

Economisch Binnenstad Onderzoek Groningen 2023

1 Inleiding.....	3
1.1 Aanleiding.....	3
1.2 Onderzoeksopzet.....	3
1.3 Leeswijzer	4
1.4 Korte samenvatting hoofdstuk 1	5
2 Algemeen profiel	6
2.1 Respons	6
2.2 Achtergrond respondenten	6
2.3 Korte samenvatting van hoofdstuk 2.....	10
3 Verblijf gemeente Groningen	11
3.1 Type onderkomen	11
3.2 Aantal nachten	12
3.3 Waardering onderkomen	13
3.4 Korte samenvatting hoofdstuk 3	13
4 Bezoek binnenstad.....	14
4.1 Bezoekredenen binnenstad	14
4.2 Activiteiten binnenstad.....	14
4.3 Tijdsduur binnenstad.....	15
4.4 Frequentie bezoek binnenstad	17
4.5 Gezelschap.....	18
4.6 Bezoek regio Groningen en Sontplein	19
4.7 Korte samenvatting hoofdstuk 4	20
5 Waardering binnenstad.....	21
5.1 Onderscheidende aspecten van de binnenstad	21
5.2 Waardering binnenstad.....	22
5.3 Waardering verschillende aspecten van de binnenstad.....	23
5.4 Korte samenvatting van hoofdstuk 5.....	25
6 Bestedingen.....	27
6.1 Bestedingen per persoon per dag	27
6.2 Bestedingen en bezoekredenen	29
6.3 Wanneer geven mensen meer uit?	30
6.4 Korte samenvatting hoofdstuk 6	30
7 Samenvatting	32
Colofon	34

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Met circa 243.000 inwoners is Groningen de grootste gemeente van het noorden en de zesde grootste gemeente van Nederland. Groningen is bij uitstek een studentenstad met het hoogste percentage studenten én qua inwoners de jongste stad van Nederland. Mede door het grote aanbod van culturele evenementen en haar bruisende nachtleven heeft Groningen een grote aantrekkingskracht op bezoekers. Daarnaast trekt ze door haar gunstige ligging ten opzichte van en uitstekende verbinding met Duitsland veel Duitse bezoekers. Maar ook uit eigen land komen elk jaar veel dagrecreanten en verblijfstoeristen naar Groningen. Daarnaast is de binnenstad van Groningen een plek waar veel mensen wonen en werken. De grote diversiteit aan functies zorgt ervoor dat het centrum van Groningen aan verschillende doelgroepen een plek biedt.

Gemeente Groningen heeft de behoefte om het economisch functioneren van de binnenstad in kaart te brengen. Sinds 2019 is ervoor gekozen om een overkoepelend onderzoek uit te voeren naar het functioneren van de binnenstad. Door dit onderzoek tweejaarlijks te herhalen kan er inzicht verkregen worden in de ontwikkeling van de binnenstad.

1.2 Onderzoekopzet

Het doel van het onderzoek is om inzicht te krijgen in het functioneren van de binnenstad van Groningen. Bezoekers zijn op verschillende locaties in de binnenstad benaderd door enquêteurs om mee te doen aan het onderzoek. Naast een goede spreiding over de binnenstad is gekozen voor locaties waar relatief veel bezoekers passeren, om het veldwerk zo effectief en efficiënt mogelijk uit te voeren. De locaties staan weergegeven in Tabel 1. Om een zo volledig mogelijk beeld van het functioneren van de binnenstad te krijgen heeft dit onderzoek een jaar lang gelopen, van januari 2022 tot en met januari 2023.

Tabel 1. Enquête locaties

Locatie	Korte enquête	Lange enquête	Totaal
Grote Markt	875	338	1213
Vismarkt	687	210	897
Nieuwe Markt	284	178	462
Zuiderdiep/Herestraat	779	175	954
Zuiderdiep/Folkingestraat	481	115	596
Astraat/Brugstraat	225	132	357
Oude Ebbingestraat/Nieuwe Ebbingestraat	262	97	359
Sint Jansstraat	68	62	130
Zwanestraat/Oude Kijk in 't Jatstraat	248	58	306
Museumplein/Stationsplein/Groninger Museum	106	163	269
Totaal	4.015	1.528	5.543

Vragenlijsten

Om inzicht te krijgen in de bezoekredenen zijn bezoekers van de binnenstad op straat benaderd om mee te doen aan het onderzoek. Daarbij zijn twee enquêtes gebruikt: (a) een reguliere vragenlijst en (b) een verkorte versie van de reguliere vragenlijst. Beide vragenlijsten waren in drie talen beschikbaar: Nederlands, Duits en Engels. De reguliere vragenlijst is door middel van een persoonlijk interview afgenomen. De korte vragenlijst is zoveel mogelijk persoonlijk afgenomen, maar bij grote drukte is deze ook verspreid en door respondenten zelf ingevuld, waarna gecontroleerd door de enquêteur. Verhoudingsgewijs zijn de meeste enquêtes afgenomen in april, tijdens de zomermaanden en in december.

Doelgroepen

In dit onderzoek zijn vijf verschillende doelgroepen meegenomen waar een bezoeker van de binnenstad onder kan vallen.

- **Werknemer:** een bezoeker die werkt bij een bedrijf of instelling in de binnenstad en in de binnenstad is gekomen met 'werken' als belangrijkste bezoekreden.
- **Verblijfstoerist:** een bezoeker met een recreatief bezoekmotief die in de gemeente Groningen overnacht, maar niet in de gemeente woont.
- **Dagrecreant:** een bezoeker die voor een dag recreatief de gemeente Groningen bezoekt. Dit kan een bezoeker zijn die a) niet op zijn vaste (huis)adres overnacht, b) overnacht op een vast adres in het buitenland of c) een postcode heeft dat lager is dan 9301.
- **Binnenstadbewoner:** een bewoner met een vast adres in het centrum en die niet in de binnenstad werk.
- **Binnenstadbezoeker:** een bezoeker die niet in de binnenstad woont, werkt, een dagrecreant is of een verblijfstoerist. Deze bezoeker heeft a) een vast adres in de gemeente Groningen, b) een postcode beginnend met 97xx of c) een vast adres met een postcode hoger dan 9300.

Weging

In de rapporten van 2019 en 2021 is een weging gebruikt op basis van het type bezoeker dat de binnenstad van Groningen hebben bezocht. De reden dat er vanaf heden geen weging meer wordt gebruikt, is omdat we geen zicht hebben op hoe de doorsnee bezoekerspopulatie van de binnenstad eruitziet en de gebruikte methode van het onderzoek op een selecte steekproef wijst. Een weging gebruiken op deze data op basis van het type bezoeker zou vanwege deze redenen niet valide zijn. Om de resultaten van 2023 te kunnen vergelijken met de resultaten van voorgaande onderzoeksjaren en op te kunnen nemen in dit rapport, zijn de analyses opnieuw gedaan. De resultaten van 2019 en 2021 zoals beschreven in dit rapport zouden daardoor mogelijk kunnen verschillen met de resultaten zoals opgenomen in voorgaande rapporten. Conform de rapporten in 2019 en 2021 zijn binnenstadbezoekers vanuit de gemeente Groningen als regionale binnenstadbezoekers samengevoegd tot binnenstadbezoekers.

1.3 Leeswijzer

Dit rapport is verdeeld in meerdere hoofdstukken. In hoofdstuk 2 wordt het algemene profiel van de respondent weergegeven, zoals de aantallen per doelgroep, gemiddelde leeftijd en herkomst. In hoofdstuk 3 wordt er dieper ingegaan op het verblijf in de gemeente Groningen. Hier zijn alleen de respondenten meegenomen die in de gemeente verbleven op de dag van het interview. Hoofdstuk 4 gaat over het bezoek aan de binnenstad; hoelang de respondenten er verbleven, wat voor activiteiten ze hebben gedaan en hoe vaak ze er vertoeven. De waardering van de binnenstad en haar verschillende aspecten door de respondenten wordt geanalyseerd in hoofdstuk 5. Hoeveel de



respondenten hebben besteed in de binnenstad komt terug in hoofdstuk 6. Hier zijn alle respondenten meegenomen, ook de respondenten die niet in de gemeente overnachten. Tot slot wordt er in hoofdstuk 7 een korte samenvatting van het rapport gegeven. Waar mogelijk worden de resultaten van 2023 vergeleken met de resultaten van 2021 en 2019. Na elke hoofdstuk wordt er tevens een korte samenvatting gegeven.

1.4 Korte samenvatting hoofdstuk 1

De gemeente Groningen is de grootste van Noord-Nederland en heeft een groot aantal inwoners en studenten. Door haar levendige culturele leven en nabijheid van Duitsland trekt de stad veel bezoekers, zowel uit eigen land als uit Duitsland. Om het functioneren van de binnenstad beter te begrijpen, heeft de gemeente een onderzoek uitgevoerd, dat elke twee jaar wordt herhaald. Het onderzoek in 2022-2023 bestond uit enquêtes op drukke locaties in de stad, waarbij bezoekers werden gevraagd naar hun bezoekredenen.

Het doel van het onderzoek was om inzicht te krijgen in hoe de binnenstad wordt gebruikt door verschillende doelgroepen, zoals werknemers, toeristen en dagjesmensen. De enquête werd afgenomen in drie talen: Nederlands, Duits en Engels. Het rapport bevat gegevens over de bezoekers van 2019, 2021 en 2023, waarbij de meeste respondenten in 2023 Nederlands spraken.

Het rapport is opgedeeld in verschillende hoofdstukken, waarin onder andere het profiel van de bezoekers, hun verblijf, activiteiten en uitgaven in de binnenstad worden besproken.

2 Algemeen profiel

2.1 Respons

In Tabel 2 en 3 is de respons per vragenlijst en per taal te zien. Het totaal aantal respondenten en het aantal respondenten per soort vragenlijst is redelijk gelijk gebleven per onderzoeksjaar. Het aantal respondenten per vragenlijst laat per onderzoeksjaar wel verschillen zien. Zo is met name het aantal Duitse respondenten afgenomen sinds 2019, wat voornamelijk heeft geresulteerd in een toename van het aantal Nederlandse respondenten.

Tabel 2. Aantal respondenten per soort vragenlijst

	Korte vragenlijst	Reguliere vragenlijst	Totaal
2019	4.051	1.572	5.623
2021	4.032	1.531	5.563
2023	4.015	1.528	5.543

Tabel 3. Aantal respondenten per Nederlandse, Duitse en Engelse vragenlijst

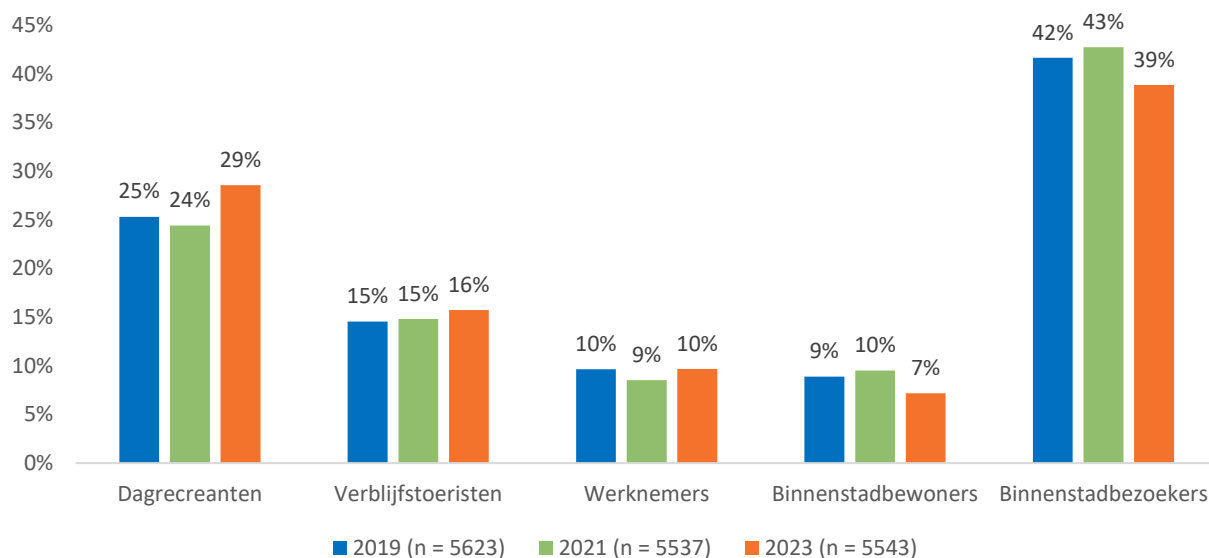
	Nederlands	Duits	Engels
2019	4.400	903	320
2021	4.893	374	296
2023	4.675	569	299

2.2 Achtergrond respondenten

Verdeling doelgroepen

In Figuur 1 is de verdeling van de verschillende doelgroepen weergegeven per onderzoeksjaar. Over de jaren is de verdeling van doelgroepen redelijk gelijk gebleven, met als uitzondering een lichte toename van het aantal dagrecreanten en een afname van het aantal binnenstadbezoekers in 2023 vergeleken met de voorgaande onderzoeken.

