

## Rapport

---

Projectnummer: 364633

Referentienummer:

Datum: 08-07-2020

---

## Kenmerken van bezoek(ers) aan de binnenstad van Groningen

Deelrapport

Opdrachtgever: Gemeente Groningen  
Gedempte Zuiderdiep 98  
9711 HL GRONINGEN

## Verantwoording

Titel	Kenmerken van bezoek(ers) aan de binnenstad van Groningen
Subtitel	Deelrapport
Projectnummer	364633
Referentienummer	
Revisie	
Datum	08-07-2020
Auteur	Daniël Peereboom, Tim Verver
E-mailadres	daniel.peereboom@sweco.nl tim.verver@sweco.nl

Goedgekeurd door	Tim Verver
Paraaf goedgekeurd	

## Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>5</b>
1.1	Aanleiding .....	5
1.2	Afbakening onderzoek .....	5
1.3	Leeswijzer .....	7
<b>2</b>	<b>Onderzoeksverantwoording .....</b>	<b>8</b>
2.1	Onderzoeksopzet .....	8
2.2	Respons .....	8
2.3	Veldwerk .....	9
<b>3</b>	<b>Algemeen profiel .....</b>	<b>11</b>
3.1	Passantenstromen .....	11
3.2	Leeftijd, waardering en onderscheidend vermogen .....	11
<b>4</b>	<b>Vergelijking tussen doelgroepen .....</b>	<b>16</b>
4.1	Kenmerken doelgroepen .....	16
4.2	Kenmerken bezoek .....	17
4.3	Waardering.....	21
<b>5</b>	<b>Dagrecreanten .....</b>	<b>23</b>
5.1	Algemene kenmerken .....	23
5.2	Kenmerken bezoek .....	26
5.3	Waardering.....	28
<b>6</b>	<b>Verblijfstoeristen .....</b>	<b>30</b>
6.1	Algemene kenmerken .....	30
6.2	Kenmerken bezoek .....	32
6.3	Waardering.....	37
<b>7</b>	<b>Werknemers.....</b>	<b>38</b>
7.1	Algemene kenmerken .....	38
7.2	Kenmerken bezoek .....	39
7.3	Waardering.....	42
<b>8</b>	<b>Binnenstadbewoners .....</b>	<b>43</b>
8.1	Algemene kenmerken .....	43
8.2	Kenmerken bezoek .....	44
8.3	Waardering.....	46
<b>9</b>	<b>Overige binnenstadbezoekers .....</b>	<b>47</b>
9.1	Algemene kenmerken .....	47
9.2	Kenmerken bezoek .....	48
9.3	Waardering.....	51
<b>10</b>	<b>Vergelijking met voorgaande onderzoeken .....</b>	<b>52</b>
10.1	Vergelijking met de Detailhandelsmonitor (2018) .....	52

10.2	Vergelijking met de Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsmonitor 2017 .....	57
<b>11</b>	<b>Conclusies .....</b>	<b>62</b>
11.1	Nieuwe aanpak .....	62
11.2	Type bezoekers.....	62
11.3	Kenmerken van bezoek .....	63
11.4	Waardering en aanbevelingen .....	63

## 1 Inleiding

### 1.1 Aanleiding

Met circa 233.000 inwoners is Groningen de grootste gemeente van het noorden en zelfs de vijfde grootste gemeente van Nederland. Groningen heeft een grote aantrekkingskracht op bezoekers. Bijvoorbeeld door haar gunstige ligging ten opzichte van, en uitstekende verbinding met Duitsland komen er jaarlijks veel Duitse bezoekers naar de stad. Zowel voor een dagje uit als voor een weekendje weg weten de Oosterburen Groningen goed te vinden. Maar ook uit eigen land komen elk jaar veel dagrecreanten en verblijfstoeristen naar Groningen. Daarnaast is de binnenstad van Groningen ook een plek waar veel mensen wonen en werken. De grote diversiteit aan functies zorgt ervoor dat het centrum van Groningen aan veel verschillende doelgroepen een plek biedt.

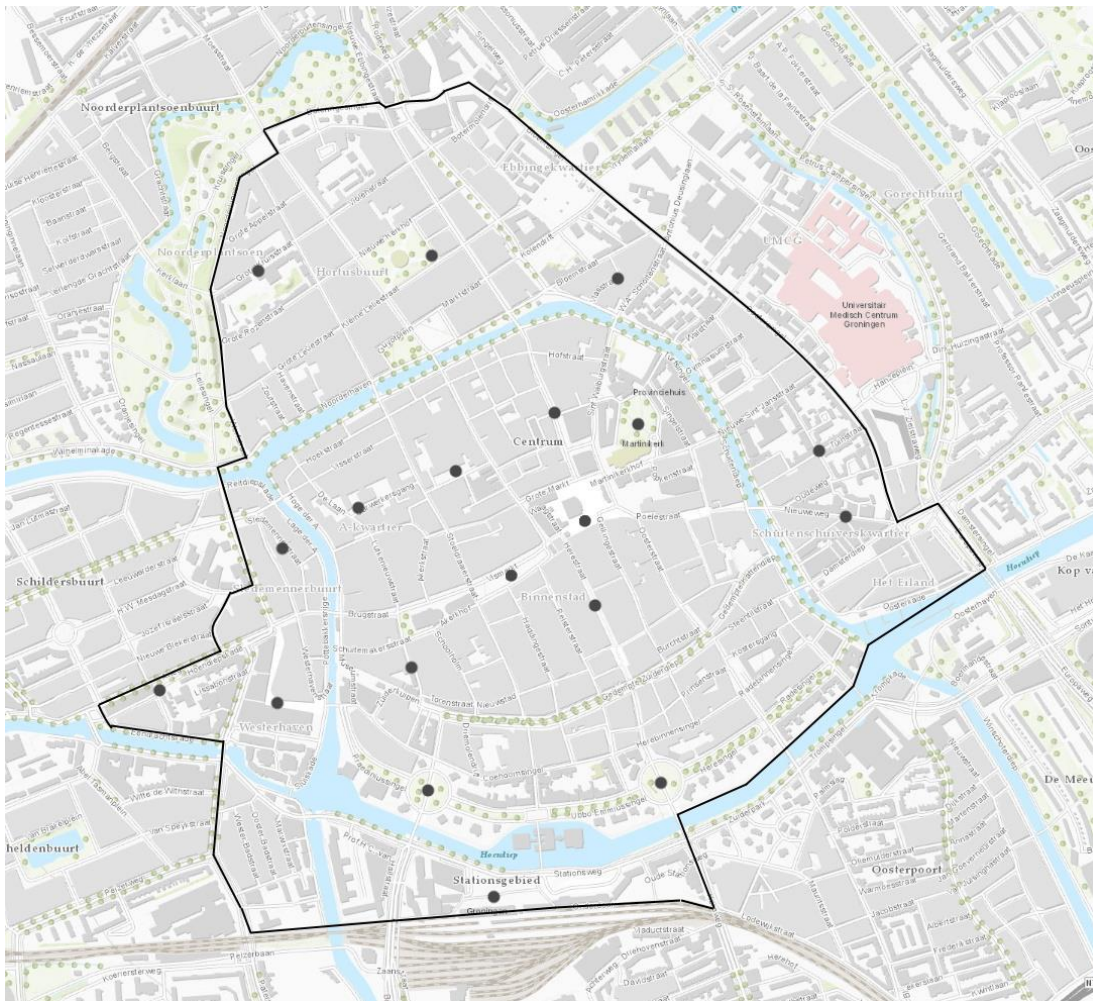
Gemeente Groningen heeft de behoefte om het economisch functioneren van de binnenstad integraal in kaart te brengen. In het verleden zijn verschillende onderzoeken separaat uitgevoerd naar onder meer het toeristisch-recreatieve bezoek en naar het functioneren van de detailhandel in het centrum. In 2019 is ervoor gekozen om deze onderzoeken te bundelen tot één overkoepelend onderzoek naar het totale functioneren van de binnenstad. Deze integrale benadering zorgt ervoor dat relaties tussen uitkomsten beter gelegd kunnen worden en daarmee een beter inzicht verkregen kan worden in de ontwikkeling van de binnenstad. Door deze nieuwe methodiek is een vergelijking met eerdere onderzoeken niet altijd even betrouwbaar.

We maken in het economisch binnenstedelijk onderzoek onderscheid in een aantal sporen:

- Analyse van (de ontwikkeling van) economische functies van de binnenstad;
- Analyse van het bezoek en de bezoekers aan de binnenstad;
- Trends en ontwikkelingen op het gebied van retail, horeca en toerisme.

### 1.2 Afbakening onderzoek

De afbakening van het onderzoek heeft betrekking op het plangebied van onderzoek (de binnenstad) alsmede het type bezoekers. Wat betreft het plangebied heeft het onderzoek betrekking op de binnenstad van Groningen. Het onderzoek heeft plaats gevonden aan de hand van face-to-face interviews op straat. Hiervoor zijn verschillende interviewlocaties geselecteerd, verdeeld over de binnenstad. Gekozen is voor locaties met voldoende passanten met het oog op een effectieve en efficiënte uitvoering.

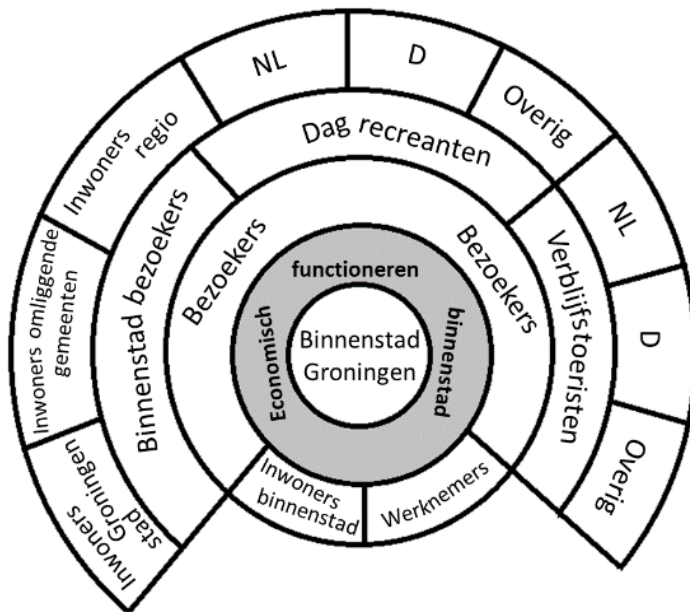


Figuur 1. Begrenzing onderzoeksgebied + interviewlocaties

Wat betreft type bezoekers zijn alle bezoekers aan de binnenstad van Groningen meegenomen in het onderzoek. We onderscheiden daarbij de volgende vijf hoofddoelgroepen:

- dagrecreanten: bezoekers die voor een dagje uit naar Groningen komen. Dit kan zijn vanuit hun huis of vanaf hun vakantieadres. Zij wonen niet in Groningen of één van de omliggende gemeenten;
- verblijfstoeristen: bezoekers met een recreatief bezoekmotief die in de stad overnachten;
- werknemers: mensen die werken bij een bedrijf of instelling in de binnenstad;
- inwoners: mensen die in de binnenstad van Groningen wonen (conform afbakening figuur 1);
- binnenstadbezoekers: alle andere bezoekers, niet zijnde inwoner, werknemer, dagrecreant of verblijfstoerist. Zij zijn woonachtig binnen de grenzen van de gemeente Groningen, maar niet in de binnenstad zoals omschreven bij de hoofddoelgroep inwoners. Daarnaast kunnen zij woonachtig zijn in de omliggende gemeenten.

Binnen een aantal van deze hoofddoelgroepen zijn nog subdoelgroepen te onderscheiden. De dagrecreanten en verblijfstoeristen zijn onder te verdelen in Nederlandse, Duitse en overige buitenlandse bezoekers.



Figuur 2. Verdeling (sub)doelgroepen

### 1.3 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 gaat in op de onderzoeksverantwoording. Hier leggen wij uit op welke manier de data verzameld is en welke keuzes hieraan vooraf zijn gegaan. In hoofdstuk 3 behandelen we een aantal algemene aspecten van bezoekers aan de binnenstad. Hoofdstukken 4, 5, 6, 7 en 8 gaan vervolgens in op de specifieke doelgroepen. Dit zijn respectievelijk dagrecreanten, verblijfs-toeristen, werknemers, inwoners en overige binnenstadbezoekers. Binnen deze hoofdstukken geven wij informatie over een aantal algemene kenmerken van de doelgroep zelf, een aantal kenmerken van het gedrag van deze doelgroep en door bezoekers gegeven aanbevelingen de binnenstad. In hoofdstuk 9 vergelijken we de resultaten van dit onderzoek met resultaten van eerder onderzoek, dit zijn de Detailhandelsmonitor en het Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsmonitor. Tot slot beschrijven we in hoofdstuk 10 de belangrijkste conclusies.

## 2 Onderzoeksverantwoording

### 2.1 Onderzoekopzet

Om de kenmerken van het bezoek en de bezoekers aan de binnenstad integraal in kaart te brengen hebben wij gebruik gemaakt van face-to-face interviews.

Face-to-face interviews zijn gebruikt om respondenten te bevragen tijdens hun verblijf in de binnenstad. Deze korte interviews zijn uitgevoerd door ervaren enquêteurs middels standaardvragenlijsten. Voor buitenlandse bezoekers is een Engelse en een Duitse vertaling gemaakt. De vragenlijsten zijn toegevoegd in bijlage 1, 2 en 3. Het uitvoeren van face-to-face interviews is de meest betrouwbare en efficiënte methode om informatie te verzamelen over bezoek aan de binnenstad van Groningen omdat:

- respondenten worden op het moment van bezoek aangesproken;
- er is geen tijdverschil tussen moment van bezoek en het invullen van de vragenlijst;
- door het gebruik van vragenlijsten zijn de antwoorden eenduidig en vergelijkbaar;
- door de afbakening valt iedereen die zich in de binnenstad bevindt onder één van de doelgroepen;
- de enquêteur kan de vragenlijst toelichten wanneer een respondent moeite heeft om een vraag te interpreteren.

Voor een berekening van de bezoekersaantallen aan de binnenstad is gebruik gemaakt van de passantentelling die door Locatus is uitgevoerd.

### 2.2 Respons

In totaal zijn er 5.623 interviews uitgevoerd. Het veldwerk is uitgevoerd volgens twee stappen: korte en reguliere interviews. Het totaal aantal korte interviews is 4.051 en het aantal reguliere interviews is 1.572.

#### 2.2.1 Korte interviews

Korte interviews zijn uitgevoerd onder alle bezoekers in de binnenstad om het procentuele aandeel te bepalen van de vijf bezoekersdoelgroepen (inclusief subdoelgroepen). Deze representatieve steekproef heeft een grootte van  $n = 4.051$ . Bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%<sup>1</sup> levert deze respons een maximale onnauwkeurigheid op van 1,6%.

Om analyse te maken voor de totale responsgroep hebben we gebruik gemaakt van een weging. Op basis van de korte interviews hebben we achterhaald hoe de doelgroepen zich verhouden ten opzichte van elkaar, zodat er een compleet beeld ontstaat van de aanwezigheid van de verschillende doelgroepen in de binnenstad. Dit levert het volgende beeld op:

Doelgroep	Korte vragenlijst (aantal)	Korte vragenlijst (%)
Binnenstadbewoner	521	12,9%
Werknemer	455	11,2%
Verblijfstoerist	507	12,5%
Dagrecreant	1.384	34,2%
Binnenstadbezoeker	1.184	29,2%
<b>Totaal</b>	<b>4.051</b>	<b>100%</b>

Tabel 1. Weging per doelgroep

Op basis van deze verhoudingen hebben we de resultaten van de respons op de reguliere vragenlijsten gewogen, zodanig dat ook voor deze respons de verhoudingen gelijk zijn met

<sup>1</sup> Dit betekent dat bij 100 keer herhaling van hetzelfde onderzoek de resultaten 95 keer tot dezelfde uitkomsten leidt.



de verhoudingen in bovenstaande tabel. Voor de analyse per specifieke doelgroep is deze weging niet toegepast.

### 2.2.2 Reguliere interviews

Het doel was om reguliere interviews uit te voeren met ten minste 300 respondenten binnen elke bezoekersdoelgroep. Het aantal van 300 is gekozen om een representatieve steekproef te verkrijgen met een betrouwbaarheidsniveau van 95% voor de totale onderzoekspopulatie. De respons van 300 per doelgroep is niet voor elke doelgroep behaald. Het bleek met name lastiger om voldoende respons te behalen onder inwoners en werknemers. Deze lagere respons betekent dat de onnauwkeurigheid van de antwoorden iets groter is dan bij een hogere respons. De lagere respons laat daarnaast zien dat deze doelgroepen relatief minder vaak voorkomen in de binnenstad.

Doelgroep	Reguliere vragenlijst
Binnenstadbewoner	184
Werknemer	244
Verblijfstoerist	334
Dagcreant	504
Binnenstadbezoeker	306
<b>Totaal</b>	<b>1.572</b>

Tabel 2. Verdeling reguliere interviews

Met de totale respons van 1.572 interviews hebben de resultaten van de reguliere interviews een onnauwkeurigheid van maximaal 2,5% bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%.

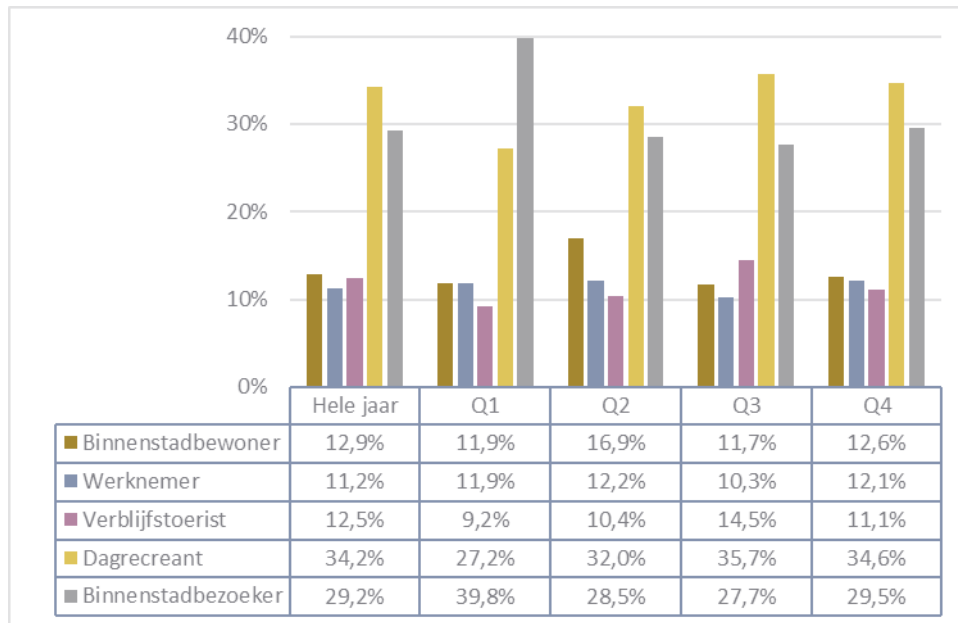
### 2.3 Veldwerk

Het veldwerk heeft plaatsgevonden van dinsdag 12 februari tot en met zaterdag 21 december 2019. De totale respons bedraagt 4.051 korte interviews en 1.572 reguliere interviews. In bijlage 4 is een overzicht opgenomen van alle dagen waarop interviews in de binnenstad van Groningen bezoekers hebben benaderd. Het veldwerk is goed verlopen en de bereidheid om mee te werken was net als bij de voorgaande onderzoeken groot. Het aantal interviewdagen is in de zomerperiode hoger geweest dan in de winterperiode. Dit leidt ertoe dat verdeling van de interviews onevenredig is verdeeld over het jaar. Tijdens de maanden januari tot en met maart zijn duidelijk minder interviews afgenomen dan tijdens de overige maanden, met name juli tot en met september.

	Periode	Korte interviews	Reguliere interviews
Q1	Januari – maart	294	99
Q2	April - juni	694	328
Q3	Juli – september	1.976	850
Q4	Oktober - december	1.087	295
<b>Totaal</b>		<b>4.051</b>	<b>1.572</b>

Tabel 3. Verdeling per kwartaal

De seizoenen hebben invloed op de verhoudingen tussen doelgroepen die in de binnenstad aanwezig zijn. De grootste doelgroep zijn de dagcreanten, hoewel zij een dip hebben in het eerste kwartaal. Wat daar opvalt is dat het aandeel binnenstadbezoekers flink groter is dan in de overige kwartalen. Het aandeel binnenstadbewoners is in Q2 groter dan gemiddeld voor deze doelgroep. Ditzelfde geldt voor verblijfstoeristen in Q3.



Figuur 3. Seizoensinvloeden op binnenstadpopulatie

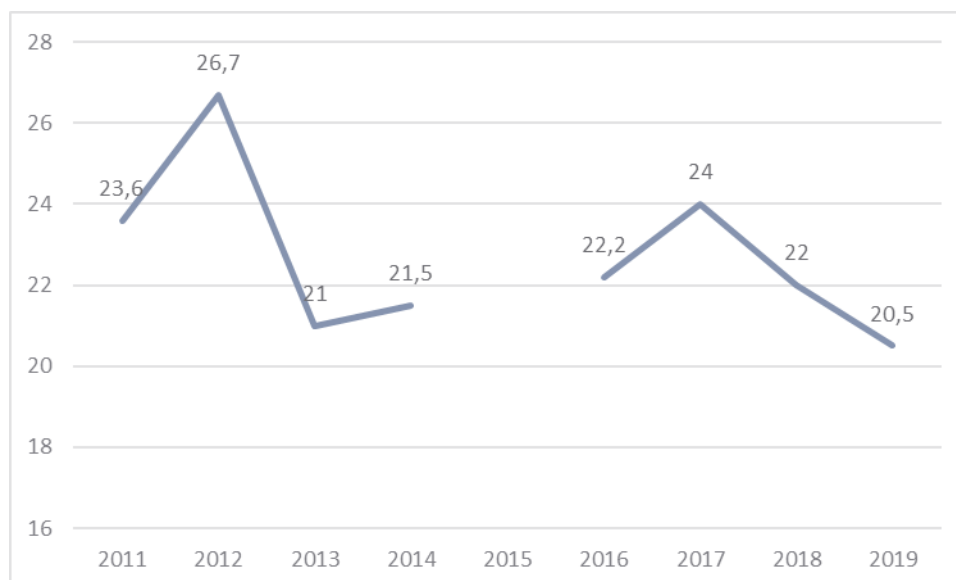
### 3 Algemeen profiel

Dit hoofdstuk beschrijft de algemene kenmerken van de mensen die in de binnenstad van Groningen aanwezig zijn. Dit betreft een gemiddeld beeld van alle doelgroepen gezamenlijk. We geven via een modelberekening inzicht in de aantallen die gedurende een jaar het centrum van Groningen bezoeken. Vervolgens kijken we voor de totale responsgroep naar de belangrijkste kenmerken.

#### 3.1 Passantenstromen

Voor de berekening van de bezoekersaantallen van de binnenstad gaan we uit van de telgegevens van Locatus. Locatus heeft gedurende 1 zaterdag in 2019 op een groot aantal punten in de binnenstad tellingen verricht. Daarnaast heeft Locatus inzicht in de hoeveelheid kassa transacties van retail ketens gedurende deze periode. Een berekening op basis van deze twee cijfers geeft een aantal bezoekers per week voor de gehele binnenstad. Het totaal aantal bezoekers/aanwezigen in de binnenstad van Groningen wordt door Locatus berekend op 393.500 mensen.

Als we er vanuit gaan dat deze telweek een gemiddeld beeld geeft voor het bezoek aan de binnenstad, dan leidt dit tot de inschatting dat over een heel jaar in totaal 20,5 miljoen mensen naar de binnenstad van Groningen komen. Vanwege de onzekerheidsmarge houden we aan dat het aantal mensen in de binnenstad tussen de 19,5 miljoen en 21,5 miljoen mensen ligt. Dit aantal ligt iets lager dan in de berekeningen in voorgaande jaren. Hierbij moet opgemerkt worden dat in voorgaande jaren een andere methodiek is toegepast. Herberekening op basis van de oude methodiek was niet meer mogelijk. Ook op de nieuwe methodiek zijn aannames van toepassing. Over het jaar 2015 zijn geen gegevens beschikbaar.

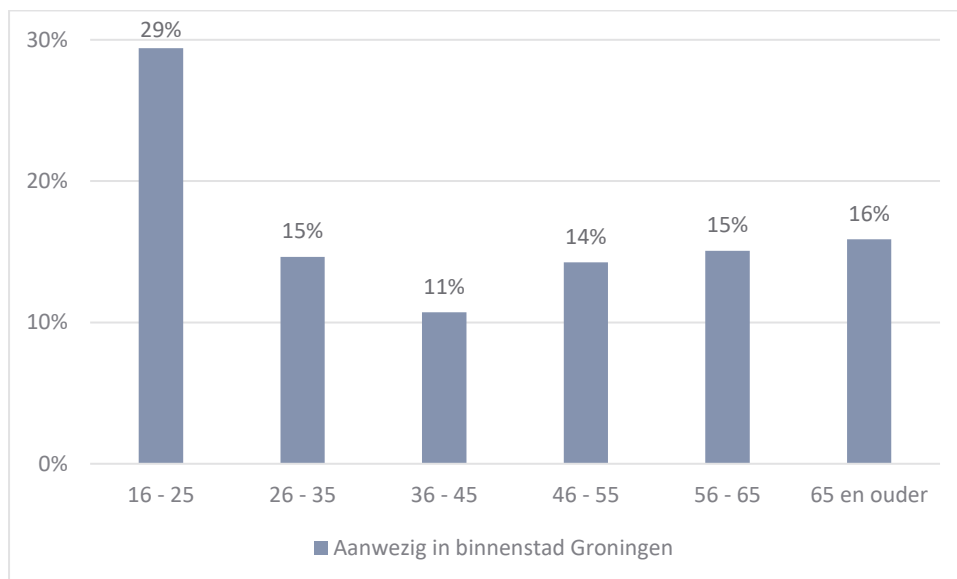


Figuur 4. Bezoekers binnenstad in miljoenen

#### 3.2 Leeftijd, waardering en onderscheidend vermogen

##### 3.2.1 Leeftijd

De gemiddelde leeftijd van alle doelgroepen in de binnenstad (vanaf 16 jaar) is 42 jaar. De grootste groep valt binnen de leeftijdscategorie van 16 t/m 25 jaar (29%). De verdeling over de andere leeftijdsgroepen is redelijk gelijk. We zien dat 16% van de mensen in de binnenstad ouder is dan 65 jaar.



