

Economisch Binnenstad Onderzoek Groningen 2025

OIS Groningen

Publicatie: oktober 2026

OIS Groningen

BASIS VOOR BELEID

Inhoudsopgave

1	**Inleiding**	**4**
1.1	Aanleiding	4
1.2	Onderzoeksopzet	4
1.3	Leeswijzer	5
2	**Algemeen profiel**	**6**
2.1	Respons	6
2.2	Achtergrond respondenten	6
3	**Verblijfstoeristen gemeente Groningen**	**10**
3.1	Herkomst verblijfstoeristen	10
3.2	Type onderkomen	11
3.3	Aantal nachten	11
3.4	Waardering onderkomen	12
4	**Bezoek binnenstad**	**14**
4.1	Bezoekredenen binnenstad	14
4.2	Activiteiten binnenstad	15
4.3	Verblijfsduur binnenstad	15
4.4	Frequentie bezoek binnenstad	17
4.5	Gezelschap	19
4.6	Bezoek regio Groningen en Sontplein	20
5	**Waardering binnenstad**	**22**
5.1	Onderscheidende aspecten van de binnenstad	22
5.2	Waardering binnenstad	22
5.3	Waardering verschillende aspecten van de binnenstad	23

6 **Bestedingen** 26

6.1 Bestedingen per persoon per dag 26

7 **Wanneer geven bezoekers meer uit?** 29

8 **Samenvatting** 31

Colofon 33

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

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

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

1.2 Onderzoeksopzet

Bezoekers zijn op verschillende locaties in de binnenstad benaderd door enquêteurs om mee te doen aan het onderzoek. Naast een goede spreiding over de binnenstad is gekozen voor locaties waar relatief veel bezoekers passeren, om het veldwerk zo effectief en efficiënt mogelijk uit te voeren. De locaties staan weergegeven in tabel 1. Om een zo volledig mogelijk beeld van het functioneren van de binnenstad te krijgen, heeft dit onderzoek een jaar lang gelopen, van januari 2025 tot en met januari 2026.

Tabel 1. Enquête locaties 2025-2026

locatie	korte vragenlijst	reguliere vragenlijst	totaal
Grote Markt	486	148	634
Vismarkt	813	224	1.037
Nieuwe Markt	422	99	521
Zuiderdiep/Herestraat	338	142	480
Zuiderdiep/Folkingestraat	390	156	546
Astraat/Brugstraat	238	87	325
Oude Ebbingestraat/Nieuwe Ebbingestraat	355	117	472
Sint Jansstraat	400	13	413
Zwanestraat/Oude Kijk in 't Jatstraat	263	84	347
Museumplein/Stationsplein/Groninger Museum	341	468	809
	4.046	**1.538**	**5.584**

Vragenlijsten

Om inzicht te krijgen in de bezoekredenen zijn bezoekers van de binnenstad op straat benaderd om mee te doen aan het onderzoek. Hierbij is gestuurd op een evenwichtige samenstelling van de doelgroepen, zodat de verdeling van respondenten over de verschillende jaren zoveel mogelijk vergelijkbaar bleef. Er is hierbij niet

specifiek geselecteerd op het land of de plaats van herkomst van verblijfstoeristen. De sturing op doelgroepen kan indirect wel van invloed zijn geweest op de verdeling naar herkomst.

Twee enquêteversies zijn gebruikt: (a) een reguliere vragenlijst en (b) een verkorte versie van de reguliere vragenlijst. Beide vragenlijsten waren in drie talen beschikbaar: Nederlands, Duits en Engels. De reguliere vragenlijst is door middel van een persoonlijk interview afgenomen. De korte vragenlijst is zoveel mogelijk persoonlijk afgenomen, maar bij grote drukte is deze ook verspreid en door respondenten zelf ingevuld, waarna gecontroleerd door de enquêteur.

In totaal zijn circa 5.500 interviews afgenomen, waarvan ongeveer 1.500 met de reguliere vragenlijst. De enquêtes zijn niet gelijkmatig over het jaar verspreid. Relatief gezien zijn de meeste enquêtes afgenomen in april, tijdens de zomermaanden en in december. Het aantal afgenomen vragenlijsten varieerde per locatie. Van de reguliere vragenlijsten zijn de meeste afgenomen op de Vismarkt en de minste in de Sint Jansstraat. Er is geen informatie beschikbaar over het tijdstip van afname.