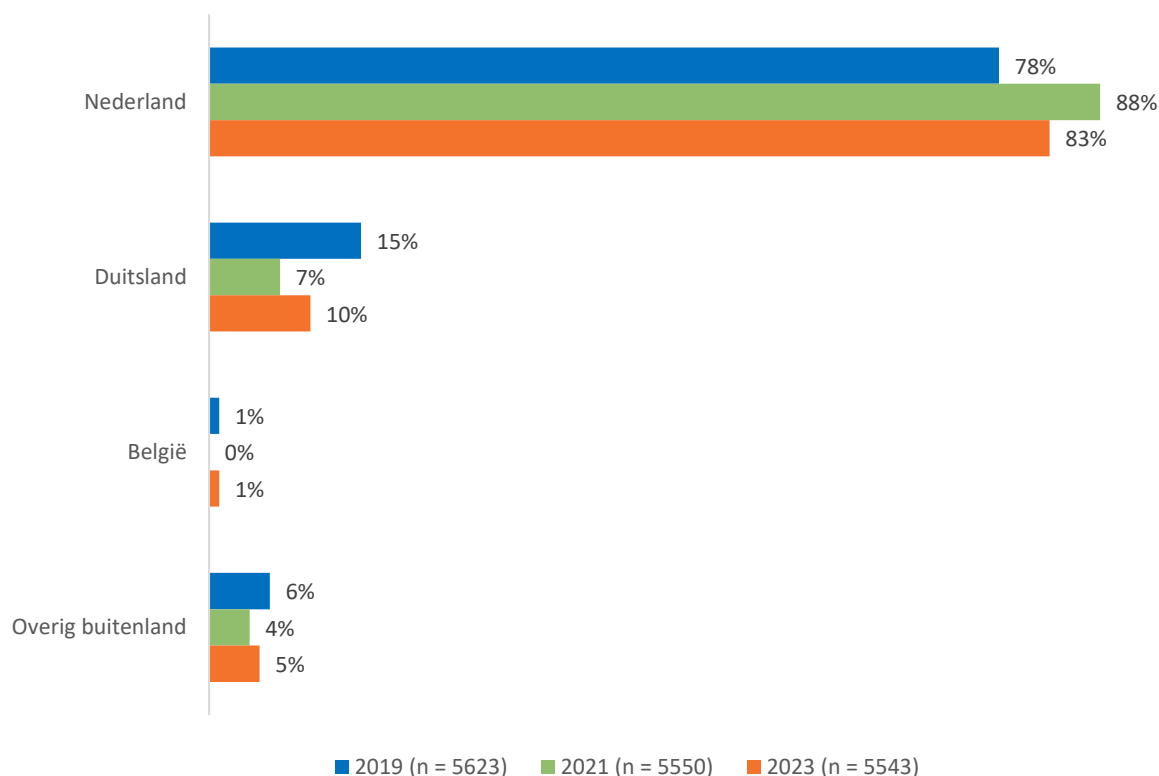
Figuur 1: Verdeling naar doelgroep in de onderzoeken 2019 tot en met 2023.



Herkomst respondent

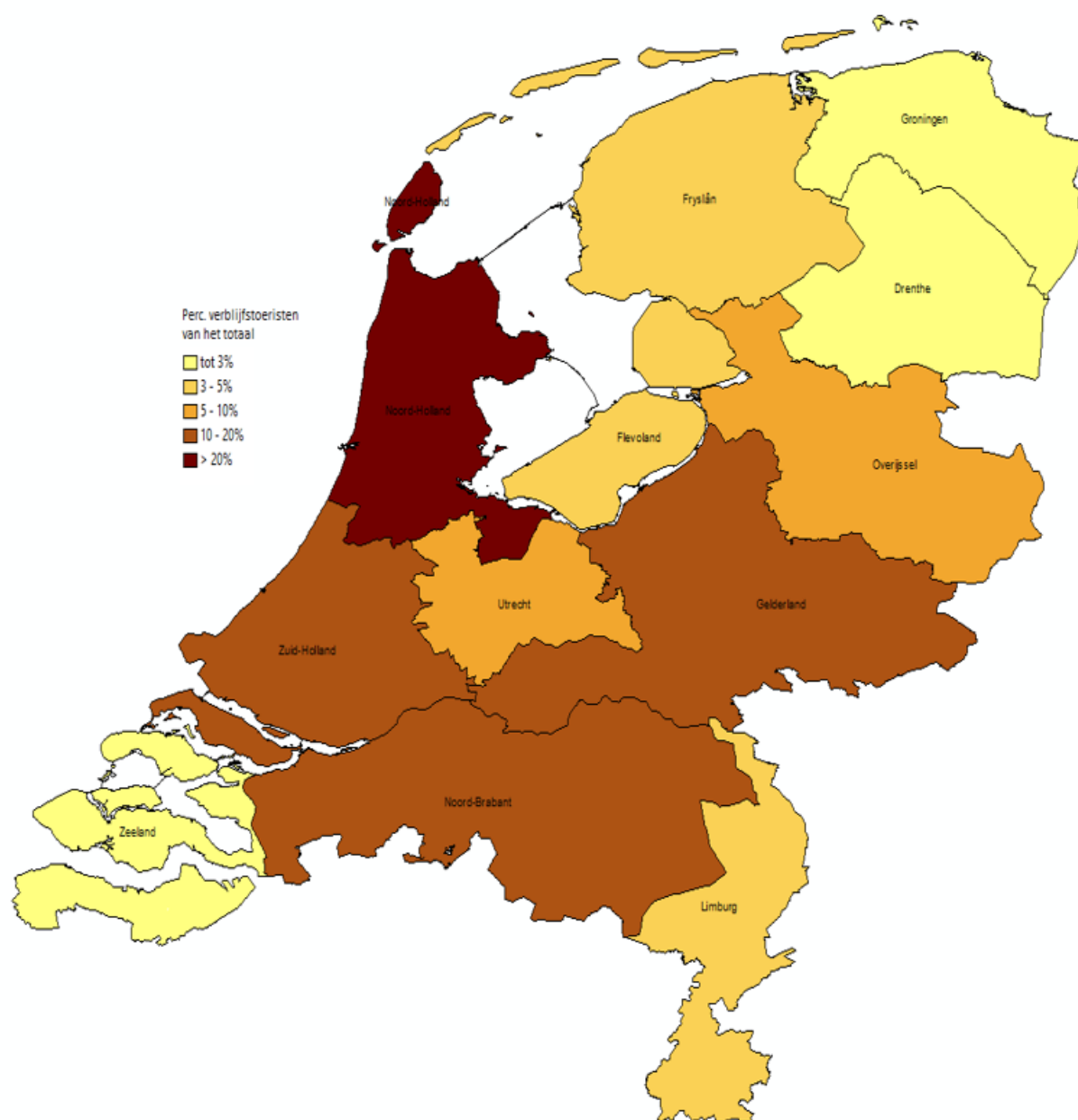
Figuur 2 toont het land van herkomst van alle respondenten. Het merendeel van de respondenten komt uit Nederland, 10% uit Duitsland en de overige respondenten uit andere landen. Vergeleken met 2021 is er een lichte toename te zien van het aantal respondenten uit het buitenland, al gaat het hier mogelijk om een Covid-19 effect, gezien het percentage buitenlandse respondenten in 2019 hoger lag.

Figuur 2: Land van herkomst respondenten



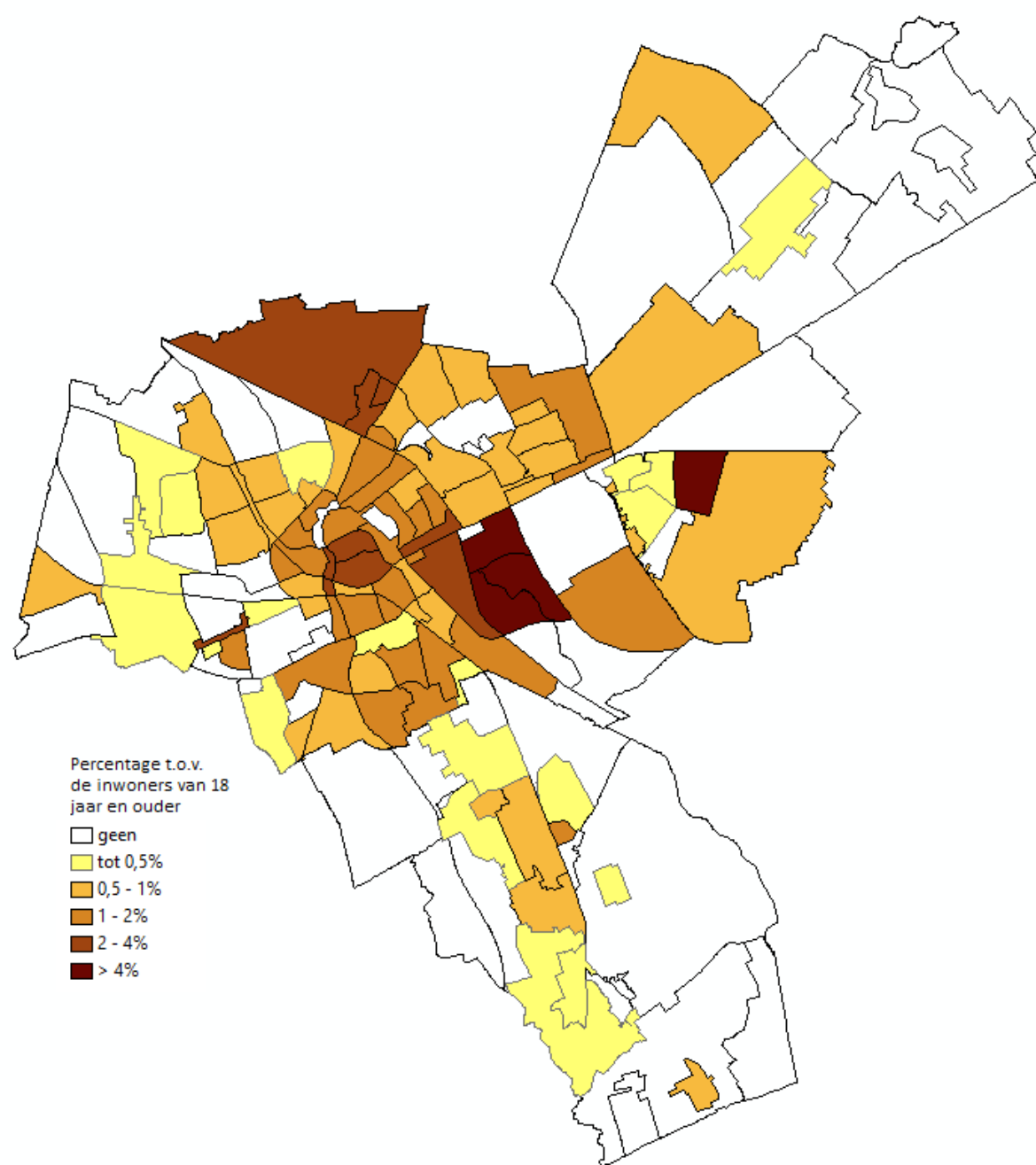
Figuur 3 toont de herkomst van de Nederlandse verblijfstoeristen die in de gemeente Groningen overnachten in het onderzoek van 2023. De meeste verblijfstoeristen komen uit Noord-Holland, Zuid-Holland, Brabant en Gelderland. Vergeleken met voorgaande jaren is er met name een stijging zichtbaar in het percentage verblijfstoeristen uit Flevoland.

Figuur 3: Herkomst Nederlandse respondenten in 2023



Figuur 4 zoomt in op de respondenten die in de gemeente Groningen wonen, dit zijn met name de respondenten uit de doelgroep binnenstadbezoekers. In 2023 komen relatief de meeste respondenten uit het (noord-)oosten van de gemeente. Hierbij is gekeken naar het aantal respondenten uit de wijk ten opzichte van het aantal bewoners van 18 jaar en ouder uit dezelfde wijk.

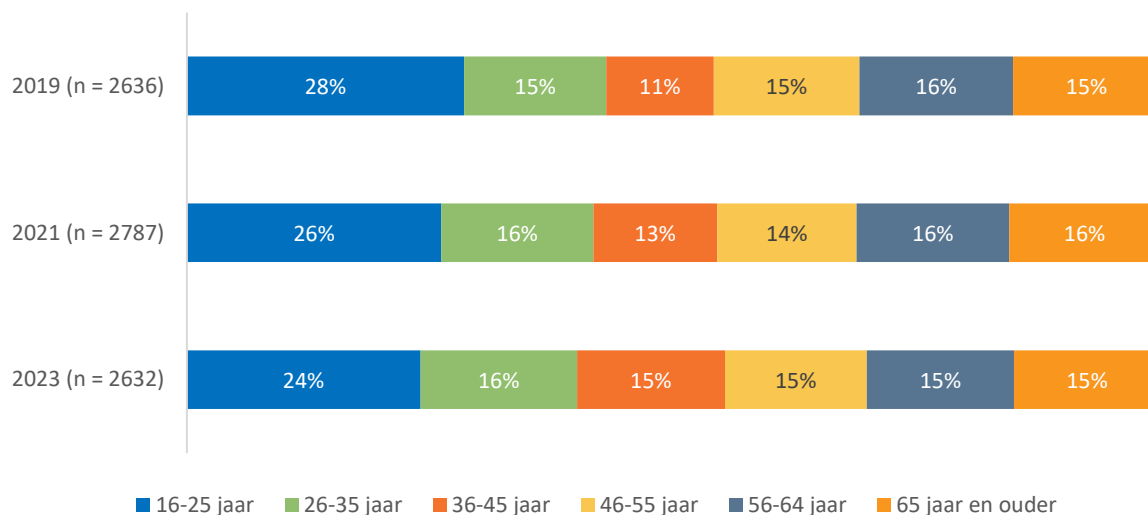
Figuur 4: Herkomst respondenten gemeente Groningen



Leeftijd respondent

Figuur 5 laat de verdeling van de respondenten naar leeftijd zien. Bijna een kwart van de respondenten is tussen de 16 en 25 jaar. De rest van de leeftijdsgroepen zijn redelijk gelijk verdeeld. De leeftijdsverdeling van de respondenten in 2023 verschilt weinig van voorgaande onderzoeksjaren.

Figuur 5: Leeftijdsverdeling respondenten



2.3 Korte samenvatting van hoofdstuk 2

In dit hoofdstuk wordt het algemene profiel van de bezoekers van de binnenstad van Groningen besproken. De verdeling van de doelgroepen (zoals werknemers, toeristen en dagjesmensen) is grotendeels gelijk gebleven in de onderzoeken van 2019 tot 2023, met een lichte toename van dagrecreanten en een afname van binnenstadbezoekers in 2023.

