



# Het imago van de provincie Groningen

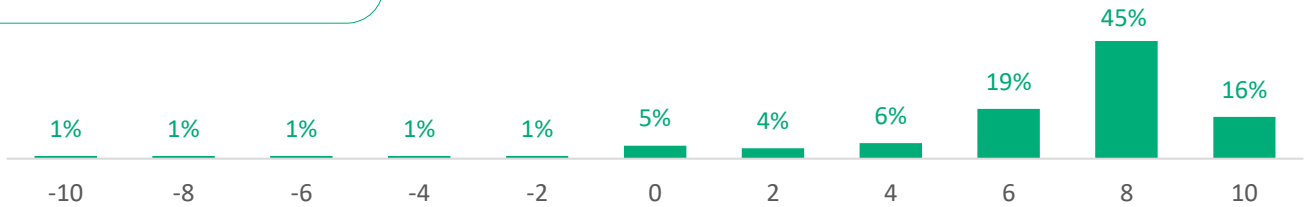
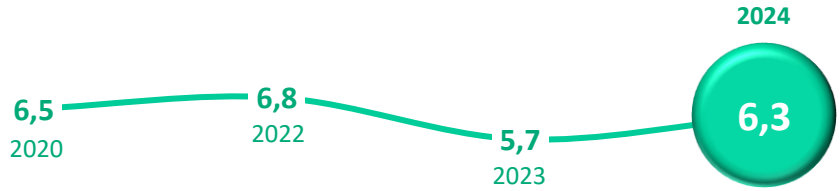


## Het beeld van Groningen (ISI-score)

De Image Sentiment Indicator (ISI) drukt het oordeel over het huidige imago van Groningen uit op een schaal van min 10 tot plus 10 en is dus **geen** rapportcijfer.

### Groningers

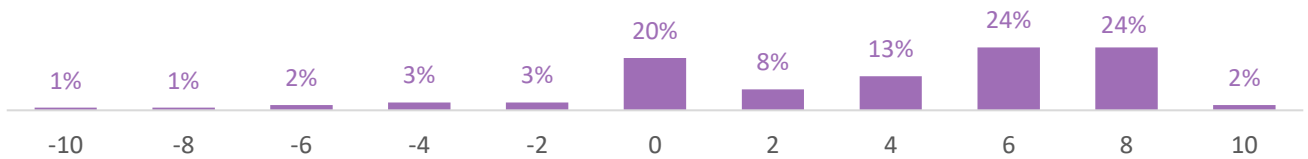
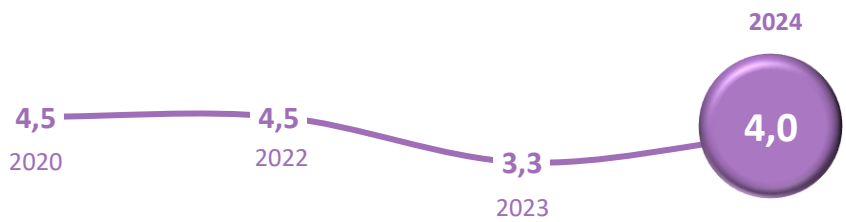
Na een daling van de ISI-score in 2023 is het beeld dat Groningers van Groningen hebben het afgelopen jaar weer **positiever** geworden.



Verdeling ISI-scores 2024

### Niet-Groningers

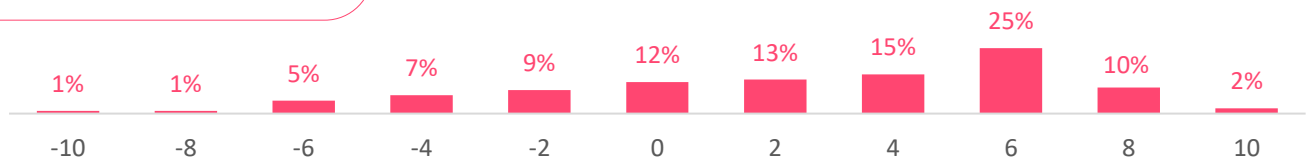
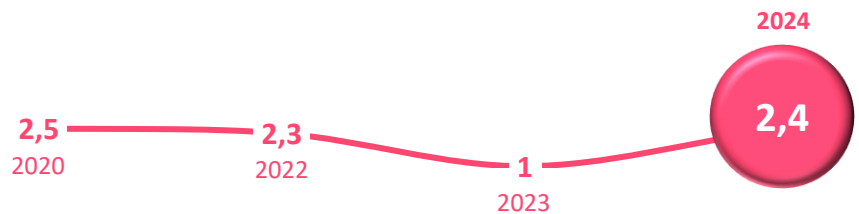
Na een daling van de ISI-score in 2023 is het beeld dat niet-Groningers van Groningen het afgelopen jaar ook weer **positiever** geworden.



Verdeling ISI-scores 2024

### Groningers over niet-Groningers

Groningers denken net als voorgaande jaren dat niet-Groningers veel **negatiever** over Groningen denken dan in werkelijkheid het geval is. In 2024 is de verwachte score 2,4 terwijl de werkelijke score 4,0 is.