Figuur 5. Leeftijdsopbouw

### 3.2.2 Onderscheidend vermogen

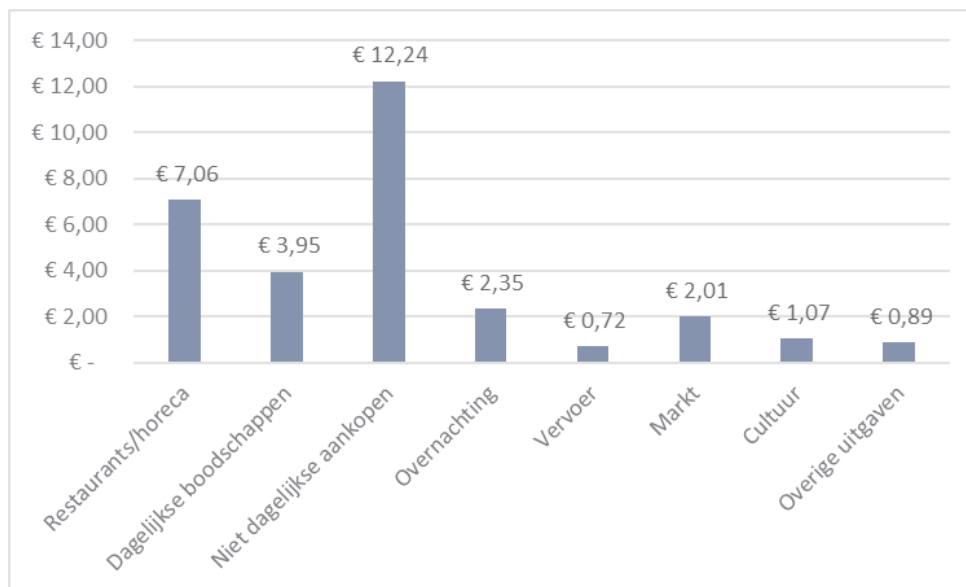
Hoe onderscheidt de binnenstad van Groningen zich van andere binnensteden? Deze vraag is aan alle doelgroepen in de stad gesteld. Het was hierbij mogelijk meerdere antwoorden aan te kruisen. Het algemene beeld is dat Groningen zich met name onderscheidt in sfeer en gezelligheid. Dit aspect werd bovendien als hoogste gewaardeerd bij de paragraaf over waardering. Overige aspecten die worden genoemd, zijn het grote aanbod aan horeca (19%) en winkels (18%). Van alle binnenstadbezoekers geeft 13% aan dat Groningen zich niet (positief) onderscheidt van andere binnensteden. Wat opvalt is dat Groningen zich niet weet te onderscheiden door het aanbod van dagattracties. Dit aspect staat helemaal onderaan met slechts 1%.

Aspect	Onderscheidend vermogen (%)
Sfeer / gezelligheid	46%
Horeca aanbod	19%
Winkelaanbod	18%
Geen onderscheid in positieve zin	13%
(Week)markt	12%
Weet niet (dagrecreanten)	12%
Schoonheid en netheid van de stad	11%
Service en bediening / gastvrijheid	9%
Weet niet (binnenstadbezoekers)	7%
Winkelkwaliteit	6%
Aanbod culturele voorzieningen	6%
Aanbod evenementen	6%
Bewegwijzering / overzichtelijker	5%
Fietsstallingsmogelijkheden	4%
Bereikbaarheid per auto	3%
Aanbod verblijfsaccommodaties	3%
Parkeermogelijkheden	2%
Goedkope parkeertarieven	1%
Aanbod dagattracties	1%

Figuur 6. Onderscheidend vermogen

### 3.2.3 Bestedingen

De mensen in de binnenstad van Groningen geven gemiddeld € 30,28 per persoon per dag uit. Dit is een gewogen gemiddelde voor alle doelgroepen gezamenlijk. Dus inwoners, werknemers, binnenstadbezoekers, dagrecreanten en verblijfstoeristen worden als één totale groep beschouwd. De grootste bestedingscategorieën zijn niet dagelijkse aankopen en restaurants/horeca.



Figuur 7. Bestedingen alle doelgroepen

### 3.2.4 Waardering

Het totaaloordeel voor de binnenstad van Groningen is een **8,0**. Kijken we naar de waardering voor de verschillende aspecten van de binnenstad, dan zien we met name een hoge waardering voor aspecten die te maken hebben met sfeer en vermaak, zoals winkels en andere attracties. Een lagere waardering krijgen mobiliteitsaspecten, met name gericht op de auto. Dit beeld is voor alle doelgroepen globaal hetzelfde.

Aspect	Waardering
<b>Totaaloordeel</b>	<b>8,0</b>
Sfeer	8,4
Aanbod horeca	8,3
Markt	8,1
Gastvrijheid	8,0
Winkelaanbod	7,9
Winkelkwaliteit	7,8
Aanbod culturele voorzieningen	7,6
Aanbod evenementen	7,5
Schoonheid en netheid	7,4
Bewegwijzering	7,4
Aanbod toeristische dagattracties	7,3
Aanbod verblijfsaccommodaties	7,1
Fietsenstallingen	6,8
Bereikbaarheid per auto	6,6
Parkeermogelijkheden	6,5
Parkeertarieven	5,4

Tabel 4. Waardering per aspect

### 3.2.5 Aanbevelingen

Aan de respondenten van het reguliere interview is gevraagd of zij aanbevelingen hebben voor de binnenstad. Allereerst hebben wij gevraagd of zij winkel- of horecaconcepten missen. De meeste respondenten hebben geen antwoord gegeven op deze vraag. De respondent kan dit antwoord ook hebben aangegeven als zij 'niets missen'. Dit kan in dit geval dus positief geïnterpreteerd worden. Van de respondenten die wel een concept missen in de binnenstad, mist het merendeel een warenhuis zoals de V&D of de Bijenkorf, beide winkelconcepten die verdwenen zijn uit Groningen. Een andere gemene deler is de vraag naar meer diversiteit in het winkel- en horeca-aanbod, bijvoorbeeld door kleinere winkels, vegetarische of veganistische restaurants of 50+ damesmode.

Missende concepten	Aantal
Weet niet/geen antwoord/ik mis niets	1.220
V&D	62
Bijenkorf	43
Warenhuis	22
Lush	18
Meer diversiteit, meer kleinere winkels	18
Action	13
Vegetarisch, veganistisch restaurant	11
Urban Outfitters	10
Meer damesmode 50+	8
Meerdere stijlen winkels	8

Tabel 5. Missende concepten

Vervolgens is er gevraagd of respondenten verder nog iets missen in de binnenstad van Groningen. Ook hier antwoorden veel respondenten dat zij dit niet weten of dat zij niets missen. Overige antwoorden gaan veel in op de fietsproblematiek, autoparkeren of meer groen.

<b>Wat mist u verder nog?</b>	<b>Aantal</b>
Weet niet/geen antwoord/ik mis niets	1.102
Meer fietsenrekken, stallingen	47
Meer groen	40
Minder fietsen	24
Goedkoper parkeren	21
Meer parkeerplaatsen	19
Schoner	19
Meer prullenbakken	17
Fietsverkeer is erg rommelig	16
Betere bereikbaarheid voor auto's	14
Minder auto's	14

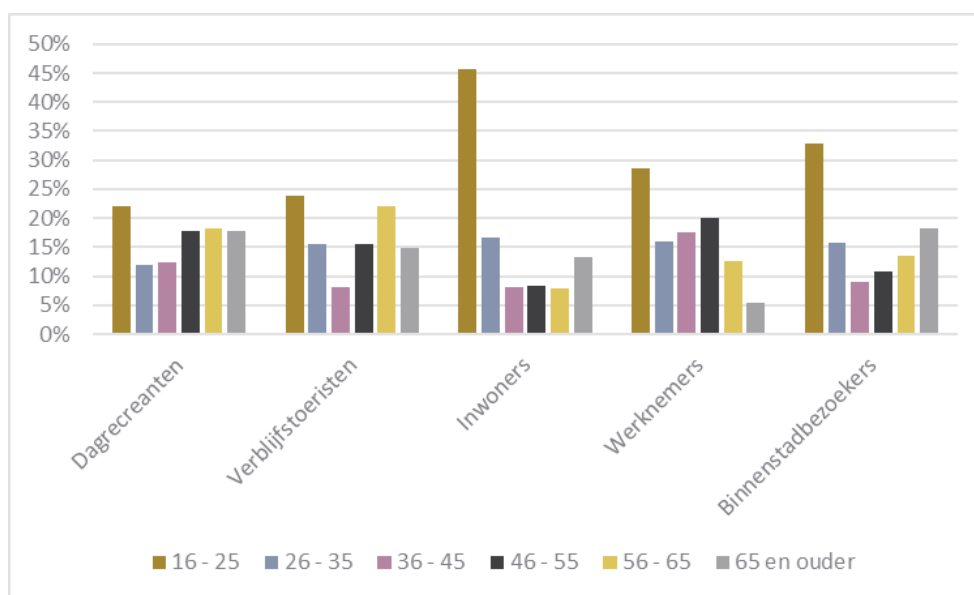
*Tabel 6. Wat mist u verder nog?*

## 4 Vergelijking tussen doelgroepen

Dit hoofdstuk beschrijft de belangrijkste verschillen en overeenkomsten tussen de doelgroepen. In volgende hoofdstukken beschrijven we de uitkomsten per doelgroep. We kijken zowel naar de kenmerken van de doelgroepen als naar de kenmerken en de waardering van het bezoek aan de binnenstad.

### 4.1 Kenmerken doelgroepen

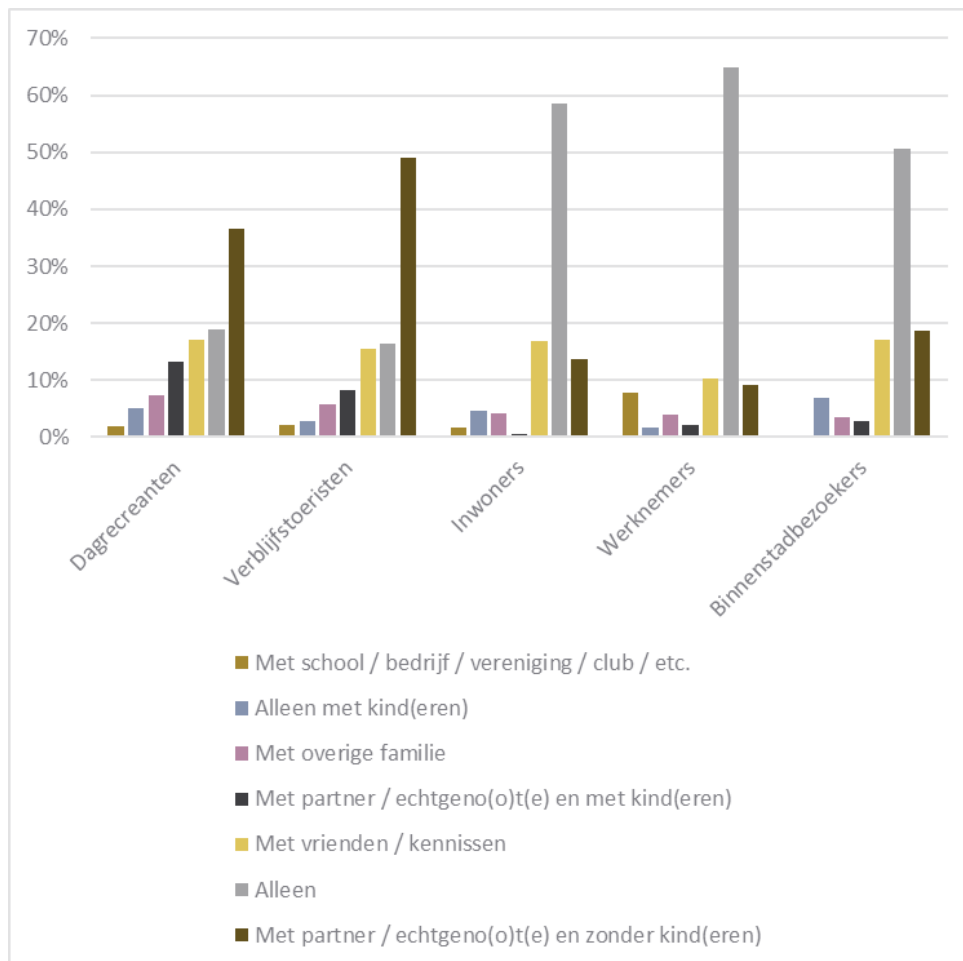
Wat betreft leeftijd valt direct op dat de binnenstadbewoners relatief jong zijn vergeleken met de overige doelgroepen. Ruim 45% van de ondervraagde inwoners is tussen de 16 en 25. Ook onder de andere doelgroepen is deze leeftijdscategorie overigens de grootste categorie, het zij minder overheersend. Dagrecreanten zijn redelijk gelijk verdeeld over de leeftijden.



Figuur 8. Leeftijd



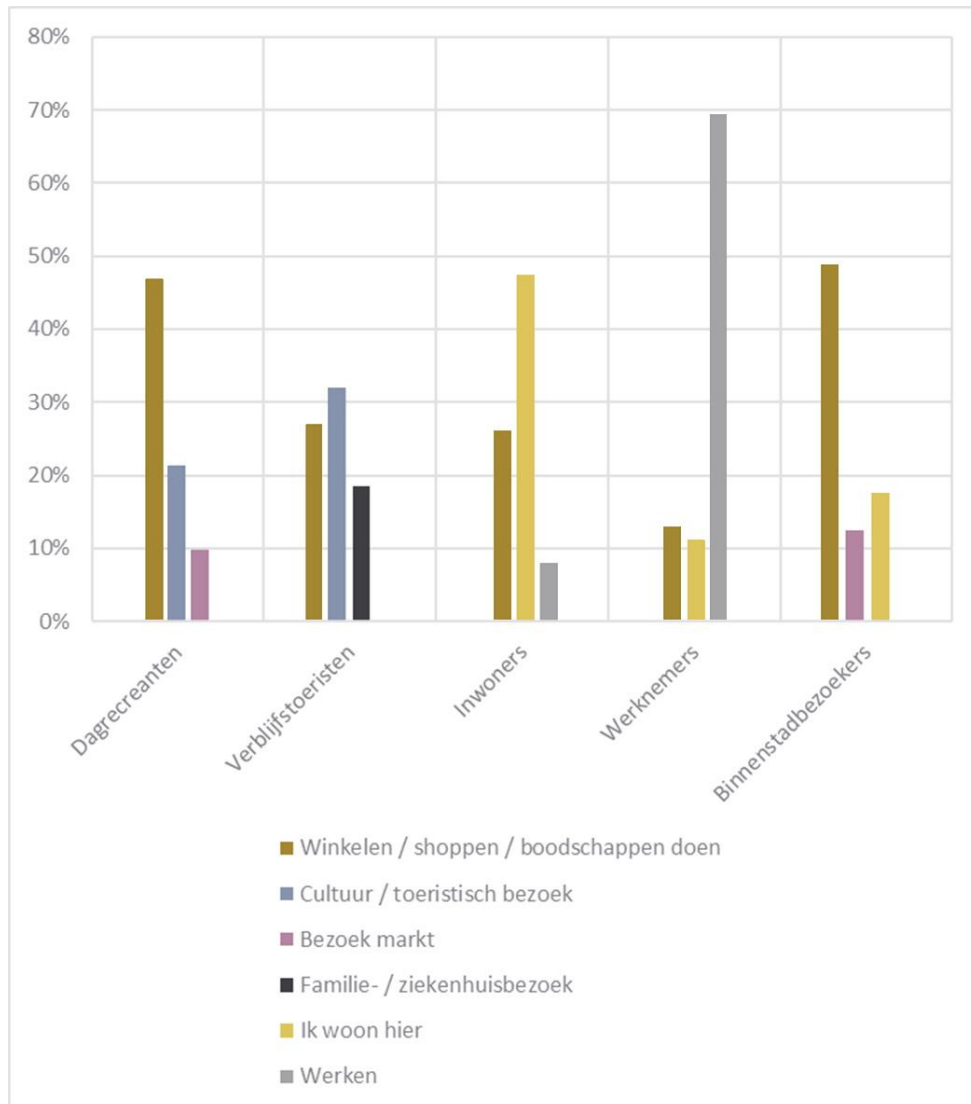
Wat betreft gezelschap komen zowel dagrecreanten als verblijfstoeristen overwegend naar Groningen samen met een partner en zonder kinderen. Inwoners, werknemers en binnenstadbezoekers komen overwegend alleen naar de binnenstad. Relatief weinig bezoekers komen met het gezin naar de binnenstad. Onder dagrecreanten is dit aandeel nog het grootst.



Figuur 9. Gezelschap

#### 4.2 Kenmerken bezoek

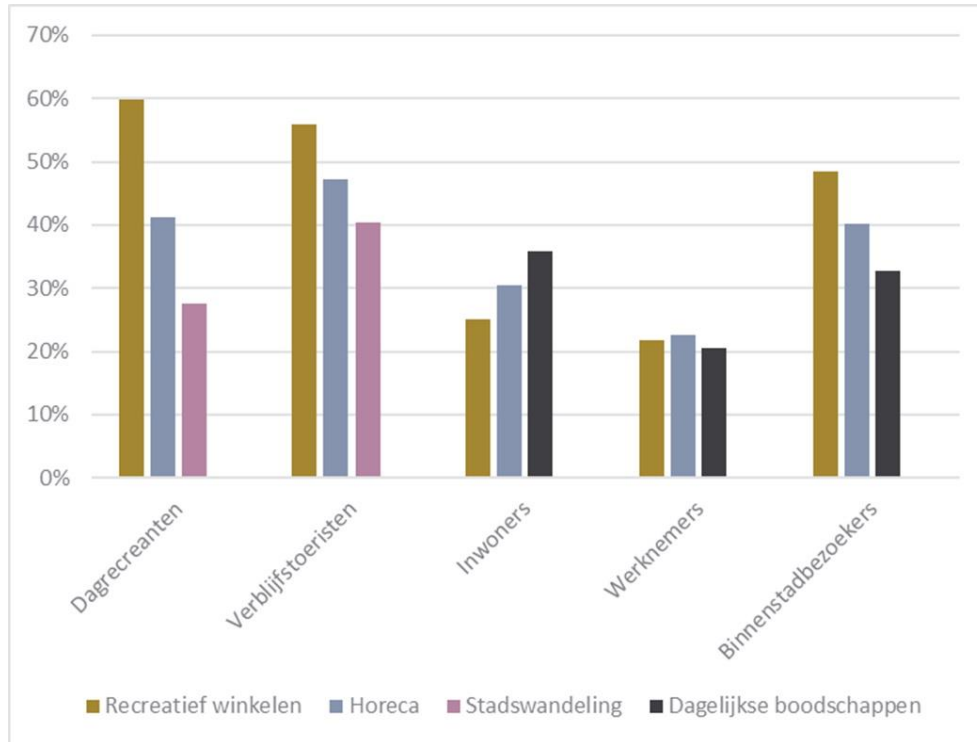
Bij vergelijking van de bezoekredenen hebben wij gekozen om alleen de belangrijkste drie bezoekredenen tussen de doelgroepen te vergelijken. De meeste bezoekredenen liggen voor de hand. Het winkelen / shoppen / boodschappen doen is voor alle doelgroepen een reden om de binnenstad van Groningen aan te doen. Dagrecreanten en verblijfstoeristen komen voor een cultureel of toeristisch bezoek. Inwoners, werknemers en binnenstadbezoekers geven allen aan dat zij de binnenstad bezoeken omdat zij in de buurt wonen. Opvallend is dat bij inwoners en werknemers marktbezoek niet in hun top drie voorkomt terwijl dit bij dagrecreanten en binnenstadbezoekers wel het geval is. Voor verblijfstoeristen is de derde belangrijkste reden om familie te bezoeken.



Figuur 10. Belangrijkste bezoekenredenen

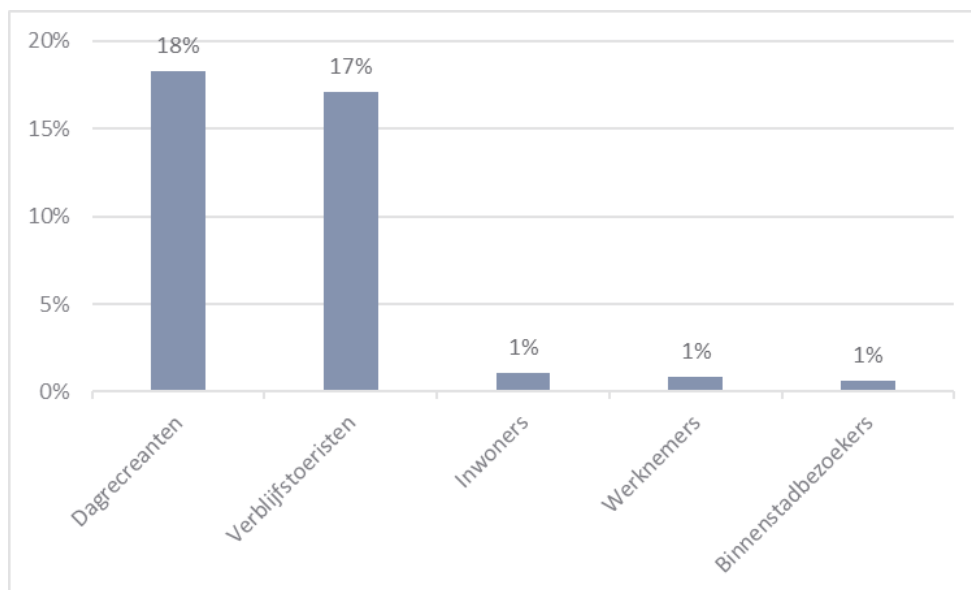
Wat betreft te ondernemen activiteiten besteden alle doelgroepen tijd aan recreatief winkelen en de lokale horeca. Dit geldt met name voor de dagrecreanten, de verblijfstoeristen en de binnenstadbezoekers. De stadswandeling is daarnaast vooral populair onder de

verblijfstoeristen en dagrecreanten. Voor inwoners, werknemers en binnenstadsbezoekers vormen dagelijkse boodschappen een relatief belangrijke activiteit.



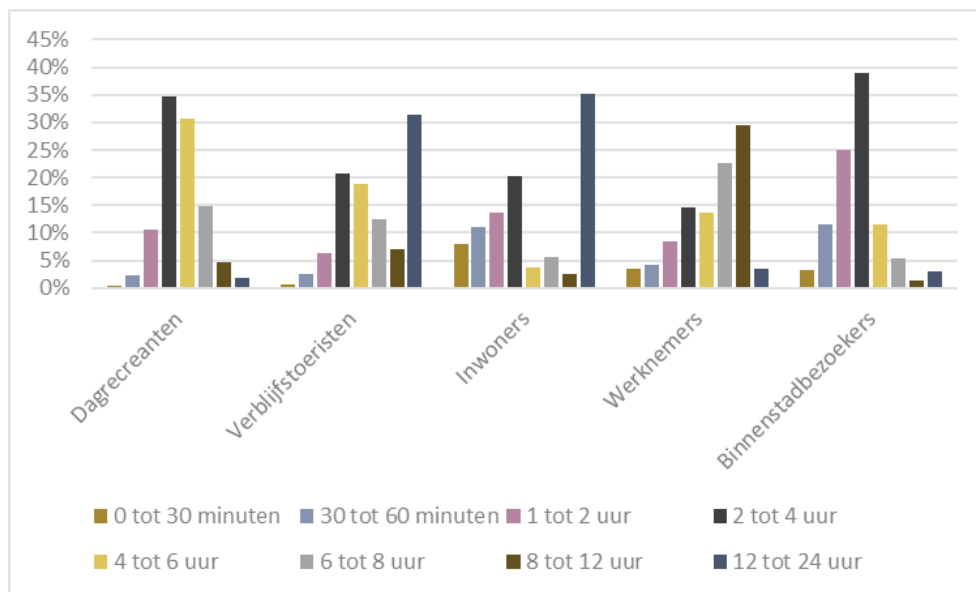
Figuur 11. Belangrijkste activiteit

We zien een duidelijk verschil tussen de doelgroepen als het gaat om het combinatiebezoek met de overige provincie Groningen. Waar voor de inwoners, werknemers en binnenstadbezoekers dit combinatiebezoek niet tot nauwelijks aan de orde is, geeft een deel van de verblijfstoeristen en dagrecreanten aan het bezoek aan de binnenstad te combineren met een bezoek aan de provincie.



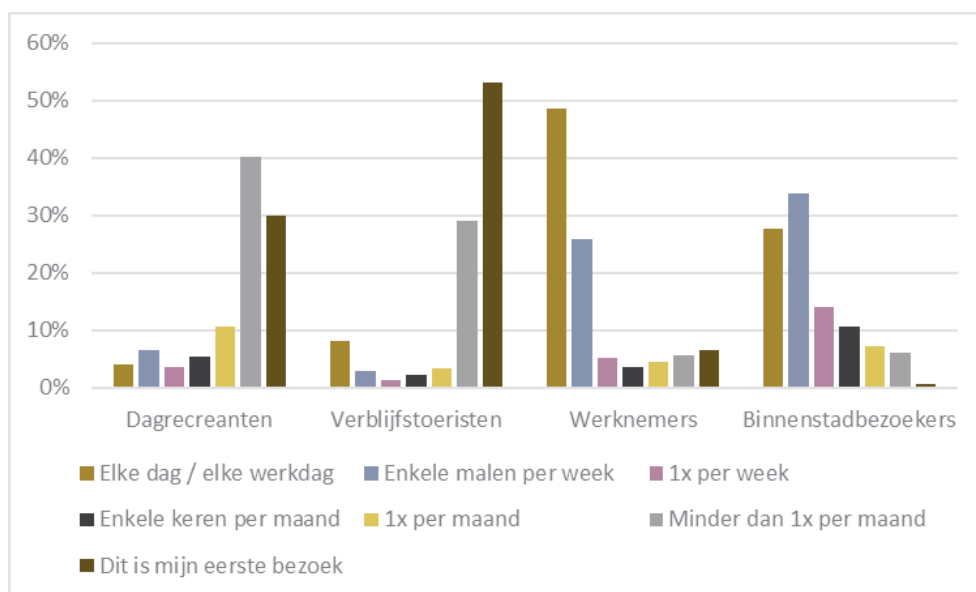
Figuur 12. Bezoek aan de provincie Groningen

De verblijfsduur in de binnenstad van Groningen verschilt per doelgroep. Dagrecreanten en verblijfstoeristen verblijven doorgaans zo'n 2 tot 6 uur in de binnenstad. Verblijfstoeristen geven daarnaast vaak aan de volledige dag in de stad te verblijven. Inwoners maken relatief vaak korte bezoeken aan de binnenstad. Werknemers blijven daarentegen vaak een werkdag in de stad. Binnenstadbezoekers verblijven minder lang in de binnenstad dan dagrecreanten. Dit is aannemelijk, aangezien zij van minder ver komen.