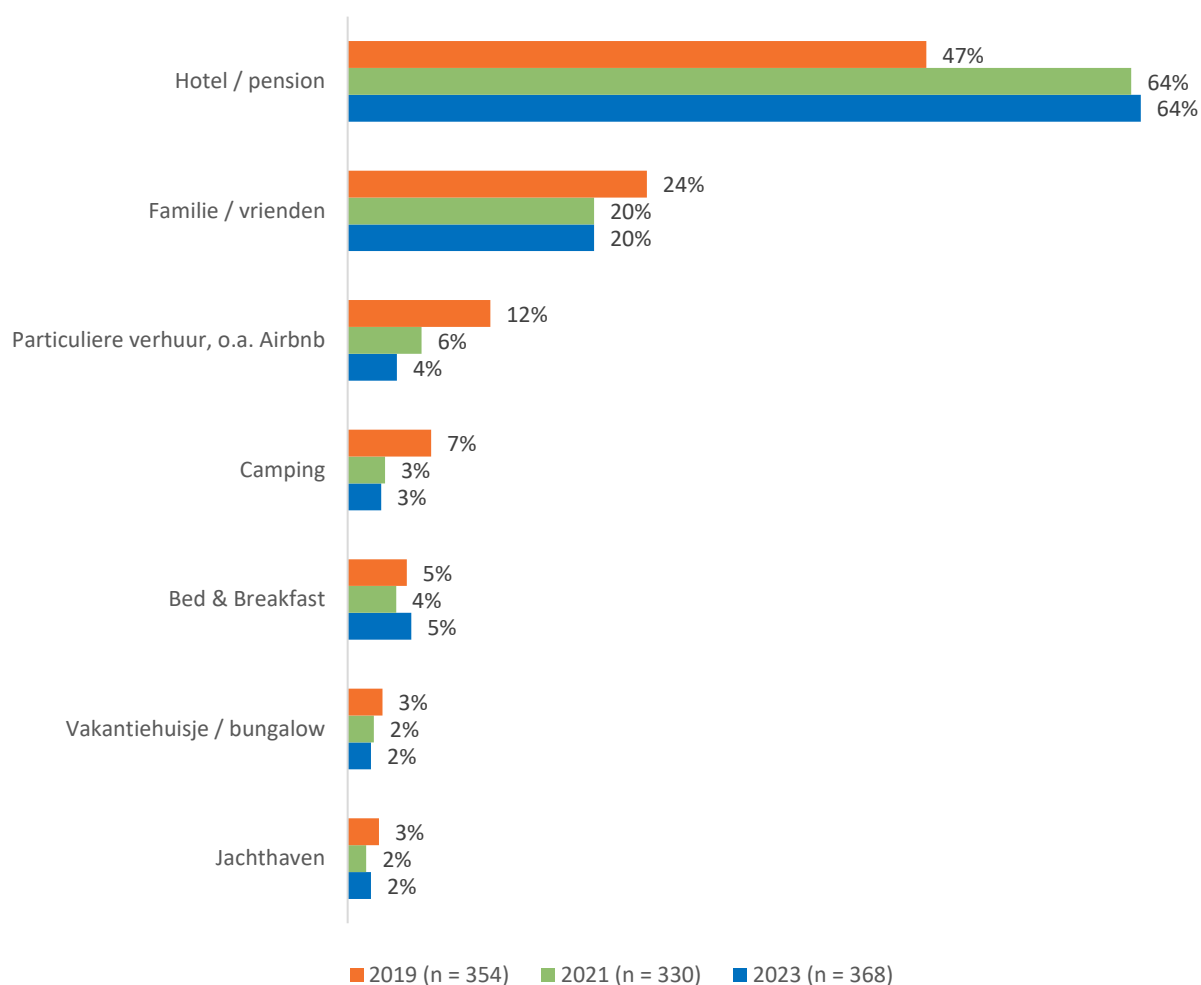
De meeste respondenten komen uit Nederland, waarvan een kwart tussen de 16 en 25 jaar oud is. Daarnaast is er een kleine stijging in het aantal buitenlandse bezoekers in 2023, vooral in vergelijking met 2021, toen Covid-19 een grotere invloed had. De meeste Nederlandse verblijfstoeristen komen uit Noord-Holland, Zuid-Holland, Brabant en Gelderland. Ook is er een groei in verblijfstoeristen uit Flevoland vergeleken met eerdere jaren.

3 Verblijf gemeente Groningen

3.1 Type onderkomen

Aan de respondenten is gevraagd of ze de nacht van het interview op een ander adres hebben overnacht dan hun vaste woonadres. Vervolgens is aan deze groep respondenten gevraagd van welk type onderkomen ze gebruik maken, zie daarvoor Figuur 6. Meer dan de helft van de respondenten verblijft in een hotel/pensioen en bijna een vijfde bij familie/vrienden. Vergeleken met voorgaande onderzoeksjaren is er met name een stijgende lijn te zien in het percentage respondenten dat in een hotel/pensioen verblijft en een lichte afname in het percentage respondenten dat verblijft op een camping, vakantiehuisje of gebruik maakt van particuliere verhuur.

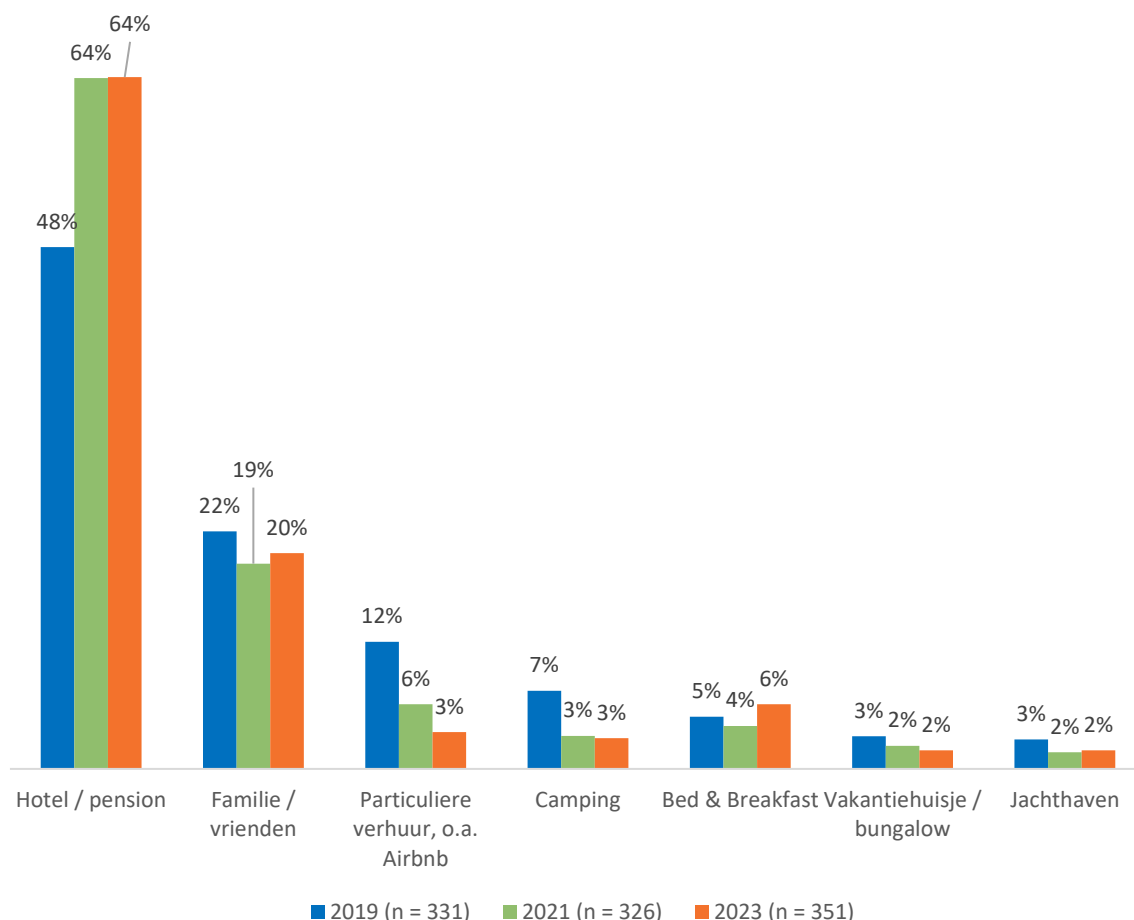
Figuur 6: Type onderkomen van de respondenten die niet op hun vaste woonadres verblijven



Type onderkomen van verblijfstoeristen

Met name verblijfstoeristen overnachten in de gemeente Groningen; de overige doelgroepen niet, met uitzondering van enkele werknemers die overwegend in een hotel overnachten. Figuur 7 laat het type onderkomen van verblijfstoeristen zien per onderzoeksjaar. Hoewel in 2019 nog werd gekozen voor verschillende type onderkomens, zoals particuliere verhuur en camping, is in 2021 met name de populariteit van een hotel/pensioen toegenomen. Dit is in 2023 weinig veranderd.

Figuur 7: Type onderkomen van verblijfstoeristen in 2019, 2021 en 2023



3.2 Aantal nachten

Gemiddeld verbleven respondenten in 2019 6 nachten in de gemeente Groningen; dit is in 2021 gedaald naar 3,4 nachten en in 2023 verder gedaald naar 3,1 nachten. In Tabel 4 wordt weergegeven hoeveel nachten verblijfstoeristen in de gemeente verblijven per onderzoeksjaar en per type onderkomen. Alleen resultaten met 10 respondenten of meer zijn getoond. Zoals in Figuur 6 al zichtbaar was, is er met name een sterke daling in het aantal nachten dat respondenten op de camping verblijven en in de particuliere verhuur.

Tabel 4. Aantal nachten per type onderkomen van verblijfstoeristen per onderzoeksjaar

	2019	2021	2023
Familie/vrienden	6,4	4,7	4,1
Camping	10,0	2,3	2,5
Vakantiehuisje/bungalow	4,8		
Hotel/pension	2,6	2,3	2,0
Particuliere verhuur (Airbnb)	15,9	3,1	2,8
Bed & Breakfast	3,3	1,5	2,6

n 2019 = 10-160; n 2021 = 10-207; n 2023 = 10-225

3.3 Waardering onderkomen

Gemiddeld geven de respondenten de accommodaties een 8,2; dit is over de jaren gelijk gebleven. Tabel 5 laat de gemiddelde score zien per type onderkomen per onderzoeksjaar. Alleen resultaten met 10 respondenten of meer worden getoond. Ten opzichte van 2019 is de waardering voor elke type onderkomen licht gedaald, met uitzondering van familie/vrienden.

Tabel 5. Waardering per type onderkomen van verblijfstoeristen per onderzoeksjaar

	2019	2021	2023
Familie/vrienden	8,8	9,0	9,2
Camping	8,4		8,1
Vakantiehuisje/bungalow	8,1		
Hotel/pension	8,1	8,1	7,9
Particuliere verhuur (Airbnb)	8,4	8,0	7,6
Bed & Breakfast	8,1	7,4	7,8

n 2019 = 10-156; n 2021 = 10-200; n 2023 = 10-209; vanwege te lage aantallen worden niet alle waarderingen getoond

3.4 Korte samenvatting hoofdstuk 3

Dit hoofdstuk bespreekt het verblijf van bezoekers in de gemeente Groningen. Meer dan de helft van de respondenten verblijft in een hotel of pension, terwijl bijna een vijfde bij familie of vrienden overnacht. De populariteit van hotels en pensions is sinds 2019 toegenomen, terwijl verblijven op campings of in particuliere verhuur is afgenomen.

Het overgrote merendeel van de respondenten dat in de gemeente verblijft zijn verblijfstoeristen. Verblijfstoeristen overnachten vooral in hotels of pensions. Gemiddeld verbleven de respondenten in 2023 zo'n 3,1 nachten in Groningen, een daling ten opzichte van eerdere jaren. Het aantal nachten op campings en in particuliere verhuur is sterk gedaald.

De gemiddelde waardering voor accommodaties is een 8,2, vergelijkbaar met voorgaande jaren. Familiebezoeken krijgen de hoogste waardering, terwijl de score voor hotels, particuliere verhuur en bed & breakfasts licht is gedaald.

4 Bezoek binnenstad

4.1 Bezoekredenen binnenstad

Aan de respondenten zijn gevraagd om de belangrijkste redenen weer te geven voor hun bezoek aan de binnenstad. De drie belangrijkste bezoekredenen zijn:

1. Winkelen/shoppen
2. Cultuur/toeristisch
3. Familie/ziekenhuis bezoek

Winkelen en cultuur waren ook in 2019 en 2021 de belangrijkste redenen om de binnenstad te bezoeken. In 2019 kwam op de derde plek 'marktbezoek' en was het bezoeken van familie of het ziekenhuis de 4^e belangrijkste reden om de binnenstad te bezoeken. Vanaf 2021 werd familie/ziekenhuisbezoek de 3^e belangrijkste reden. Daarnaast zijn redenen als wonen, werken of studeren in de binnenstad veelgenoemd.

Bezoekredenen naar doelgroep

Tabel 6 laat de belangrijkste bezoekredenen per doelgroep in 2023 zien. Aangezien wonen voor binnenstadbewoners en werken voor werknemers de belangrijkste redenen zijn om de binnenstad te bezoeken, zijn deze doelgroepen niet meegenomen. Voor dagrecreanten en binnenstadbezoekers is winkelen de hoofdreden om Groningen te bezoeken. In 2021 kwamen er meer dagrecreanten voor culturele activiteiten en toeristische attracties dan om te winkelen. In 2019 was een bezoek aan de markt voor zowel dagrecreanten als binnenstadbezoekers een belangrijke reden, en was familie/ziekenhuisbezoek (dagrecreanten) of studeren (binnenstadbezoekers) minder belangrijk. Marktbezoek is in 2023 minder populair geworden.

