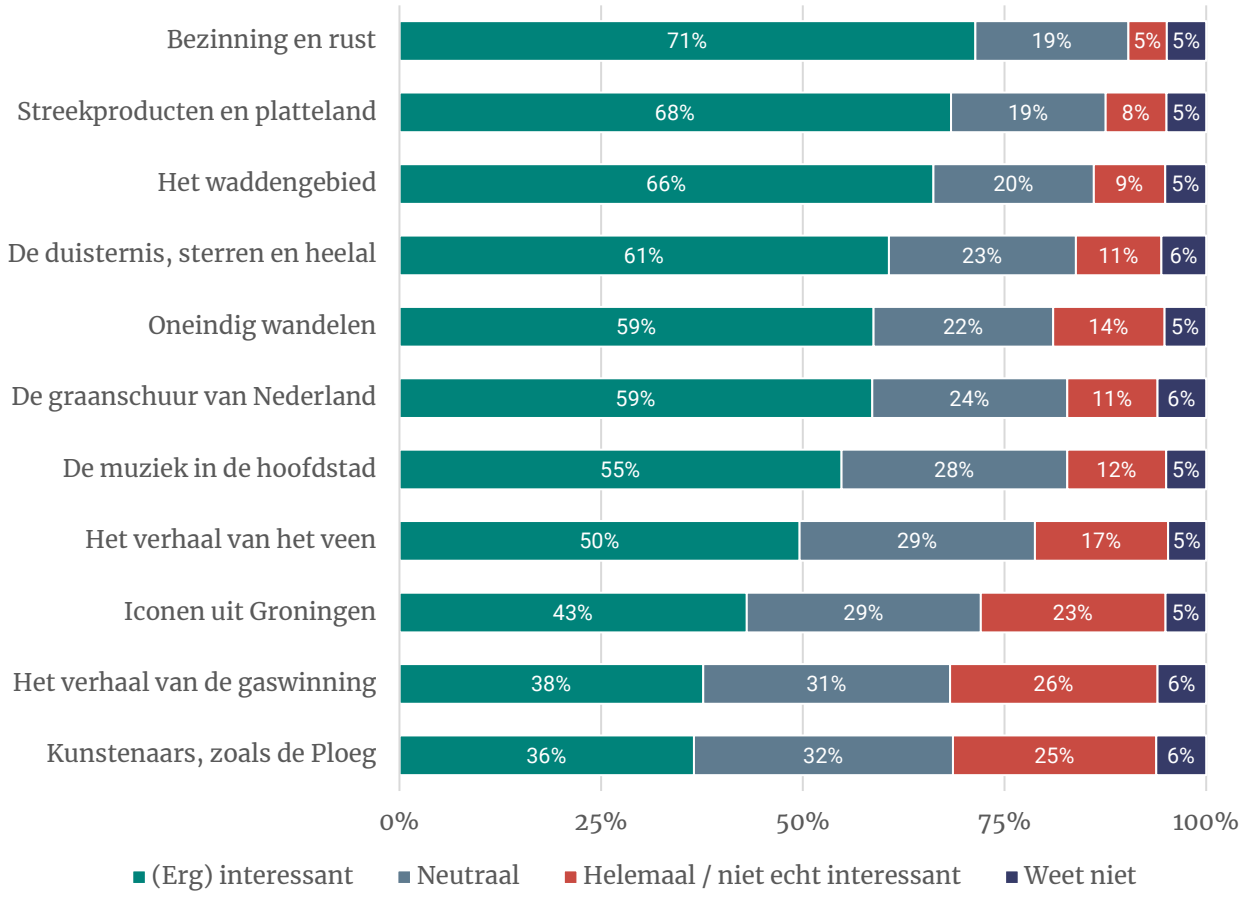
Top 5 Avontuurzoekers	% (helemaal) mee eens	Top 5 Verbindingszoekers	% (helemaal) mee eens
...waar je als bezoeker tot rust kunt komen	77%	...waar je als bezoeker tot rust kunt komen	71%
...met veel erfgoed	73%	...met veel erfgoed	70%
...met veel wandelmogelijkheden	67%	...met veel fietsmogelijkheden	68%
...met mooie historische dorpen	67%	...met mooie historische dorpen	66%
...met veel fietsmogelijkheden	64%	...met veel wandelmogelijkheden	62%

5.2 Thema's en verhalen

Waddengebied meest interessante thema

In de enquête zijn aan alle respondenten een aantal thema's en verhalen voorgelegd die de Provincie Groningen graag met bezoekers en inwoners wil delen (Figuur 20). Hiervan heeft verhaal 'het waddengebied' bij Nederlanders de meeste interesse, acht op de tien (79%) geven aan dit thema interessant te vinden. 'Oneindig wandelen', 'de duisternis, sterren en heelal' en 'streekproducten en platteland' worden door twee op de drie Nederlanders als interessant genoemd (resp. 66%, 63% en 62%). Thema's die respondenten minder interessant vinden zijn 'kunstenaars zoals de Ploeg' en 'muziek in de hoofdstad'. Toch geeft nog een derde aan interesse te hebben in deze thema's (resp. 30% en 33%).

Figuur 20 Kunt u bij onderstaande thema's aangeven in hoeverre deze u interessant lijken? (n=3.123)



Avontuurzoekers en Verbindingszoekers zijn in veel thema's bovengemiddeld geïnteresseerd (Tabel 5). Verbindingszoekers vinden 'streekproducten en platteland' interessanter dan anderen en Avontuurzoekers zijn meer dan gemiddeld geïnteresseerd in de thema's 'het waddengebied', 'oneindig wandelen', 'kunstenaars, zoals De Ploeg' (vooral 65-plussers), 'bezinning en rust' en 'duisternis, sterren en heelal'. Naast 'kunstenaars, zoals De Ploeg' zijn ook het verhaal van de gaswinning, het veen en de graanschuur van Nederland vooral interessant voor Avontuurzoekers van boven de 65. Onder Verbindingszoekers is 'oneindig wandelen' vooral interessant voor 18-39 jarigen.

Tabel 5 Top 5 interesse in verhalen Avontuurzoekers (n=438) en Verbindingszoekers (n=505)

Top 5 Avontuurzoekers	% (erg) interessant	Top 5 Verbindingszoekers	% (erg) interessant
Het waddengebied	90%	Het waddengebied	83%
De duisternis, sterren en heelal	80%	Streekproducten en platteland	76%
Oneindig wandelen	79%	Oneindig wandelen	76%
Streekproducten en platteland	69%	Het verhaal van het veen	67%
Bezinning en rust	68%	De duisternis, sterren en heelal	66%

Nederlanders die al eens in Groningen zijn geweest, vinden alle verhalen interessanter dan mensen die er nog nooit zijn geweest. Ook Nederlanders die interesse hebben om Groningen de komende drie jaar te bezoeken vinden alle thema's interessanter dan wanneer men niet heeft aangegeven Groningen te willen bezoeken.

Op de vraag of men een thema of verhaal van Groningen mist tussen deze opties, wordt de historie van de stad en de provincie vaak genoemd. Onderwerpen die ook vaak genoemd worden zijn de stad Groningen en het Groningse dialect.

6 Belemmeringen en verbeteringen

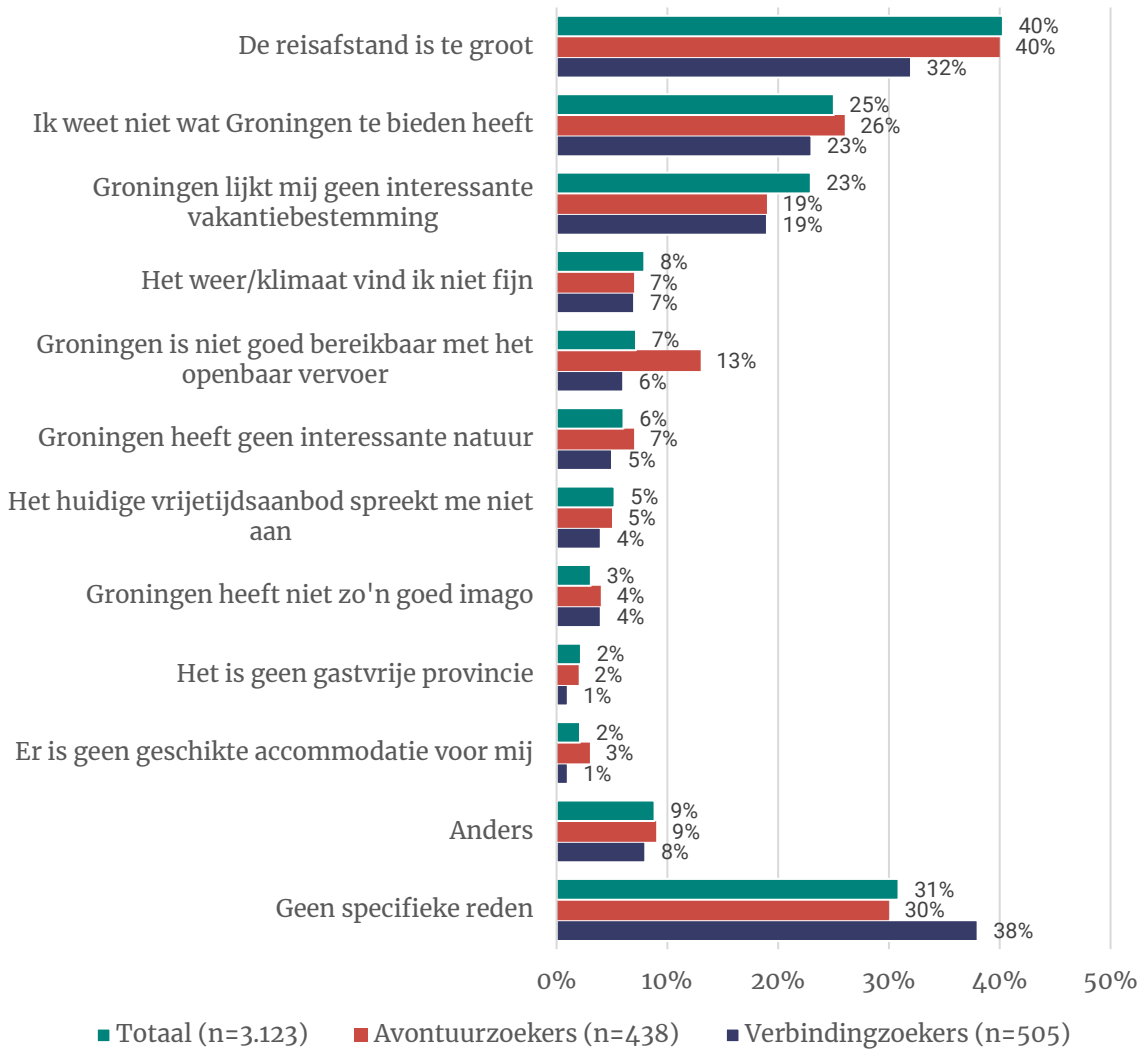
Hoofdstuk 5 gaat in op de belemmeringen die Nederlanders ervaren om Groningen te bezoeken en welke mogelijke verbeteringen de provincie Groningen aantrekkelijker zouden kunnen maken. Daarnaast gaat het hoofdstuk in op de genoemde belemmeringen en verbeteringen van de in hoofdstuk 2 benoemde kansrijke doelgroepen: de Avontuurzoekers en Verbindingszoekers.

6.1 Belemmeringen

Reisafstand grootste belemmering

De meest genoemde reden om Groningen niet te bezoeken is dat de reisafstand groot is (door 40% genoemd) (Figuur 21, zie totaal). Een kwart van de Nederlanders weet niet wat Groningen te bieden heeft (25%) en/of vindt Groningen geen interessante vakantiebestemming (23%). Drie op de tien (31%) hebben geen specifieke reden.

Figuur 21 Wat zijn voor u mogelijke redenen om Groningen niet te bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk)



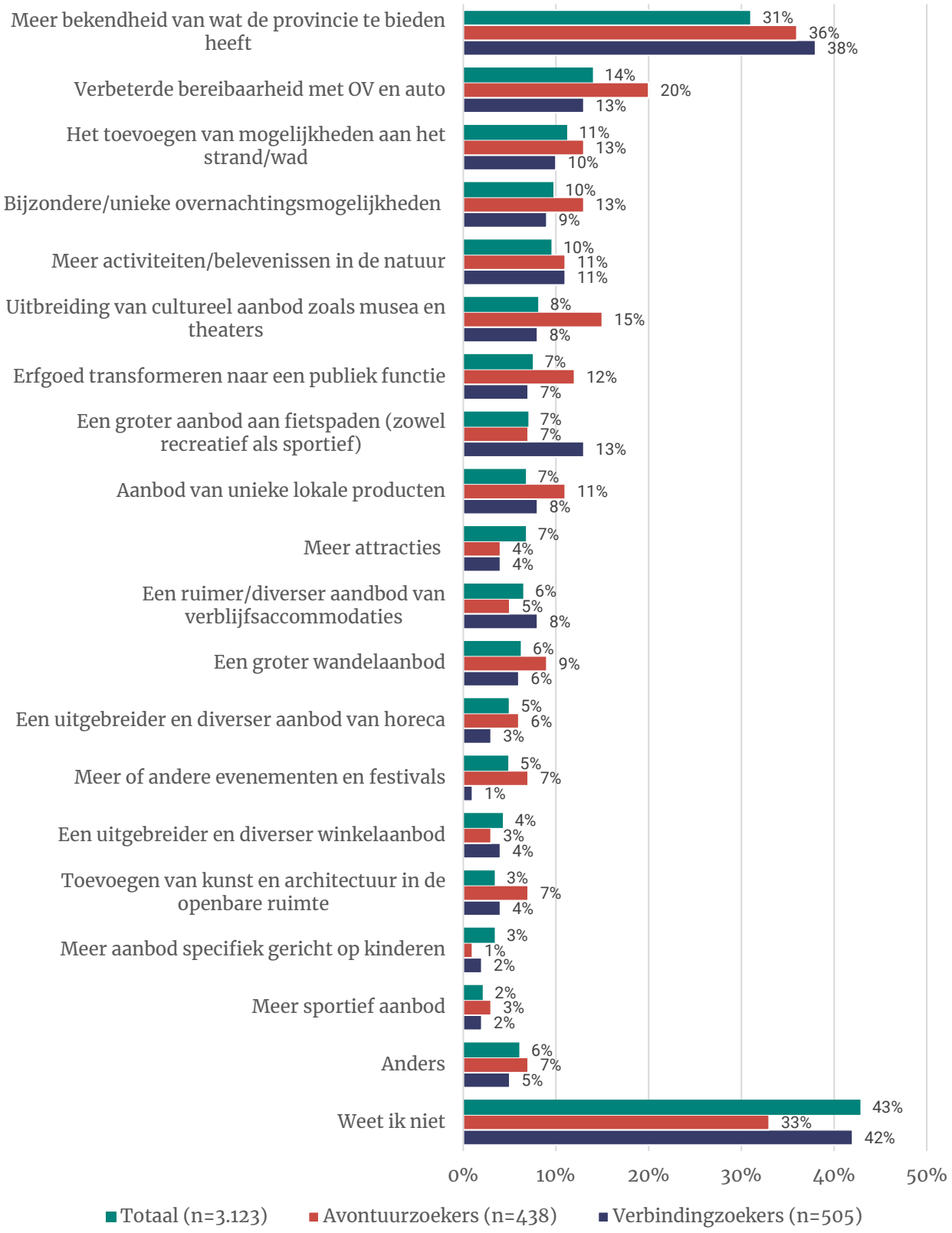
Avontuurzoekers vinden de reisafstand de grootste belemmering (40%, vooral 18-39 jarigen vinden dit een belemmering). De 18-39 jarige Avontuurzoekers geven ook vaker dan 40-plussers aan dat ze niet weten wat Groningen te bieden heeft (42%) en dat Groningen hen geen interessante vakantiebestemming lijkt (28%). Verbindingszoekers geven het vaakst aan dat ze geen specifieke reden hebben (38%). Avontuurzoekers vinden vaker dan gemiddeld dat Groningen niet goed bereikbaar is met het openbaar vervoer. Inwoners van verder weg liggende provincies noemen, logischerwijs, vaker dat de reisafstand te groot is dan inwoners van de omliggende provincies.