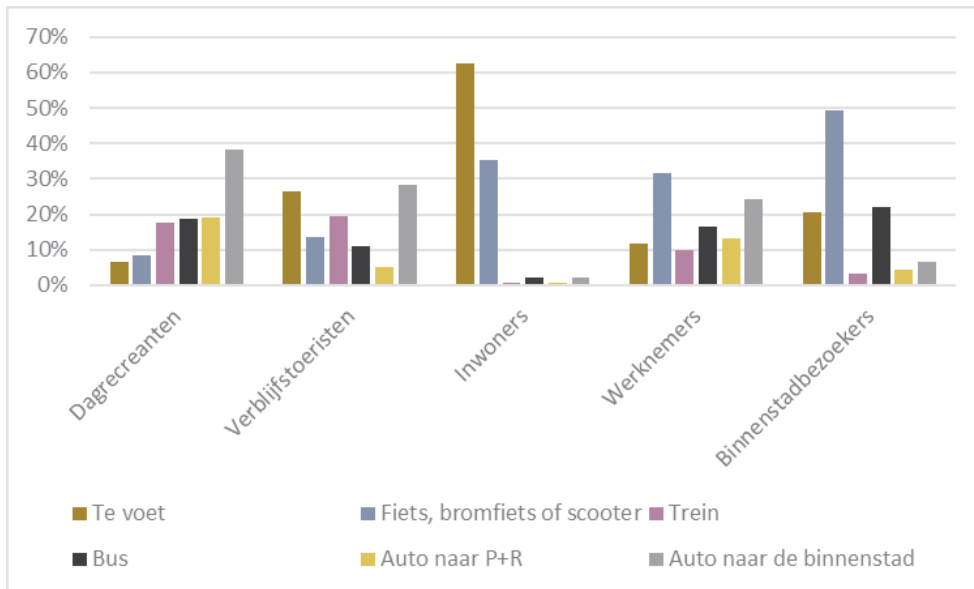
Figuur 13. Verblijfsduur

Net als verblijfsduur heeft ook bezoekfrequentie sterk te maken met de afstand tot het woonadres. Zo zien we dat dagrecreanten en verblijfstoeristen de stad beduidend minder frequent bezoeken dan de andere doelgroepen. Voor verblijfstoeristen geldt zelfs dat de meerderheid aangeeft dat het een eerste bezoek aan Groningen betreft. Werknemers en binnenstadbezoekers behoren tot de frequente binnenstadbezoekers. De categorie inwoners is weggelaten omdat zij, op vakanties na, elke dag in de binnenstad zijn.



Figuur 14. Bezoekfrequentie

Dagrecreanten en verblijfstoeristen maken nog veelvuldig gebruik van de auto om naar de binnenstad te komen. Ook werknemers gebruiken relatief vaak de auto om naar de stad te komen, overigens ook in combinatie met de P+R. Het openbaar vervoer wordt het meest gebruikt door dagrecreanten. Verblijfstoeristen gebruiken vaker de trein en werknemers en binnenstadbezoekers vaker de bus. Binnenstadbezoekers gaan bijna niet met de trein.



Figuur 15. Vervoerswijze

Verblijfstoeristen besteden het meeste tijdens hun bezoek aan Groningen. Dit is zelfs bijna twee keer zo veel als de doelgroep dagrecreanten. Hiervan wordt € 17,81 besteed aan overnachtingen. Inwoners en werknemers besteden het minste van alle doelgroepen, maar nog steeds meer dan € 20,-.

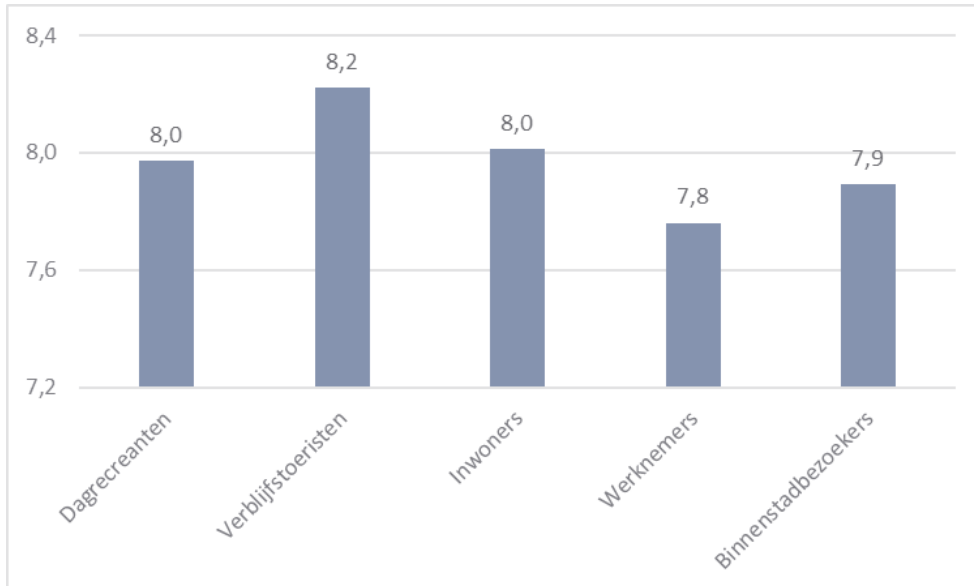


Figuur 16. Bestedingen

### 4.3 Waardering

De gemiddelde waardering van de binnenstad van Groningen is goed te noemen met een 8,0. Verblijfstoeristen geven de binnenstad van Groningen het hoogste rapportcijfer.

Dagrecreanten, inwoners en binnenstadbezoekers waarderen de binnenstad ongeveer even hoog. Werknemers waarderen de binnenstad relatief het laagste.



Figuur 17. Totaaloordeel

## 5 Dagrecreanten

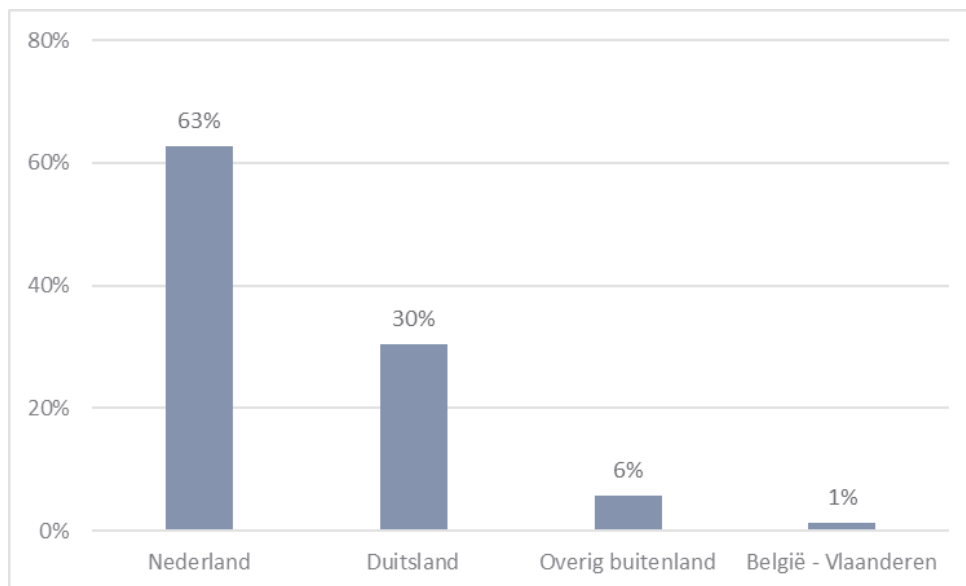
Dagrecreanten worden gedefinieerd als bezoekers die van verder weg voor een dagje uit naar Groningen komen. Dit doen zij vanaf hun eigen huis of vanaf een vakantieadres. Dagrecreanten wonen niet in de gemeente Groningen of in de gemeenten grenzend aan de gemeente Groningen (te weten voormalige gemeenten Leek, Zuidhorn, Winsum, Bedum, Ten Boer, Slochteren, Hoogezand, Haren en gemeenten Tynaarlo en Noordenveld). Deze groep is, opgeteld met de verblijfstoeristen, vergelijkbaar met de doelgroep 'bovenregionale bezoekers' in de Detailhandelsmonitor. Dit hoofdstuk beschrijft de belangrijkste resultaten van deze doelgroep.

### 5.1 Algemene kenmerken

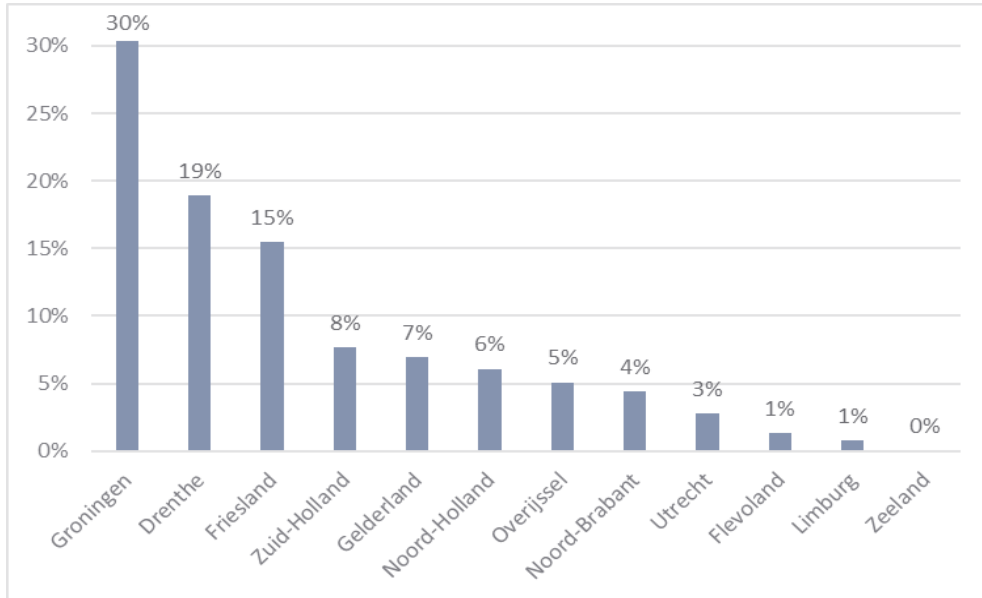
#### 5.1.1 Herkomst

De dagrecreant komt overwegend uit Nederland (63%) en Duitsland (30%). Binnen Nederland zijn de meeste dagrecreanten afkomstig uit de drie noordelijke provincies, samen 64%. Binnen Noord-Nederland zijn de absolute aantallen te klein om hier uitspraken over herkomst en effect van andere steden hierop te doen.

Opvallend is dat slechts 1% van de dagrecreanten uit Flevoland komt, terwijl deze provincie geografisch gezien relatief dichtbij ligt. Wat betreft dagrecreanten uit Duitsland komt meer dan de helft uit Nedersachsen (53%). Groningen als dagrecreatiebestemming doet het ook goed bij de inwoners van Nordrhein-Westfalen (13%). De steden Bremen (11%) en Hamburg (6%) zijn populaire herkomstplaatsen.



Figuur 18. Herkomst dagrecreanten



Figuur 19. Herkomst dagrecreanten Nederland

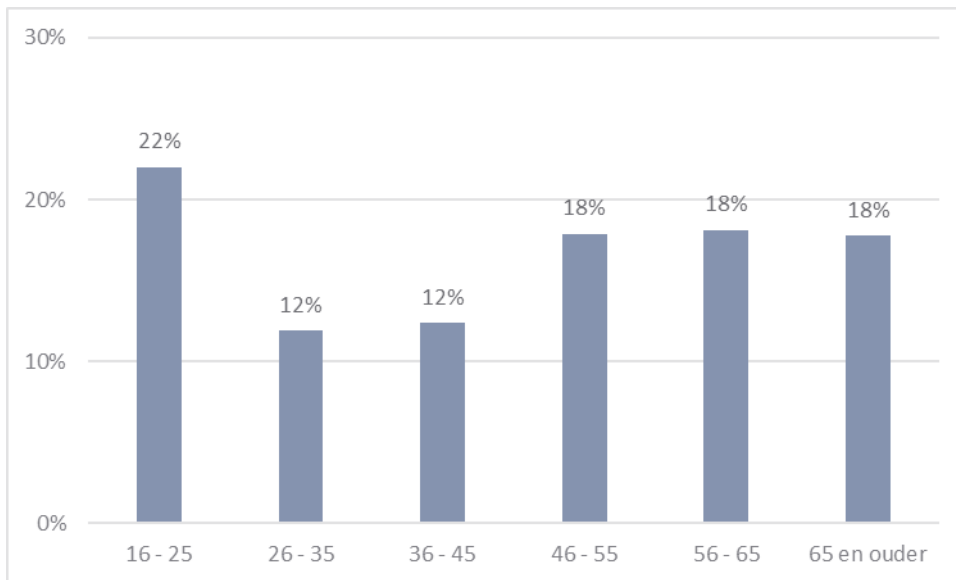


Figuur 20. Herkomst dagrecreanten Duitsland



### 5.1.2 Leeftijd

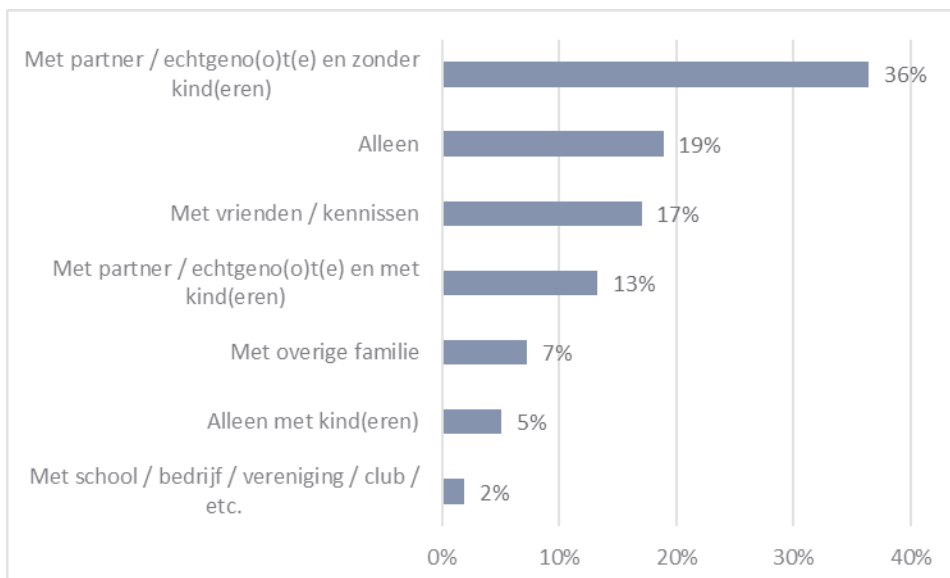
Dagrecreanten zijn gemiddeld 46 jaar oud. De grootste groep is 16 tot 25 jaar (22%). Vergeleken met de algemene leeftijdsverdeling zoals beschreven in paragraaf 3.2.1 valt op dat er relatief minder jongeren als dagrecreant naar Groningen komen (respectievelijk 29% en 22%) terwijl de leeftijdsgroep tussen de 46 en 65 jaar juist sterker vertegenwoordigd is (respectievelijk 29% en 36%).



Figuur 21. Dagrecreanten per leeftijdscategorie

### 5.1.3 Gezelschap

Dagrecreanten komen in een gezelschap met gemiddeld 3 personen naar de binnenstad van Groningen. De grootste groep dagrecreanten komt samen met familie (partner) of vrienden naar Groningen. Circa een vijfde van de dagrecreanten komt alleen.

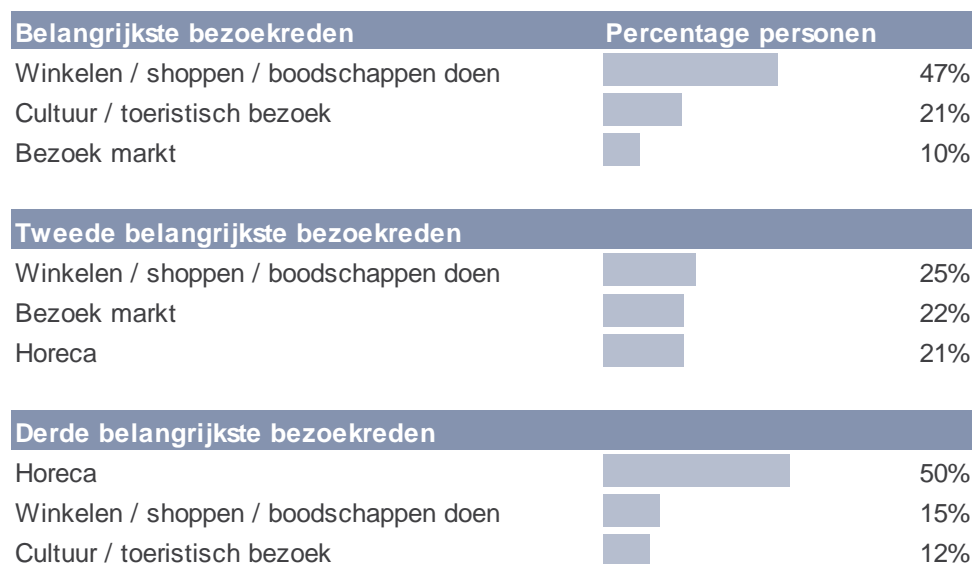


Figuur 22. Gezelschap van dagrecreanten

## 5.2 Kenmerken bezoek

### 5.2.1 Reden van bezoek

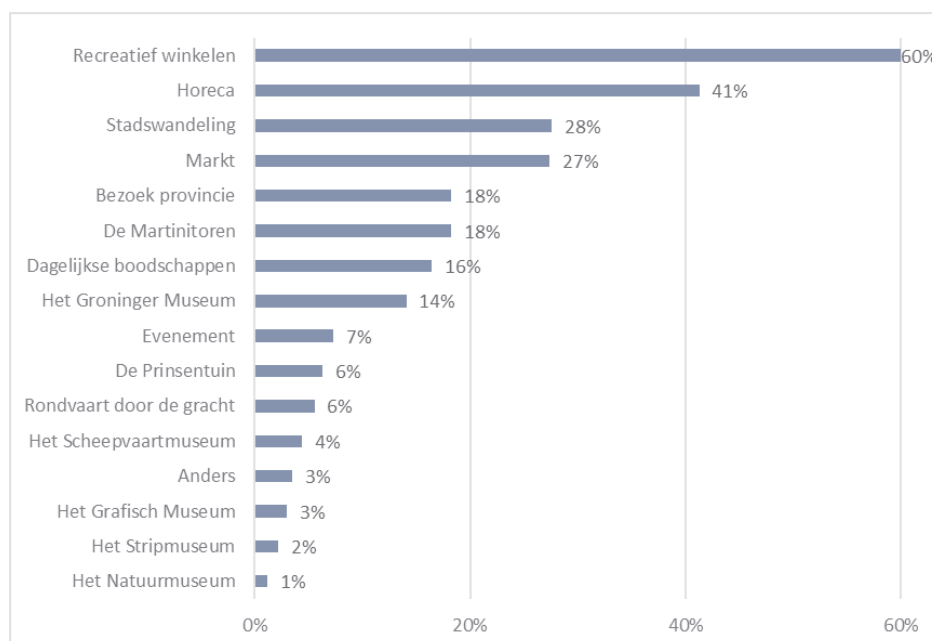
De belangrijkste reden van het bezoek van dagrecreanten is het recreatief winkelen. Het bezoeken van culturele of toeristische locaties is gemiddeld gezien een belangrijke tweede bezoekredenen.



Figuur 23. Bezoekredenen dagrecreanten

### 5.2.2 Activiteiten

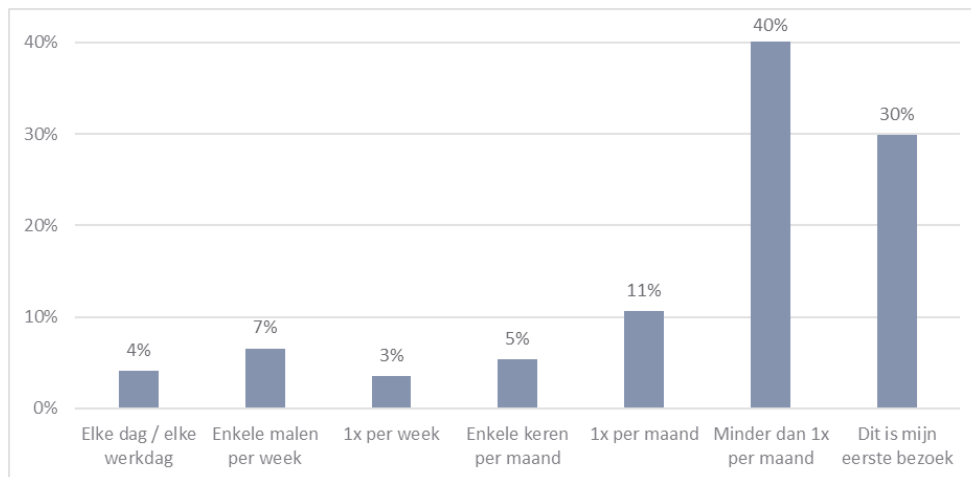
De activiteiten die het meest ondernomen worden door dagrecreanten zijn recreatief winkelen (60%), een bezoek aan de markt (27%), het bezoeken van horecagelegenheden (41%) en het maken van een stadswandeling (28%). 18% brengt ook een bezoek aan de provincie Groningen. De musea worden relatief minder aangedaan, met uitzondering van het Groninger Museum.



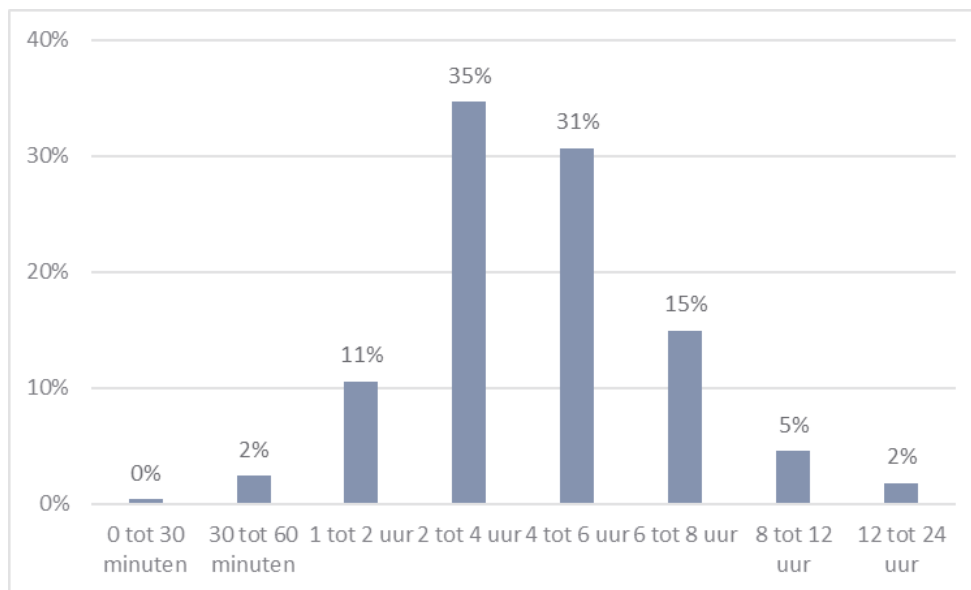
Figuur 24. Activiteiten dagrecreanten

### 5.2.3 Bezoekfrequentie en verblijfsduur

De grootste groep dagrecreanten komt minder dan 1 x per maand in Groningen. Bijna een derde van deze doelgroep is voor de eerste keer in de stad. De meerderheid van de dagrecreanten verblijft tussen de 2 en 6 uur in de binnenstad.



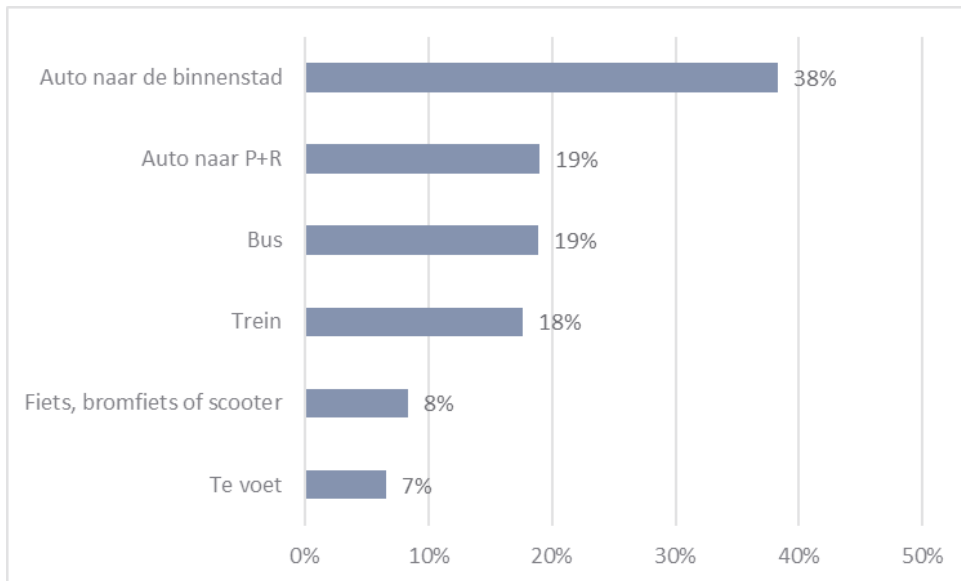
Figuur 25. Bezoekfrequentie dagrecreanten



Figuur 26. Bezoekduur dagrecreanten

### 5.2.4 Vervoersmiddel

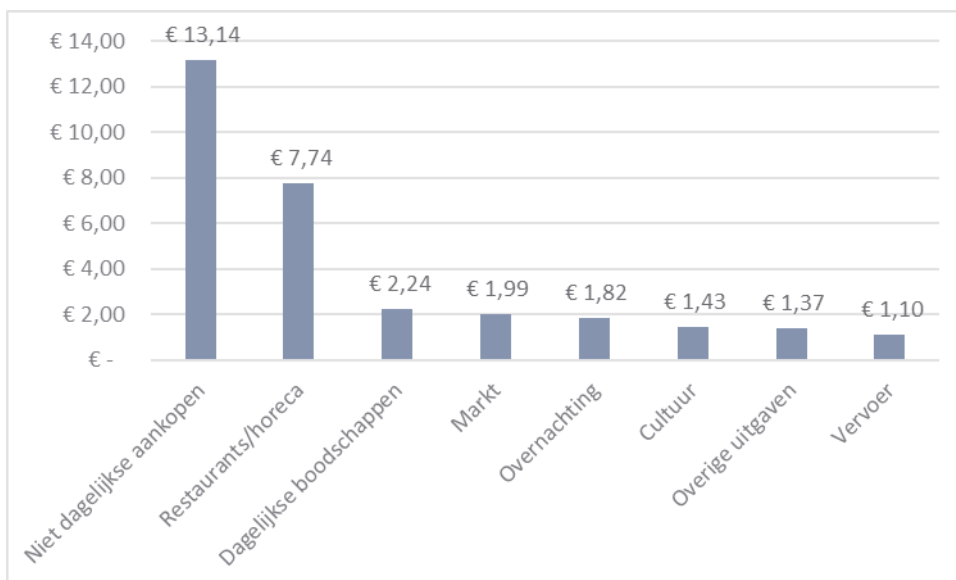
De meerderheid van de dagrecreanten komt met de auto naar Groningen (57%). 19% van de dagrecreanten rijdt naar een P+R om vervolgens met de bus verder te reizen. Het openbaar vervoer komt op de tweede plek met 37% (bus + trein). Het aandeel dat te voet komt heeft hoogstwaarschijnlijk ook een ander vervoersmiddel gebruikt om de binnenstad te bereiken.



Figuur 27. Vervoersmiddel dagrecreanten

### 5.2.5 Bestedingen

Gemiddeld geven dagrecreanten € 30,82 per persoon uit tijdens hun verblijf in de binnenstad van Groningen. De grootste bestedingscategorie wordt gevormd door niet dagelijkse aankopen. Maar ook de bestedingen aan horeca nemen een relatief groot aandeel in van de totale besteding van dagrecreanten.