Doelgroepen

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

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

1.3 Leeswijzer

Dit rapport is verdeeld in meerdere hoofdstukken. In hoofdstuk 2 wordt het algemene profiel van de respondent weergegeven, zoals de aantallen per doelgroep, gemiddelde leeftijd en herkomst. In hoofdstuk 3 wordt er dieper ingegaan op verblijfstoeristen in de gemeente Groningen. Hoofdstuk 4 gaat over het bezoek aan de binnenstad; hoelang de respondenten er verbleven, wat voor activiteiten ze hebben gedaan en hoe vaak ze er vertoeven. De waardering van de binnenstad en haar verschillende aspecten wordt geanalyseerd in hoofdstuk 5. Hoeveel de respondenten hebben besteed in de binnenstad komt terug in hoofdstuk 6. Hier zijn alle respondenten meegenomen, ook de respondenten die niet in de gemeente overnachten. Tot slot wordt er in hoofdstuk 7 een korte samenvatting van het rapport gegeven. Waar mogelijk worden de resultaten van 2025 vergeleken met de resultaten van voorgaande onderzoeksjaren.

2 Algemeen profiel

2.1 Respons

In tabel 2 is de respons per vragenlijst weergegeven. Zowel het totaal aantal respondenten als de verdeling over de verschillende typen vragenlijsten is per onderzoeksjaar grotendeels stabiel gebleven. Met een totaal van 5.584 respondenten in 2025 is de steekproef omvangrijk genoeg om betrouwbare uitspraken te doen over de bezoekers van de binnenstad.

Tabel 2. Aantal respondenten per soort vragenlijst

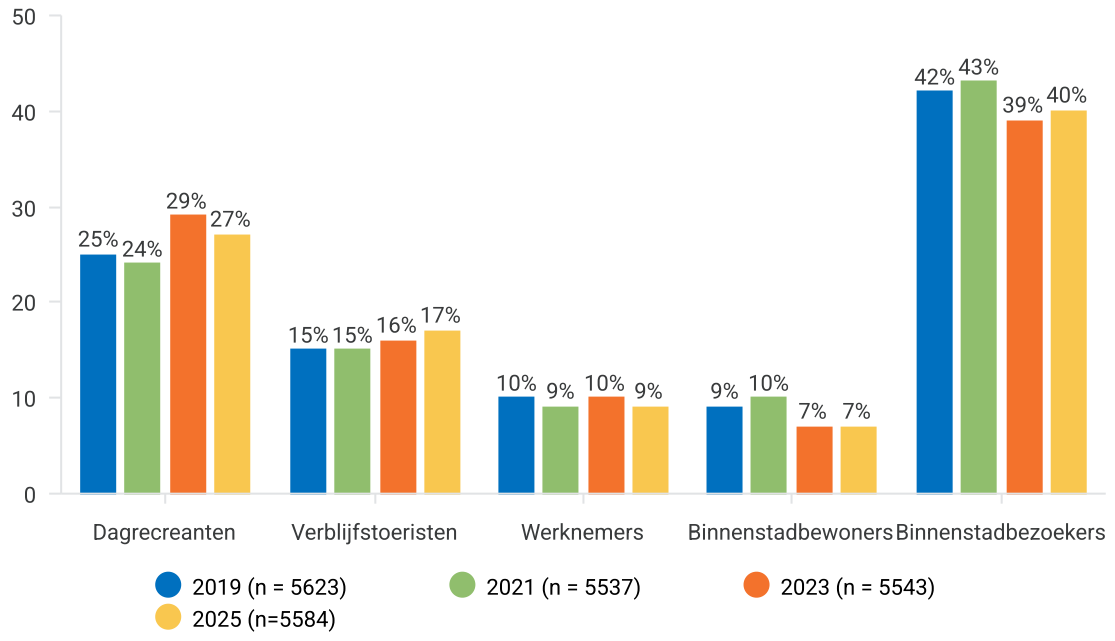
	Korte vragenlijst	Reguliere vragenlijst	totaal
2019	4.051	1.572	5.623
2021	4.032	1.531	5.563
2023	4.015	1.528	5.543
2025	4.046	1.538	5.584

2.2 Achtergrond respondenten

Verdeling doelgroepen

In figuur 1 is de verdeling van de verschillende doelgroepen weergegeven per onderzoeksjaar. Het merendeel van de respondenten zijn binnenstadbezoekers, gevolgd door dagrecreanten.