6.2 Mogelijke verbeteringen

Bekendheid over wat Groningen te bieden heeft gewenst

De provincie Groningen zou aantrekkelijker zijn voor een derde van de Nederlanders (31%) als er meer bekendheid is van wat de provincie te bieden heeft (Figuur 22, zie totaal). Een zevende (14%) noemt verbeterde bereikbaarheid met het openbaar vervoer of de auto en een tiende (11%) geeft aan dat het toevoegen van mogelijkheden aan het strand/wad Groningen aantrekkelijk zou maken. Andere aanpassingen of toevoegingen worden door tien procent of minder van de respondenten genoemd. Vier op de tien (43%) weten niet wat de provincie Groningen aantrekkelijker kan maken.

Figuur 22 Welke aanpassingen of toevoegingen zouden de provincie Groningen aantrekkelijker maken voor u? (meerdere antwoorden mogelijk)



Zowel Avontuurzoekers als Verbindingszoekers geven vaker dan gemiddeld aan dat ze meer bekendheid willen over wat de provincie te bieden heeft. Avontuurzoekers geven daarnaast vaker aan dat uitbreiding van cultureel aanbod de provincie aantrekkelijker zou maken (15%), net als een verbeterde bereikbaarheid met de auto en openbaar vervoer (20%, voornamelijk door 18-39 jarigen genoemd). Verbindingszoekers zouden graag, vaker dan gemiddeld, een groter aanbod van fietspaden zien (13%).

Opmerkingen of verbeterpunten

Op de vraag of men nog opmerkingen of verbeterpunten heeft voor de provincie Groningen, wordt de promotie en het imago van Groningen een aantal keer genoemd. Er is een algemeen verlangen naar meer promotie van wat Groningen te bieden heeft, Nederlanders hebben het idee dat veel mensen Groningen associëren met negatieve aspecten zoals aardbevingen: *"Vertel mensen wat ze kunnen verwachten als ze Groningen bezoeken. Helaas is de provincie de afgelopen jaren negatief in het nieuws geweest vanwege de aardbevingen/gaswinning."* Andere dingen die worden benoemd zijn de wens voor een betere bereikbaarheid met het openbaar vervoer, dat Groningen zich in de promotie moet richten op wat de provincie uniek maakt en dat men geen massatoerisme wil, maar juist rust: *"Koester de rust en de ruimte."*

Uitkomsten Duitsland

7 Uitkomsten Duitsland

In dit hoofdstuk komen de enquêteresultaten van het Duitse onderzoeksgebied (de Kreisfreie Stadt Bremen en het volledige 'Regierungsbezirk' Weser-Ems) aan bod (in dit hoofdstuk aangeduid als Duitsland/Duitsers). Achtereenvolgend gaan we in op de bezoekintentie en het vrijetijds- en vakantiegedrag van Duitsers. Daarna volgen het imago van Groningen en de belemmeringen bij een mogelijk bezoek aan de provincie. Naast een vergelijking op achtergrondkenmerken is er ook een vergelijking gemaakt tussen Duitsland en Nederlandse provincies nabij Groningen (Friesland, Drenthe, Overijssel, Flevoland).[8] Deze worden bij grote verschillen genoemd in het rapport en aangeduid als 'NL'.

7.1 Bezoekintentie

In deze paragraaf wordt het bezoekgedrag en de bezoekintentie van Duitsers uit de voor dit onderzoek geselecteerde regio om de provincie Groningen te bezoeken beschreven.

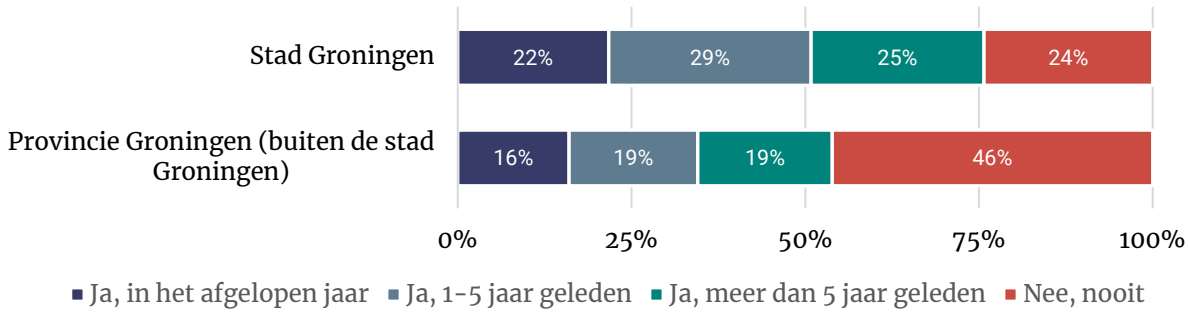
Zes op de tien heeft Groningen kent Groningen en heeft het wel eens bezocht

In de vragenlijst die in Duitsland is uitgezet, is een vraag toegevoegd of over hoe goed men de provincie Groningen kent. Door middel van deze vraag zijn mensen die Groningen niet kennen, uit de vragenlijst gefilterd. Van de Duitsers die de provincie Groningen wel kennen, hebben zes op de tien (61%) de provincie Groningen wel eens bezocht en kennen drie op de tien (31%) Groningen, maar hebben het nog nooit bezocht. Een tiende (9%) komt regelmatig in de provincie Groningen.

Driekwart Duitsers in stad Groningen geweest

Driekwart van de Duitsers (76%) heeft de stad Groningen al eens bezocht (NL: 91%) (Figuur 23). De helft (54%) bezocht het overige deel van de provincie (NL: 83%). Een kwart (24%) is nog nooit in de stad Groningen geweest en de helft (46%) kwam nog nooit in het overige deel van de provincie Groningen.

Figuur 23 Heeft u Groningen al eens bezocht (voor een of meerdere dagen)? (n=932)



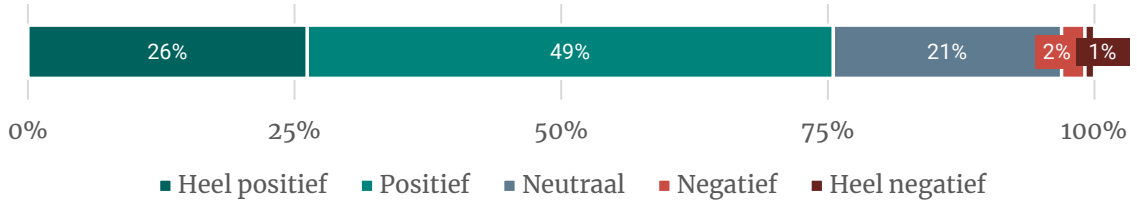
[8] *Bij de interpretatie van verschillen kan rekening gehouden worden met cultuurverschillen tussen Duitsers en Nederlanders.*

De stad Groningen werd het afgelopen jaar vaker bezocht door Duitsers onder de 50 jaar dan door 65-plussers. Ook werd zowel de stad als provincie Groningen vaker bezocht door gezinnen met kinderen, vergeleken met alleenstaanden of gezinnen zonder kinderen.

Duitsers positiever dan Nederlanders over Groningen als toeristische bestemming

Driekwart van de Duitsers (76%) is (heel) positief over Groningen als toeristische bestemming (NL: 58%) (Figuur 24). Een op de vijf (21%) is neutraal (NL: 35%) en drie procent is (heel) negatief (NL: 6%). Daarmee zijn Duitsers positiever over Groningen dan Nederlanders in de nabije provincies.

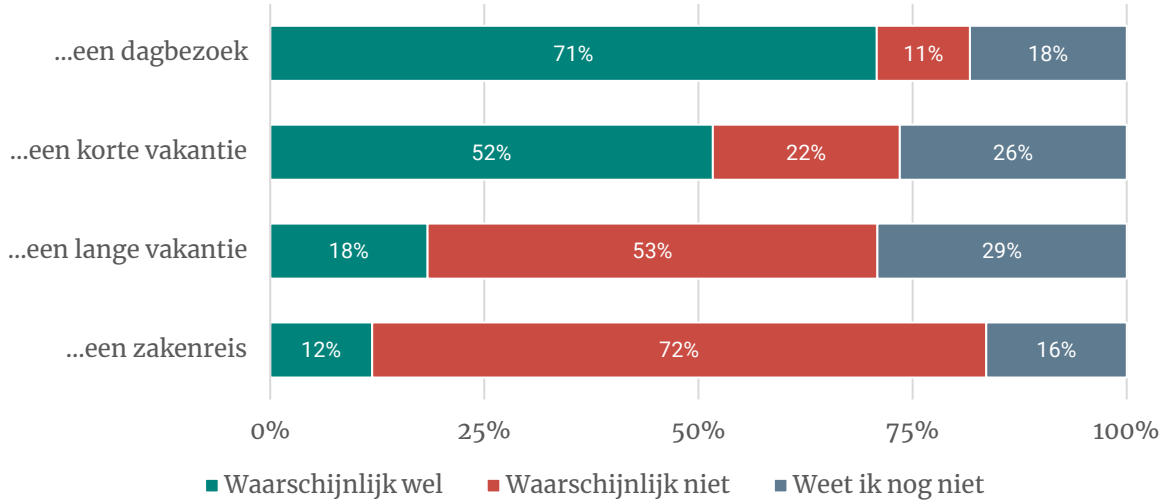
Figuur 24 Wat is uw oordeel over de provincie Groningen als toeristische bestemming? (n=730)



Groningen aantrekkelijker als vakantiebestemming voor Duitsers[9]

Zeven op de tien Duitsers (71%) geven aan Groningen in de komende drie jaar waarschijnlijk wel te bezoeken voor een dagbezoek (Figuur 25). De helft (52%) gaat waarschijnlijk voor een korte vakantie naar Groningen (NL: 25%). De lange vakantie (18%) en zakenreis (12%) staan minder vaak op de planning (NL respectievelijk 7% en 11%). Duitsers geven daarmee vaker dan Nederlanders uit nabije provincies aan Groningen te zullen bezoeken voor een korte of lange vakantie.

Figuur 25 Hoe waarschijnlijk is het dat u Groningen bezoekt in de komende 3 jaar voor... (n=932)



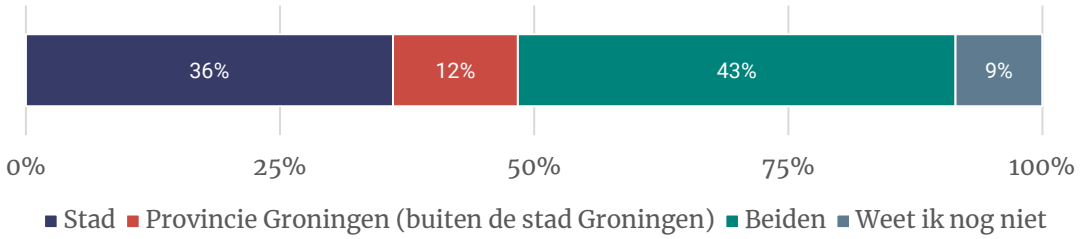
[9] *Vragen zijn alleen gesteld aan mensen die de provincie Groningen al kennen, zie begin paragraaf 6.1*

Voor Duitsers tot 65 jaar is het waarschijnlijker dat zij Groningen de komende jaren zullen bezoeken dan voor 65-plussers. Duitsers tussen de 18 en 50 jaar geven vaker aan Groningen te willen bezoeken voor een lange vakantie. Ook hebben Duitsers die al eerder de provincie Groningen hebben bezocht meer interesse om de provincie de komende jaren nog eens een bezoek te brengen. Gezinnen met kinderen geven vaker aan Groningen waarschijnlijk te bezoeken dan alleenstaanden of gezinnen zonder kinderen. Dit geldt voor alle type bezoeken. Verder geldt hoe vaker men gemiddeld per jaar op een korte vakantie gaat, hoe groter de kans is dat men naar Groningen zal gaan voor een korte vakantie.

Vier op de tien wil zowel stad als overig provincie Groningen bezoeken

Een derde van de Duitsers (36%) bezoekt de komende drie jaar waarschijnlijk enkel de stad Groningen, één op de acht (12%) bezoekt alleen de provincie. Twee vijfde (43%) wil zowel de stad als het overige deel van de provincie bezoeken (Figuur 26).

Figuur 26 Bent u dan van plan de stad of het buitengebied te bezoeken? (n=752)

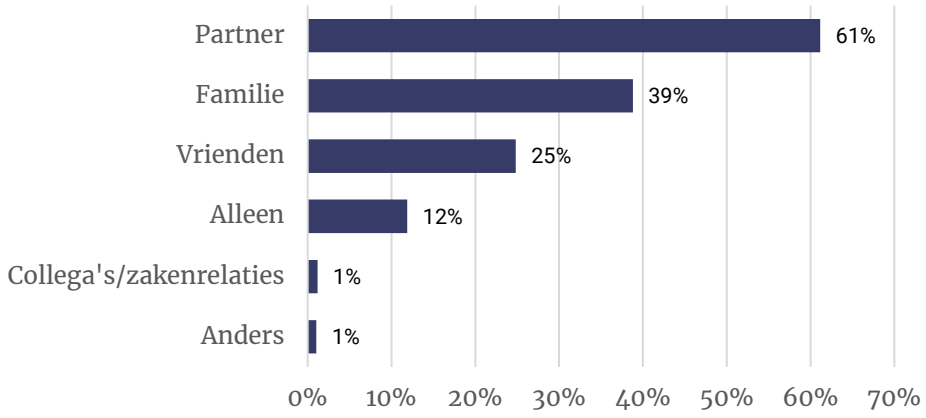


Duitsers tot 50 jaar geven het vaker aan enkel de stad óf provincie te willen bezoeken, 65-plussers geven vaker aan zowel de stad als de rest van de provincie te willen bezoeken.

Meerderheid bezoekt Groningen met partner

Zes op de tien Duitsers (61%) zouden Groningen bezoeken met hun partner, vier op de tien (39%) gaan met familie en een kwart (25%) met vrienden (Figuur 27).

Figuur 27 Met welk gezelschap wilt u naar Groningen komen? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=752)



Een bezoek met partner wordt vaker genoemd door 50-plussers ten opzichte van 18 tot 49-jarigen, zij noemen vaker familie. Jongvolwassenen noemen vrienden relatief vaak (45%).

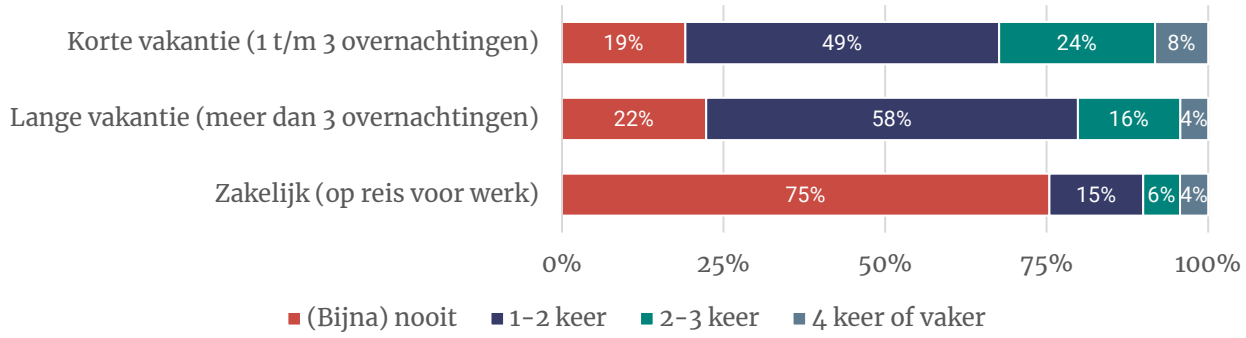
7.2 Vakantie- en vrijetijdsgedrag

Deze paragraaf gaat in op het vakantie- en vrijetijdsgedrag van Duitsers uit de voor dit onderzoek geselecteerde regio.

Acht op de tien gaan minstens één keer per jaar op vakantie

Eén op de vijf Duitsers gaat (bijna) nooit op een korte (19%) of lange (22%) vakantie (NL: resp. 26% en 22%), acht op de tien gaan minstens één keer op vakantie. Driekwart (75%) gaat (bijna) nooit op een zakelijke vakantie (NL: 86%) (Figuur 28).