Figuur 28. Bestedingen dagrecreanten

### 5.3 Waardering

Het gemiddelde totaaloordeel over de binnenstad van Groningen door dagrecreanten is een 8. Dit is vergelijkbaar met de algemene waardering van alle binnenstadbezoekers. Met name mobiliteitsaspecten zoals auto- en fietsparkeren en bereikbaarheid per auto worden beter beoordeeld door dagrecreanten, met gemiddeld een half punt meer.

Aspect	Waardering
<b>Totaaloordeel</b>	<b>8,0</b>
Sfeer	8,3
Markt	8,2
Aanbod horeca	8,1
Winkelaanbod	8,1
Gastvrijheid	8,1
Winkelkwaliteit	7,9
Aanbod culturele voorzieningen	7,8
Aanbod toeristische dagattracties	7,6
Schoonheid en netheid van de stad	7,5
Aanbod evenementen	7,5
Bewegwijzering	7,5
Fietsstallingsmogelijkheden	7,4
Aanbod verblijfsaccommodaties	7,3
Bereikbaarheid per auto	7,2
Parkeermogelijkheden	7,1
Parkeertarieven	5,9

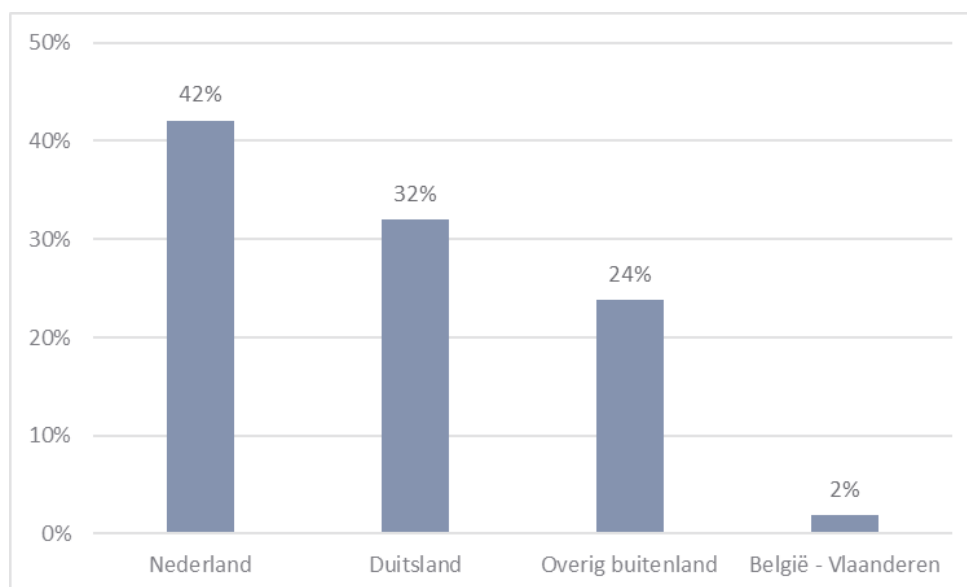
## 6 Verbleefstoeristen

Verbleefstoeristen worden gedefinieerd als bezoekers met een recreatief bezoekmotief die in de stad overnachten. Dit hoofdstuk beschrijft de belangrijkste resultaten van deze doelgroep.

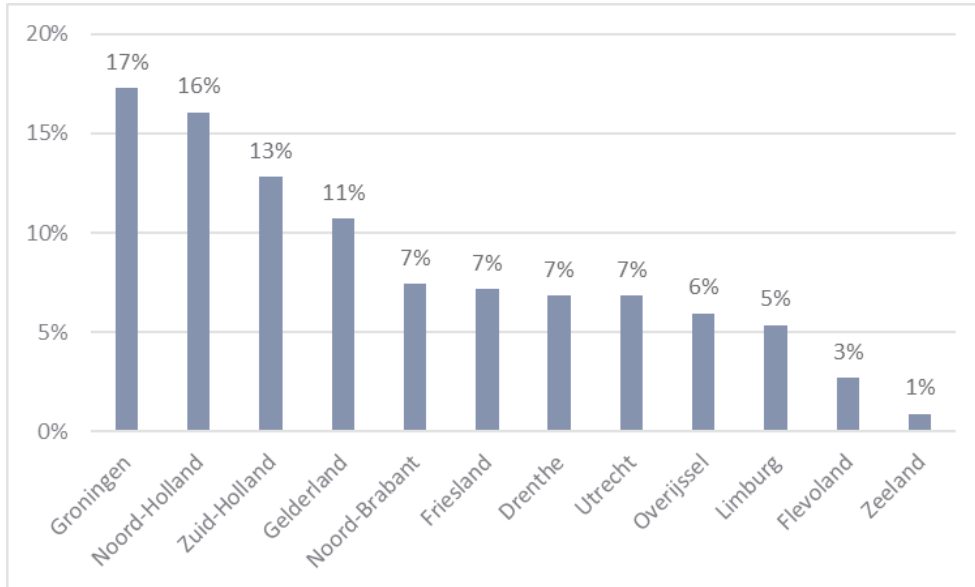
### 6.1 Algemene kenmerken

#### 6.1.1 Herkomst

De grootste groep verbleefstoeristen komt uit het buitenland (58%). Meer dan de helft van de buitenlandse bezoekers komt uit Duitsland. Opvallend is dat het aantal Belgen zeer laag is, slechts 3% van het totaal aantal buitenlandse verbleefstoeristen. Dit is minder dan bijvoorbeeld het Verenigd Koninkrijk, de USA of Spanje, waaruit respectievelijk 10%, 9% en 8% afkomstig is. De Duitse verbleefstoeristen komen overwegend uit het noordwesten van Duitsland (63%). Binnen Nederland zelf zijn naast Groningen (17%) de beide provincies Holland goed vertegenwoordigd (16% en 13%). Provincies zoals Limburg (5%) en Zeeland (1%) zijn als herkomstprovincies voor verbleefstoeristen beperkt vertegenwoordigd.



Figuur 29. *Herkomst verbleefstoeristen*



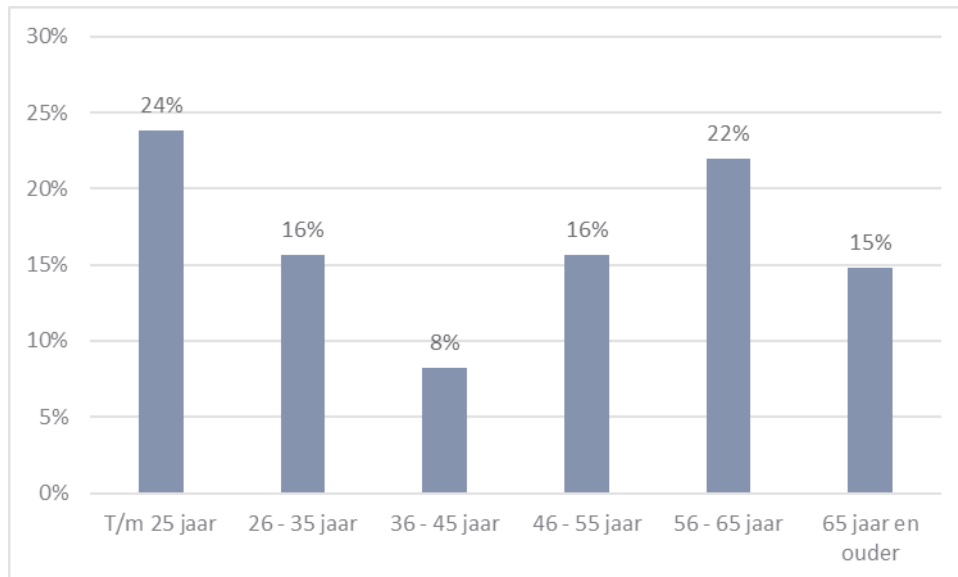
Figuur 30. Herkomst Nederlandse verblijfstoeristen



Figuur 31. Herkomst Duitse verblijfstoeristen

### 6.1.2 Leeftijd

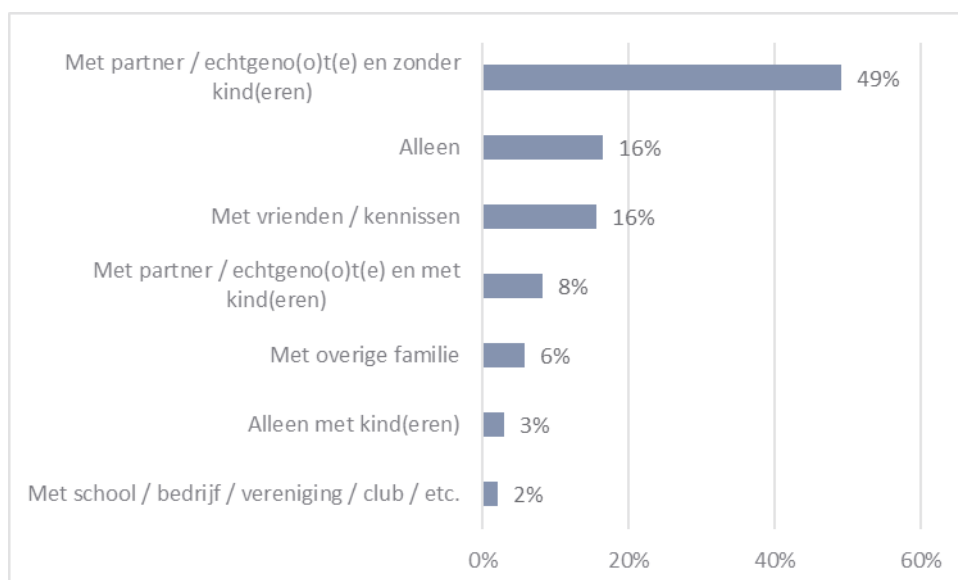
Verblijfstoeristen zijn gemiddeld 45 jaar oud. Er komen relatief minder personen tussen de 36 en 45 jaar als verblijfstoerist naar Groningen. De grootste groepen vormen jongeren tot 25 jaar en personen tussen de 56 en 65 jaar. De overige leeftijdsgroepen zijn ongeveer even groot.



Figuur 32. Leeftijdsopbouw verblijfstoeristen

### 6.1.3 Gezelschap

Verblijfstoeristen komen gemiddeld met een gezelschap van 3 personen naar Groningen. Ongeveer de helft van alle verblijfstoeristen bestaat uit stellen zonder kinderen.



Figuur 33. Gezelschap van verblijfstoeristen

## 6.2 Kenmerken bezoek

### 6.2.1 Verblijfsaccommodatie

Verblijfstoeristen verblijven gemiddeld 3,8 nachten in hun verblijfsaccommodatie. Er is veel verschil in verblijfsduur tussen de verschillende typen accommodatie. De kortste



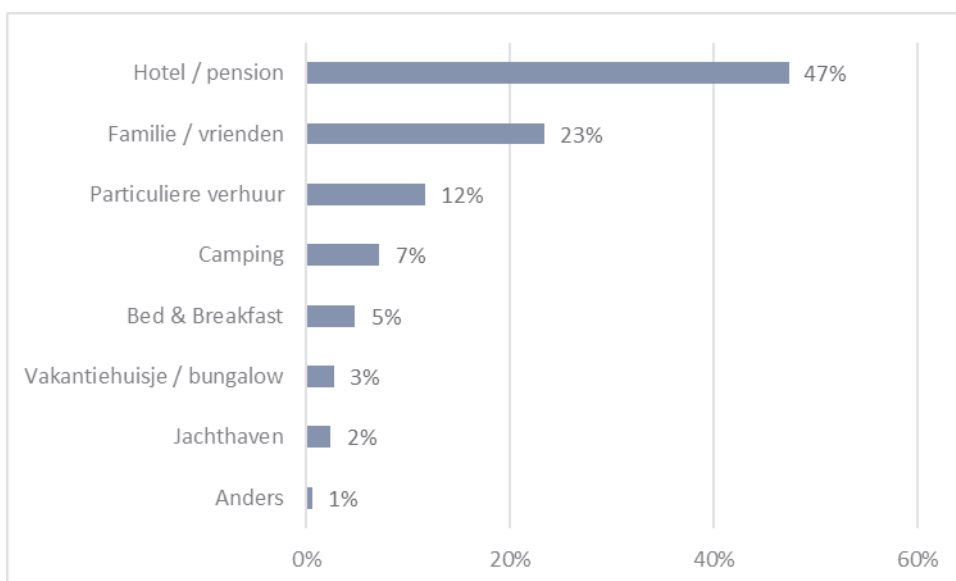
verblijfsduur is in een hotel/pension (2,6 nachten). Men verblijft gemiddeld het langste op een camping (10,0 nachten) of in een particuliere woning / AirBnB (9,0 nachten).

Verblijfstoeristen waarderen hun verblijfsaccommodatie met gemiddeld een 8,3. Een jachthaven is de hoogst gewaardeerde verblijfsaccommodatie, gevolgd door een overnachting bij familie of vrienden. Hotels en Bed & Breakfasts worden relatief iets lager gewaardeerd, maar wordt met een 8,1 nog steeds goed gewaardeerd.

Accommodatie	Rapportcijfer
<b>Totaaloordeel</b>	<b>8,3</b>
Jachthaven	8,9
Familie / vrienden	8,7
Camping	8,4
Vakantiehuisje / bungalow	8,3
Hotel / pension	8,1
Particuliere verhuur, o.a. Airbnb	8,1
Bed & Breakfast	8,1

Tabel 7. Waardering accommodatie

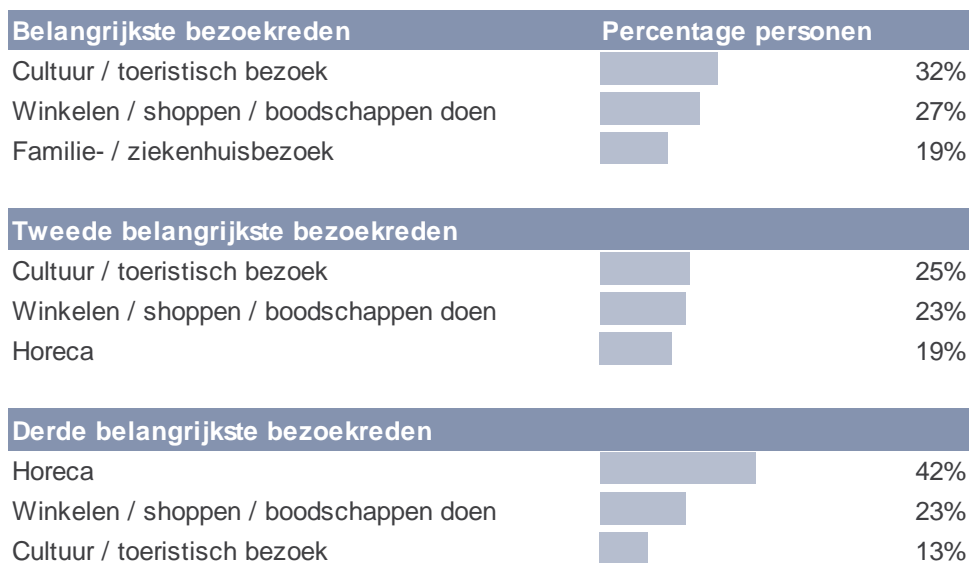
Een hotel of pension is de meest verkozen verblijfsaccommodatie. Bijna een kwart van de verblijfstoeristen geeft aan bij vrienden of familie te slapen. Particuliere verhuur, zoals Airbnb, neemt een derde plek in.



Figuur 34. Overnachtingsaccommodatie verblijfstoeristen

### 6.2.2 Reden van bezoek

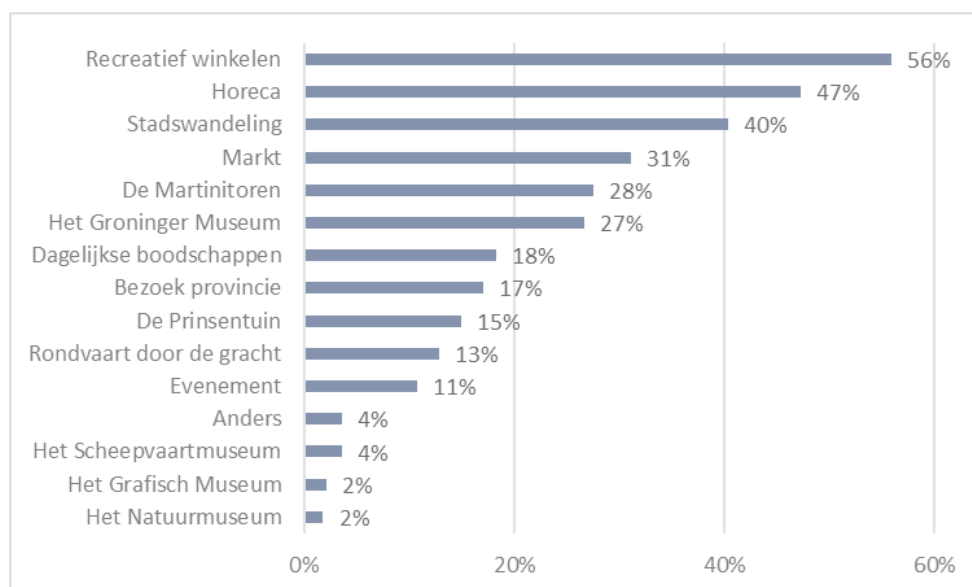
Voor verblijfstoeristen zijn recreatieve overwegingen, zoals het bezoeken van culturele en toeristische trekpleisters en winkelen, belangrijke redenen om Groningen aan te doen. Horeca wordt door slechts 2% genoemd als eerste reden, terwijl dit stijgt naar 19% en zelfs 42% bij respectievelijk de tweede en derde belangrijkste bezoekredenen.



Figuur 35. Bezoekredenen verblijfstoeristen

### 6.2.3 Activiteiten

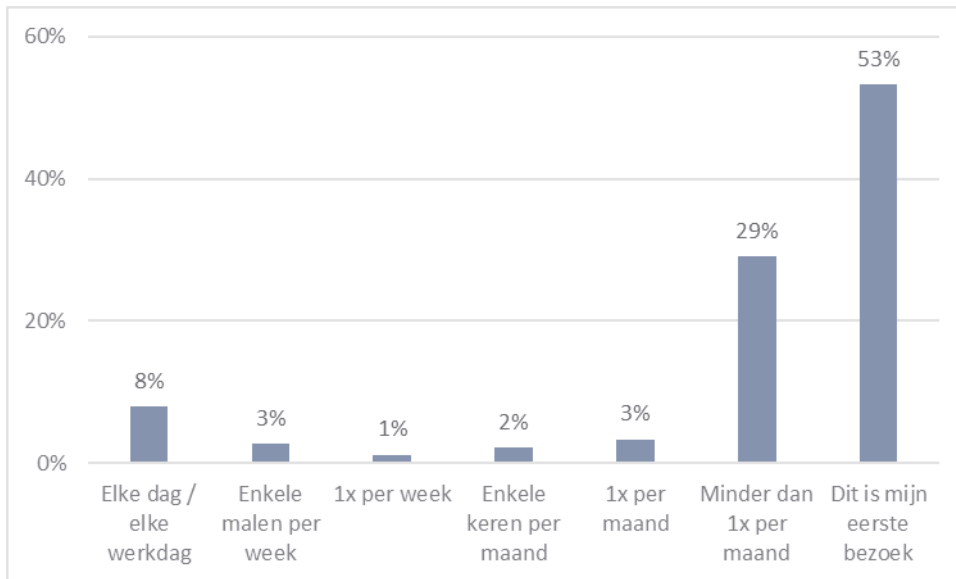
Ongeveer de helft van de verblijfstoeristen winkelt recreatief en bezoekt de horeca in Groningen. Samen met het maken van een stadswandeling en het bezoeken van de markt zijn deze activiteiten vergelijkbaar met het patroon van dagrecreanten, zij het dat de percentages dicht bij elkaar liggen. 17% brengt een bezoek aan de provincie Groningen. Wat opvalt is dat verblijfstoeristen vaker de Martinitoren en Het Groninger Museum bezoeken dan dagrecreanten (respectievelijk 14%-punt en 10%-punt meer). De overige musea worden relatief niet vaak opgegeven als activiteit.



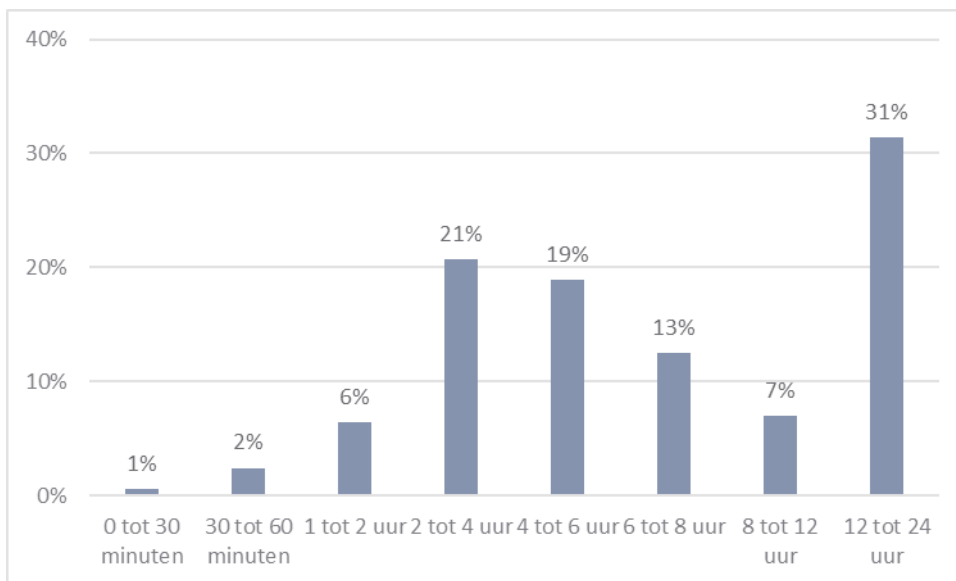
Figuur 36. Activiteiten verblijfstoeristen

### 6.2.4 Bezoekfrequentie en verblijfsduur

Meer dan de helft van de verblijfstoeristen bezoekt Groningen voor de eerste keer (53%). De overige 47% is er eerder geweest en heeft dus besloten om de stad nog een keer aan te doen. Bijna een derde van de verblijfstoeristen geeft aan 12 tot 24 uur in de binnenstad te zijn. Deze groep heeft de overnachting in een accommodatie in de binnenstad meegerekend in de verblijfsduur.



*Figuur 37. Bezoekfrequentie verblijfstoeristen*

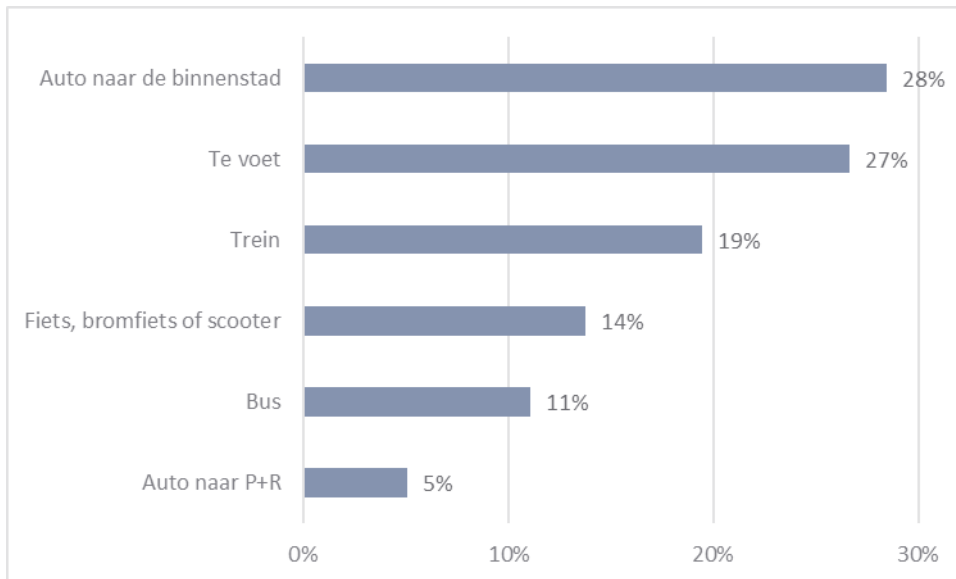


*Figuur 38. Bezoekduur verblijfstoeristen*

### 6.2.5 Vervoersmiddel

Verblijfstoeristen komen overwegend met de auto naar de binnenstad en verplaatsen zich vervolgens te voet. Ook het OV wordt redelijk gebruikt (trein 19% en bus 11%).

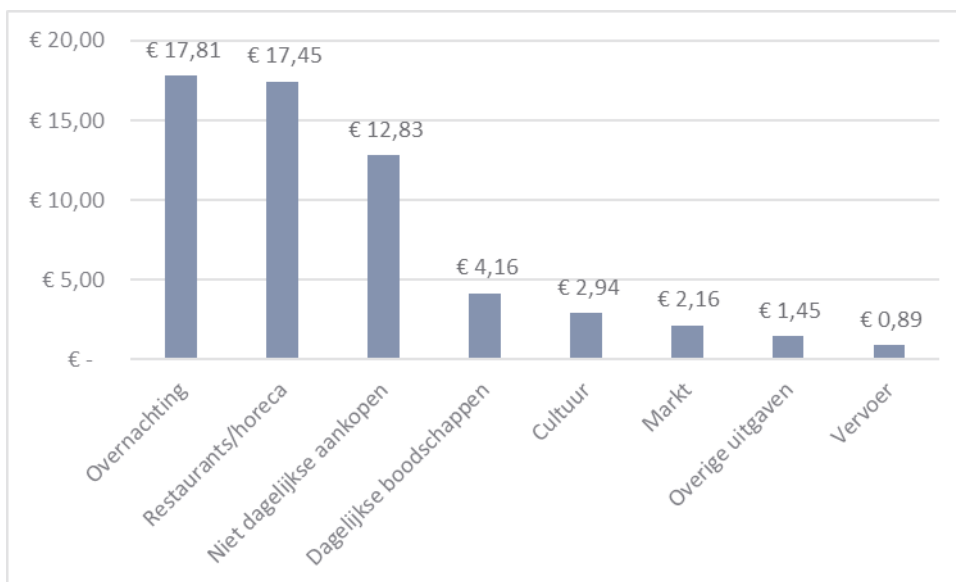
Verblijfstoeristen maken zelden gebruik van een P+R (5%). Dit is aannemelijk, aangezien zij in de stad overnachten. In vergelijking met bijvoorbeeld de overige binnenstadbezoekers maken verblijfstoeristen weinig gebruik van de fiets, bromfiets of scooter. Er is hier ook geen medegebruik in.



Figuur 39. Vervoerswijze verblijfstoeristen

### 6.2.6 Bestedingen

Verblijfstoeristen geven gemiddeld € 59,69 per persoon per dag uit tijdens hun verblijf in de binnenstad van Groningen. Het grootste aandeel van deze bestedingen gaat naar de kosten voor overnachting (30%) en aan bestedingen in de horeca (29%). Maar ook de bestedingen aan niet-dagelijkse aankopen vormen een belangrijk deel van de bestedingen van verblijfstoeristen.