Verdeling ISI-scores 2024

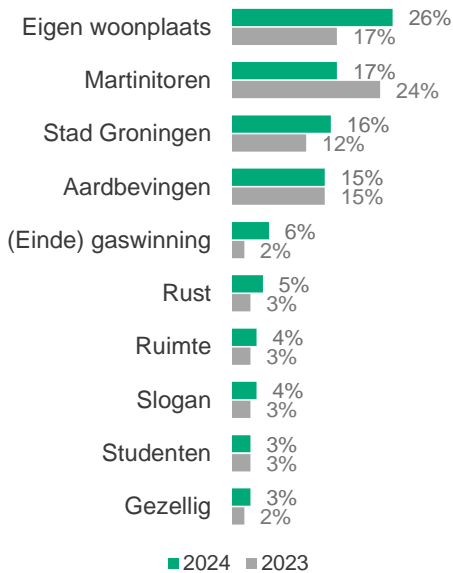


# Het imago van de provincie Groningen

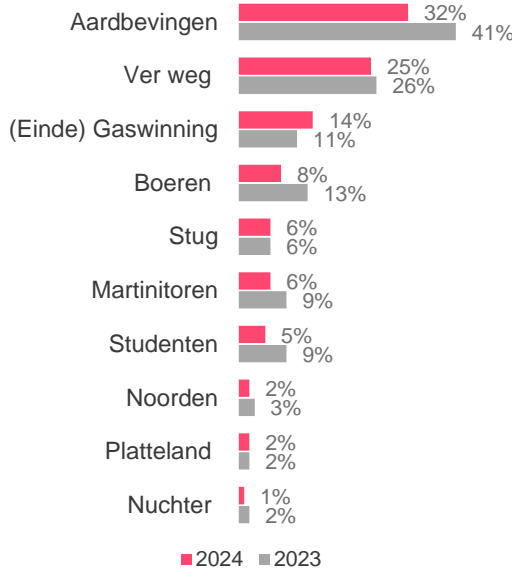


## Spontane associaties bij Groningen (top 10 van eerstgenoemde associaties)

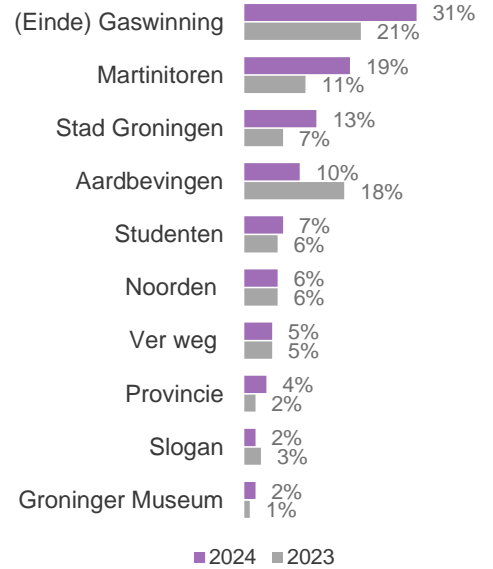
### Groningers over Groningen



### Verwachting van Groningers over beeld van niet-Groningers



### Niet-Groningers over Groningen

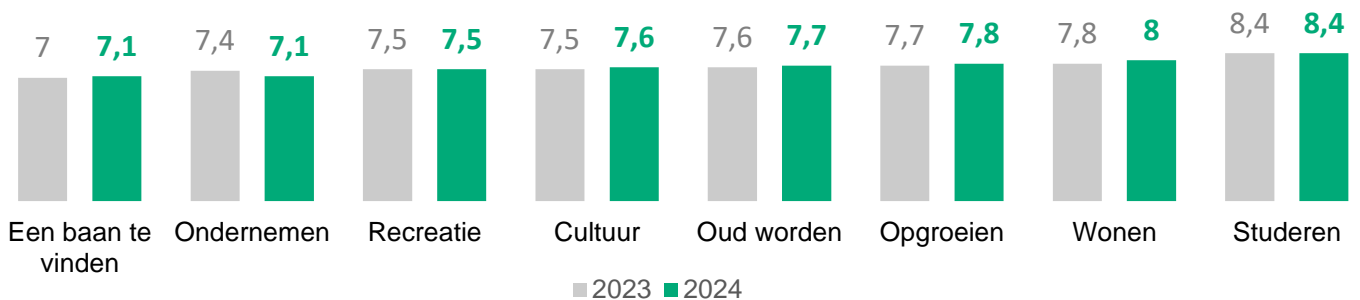


## Het beeld van Groningen op specifieke aspecten

(schaal van 0 – 10, dus geen rapportcijfer)

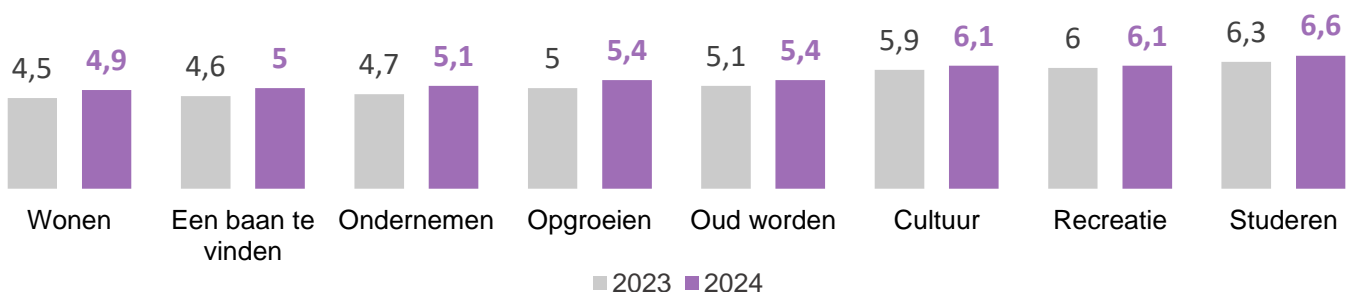
Groningers beoordelen de meeste aspecten in 2024 iets beter dan in 2023.