Tabel 6. Belangrijkste bezoekredenen binnenstad naar doelgroep in 2023

	1° bezoekreden	2° bezoekreden	3° bezoekreden
Dagrecreanten	Winkelen/shoppen (N = 561)	Cultuur/toeristisch (N = 539)	Familie/ziekenhuis bezoek (N = 196)
Verblijfstoeristen	Cultuur/toeristisch (N = 372)	Familie/ziekenhuis bezoek (N = 200)	Winkelen/shoppen (N = 137)
Binnenstadbezoekers	Winkelen/shoppen (N = 918)	Wonen (N = 313)	Studeren (N = 183)

4.2 Activiteiten binnenstad

Naast de bezoekredenen aan de binnenstad is tevens aan de respondenten gevraagd welke specifieke activiteiten ze de dag van het interview hebben ondernomen of nog gaan ondernemen, zie Tabel 7.

Tabel 7. Top drie activiteiten per onderzoeksjaar

	1° activiteit	2° activiteit	3° activiteit
2019	Winkelen/shoppen (47%)	Bezoek horeca (38%)	Bezoek markt (25%)
2021	Bezoek horeca (55%)	Winkelen/shoppen (43%)	Bezoek Forum (43%)
2023	Bezoek horeca (57%)	Winkelen/shoppen (48%)	Bezoek Groninger Museum (28%)

n 2019 = 1572, n 2021 = 1531, n 2023 = 1528; Meerdere activiteiten konden gekozen worden

In 2019 was winkelen de meest ondernomen activiteit van de dag van het interview. Dit veranderde in 2021, waar een bezoek aan de horeca de meest ondernomen activiteit werd; dit is in 2023 gelijk gebleven. De activiteiten die daarnaast het meest ondernomen worden, verschilt per onderzoeksjaar, zie Tabel 7: in 2019 was het nog een bezoek aan de markt, in 2023 een bezoek aan het Groninger Museum. Daarnaast zijn in 2023 een bezoek aan het Forum (21%; pas eind 2019 geopend) en een stadswandeling (19%) relatief veel ondernomen activiteiten.

Activiteiten naar doelgroep

In Tabel 8 wordt de meest gekozen activiteit weergegeven per doelgroep. Voor dagrecreanten, verblijfstoeristen en binnenstadbezoekers zijn de meest gekozen activiteiten winkelen/shoppen en horeca bezoek. Werknemers zijn met name in de binnenstad omdat daar hun werk bevindt; deze optie kon nog niet gekozen worden in 2019, mogelijk is daarom horecabezoek de belangrijkste activiteit van de dag. Binnenstadbewoners zijn met name in de binnenstad voor de dagelijkse boodschappen; dit veranderde in 2023 waar binnenstadbewoners met name aanwezig zijn om recreatief te winkelen.

Tabel 8. Topactiviteit per doelgroep per onderzoeksjaar

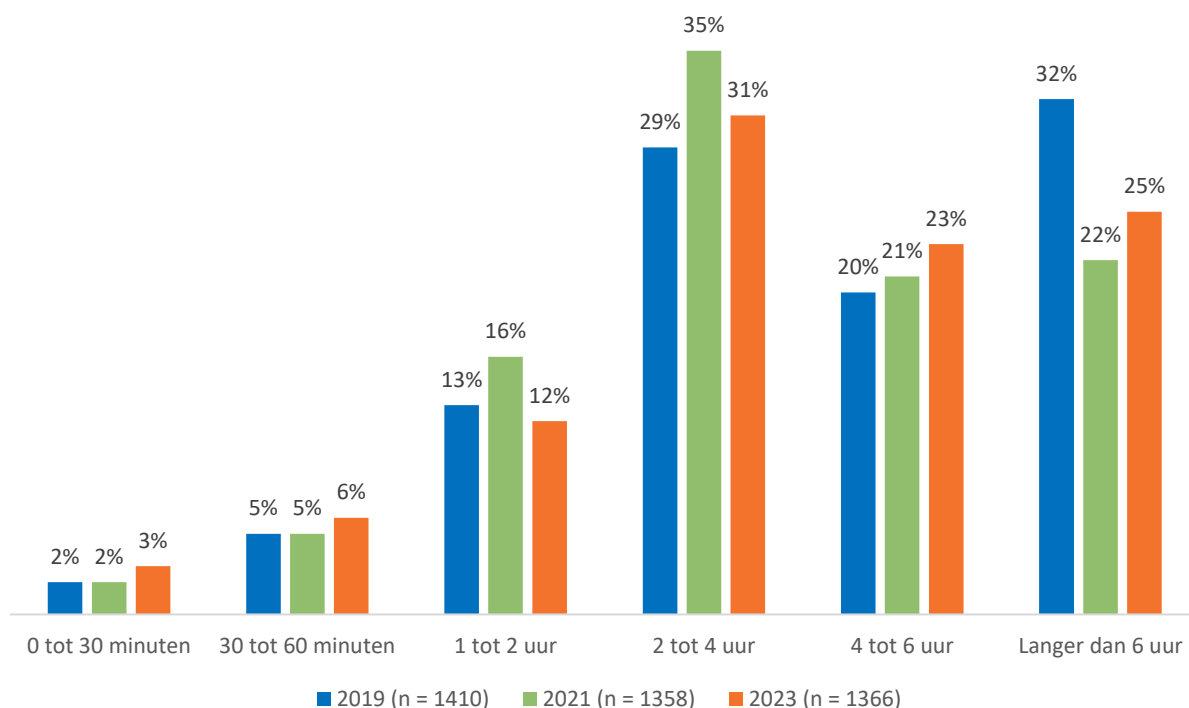
	2019	2021	2023
Dagrecreanten	Winkelen/shoppen (61%)	Bezoek horeca (58%)	Winkelen/shoppen (59%)
Verblijfstoeristen	Winkelen/shoppen (57%)	Bezoek horeca (68%)	Bezoek horeca (75%)
Werknemers	Bezoek horeca (16%)	Werk bevindt zich in de binnenstad (63%)	Werk bevindt zich in de binnenstad (66%)
Binnenstadbewoners	Dagelijkse boodschappen (37%)	Dagelijkse boodschappen (49%)	Winkelen/shoppen (42%)
Binnenstadbezoekers	Winkelen/shoppen (61%)	Bezoek horeca (56%)	Bezoek horeca (52%)

n 2019 = 138-496, n 2021 = 146-528, n 2023 = 121-502; Meerdere activiteiten konden gekozen worden

4.3 Tijdsduur binnenstad

Vergeleken met 2019 is er een lichte stijging te zien in het percentage respondenten dat tot en met 6 uur in de binnenstad verblijft. Daarentegen is er daling in het percentage respondenten dat langer dan 6 uur in de stad verblijft, zie Figuur 8. Het percentage verblijfstoeristen is weinig veranderd over de jaren. Wel is er een toename te zien in het aantal dagrecreanten en een afname in het aantal respondenten vanuit Duitsland in 2023 ten opzichte van 2019, al zou dat de besproken daling niet volledig kunnen verklaren. In 2021 zien we een ander beeld waarbij respondenten met name tussen de 2 en 4 uur in de binnenstad verbleven, al zou Covid-19 hier een rol in kunnen spelen.

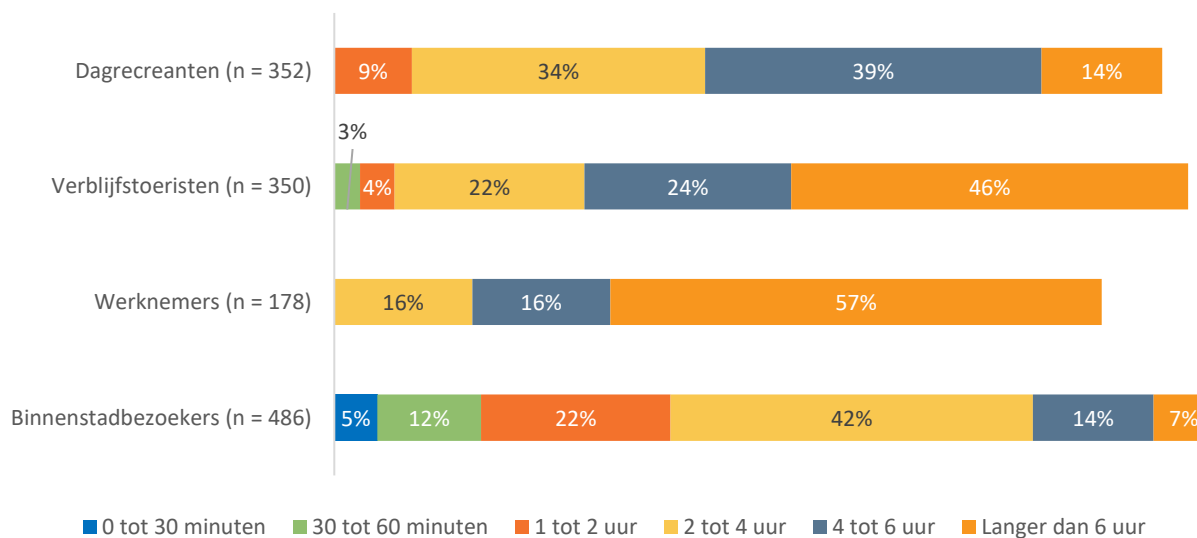
Figuur 8: Verblijfsduur in de binnenstad, per onderzoeksjaar



Verblijfsduur naar doelgroep

In Figuur 9 is de verblijfsduur in de binnenstad naar doelgroep in 2023 te zien. Binnenstadbewoners zijn hier niet meegenomen. De doelgroepen die het langst in de binnenstad verblijven zijn werknemers, die over het algemeen in de binnenstad werken, en verblijfsstoeristen. Bijna 40% van de dagrecreanten zijn 4 tot 6 uur in de binnenstad te vinden, terwijl het grootste deel van de binnenstadbezoekers 2 tot 4 uur in de binnenstad verblijven.

Figuur 9: Verblijfsduur in de binnenstad, per doelgroep, in 2023



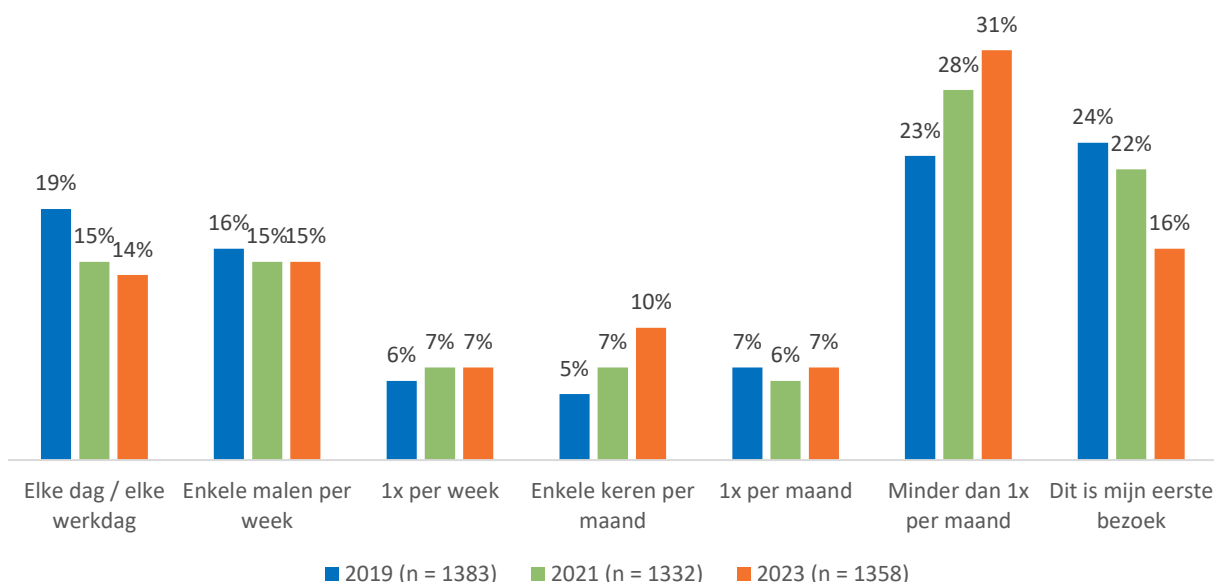
De percentages tellen niet op tot 100% omdat resultaten met minder dan 10 respondenten niet worden vertoond

Voor elke doelgroep is er in 2023 ten opzichte van 2019 een duidelijke afname te zien in het percentage respondenten dat langer dan 6 uur in de binnenstad verblijft (-5% tot -10%). Daarnaast is er voor elke doelgroep, met uitzondering van binnenstadbezoekers (geen verandering), een toename waarneembaar in het percentage respondenten dat 4 tot 6 uur (+3% tot +7%) en 2 tot 4 uur (+1% tot +6%) in de binnenstad vertoeft. Over het algemeen is te zien dat respondenten in 2023 minder lang in de binnenstad verblijven dan in 2019. Ook hier zien we in 2021 een ander beeld dan in 2019 en 2023, wat zoals eerder genoemd mogelijk een effect is van Covid-19.

4.4 Frequentie bezoek binnenstad

Ten opzichte van 2019 is er een daling in het percentage respondenten dat de binnenstad elke (werk)dag en een eerste keer bezoekt (Figuur 10). Met name een daling van het percentage respondenten dat de binnenstad voor het eerst bezoekt kan te wijten zijn aan de daling buitenlandse bezoekers sinds 2019. Daarentegen is er een stijging in het percentage respondenten dat de binnenstad enkele keren per maand en minder dan 1x per maand bezoekt.

Figuur 10: Frequentie bezoek binnenstad, per onderzoeksjaar



Frequentie bezoek naar doelgroep

In 2023 bezoeken met name werknemers en binnenstadbezoekers de binnenstad vaak en dagrecreanten en verblijfstoeristen sporadisch. Sinds 2019 is er een verandering merkbaar waarbij alle doelgroepen (met uitzondering van binnenstadbewoners) de binnenstad minder vaak bezoeken. Tabel 9 laat de procentuele verandering zien van de frequentie van bezoek in 2023 vergeleken met 2019, waarbij een procentuele afname een daling weergeeft en een procentuele toename een toename in de frequentie van bezoek. Er is een duidelijke daling te zien in het percentage respondenten van elke doelgroep die de binnenstad elke (werk)dag bezoeken. Dagrecreanten en verblijfstoeristen zijn de binnenstad sinds 2019 minder dan 1x per maand gaan bezoeken. Werknemers zijn de binnenstad sinds 2019 vaker 1x per week en enkele keren per maand gaan bezoeken, al is hier mogelijk een Covid-19 effect te zien. Ook binnenstadbezoekers bezoeken de binnenstad relatief vaker enkele keren per maand vergeleken met 2019.