Figuur 40. Bestedingen verblijfstoeristen

### 6.3 Waardering

Het gemiddelde totaaloordeel over de binnenstad van Groningen door verblijfstoeristen is een 8,2.

Aspect	Waardering
<b>Totaaloordeel</b>	<b>8,2</b>
Sfeer	8,7
Aanbod horeca	8,5
Gastvrijheid	8,4
Markt	8,3
Winkelaanbod	8,1
Winkelkwaliteit	8,1
Aanbod culturele voorzieningen	7,9
Aanbod verblijfsaccommodaties	7,9
Schoonheid en netheid van de stad	7,9
Aanbod evenementen	7,6
Bewegwijzering	7,6
Fietsstallingsmogelijkheden	7,6
Aanbod toeristische dagattracties	7,5
Bereikbaarheid per auto	7,1
Parkeermogelijkheden	6,7
Parkeertarieven	5,7

*Figuur 41. Waardering aspecten verblijfstoeristen*

## 7 Werknemers

Werknemers worden gedefinieerd als mensen die werken bij een bedrijf of instelling gelegen in de binnenstad.

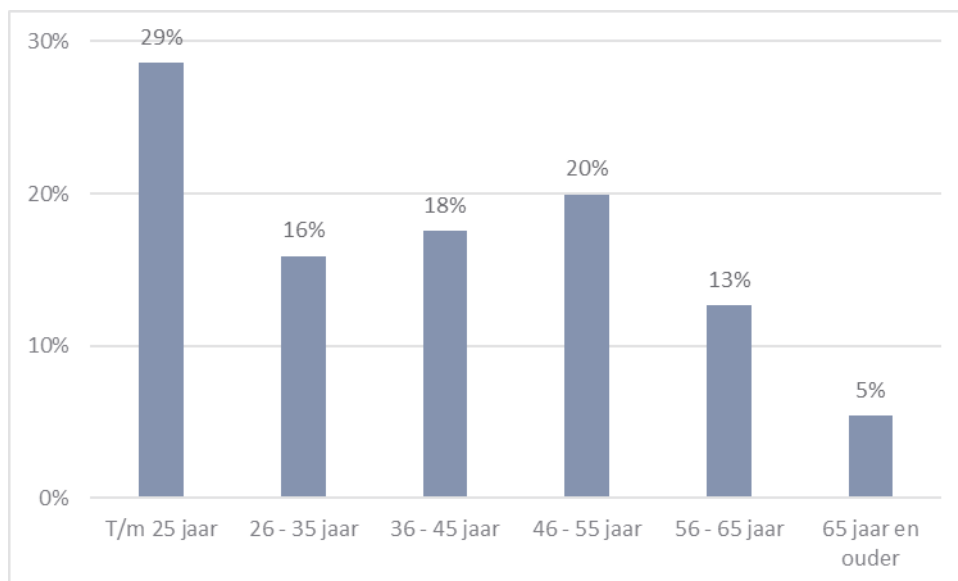
### 7.1 Algemene kenmerken

#### 7.1.1 Herkomst

91% van alle werknemers die geïnterviewd zijn, heeft Nederland als vaste woon-verblijfplaats. 4% woont in Duitsland en 5% komt uit een ander buitenland. Dit zou kunnen komen door internationale studenten die in de binnenstad werken. 43% van de werknemers komt uit de gemeente Groningen. Op de tweede plek staat de gemeente Noordenveld met 3%. Buiten Groningen is er geen gemeente waar meer dan 3% van de werknemers vandaan komen.

#### 7.1.2 Leeftijd

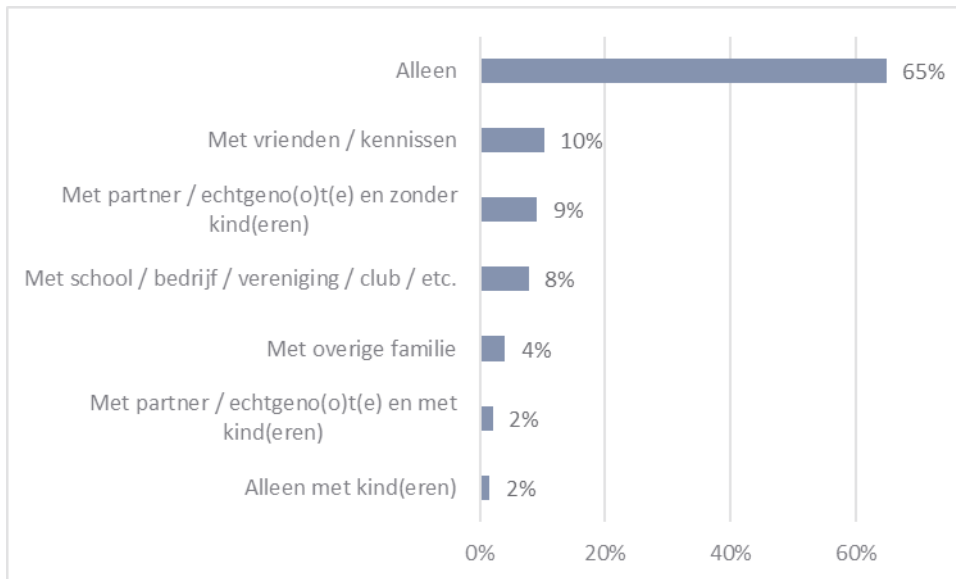
De gemiddelde leeftijd van werknemers is 39 jaar. De groep jongeren blijft ook hier de grootste groep. Wat opvalt is dat de groep tussen de 36 en 55 jaar groter is dan bij de andere doelgroepen. De groep 65 jaar en ouder is logischerwijs het kleinst.



Figuur 42. Leeftijdsopbouw werknemers

#### 7.1.3 Gezelschap

Werknemers komen gemiddeld met 2 personen naar Groningen. Ongeveer twee derde van de werknemers is alleen. Opvallend is dat slechts 8% van de werknemers met collega's in de binnenstad verblijft.



Figuur 43. Gezelschap werknemers

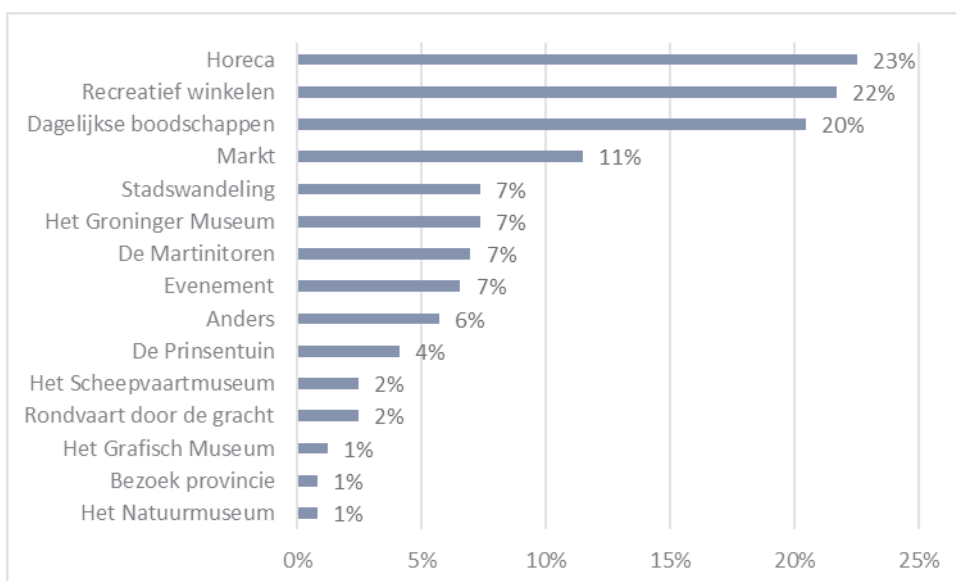
## 7.2 Kenmerken bezoek

### 7.2.1 Reden van bezoek

Naast werken (70%) zijn winkelen / shoppen / boodschappen doen (13%) en wonen (11%) de redenen om de binnenstad te bezoeken. Deze redenen blijven belangrijk bij de tweede reden. Pas bij de derde reden groeit horecabezoek in relevantie (14%). Werknemers geven de overige redenen weinig op.

### 7.2.2 Activiteiten

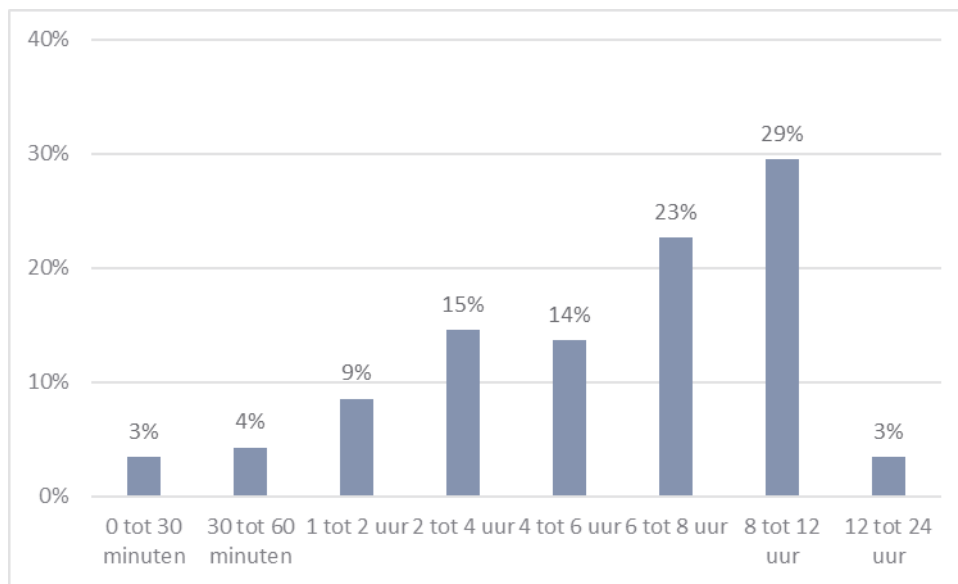
De belangrijkste activiteiten die werknemers ontplooiën, naast werken, zijn het bezoeken van horeca (23%), recreatief winkelen (22%) en het doen van dagelijkse boodschappen (20%).



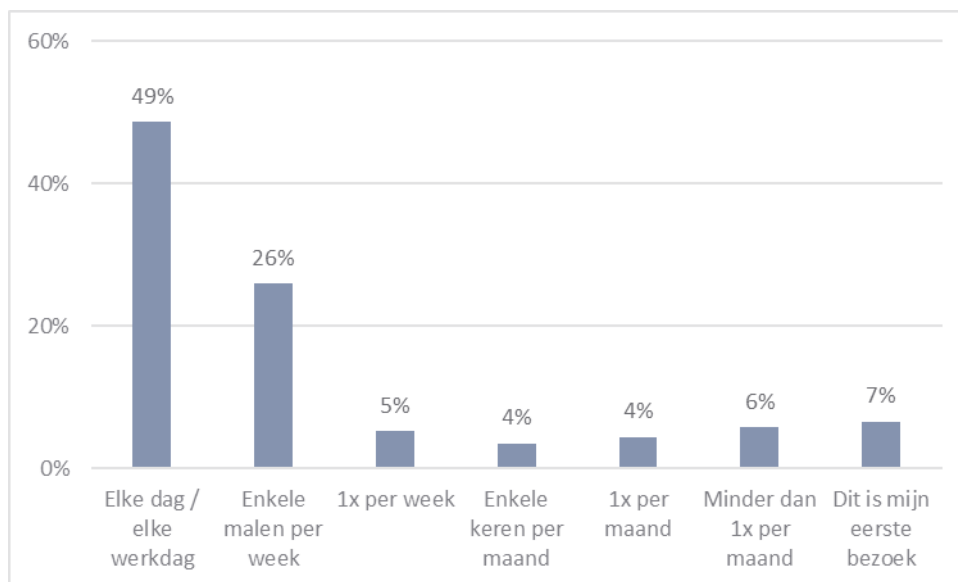
Figuur 44. Activiteiten werknemers

### 7.2.3 Verblijfsduur en bezoekfrequentie

Meer dan de helft van de werknemers blijft circa acht uur, oftewel een werkdag, in de binnenstad. Een derde verblijft er gemiddeld vier uur. Drie vierde van de werknemers komt elke dag tot enkele malen per week in de binnenstad. Er is daarnaast een groep die niet vaak in de binnenstad komt. Voor 7% is dit zelfs het eerste bezoek. Dit betreft waarschijnlijk werknemers die elders werken, maar met een zakelijk motief de binnenstad bezoeken.



Figuur 45. Verblijfsduur werknemers

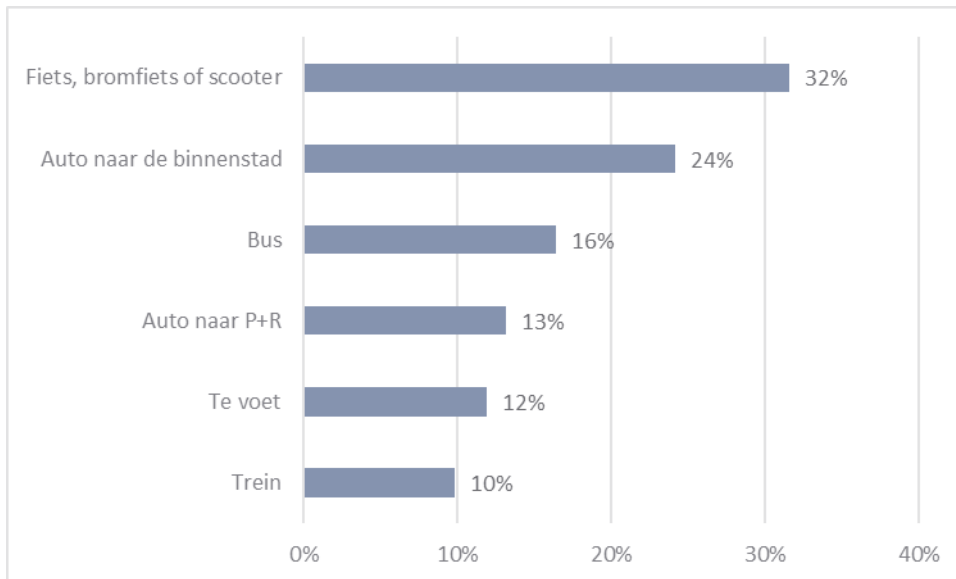


Figuur 46. Bezoekfrequentie werknemers

### 7.2.4 Vervoersmiddel

Wat betreft het vervoersmiddel van werknemers is de fiets het meest populair. Ongeveer een derde gebruikt dit vervoersmiddel om zich te verplaatsen. Het is opvallend dat ondanks de autowerende maatregelen in de binnenstad alsnog een kwart van de werknemers met de auto naar de binnenstad komt. Ook het OV heeft ongeveer een kwart van de gebruikers. De overige werknemers wonen zo dicht bij werk dat zij deze afstand te voet kunnen afleggen.

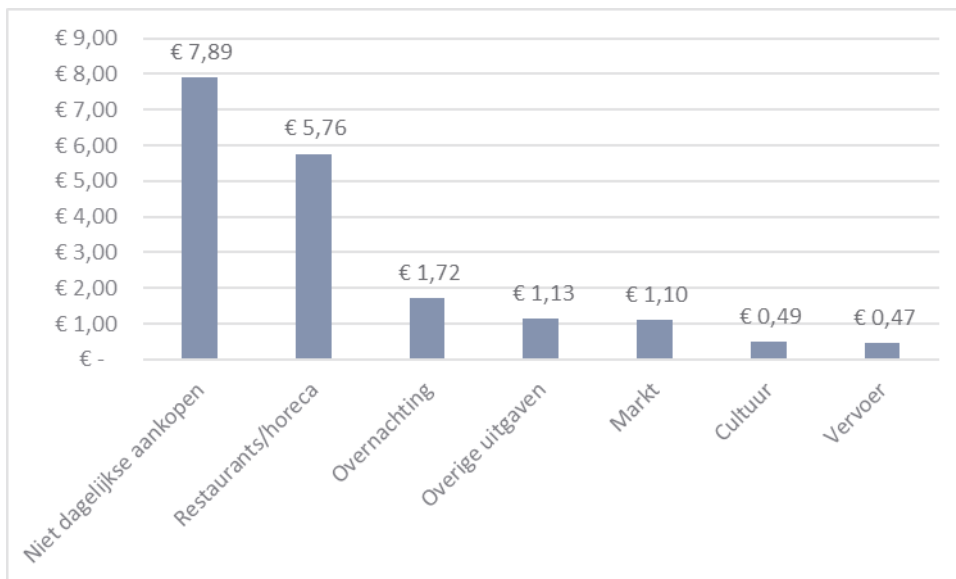




Figuur 47. Vervoerswijze werknemers

### 7.2.5 Bestedingen

Werknemers in de binnenstad geven gemiddeld per persoon € 23,09 per dag uit in de binnenstad. De bestedingen worden verdeeld over met name niet dagelijkse aankopen (34%), horeca (25%) en dagelijkse boodschappen (20%).



Figuur 48. Bestedingen werknemers

### 7.3 Waardering

Werknemers waarderen de binnenstad met een gemiddelde van 7,8. Per categorie ziet de waardering er als volgt uit.

Aspect	Waardering
<b>Totaaloordeel</b>	<b>7,8</b>
Aanbod horeca	8,1
Sfeer	8,1
Markt	8,0
Gastvrijheid	7,7
Winkelaanbod	7,6
Winkelkwaliteit	7,5
Aanbod culturele voorzieningen	7,3
Aanbod evenementen	7,3
Schoonheid en netheid van de stad	7,1
Bewegwijzering	7,0
Aanbod verblijfsaccommodaties	6,9
Aanbod toeristische dagattracties	6,7
Fietsstallingsmogelijkheden	6,5
Bereikbaarheid per auto	6,1
Parkeermogelijkheden	6,0
Parkeertarieven	5,0

Tabel 8. Waardering aspecten door werknemers

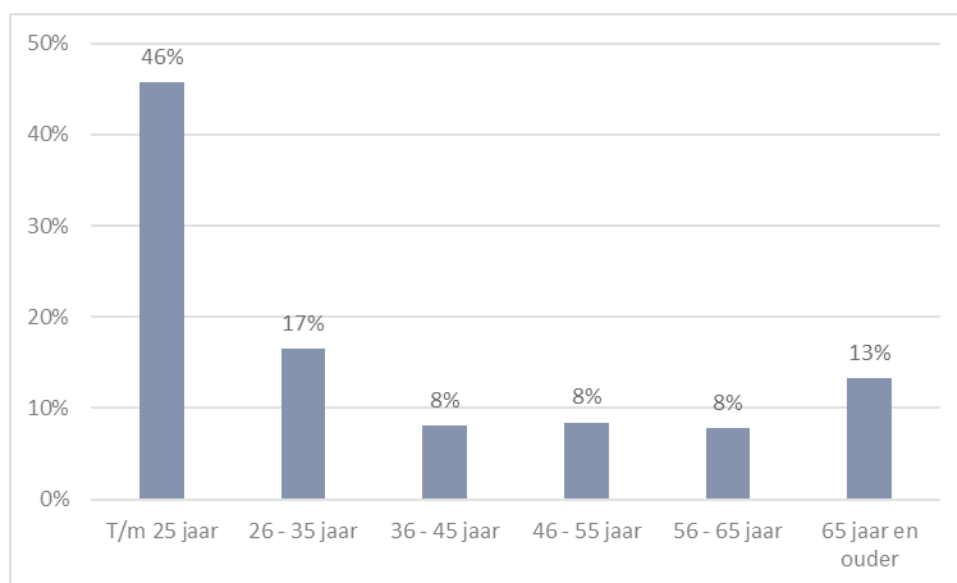
## 8 Binnenstadbewoners

Binnenstadbewoners worden gedefinieerd als inwoners van Groningen die wonen in de binnenstad.

### 8.1 Algemene kenmerken

#### 8.1.1 Leeftijd

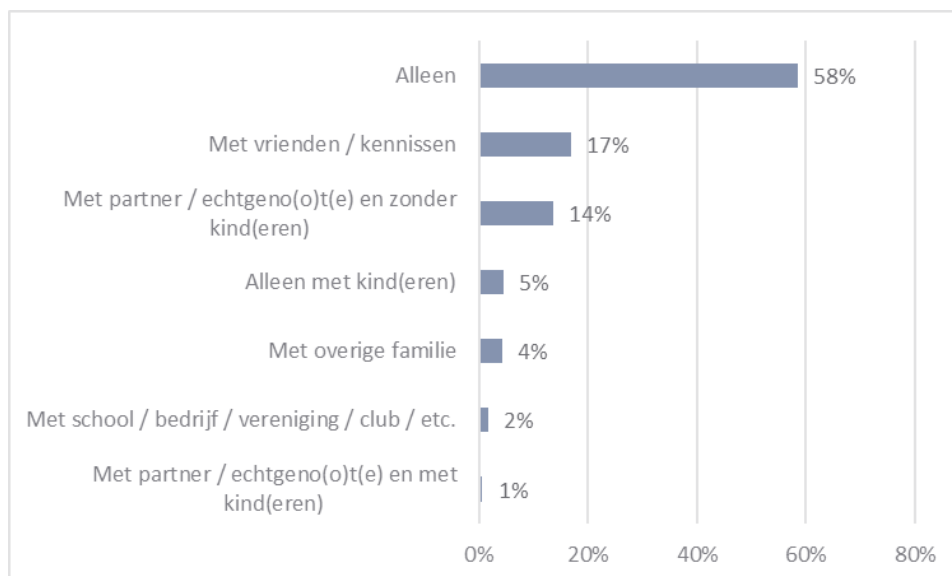
Binnenstadbewoners zijn gemiddeld 36 jaar oud. Dit is de gemiddeld laagste leeftijd van alle doelgroepen. Dit komt doordat er in Groningen een grote groep studenten in de binnenstad woont. Samen met de andere jongeren tot 25 jaar vertegenwoordigen zij bijna de helft van alle inwoners.



Figuur 49. Leeftijdsopbouw binnenstadbewoners

#### 8.1.2 Gezelschap

Binnenstadbewoners bevinden zich gemiddeld met 2 personen in de binnenstad. Vergelijkbaar met de subdoelgroep binnenstadbezoekers komt de grootste groep alleen (58% om 51%).



Figuur 50. Gezelschap binnenstadbewoners

## 8.2 Kenmerken bezoek

### 8.2.1 Reden van bezoek

De belangrijkste redenen voor binnenstadbewoners om in de binnenstad te zijn is uiteraard dat zij daar woonachtig zijn. Daarnaast wordt vaak genoemd dat zij in de binnenstad zijn te winkelen, te werken of te studeren.

Belangrijkste bezoekredenen	Percentage personen
Ik woon hier	48%
Winkelen / shoppen / boodschappen doen	26%
Werken	8%

Tweede belangrijkste bezoekredenen	Percentage personen
Ik woon hier	26%
Winkelen / shoppen / boodschappen doen	20%
Studie	16%

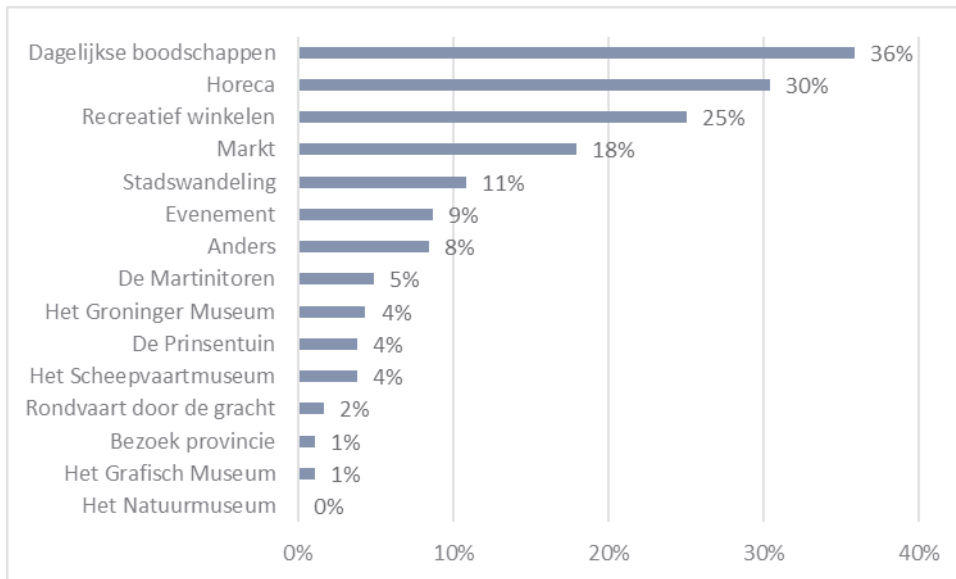
  

Derde belangrijkste bezoekredenen	Percentage personen
Winkelen / shoppen / boodschappen doen	26%
Horeca	21%
Studie	11%

Figuur 51. Bezoekredenen binnenstadbewoners

### 8.2.2 Activiteiten

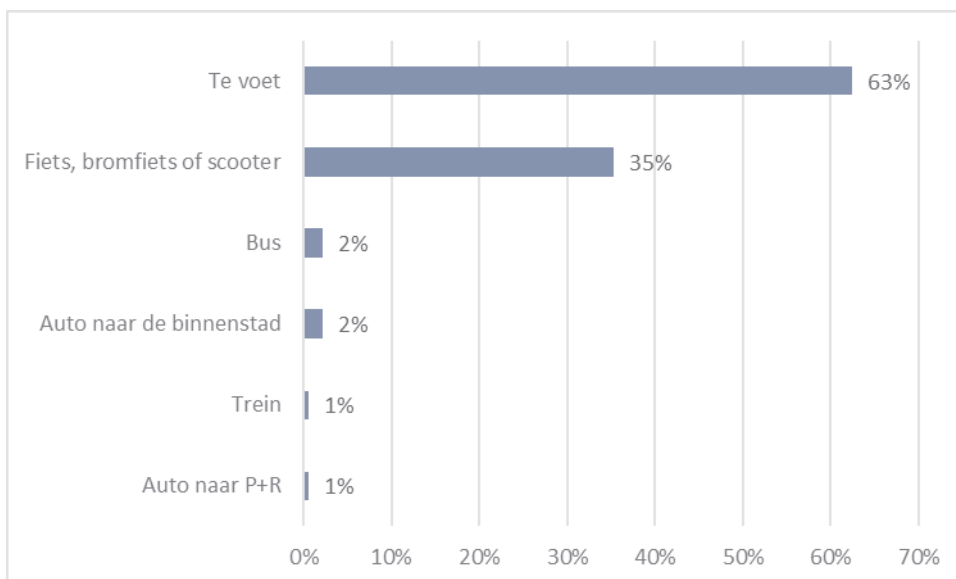
Binnenstadbewoners bezoeken de binnenstad voornamelijk voor de dagelijkse benodigdheden, zoals het doen van boodschappen (36%) of marktbezoek (18%). Daarnaast benutten zij de stad voor ontspannende activiteiten zoals horeca (30%), recreatief winkelen (25%), een stadswandeling (11%) of een evenement (8%). Toeristische activiteiten zoals het beklimmen van de Martintoren, een rondvaart door de grachten of het bezoeken van een museum gebeurt niet door deze groep.