### Groningers over Groningen



Niet-Groningers beoordelen alle aspecten in 2024 beter dan in 2023.

### Niet-Groningers over Groningen





# Het imago van de provincie Groningen



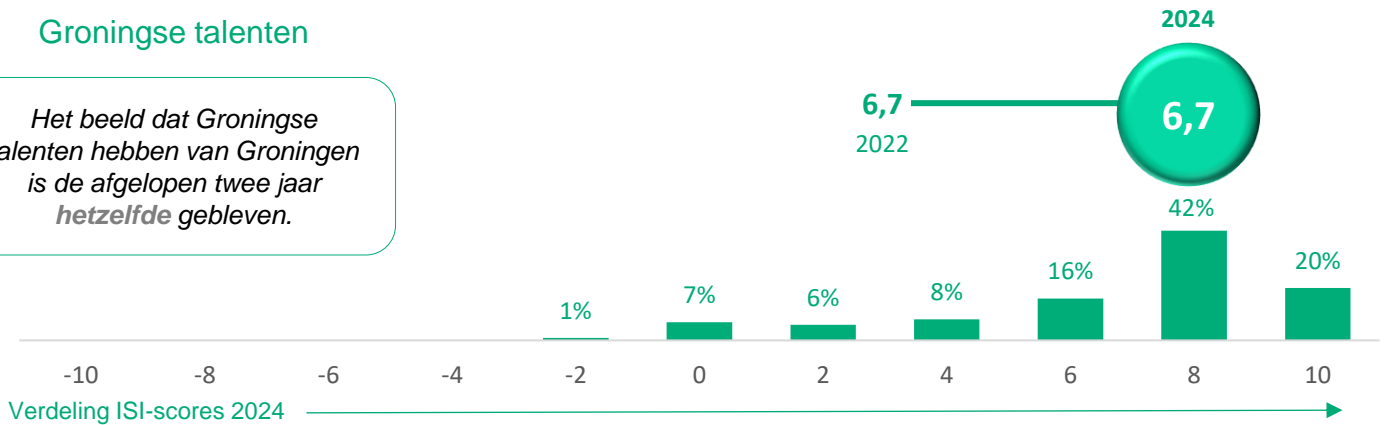
## Het beeld van Groningen (ISI-score)

Doelgroep: talenten

De Image Sentiment Indicator (ISI) drukt het oordeel over het huidige imago van Groningen uit op een schaal van min 10 tot plus 10 en is dus **geen** rapportcijfer.

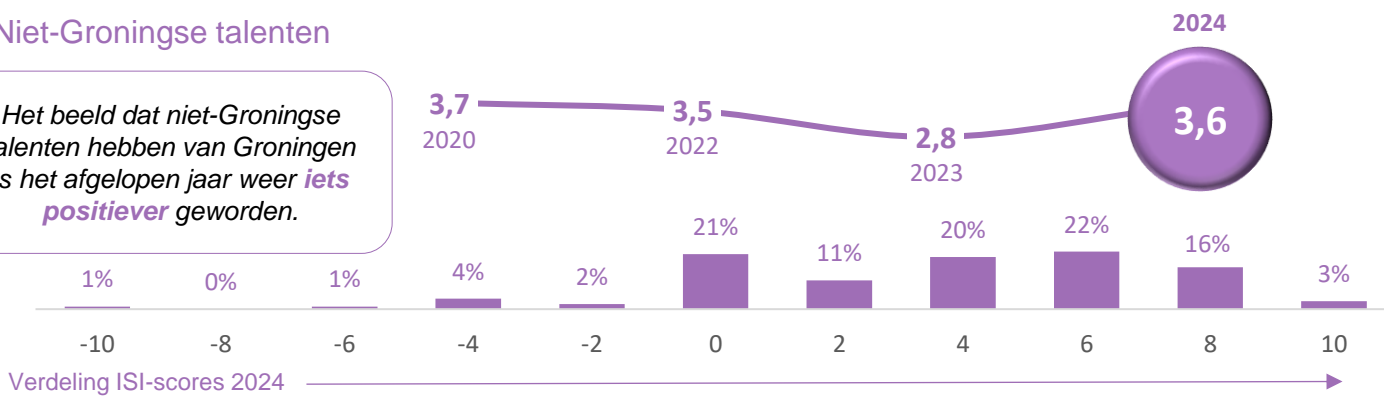
### Groningse talenten

Het beeld dat Groningse talenten hebben van Groningen is de afgelopen twee jaar hetzelfde gebleven.



