

Groningen en de Groningers
steeds beter gewaardeerd

Effectmeting 2002
*“Er gaat niets
boven Groningen”*

Dr. W.J. Meester, Prof.dr. P.H. Pellenbarg
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen RUGroningen

Enquete effectmeting

- 600 telefonische interviews
- Nederlanders 18 jaar en ouder
- 50 per provincie
- resultaten worden “gewogen” o.b.v. inwonertal provincies

Bekendheid v.d. campagne

- 35% kent de campagne (ongewogen 36%)
 - 2000 33%
 - 1996 30%
 - 1994 24%
 - 1992 29%

● regionale verdeling (ongewogen) :

jaar	1992	1994	1996	2000	2002
noord	51	34	39	46	52
oost	25	22	29	37	33
west	30	27	30	34	36
zuid	18	19	31	31	28

FRW RUGroningen

Wat heeft men opgemerkt?

- Velen herinneren zich 'n tv spot: 42%, (was 70)
- Sommigen een advertentie: 20% (was 30)
- Steeds meer opgemerkt: radio: 29% (was 13)
- Meest opgemerkte thema's van tv of radio:
de Zwakste Schakel (14%), Giro d'Italia (8%), Groninger Museum (7%), stad Groningen (5%)
- 54% is het thema van de radio/tv spot *vergeten*

FRW RUGroningen

Associaties met "Groningen"

- Vrijwel hetzelfde als in 1992-1994-1996-2000
- De stad, *die ver weg ligt*, en de Martinitoren domineren het beeld:
 - Martinitoren 18%
 - stad Groningen 15%
 - ligging 13%
 - bedrijven 9% (was4)
 - universiteit 7%
 - landschap 5%
 - familie 4%
 - landbouw 1%

FRW RUGroningen

Bedrijven en personen die men kent

- KPN (13%), Gasunie (13%) en RUG (9%) domineren het beeld
- Ruim de helft vd respondenten weet nog steeds geen enkel bedrijf in Groningen te noemen!
- Driekwart weet geen bekende persoon uit Groningen te noemen.
- Wallage en d'Ancona zijn de bekendste Groningers (beide 7%)

FRW RUGroningen

Opgemerkte gebeurtenissen

● Spontaan genoemd:	2000	2002	geholpen
- start Giro d'Italia	-	19%	52%
- Groninger Museum	5%	10%	(Repin) 20%
- Oosterparkrellen	12%	5%	
- Referendum Grote Markt	-	3%	35%
- Moorden	4%	3%	57%
- Burgemeesterswisseling	6%	2%	
- Nieuw stadion FC Gron.	-	1%	25%
- Sluiting Hortus Haren	-	1%	
- anders	20%	16%	
- weet niets te noemen	63%	57%	

FRW RUGroningen

Schatting inwonertal stad Groningen

- Men blijft de stad onderschatten:

inwonertal	1992	'94	'96	2000	2002
0-150.000	61%	52%	47%	44%	47%
150-200.000	9%	10%	15%	12%	12%
> 200.000	9%	13%	14%	16%	23%
- Maar het wordt wel beter: de verhouding onderschatters/overschatters was in 1992 7:1 en nu nog maar 2:1
- West overschat het inwonertal 't meest
- Zuid onderschat de stad het meest

FRW RUGroningen

Reacties op 7 beweringen

- Past deze bewering bij de provincie Groningen? (c.q. Friesland, N Brabant?)
Is een provincie waar je gemakkelijk aan goed betaald werk komt
Je maakt er makkelijk contacten
Er zijn veel mogelijkheden voor vrijetijdsbesteding in de sportieve sfeer
Er zijn veel opleidingsmogelijkheden
Is een mooie provincie
Veel mogelijkheden op gebied van cultuur
Er is een goed woonklimaat

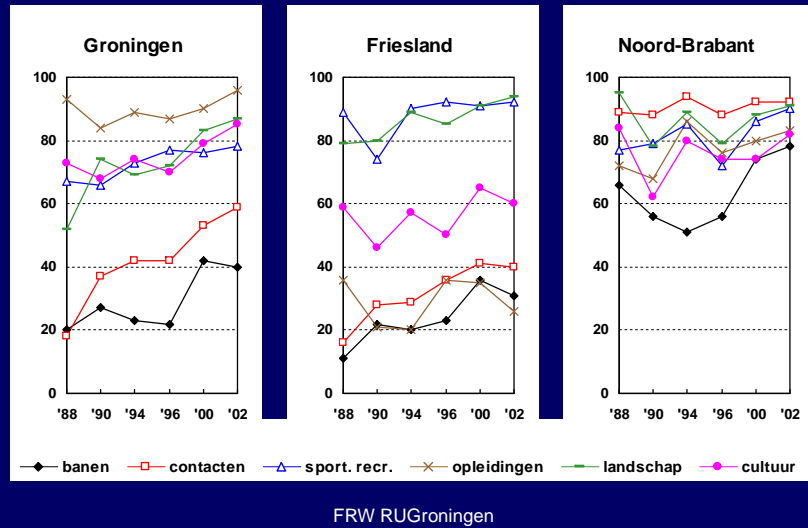
FRW RUGroningen

Kengetallen

- Profiel-kengetal:
welk deel van de respondenten heeft een mening, hetzij positief of negatief
*(heeft de provincie **überhaupt** profiel?)*
- Relatieve waarde:
welk deel van de respondenten met een mening heeft een *positieve* mening
*(heeft de provincie een **positief** profiel?)*

FRW RUGroningen

Relatieve waarde-kengetallen



Conclusies n.a.v. relatieve waarde-kengetallen

- Score bij 'opleidingen' is bijna maximaal (96%)
Ook bij woonklimaat, landschap en cultuur is de score erg hoog (>85%)
- 'Banen' scoort minder (40%) maar wel 2 maal zo hoog als om 1988
- Beeld van de 'stugge noorderling' verdwijnt: nu 60% positief tov 20% in 1988
Merkwaardig: Friesland loopt hier niet mee!
- Groningen scoort bij 'wonen' voor het eerst beter dan de 'eigen provincie' (oorzaak; West Nederland wordt steeds minder gewaardeerd)

Varia

- De helft van de respondenten herinnert zich de Girostart
- Aandacht van de dagbladen voor de Girostart: positief
- Mening bedrijfsleven over de effecten van de Girostart: loopt uiteen
- 60% van de respondenten: MZB zal een impuls geven
- Campagne Groningen 2x zo bekend als die van Zeeland

FRW RUGroningen

Conclusies

- Bekendheid campagne neemt nipt toe
- TV commercials zakken weg in herinnering
- Radiospots steeds meer opgemerkt
- Giro als evenement goed opgemerkt
- Weinig verandering in de associaties met en de kennis over Groningen
- De stad wordt steeds minder onderschat
- Beeld provincie veel positiever dan in 1988
- Beeld van stugge Groninger verdwijnt!

FRW RUGroningen

Aanbevelingen

- Doorgaan met de campagne
- Slagzin handhaven, herhalen, inprenten
- Medium TV (weer) inschakelen?
- Sport en cultuur zijn winners
- Doe meer met het thema economie
- Benadruk daarbij de menselijke factor
- PM: landschap en wonen zijn óók positieve waarden van Groningen

FRW RUGroningen