Figuur 29 Hoe vaak gaat u gemiddeld per jaar op vakantie? (n=932)



Vijfenzestigplussers geven vaker dan andere leeftijdsgroepen aan dat zij (bijna) nooit op een korte vakantie gaan (26%).

Korte vakantie vaak binnen Duitsland, lange vakantie in het buitenland

Voor een korte vakantie blijft driekwart (75%) binnen Duitsland, een vijfde (22%) kiest voor een korte vakantie een bestemming elders in Europa (Tabel 6). Drie op de tien (30%) blijven voor een lange vakantie binnen Duitsland, iets meer dan de helft (56%) reist voor een lange vakantie buiten Duitsland, maar binnen Europa (NL: 70%). Een zevende (14%) kiest voor een bestemming buiten Europa (NL: 6%). Voor zakelijke reizen blijft twee derde van de Duitsers (67%) binnen Duitsland (NL: 46%).

Tabel 6 Waar gaat u meestal naartoe op vakantie? (n=752)

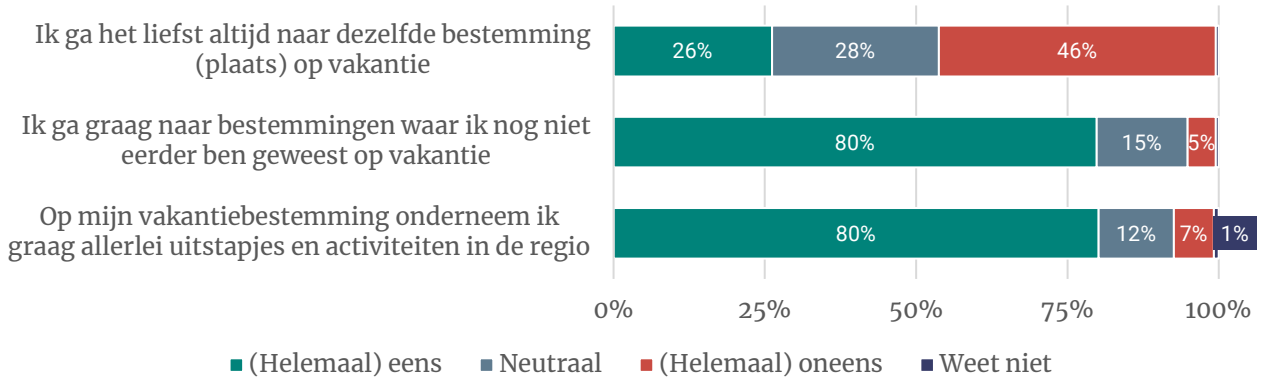
	Binnen Duitsland	Europa (buiten Duitsland)	Buiten Europa
Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen)	75%	22%	3%
Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	30%	56%	14%
Zakelijk (op reis voor werk)	67%	24%	9%

Alle leeftijdsgroepen blijven voor een korte vakantie overwegend in Duitsland, maar Duitsers boven de 50 jaar blijven voor een korte vakantie vaker binnen Duitsland (50-64 jaar: 81%; 65+ jaar: 89% binnen Duitsland) dan Duitsers onder de 50 jaar (18-29 jaar: 60%; 30-49 jaar: 67% binnen Duitsland).

Acht op de tien gaan graag naar nieuwe bestemmingen

Een kwart van de Duitsers (26%) geeft aan het liefst altijd naar dezelfde bestemming op vakantie te gaan (NL: 13%), nog een kwart (28%) is hier neutraal over (Figuur 29). Daartegenover staat dat acht op de tien (80%) aangeven graag naar bestemmingen te gaan waar zij nog niet eerder zijn geweest op vakantie. Ook ondernemen acht op de tien (80%) graag uitstapjes en activiteiten in de regio van hun bestemming.

Figuur 210 In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen? (n=814)

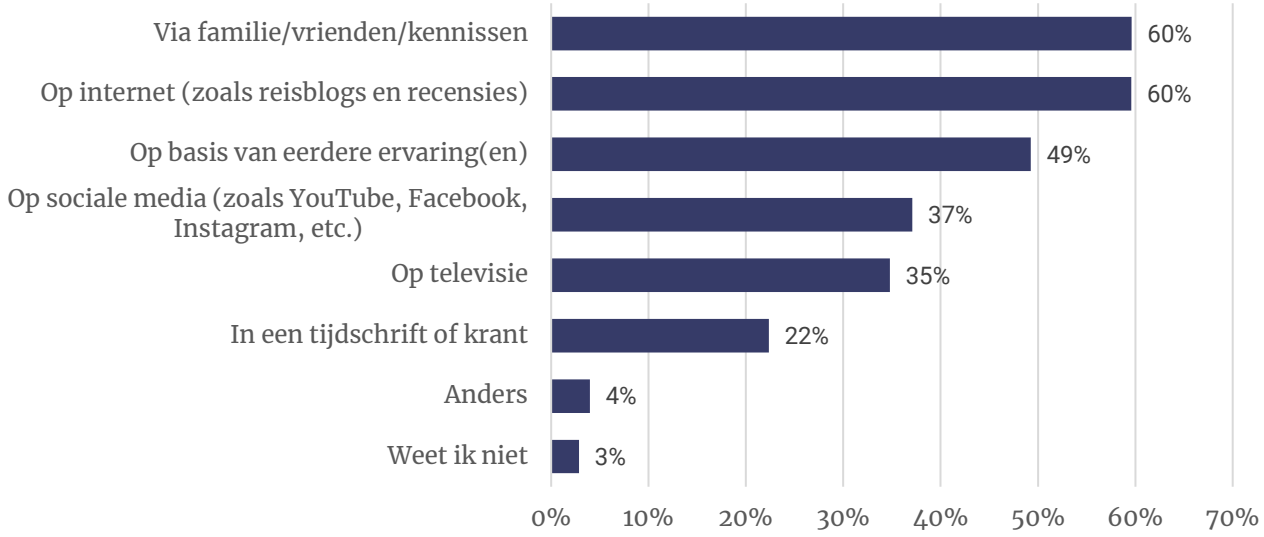


Duitsers die aangeven waarschijnlijk Groningen te gaan bezoeken de komende drie jaar, geven vaker aan uitstapjes en activiteiten te ondernemen in de regio van hun (vakantie)bestemming.

Mond-tot-mond reclame en internet belangrijkste inspiratiebronnen

Zes op de tien Duitsers (60%) komen aan inspiratie voor een nieuwe bestemming via familie, vrienden of kennissen en/of via internet. De helft (49%) kiest op basis van eerdere ervaring(en) (Figuur 30).

Figuur 30 Hoe komt u aan inspiratie voor een nieuwe bestemming? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=814)

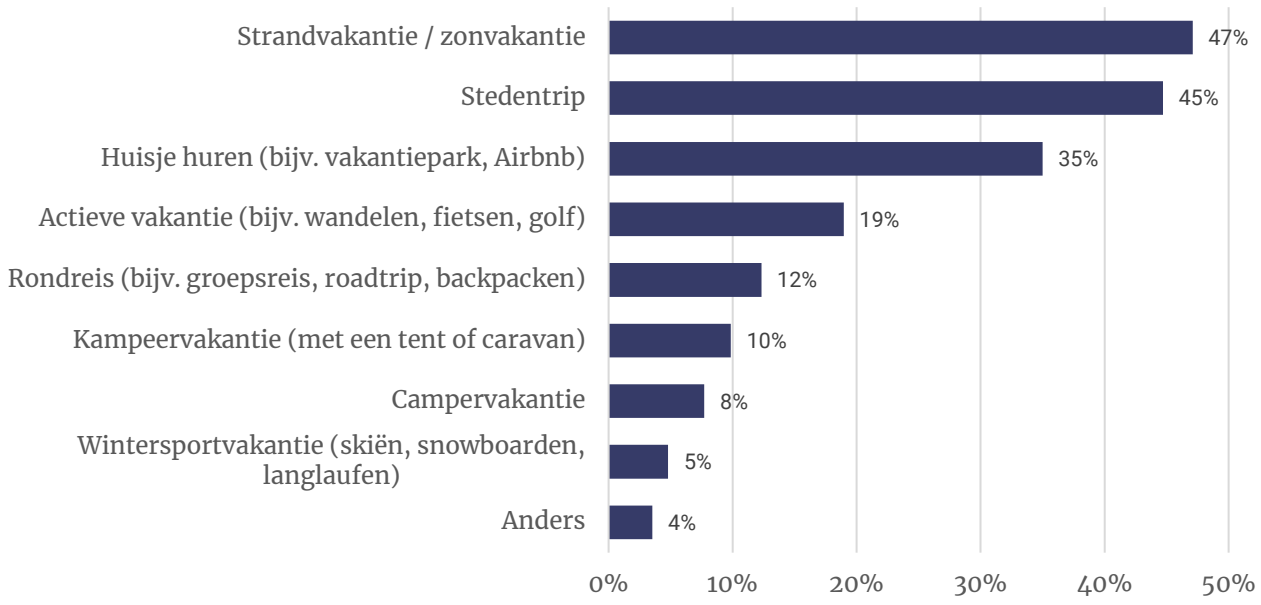


Voor jongeren (18-29 jaar) zijn sociale media (71%) de voornaamste inspiratiebron bij het kiezen van een vakantiebestemming. Ook mensen die de komende drie jaar van plan zijn Groningen te bezoeken, geven relatief vaak aan sociale media als inspiratiebron te gebruiken.

Strandvakantie en stedentrip meest populaire vakanties

De helft geeft de voorkeur aan een strand/zonvakantie (47%) (NL: 25%) en/of een stedentrip (45%) (NL: 30%) (Figuur 31). Een derde (35%) huurt graag een huisje. Andere types vakantie worden minder genoemd.

Figuur 31 Welk type vakantie heeft uw voorkeur? (max. 2 antwoorden) (n=781)

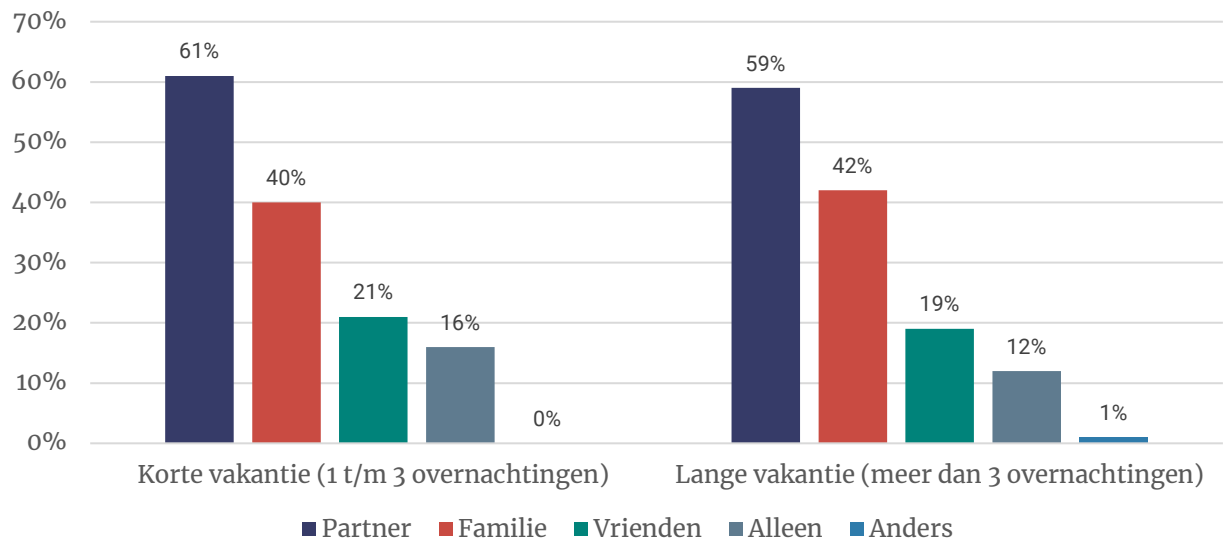


Duitsers in de leeftijdsgroepen 18-29 en 30-49 geven vaker dan Duitsers boven de 50 jaar voorkeur aan een strand/zonvakantie. 65-plussers geven juist vaker dan gemiddeld aan de voorkeur te hebben voor een stedentrip. Mensen die waarschijnlijk Groningen gaan bezoeken de komende drie jaar voor een korte of lange vakantie, geven relatief vaak de voorkeur aan het huren van een huisje (39%). Hetzelfde geldt voor mensen met kinderen (42%).

Meerderheid gaat met partner op vakantie

Met wie Duitsers op vakantie gaan, is vergelijkbaar voor een korte en lange vakantie (Figuur 32). Zes op de tien gaan met hun partner op vakantie (korte vakantie: 61%; lange vakantie: 59%), vier op de tien met hun gezin/familie[10] (korte vakantie: 40%; lange vakantie: 42%).

Figuur 32 Met wie gaat u meestal op vakantie? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=752)



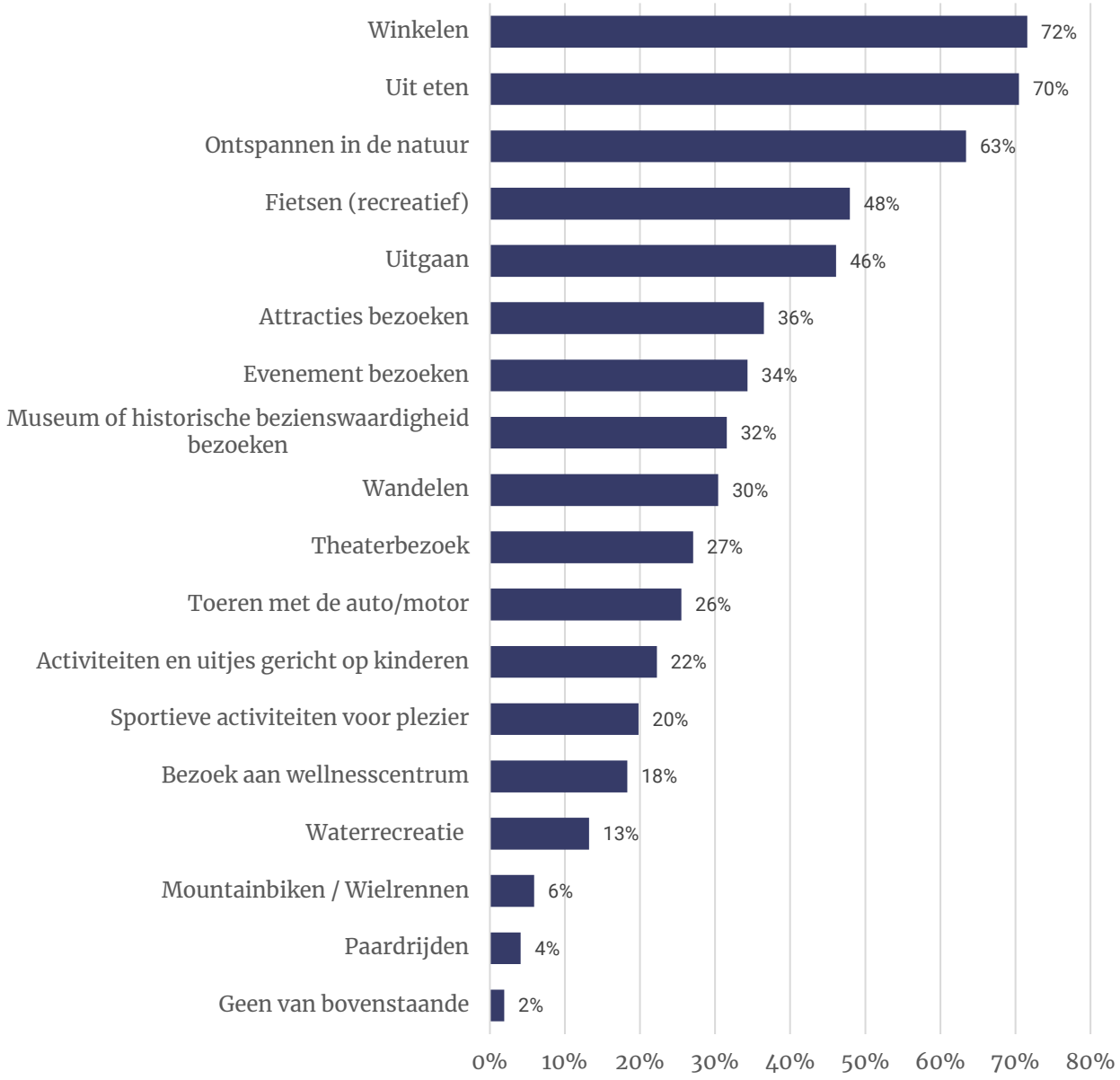
Jongeren (18-29) geven het vaakst aan met hun gezin op vakantie te gaan (korte vakantie: 56%; lange vakantie: 55%), maar gaan ook relatief vaak met vrienden op vakantie (korte vakantie: 45%; lange vakantie: 38%). Duitsers boven de 50 jaar gaan relatief vaak met hun partner op vakantie. Duitsers die aangeven Groningen waarschijnlijk te bezoeken de komende drie jaar gaan het vaakste met hun partner op (korte of lang) vakantie, maar geven ook relatief vaak aan met hun gezin op vakantie te gaan.