Figuur 52. Activiteiten binnenstadbewoners

### 8.2.3 Vervoersmiddel

Binnenstadbewoners verplaatsen zich voornamelijk te voet of op de fiets, bromfiets of scooter. Overige vervoersmiddelen worden nauwelijks gebruikt.



Figuur 53. Vervoerswijze binnenstadbewoners

### 8.2.4 Bestedingen

Het bestedingspatroon van inwoners van de binnenstad ziet er anders uit dan het bestedingspatroon van bezoekers van buitenaf. Gemiddeld geven inwoners aan dat ze €21,76 uitgeven per persoon per dag. Grotendeels gaan deze bestedingen naar dagelijkse boodschappen (32%) en niet dagelijkse aankopen (31%). Maar ook de horeca profiteert van de uitgaven van de inwoners van de binnenstad zelf (23%).



Figuur 54. Bestedingen binnenstadbewoners

### 8.3 Waardering

Binnenstadbewoners waarderen de binnenstad van Groningen met gemiddeld een 8. Per categorie ziet de waardering er als volgt uit.

Aspect	Waardering
<b>Totaaloordeel</b>	<b>8,0</b>
Aanbod horeca	8,4
Sfeer	8,4
Markt	8,3
Gastvrijheid	8,0
Winkelaanbod	7,8
Winkelkwaliteit	7,7
Aanbod evenementen	7,6
Aanbod culturele voorzieningen	7,4
Bewegwijzering	7,3
Schoonheid en netheid van de stad	7,2
Aanbod toeristische dagattracties	7,0
Aanbod verblijfsaccommodaties	7,0
Fietsstallingsmogelijkheden	6,4
Bereikbaarheid per auto	6,2
Parkeermogelijkheden	6,0
Parkeertarieven	5,1

Tabel 9. Waardering aspecten door binnenstadbewoners

## 9 Overige binnenstadbezoekers

Binnenstadbezoekers worden gedefinieerd als bezoekers aan de binnenstad die niet tot de categorie dagrecreanten of verblijfstoeristen behoren. Dit kunnen inwoners van de gemeente Groningen zijn (woonachtig buiten het centrum) of inwoners van de gemeenten Bedum, Hoogezand-Sappemeer, Leek, Noordenveld, Slochteren, Tynaarlo, Winsum of Zuidhorn.

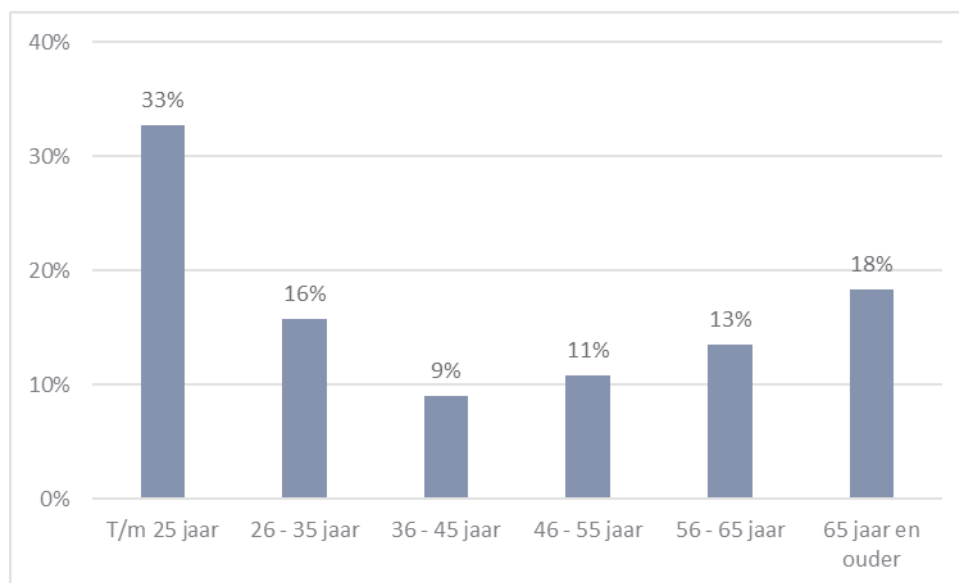
### 9.1 Algemene kenmerken

#### 9.1.1 Herkomst

De herkomst van overige binnenstadbezoekers is bepaald door de selectiecriteria van deze doelgroep. Daardoor kunnen zij alleen uit de gemeente Groningen of omliggende gemeenten komen. 88% procent van de overige binnenstadbezoekers komt uit de gemeente Groningen zelf. De overige 12% komt uit de omliggende gemeenten.

#### 9.1.2 Leeftijd

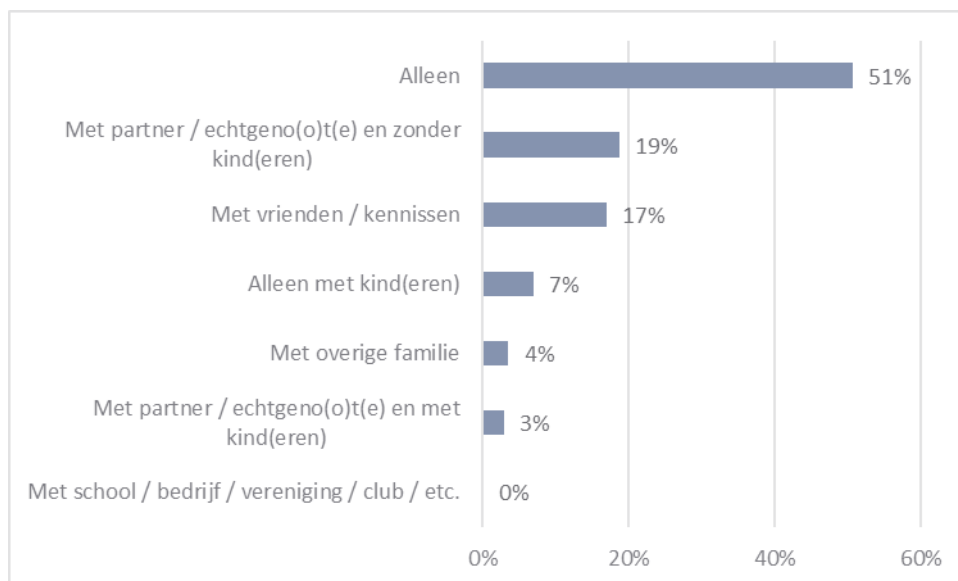
Binnenstadbezoekers zijn gemiddeld 42 jaar oud. Een derde van deze groep is maximaal 25 jaar oud. Bezoekers van circa veertig jaar oud zijn het minst aanwezig.



Figuur 55. Leeftijdsopbouw binnenstadbezoekers

#### 9.1.3 Gezelschap

Binnenstadbezoekers komen gemiddeld met 2 personen naar de stad. Ongeveer de helft komt alleen. De tweede en derde grootste groepen zijn met een partner (19%) en met vrienden (17%).



Figuur 56. Gezelschap binnenstadbezoekers

## 9.2 Kenmerken bezoek

### 9.2.1 Reden van bezoek

De voornaamste redenen om de binnenstad te bezoeken zijn winkelen en het bezoeken van de markt. Horeca is een belangrijke derde bezoekreden. Het valt op dat 18% van de overige binnenstadbezoekers aangeeft dat zij de binnenstad bezoeken omdat zij er wonen. Dit strookt echter niet met de postcode die zij hebben opgegeven. De meest waarschijnlijke verklaring is dat deze personen het gevoel hebben in de stad te wonen en kruisen daarom deze optie aan.

Belangrijkste bezoekreden	Percentage personen
Winkelen / shoppen / boodschappen doen	49%
Ik woon hier	18%
Bezoek markt	13%

Tweede belangrijkste bezoekreden	Percentage personen
Winkelen / shoppen / boodschappen doen	22%
Bezoek markt	22%
Horeca	19%

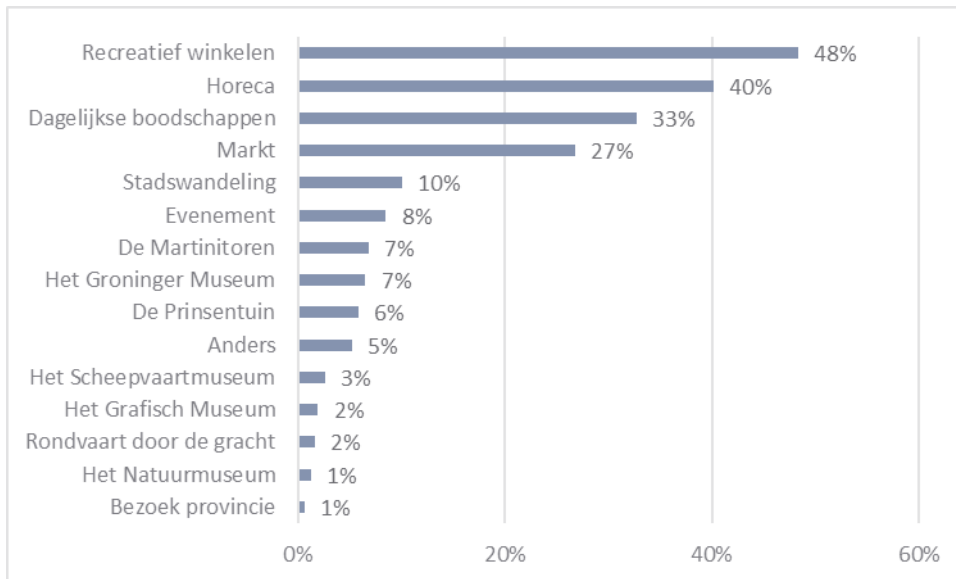
Derde belangrijkste bezoekreden	Percentage personen
Horeca	28%
Winkelen / shoppen / boodschappen doen	18%
Bezoek markt	14%

Figuur 57. Bezoekreden binnenstadbezoekers

### 9.2.2 Activiteiten

Binnenstadbezoekers komen voornamelijk om recreatief te winkelen en de horeca te bezoeken naar de binnenstad. Een derde komt ook voor het doen van dagelijkse boodschappen. Dit is vergelijkbaar met het hoogste percentage van de binnenstadbewoners (36%).

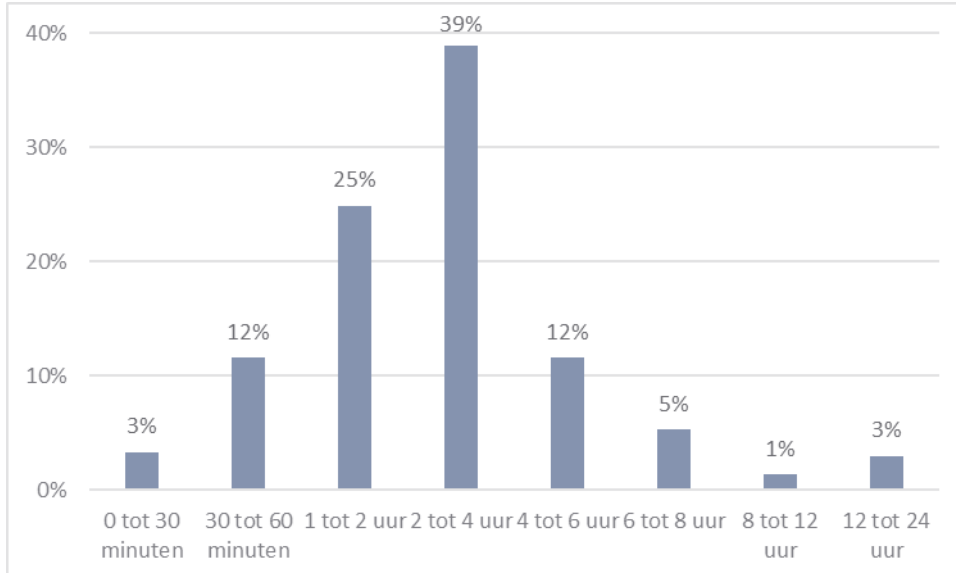




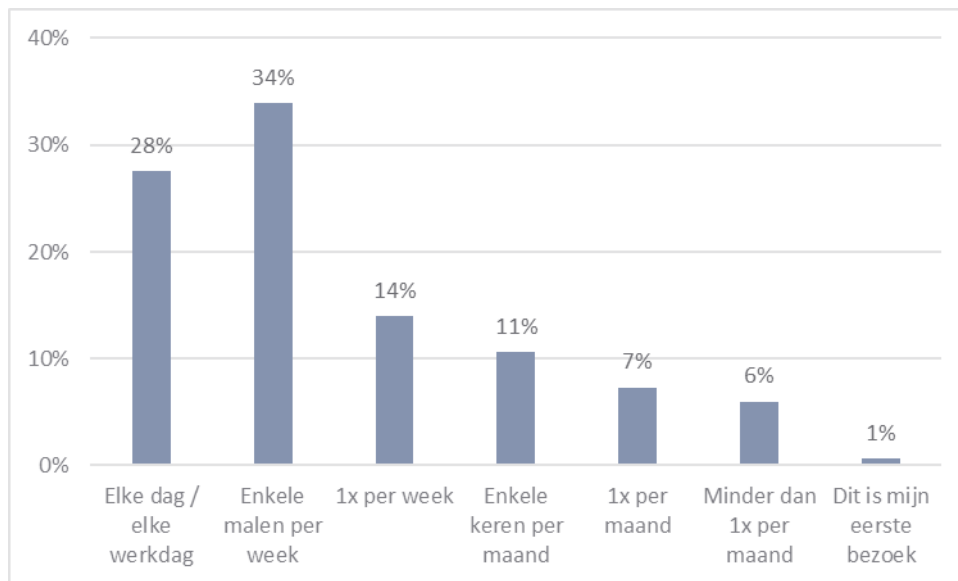
Figuur 58. Activiteiten binnenstadbezoekers

### 9.2.3 Bezoekfrequentie en verblijfsduur

De grootste groep (39%) verblijft er twee tot vier uur. Meer dan de helft van de binnenstadbezoekers komt enkele malen per week in de binnenstad. Meer dan een kwart komt er zelfs elke dag.



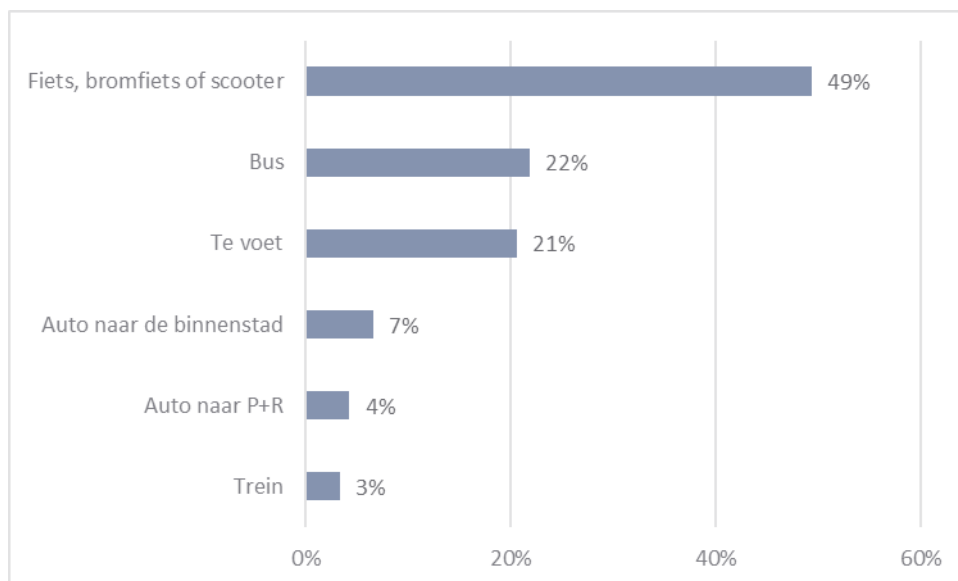
Figuur 59. Bezoekduur binnenstadbezoekers



Figuur 60. Bezoekfrequentie binnenstadbezoekers

#### 9.2.4 Vervoersmiddel

Als vervoersmiddel kiest ongeveer de helft van de binnenstadbezoekers de fiets, bromfiets of scooter. Daarnaast gebruiken mensen de bus (22%) of gaan zij te voet (21%). Overige modaliteiten worden niet veel gebruikt.

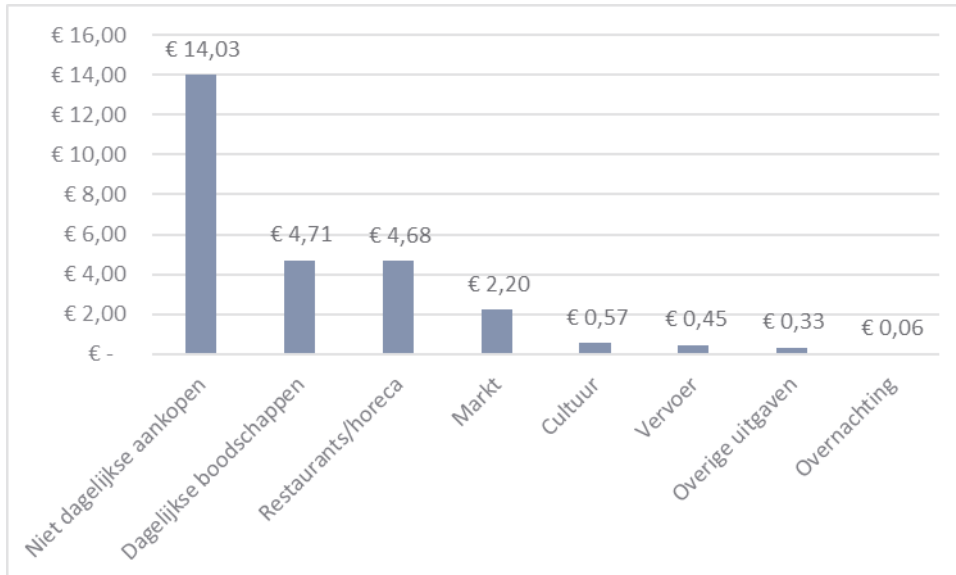


Figuur 61. Vervoerswijze binnenstadbezoekers

#### 9.2.5 Bestedingen

De overige bezoekers aan de binnenstad hebben een lager uitgavenpatroon dan dagrecreanten en verblijfstoeristen. Zij geven gemiddeld € 27,03 per persoon uit tijdens hun verblijf in de binnenstad. Veruit de meeste uitgaven worden gedaan aan niet dagelijkse aankopen (52%). Voorbeelden van niet-dagelijkse boodschappen zijn kleding, cosmetica,

telefoons etc. Op ruime afstand volgen de bestedingen aan dagelijkse boodschappen en horeca.



Figuur 62. Bestedingen binnenstadbezoekers

### 9.3 Waardering

Binnenstadbezoekers waarderen de binnenstad gemiddeld met een 7.9. Per categorie ziet de waardering er als volgt uit:

Aspect	Waardering
<b>Totaaloordeel</b>	<b>7,9</b>
Sfeer	8,3
Aanbod horeca	8,3
Markt	8,1
Gastvrijheid	7,8
Winkelkwaliteit	7,7
Winkelaanbod	7,7
Aanbod culturele voorzieningen	7,6
Aanbod evenementen	7,5
Bewegwijzering	7,4
Aanbod toeristische dagattracties	7,2
Schoonheid en netheid van de stad	7,2
Aanbod verblijfsaccommodaties	6,8
Fietsstallingsmogelijkheden	6,8
Parkeermogelijkheden	6,2
Bereikbaarheid per auto	6,2
Parkeertarieven	5,2

Tabel 10. Waardering aspecten door binnenstadbezoekers

## 10 Vergelijking met voorgaande onderzoeken

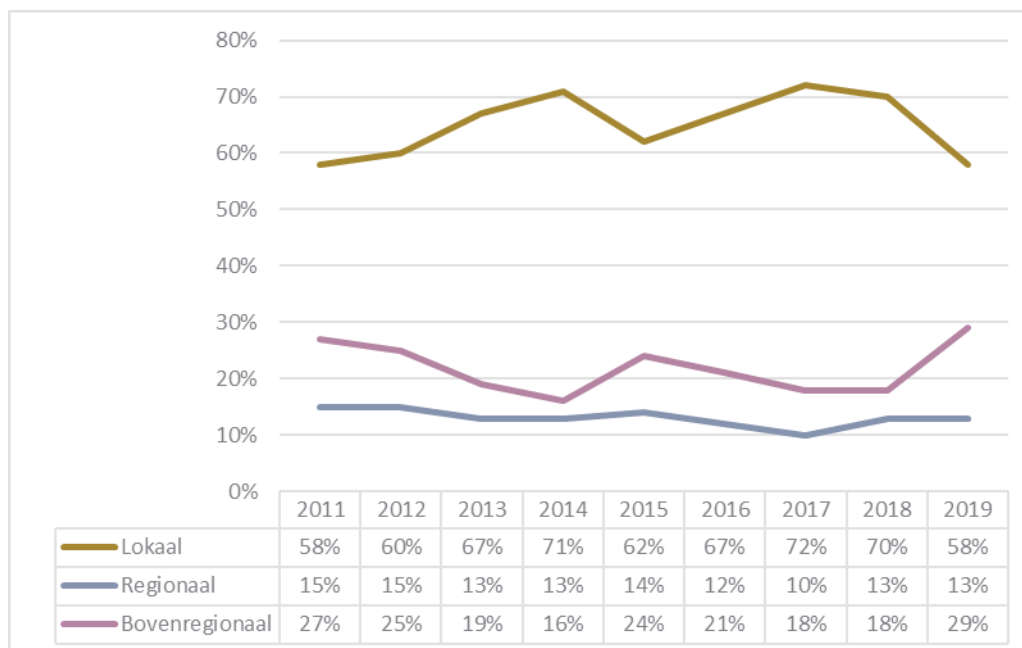
Dit hoofdstuk beschrijft de vergelijking van de onderzoeksresultaten met eerder onderzoek. Het belangrijkste vergelijkingsmateriaal betreft de Detailhandelsmonitor en de Toeristisch Recreatieve Monitor. In de opzet van dit economisch binnenstedelijk onderzoek zijn deze beide onderzoeken als startpunt gebruikt. Daarna hebben wij -op verzoek van de gemeente- een nieuwe, uniforme onderzoeksopzet gemaakt. Dit betekent dat er (op onderdelen) een andere opzet is gekozen dan in de genoemde eerdere onderzoeken. Dit maakt dat de resultaten niet 1 op 1 vergelijkbaar zijn en dat een vergelijking van resultaten niet altijd betrouwbaar is. Zowel in de vragenlijst als in de onderzoeksopzet zijn aanpassingen doorgevoerd. Bovendien is er in 2019 voor het eerst gebruik gemaakt van een weging, waardoor de resultaten statistisch betrouwbaarder zijn. De onderzoeksmethodiek, namelijk het face-to-face ondervragen van mensen in de binnenstad van Groningen, is ongewijzigd gebleven. Tweejaarlijks vervolgonderzoek moet uitwijzen hoe trends zich gaan ontwikkelen. De eerste paragraaf zal de onderzoeksresultaten vergelijken met de Detailhandelsmonitor. De tweede paragraaf zal dit doen met de Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsmonitor.

### 10.1 Vergelijking met de Detailhandelsmonitor (2018)

Vanaf 2011 tot en met 2018 is de Detailhandelsmonitor jaarlijks uitgevoerd door Broekhuis Rijs Advisering. De in deze monitor gepresenteerde onderzoeksgegevens zijn gebaseerd op vier jaarlijks terugkerende interviewweken. Vervolgens zijn in elke week de dinsdag, de donderdag, de zaterdag en de zondag op diverse plekken in de binnenstad interviews afgenomen. In totaal gaat het om 1100 afgenomen interviews in 2018. In de Detailhandelsmonitor is geen uitsplitsing gemaakt naar doelgroepen. Daarom zal in deze vergelijking het algemene bezoekersprofiel worden vergeleken.

#### 10.1.1 Herkomst

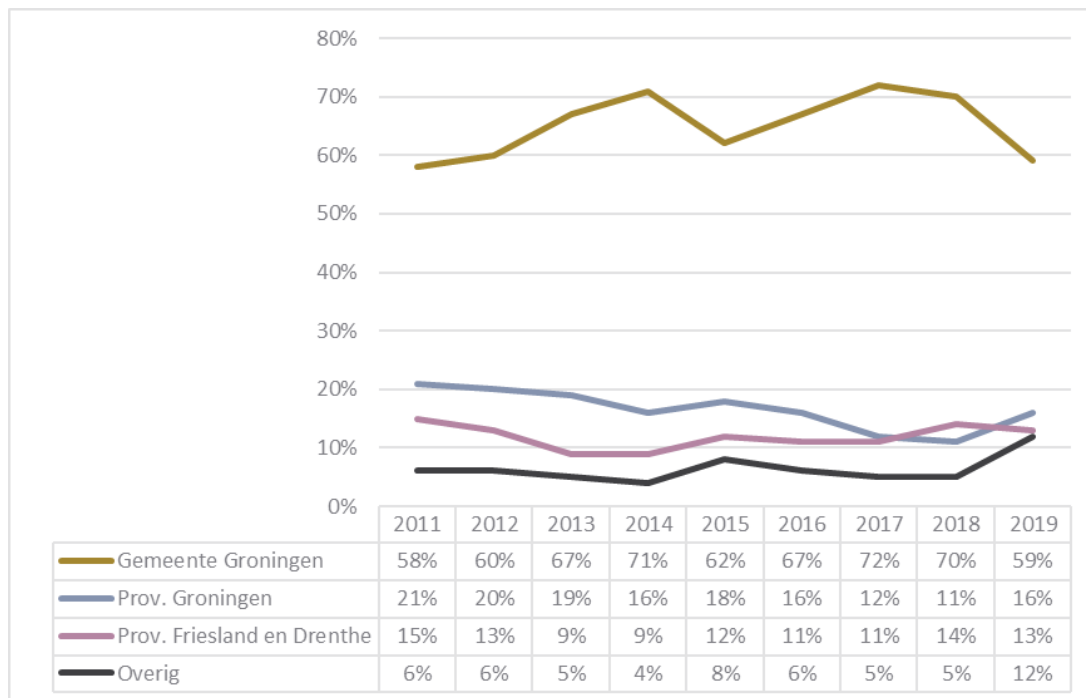
De Detailhandelsmonitor maakt onderscheid tussen lokaal, regionaal en bovenregionaal. Lokaal betekent dat een persoon afkomstig is uit de gemeente Groningen. Regionaal betekent dat een persoon afkomstig is uit één van de omliggende gemeenten rondom de gemeente Groningen. Volgens de indeling van voor 2019 zijn dit: Bedum, Grootegast, Haren, Hoogezand-Sappemeer, Leek, Noordenveld, Slochteren, Ten Boer, Tynaarlo, Winsum en Zuidhorn. Met bovenregionaal worden alle andere gemeenten bedoeld binnen Nederland. We hebben er voor de vergelijkbaarheid voor gekozen om bij de resultaten van 2019 de 'oude' gemeentelijke indeling te hanteren. De categorie 'lokaal' betreft dus mensen die vanuit de voormalige gemeente Groningen komen (dus exclusief Ten Boer en Haren).