Tabel 9: Percentuele toe- en afname frequentie bezoek binnenstad in 2023 vergeleken met 2019

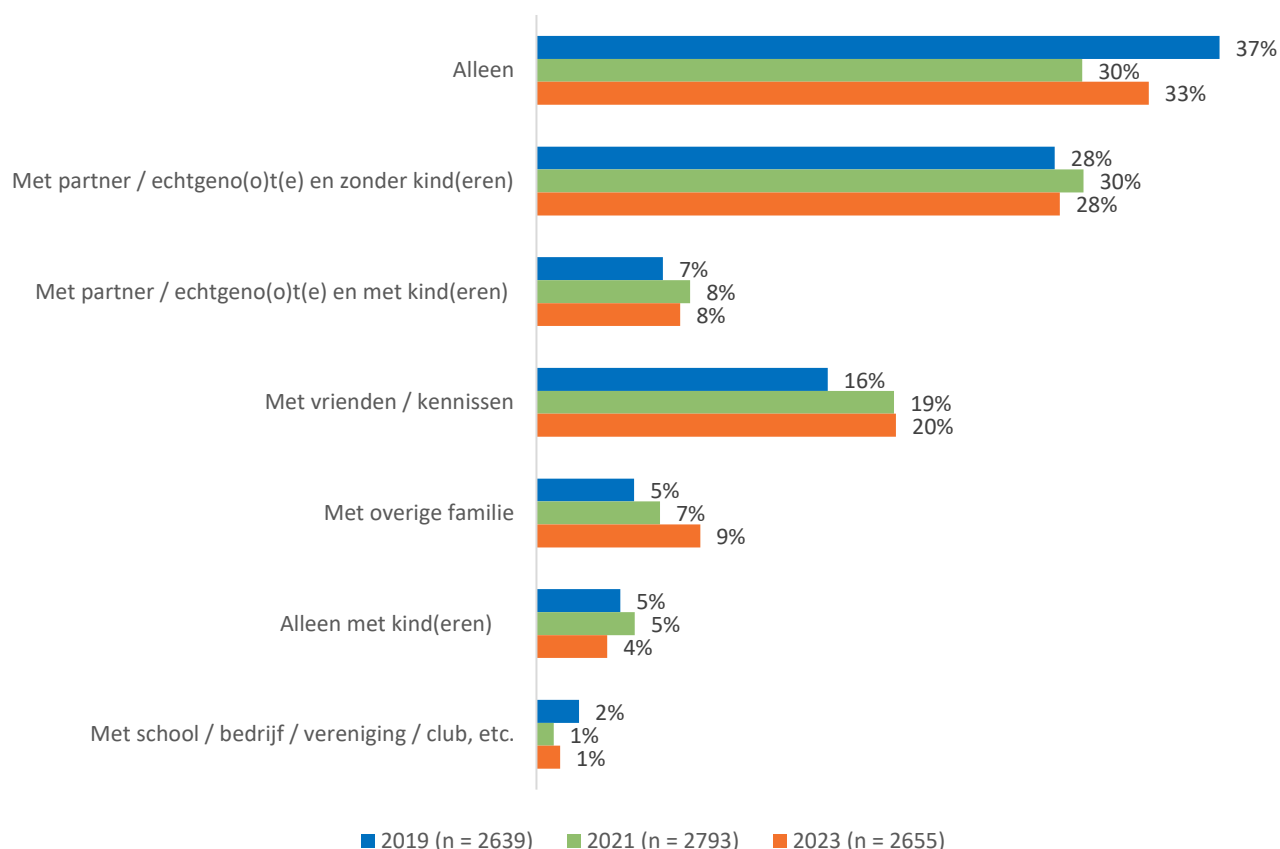
	Dagrecreanten	Verblijfstoeristen	Werknemers	Binnenstadbezoekers
Elke dag/ elke werkdag	-3%	-7%	-6%	-7%
Enkele malen per week	-4%	0%	3%	-2%
1x per week	0%	0%	6%	3%
Enkele keren per maand	3%	0%	8%	10%
1x per maand	3%	-3%	-3%	-2%
Minder dan 1x per maand	16%	22%	1%	-3%
Dit is mijn eerste bezoek	-18%	-13%	-5%	0%

4.5 Gezelschap

De respondenten zijn gemiddeld vaak met twee personen in de binnenstad; dit is per onderzoeksjaar niet veranderd. Ook per doelgroep zijn er geen grote verschillen; alleen werknemers en binnenstadbewoners zijn vaker zonder gezelschap in de binnenstad.

Figuur 11 geeft weer in wat voor gezelschap respondenten de binnenstad bezoeken, waarbij met name de partner en vrienden/kennissen worden genoemd; dit zijn met name dagrecreanten en verblijfstoeristen.

Figuur 11: Gezelschap respondenten per onderzoeksjaar



4.6 Bezoek regio Groningen en Sontplein

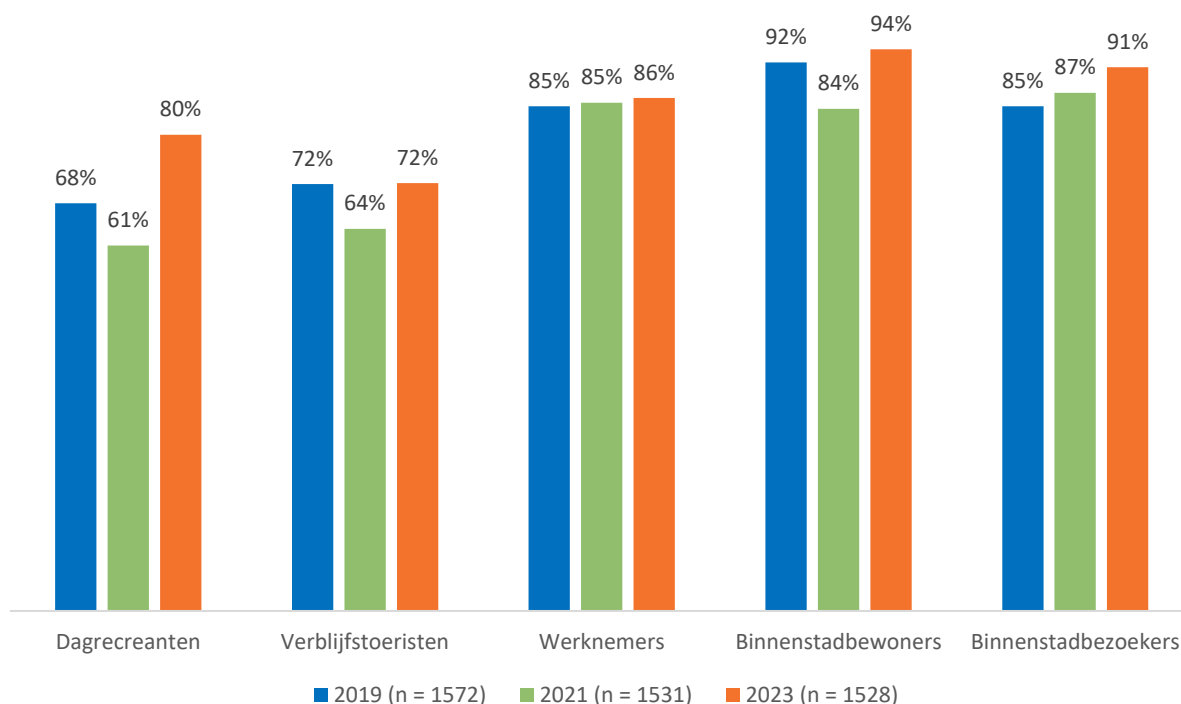
Bezoek regio Groningen

Aan de respondenten is gevraagd of ze ook de regio Groningen bezoeken, naast een bezoek aan de binnenstad van Groningen. Zie Tabel 10 voor de antwoorden. In 2023 is het percentage respondenten dat zegt *niet* de regio te bezoeken hoger dan in voorgaande jaren. Met name dagrecreanten en binnenstadbezoekers zeggen dit niet te doen, zoals te zien is in Figuur 12. Het valt op dat respondenten in 2021 de binnenstad vaker combineren met een bezoek aan de regio, wat mogelijk een Covid-19 effect is geweest, aangezien de percentages in 2023 meer overeenkomen met 2019.

Tabel 10: Percentage respondenten dat naast een bezoek aan de binnenstad ook de regio Groningen bezoekt

	Ja	Nee	Weet ik niet
2019 (n = 1.572)	13%	78%	9%
2021 (n = 1.531)	18%	75%	7%
2023 (n = 1.528)	12%	84%	4%

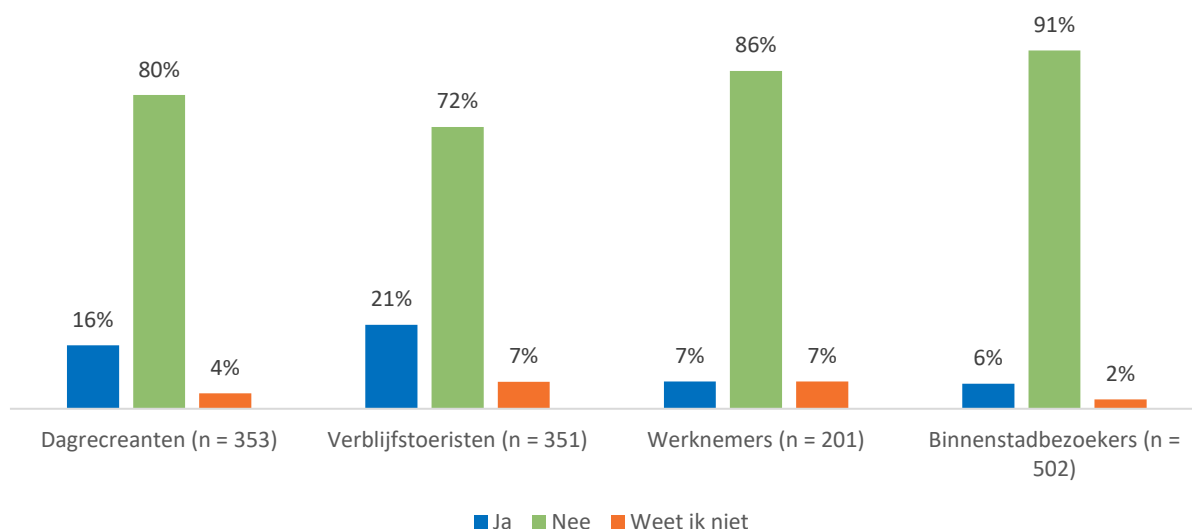
Figuur 12: Percentage respondenten dat naast een bezoek aan de binnenstad de regio Groningen NIET bezoekt, naar doelgroep



Bezoek winkelgebied Sontplein

In 2023 is een nieuwe vraag aan de vragenlijst toegevoegd, namelijk of respondenten plannen hebben om het bezoek aan de binnenstad te combineren met een bezoek aan winkelgebied Sontplein. Van de respondenten geeft 87% aan dit niet te doen (Figuur 13). Met name binnenstadbezoekers zeggen dit niet te doen, maar deze groep respondenten wonen in of rondom de gemeente Groningen en zijn mogelijk vaker in de binnenstad of winkelgebied Sontplein. De respondenten die niet in of rondom de gemeente wonen combineren de binnenstad wel vaker met winkelgebied Sontplein: 16% van de dagrecreanten en 21% van de verblijfstoeristen.

Figuur 13: Percentage respondentent dat naast een bezoek aan de binnenstad winkelgebied Sontplein bezoekt, naar doelgroep



Binnenstadbewoners zijn niet meegenomen vanwege te lage aantallen

4.7 Korte samenvatting hoofdstuk 4

In dit hoofdstuk wordt het bezoek aan de binnenstad van Groningen geanalyseerd. De belangrijkste redenen voor een bezoek zijn winkelen, culturele activiteiten of toeristische bezoeken, en familie- of ziekenhuisbezoek. Deze redenen zijn vergelijkbaar met voorgaande jaren, al is marktbezoek minder populair geworden sinds 2019.

De meest ondernomen activiteiten zijn een bezoek aan de horeca en winkelen. In 2019 stond winkelen nog bovenaan, maar vanaf 2021 is horeca het populairste. In 2023 werden culturele activiteiten zoals het Groninger Museum en stadswandelingen ook veel ondernomen.

De meeste bezoekers verblijven 2 tot 6 uur in de binnenstad, met werknemers en verblijfstoeristen die het langst blijven. Vergeleken met 2019 is er een afname van bezoekers die langer dan 6 uur blijven.

De binnenstad wordt minder vaak dagelijks bezocht dan in 2019, vooral door de afname van buitenlandse bezoekers. Wel is er een toename in het aantal respondenten dat de stad enkele keren per maand of minder dan één keer per maand bezoekt.