[10] *In het Duitse taal is er geen duidelijk verschil tussen de woorden 'gezin' en 'familie'. Daarom is in de Duitse vragenlijst alleen de optie 'familie' uitgevraagd. De resultaten zijn daardoor niet één op één te vergelijken met de Nederlandse resultaten.*

Winkelen en uit eten vaak ondernomen activiteiten

Zeven op de tien Duitsers gaan vaker dan één keer per jaar winkelen (72%) (NL: 57%) en uit eten (70%) (Figuur 33). Twee derde (63%) ontspant wel eens in de natuur. Ongeveer de helft gaat vaker dan eens per jaar recreatief fietsen (48%) en/of gaat uit (46%) (NL: 25%). Andere activiteiten worden in mindere mate genoemd. Vergeleken met Nederlanders die nabij de provincie Groningen wonen gaan Duitsers dus relatief vaker in hun vrije tijd winkelen en uit.

Figuur 33 Welke activiteiten onderneemt u vaker dan één keer per jaar in uw vrije tijd? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=932)

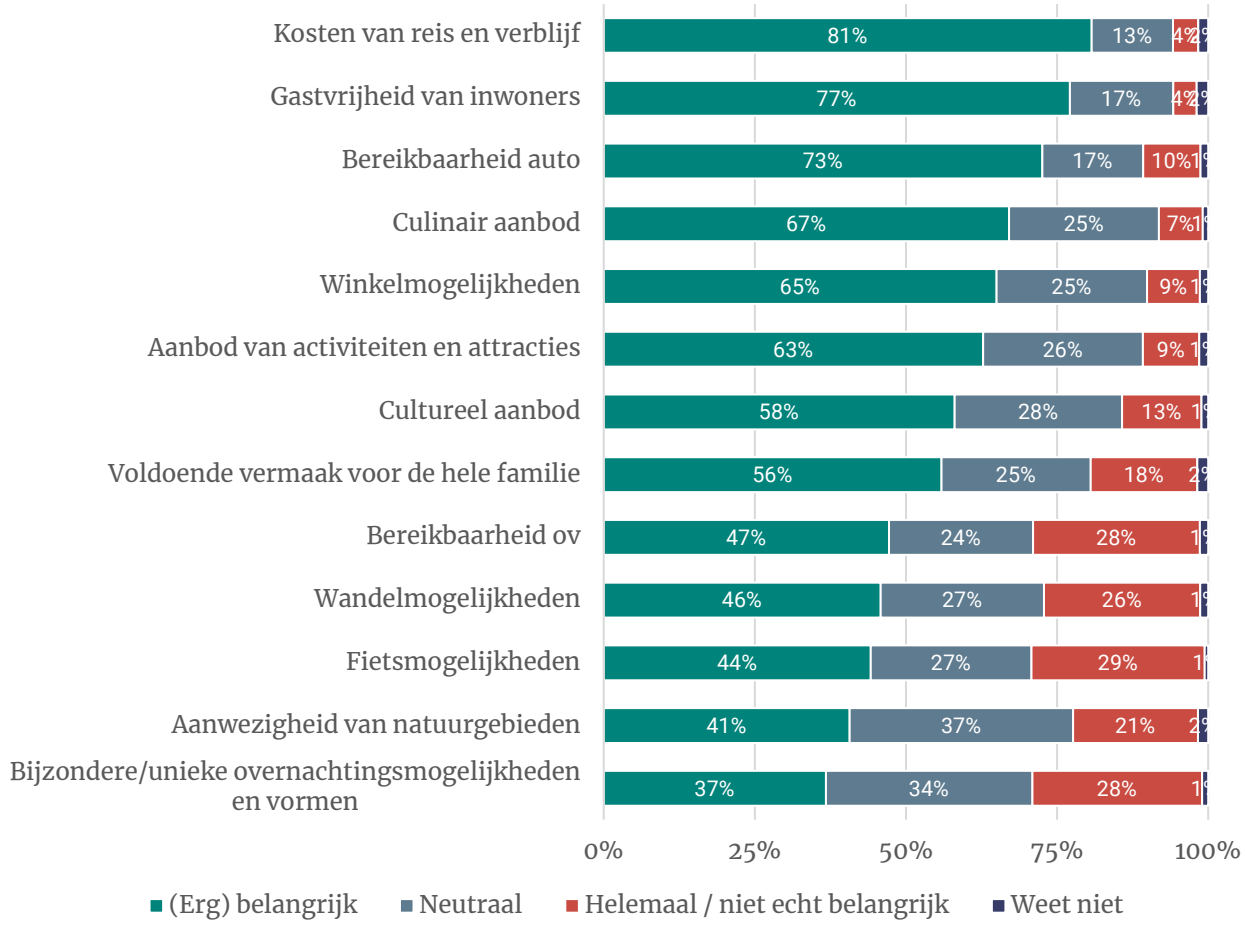


Hoogopgeleiden bezoeken vaker dan andere opleidingsklassen een museum of historische bezienswaardigheid en ondernemen vaker sportieve activiteiten voor hun plezier.

Kosten van verblijf belangrijkste aspect in keuze bestemming

Acht op tien Duitsers (81%) vinden de kosten van de reis en verblijf belangrijk bij het kiezen van een bestemming (Figuur 34). Driekwart vindt de gastvrijheid van inwoners (77%) (NL: 61%) en de bereikbaarheid met de auto (73%) belangrijk. Twee derde noemt culinair aanbod (67%) (NL: 52%), winkelmogelijkheden (65%) (NL: 35%) en het aanbod van activiteiten en attracties (63%) (NL: 47%) belangrijk. Bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden staan onderaan, maar worden alsnog door 37 procent als belangrijk aspect gezien (NL: 20%). Aspecten als winkelmogelijkheden en het aanbod van activiteiten en attracties worden dus door Duitsers een stuk vaker genoemd dan door Nederlanders.

Figuur 34 Hoe belangrijk vindt u bepaalde aspecten bij het kiezen van een bestemming? (n=932)



Duitsers die Groningen de komende drie jaar waarschijnlijk gaan bezoeken voor een korte of lange vakantie, vinden wandel- en fietsmogelijkheden belangrijker dan mensen die Groningen waarschijnlijk niet gaan bezoeken. Hetzelfde geldt voor de aanwezigheid van activiteiten en attracties, cultureel aanbod, winkelmogelijkheden, aanwezigheid van natuurgebieden, voldoende vermaak voor de hele familie en bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden. De aanwezigheid van activiteiten en attracties en voldoende vermaak voor de hele familie worden relatief vaak door mensen met kinderen genoemd. Jongeren (18-29 jaar) vinden de bereikbaarheid met het openbaar vervoer en winkelmogelijkheden belangrijker dan gemiddeld.

7.3 Imago Groningen

Deze paragraaf gaat in op het imago van de provincie Groningen onder Duitsers uit de geselecteerde regio. De paragraaf eindigt met een analyse van de interesse in een aantal verhalen/thema's.

Veel Duitsers denken bij Groningen aan winkelen

Net als aan de Nederlanders is aan de Duitsers gevraagd wat er als eerste in hen opkomt als ze denken aan Groningen (Figuur 35). Deze antwoorden zijn vervolgens gecategoriseerd in thema's[11]. Het thema dat het meeste werd genoemd is 'Nederland', gevolgd door 'winkelmogelijkheden'. Op nummer drie staat 'grachten'. Andere thema's die veel werden genoemd zijn 'natuur', 'fietsen', '(mooie) stad', 'aardige bewoners', 'markt', 'kaas' en 'bloemen'.

Figuur 35 Wat komt er als eerste bij u op als u denkt aan de provincie Groningen? (max. 3 steekwoorden)

[11] *Categorisatie vond plaats met behulp van de AI-tool Ipsos Facto. De tool ondersteunt bij de opschoning van de open antwoorden, herkenning van thema's en het identificeren van het volume van de thema's. Deze input is gebruikt voor de creatie van woordwolken (figuur 16 en 17).*

Stad Groningen meest bekend bij Duitsers

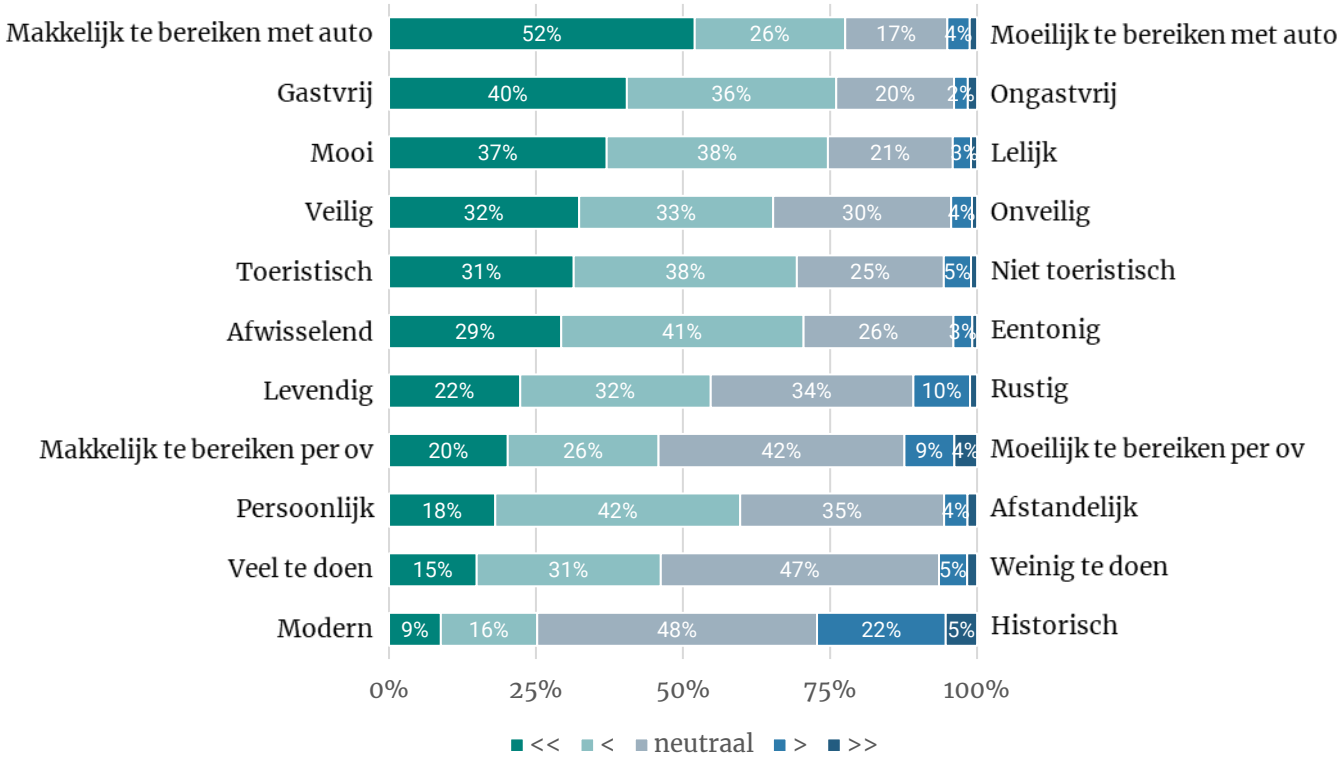
Duitsers zijn ook gevraagd welke plekken om te bezoeken in de provincie Groningen zij kunnen opnoemen (Figuur 36). Groningen stad werd het meest genoemd, gevolgd door Grote markt en het Groninger museum. Andere plekken die veel werden genoemd zijn Winschoten, de Martinitoren/-kerk, Bourtange, Lauwersmeer/Lauwersoog, Winkelcentrum, Delfzijl en de Vismarkt.

Figuur 36 Welke plekken om te bezoeken in de provincie Groningen kunt u opnoemen? (max. 10 plekken)

Duitsers vinden Groningen makkelijk te bereiken met de auto, gastvrij en mooi

Duitsers hebben op een vijfpuntschaal aangegeven in welke mate zij bepaalde tegenstellingen bij de provincie Groningen vinden passen (Figuur 37). Bij sommige aspecten komen de tegenstellingen duidelijker naar voren dan bij andere. De tegenstellingen die het sterkst naar voren komen zijn dat Duitsers Groningen overwegend makkelijk dan moeilijk vinden te bereiken met de auto, beduidend vaker gastvrij dan ongastvrij vinden en vaker mooi dan lelijk vinden. Ook vindt men Groningen eerder toeristisch dan niet-toeristisch en meer afwisselend dan eentonig. De meeste tegenstellingen zijn sterker dan de door Nederlanders aangegeven tegenstellingen. Wat ook opvalt is dat vergeleken met Nederlanders, Duitsers veel minder vaak aangeven dat ze Groningen rustig vinden.

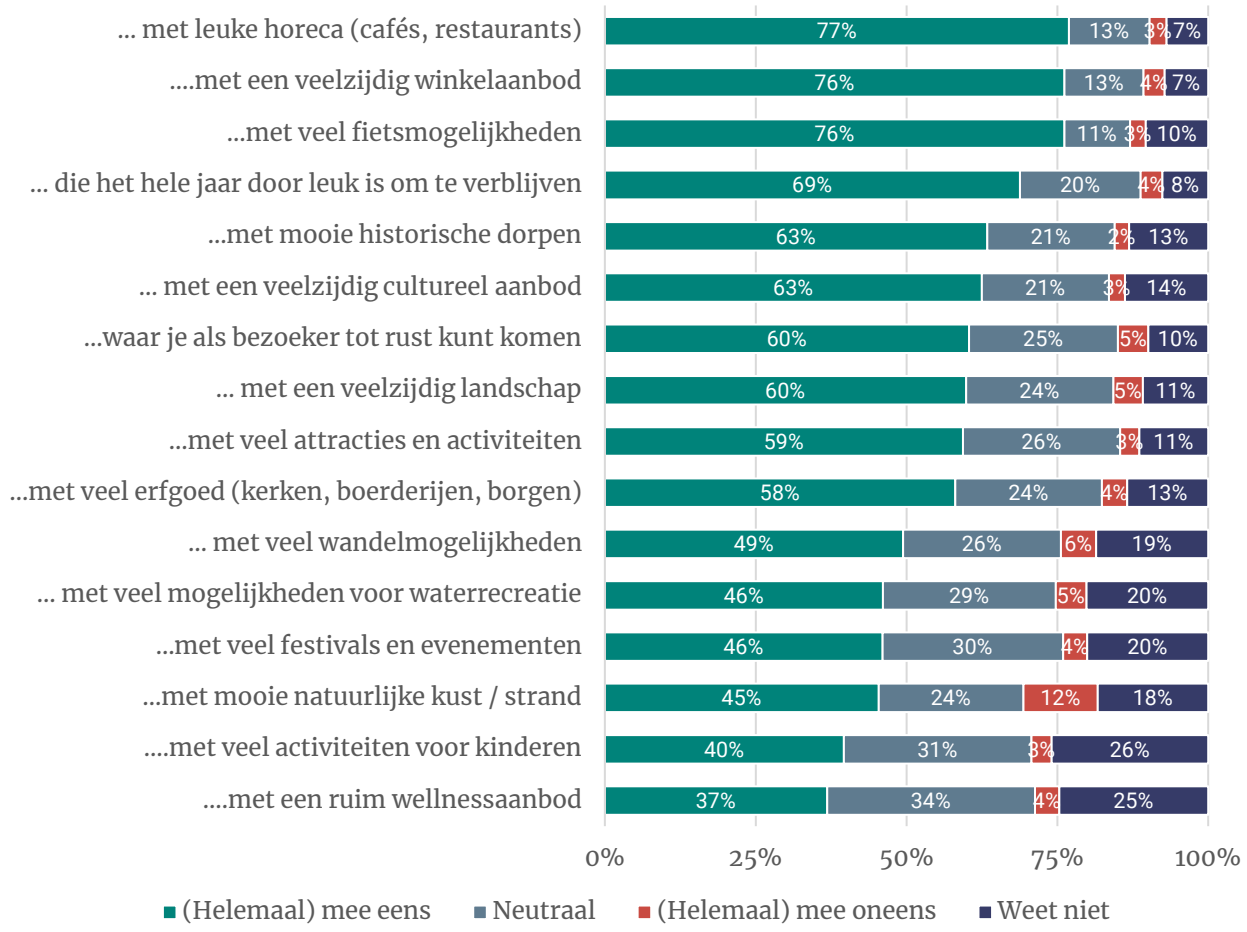
Figuur 37 In welke mate vindt u onderstaande tegenstellingen passen bij de provincie Groningen? (n=932)



Groningen heeft leuke horeca, veelzijdig winkelaanbod en veel fietsmogelijkheden

Driekwart is het eens met de stellingen dat Groningen veel leuke horeca (77%), een veelzijdig winkelaanbod (76%) (NL: 48%) en veel fietsmogelijkheden (76%) heeft (Figuur 38). Dat Groningen leuk is om het hele jaar te verblijven, zijn zeven op de tien (69%) het mee eens (NL: 44%). De stelling waar het vaakst oneens op wordt geantwoord, is dat Groningen een mooie, natuurlijke kust heeft (12% (helemaal) mee oneens) (NL: 23% mee oneens).