Figuur 63. Herkomst nationale bezoekers Groningen

Het is opvallend dat in 2019 het aandeel mensen dat vanuit de stad zelf komt lager ligt dan in de voorgaande jaren. Vooral omdat inwoneraantal in de binnenstad wel gestegen is. Aan de andere kant zien we dat de bovenregionale bezoekers in aandeel toe zijn genomen. Het aandeel regionale bezoekers is min of meer gelijk gebleven. De verklaring voor het verschil ten opzichte van voorgaande metingen kan het verschil in aanpak zijn ten opzichte van de Detailhandelsmonitor. Met name de grotere spreiding over het jaar in de huidige opzet kan hebben geleid tot een veranderend beeld van de populatie in de binnenstad.

Vervolgens is een verdeling gemaakt op basis van herkomstprovincie. Ook hier zien we dat het aandeel bezoekers uit de stad relatief flink gedaald is ten opzichte van de voorgaande jaren. Zowel de provincie Groningen als overige provincies hebben een flinke stijging doorgemaakt. Wat opvalt is dat bezoek afkomstig uit de provincie Friesland en Drenthe relatief stabiel blijft.



Figuur 64. Herkomst naar provincie

### 10.1.2 Bezoekmotief

De belangrijkste reden om de binnenstad te bezoeken is en blijft het (recreatief) winkelen. De vergelijking met voorgaande jaren is echter lastig te interpreteren voor dit onderdeel. Als gevolg van een andere aanpak van het onderzoek ten opzichte van de Detailhandelsmonitor zien we een aantal verschillen ontstaan die geen andere verklaring vinden van de wijziging in aanpak. We constateren op dit onderdeel dus een trendbreuk ten opzichte van de Detailhandelsmonitor.

Bezoekmotief	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Shopper/winkelen</b>	60%	52%	60%	53%	57%	56%	51%	40%	40%
<b>Werk</b>	7%	10%	7%	10%	8%	10%	9%	7%	7%
<b>Marktbezoek</b>	5%	6%	5%	5%	3%	2%	6%	6%	9%
<b>Toerisme, vermaak, Cultuur</b>	4%	6%	5%	5%	8%	9%	6%	11%	11%
<b>Studie</b>	7%	9%	6%	8%	5%	6%	7%	8%	6%
<b>Wonen</b>	4%	3%	2%	3%	3%	3%	3%	4%	15%
<b>Horeca</b>	6%	4%	7%	6%	6%	6%	7%	9%	3%
<b>Familie, ziekenhuis</b>	3%	4%	3%	4%	4%	3%	4%	7%	5%
<b>Overig</b>	5%	6%	5%	7%	6%	5%	6%	8%	4%

Tabel 11. Belangrijkste bezoekmotief

Ik kom ook voor	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Shoppen en winkelen</b>	24%	32%	35%	30%	31%	20%	23%
<b>Werk, studie en wonen</b>	13%	13%	13%	13%	13%	11%	23%
<b>Marktbezoek</b>	9%	7%	7%	5%	9%	8%	19%
<b>Toerisme, evenementen</b>	8%	8%	9%	9%	10%	11%	11%
<b>Dienstverlening, voorzieningen</b>	5%	8%	5%	3%	3%	3%	0%
<b>Horeca</b>	35%	28%	29%	37%	19%	28%	17%
<b>Overig</b>	6%	4%	3%	3%	15%	20%	7%

Tabel 12. Tweede belangrijkste bezoeks­motief

### 10.1.3 Bezoekfrequentie en verblijfsduur

De vergelijking als het gaat om bezoekfrequentie gaat niet helemaal op. In de Detailhandelsmonitor is specifiek gevraagd naar hoe vaak men in de binnenstad komt om te winkelen en/of boodschappen te doen. In het huidige onderzoek is gevraagd hoe vaak men gemiddeld de binnenstad van Groningen bezoekt. Deze andere vraagstelling leidt ertoe dat de resultaten moeilijk met elkaar zijn te vergelijken. Om toch een beeld te schetsen van de verschillen in uitkomsten hebben we onderstaande tabel opgenomen.

Hoe vaak komt u in de binnenstad	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(Bijna) elke dag</b>	19%	22%	17%	20%	19%	19%	26%	28%	25%
<b>Enkele malen per week</b>	25%	26%	28%	28%	25%	23%	33%	29%	18%
<b>1x per week</b>	18%	15%	16%	17%	19%	18%	12%	11%	7%
<b>Enkele malen per maand</b>	14%	14%	14%	16%	13%	16%	10%	10%	6%
<b>1x per maand</b>	9%	6%	9%	8%	10%	10%	6%	8%	7%
<b>Minder dan 1x per maand</b>	15%	17%	16%	11%	15%	15%	13%	14%	20%
<b>Dit is mijn eerste bezoek</b>									18%

Tabel 13. Bezoekfrequentie

We zien dat de groep die (bijna) elke dag de binnenstad bezoekt in 2019 groter is dan in de voorgaande jaren. Dit komt overeen met het grotere aandeel dat als bezoeks­motief aangeeft in de binnenstad te wonen. De stijging geldt ook voor de categorie die juist zeer beperkt in de binnenstad komt. Dit komt overeen met het beeld dat er binnen de populatie een groter aandeel van verder weg komt (inclusief het buitenland). Ook hier geldt weer dat de verschil in onderzoeks­aanpak mogelijk een oorzaak is van deze trendbreuk.

Met betrekking tot de verblijfsduur valt het op dat bezoekers gemiddeld veel langer in de stad verblijven dan voorheen. Ook hier zien we een koppeling met het grotere aandeel dat aangeeft in de stad te wonen.

Verblijfsduur	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>t/m half uur</b>	9%	10%	11%	12%	12%	17%	22%	19%	3%
<b>Half t/m 1 uur</b>	15%	14%	16%	20%	17%	18%	17%	13%	6%
<b>1 t/m 2 uur</b>	25%	25%	29%	28%	26%	22%	22%	19%	14%
<b>Langer dan 2 uur</b>	51%	51%	44%	40%	45%	43%	40%	49%	77%
2 tot 4 uur									30%
4 tot 6 uur									18%
6 tot 8 uur									12%
8 tot 12 uur									6%
12 tot 24 uur									10%

Tabel 14. verblijfsduur

#### 10.1.4 Vervoerswijze

In 2019 gebruikt 26% van de bezoekers op de fiets als vervoersmiddel. Dit is een flinke daling ten opzichte van voorgaande jaren toen het fietsgebruik rond de 42% schommelde. Het gebruik van OV, al dan niet in combinatie met een P+R is daarentegen flink gestegen. Dit beeld past bij de herkomstresultaten die aantonen dat meer bovenregionale bezoekers in Groningen komen dan in voorgaande jaren.

Vervoerswijze naar binnenstad	2013	2014	2015	2016	2019
<b>Lopend</b>	15%	17%	18%	19%	20%
<b>Fiets/bromfiets/scooter</b>	41%	45%	41%	42%	26%
<b>Auto/motor en lopen</b>	22%	15%	18%	20%	20%
<b>Auto/motor en city bus/P+R</b>	4%	2%	2%	2%	9%
<b>OV (streekbus/citybus)</b>	13%	13%	14%	11%	15%
<b>Trein en lopen</b>	6%	6%	7%	5%	10%

Tabel 15. Vervoerswijze

#### 10.1.5 Waardering

De waardering van de bezoeker voor verschillende aspecten van de binnenstad van Groningen is op alle onderdelen gestegen ten opzichte van voorgaande jaar en de meeste jaren daarvoor. Grootste stijger met 0,8 punt is de autobereikbaarheid. Daarna volgen service (0,6), sfeer en gezelligheid (0,5) en parkeermogelijkheid (0,5). De laagste waardering is voor de parkeertarieven met het rapportcijfer van 5,4.

Waardering	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Sfeer en gezelligheid</b>	8,3	8,2	8	8,1	8,1	8	7,8	7,9	8,4
<b>Service, gastvrijheid</b>					7,4	7,5	7,4	7,4	8
<b>Winkelaanbod</b>	7,6	7,6	7,5	7,6	7,6	7,5	7,6	7,6	7,9
<b>Winkelkwaliteit</b>	7,5	7,4	7,3	7,4	7,4	7,5	7,4	7,5	7,8
<b>Schoon en net</b>	7,3	7,2	7,1	7,1	7,3	7,2	7,2	7,1	7,4
<b>Stallingmogelijkheid</b>	7	6,6	6,6	6,9	6,6	6,3	6,4	6,6	6,8
<b>Bereikbaarheid (auto)</b>	6,7	6,3	6,1	6,3	6,4	6,4	6,2	5,8	6,6
<b>Parkeermogelijkheid</b>	6,4	6,1	6	6,3	6,3	6,3	6,1	6	6,5
<b>Parkeertarieven</b>	5,1	4,9	5	4,9	4,9	5,1	5,1	5,2	5,4

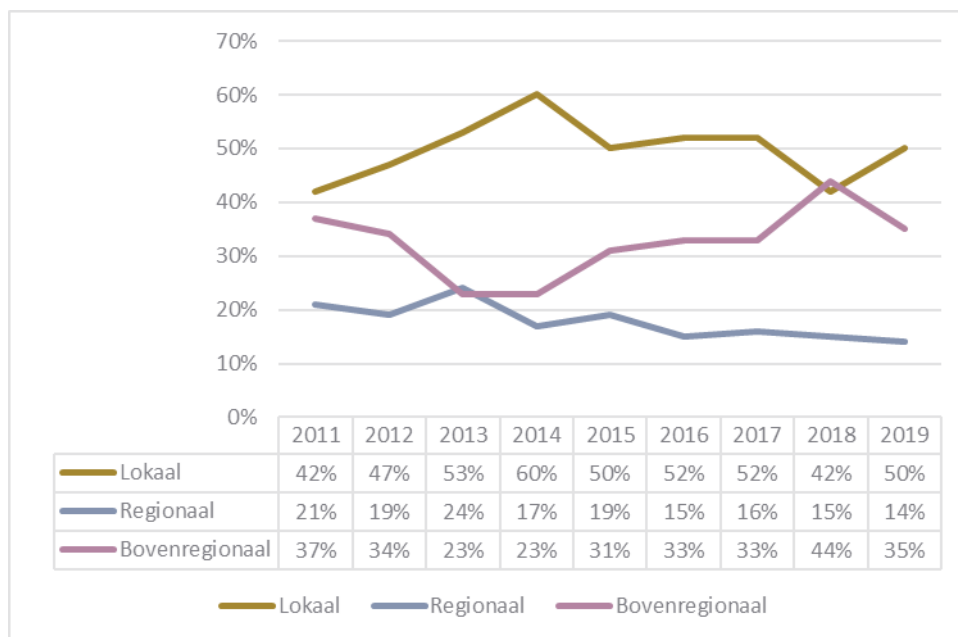
Tabel 16. Waardering



### 10.1.6 Omzet

De gemiddelde besteding van de bezoeker aan de binnenstad is circa € 30,- per persoon. Dit ligt lager dan in 2018, toen de gemiddelde besteding nog € 32,- was. Maar het is een hoger bestedingsniveau dan in 2017 (€ 26,-) en 2016 (€ 28,-).

Kijken we naar de Nederlandse herkomst van bestedingen, dan zien we dat het aandeel van bestedingen van mensen met een lokale herkomst (Groningen stad) is toegenomen ten opzichte van 2018 en weer richting het niveau is gestegen van de jaren ervoor. Het aandeel van bezoekers met regionale herkomst is gelijk gebleven. Het percentage bestedingen van de bezoekers met bovenregionale herkomst is gedaald ten opzichte van 2018. De verhoudingen zijn in 2019 vergelijkbaar met de resultaten van 2016 en 2017.



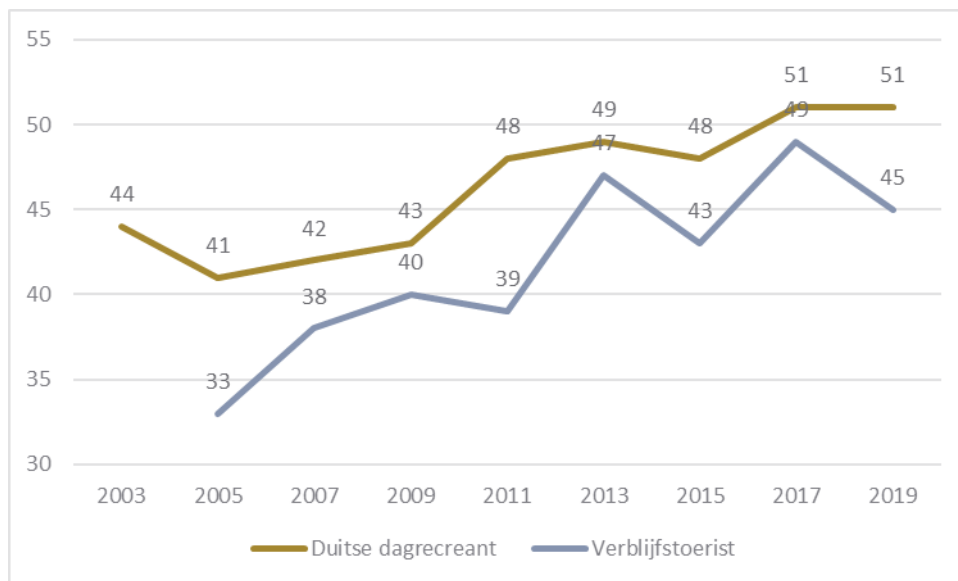
Figuur 65. Omzet naar herkomst

## 10.2 Vergelijking met de Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsmonitor 2017

Sweco heeft van 2005 tot en met 2017 negen keer de Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsmonitor uitgevoerd. Met dit onderzoek werden de omvang, de structuur, de beeldvorming en de economische effecten van het toerisme voor de stad Groningen in kaart gebracht. Het onderzoek was specifiek gericht op Duitse dagrecreanten en Nederlandse en buitenlandse verblijfstoeristen die in de stad hebben overnacht. Inwoners, werknemers, overige binnenstadbezoekers en niet-Duitse dagrecreanten vielen buiten de onderzoekspopulatie van de Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsmonitor. Voor de vergelijking hebben we daarom specifiek de Duitse dagrecreant geselecteerd in ons databestand. De verblijfstoeristen zijn wel één op één vergelijkbaar qua methodiek. Wat betreft inhoud zijn er ook een aantal wijzigingen geweest in de vragenlijsten. Daarom zijn een aantal vergelijkingen niet te maken.

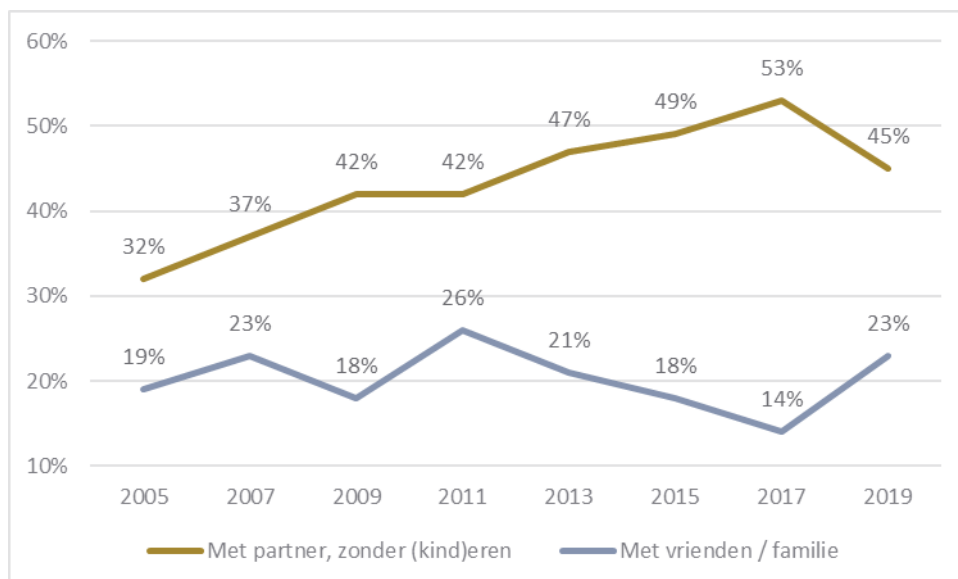
### 10.2.1 Bezoekersprofiel

De gemiddelde leeftijd van zowel de Duitse dagrecreant als de verblijfstoerist laat sinds 2005 een stijgende lijn zien. Voor de dagrecreanten wordt de stijging deels veroorzaakt doordat pas vanaf 2011 specifiek Duitse dagrecreanten ondervraagd zijn. Duitse dagrecreanten zijn dus gemiddeld ouder dan de algemene dagrecreant. Ook de gemiddelde leeftijd van de verblijfstoerist stijgt aanzienlijk vanaf 2011. Hier is geen duidelijke verklaring voor. De laatste jaren maakt de gemiddelde leeftijd van verblijfstoeristen flinke wisselingen door. Aangezien de gemiddelde leeftijd van de bevolking stijgt is het aannemelijk dat de gemiddelde leeftijd van de verblijfstoerist ook zal blijven stijgen.



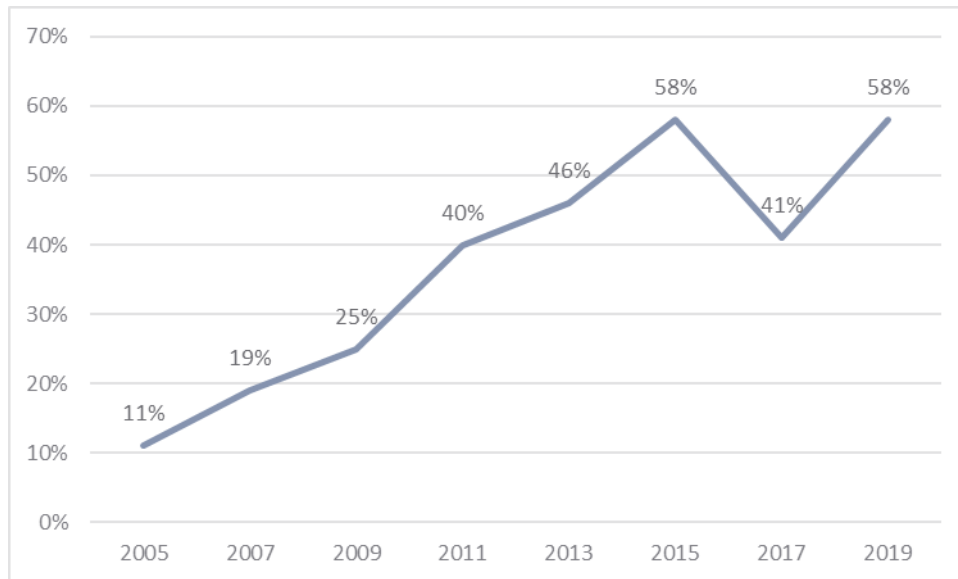
Figuur 66. Leeftijd

De Duitse dagrecreant komt voornamelijk naar Groningen in het gezelschap van een partner en zonder kinderen. Toch is een duidelijke daling waarneembaar ten opzichte van de stijgende lijn die de voorgaande jaren zichtbaar was. Deze daling is onder andere toe te schrijven aan de stijging van het aandeel dagrecreanten dat met vrienden of familie naar Groningen komt. Komende onderzoeken moeten uitwijzen of deze trend zich zal doorzetten.



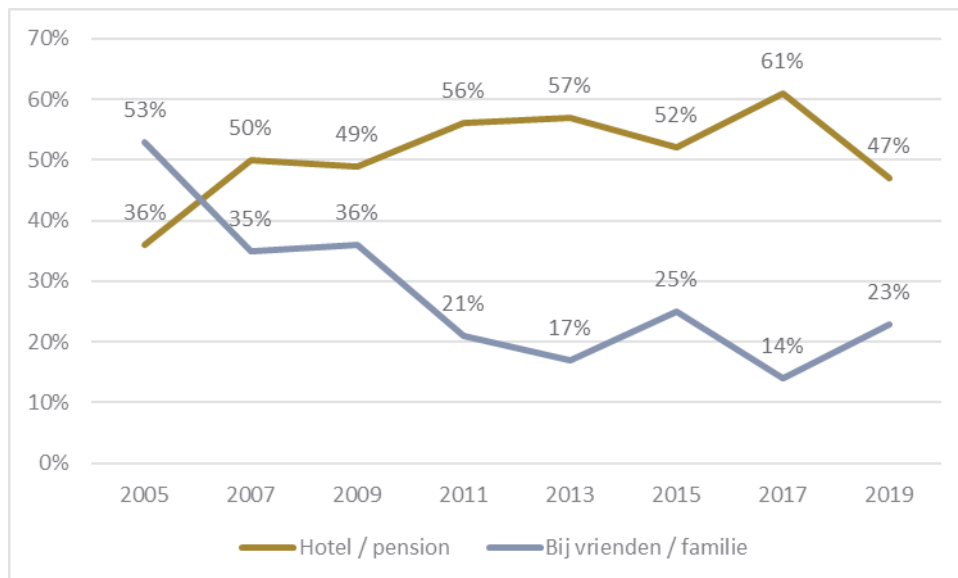
Figuur 67. Gezelschap Duitse dagrecreant

De verhouding van het aantal buitenlandse verblijfstoeristen ten opzichte van het aantal Nederlandse verblijfstoeristen is in 2019 in het voordeel van de buitenlandse verblijfstoerist. In 2017 ontstond een trendbreuk door een flinke daling van 17%-punt. Deze daling is in 2019 weer hersteld tot het niveau van 2015.



Figuur 68. Verhouding buitenlandse verblijfstoeristen

Verblijfstoeristen verblijven in de stad voornamelijk in een hotel of pension. Toch is er in 2019 een flinke daling zichtbaar in de populariteit van deze overnachtingsplek. Overnachten bij vrienden of familie weer in populariteit heeft gewonnen na een daling in 2017. Toekomstige onderzoeken moeten uitwijzen of de daling in gebruik van hotels of pensions en de stijging van overnachten bij vrienden of familie doorzet.



Figuur 69. Overnachting verblijfstoeristen

De gemiddelde verblijfsduur is sinds vorige onderzoeken gestegen tot 3,8 nachten. Dit is een forse stijging ten opzichte van 2015 en 2017. Hier zien we het effect terug van een kleiner aandeel verblijfstoeristen dat in een hotel/pension overnacht. De gemiddelde verblijfsduur in een hotel/pension is namelijk gemiddelde genomen korter dan in andere accommodatietypen.

Jaar	2005	-	2015	2017	2019
<b>Gemiddelde verblijfsduur</b>	2,8	-	3,4	3,3	3,8

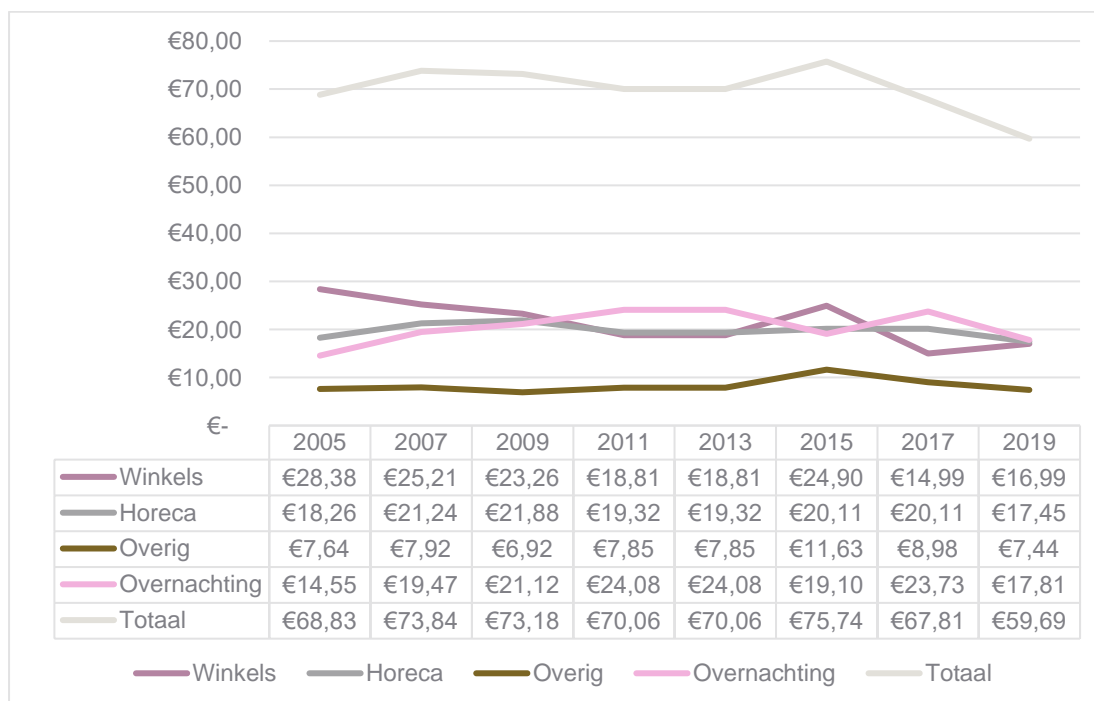
Tabel 17. Gemiddelde verblijfsduur

### 10.2.2 Waardering

Het algemene rapportcijfer van dagrecreanten is redelijk constant gebleven en komt gemiddeld uit boven de acht. In 2005 kreeg de stad Groningen nog een 7,9. In 2017 en 2019 komt het cijfer respectievelijk uit op een 8,4 en 8,3. De sfeer, gastvrijheid en de markt scoren hoog met een waardering tussen de 8,6 en 8,7. De waardering van de bereikbaarheid is sinds 2017 flink gedaald, van een 8,8 naar een 7,9.

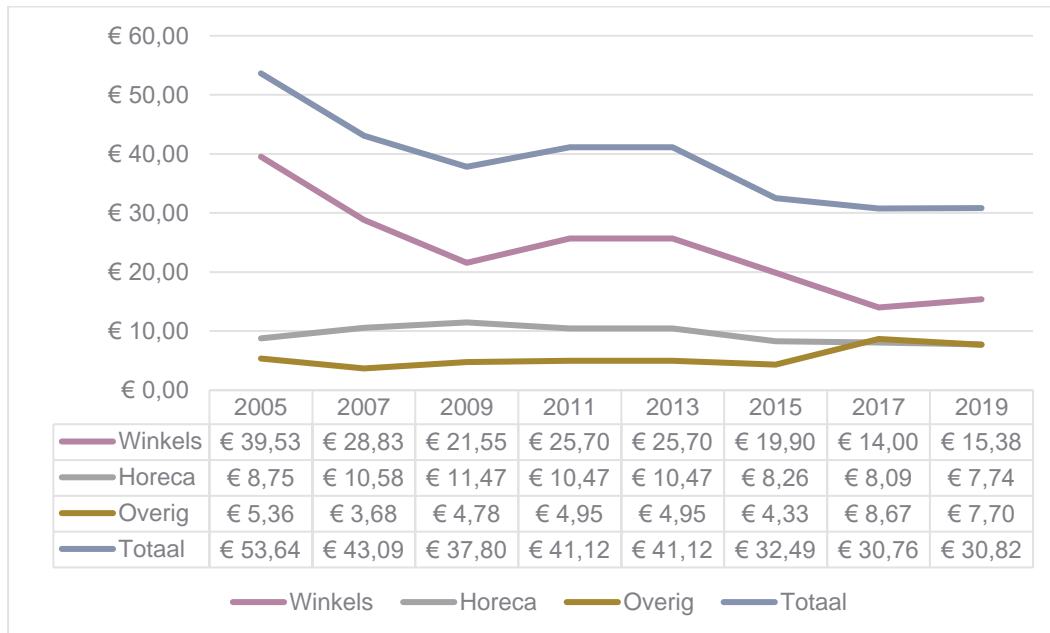
### 10.2.3 Bestedingen

De bestedingen van verblijfstoeristen laten sinds 2015 een dalende trend zien. Ten opzichte van 2017 zijn de gemiddelde bestedingen in 2019 met ongeveer € 8,- gedaald. Deze daling wordt voor een groot deel veroorzaakt door een daling van de gemiddelde bestedingen aan overnachting. Hieraan ten grondslag is het grotere aandeel verblijfstoeristen dat bij familie/vrienden overnacht en het kleinere aandeel dat overnacht in een hotel/pension. Daarnaast is het aandeel bestedingen van bovenregionale bezoekers afgenomen ten opzichte van bezoekers die van dichtbij komen. Naast de bestedingen aan overnachtingen is ook de gemiddelde besteding in de horeca lager dan in 2017. Wel zien we een gemiddeld hogere besteding in winkels in de binnenstad.