### Niet-Groningse talenten

Het beeld dat niet-Groningse talenten hebben van Groningen is het afgelopen jaar weer iets positiever geworden.

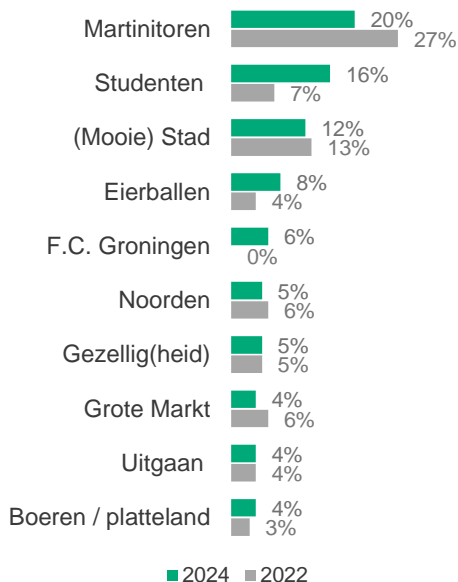


## Spontane associaties bij Groningen

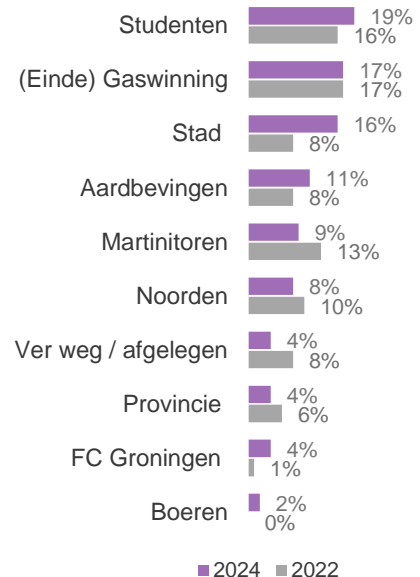
Doelgroep: talenten

(top 10 van eerstgenoemde associaties)

### Groningse talenten over Groningen



### Niet-Groningse talenten over Groningen



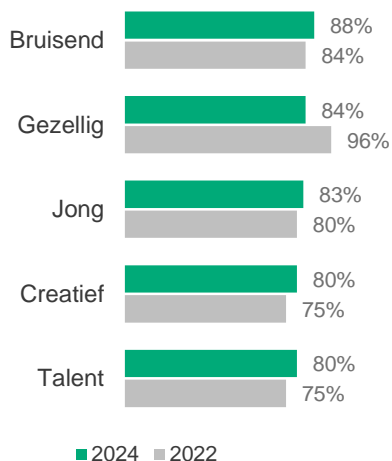
\* Groningse talenten zijn in 2020 en 2023 niet meegenomen in het onderzoek.

# Het imago van de provincie Groningen



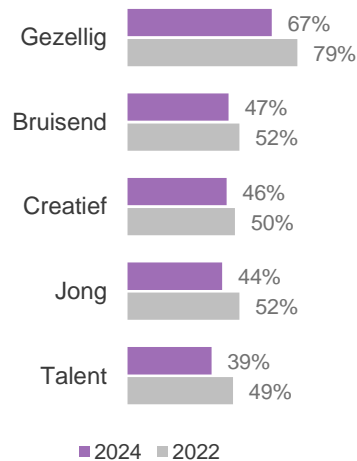
## Geholpen associaties bij Groningen Doelgroep: talenten

### Groningse talenten over Groningen



Groningse talenten zien Groningen in **sterke mate** als bruisend, gezellig, jong, talentvol en creatief.

### Niet-Groningse talenten over Groningen



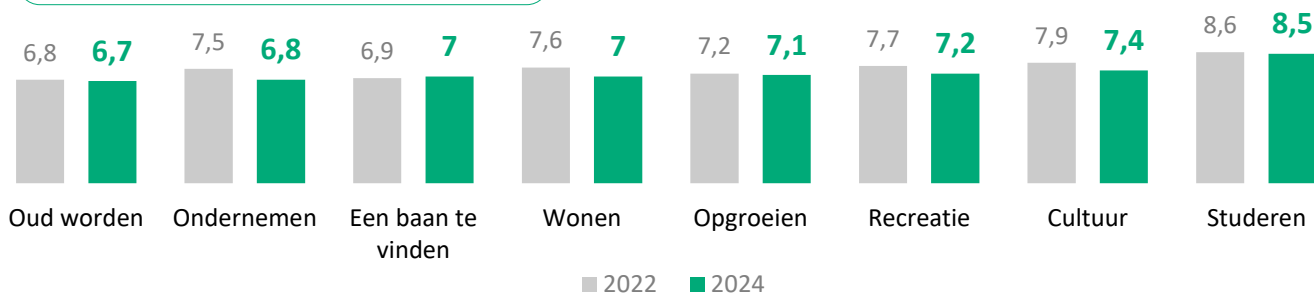
Niet-Groningse talenten zien Groningen in **redelijk sterke mate** als gezellig, bruisend, creatief, jong en talentvol.