Figuur 38 In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen? Groningen is een provincie... (n=932)

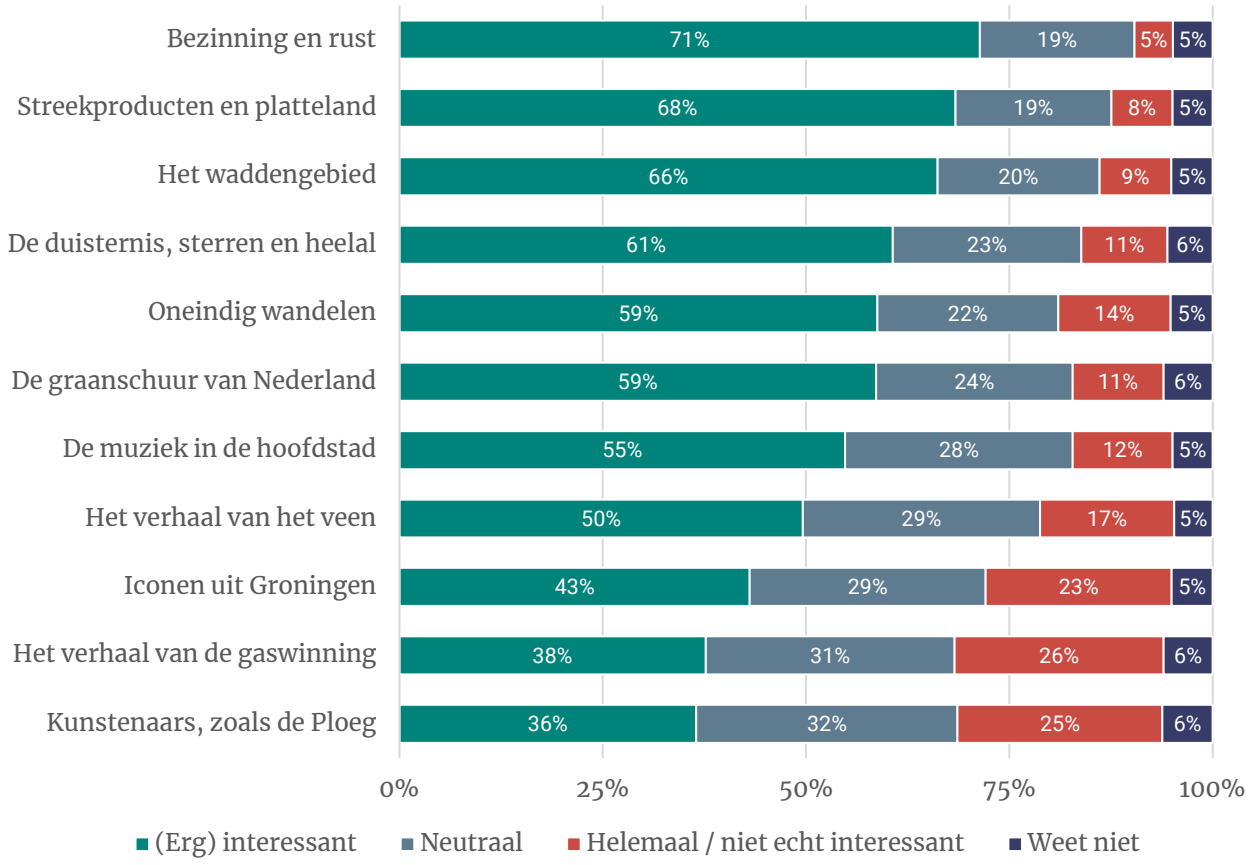


Jongeren (18-29 jaar) zijn het vaker dan andere leeftijdsgroepen oneens met dat Groningen veel waterrecreatiemogelijkheden en een veelzijdig winkelaanbod heeft. Duitsers van 65 jaar en ouder geven relatief vaak aan het niet te weten. Lager opgeleiden zijn het vaker (helemaal) eens met de stelling dat Groningen een provincie is met veel activiteiten voor kinderen, hoger opgeleiden met de stelling dat Groningen een provincie is met veel erfgoed. Duitsers die waarschijnlijk Groningen gaan bezoeken de komende drie jaar, zijn het vaker eens met de meeste stellingen dan degenen die dit niet van plan zijn.

Bezinning en rust meest interessante thema

Zeven op de tien Duitsers zijn geïnteresseerd in de thema's 'bezinning en rust' (71%) (NL: 61%), 'streekproducten en platteland' (68%) en 'het waddengebied' (66%) (NL: 81%) (Figuur 39). Zes op de tien geven aan 'de duisternis, sterren en heelal' (61%), 'oneindig wandelen' (59%) en 'de graanschuur van Nederland' (59%) interessant te vinden. De thema's die het minst interessant worden gevonden zijn 'het verhaal van de gaswinning' en 'kunstenaars, zoals De Ploeg' (resp. 38% en 36% vinden deze thema's (erg) interessant).

Figuur 39 Kunt u bij onderstaande thema's aangeven in hoeverre deze u interessant lijken? (n=932)



Duitsers die de komende drie jaar Groningen waarschijnlijk gaan bezoeken, zijn geïnteresseerder in de thema's/verhalen dan Duitsers die dit niet van plan zijn. Duitsers van 65 jaar en ouder zijn meer dan gemiddeld geïnteresseerd in 'het waddengebied' (75%).

Op de vraag of er nog thema's of verhalen zijn die men mist tussen bovengenoemde thema's, wordt historie (zoals Bourtange) een aantal keer genoemd. Andere thema's die enkele keren genoemd worden zijn gastronomie, water en kustbescherming, cannabis, voetbal en de overkoepelende geschiedenis van Oost-Friesland.

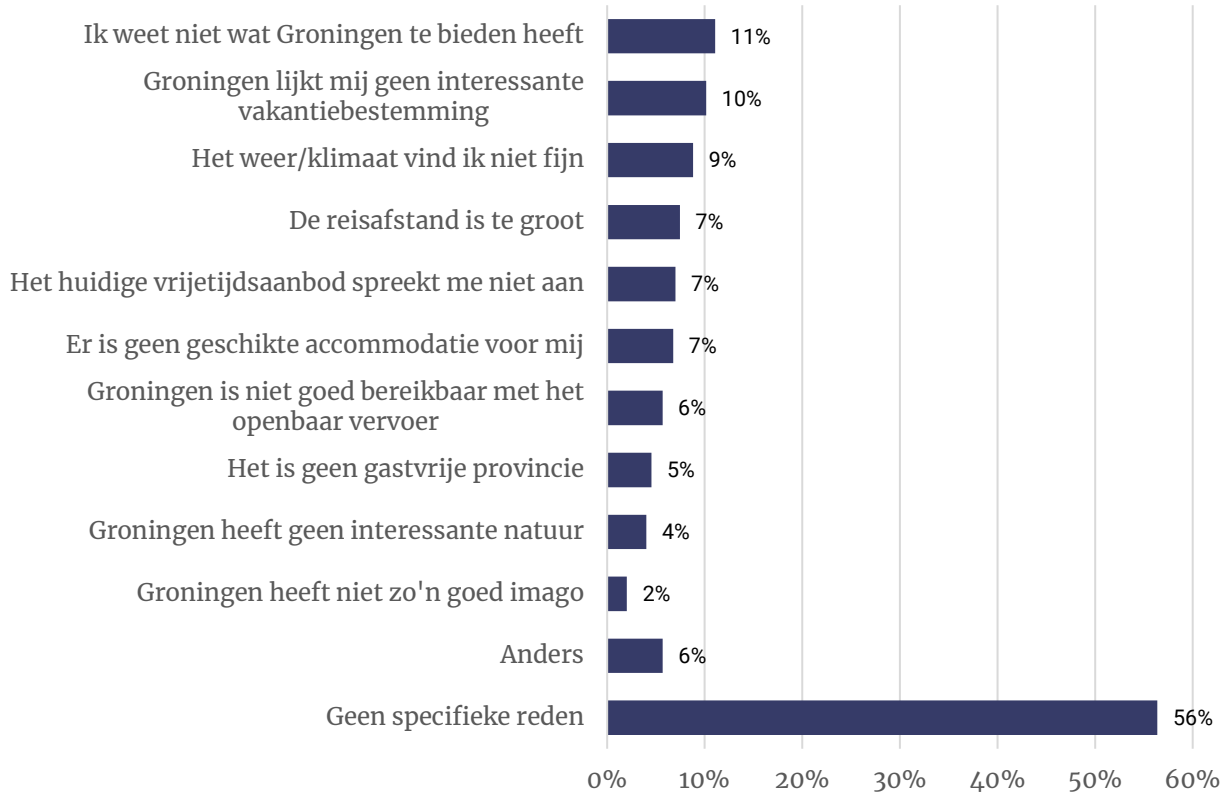
7.4 Belemmeringen en verbeteringen

Deze paragraaf beschrijft de mogelijke redenen die Duitsers uit de in dit onderzoek geselecteerde regio hebben om Groningen niet te bezoeken en aanpassingen of toevoegingen die een bezoek aan de provincie Groningen aantrekkelijker zouden maken voor hen.

Geen duidelijke belemmeringen voor bezoek Groningen

Voor Duitsers is er niet een duidelijke belemmering bij het bezoeken van Groningen, iets meer dan de helft (56%) geeft aan geen specifieke reden te hebben om de provincie niet te bezoeken (Figuur 40). Een tiende geeft aan niet te weten wat Groningen te bieden heeft (11%) of Groningen niet interessant te vinden (10%). Een vergelijkbaar deel (9%) vindt het weer/klimaat niet fijn. Daarna volgen de reisafstand, het vrijetijdsaanbod en geschikte accommodaties als belemmeringen (genoemd door 7%). Nederlanders uit de nabije provincies noemen de twee meest genoemde belemmeringen vaker dan Duitsers: 23 procent vindt Groningen geen interessante vakantiebestemming en 17 procent weet niet wat Groningen te bieden heeft. De overige belemmeringen worden door minder dan 11 procent van de Nederlanders genoemd.

Figuur 40 Wat zijn voor u mogelijke redenen om Groningen niet te bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=932)

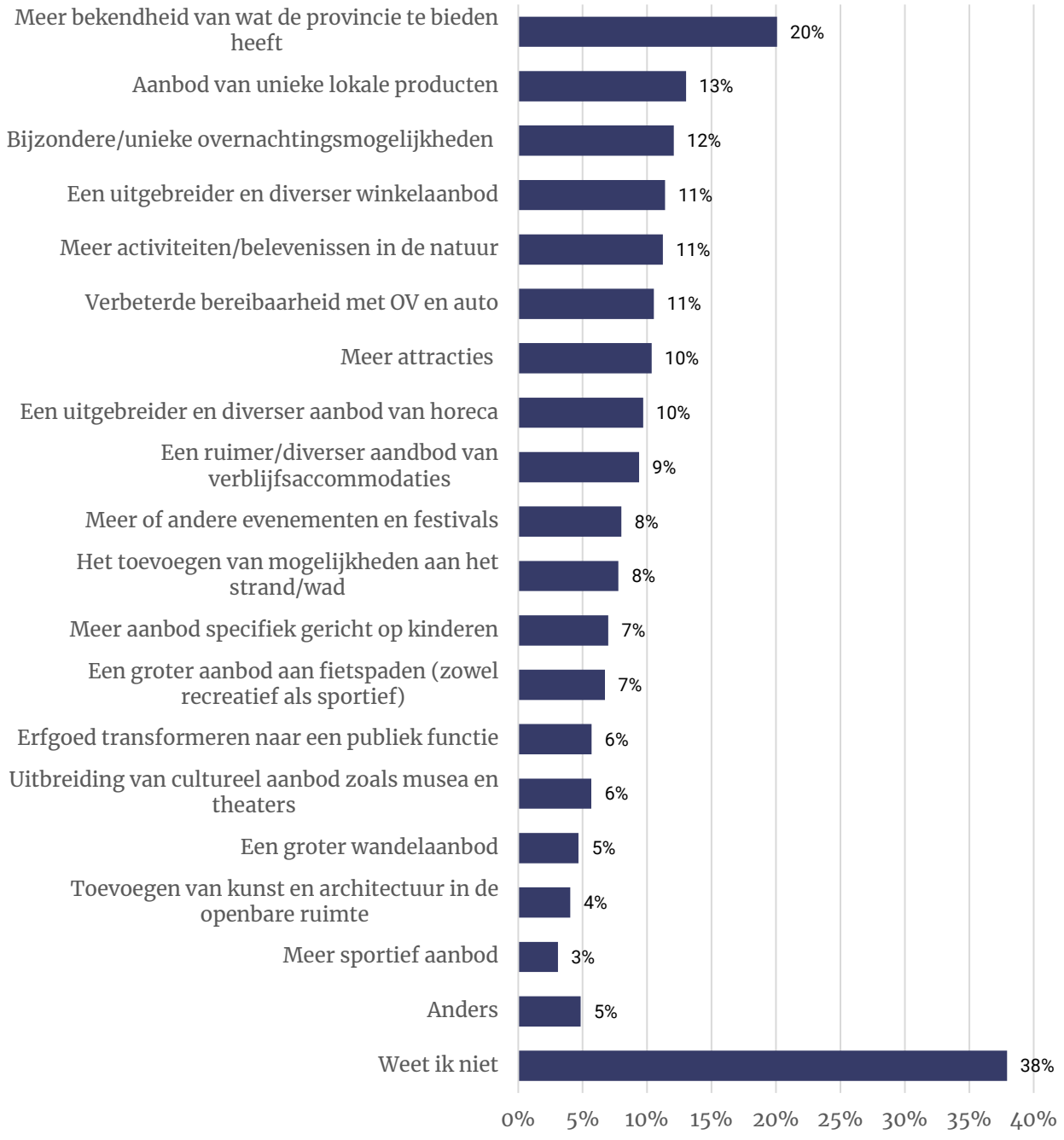


De reisafstand is vaker een belemmering voor 18 tot 29-jarigen (17%) en 30 tot 49-jarigen (10%). Ook geven jongvolwassenen (18-29 jaar) vaker aan niet te weten wat Groningen te bieden heeft (21%), spreekt het vrijetijdsaanbod hen minder aan (14%) en is er vaker geen geschikte accommodatie (14%). De overige leeftijdscategorieën hebben vaker geen specifieke reden.