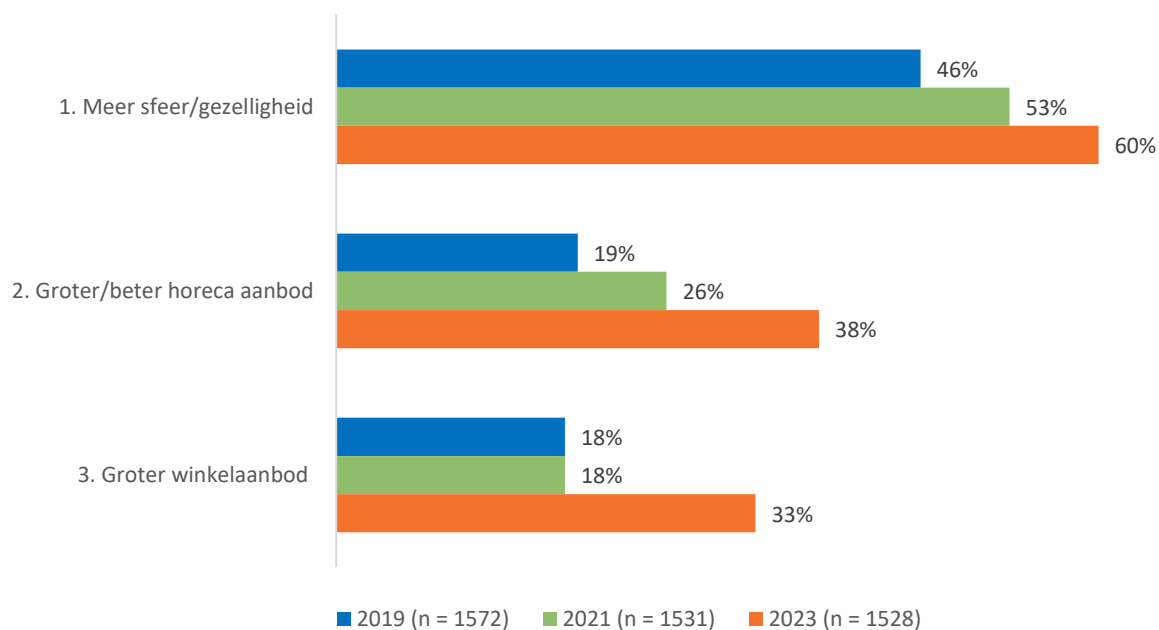
De meeste bezoekers komen met hun partner of vrienden. Slechts een klein percentage bezoekt naast de binnenstad ook de regio Groningen, en in 2023 gaf 87% van de respondenten aan geen plannen te hebben om winkelgebied Sontplein te bezoeken.

5 Waardering binnenstad

5.1 Onderscheidende aspecten van de binnenstad

Zowel in 2019, 2021 en 2023 worden de sfeer/gezelligheid, de horeca- en winkelaanbod (Figuur 14) genoemd als de drie aspecten die de binnenstad van Groningen het meest onderscheiden van andere binnensteden. Deze drie aspecten worden steeds meer gewaardeerd door de respondenten over de jaren. In 2023 is met name het percentage respondenten gestegen dat een groter winkelaanbod benoemd als onderscheidend aspect; de leegstand was in 2023 ook lager dan in 2021.

Figuur 14: De drie meest onderscheidende aspecten van de binnenstad



Meerdere antwoorden waren mogelijk

Andere aspecten die in 2019 en 2021 zijn genoemd: een betere (week)markt (12% en 16% respectievelijk) en meer schoonheid en netheid van de stad (11% en 17% respectievelijk). In 2023 is naast een betere (week)markt (11%), een groter/beter aanbod culturele voorzieningen genoemd (20%). De schoonheid en netheid van de stad is in 2023 gedaald naar 9% van de respondenten die vonden dat de binnenstad van Groningen zich op dit aspect onderscheidde.

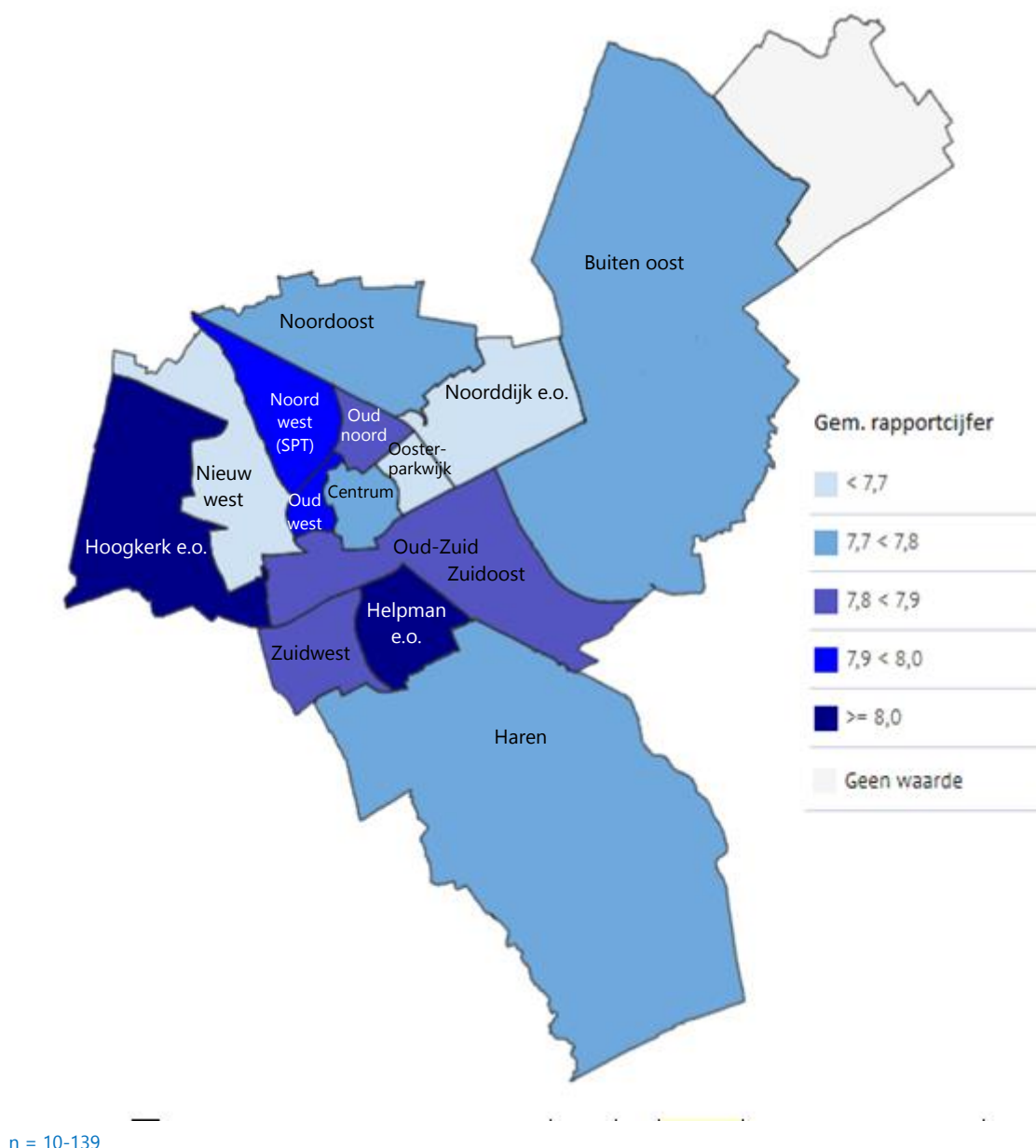
Onderscheidende aspecten binnenstad naar doelgroep

Ook per doelgroep is de sfeer/gezelligheid het aspect dat de Groninger binnenstad onderscheidt van andere binnensteden; het percentage respondenten dat dit als meest onderscheidende aspect benoemd is bijna voor elke doelgroep gestegen de afgelopen drie onderzoeksjaren. De enige uitzondering zijn de binnenstadbezoekers in 2023 dat een groter/beter horeca aanbod benoemt (42%).

5.2 Waardering binnenstad

Aan de respondenten zijn gevraagd of ze de binnenstad zouden willen waarderen op een schaal van 1 tot 10 waarbij een 1 staat voor een zeer lage waardering en een 10 voor de hoogste waardering. In 2023 krijgt de binnenstad gemiddeld een 7,8 van de respondenten. Dit is iets gedaald ten opzichte van voorgaande onderzoeksjaren, waar de binnenstad een 8,0 kreeg. Figuur 15 laat het gemiddelde rapportcijfer zien gebiedsdeel.

Figuur 15: Gemiddelde rapportcijfer per gebiedsdeel



Waardering binnenstad naar doelgroep

De binnenstad wordt het hoogst gewaardeerd door verblijfstoeristen; dit is over de onderzoeksjaren gelijk gebleven, al is de waardering in 2023 iets gedaald ten opzichte van voorgaande jaren (zie Tabel 11). Werknemers waarderen de binnenstad relatief het laagst, al zijn de verschillen minimaal ten opzichte van de andere doelgroepen.

Tabel 11: Waardering binnenstad per doelgroep per onderzoeksjaar

	2019 (n = 1.553)	2021 (n = 1.511)	2023 (n = 1.503)
Dagrecreanten	8,0	8,0	7,8
Verblijfstoeristen	8,2	8,2	8,0
Werknemers	7,8	8,0	7,7
Binnenstadbewoners	8,0	8,1	7,7
Binnenstadbezoekers	7,9	8,0	7,8

Waardering binnenstad naar leeftijdsgroep

Uit Tabel 12 blijkt dat de binnenstad het hoogst wordt gewaardeerd door jongere respondenten; dit neemt licht af naarmate men ouder wordt. Desondanks zijn de verschillen minimaal en krijgt de binnenstad over het algemeen een hoge waardering door respondenten van elke leeftijdsgroep.

Tabel 12: Waardering binnenstad per leeftijdsgroep per onderzoeksjaar

	2019 (n = 1.552)	2021 (n = 1.510)	2023 (n = 1.486)
16-25 jaar	8,0	8,1	7,9
26-35 jaar	8,0	8,2	7,9
36-45 jaar	8,1	8,0	7,7
46-55 jaar	7,9	8,1	7,8
56-65 jaar	7,9	7,9	7,8
66 jaar en ouder	7,9	7,8	7,8

Waardering binnenstad naar bezoekfrequentie

Wordt de binnenstad hoger gewaardeerd door bezoekers die vaker komen? Om dit te onderzoeken hebben we gekeken naar de samenhang tussen de waardering van de binnenstad en de frequentie van bezoek. Er bestaat geen duidelijke samenhang hiertussen onder de respondenten in 2023. Dit suggereert dat de frequentie waarmee mensen de binnenstad bezoeken niet noodzakelijkerwijs verband houdt met hoe zij de stad waarderen.

5.3 Waardering verschillende aspecten van de binnenstad

Aan de respondenten is gevraagd of ze verschillende aspecten van de binnenstad zouden willen waarderen op een schaal van 1 tot 10 waarbij een 1 staat voor een zeer lage waardering en een 10 voor de hoogste waardering. Uit Tabel 13 blijkt dat de sfeer/gezelligheid van de binnenstad, de horecagelegenheden en winkelaanbod, de markt en de bereikbaarheid het hoogst scoren onder de respondenten. Desondanks worden deze aspecten in 2023 lager gescoord dan in 2019. Met name de lagere score voor het winkelaanbod valt op, aangezien dit wordt gekenmerkt als een van de meest onderscheidende aspecten van de binnenstad vergeleken met andere binnensteden. Mogelijk heeft dit te maken met het gemis aan verscheidenheid van winkels, zoals speciaalzaken, boetiekjes en een warenhuis, waar dieper op in wordt gegaan later in dit rapport. De parkeermogelijkheden, de bereikbaarheid per auto en de parkeertarieven scoren van de gevraagde aspecten het laagst. Met uitzondering van de bereikbaarheid per auto worden deze aspecten iets hoger gewaardeerd in 2023 vergeleken met 2019.

Tabel 13: Waardering aspecten binnenstad per onderzoeksjaar

	2019 (n = 1553)	2021 (n = 1511)	2023 (n = 1503)
Sfeer/ gezelligheid	8,4	8,5	8,3
Aanbod horeca	8,3	8,3	8,2
Bereikbaarheid per fiets	-	8,4	8,2
Markt	8,1	8,2	8,0
Bereikbaarheid per ov	-	8,1	7,9
Winkelaanbod	7,9	7,9	7,7
Aanbod culturele voorzieningen	7,6	7,7	7,7
Service en bediening/ gastvrijheid	8,0	7,9	7,7
Winkelkwaliteit	7,8	7,8	7,6
Aanbod evenementen	7,5	7,2	7,5
Aanbod verblijfsaccommodaties	7,3	7,4	7,5
Bewegwijzering/ overzichtelijkheid	7,4	7,5	7,4
Schoonheid en netheid van de stad	7,4	7,4	7,3
Aanbod toeristische dag attracties	7,3	7,3	7,3
Stallingsmogelijkheden van uw fiets	6,9	7,3	7,3
Parkeermogelijkheden	6,5	6,7	6,8
Bereikbaarheid per auto	6,7	6,6	6,4
Parkeertarieven	5,4	5,4	5,7
Gemiddelde waardering	8,0	8,0	7,8

In 2019 zijn de vragen over de bereikbaarheid per fiets en ov niet gesteld.

Waardering verschillende aspecten van de binnenstad naar doelgroep

Per doelgroep is eenzelfde beeld te zien in 2023, zie Tabel 14: de sfeer/gezelligheid en het aanbod horeca/winkels, de markt en de bereikbaarheid worden het hoogst gewaardeerd door alle doelgroepen, en de parkeermogelijkheden/tarieven en de bereikbaarheid per auto het minst. Alleen verblijfstoeristen scoren de bereikbaarheid per fiets en het aanbod van de horeca hoger dan de sfeer/gezelligheid van de binnenstad. Gemiddeld scoren verblijfstoeristen de binnenstad het hoogst (gemiddeld een 8,0) en werknemers en binnenstadbewoners lager (gemiddeld een 7,7), alhoewel de verschillen minimaal zijn.

Aandachtspunten binnenstad

Aan de respondenten is gevraagd wat ze graag meer zouden willen zien in de binnenstad. Van de antwoorden is in Figuur 16 een woordwolk gemaakt. Hier komt duidelijk naar voren dat respondenten met name meer unieke concepten in de binnenstad zouden willen zien, zoals speciaalzaken, boetiekjes en unieke horecagelegenheden. Daarnaast wordt ook een warenhuis, zoals een V&D of een Bijenkorf gemist.