## Het beeld van Groningen op specifieke aspecten Doelgroep: talenten

(schaal van 0 – 10, dus **geen** rapportcijfer)

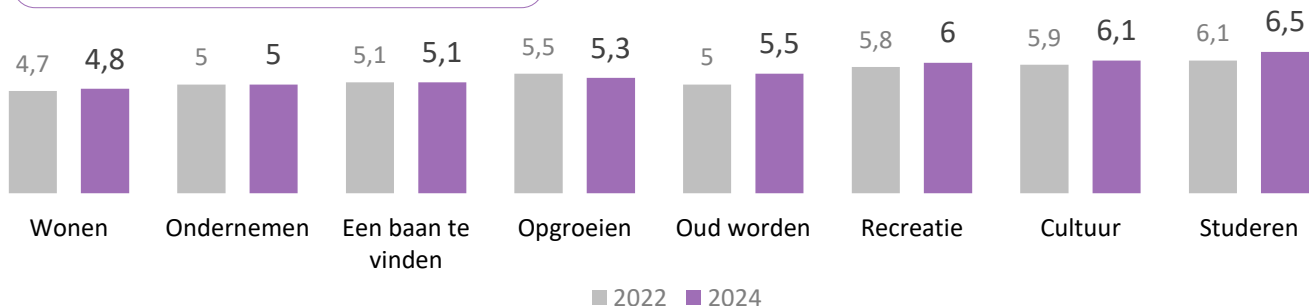
### Groningse talenten over Groningen

Groningse talenten beoordelen de meeste aspecten in 2024 iets minder goed dan in 2023.



### Niet-Groningse talenten over Groningen

Niet-Groningse talenten beoordelen vooral het studeren en oud worden beter dan in 2022.



# Het imago van de provincie Groningen

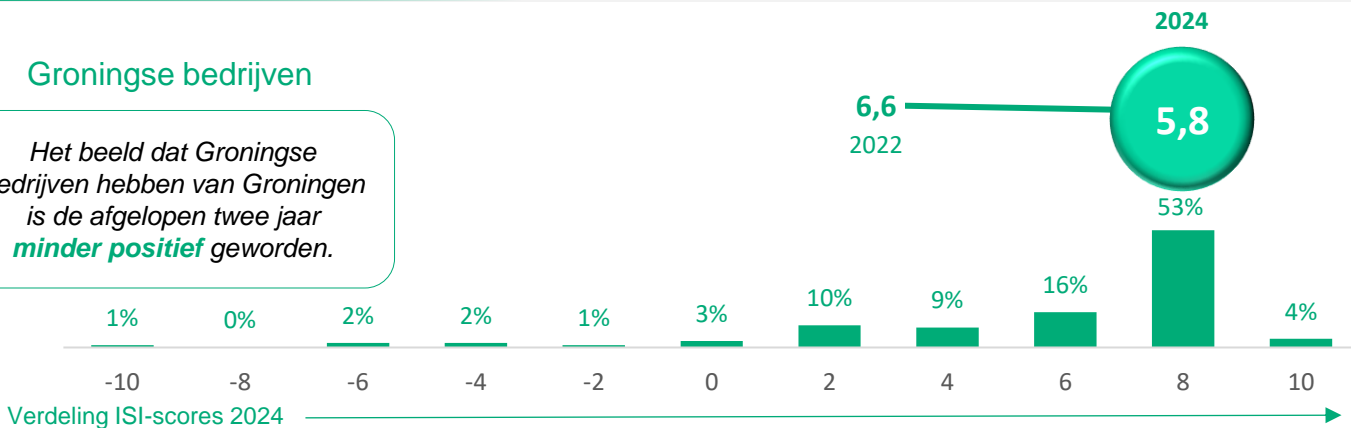


## Het beeld van Groningen (ISI-score) Doelgroep: bedrijven

De Image Sentiment Indicator (ISI) drukt het oordeel over het huidige imago van Groningen uit op een schaal van min 10 tot plus 10 en is dus **geen** rapportcijfer.

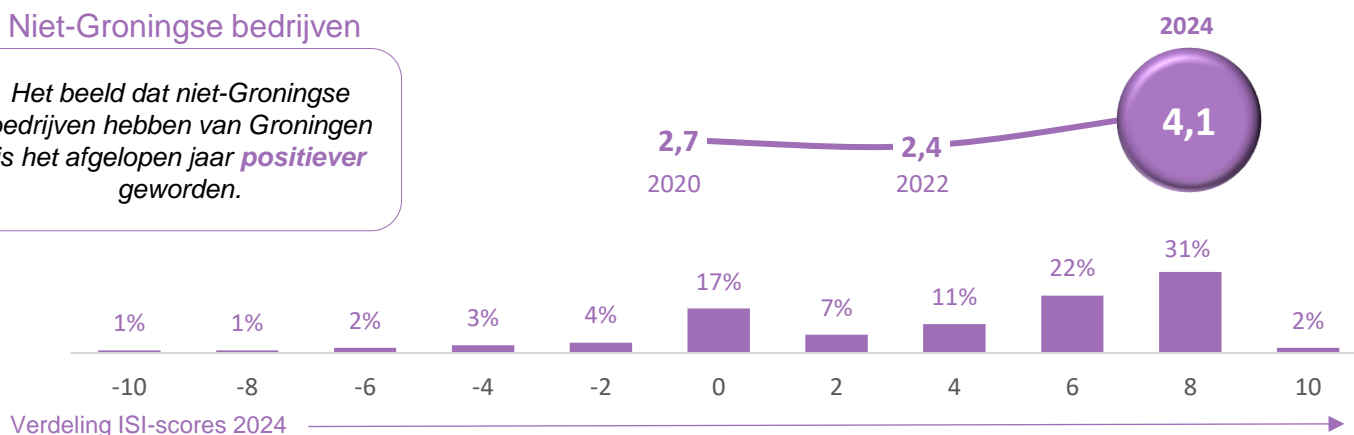
### Groningse bedrijven

Het beeld dat Groningse bedrijven hebben van Groningen is de afgelopen twee jaar **minder positief** geworden.