Een vijfde wenst meer bekendheid over wat Groningen kan bieden

Ook als het gaat om wat Groningen aantrekkelijker zou kunnen maken zijn er geen aspecten die eruit springen (Figuur 41). Een vijfde van de Duitsers (20%) geeft aan dat Groningen mogelijk aantrekkelijker zou zijn wanneer er meer bekendheid is over wat de provincie te bieden heeft (NL: 30%). Verder zou volgens een op de acht een aanbod van unieke lokale producten (13%) en bijzondere overnachtingsmogelijkheden (12%) de provincie aantrekkelijker maken. Vier op de tien Duitsers (38%) weten niet wat de aantrekking kan vergroten.

Figuur 41 Welke aanpassingen of toevoegingen zouden de provincie Groningen aantrekkelijker maken voor u? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=932)



Duitsers van 50 jaar en ouder geven vaker aan niet te weten hoe de aantrekking kan toenemen. Duitsers tussen de 18 en 49 jaar weten dit vaker wel en noemen onder andere vaker meer attracties, meer sportief aanbod en een uitgebreider aanbod voor kinderen. Jongvolwassenen (18 tot 29 jaar) noemen ook vaker meer evenementen of festivals, de mogelijkheden aan het strand/wad en meer kunst en architectuur in de openbare ruimte.

Bijlage I: Achtergrondkenmerken Nederlanders

Tabel 7 Leeftijd

	Aantal	%	NL (2024)
18-29 jaar	230	7%	34%
30-49 jaar	928	30%	25%
50-64 jaar	1.079	35%	21%
65+	883	28%	20%
Totaal	**3120**	**100%**	**100%**

Tabel 8 Leefstijl (Leefstijlvinder)

	Aantal	%	NL
Rustzoekers	680	23%	17%
Stijlzoekers	398	13%	16%
Verbindingszoekers	505	17%	12%
Harmoniezoekers	236	8%	12%
Plezierzoekers	212	7%	18%
Inzichtzoekers	499	17%	13%
Avontuurzoekers	438	15%	11%
Totaal	**2.968**	**100%**	**100%**

Tabel 9 Provincie

	Aantal	%	NL (2024)
Groningen	126	4%	3%
Friesland	126	4%	4%
Drenthe	113	4%	3%
Overijssel	231	7%	7%
Flevoland	86	3%	3%
Gelderland	361	12%	12%
Utrecht	245	8%	8%
Noord-Holland	449	14%	17%
Zuid-Holland	685	22%	21%
Zeeland	59	2%	2%
Noord-Brabant	430	14%	15%
Limburg	209	7%	6%
Totaal	**3.120**	**100%**	**100%**

Tabel 10 Huishouden

	Aantal	%	NL (2021)
Ik woon alleen	979	31%	23%
Ik woon zonder partner, met thuiswonende kind(eren)	63	2%	4%
Ik woon samen met partner, zonder thuiswonende kind(eren)	1.468	47%	34%
Ik woon samen met partner, met thuiswonende kind(eren)	461	15%	30%
Ik woon bij mijn ouder(s)/verzorger(s)	77	2%	8%
Anders	49	2%	2%
Weet ik niet/wil ik niet zeggen	19	1%	0%
Totaal	**3.119**	**100%**	**100%**

Tabel 11 Opleiding

	Aantal	%	NL (2021)
Laag	767	25%	20%
Midden	1.205	39%	39%
Hoog	1.148	37%	41%
Totaal	**3.120**	**100%**	**100%**

Tabel 12 Werksituatie

	Aantal	%	NL (2021)
Ondernemer	158	5%	8%
Werkzaam in loondienst (bedrijfsleven)	972	31%	41%
Werkzaam bij de overheid of semi-overheid	672	22%	6%
Arbeidsongeschikt	213	7%	4%
Werkloos/werkzoekend/bijstand	99	3%	4%
Gepensioneerd of VUT	776	25%	22%
Studerend/schoolgaand	58	2%	7%
Overig	172	6%	7%
Totaal	**3.120**	**100%**	**100%**

Bijlage II: Achtergrondkenmerken Duitsers

Tabel 13 Leeftijd

	Aantal	%
18-29 jaar	146	16%
30-49 jaar	353	38%
50-64 jaar	262	28%
65+	169	18%
Totaal	**930**	100%

Tabel 14 Opleiding

	Aantal	%
Laag	116	12%
Midden	366	39%
Hoog	411	44%
Weet ik niet/wil ik niet zeggen	39	4%
Totaal	**932**	100%

Tabel 15 Huishouding

	Aantal	%
Alleen	203	22%
Met kinderen	313	34%
Zonder kinderen	323	35%
Met ouders/huisgenoten en overig	93	10%
Totaal	**932**	**100%**

Tabel 16 Werksituatie

	Aantal	%
Ondernemer	30	3%
Werknemer/in dienst	541	58%
Arbeidsongeschikt	28	3%
Werkloos/werkzoekend/bijstand	32	3%
Gepensioneerd of VUT	187	20%
Studerend/schoolgaand	43	5%
Huisvrouw/huisman	47	5%
Anders	24	3%
Totaal	**932**	**100%**

Bijlage III: Tabellen

Ten behoeve van de digitale toegankelijkheid van het rapport zijn in deze bijlage tabellen opgenomen met de percentages die in het rapport in grafieken zijn weergegeven.

Tabel 17 Heeft u Groningen al eens bezocht (voor 1 of meerdere dagen)?

	Ja, in het afgelopen jaar	Ja, 1-5 jaar geleden	Ja, meer dan 5 jaar geleden	Nee, nooit
Provincie Groningen (buiten de stad Groningen)	16%	21%	27%	36%
Stad Groningen	17%	23%	33%	27%

Tabel 18 Wat is uw oordeel over de provincie Groningen als toeristische bestemming?

	%
Heel positief	9%
Positief	45%
Neutraal	39%
Negatief	7%
Heel negatief	0%

Tabel 19 Hoe waarschijnlijk is het dat u Groningen bezoekt in de komende 3 jaar voor een...?

	Waarschijnlijk wel	Waarschijnlijk niet	Weet ik nog niet
...een zakenreis	6%	80%	13%
...een lange vakantie	5%	73%	22%
...een korte vakantie	27%	42%	32%
...een dagbezoek	41%	34%	25%

Tabel 20 Bent u dan van plan de stad of het buitengebied te bezoeken?

	%
Stad	28%
Provincie Groningen (buiten de stad Groningen)	16%
Beiden	49%
Weet ik nog niet	7%

Tabel 21 Met welk gezelschap wilt u naar Groningen komen? (meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Partner	59%
Vrienden	29%
Gezin	22%
Alleen	20%
Familie (anders dan gezin)	16%
Collega's/zakenrelaties	5%
Anders	1%

Tabel 22 Hoe waarschijnlijk is het dat u Groningen de komende 3 jaar bezoekt voor een lange vakantie? Uitgesplitst naar leefstijlen

	Totaal	Rustzoekers	Stijlzoekers	Verbindingzoekers	Harmoniezoekers	Plezierzoekers	Inzichtzoekers	Avonturzoekers
Waarschijnlijk wel	5%	6%	6%	6%	4%	4%	4%	6%
Waarschijnlijk niet	73%	71%	77%	63%	72%	77%	78%	75%
Weet ik nog niet	22%	23%	17%	31%	24%	19%	18%	19%

Tabel 23 Hoe waarschijnlijk is het dat u Groningen de komende 3 jaar bezoekt voor een korte vakantie? Uitgesplitst naar leefstijlen

	Totaal	Rustzoekers	Stijlzoekers	Verbindingzoekers	Harmoniezoekers	Plezierzoekers	Inzichtzoekers	Avonturzoekers
Waarschijnlijk wel	27%	19%	28%	36%	21%	24%	21%	37%
Waarschijnlijk niet	42%	49%	44%	28%	43%	44%	51%	32%
Weet ik nog niet	32%	32%	28%	36%	36%	32%	28%	31%

Tabel 24 Hoe waarschijnlijk is het dat u Groningen de komende 3 jaar bezoekt voor een dagbezoek? Uitgesplitst naar leefstijlen

	Totaal	Rustzoekers	Stijlzoekers	Verbindingzoekers	Harmoniezoekers	Plezierzoekers	Inzichtzoekers	Avonturzoekers
Waarschijnlijk wel	41%	29%	44%	44%	36%	39%	41%	54%
Waarschijnlijk niet	34%	44%	35%	27%	32%	35%	37%	23%
Weet ik nog niet	25%	27%	21%	29%	32%	26%	22%	23%

Tabel 25 Hoe vaak gaat u gemiddeld per jaar op vakantie?

	Verbindingszoekers				Avontuurzoekers				Totaal			
	(Bijna) nooit	1-2 keer	2-3 keer	4 keer of vaker	(Bijna) nooit	1-2 keer	2-3 keer	4 keer of vaker	(Bijna) nooit	1-2 keer	2-3 keer	4 keer of vaker
Zakelijk (op reis voor werk)	91%	6%	2%	2%	78%	15%	4%	4%	84%	9%	4%	3%
Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	18%	56%	18%	7%	14%	61%	20%	5%	22%	56%	17%	5%
Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen)	21%	43%	27%	8%	17%	43%	26%	14%	26%	43%	21%	9%

Tabel 26 In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen? Uitgesplitst naar leefstijlen

		(Helemaal) eens	Neutraal	(Helemaal) oneens	Weet niet
Verbindingszoekers	Op mijn vakantiebestemming onderneem ik graag allerlei uitstapjes en activiteiten in de regio	87%	10%	3%	0%
	Ik ga graag naar bestemmingen waar ik nog niet eerder ben geweest op vakantie	77%	18%	5%	0%
	Ik ga het liefst altijd naar dezelfde bestemming (plaats) op vakantie	8%	17%	75%	0%
Avontuurzoekers	Op mijn vakantiebestemming onderneem ik graag allerlei uitstapjes en activiteiten in de regio	92%	7%	1%	0%
	Ik ga graag naar bestemmingen waar ik nog niet eerder ben geweest op vakantie	83%	15%	2%	0%
	Ik ga het liefst altijd naar dezelfde bestemming (plaats) op vakantie	5%	13%	82%	0%
Totaal	Op mijn vakantiebestemming onderneem ik graag allerlei uitstapjes en activiteiten in de regio	84%	12%	4%	0%
	Ik ga graag naar bestemmingen waar ik nog niet eerder ben geweest op vakantie	74%	20%	7%	0%
	Ik ga het liefst altijd naar dezelfde bestemming (plaats) op vakantie	11%	18%	71%	0%

Tabel 27 Hoe komt u aan inspiratie voor een nieuwe vakantiebestemming? Uitgesplitst naar leefstijlen

	Verbindingzoekers	Avontuurzoekers	Totaal
Weet ik niet	1%	1%	2%
Anders	8%	12%	8%
Op televisie	20%	22%	19%
In een tijdschrift of krant	34%	31%	23%
Op sociale media (zoals YouTube, Facebook, Instagram, etc.)	20%	32%	28%
Op basis van eerdere ervaring(en)	44%	50%	48%
Via familie/vrienden/kennissen	56%	64%	58%

Tabel 28 Met wie gaat u meestal op vakantie? (meerdere antwoorden mogelijk)

	Partner	Gezin	Vrienden	Familie (anders dan gezin)*	Alleen	Anders
Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen)	60%	26%	28%	16%	11%	1%
Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	57%	28%	20%	12%	11%	2%

Tabel 29 Welk type vakantie heeft uw voorkeur? Uitgesplitst naar leefstijlen

	Verbindingszoekers	Avontuurzoekers	Totaal
Anders	6%	7%	6%
Campervakantie	9%	4%	5%
Wintersportvakantie	4%	6%	6%
Kampeervakantie (met een tent of caravan)	21%	21%	17%
Rondreis (bijv. groepsreis, roadtrip, backpacken)	20%	31%	21%
Strandvakantie / zonvakantie	17%	13%	25%
Actieve vakantie (bijv. wandelen, fietsen, golf)	32%	37%	27%
Stedentrip	32%	39%	35%
Huisje huren (bijv. vakantiepark, Airbnb)	35%	29%	36%

Tabel 30 Hoe belangrijk vindt u bepaalde aspecten bij het kiezen van een bestemming (zowel voor een dagje uit als een vakantie)?

	(Erg) belangrijk	Neutraal	(Helemaal) niet belangrijk	Weet niet
Bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden en vormen	23%	35%	41%	1%
Bereikbaarheid ov	30%	24%	44%	1%
Winkelmogelijkheden	33%	31%	35%	1%
Fietsmogelijkheden	38%	28%	33%	1%
Voldoende vermaak voor de hele familie	42%	24%	31%	3%
Aanbod van activiteiten en attracties	49%	28%	22%	1%
Cultureel aanbod	53%	29%	17%	1%
Culinair aanbod	55%	28%	17%	1%
Gastvrijheid van inwoners	59%	30%	10%	1%
Wandelmogelijkheden	66%	22%	11%	1%
Bereikbaarheid auto	70%	18%	12%	1%
Aanwezigheid van natuurgebieden	74%	19%	6%	1%
Kosten van reis en verblijf	77%	16%	6%	1%

Tabel 31 Welke activiteiten onderneemt u vaker dan één keer per jaar in uw vrije tijd? (meerdere antwoorden mogelijk)

	Verbindingszoekers	Avontuurzoekers	Totaal
Geen van bovenstaande	0%	0%	1%
Paardrijden	1%	3%	2%
Mountainbiken / Wielrennen	8%	11%	8%
Waterrecreatie	10%	14%	11%
Sportieve activiteiten voor plezier	8%	20%	13%
Bezoek aan wellnesscentrum	16%	20%	16%
Toeren met de auto/motor	22%	20%	20%
Activiteiten en uitjes gericht op kinderen	15%	14%	20%
Evenement bezoeken	19%	36%	29%
Uitgaan	22%	40%	30%
Attracties bezoeken	25%	27%	32%
Theaterbezoek	46%	60%	42%
Fietsen (recreatief)	63%	53%	50%
Museum of historische bezienswaardigheid bezoeken	59%	76%	51%
Winkelen	54%	48%	55%
Ontspannen in de natuur	66%	78%	63%
Wandelen	78%	84%	74%
Uit eten	86%	81%	80%

Tabel 32 Aandeel van ondernomen vrijetijdsactiviteiten in provincie Groningen en Nederland, naar herkomstsituatie (bron: NVTO 2022/2023, NBTC)

	Bezoekers provincie Groningen (n=8,4 mln. activiteiten)	Totaal provincie Groningen (n=89,3 mln. activiteiten)	Provinciebezoekers Nederland (n=229 mln. activiteiten)	Totaal Nederland (n=2,5 mld. activiteiten)
Wandeling	13%	35%	13%	34%
Winkelen voor plezier	12%	7%	7%	6%
Uit eten	11%	7%	17%	9%
Ontspannen/recreëren in de openbare ruimte	9%	8%	6%	7%
Bezoek bar / café / terras	9%	7%	11%	8%
Toertocht met de auto	8%	3%	7%	2%
Bezoek concert / muziekshow	5%	1%	3%	1%
Fietstocht	5%	11%	4%	10%
Bezoek markt	3%	4%	2%	3%
Bezoek museum / galerie / etc.	3%	1%	4%	1%
Overige activiteiten (27)	22%	17%	24%	17%

Tabel 33 Leefstijlen van recreanten bij ondernomen vrijetijdsactiviteiten in provincie Groningen en Nederland, naar herkomstsituatie (bron: NVTO 2022/2023, NBTC)

	Bezoekers provincie Groningen	Provinciebezoekers Nederland	Totaal provincie Groningen	Totaal Nederland
Avontuurzoekers	15%	13%	11%	11%
Harmoniezoekers	14%	9%	10%	10%
Inzichtzoekers	11%	13%	14%	12%
Plezierzoekers	15%	12%	12%	12%
Rustzoekers	21%	22%	27%	25%
Stijlzoekers	17%	18%	16%	17%
Verbindingszoekers	8%	12%	10%	12%

Tabel 34 In welke mate vindt u onderstaande tegenstellingen passen bij de provincie Groningen?