Tabel 14: Waardering aspecten binnenstad per doelgroep in 2023

	Dagrecreanten	Verblijfs- toeristen	Werk- nemers	Binnenstad- bezoekers	Binnenstad- bewoners
Sfeer/ gezelligheid	8,3	8,3	8,3	8,2	8,1
Bereikbaarheid per ov	8,2	8,3	7,8	7,7	7,7
Aanbod horeca	8,2	8,4	8,1	8,1	7,9
Bereikbaarheid per fiets	8,1	8,5	8,3	8,2	8,0
Markt	8,0	8,2	8,0	8,0	7,8
Winkelaanbod	7,9	8,0	7,5	7,6	7,6
Service en bediening/ gastvrijheid	7,9	8,0	7,6	7,6	7,4
Aanbod culturele voorzieningen	7,9	7,9	7,5	7,7	7,6
Winkelkwaliteit	7,8	7,9	7,5	7,5	7,4
Aanbod evenementen	7,7	7,5	7,4	7,4	7,2
Stallingsmogelijkheden van uw fiets	7,7	8,1	6,9	7,2	7,3
Bewegwijzering/ overzichtelijkheid	7,6	7,7	7,4	7,3	7,3
Aanbod toeristische dag attracties	7,6	7,6	7,2	7,2	7,1
Aanbod verblijfsaccommodaties	7,6	7,8	7,4	7,3	7,4
Schoonheid en netheid van de stad	7,4	7,6	7,2	7,1	7,0
Parkeermogelijkheden	7,3	7,2	6,4	6,5	6,6
Bereikbaarheid per auto	6,8	7,1	6,0	5,9	6,1
Parkeertarieven	6,1	6,4	5,5	5,3	5,5
Totaaloordeel	7,8	8,0	7,7	7,8	7,7

In 2019 zijn de vragen over de bereikbaarheid per fiets en ov niet gesteld.

5.4 Korte samenvatting van hoofdstuk 5

In 2019, 2021 en 2023 worden de sfeer/gezelligheid, horeca en winkels het meest genoemd als de onderscheidende aspecten van de binnenstad van Groningen. Andere genoemde punten zijn de weekmarkt en culturele voorzieningen. In 2023 daalde de waardering voor de netheid van de stad.

In 2023 krijgt de binnenstad gemiddeld een 7,8 als waardering, iets lager dan de 8,0 in eerdere jaren. Verblijfstoeristen waarderen de binnenstad het hoogst (8,0), terwijl werknemers de stad het laagst waarderen (7,7).

De sfeer, het horeca aanbod en de bereikbaarheid per fiets scoren het hoogst. Parkeren en parkeertarieven krijgen de laagste waardering. Dit patroon geldt voor alle doelgroepen.

Figure



6 Bestedingen

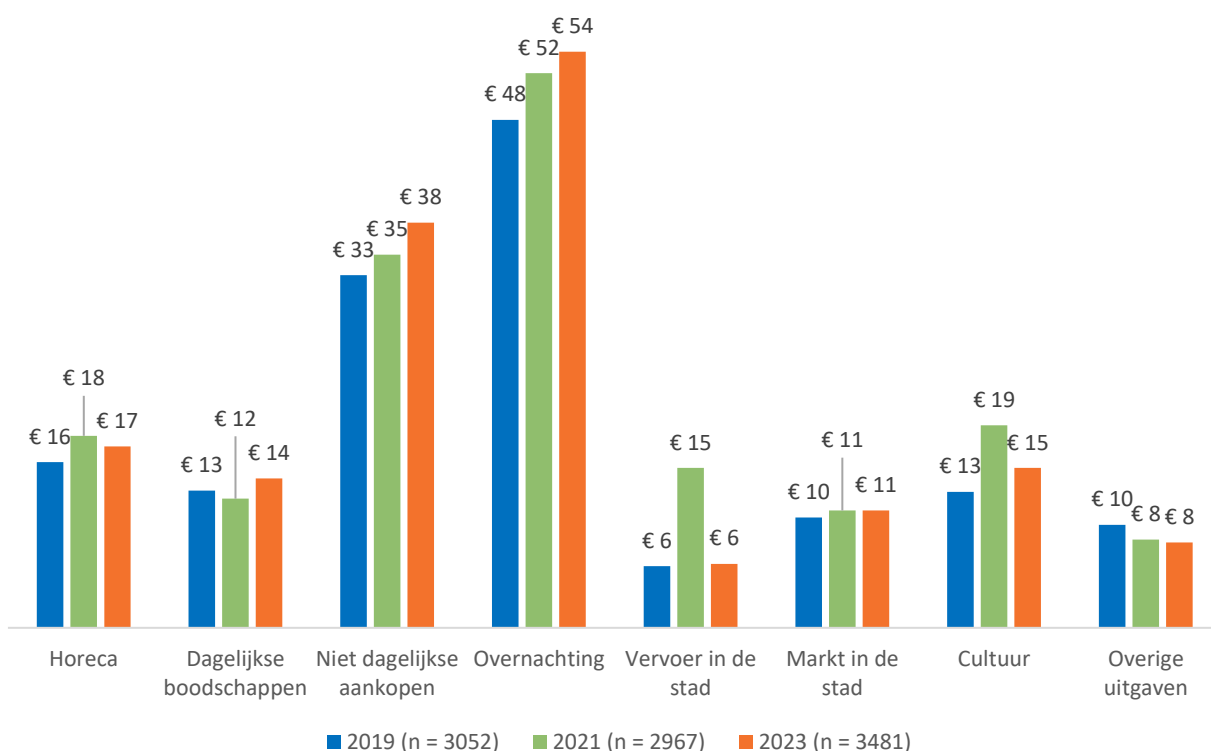
6.1 Bestedingen per persoon per dag

Figuur 17 laat de bestedingen zien die de respondenten naar schatting op de dag van het interview hebben uitgegeven. Hier zijn alleen de respondenten meegenomen die ook daadwerkelijk geld hebben uitgegeven aan de activiteit/consumptie. De bestedingen in 2021 en 2023 zijn gecorrigeerd voor inflatie, waarbij 2019 als basisjaar is gebruikt. Gemiddeld is er per persoon op de dag van het interview in 2019 €37 uitgegeven, in 2021 €45 en in 2023 €48.

Uit de inflatie-gecorrigeerde analyse van uitgaven in de stad in 2019, 2021 en 2023 komen duidelijke trends naar voren. Zo blijven bestedingen aan horeca en markten stabiel, wat wijst op consistente basisuitgaven van bezoekers. Dagelijkse boodschappen vertonen een lichte daling, mogelijk door toegenomen budgetbewustzijn. Bij niet-dagelijkse aankopen en overnachtingen zien we echter een gestage stijging. Dit suggereert een hernieuwde vraag naar niet-essentiële goederen en een toegenomen interesse in verblijfsmogelijkheden, wat kan wijzen op een herstel in toerisme. De uitgaven voor vervoer in de stad en culturele uitgaven lieten een piek zien in 2021, waarschijnlijk door hogere transportkosten en de hervatting van culturele activiteiten na COVID-19. Overige uitgaven tonen een dalende trend, wat kan wijzen op een bewuster uitgavenpatroon.

Bezoekers lijken na de pandemie meer budget te besteden aan mobiliteit, toerisme en niet-dagelijkse aankopen, terwijl uitgaven aan basisbehoeften stabiel blijven. Dit wijst op een verschuiving in prioriteiten en een hernieuwde interesse in stedelijke activiteiten.

Figuur 17. Bestedingen per persoon op de dag van het interview per jaar



Bestedingen gecorrigeerd voor inflatie met 2019 als basisjaar

Bestedingen naar doelgroep

Tabel 15 laat de bestedingen naar doelgroep zien. Dagrecreanten en verblijfstoeristen, oftewel de respondenten die verder weg wonen, besteden het meest op de dag van het interview. Dit komt ook mede door de overnachting die ze betalen (hier zijn ook de respondenten meegenomen die niet in de gemeente Groningen overnachten, maar elders). Opvallend is dat werknemers het meest aan de overnachting uitgeven, alhoewel het aantal werknemers dat overnacht laag is, zoals Tabel 16 laat zien (4%). Verblijfstoeristen geven het meest aan cultuur en horeca uit (Tabel 15) en zijn ook de respondenten die er het meest gebruik van maken (Tabel 16).

Tabel 15. Bestedingen per persoon op de dag van het interview in 2023 naar doelgroep

	Dagrecreanten (n = 1.583)	Verblijfs- toeristen (n = 871)	Werk- nemers (n = 537)	Binnenstad- bewoners (n = 398)	Binnenstad- bezoekers (n = 2.154)
Horeca	€ 19,7	€ 36,3	€ 17,5	€ 15,1	€ 13,2
Dagelijkse boodschappen	€ 16,4	€ 15,5	€ 15,6	€ 15,7	€ 17,2
Niet dagelijkse aankopen	€ 42,6	€ 44,3	€ 52,1	€ 34,5	€ 48,4
Overnachting	€ 44,9	€ 68,0	€ 92,4		
Vervoer in de stad	€ 5,7	€ 10,6	€ 11,7		€ 5,0
Markt in de stad	€ 12,5	€ 12,2	€ 11,9	€ 12,6	€ 12,8
Cultuur	€ 15,5	€ 22,2	€ 11,1	€ 14,5	€ 14,6
Overige uitgaven	€ 8,7	€ 11,6	€ 10,3		€ 9,7
Totale uitgaven pp	€ 54,4	€ 110,4	€ 40,2	€ 36,6	€ 43,3

Bestedingen gedaan door minder dan 10 respondenten zijn niet meegenomen; niet gecorrigeerd voor inflatie

Tabel 16. Percentage respondenten per doelgroep per besteding op de dag van het interview in 2023

	Dagrecreanten (n = 1.583)	Verblijfs- toeristen (n = 871)	Werk- nemers (n = 537)	Binnenstad- bewoners (n = 398)	Binnenstad- bezoekers (n = 2.154)
Horeca	52%	53%	38%	37%	37%
Dagelijkse boodschappen	7%	8%	17%	34%	18%
Niet dagelijkse aankopen	36%	32%	13%	33%	33%
Overnachting	7%	40%	4%		
Vervoer in de stad	8%	9%	4%		
Markt in de stad	8%	8%	6%	15%	11%
Cultuur	14%	24%	2%	3%	5%
Overige uitgaven	20%	19%	9%		7%
Totaal %	65%	64%	55%	68%	62%

Bestedingen gedaan door minder dan 10 respondenten zijn niet meegenomen

Bestedingen naar leeftijd

Tabel 17 laat de bestedingen per leeftijdsgroep zien in 2023. Jongere volwassenen (26-35 jaar) geven het meeste uit, met name aan niet-dagelijkse aankopen, overnachting en culturele activiteiten. Dit kan wijzen op een grotere interesse in reizen of verblijf in de binnenstad. Deze groep spendeert in totaal het meest van alle leeftijdsgroepen, met € 92,8 per persoon. Ook de groep van 36-45 jaar heeft hoge uitgaven, vooral aan niet-dagelijkse aankopen en overnachtingen. Naarmate de leeftijd toeneemt, nemen de totale uitgaven af. Deze daling in uitgaven geldt voor bijna alle categorieën, zoals horeca en cultuur. Al met al besteden jongere volwassenen (met uitzondering van de 16-25-jarigen) het meeste in verschillende uitgavencategorieën, terwijl oudere groepen wat minder geneigd lijken om grotere bedragen uit te geven, vooral na de leeftijd van 45 jaar.

Tabel 17. Bestedingen per persoon op de dag van het interview in 2023 naar leeftijd

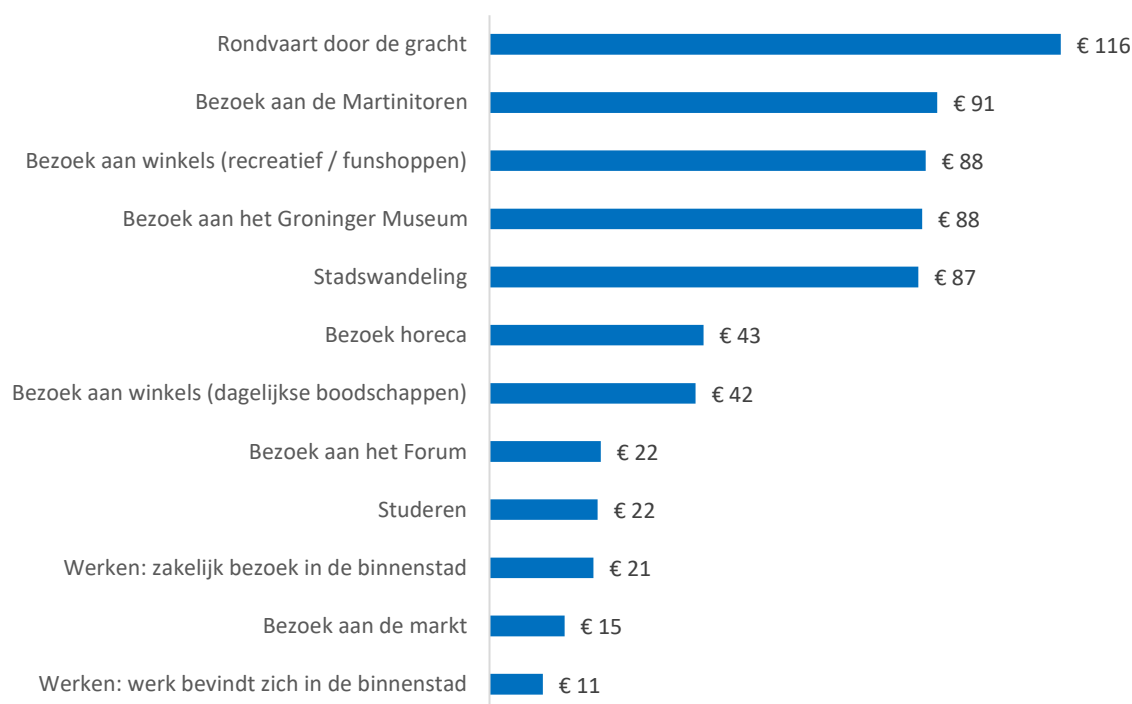
	16-25 jaar (n = 632)	26-35 jaar (n = 423)	36-45 jaar (n = 400)	46-55 jaar (n = 384)	56-65 jaar (n = 371)	66 jaar + (n = 422)
Horeca	€ 17,6	€ 28,9	€ 25,4	€ 29,2	€ 26,8	€ 23,6
Dagelijkse boodschappen	€ 14,4	€ 21,3	€ 18,3	€ 22,6	€ 26,9	€ 21,1
Niet dagelijkse aankopen	€ 41,0	€ 79,8	€ 75,3	€ 62,6	€ 44,7	€ 44,6
Overnachting		€ 74,0	€ 49,3	€ 55,8	€ 67,0	€ 62,4
Vervoer in de stad	€ 5,9	€ 17,7	€ 6,2	€ 7,1	€ 5,4	
Markt in de stad	€ 8,5	€ 18,7	€ 12,0	€ 15,3	€ 14,4	€ 11,5
Cultuur	€ 15,9	€ 32,3	€ 18,0	€ 18,7	€ 21,2	€ 13,4
Overige uitgaven	€ 12,3	€ 12,1	€ 10,2	€ 8,6	€ 11,9	€ 9,4
Totale uitgaven pp	€ 43,7	€ 92,8	€ 91,8	€ 88,1	€ 80,9	€ 58,9