Figuur 70. Bestedingen verblijfstoeristen

De bestedingen van dagrecreanten liggen op hetzelfde niveau als van de Duitse dagrecreanten in voorgaand onderzoek. In 2019 gaven dagrecreanten gemiddeld € 30,82 per persoon uit. In 2017 gaven Duitse dagrecreanten gemiddeld € 30,76 per persoon uit. Ook het verschil met de bestedingen in de specifieke categorieën is beperkt. Relatief de meeste uitgaven worden gedaan in winkels.



Figuur 71. Bestedingen dagrecreanten

Vergelijken we bestedingen van specifiek de Duitse dagrecreanten, dan zien we een lichte daling ten opzichte van 2017. In 2019 gaven Duitse dagrecreanten gemiddeld € 28,30 per persoon uit (ten opzichte van € 30,76 in 2017).

## 11 Conclusies

Gedurende 2019 is er het hele jaar een economisch binnenstedelijk onderzoek uitgevoerd in de binnenstad van Groningen. Aanleiding hiervoor was het integraal weergeven van het economisch functioneren van de binnenstad. Hiervoor zijn twee onderzoeken samengevoegd die voorheen naast elkaar werden uitgevoerd. Dit zijn de Detailhandelsmonitor en de Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsmonitor. In voorliggende rapportage zijn deze twee onderzoeken geïntegreerd. Deze deelrapportage is bovendien onderdeel van totaalonderzoek naar het economisch functioneren van de Groninger binnenstad. De ontwikkelingen in de binnenstad van Groningen zetten we af tegen de landelijke trends en ontwikkelingen op het gebied van retail, horeca en toerisme. Deze deelrapportage geeft de resultaten van het onderzoek naar het bezoek en de bezoekers aan de binnenstad van Groningen. Dit hoofdstuk beschrijft de belangrijkste conclusies van dit deelrapport.

### 11.1 Nieuwe aanpak

Allereerst verdient de opmerking aandacht dat er in 2019 een nieuwe aanpak is gehanteerd in vergelijking met de genoemde voorgaande onderzoeken. Deze nieuwe aanpak levert nieuwe inzichten op over de populatie in de binnenstad. Doordat er meer interviews zijn uitgevoerd en er op meer dagen interviews zijn afgenomen verspreid over het hele jaar, is het aannemelijk dat deze onderzoeksmethode een betere benadering is van de feitelijke populatie in de binnenstad. Vervolgonderzoek zal dit moeten bevestigen. Voor dit onderzoek is er in een aantal vergelijkingen sprake van een trendbreuk als gevolg van deze andere aanpak. Dit is met name het geval voor de vergelijking met de eerder uitgevoerde Detailhandelsmonitor. Voor de vergelijking met de voormalige Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsmonitor geldt dat alleen de doelgroep verblijfstoeristen 1-op-1 vergelijkbaar is.

Ook de berekening van het aantal bezoekers is in 2019 op een andere manier uitgevoerd. Herberekening op basis van de oude methodiek was niet meer mogelijk. Hierdoor is de berekening van het aantal bezoekers aan de binnenstad ook met beperkte informatie en een aantal aannames gemaakt. Volgens deze nieuwe berekening is het totaal aantal bezoekers in de binnenstad van Groningen in 2019 gezakt van 22 miljoen naar 20,5 miljoen bezoekers.

### 11.2 Type bezoekers

Er is in dit onderzoek voor het eerst een onderscheid gemaakt tussen vijf subdoelgroepen die de binnenstad bezoeken. Dit zijn dagrecreanten, verblijfstoeristen, binnenstadbewoners, werknemers en overige binnenstadbezoekers. Hiervan vormen dagrecreanten en binnenstadbezoekers de grootste groep. Wat betreft de dagrecreanten komt ongeveer twee derde uit Nederland en een derde uit Duitsland. Er komen meer dagrecreanten uit Duitsland dan uit de provincie Groningen (dus met uitzondering van de gemeente Groningen).

In vergelijking met voorgaande jaren is het lokale bezoek gedaald en het bovenregionale bezoek gestegen. Groningen blijkt een aantrekkelijke stad, voornamelijk voor de eigen gemeente en voor mensen die van verder weg komen. De bezoekers die tussen deze categorieën vallen, de bezoekers uit de regio, vormen de kleinste categorie. Hun aandeel is gelijk gebleven. Hiermee lijkt de verhouding tussen bezoekers meer op de situatie in 2011 en 2015.

Wat betreft leeftijd is de leeftijdscategorie 16-25 bij alle subdoelgroepen de grootste. Dit past in het imago van Groningen dat Groningen een jonge stad is. Inwoners zijn de jongste subdoelgroep met bijna 45% onder de 25 jaar. Toeristisch-recreatieve bezoekers bezoeken de stad relatief vaak met hun partner en zonder kinderen.

### 11.3 Kenmerken van bezoek

De meeste kenmerken van bezoek liggen voor de hand. Belangrijkste activiteiten die ondernomen worden zijn winkelen, shoppen en boodschappen. Daarbij bezoeken alle doelgroepen vaak een horecagelegenheid. Een zesde van de dagrecreanten en verblijfstoeristen combineert een bezoek aan de binnenstad met een bezoek aan de provincie.

Wat betreft vervoersmiddel blijft de auto een belangrijk vervoersmiddel om naar de binnenstad te reizen, ook bij werknemers. Verblijfstoeristen maken nauwelijks gebruik van een P+R. Het fietsgebruik is gedaald omdat wij een groter aandeel dagrecreanten en verblijfstoeristen hebben aangetroffen. Zij maken weinig gebruik van de fiets. Voor binnenstadbezoekers en werknemers is de fiets wel de meest gebruikte modaliteit.

De mensen in de binnenstad van Groningen geven gemiddeld € 30,28 per persoon per dag uit. Bezoekers met een Nederlandse herkomst geven gemiddeld met € 28,50 per persoon minder uit dan buitenlandse bezoekers met € 36,14 per persoon. Kijken we naar de specifieke doelgroepen dan zien we dat verblijfstoeristen het meeste besteden tijdens hun bezoek aan Groningen, namelijk € 59,69. Dit is gedaald ten opzichte van 2017. Dit wordt grotendeels veroorzaakt doordat een relatief groter aandeel van het verblijf bij vrienden of familie plaatsvindt dan voorheen. Dit heeft ook effect op de gemiddelde verblijfsduur van verblijfstoeristen, die is gestegen naar 3,8 nachten (3,3 nachten in 2017). De tevredenheid over de accommodatie is met een ruime 8 goed.

### 11.4 Waardering en aanbevelingen

De binnenstad van Groningen wordt met een 8,0 goed gewaardeerd. Een hoge waardering krijgen met name aspecten die te maken hebben met sfeer en vermaak, zoals winkels en horeca. Een punt van aandacht betreft het parkeren in de stad. De bereikbaarheid, de parkeermogelijkheden en de parkeertarieven behoren tot de laagst gewaardeerde onderdelen van de stad. Wat opvalt is dat de waardering voor alle aspecten is gestegen ten opzichte van voorgaande meting. In veel gevallen is de waardering zelfs nog niet eerder zo hoog geweest.

De vragen over mogelijke aanbevelingen worden door de meeste respondenten niet beantwoord. Respondenten die wel reageren missen met name de grotere ketens, zoals V&D, Bijenkorf, Starbucks, Action en Lush. Aan de andere kant is er ook behoefte aan niche-formules of concepten, zoals vegetarische restaurants. Op het gebied van de openbare ruimte verlangen respondenten naar een betere capaciteit qua (fiets)parkeren en een aantrekkelijkere omgeving door meer groen en minder zwerfvuil.

## Bijlage 1 Basisvragenlijst

ENQnr.: Datum: Locatie: **NL**

### Basisvragenlijst Economisch binnenstedelijk onderzoek Groningen 2019

Intro: Goedemorgen/middag, ik ben ... van Veldwerk Optimaal. In opdracht van de gemeente Groningen en bureau Sweco, voeren wij een onderzoek uit onder bezoekers van de binnenstad van Groningen. Ik wil u graag kort enkele vragen stellen over o.a. uw bezoekmotief, uw waarderingen en beoordelingen. Zou u zo vriendelijk willen zijn hieraan mee te werken?

1. Waar is uw vaste woon- / verblijfplaats?
  - (1) Nederland, postcode (4 cijfers) → |... ..|... ..|... ..|... ..|
  - (2) Duitsland, woonplaats / deelstaat → ..... /  
.....
  - (3) België – Vlaanderen → .....
  - (4) België – Wallonië → .....
  - (5) Overig buitenland, namelijk ... (**noteer land!**) →  
.....
  
2. Overnacht u vanavond, of heeft u gisteren overnacht, ergens anders dan op uw vaste woonadres?
  - (1) Ja
  - (2) Nee → **ga door naar vraag 7**
  
3. Waar verblijft u?
  - (1) Stad Groningen
  - (2) Provincie Groningen
  - (3) Provincie Drenthe
  - (4) Provincie Friesland
  - (5) Anders, namelijk provincie ... (**noteren!**)
  
4. Van welk type onderkomen maakt u gebruik?
 

(1) Familie/vrienden	(5) Particuliere verhuur, o.a. AirB&B
(2) Camping	(6) B&B
(3) Vakantiehuisje/bungalow	(7) Jachthaven
(4) Hotel/pension	(8) Anders, namelijk ... ( <b>noteren!</b> )
  
5. Hoeveel nachten blijft u daar in totaal? → ... .. nachten
  
6. Met welk rapportcijfer beoordeelt u de verblijfsaccommodatie, waarbij een 1 staat voor een zeer lage waardering en een 10 voor de hoogste waardering?  
→ .....



7. Wat zijn de belangrijkste redenen van uw bezoek aan de binnenstad van Groningen vandaag? **ENQ.: noteer MAXIMAAL 3 redenen in volgorde van belangrijkheid!**

- (1) Winkelen/shoppen/boodschappen doen
- (2) Werken
- (3) Ik woon hier
- (4) Bezoek markt
- (5) Cultuur / toeristisch bezoek
- (6) Evenement
- (7) Studie
- (8) Horeca
- (9) Familie- / ziekenhuisbezoek
- (10) Anders, namelijk ... **(noteren!)**

 1e

 2e

 3e

8. Welke activiteit heeft u vandaag ondernomen, of bent u van plan om vandaag te ondernemen? **ENQ.: zet een kruis achter de al ondernomen of de nog te ondernemen activiteit(en)!**

Activiteit		Activiteit	
(1) Bezoek aan het Groninger Museum		(9) Bezoek aan het Grafisch Museum	
(2) Bezoek aan Martinitoren		(10) Bezoek aan het Natuurmuseum	
(3) Rondvaart door de gracht		(11) Bezoek aan het Stripmuseum	
(4) Bezoek winkels (recreatief/funshoppen)		(12) Bezoek markt	
(5) Bezoek aan winkels (dagelijkse boodschappen)		(13) Bezoek evenement	
(6) Bezoek aan het Scheepvaartmuseum		(14) Stadswandeling	
(7) Bezoek aan de Prinsentuin		Anders, namelijk ... <b>(noteren!)</b>	
(8) Bezoek horeca			

9. Combineert u het bezoek aan de stad Groningen ook met een bezoek aan de provincie Groningen?

- (1) Ja
- (2) Nee
- (3) Weet ik nog niet

10. Hoe lang bent u vandaag, denkt u, in de binnenstad aanwezig?

- (1) 0 -30 minuten
- (2) 30-60 minuten
- (3) 1 tot 2 uur
- (4) 2 tot 4 uur
- (5) 4 tot 6 uur
- (6) 6 tot 8 uur
- (7) 8 tot 12 uur
- (8) 12 tot 24 uur

11. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld de binnenstad van Groningen?

- (1) Elke dag / elke werkdag
- (2) Enkele malen per week
- (3) 1 x per week
- (4) Enkele keren per maand
- (5) 1 x per maand
- (6) Minder dan 1 x keer per maand
- (7) Dit is mijn eerste bezoek

12. Hoe waardeert u de volgende aspecten van de Groninger binnenstad? U kunt uw waardering geven aan de hand van een rapportcijfer, waarbij een 1 staat voor een zeer lage waardering en een 10 voor de hoogste waardering.

Aspect	Cijfer	Aspect	Cijfer
(1) Winkelaanbod		(9) Aanbod verblijfsaccommodaties	
(2) Winkelkwaliteit		(10) Sfeer / gezelligheid	
(3) Aanbod horeca		(11) Markt	
(4) Aanbod culturele voorzieningen		(12) Aanbod toeristische dagattracties	
(5) Aanbod evenementen		(13) Bereikbaarheid per auto	
(6) Service en bediening/gastvrijheid		(14) Parkeermogelijkheden	
(7) Bewegwijzering / overzichtelijkheid		(15) Parkeertarieven	
(8) Schoonheid en netheid van de stad		(16) Stallingsmogelijkheden van uw fiets	

13. Wat is uw totaaloordeel over de binnenstad van Groningen, in de vorm van een rapportcijfer, waarbij een 1 staat voor een zeer lage waardering en een 10 voor de hoogste waardering? → ... ..

14. Waarin onderscheidt de binnenstad van Groningen zich van andere binnensteden, in **positieve** zin? **ENQ.: meerdere antwoorden mogelijk!**

- (1) Groter winkelaanbod
- (2) Betere winkelkwaliteit
- (3) Groter/beter horeca aanbod
- (4) Groter/beter aanbod culturele voorzieningen
- (5) Groter/beter aanbod dagattracties
- (6) Groter/beter aanbod evenementen
- (7) Betere service en bediening/gastvrijheid
- (8) Betere bewegwijzering/overzichtelijker
- (9) Meer schoonheid en netheid van de stad
- (10) Groter/beter aanbod verblijfsaccommodaties
- (11) Meer sfeer / gezelligheid
- (12) Betere (week)markt
- (13) Betere bereikbaarheid per auto
- (14) Betere parkeermogelijkheden
- (15) Goedkopere parkeertarieven
- (16) Betere stallingsmogelijkheden van uw fiets
- (17) Weet niet, kom hier uit gewoonte/gemak/dichtstbij gelegen
- (18) Weet niet, kom voor een dagje/weekendje uit
- (19) Geen van deze, geen onderscheid in positieve zin

15. Op welke manier bent u vandaag naar de binnenstad van Groningen gekomen? **ENQ.:**  
**combinatie van antwoorden is mogelijk!**

- (1) Met de auto naar de binnenstad
- (2) Met de auto naar P+R
- (3) Met de trein
- (4) Met de bus
- (5) Met de fiets/bromfiets/scooter
- (6) Lopend
- (7) Anders, namelijk ... (**noteren!**)

16. Hoeveel geeft u vandaag naar schatting uit aan de volgende zaken: **ENQ.:** **noteer de bedragen achter elk item indien van toepassing!**

Dit noem ik liever niet

<b>Categorie</b>	<b>Bedrag</b>
Restaurants en cafés in de binnenstad/ horeca	€
Dagelijkse boodschappen	€
Niet dagelijkse aankopen	€
Overnachting ( <b>omgerekend naar prijs per nacht</b> ) <i>Indien van toepassing</i>	€
Vervoer in de stad (bv. taxi, citybus, etc.)	€
Markt in de stad	€
Cultuur (o.a. entreekaartjes)	€
Overige uitgaven (parkeergeld, etc.)	€
Totaal	€

17. Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking? → ... ..  
**perso(o)n(en)**

18. In welk gezelschap bent u naar Groningen gekomen vandaag?

- (1) Alleen
- (2) Met partner / echtgeno(o)t(e) en zonder kind(eren)
- (3) Met partner / echtgeno(o)t(e) en met kind(eren)
- (4) Met vrienden / kennissen
- (5) Met overige familie
- (6) Alleen met kind(eren)
- (7) Met school / bedrijf / vereniging / club, etc.
- (8) Anders, namelijk ... (**noteren!**)

19. Uit hoeveel personen bestaat uw gezelschap, incl. uzelf? → ... ..  
perso(o)n(en)

20. Wat is uw leeftijd? → ... .. jaar

21. ENQ.: noteer zonder te vragen: Geslacht respondent?

- (1) Man
- (2) Vrouw

22. Welke winkels (of horeca) concepten mist u in de binnenstad van Groningen?

23. Wat zou u graag anders zien in de binnenstad? Of wat mist u nog in de binnenstad?

**Dit waren al mijn vragen. Hartelijk dank voor uw medewerking!**

## Bijlage 2 Korten vragenlijst A

ENQnr.: Datum: Locatie: **NL**

Intro: Goedemorgen/middag, dank dat u deze vragenlijst wilt invullen. In opdracht van de gemeente Groningen en bureau Sweco, voeren wij een onderzoek uit onder bezoekers van de binnenstad van Groningen. Onderstaande vragen gaan over o.a. uw herkomst en bezoekmotief. Succes met invullen.

1. Waar is uw vaste woon- / verblijfplaats?
  - (1) Nederland, postcode (4 cijfers) → |... ..|... ..|... ..|... ..|
  - (2) Duitsland, woonplaats / deelstaat → .....  
/ .....
  - (3) België – Vlaanderen → .....
  - (4) België – Wallonië → .....
  - (5) Overig buitenland, namelijk ... **(a.u.b. noteer land!)** →  
.....
  
2. Overnacht u vanavond, of heeft u gisteren overnacht, ergens anders dan op uw vaste woonadres?
  - (1) Ja
  - (2) Nee → **ga door naar vraag 7**
  
3. Waar verblijft u?
  - (1) Stad Groningen
  - (2) Provincie Groningen
  - (3) Provincie Drenthe
  - (4) Provincie Friesland
  - (5) Anders, namelijk provincie ... **(a.u.b. noteren!)**
  
7. Wat zijn de belangrijkste redenen van uw bezoek aan de binnenstad van Groningen vandaag?
 

**Noteer MAXIMAAL 3 redenen in volgorde van belangrijkheid!**

  - (1) Winkelen/shoppen/boodschappen doen
  - (2) Werken
  - (3) Ik woon hier
  - (4) Bezoek markt
  - (5) Cultuur / toeristisch bezoek
  - (6) Evenement
  - (7) Studie
  - (8) Horeca
  - (9) Familie- / ziekenhuisbezoek
  - (10) Anders, namelijk ... **(noteren!)**

1e
  2e
  3e

16. Hoeveel geeft u vandaag naar schatting uit aan de volgende zaken: **Noteer de bedragen achter elk item indien van toepassing!**

Dit noem ik liever niet

<b>Categorie</b>	<b>Bedrag</b>	<b>Categorie</b>	<b>Bedrag</b>
Restaurants en cafés in de binnenstad/ horeca	€	Vervoer in de stad (bv. taxi, citybus, etc.)	€
Dagelijkse boodschappen	€	Markt in de stad	€
Niet dagelijkse aankopen	€	Cultuur (o.a. entreekaartjes)	€
Overnachting ( <b>omgerekend naar prijs per nacht</b> ) <i>Indien van toepassing</i>	€	Overige uitgaven (parkeergeld, etc.)	€
		Totaal	€

17. Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking? → ... ..  
perso(o)n(en)

**Dit waren alle vragen. Hartelijk dank voor uw medewerking!**

## Bijlage 3 Korte vragenlijst A.2

ENQnr.: Datum: Locatie:

**NL**

Intro: Goedemorgen/middag, dank dat u deze vragenlijst wilt invullen. In opdracht van de gemeente Groningen en bureau Sweco, voeren wij een onderzoek uit onder bezoekers van de binnenstad van Groningen. Onderstaande vragen gaan over o.a. uw herkomst en bezoekmotief. Succes met invullen.

1. Waar is uw vaste woon- / verblijfplaats?

- (1) Nederland, postcode (4 cijfers) → |... ..|... ..|... ..|... ..|
- (2) Duitsland, woonplaats / deelstaat → .....
- / .....
- (3) België – Vlaanderen → .....
- (4) België – Wallonië → .....
- (5) Overig buitenland, namelijk ... **(a.u.b. noteer land!)** → .....

2. Overnacht u vanavond, of heeft u gisteren overnacht, ergens anders dan op uw vaste woonadres?

- (1) Ja
- (2) Nee → **ga door naar vraag 7**

3. Waar verblijft u?

- (1) Stad Groningen
- (2) Provincie Groningen
- (3) Provincie Drenthe
- (4) Provincie Friesland
- (5) Anders, namelijk provincie ... **(a.u.b. noteren!)**

8. Wat zijn de belangrijkste redenen van uw bezoek aan de binnenstad van Groningen vandaag?

**Noteer MAXIMAAL 3 redenen in volgorde van belangrijkheid!**

- (1) Winkelen/shoppen/boodschappen doen
- (2) Werken
- (3) Ik woon hier
- (4) Bezoek markt
- (5) Cultuur / toeristisch bezoek
- (6) Evenement
- (7) Studie
- (8) Horeca
- (9) Familie- / ziekenhuisbezoek
- (10) Anders, namelijk ... **(noteren!)**

1e

2e

3e

18. In welk gezelschap bent u naar Groningen gekomen vandaag?

- (1) Alleen
- (2) Met partner / echtgeno(o)t(e) en zonder kind(eren)
- (3) Met partner / echtgeno(o)t(e) en met kind(eren)
- (4) Met vrienden / kennissen
- (5) Met overige familie

- (6) Alleen met kind(eren)
- (7) Met school / bedrijf / vereniging / club, etc.
- (8) Anders, namelijk ... (**noteren!**)

19. Uit hoeveel personen bestaat uw gezelschap, incl. uzelf? → ... ..  
perso(o)n(en)

20. Wat is uw leeftijd? → ... .. jaar

21. U bent ... ?

- (1) Man
- (2) Vrouw

**Dit waren alle vragen. Hartelijk dank voor uw medewerking!**



## Bijlage 4 Veldwerkplan

Voorseizoen (24 dagen)				
Dag	Datum	Evenement	Feestdag/vakantie	
1	di	12-feb		
2	do	14-feb	Markt Grote Markt + koopavond	Valentijnsdag
3	za	23-feb		
4	di	19-mrt	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	
5	wo	27-mrt	Markt Vismarkt & A-Kerkhof	
6	di	2-apr	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	
7	ma	8-apr	x	
8	vr	19-apr	Bloemenjaarmarkt	Goede Vrijdag
9	vr	26-apr	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	Meivakantie NL
10	zo	5-mei	Bevrijdingsfestival + Koopzondag + Markt Vismarkt	Bevrijdingsdag + Meivakantie NL
11	vr	10-mei	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	
12	ma	14-mei	x	
13	di	21-mei	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	
14	vr	24-mei	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	
15	do	30-mei	x	Hemelvaartsdag
16	di	4-jun	Markt Harmonieplein, Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	
17	ma	10-jun	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	2e Pinksterdag
18	wo	12-jun	Markt Vismarkt & A-Kerkhof	
19	vr	14-jun	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	
20	ma	17-jun	x	
21	do	20-jun	Markt Grote Markt + koopavond	Sacramentsdag DU
22	za	22-jun	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof	
23	wo	26-jun	Markt Vismarkt & A-Kerkhof	

Hoofdseizoen (33 dagen)			
Dag	Datum	Evenement	Feestdag/vakantie
1	di	2-jul	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
2	do	4-jul	Markt Grote Markt + koopavond
3	vr	5-jul	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
4	za	6-jul	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
5	zo	7-jul	Koopzondag + Markt Vismarkt
6	ma	8-jul	x
7	wo	10-jul	Markt Vismarkt & A-Kerkhof
8	vr	12-jul	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
9	za	13-jul	Markt Harmonieplein, Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
10	zo	14-jul	Koopzondag
11	di	16-jul	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
12	do	18-jul	Markt Grote Markt + koopavond
13	zo	21-jul	Koopzondag
14	ma	22-jul	x
15	di	23-jul	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
16	di	30-jul	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
17	do	1-aug	Markt Grote Markt + koopavond
18	vr	2-aug	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
19	za	3-aug	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
20	zo	4-aug	Koopzondag + Markt Vismarkt
21	ma	5-aug	x
22	di	6-aug	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
23	wo	7-aug	Markt Vismarkt & A-Kerkhof
24	do	8-aug	Markt Grote Markt + koopavond
25	vr	9-aug	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
26	di	13-aug	KEI-week + Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
27	do	15-aug	KEI-week + Noorderzon + Markt Grote Markt + koopavond
28	vr	16-aug	Noorderzon + Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
29	ma	19-aug	Noorderzon
30	wo	21-aug	Noorderzon + Markt Vismarkt & A-Kerkhof
31	vr	23-aug	Noorderzon + Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
32	wo	28-aug	Gronings Ontzet + Markt Vismarkt & A-Kerkhof
33	do	29-aug	Markt Grote Markt + koopavond
37	za	31-aug	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof

Naseizoen (24 dagen)			
Dag	Datum	Evenement	Feestdag/vakantie
1	di	3-sep	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
2	vr	6-sep	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
	za	7-sep	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
3	di	10-sep	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
4	za	14-sep	Open Monumentendag NL + Markt Harmonieplein, Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
5	ma	16-sep	x
6	vr	20-sep	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
7	di	24-sep	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
8	wo	25-sep	Markt Vismarkt & A-Kerkhof
9	do	3-okt	Markt Grote Markt + koopavond
			Dag van Duitse Eenheid
10	wo	9-okt	Markt Vismarkt & A-Kerkhof
11	di	15-okt	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
			Herfstvakantie Zuid + DU
12	vr	18 okt	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
			Herfstvakantie Zuid + DU
13	zo	20-okt	Koopzondag
			Herfstvakantie NL
14	wo	23-okt	Markt Vismarkt & A-Kerkhof
			Herfstvakantie Noord + Midden
15	do	24-okt	Markt Grote Markt + koopavond
			Herfstvakantie Noord + Midden
16	za	26-okt	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
			Herfstvakantie Noord + Midden
17	di	29-okt	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
18	do	31-okt	Markt Grote Markt + koopavond
19	di	5-nov	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
20	do	14-nov	Markt Grote Markt + koopavond
21	vr	29-nov	Markt Vismarkt & A-Kerkhof
22	di	10-dec	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
23	di	17-dec	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
24	za	21-dec	Markt Grote Markt, Vismarkt & A-Kerkhof
			Kerstvakantie NL + DU