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



Deze verdeling geeft de verdeling van de respondenten in het onderzoek weer en is niet bedoeld als representatie van het totale straatbeeld in de binnenstad.

Herkomst respondent

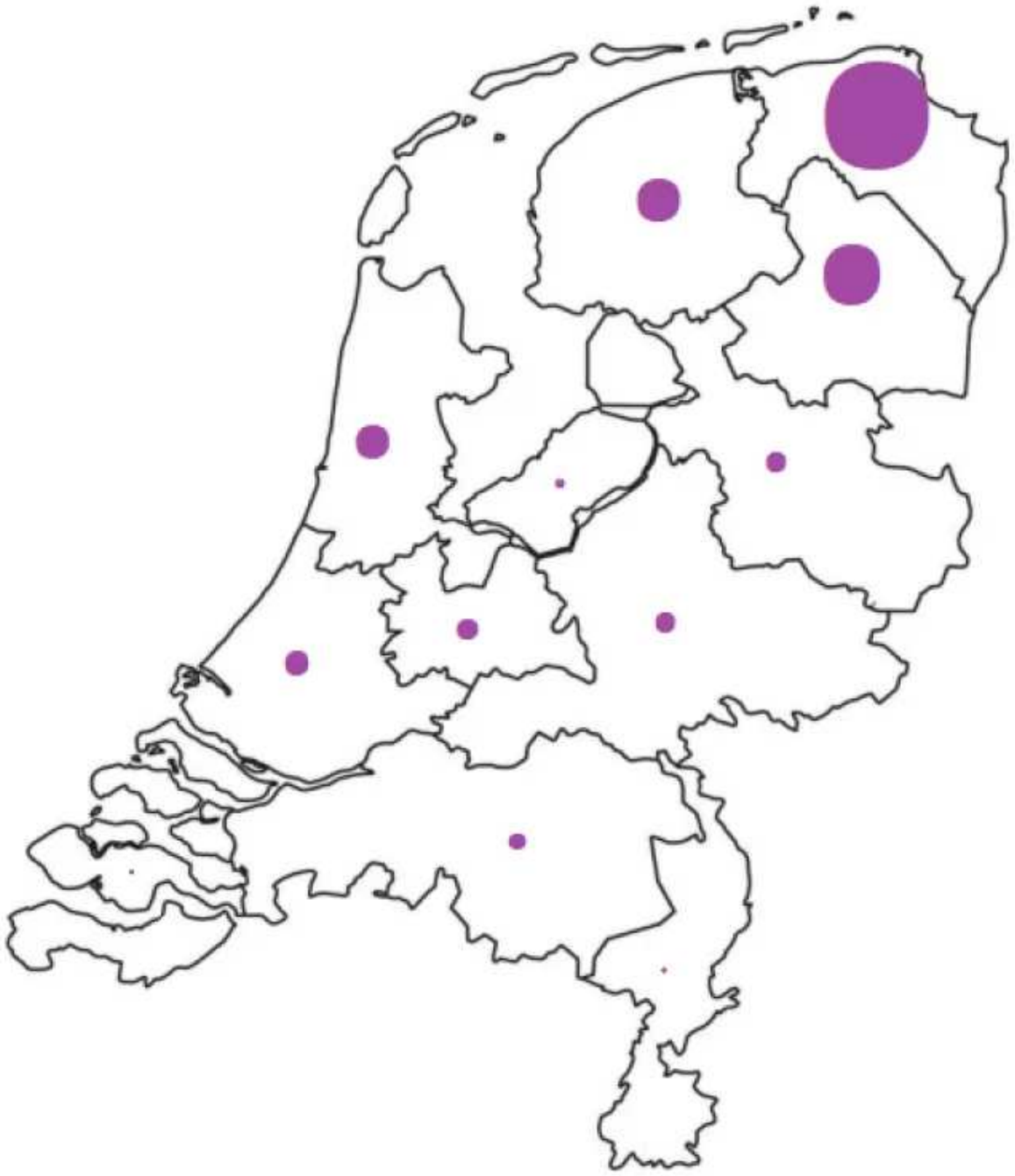
Tabel 3 toont de herkomst van alle respondenten. Het merendeel van de respondenten komt uit Nederland, 12% uit Duitsland en de overige respondenten uit andere landen. Vanaf 2021 zien we meer respondenten uit Duitsland en een lichte afname van het percentage respondenten uit de gemeente Groningen zelf. Figuur 2 toont de herkomst van de Nederlandse respondenten.