Bestedingen gedaan door minder dan 10 respondenten zijn niet meegenomen; niet gecorrigeerd voor inflatie

6.2 Bestedingen en bezoeken

Figuur 18 laat zien wat de gemiddelde uitgaven zijn per persoon op de dag van het interview per bezoeken in 2023. Opmerkelijk is dat bezoekers die werk gerelateerde activiteiten ondernemen, zoals een werkbezoek in de binnenstad, gemiddeld slechts € 11 tot € 21 uitgeven. Deze lage bestedingen kunnen worden verklaard door het feit dat deze bezoekers vaak beperkte tijd hebben en zich meestal richten op functionele aankopen of services. Aan de andere kant zien we dat recreatieve bezoekers, die bijvoorbeeld een stadswandeling maken (€ 87), het Groninger Museum (€ 88) of de Martinitoren bezoeken (€ 91) of een rondvaart door de gracht (€ 116), aanzienlijk meer uitgaven op de dag van het interview. Deze activiteiten trekken mogelijk bezoekers, met name verblijfstoeristen en dagrecreanten, aan die bereid zijn meer te investeren in hun ervaring.

Figuur 18. Gemiddelde uitgaven per persoon per bezoeken in 2023



n = 16-464; Bezoeken met minder dan 10 respondenten zijn niet meegenomen

6.3 Wanneer geven mensen meer uit?

Om te onderzoeken wanneer mensen meer uitgeven, zijn er correlaties uitgevoerd. Een correlatie geeft aan in hoeverre twee aspecten met elkaar samenhangen. Als de waarde dicht bij 1 ligt, is er een sterke positieve samenhang: wanneer het ene aspect toeneemt, neemt de andere ook toe. Als de waarde dicht bij -1 ligt, is er een sterke negatieve samenhang: wanneer het ene aspect toeneemt, neemt de andere af. Een correlatie van 0 betekent dat er geen samenhang is. Als een correlatie significant is, geeft dit aan dat de samenhang tussen deze aspecten niet op toeval berust.

Samenhang tussen bestedingen en verblijfsduur

Er bestaat een zwakke positieve correlatie (0,23) tussen de verblijfsduur en de totale uitgaven van de respondenten. Dit betekent dat hoe langer men in de binnenstad verblijft, hoe meer ze uitgeven. Deze samenhang is zwak, wat betekent dat de verblijfsduur niet de enige factor is die van invloed is op de totale uitgaven. Wel is deze samenhang significant, wat betekent dat de kans klein is dat dit op toeval berust.

Vervolgens is er gekeken welke bestedingen samenhangen met de verblijfsduur in de binnenstad. Er bestaat een significante matige positieve correlatie (0,37) tussen de verblijfsduur en uitgaven in de horeca, dit betekent dat hoe langer respondenten in de binnenstad verblijven, hoe meer ze uitgeven in de horeca. Daarnaast waren er significante zwakke positieve correlaties tussen verblijfsduur en uitgaven voor overnachting (0,20) en uitgaven voor cultuur (0,14).

Samenhang tussen bestedingen en waardering van de binnenstad

Er is onderzocht of er een correlatie bestaat tussen bestedingen en de waardering van de binnenstad. Hier bestond geen samenhang tussen, wat betekent dat mensen niet meer gaan uitgeven als ze de binnenstad hoger waarderen. Specifiek is er gekeken of men meer uitgeeft als ze de winkelaanbod of de kwaliteit van de winkels hoger waarderen. Dit blijkt niet zo te zijn.

Samenhang tussen bestedingen en frequentie van het bezoek

Er bestaat een zwakke positieve correlatie (0,27) tussen de verblijfsduur en de totale uitgaven van de respondenten. Dit betekent dat hoe vaker men in de binnenstad verblijft, hoe meer ze uitgeven. Deze samenhang is zwak, wat betekent dat de frequentie van de binnenstad bezoeken niet de enige factor is die van invloed is op de totale uitgaven. Wel is deze samenhang significant, wat betekent dat de kans klein is dat dit op toeval berust.

Vervolgens is er gekeken welke bestedingen samenhangen met de bezoekfrequentie. Er bestaat een significante matige positieve correlatie (0,45) tussen de bezoekfrequentie en uitgaven in de horeca, dit betekent dat hoe vaker respondenten in de binnenstad verblijven, hoe meer ze uitgeven in de horeca. Daarnaast waren er significante zwakke positieve correlaties tussen bezoekfrequentie en uitgaven voor overnachting (0,16), uitgaven voor cultuur (0,22) en uitgaven aan overige zaken, zoals parkeergeld (0,14). Tot slot bestaat er een zwakke negatieve correlatie tussen de bezoekfrequentie en dagelijkse boodschappen (-0,16), wat betekent dat mensen minder uitgeven aan dagelijkse boodschappen als men vaker de binnenstad bezoekt.

6.4 Korte samenvatting hoofdstuk 6

Bezoekers van de binnenstad geven in de loop der jaren steeds iets meer geld uit per dag. In 2019 lag dit bedrag gemiddeld op €37 per persoon, terwijl dit in 2023 was opgelopen tot €48. Deze toename is gecorrigeerd voor inflatie, wat er mogelijk op wijst dat bezoekers veranderende gewoonten hebben ontwikkeld sinds de coronaperiode.



Een opvallende trend is dat de uitgaven aan horeca en markten constant blijven, wat erop wijst dat mensen hier standaard geld aan besteden. Daarentegen worden dagelijkse boodschappen juist wat minder vaak gedaan in de binnenstad, mogelijk omdat bezoekers meer letten op hun uitgaven. Voor aankopen die minder vaak worden gedaan, zoals kleding of andere niet-dagelijkse artikelen, en voor overnachtingen is er juist een stijgende lijn zichtbaar. Dit kan erop wijzen dat het toerisme zich aan het herstellen is en dat bezoekers meer interesse hebben in het verblijf en winkelen in de stad. De uitgaven aan vervoer en cultuur piekten in 2021, waarschijnlijk door hogere transportkosten en het herstarten van culturele evenementen na COVID-19.

Het soort bezoeker speelt ook een rol. Dagrecreanten en verblijfstoeristen, mensen die van ver komen en in de stad overnachten, geven het meest uit. Zij besteden veel aan overnachtingen en cultuur, zoals het bezoeken van musea en lokale bezienswaardigheden. Opvallend is dat werkende bezoekers relatief weinig geld uitgeven, vaak tussen de €11 en €21, omdat zij meestal maar kort in de binnenstad blijven en zich vooral op praktische aankopen richten. Daarentegen geven recreatieve bezoekers aanzienlijk meer uit aan bijvoorbeeld stadswandelingen, een bezoek aan het Groninger Museum, of een rondvaart. Dit soort activiteiten trekt toeristen aan die bereid zijn om meer te investeren in hun ervaring.

Leeftijd speelt ook een rol in het uitgavenpatroon. Jongere volwassenen, vooral de groep tussen de 26 en 35 jaar, geven het meest uit. Ze besteden vooral aan niet-dagelijkse aankopen, culturele activiteiten en overnachtingen. Dit kan duiden op een grotere interesse in reizen en in het beleven van de stad. Oudere bezoekers geven gemiddeld minder uit, vooral na de leeftijd van 45 jaar.

Ten slotte blijkt dat de verblijfsduur invloed heeft op de totale uitgaven: hoe langer iemand in de binnenstad blijft, hoe meer deze persoon gemiddeld uitgeeft, vooral aan horeca. Ook geldt dat mensen die vaak naar de binnenstad gaan, vaker geld uitgeven aan horeca en cultuur, maar juist minder aan dagelijkse boodschappen. Dit laat zien dat bezoekers steeds bewuster kiezen waarop ze hun geld willen uitgeven tijdens hun bezoek aan de stad.

7 Samenvatting

Inleiding

Groningen, de grootste gemeente van het noorden van Nederland, huisvest ongeveer 243.000 inwoners en staat bekend om zijn rijke cultuur en levendige studentenleven. Met het hoogste percentage studenten in verhouding tot het totale aantal inwoners, is de stad een hotspot voor jongvolwassenen. De binnenstad trekt zowel inwoners als toeristen aan met zijn diverse aanbod aan winkels, horecagelegenheden en culturele evenementen. Gezien de veranderingen in bezoekersgedrag en de economische uitdagingen, heeft de gemeente besloten om de dynamiek van de binnenstad te onderzoeken. Dit onderzoek is bedoeld om inzicht te verkrijgen in de huidige trends, voorkeuren en bestedingspatronen van bezoekers.

Onderzoeksopzet

Het onderzoek is uitgevoerd van januari 2022 tot januari 2023, met een focus op het verzamelen van gegevens van bezoekers in de binnenstad. Bezoekers werden benaderd op strategisch gekozen locaties, met een nadruk op drukbezochte gebieden zoals winkelstraten en culturele hotspots. Er zijn twee soorten vragenlijsten ontwikkeld: een uitgebreide versie voor diegenen die meer tijd hadden, en een verkorte versie voor snelle afname. De vragenlijsten waren beschikbaar in het Nederlands, Duits en Engels, wat heeft bijgedragen aan de diversiteit van de respondenten. De steekproef omvatte verschillende maanden, waarbij vooral drukke periodes zoals april, de zomer en december werden benut om een representatieve dwarsdoorsnede van bezoekers te verkrijgen.

Profiel van bezoekers

De bezoekers zijn gecategoriseerd in vijf doelgroepen:

- **Werknemers:** Personen die in de binnenstad werken, maar daar niet wonen.
- **Verblijfstoeristen:** Toeristen die in de gemeente overnachten, vaak in hotels of bij familie en vrienden.
- **Dagrecreanten:** Bezoekers die voor een dag naar de stad komen voor recreatieve doeleinden.
- **Binnenstadbewoners:** Personen die een vast adres in de binnenstad hebben.
- **Binnenstadbezoekers:** Alle overige bezoekers, waaronder inwoners van Groningen die niet in de binnenstad wonen.

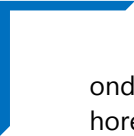
De resultaten wijzen op een lichte stijging van het aantal dagrecreanten, terwijl het aantal binnenstadbezoekers iets is afgenomen in vergelijking met voorgaande jaren.

Verblijf en activiteiten

Verblijfstoeristen kiezen doorgaans voor hotels of alternatieve accommodaties zoals Airbnb. De gemiddelde verblijfsduur is echter gedaald van 6 nachten in 2019 naar 3,1 nachten in 2023, wat mogelijk wijst op een veranderende reisgewoonte. De waardering voor de accommodaties is echter hoog, met een gemiddelde score van 8,2. Bij de reden voor bezoek aan de binnenstad staan winkelen, culturele activiteiten en familiebezoek bovenaan de lijst. De aantrekkingskracht van de binnenstad is toegenomen, vooral op het gebied van winkelen en horeca, met meer bezoekers die hun tijd hieraan besteden.

Waardering van de binnenstad

De gemiddelde waardering voor de binnenstad van Groningen is in 2023 vastgesteld op een 7,8, wat een lichte daling is ten opzichte van eerdere jaren. Respondenten benadrukken dat de sfeer, gezelligheid, en het diverse aanbod van horeca en winkels belangrijke factoren zijn die de binnenstad



onderscheiden van andere steden. Er is echter ook een groeiende vraag naar unieke horecagelegenheden en winkels, zoals boetiekjes en speciaalzaken, alsook een warenhuis.

Bestedingen

Bezoekers van de binnenstad geven sinds 2019 steeds meer uit, met een gemiddelde van €48 per persoon per dag in 2023. De uitgaven aan horeca blijven stabiel, terwijl niet-dagelijkse aankopen en overnachtingen toenemen, wat mogelijk wijst op herstellend toerisme. Dagrecreanten en toeristen besteden het meest, vooral aan cultuur en overnachtingen, terwijl werkbezoekers juist weinig uitgeven. Jongere volwassenen (26-35 jaar) doen de grootste uitgaven, vooral voor cultuur en niet-essentiële aankopen. Verblijfsduur en bezoekfrequentie hebben invloed: hoe langer of vaker iemand komt, hoe hoger de uitgaven, vooral aan horeca en cultuur.



Colofon

Economisch Binnenstad Onderzoek Groningen 2023

Auteurs

Thaira Openneer
Marissa Schouten

Maand van uitgave

Oktober 2024

Opdrachtgever

Gemeente Groningen

Fotografie

Marketing Groningen

Uitgave

Onderzoek, Informatie en Statistiek Groningen

Online publicaties OIS Groningen

<https://publicaties.oisgroningen.nl/>

Linkedin

<https://linkedin.com/company/ois-groningen>

Contactgegevens

T: (050) 367 56 30
E: info@oisgroningen.nl
I: www.oisgroningen.nl