	<<	<	neutraal	>	>>	
Modern	1%	8%	45%	38%	8%	Historisch
Toeristisch	3%	17%	45%	28%	7%	Niet toeristisch
Levendig	3%	12%	30%	36%	19%	Rustig
Veel te doen	4%	19%	49%	22%	7%	Weinig te doen
Persoonlijk	4%	17%	57%	17%	5%	Afstandelijk
Afwisselend	6%	20%	48%	19%	7%	Eentonig
Makkelijk te bereiken per openbaar vervoer	10%	17%	42%	20%	10%	Moeilijk te bereiken per openbaar vervoer
Mooi	11%	32%	46%	9%	2%	Lelijk
Gastvrij	13%	37%	45%	4%	1%	Ongastvrij
Veilig	26%	39%	31%	3%	1%	Onveilig
Makkelijk te bereiken met de auto	30%	29%	28%	9%	4%	Moeilijk te bereiken met de auto

Tabel 35 In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen? Groningen is een provincie…

	(Helemaal) mee eens	Neutraal	(Helemaal) mee oneens	Weet niet
….met een ruim wellnessaanbod	8%	21%	5%	66%
….met veel activiteiten voor kinderen	10%	23%	5%	62%
…met veel festivals en evenementen	13%	25%	11%	50%
…met veel attracties en activiteiten	15%	30%	14%	40%
….met een veelzijdig winkelaanbod	27%	28%	6%	38%
… met een veelzijdig cultureel aanbod	31%	27%	6%	35%
… die het hele jaar door leuk is om te verblijven	31%	27%	13%	28%
… met een veelzijdig landschap	33%	24%	23%	20%
…met mooie natuurlijke kust / strand	34%	20%	15%	31%
… met veel mogelijkheden voor waterrecreatie	36%	22%	5%	37%
… met leuke horeca (cafés, restaurants)	51%	19%	2%	28%

...met mooie historische dorpen	56%	16%	2%	25%
... met veel wandelmogelijkheden	57%	16%	2%	25%
...met veel fietsmogelijkheden	59%	14%	2%	26%
...met veel erfgoed (kerken, boerderijen, borgen)	61%	14%	2%	22%
...waar je als bezoeker tot rust kunt komen	66%	14%	1%	18%

Tabel 36 Kunt u bij de onderstaande thema's aangeven in hoeverre deze u interessant lijken?

	(Erg) interessant	Neutraal	(Helemaal) niet interessant	Weet niet
Kunstenaars, zoals de Ploeg	30%	29%	36%	5%
De muziek in de hoofdstad	33%	27%	34%	5%
Iconen uit Groningen	39%	27%	29%	4%
Het verhaal van de gaswinning	49%	23%	25%	4%
De graanschuur van Nederland	50%	25%	20%	5%
Het verhaal van het veen	54%	24%	18%	4%
Bezinning en rust	59%	26%	11%	4%
Streekproducten en platteland	62%	20%	14%	5%
De duisternis, sterren en heelal	63%	18%	14%	5%
Oneindig wandelen	66%	20%	10%	4%
Het waddengebied	79%	13%	5%	3%

Tabel 37 Wat zijn voor u mogelijke redenen om Groningen niet te bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk). Uitgesplitst naar leefstijlen

	Verbindingzoekers	Avontuurzoekers	Totaal
Geen specifieke reden	38%	30%	31%
Anders	8%	9%	9%
Er is geen geschikte accommodatie voor mij	1%	3%	2%
Het is geen gastvrije provincie	1%	2%	2%
Groningen heeft niet zo'n goed imago	4%	4%	3%
Het huidige vrijetijdsaanbod spreekt me niet aan	4%	5%	5%
Groningen heeft geen interessante natuur	5%	7%	6%
Groningen is niet goed bereikbaar met het openbaar vervoer	6%	13%	7%
Het weer/klimaat vind ik niet fijn	7%	7%	8%
Groningen lijkt mij geen interessante vakantiebestemming	19%	19%	23%
Ik weet niet wat Groningen te bieden heeft	23%	26%	25%
De reisafstand is te groot	32%	40%	40%

Tabel 38 Welke aanpassingen of toevoegingen zouden de provincie Groningen aantrekkelijker maken voor u? (meerdere antwoorden mogelijk). Uitgesplitst naar leefstijlen

	Verbindingzoekers	Avontuurzoekers	Totaal
Weet ik niet	42%	33%	43%
Anders	5%	7%	6%
Meer sportief aanbod	2%	3%	2%
Meer aanbod specifiek gericht op kinderen	2%	1%	3%
Toevoegen van kunst en architectuur in de openbare ruimte	4%	7%	3%
Een uitgebreider en diverser winkelaanbod	4%	3%	4%
Meer of andere evenementen en festivals	1%	7%	5%
Een uitgebreider en diverser aanbod van horeca	3%	6%	5%
Een groter wandelaanbod	6%	9%	6%
Een ruimer/diverser aandbod van verblijfsaccommodaties	8%	5%	6%
Meer attracties	4%	4%	7%
Aanbod van unieke lokale producten	8%	11%	7%
Een groter aanbod aan fietspaden (zowel recreatief als sportief)	13%	7%	7%
Erfgoed transformeren naar een publiek functie	7%	12%	7%
Uitbreiding van cultureel aanbod zoals musea en theaters	8%	15%	8%
Meer activiteiten/belevenissen in de natuur	11%	11%	10%
Bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden	9%	13%	10%
Het toevoegen van mogelijkheden aan het strand/wad	10%	13%	11%
Verbeterde bereibaarheid met OV en auto	13%	20%	14%
Meer bekendheid van wat de provincie te bieden heeft	38%	36%	31%

Tabel 39 Heeft u Groningen al eens bezocht (voor 1 of meerdere dagen)? (Duitsland)

	Ja, in het afgelopen jaar	Ja, 1-5 jaar geleden	Ja, meer dan 5 jaar geleden	Nee, nooit
Provincie Groningen (buiten de stad Groningen)	22%	29%	25%	24%
Stad Groningen	16%	19%	19%	46%

Tabel 40 Wat is uw oordeel over de provincie Groningen als toeristische bestemming? (Duitsland)

	%
Heel positief	26%
Positief	49%
Neutraal	21%
Negatief	2%
Heel negatief	1%

Tabel 41 Hoe waarschijnlijk is het dat u Groningen bezoekt in de komende 3 jaar voor … (Duitsland)

	Waarschijnlijk wel	Waarschijnlijk niet	Weet ik nog niet
…een zakenreis	12%	72%	16%
…een lange vakantie	18%	53%	29%
…een korte vakantie	52%	22%	26%
…een dagbezoek	71%	11%	18%

Tabel 42 Bent u dan van plan de stad of het buitengebied te bezoeken? (Duitsland)

	%
Stad	36%
Provincie Groningen (buiten de stad Groningen)	12%
Beiden	43%
Weet ik nog niet	9%

Tabel 43 Met welk gezelschap wilt u naar Groningen komen? (meerdere antwoorden mogelijk) (Duitsland)

	%
Partner	61%
Familie	39%
Vrienden	25%
Alleen	12%
Collega's/zakenrelaties	1%
Anders	1%

Tabel 44 Hoe vaak gaat u gemiddeld per jaar op vakantie? (Duitsland)

	(Bijna) nooit	1-2 keer	2-3 keer	4 keer of vaker
Zakelijk (op reis voor werk)	75%	15%	6%	4%
Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	22%	58%	16%	4%
Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen)	19%	49%	24%	8%

Tabel 45 In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen? (Duitsland)

	(Helemaal) eens	Neutraal	(Helemaal) oneens	Weet niet
Op mijn vakantiebestemming onderneem ik graag allerlei uitstapjes en activiteiten in de regio	80%	12%	7%	1%
Ik ga graag naar bestemmingen waar ik nog niet eerder ben geweest op vakantie	80%	15%	5%	0%
Ik ga het liefst altijd naar dezelfde bestemming (plaats) op vakantie	26%	28%	46%	0%

Tabel 46 Hoe komt u aan inspiratie voor een nieuwe vakantiebestemming? (Duitsland)

	%
Weet ik niet	3%
Anders	4%
In een tijdschrift of krant	22%
Op televisie	35%
Op sociale media (zoals YouTube, Facebook, Instagram, etc.)	37%
Op basis van eerdere ervaring(en)	49%
Op internet (zoals reisblogs en recensies)	60%

Tabel 47 Welk type vakantie heeft uw voorkeur? (Duitsland)

	%
Anders	4%
Wintersportvakantie (skiën, snowboarden, langlaufen)	5%
Campervakantie	8%
Kampeervakantie (met een tent of caravan)	10%
Rondreis (bijv. groepsreis, roadtrip, backpacken)	12%
Actieve vakantie (bijv. wandelen, fietsen, golf)	19%
Huisje huren (bijv. vakantiepark, Airbnb)	35%
Stedentrip	45%
Strandvakantie / zonvakantie	47%

Tabel 48 Met wie gaat u meestal op vakantie? (meerdere antwoorden mogelijk) (Duitsland)

	Partner	Familie	Vrienden	Alleen	Anders
Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen)	61%	40%	21%	16%	0%
Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	59%	42%	19%	12%	1%

Tabel 49 Welke activiteiten onderneemt u vaker dan één keer per jaar in uw vrije tijd? (meerdere antwoorden mogelijk) (Duitsland)

	%
Geen van bovenstaande	2%
Paardrijden	4%
Mountainbiken / Wielrennen	6%
Waterrecreatie	13%
Bezoek aan wellnesscentrum	18%
Sportieve activiteiten voor plezier	20%
Activiteiten en uitjes gericht op kinderen	22%
Toeren met de auto/motor	26%
Theaterbezoek	27%
Wandelen	30%
Museum of historische bezienswaardigheid bezoeken	32%
Evenement bezoeken	34%
Attracties bezoeken	36%

Uitgaan	46%
Fietsen (recreatief)	48%
Ontspannen in de natuur	63%
Uit eten	70%

Tabel 50 Hoe belangrijk vindt u bepaalde aspecten bij het kiezen van een bestemming? (Duitsland)

	(Erg) belangrijk	Neutraal	(Helemaal) niet belangrijk	Weet niet
Bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden en vormen	37%	34%	28%	1%
Aanwezigheid van natuurgebieden	41%	37%	21%	2%
Fietsmogelijkheden	44%	27%	29%	1%
Wandelmogelijkheden	46%	27%	26%	1%
Bereikbaarheid ov	47%	24%	28%	1%
Voldoende vermaak voor de hele familie	56%	25%	18%	2%
Cultureel aanbod	58%	28%	13%	1%
Aanbod van activiteiten en attracties	63%	26%	9%	1%
Winkelmogelijkheden	65%	25%	9%	1%
Culinair aanbod	67%	25%	7%	1%
Bereikbaarheid auto	73%	17%	10%	1%
Gastvrijheid van inwoners	77%	17%	4%	2%
Kosten van reis en verblijf	81%	13%	4%	2%

Tabel 51 In welke mate vindt u onderstaande tegenstellingen passen bij de provincie Groningen? (Duitsland)

	<<	<	neutraal	>	>>	
Modern	9%	16%	48%	22%	5%	Historisch
Veel te doen	15%	31%	47%	5%	2%	Weinig te doen
Persoonlijk	18%	42%	35%	4%	2%	Afstandelijk
Makkelijk te bereiken per openbaar vervoer	20%	26%	42%	9%	4%	Moeilijk te bereiken per openbaar vervoer
Levendig	22%	32%	34%	10%	1%	Rustig
Afwisselend	29%	41%	26%	3%	1%	Eentonig
Toeristisch	31%	38%	25%	5%	1%	Niet toeristisch
Veilig	32%	33%	30%	4%	1%	Onveilig
Mooi	37%	38%	21%	3%	1%	Lelijk
Gastvrij	40%	36%	20%	2%	2%	Ongastvrij
Makkelijk te bereiken met de auto	52%	26%	17%	4%	1%	Moeilijk te bereiken met de auto

Tabel 52 In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen? Groningen is een provincie... (Duitsland)

	(Helemaal) mee eens	Neutraal	(Helemaal) mee oneens	Weet niet
....met een ruim wellnessaanbod	37%	34%	4%	25%
....met veel activiteiten voor kinderen	40%	31%	3%	26%
...met mooie natuurlijke kust / strand	45%	24%	12%	18%
...met veel festivals en evenementen	46%	30%	4%	20%
... met veel mogelijkheden voor waterrecreatie	46%	29%	5%	20%
... met veel wandelmogelijkheden	49%	26%	6%	19%
...met veel erfgoed (kerken, boerderijen, borgen)	58%	24%	4%	13%
...met veel attracties en activiteiten	59%	26%	3%	11%
... met een veelzijdig landschap	60%	24%	5%	11%
...waar je als bezoeker tot rust kunt komen	60%	25%	5%	10%
... met een veelzijdig cultureel aanbod	63%	21%	3%	14%
...met mooie historische dorpen	63%	21%	2%	13%
... die het hele jaar door leuk is om te verblijven	69%	20%	4%	8%
...met veel fietsmogelijkheden	76%	11%	3%	10%
....met een veelzijdig winkelaanbod	76%	13%	4%	7%
... met leuke horeca (cafés, restaurants)	77%	13%	3%	7%

Tabel 53 Kunt u bij de onderstaande thema's aangeven in hoeverre deze u interessant lijken? (Duitsland)

	(Erg) interessant	Neutraal	(Helemaal) niet interessant	Weet niet
Kunstenaars, zoals de Ploeg	36%	32%	25%	6%
Het verhaal van de gaswinning	38%	31%	26%	6%
Iconen uit Groningen	43%	29%	23%	5%
Het verhaal van het veen	50%	29%	17%	5%
De muziek in de hoofdstad	55%	28%	12%	5%
De graanschuur van Nederland	59%	24%	11%	6%
Oneindig wandelen	59%	22%	14%	5%
De duisternis, sterren en heelal	61%	23%	11%	6%
Het waddengebied	66%	20%	9%	5%
Streekproducten en platteland	68%	19%	8%	5%
Bezinning en rust	71%	19%	5%	5%

Tabel 54 Wat zijn voor u mogelijke redenen om Groningen niet te bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk) (Duitsland)

	%
Ik weet niet wat Groningen te bieden heeft	11%
Groningen lijkt mij geen interessante vakantiebestemming	10%
Het weer/klimaat vind ik niet fijn	9%

De reisafstand is te groot	7%
Het huidige vrijetijdsaanbod spreekt me niet aan	7%
Er is geen geschikte accommodatie voor mij	7%
Groningen is niet goed bereikbaar met het openbaar vervoer	6%
Het is geen gastvrije provincie	5%
Groningen heeft geen interessante natuur	4%
Groningen heeft niet zo'n goed imago	2%
Anders	6%
Geen specifieke reden	56%

Tabel 55 Welke aanpassingen of toevoegingen zouden de provincie Groningen aantrekkelijker maken voor u? (meerdere antwoorden mogelijk) (Duitsland)

	%
Meer bekendheid van wat de provincie te bieden heeft	20%
Aanbod van unieke lokale producten	13%
Bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden	12%
Een uitgebreider en diverser winkelaanbod	11%
Meer activiteiten/belevenissen in de natuur	11%
Verbeterde bereibaarheid met OV en auto	11%
Meer attracties	10%
Een uitgebreider en diverser aanbod van horeca	10%
Een ruimer/diverser aandbod van verblijfsaccommodaties	9%
Meer of andere evenementen en festivals	8%
Het toevoegen van mogelijkheden aan het strand/wad	8%
Meer aanbod specifiek gericht op kinderen	7%
Een groter aanbod aan fietspaden (zowel recreatief als sportief)	7%
Erfgoed transformeren naar een publiek functie	6%
Uitbreiding van cultureel aanbod zoals musea en theaters	6%
Een groter wandelaanbod	5%
Toevoegen van kunst en architectuur in de openbare ruimte	4%
Meer sportief aanbod	3%
Anders	5%
Weet ik niet	38%

Bijlage IV: Vragenlijst (Nederlands)

Introductie

Beste [naam panellid],

We willen u graag wat vragen stellen over de provincie Groningen. We zijn benieuwd wat er in u opkomt als u aan Groningen denkt, of u er wel eens komt en of u interesse heeft om Groningen in de toekomst te bezoeken. **Let op: het onderzoek gaat over de hele provincie Groningen, inclusief de stad.**

Uw antwoorden zijn erg belangrijk! Met uw antwoorden krijgt de provincie Groningen een beter beeld van de bezoekers en de interesse in de provincie. Zo kunnen zij werken aan een nog beter aanbod voor toeristen en recreanten. Ook als u Groningen nog nooit heeft bezocht, zijn uw antwoorden waardevol.