Tabel 3: Herkomst respondent

	Gemeente Groningen	Nederland	Duitsland	België	Overig buitenland
2021	42%	45%	7%	0%	4%
2023	38%	46%	10%	1%	5%
2025	36%	45%	12%	1%	5%

N 2019 = 5.623; N 2021 = 5.563; N 2023 = 5.543; N 2025 = 5.584

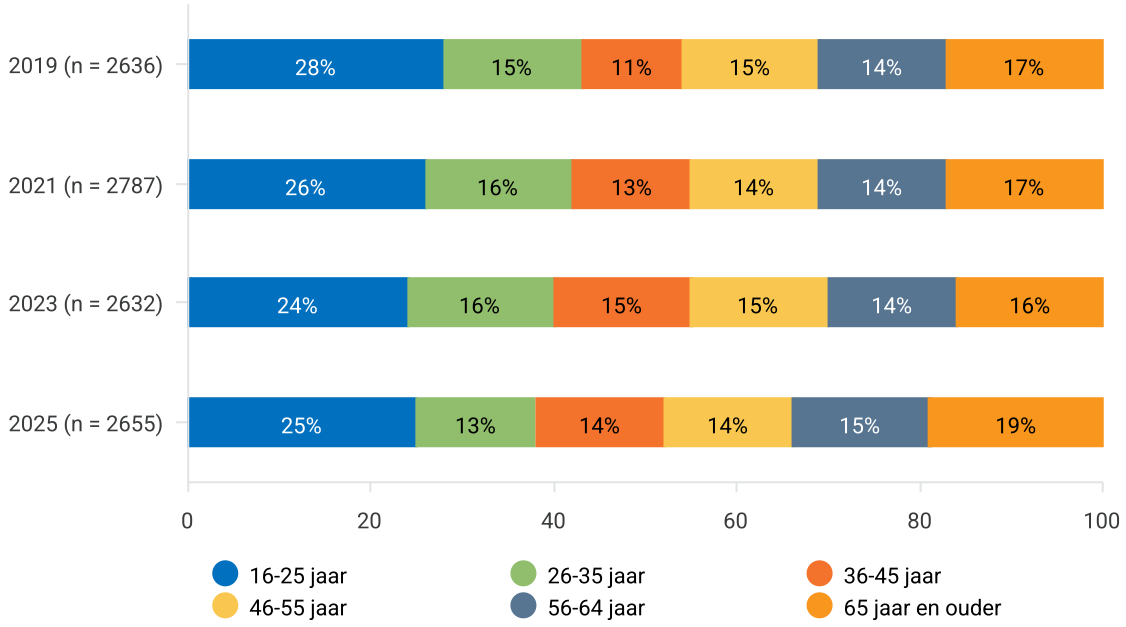
Figuur 2: Herkomst Nederlandse respondenten in 2025



Leeftijd respondent

Figuur 3 laat de verdeling van de respondenten naar leeftijd zien. Een kwart van de respondenten is tussen de 16 en 25 jaar. De rest van de leeftijdsgroepen zijn redelijk gelijk verdeeld en verschilt weinig tussen onderzoeksjaren.