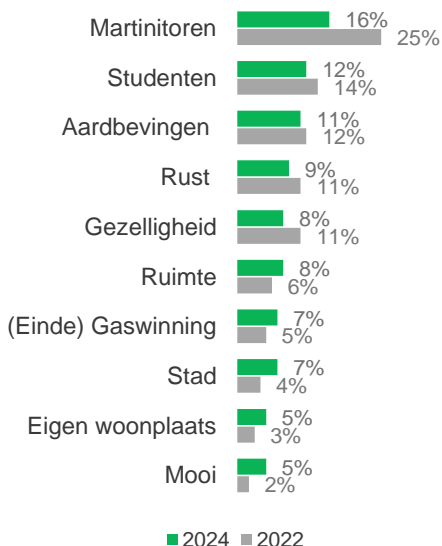
### Niet-Groningse bedrijven

Het beeld dat niet-Groningse bedrijven hebben van Groningen is het afgelopen jaar **positiever** geworden.

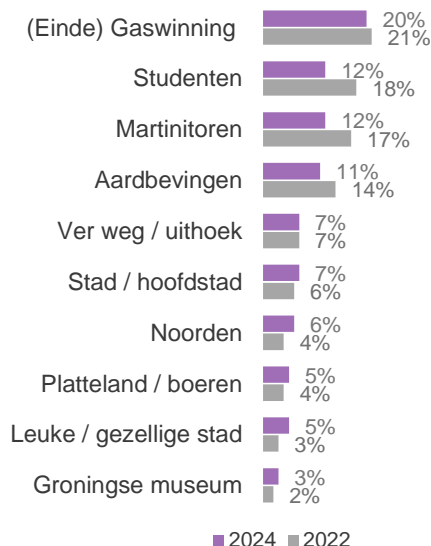


## Spontane associaties bij Groningen Doelgroep: bedrijven (top 10 van eerstgenoemde associaties)

### Groningse bedrijven over Groningen



### Niet-Groningse bedrijven over Groningen



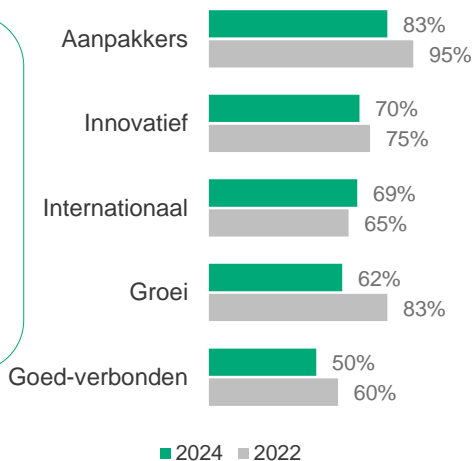
\* Groningse bedrijven zijn in 2020 niet gerapporteerd vanwege een te lage respons.

# Het imago van de provincie Groningen

## Geholpen associaties bij Groningen Doelgroep: bedrijven

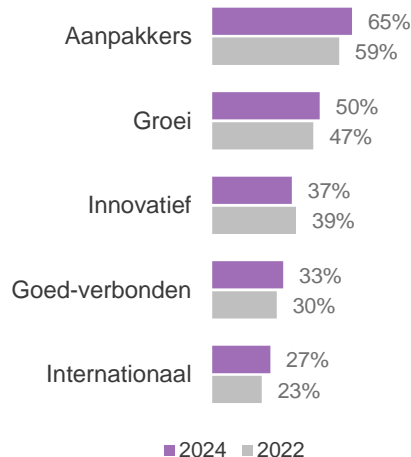
### Groningse bedrijven over Groningen

Groningse bedrijven zien Groningen in **sterke mate** als aanpakkers, innovatief, internationaal, groeiend en goed-verbonden.



### Niet-Groningse bedrijven over Groningen

Niet-Groningse bedrijven zien Groningen in **redelijk sterke mate** als aanpakkers en als groei gebied en in **minder sterke mate** als innovatief, goed verbonden en internationaal.