Het invullen van de vragenlijst duurt maximaal 15 minuten.

Vakantiegedrag en vrijetijd

Allereerst stellen we u enkele vragen over vakanties en vrije tijd.

1. Hoe vaak gaat u gemiddeld **per jaar** op vakantie?

	(Bijna) nooit	1 tot 2 keer	2 tot 3 keer	4 keer of vaker
Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen)	○	○	○	○
Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	○	○	○	○
Zakelijk (op reis voor werk)	○	○	○	○

[Indien bij korte vakantie en lange vakantie '(bijna) nooit' door naar V7]

2. Waar gaat u meestal naartoe op vakantie? [exclusief opties waar men in V1 (bijna) nooit heeft ingevuld]

	Binnen Nederland	Europa (buiten Nederland)	Buiten Europa
Korte vakantie (1 t/m 3 overnachtingen	○	○	○
Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	○	○	○
Zakelijk (op reis voor werk)	○	○	○

3. In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen?

	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens	Weet niet
Ik ga het liefst altijd naar dezelfde bestemming (plaats) op vakantie.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik ga graag naar bestemmingen waar ik nog niet eerder ben geweest op vakantie.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Op mijn vakantiebestemming onderneem ik graag allerlei uitstapjes en activiteiten in de regio.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. Hoe komt u aan inspiratie voor een nieuwe vakantiebestemming? [random]
   - ☐ Op internet (zoals reisblogs en recensies)
   - ☐ Via familie/vrienden/kennissen
   - ☐ In een tijdschrift of krant
   - ☐ Op televisie
   - ☐ Op sociale media (zoals YouTube, Facebook, Instagram, etc.)
   - ☐ Op basis van eerdere ervaring(en)
   - ☐ Anders, namelijk ...
   - ☐ Weet ik niet

5. Welk type vakantie heeft uw voorkeur? [random]
   Kies maximaal twee opties.
   - ☐ Stedentrip
   - ☐ Strandvakantie / zonvakantie
   - ☐ Huisje huren (bijv. vakantiepark, Airbnb)
   - ☐ Kampeervakantie (met een tent of caravan)
   - ☐ Campervakantie
   - ☐ Rondreis (bijv. groepsreis, roadtrip, backpacken)
   - ☐ Wintersportvakantie (skiën, snowboarden, langlaufen)
   - ☐ Actieve vakantie (bijv. wandelen, fietsen, golf)
   - ☐ Anders, namelijk ...

6. Met wie gaat u meestal op vakantie?
   Meerdere antwoorden mogelijk. [exclusief opties waar men in V1 (bijna) nooit heeft ingevuld]

	Alleen	Partner	Gezin	Familie (anders dan gezin)	Vrienden	Anders
Korte vakantie (1 t/m 3) overnachtingen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Lange vakantie (meer dan 3 overnachtingen)	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[Indien anders]

6b. U heeft bij de vorige vraag 'anders ingevuld' Met wie gaat u meestal op vakantie?

7. Welke van deze activiteiten onderneemt u **vaker dan één keer per jaar** in uw vrije tijd?
   Meerdere antwoorden mogelijk. [random]

☐ Ontspannen in de natuur (in een bos, park, strand; bijv. een picknick of stranddag)
☐ Wandelen
☐ Evenement bezoeken (festival, sportwedstrijd)
☐ Fietsen (recreatief)
☐ Mountainbiken / Wielrennen
☐ Toeren met de auto/motor
☐ Waterrecreatie (watersport, varen, vissen)
☐ Paardrijden
☐ Uitgaan (café, feest of discotheek)
☐ Uit eten
☐ Winkelen
☐ Bezoek aan wellnesscentrum
☐ Museum of historische bezienswaardigheid bezoeken
☐ Theaterbezoek (dans, toneel, concert, musical)
☐ Attracties bezoeken (pretpark, dierentuin, escape room)
☐ Sportieve activiteiten voor plezier (indoor skiën, schaatsen, klimmen, karten)
☐ Activiteiten en uitjes gericht op kinderen (speeltuin, zwembad, trampolinepark)
☐ Geen van bovenstaande

8. Hoe belangrijk vindt u bepaalde aspecten bij het kiezen van een bestemming (zowel voor een dagje uit als een vakantie)? [random]

	Helemaal niet belangrijk	Niet echt belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Erg belangrijk	Weet niet
Wandelmogelijkheden	○	○	○	○	○	○
Fietsmogelijkheden						
Bereikbaarheid auto	○	○	○	○	○	○
Bereikbaarheid ov	○	○	○	○	○	○
Aanbod van activiteiten en attracties	○	○	○	○	○	○
Culinair aanbod	○	○	○	○	○	○
Cultureel aanbod	○	○	○	○	○	○
Gastvrijheid van inwoners	○	○	○	○	○	○
Winkelmogelijkheden	○	○	○	○	○	○
Kosten van reis en verblijf	○	○	○	○	○	○
Aanwezigheid van natuurgebieden	○	○	○	○	○	○
Voldoende vermaak voor de hele familie	○	○	○	○	○	○
Bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden en vormen	○	○	○	○	○	○

Imago Groningen

De volgende vragen gaan over uw beeld van de provincie Groningen.

9. Wat komt er als eerste bij u op als u denkt aan de provincie Groningen? *Maximaal 3 steekwoorden*.

- Weet ik niet

10. Welke plekken om te bezoeken in de provincie Groningen kunt u opnoemen? Denk aan attracties, musea, natuurgebieden, historische stadjes. *U kunt maximaal 10 plekken invullen*.

- Weet ik niet/ik ken geen plekken in Groningen

11. In welke mate vindt u de onderstaande tegenstellingen passen bij de provincie Groningen? [random]

	<<	<	neutraal	>	>>	
Makkelijk te bereiken per openbaar vervoer	o	o	o	o	o	Moeilijk te bereiken per openbaa vervoer
Levendig	o	o	o	o	o	Rustig
Afwisselend	o	o	o	o	o	Eentonig
Veel te doen	o	o	o	o	o	Weinig te doen
Mooi	o	o	o	o	o	Lelijk
Veilig	o	o	o	o	o	Onveilig
Makkelijk te bereiken met de auto	o	o	o	o	o	Moeilijk te bereiken met de auto
Toeristisch	o	o	o	o	o	Niet toeristisch
Gastvrij	o	o	o	o	o	Ongastvrij
Modern	o	o	o	o	o	Historisch
Persoonlijk	o	o	o	o	o	Afstandelijk

12. In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen? Groningen is een provincie... [random]

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet niet
...met veel fietsmogelijkheden	○	○	○	○	○	○
... met veel wandelmogelijkheden	○	○	○	○	○	○
...waar je als bezoeker tot rust kunt komen	○	○	○	○	○	○
... met veel mogelijkheden voor waterrecreatie	○	○	○	○	○	○
...met mooie natuurlijke kust / strand	○	○	○	○	○	○
... met een veelzijdig landschap	○	○	○	○	○	○
... met een veelzijdig cultureel aanbod	○	○	○	○	○	○
... die het hele jaar door leuk is om te verblijven	○	○	○	○	○	○
... met leuke horeca (cafés, restaurants)	○	○	○	○	○	○
...met veel attracties en activiteiten	○	○	○	○	○	○

...met veel festivals en evenementen	○	○	○	○	○	○
....met een veelzijdig winkelaanbod	○	○	○	○	○	○
....met veel activiteiten voor kinderen	○	○	○	○	○	○
...met veel erfgoed (kerken, boerderijen, borgen)	○	○	○	○	○	○
...met mooie historische dorpen	○	○	○	○	○	○
....met een ruim wellnessaanbod	○	○	○	○	○	○

De provincie wil de verhalen van Groningen graag delen met inwoners en bezoekers. Deze verhalen kunnen bijvoorbeeld verteld worden in de openbare ruimte, musea/attracties of online.

13. Kun u bij de onderstaande thema's aangeven in hoeverre deze u interessant lijken? [random]

	Helemaal niet interessant	Niet echt interessant	Neutraal	Interessant	Erg interessant	Weet niet
Het verhaal van de gaswinning *Ontdek de impact van de gasvondst op Groningen, van welvaart tot aardbevingen, en de weg naar een duurzame toekomst.*	○	○	○	○	○	○
Streekproducten en platteland *Groningen kent rijke smaken. Ontmoet bevlogen boeren, geniet van streekproducten en ervaar de weidse rust van het platteland.*	○	○	○	○	○	○
Iconen uit Groningen *Maak kennis met de iconen van Groningen, zoals de ontdekkingsreiziger Abel Tasman, de eerste vrouwelijke arts Aletta Jacobs of voetballers Koeman. Ontdek de verhalen achter de*	○	○	○	○	○	○

Groningse personen en symbolen.						
De Graanschuur van Nederland *Wandel door graanvelden, bezoek historische molens en beleef de Groningse trots: het leveren van brood voor heel Nederland.*	○	○	○	○	○	○
De duisternis, sterren en heelal *Ervaar de duisternis van Groningen, waar je de sterrenhemel nog écht kunt zien, en ontdek de geheimen van het heelal.*	○	○	○	○	○	○

14. Kun u bij de onderstaande verhalen aangeven in hoeverre deze u interessant lijken? [random]

	Helemaal niet interessant	Niet echt interessant	Neutraal	Interessant	Erg interessant	Weet niet
Het waddengebied *Ontdek het verhaal van het Wad, wandel over de zeebodem tijdens eb, spot zeehonden en ervaar de kracht van de elementen.*	○	○	○	○	○	○
De muziek in de hoofdstad *Dompel je onder in de bruisende muziekscene van Groningen, waar bijvoorbeeld jaarlijks Eurosonic Noorderslag, hét festival voor Europese popmuziek, plaatsvindt.*	○	○	○	○	○	○
Kunstenaars, zoals de Ploeg *Laat je inspireren door de expressionistische kunst van De Ploeg, die het Groningse landschap en leven op unieke wijze vastlegde.*	○	○	○	○	○	○
Oneindig wandelen	○	○	○	○	○	○

Verken de wandelpaden van Groningen, van de waddenkust tot sporen uit het verleden. Geniet van rust en ruimte.						
Het verhaal van het veen *Duik in de geschiedenis van het Groningse veen, van turfwinning tot unieke natuurgebieden, en ontdek de verhalen die het landschap verbergt.*	○	○	○	○	○	○
Bezinning en rust *Kom even helemaal tot jezelf, de kop leeg, ontspan en neem de tijd voor bezinning.*						

15. Mist u een thema of verhaal van Groningen die u interessant lijkt tussen deze opties?

- Weet ik niet

Bezoekgedrag en -intenties

In het volgende blok vragen we u of u Groningen bezocht heeft en naar uw intentie om Groningen in de toekomst te bezoeken.

16. Heeft u Groningen al eens bezocht (voor 1 of meerdere dagen)?

	Ja, in het afgelopen jaar	Ja, 1 tot 5 jaar geleden	Ja, meer dan 5 jaar geleden	Nee, nooit
Stad Groningen	○	○	○	○
Provincie Groningen (buiten de stad Groningen)	○	○	○	○

[Indien beide 'Nee, nooit' door naar V18]

17. Wat is uw oordeel over de provincie Groningen als toeristische bestemming?
    - heel positief
    - positief
    - neutraal
    - negatief
    - heel negatief

17b. Kunt u dit toelichten?

- Geen toelichting

18. Hoe waarschijnlijk is het dat u Groningen bezoekt in de komende 3 jaar voor...

	Waarschijnlijk niet	Waarschijnlijk wel	Weet ik nog niet
...een dagbezoek	○	○	○
...een korte vakantie	○	○	○
...een lange vakantie	○	○	○
...een zakenreis	○	○	○

[Indien alles 'waarschijnlijk niet' of 'weet ik nog niet' door naar V21]

19. Bent u dan van plan de stad of het buitengebied te bezoeken?
- Stad
- Provincie Groningen (buiten de stad Groningen)
- Beiden
- Weet ik nog niet

20. Met welk gezelschap wilt u naar Groningen komen?
Meerdere antwoorden mogelijk.

☐ Alleen
☐ Partner
☐ Gezin
☐ Familie (anders dan gezin)
☐ Vrienden
☐ Collega's/zakenrelaties
☐ Anders, namelijk..

Belemmerende factoren en verbeteringen

Nu volgen enkele vragen over wat u mogelijk tegenhoudt Groningen te bezoeken en wat de provincie aantrekkelijker zou kunnen maken.

21. Wat zijn voor u mogelijke redenen om Groningen niet te bezoeken? [random]
    Meerdere antwoorden mogelijk.

- ☐ De reisafstand is te groot
- ☐ Groningen is niet goed bereikbaar met het openbaar vervoer
- ☐ Ik weet niet wat Groningen te bieden heeft
- ☐ Het huidige vrijetijdsaanbod spreekt me niet aan
- ☐ Groningen lijkt mij geen interessante vakantiebestemming
- ☐ Er is geen geschikte accommodatie voor mij
- ☐ Het is geen gastvrije provincie
- ☐ Groningen heeft geen interessante natuur
- ☐ Groningen heeft niet zo'n goed imago
- ☐ Het weer/klimaat vind ik niet fijn
- ☐ Anders, namelijk ...
- ☐ Geen specifieke reden

22. Welke aanpassingen of toevoegingen zouden de provincie Groningen aantrekkelijker maken voor u? [random]
    Meerdere antwoorden mogelijk.

- ☐ Meer of andere evenementen en festivals
- ☐ Uitbreiding van cultureel aanbod zoals musea en theaters
- ☐ Verbeterde bereikbaarheid met OV en auto
- ☐ Een groter wandelaanbod (camino, lange afstandswandelingen)
- ☐ Een groter aanbod aan fietspaden (zowel voor recreatief fietsen als wielrennen/mountainbiken)
- ☐ Een uitgebreider en diverser winkelaanbod
- ☐ Meer bekendheid van wat de provincie te bieden heeft
- ☐ Een uitgebreider en diverser aanbod van horeca
- ☐ Aanbod van unieke lokale producten
- ☐ Meer activiteiten/belevenissen in de natuur
- ☐ Het toevoegen van mogelijkheden aan het strand/wad
- ☐ Meer attracties (pretparken, dierentuinen, escaperooms)
- ☐ Meer sportief aanbod (skiën, schaatsen, klimmen, mountainbiken)
- ☐ Toevoegen van kunst en architectuur in de openbare ruimte
- ☐ Erfgoed transformeren naar een publieke functie (hotel, museum, theater of attractie)
- ☐ Een ruimer/diverser aanbod van verblijfsaccommodaties
- ☐ Bijzondere/unieke overnachtingsmogelijkheden (themahotel, boomhutten, sterrenkijkhuisjes)
- ☐ Meer aanbod specifiek gericht op kinderen (speeltuinen, trampolineparken, zwembaden)
- ☐ Anders, namelijk ...
- ☐ Weet ik niet

23. Heeft u verder nog opmerkingen of verbeterpunten voor de provincie Groningen?

- Weet ik niet

Leefstijlen

We zijn bijna aan het eind gekomen van deze vragenlijst. Eerst willen we graag nog weten wat voor type recreant u bent. Wat vindt u bijvoorbeeld belangrijk als u erop uit trekt in uw vrije tijd?

De volgende vragen gaan hier over.

Voor deze vijf vragen wordt u tijdelijk naar een andere omgeving geleid. In deze externe omgeving vindt geen koppeling plaats met uw gegevens en overige antwoorden uit deze enquête. Na beantwoording van deze vragen keert u terug naar de huidige omgeving en kunt u de vragenlijst afsluiten.

Afsluiting

24. Dit waren alle vragen. Heeft u tot slot nog opmerkingen over deze vragenlijst?

- Geen opmerkingen

Dank voor uw medewerking!

Contactgegevens

Ipsos I&O Enschede
Zuiderval 70
Postbus 563
7500 AN Enschede
053 - 200 52 00
KVK-nummer 08198802
nl-info-publiek@ipsos.com
www.ipsos-publiek.nl

Ipsos I&O Amsterdam
Piet Heinkade 55
1019 GM Amsterdam
020 – 308 48 00
nl-info-publiek@ipsos.com
www.ipsos-publiek.nl