Figuur 3: Leeftijdsverdeling respondenten



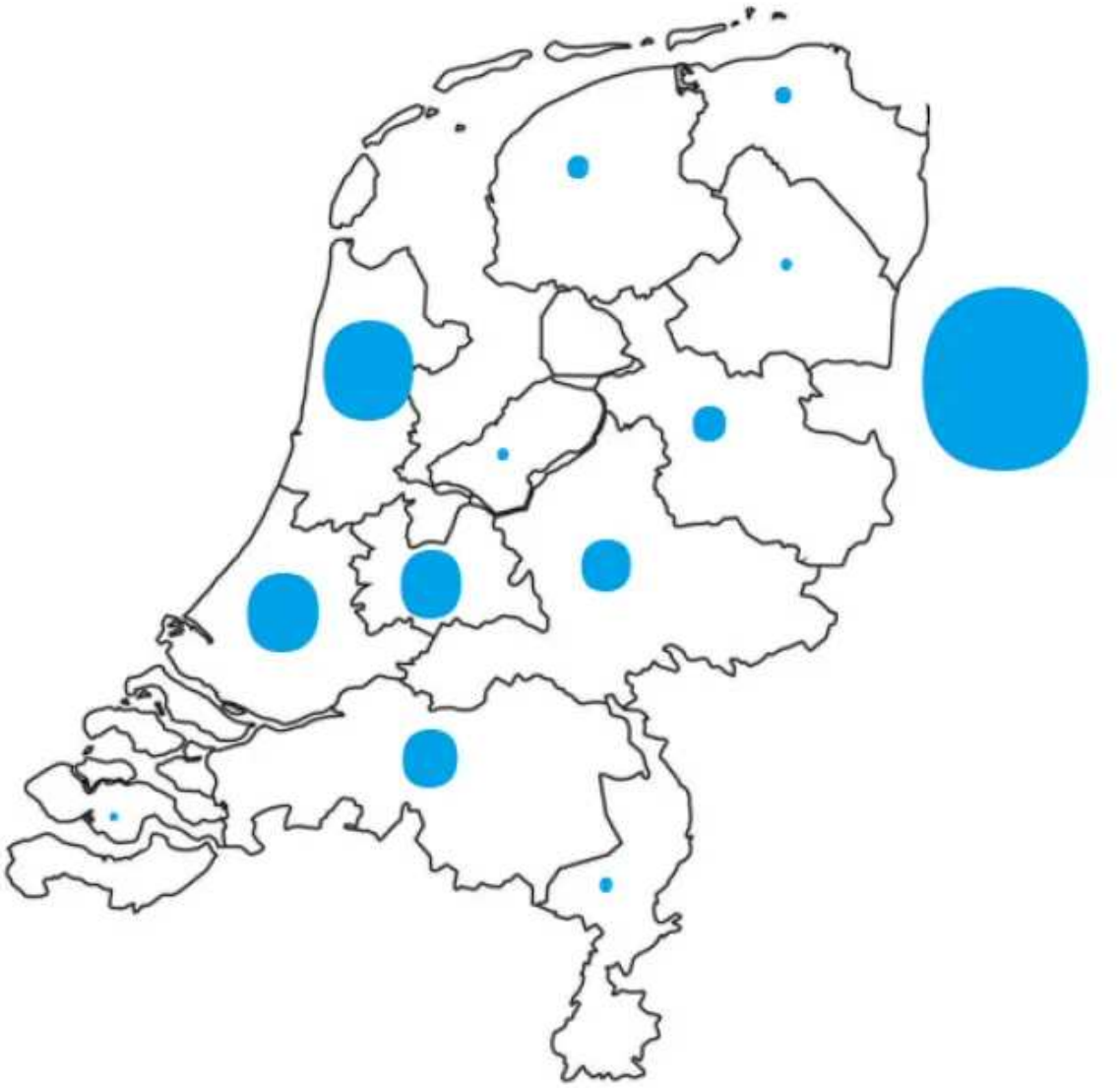
3 Verblijfstoeristen gemeente Groningen

In dit hoofdstuk kijken we alleen naar verblijfstoeristen: een bezoeker met een recreatief bezoekmotief die in de gemeente Groningen overnacht, maar niet in de gemeente woont. In 2025 was 17% van de respondenten, dat zijn 949 respondenten, verblijfstoerist in de gemeente.

3.1 Herkomst verblijfstoeristen

Van de verblijfstoeristen komt 54% uit Nederland, 24% uit Duitsland, 4% uit België en 18% uit een ander land. Figuur 4 toont de herkomst van de verblijfstoeristen die in de gemeente Groningen overnachten in het onderzoek van 2023. De meeste Nederlandse verblijfstoeristen komen uit Noord-Holland, Zuid-Holland, Brabant en Gelderland.