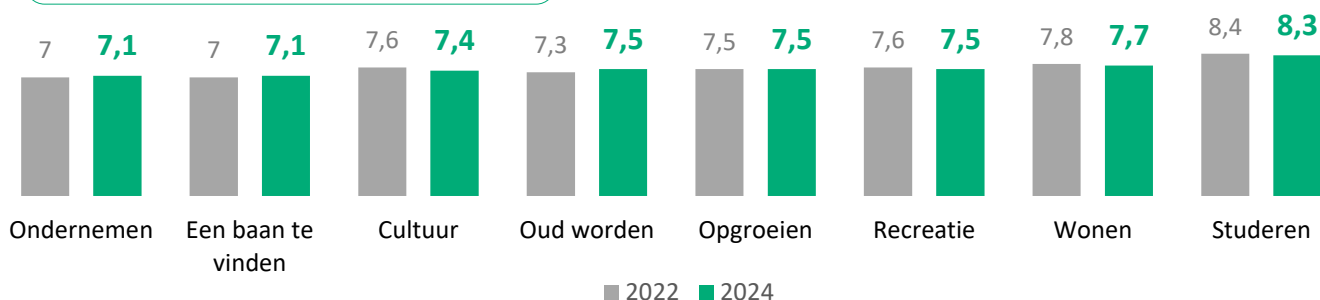


## Het beeld van Groningen op specifieke aspecten Doelgroep: bedrijven

(schaal van 0 – 10, dus **geen** rapportcijfer)

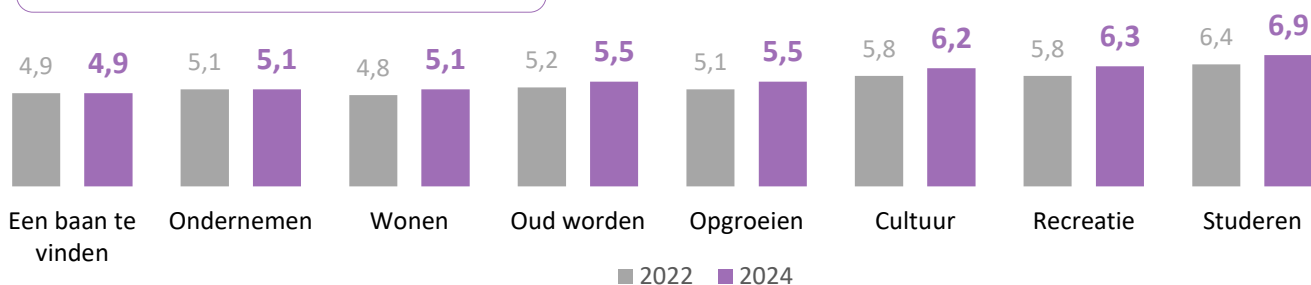
### Groningse bedrijven over Groningen

Groningse bedrijven beoordelen de economische aspecten (ondernemen, baan vinden) iets beter dan in 2022.



### Niet-Groningse bedrijven over Groningen

Niet-Groningse bedrijven beoordelen de meeste aspecten beter dan in 2022.



# Het imago van de provincie Groningen



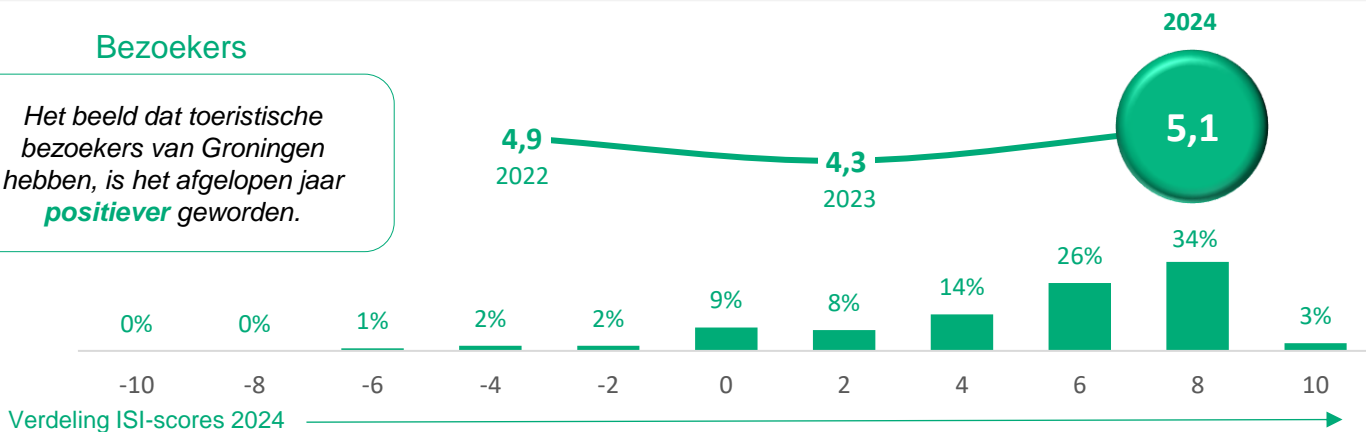
## Het beeld van Groningen (ISI-score)

Doelgroep: toeristische bezoekers\*

De Image Sentiment Indicator (ISI) drukt het oordeel over het huidige imago van Groningen uit op een schaal van min 10 tot plus 10 en is dus **geen** rapportcijfer.