Figuur 4: Aandeel Nederlandse en Duitse verblijfstoeristen in 2025

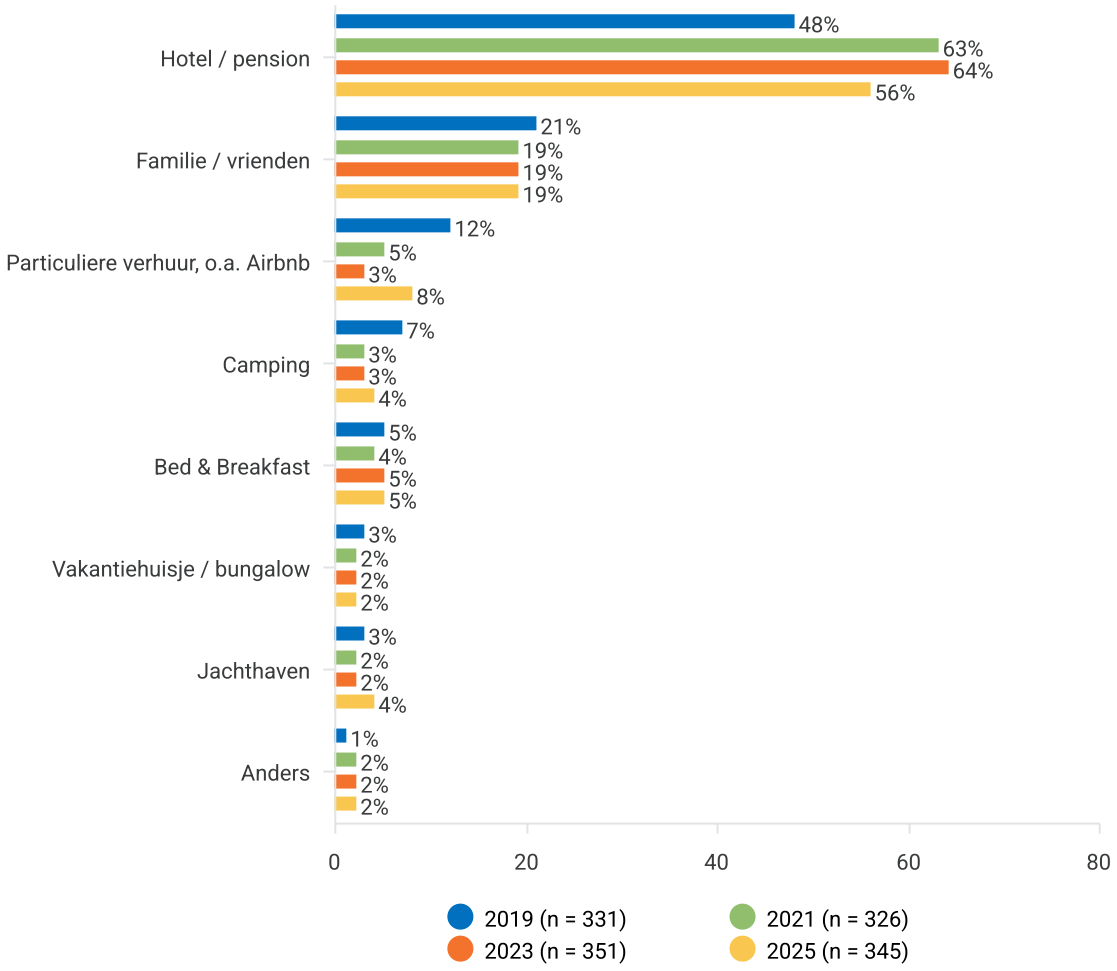


3.2 Type onderkomen

Aan de verblijfstoeristen is gevraagd van welk type onderkomen ze gebruik maken, zie daarvoor figuur 5. Hotel/pension is binnen deze doelgroep veruit de meest gebruikte accommodatievorm. Het aandeel steeg sterk van 48% in 2019 naar 64% in 2023 en daalde vervolgens naar 56% in 2025, maar blijft daarmee duidelijk dominant.

Verblijven bij familie of vrienden blijft relatief stabiel rond de 19% à 21%. Particuliere verhuur, zoals Airbnb, nam eerst af tussen 2019 en 2023, maar laat in 2025 weer een stijging zien naar 8%. Andere accommodatievormen, zoals campings, vakantiehuisjes en jachthavens, worden door een relatief klein deel van de verblijfstoeristen gebruikt en blijven door de jaren heen vrij stabiel.

Figuur 5: Type onderkomen van verblijfstoeristen tussen 2019-2025



3.3 Aantal nachten

Verblijfstoeristen verbleven in 2019 gemiddeld 5,6 nachten in de gemeente Groningen. In 2021 en 2023 daalde de gemiddelde verblijfsduur naar respectievelijk 3,4 en 2,6 nachten, wat mogelijk te maken heeft met (de nasleep van) COVID-19. In 2025 is vervolgens een duidelijke stijging zichtbaar naar gemiddeld 7,6 nachten. Daarmee ligt de gemiddelde verblijfsduur in 2025 aanzienlijk hoger dan in de voorgaande meetjaren.