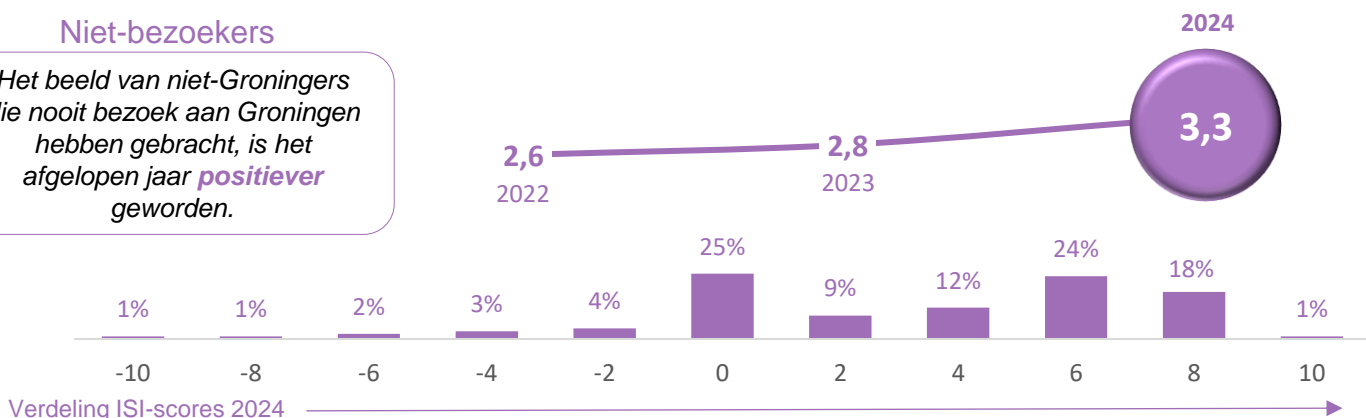
### Bezoekers

Het beeld dat toeristische bezoekers van Groningen hebben, is het afgelopen jaar **positiever** geworden.



### Niet-bezoekers

Het beeld van niet-Groningers die nooit bezoek aan Groningen hebben gebracht, is het afgelopen jaar **positiever** geworden.

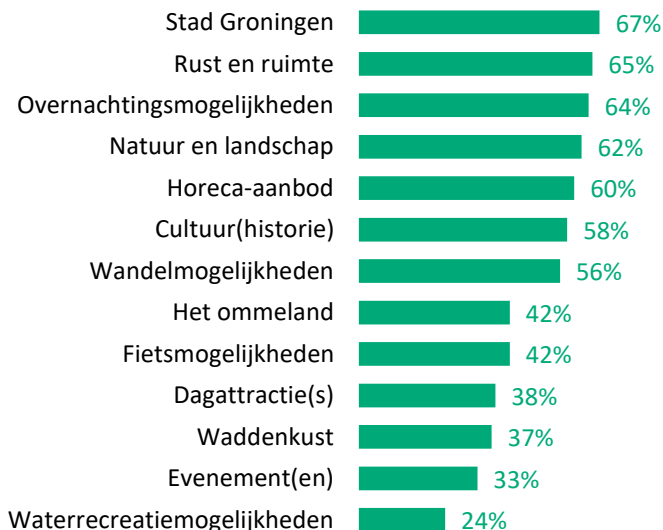


## De waardering van Groningen op specifieke aspecten

Doelgroep: toeristische bezoekers

(de percentages (heel) goede waardering zijn weergegeven)

### Waardering Groningen Toeristische bezoekers



Rapportcijfer

**7,6**

Toeristische bezoekers beoordelen hun laatste bezoek aan Groningen met een 7,6 als **rapportcijfer** (op een schaal van 1 tot en met 10).

\* Toeristische bezoekers en niet-bezoekers zijn vanaf 2022 in het onderzoek meegenomen.



# ONDERZOEKSVERANTWOORDING



## Doelgroepen

De doelgroepen niet-Groningers en Groningers zijn representatief op geslacht, leeftijd, opleiding en regio.



## Veldwerkperiode

Het veldwerk voor alle Groningers en niet-Groningers heeft gelopen van 22 april t/m 15 mei 2024. Het veldwerk voor alle bedrijven liep van 22 april tot een met 6 mei. Voor alle doelgroepen is éénmaal een reminder uitgestuurd.



## Weging

De steekproefomvang per doelgroep is voldoende groot om betrouwbare uitspraken over de populatie te doen op basis van een betrouwbaarheid van 95%. De maximale nauwkeurigheidswaarding is 5%.

De resultaten zijn gewogen op basis van de MOA Gouden Standaard.

## Respons



In totaal hebben 764 niet-Groningse bedrijven en 1.688 niet-Groningers deelgenomen aan het onderzoek, waarvan 443 talenten.



In totaal hebben 152 Groningse bedrijven en 621 Groningers deelgenomen aan het onderzoek, waarvan 205 talenten.

## Methodiek

De methodiek voor deze imagomonitor (De Image Sentiment Indicator) is ontwikkeld door Martin Boisen (For the Love of Place), Sierdjan Koster (Rijksuniversiteit Groningen) en Karel Jan Alsem en Jan Wever (Hanzehogeschool Groningen) in opdracht van Nationaal Programma Groningen. Volledige onderzoek bevat meer informatie dan weergegeven op deze factsheet. Neem voor meer informatie contact met ons op.

## Projectuitvoering

Dit onderzoek is uitgevoerd door:

**verian**

De opdracht voor dit onderzoek is verleend door:

**nationaal programma**  
**groningen**