De gemiddelde verblijfsduur verschilt sterk per accommodatievorm (zie tabel 4). Hotels en pensions kennen in alle meetjaren de kortste verblijfsduur, met gemiddeld ongeveer twee tot drie nachten. Ook bij Bed & Breakfasts, campings en vakantiehuisjes is de verblijfsduur relatief kort. Verblijven bij familie of vrienden duren doorgaans wat langer. Deze verblijfsduur bedroeg in 2019 gemiddeld zes nachten, maar is in 2025 gedaald naar gemiddeld drie nachten.

Verblijfstoeristen die gebruikmaken van particuliere verhuur, zoals Airbnb, verblijven er gemiddeld aanzienlijk langer. In 2019 bedroeg de gemiddelde verblijfsduur 15,9 nachten en in 2025 liep dit op tot 31,3 nachten. Dit hoge gemiddelde wordt sterk beïnvloed door enkele respondenten die gedurende het gehele jaar een accommodatie huurden. Wanneer deze respondenten buiten beschouwing worden gelaten, bedraagt de gemiddelde verblijfsduur bij particuliere verhuur in 2025 4,2 nachten.

Voor enkele andere accommodatievormen, zoals jachthavens en vakantiehuisjes, is het aantal verblijfstoeristen beperkt. Hierdoor kunnen individuele uitschieters relatief veel invloed hebben op het gemiddelde. De cijfers over de gemiddelde verblijfsduur per accommodatievorm moeten daarom, met name bij kleinere aantallen respondenten, met enige voorzichtigheid worden geïnterpreteerd.

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

	2019	2021	2023	2025
Familie/vrienden	6,4	4,7	4,1	2,9
Camping	10,0	2,3	2,5	3,4
Vakantiehuisje/bungalow	4,8			
Hotel/pension	2,6	2,3	2,0	2,0
Particuliere verhuur (o.a. AirB&B)	15,9	3,1	2,8	31,3
Bed & Breakfast	3,3	1,5	2,6	2,2
Jachthaven				15,1

N 2019 = 10-160; N 2021 = 10-207; N 2023 = 10-225; N 2025 = 14-192; Gemiddelden gebaseerd op minder dan 10 respondenten worden niet getoond.

3.4 Waardering onderkomen

Over het algemeen worden alle accommodatievormen positief beoordeeld door de verblijfstoeristen, met gemiddelde scores die meestal tussen de 7,4 en 9,3 liggen, zie tabel 5. Verblijf bij familie of vrienden krijgt in alle meetjaren de hoogste waardering. Ook campings, jachthavens en particuliere verhuur scoren relatief hoog. Hotels en pensions worden het vaakst gebruikt en scoren stabiel rond een 8,0. Bij enkele accommodatievormen, zoals campings en vakantiehuisjes, is het aantal verblijfstoeristen beperkt. Daardoor moeten verschillen tussen jaren voorzichtig worden geïnterpreteerd.

Tabel 5: Waardering per type onderkomen van verblijfstoeristen per onderzoeksjaar

	2019	2021	2023	2025
Familie/vrienden	8,8	9,0	9,3	9,0
Camping	8,4		8,1	7,4
Vakantiehuisje/bungalow	8,1			
Hotel/pension	8,1	8,1	7,9	7,9
Particuliere verhuur (o.a. AirB&B)	8,4	8,0	7,6	8,1
Bed & Breakfast	8,1	7,4	7,8	7,8

N 2019 = 10-156; N 2021 = 10-200; N 2023 = 10-209; N 2025 = 11-177; Waarderingen van <10 personen worden niet getoond

4 Bezoek binnenstad

4.1 Bezoekredenen binnenstad

In 2025 zijn winkelen/shoppen (51%), horecabezoek (35%) en culturele/toeristische activiteiten (31%) de drie belangrijkste redenen om de binnenstad te bezoeken. Hiermee blijft winkelen de belangrijkste bezoekreden, al is het aandeel sinds 2019 geleidelijk afgenomen (van 61% in 2019 naar 51% in 2025).

Het belang van horecabezoek is in dezelfde periode juist toegenomen. Waar in 2019 nog 27% van de bezoekers horeca als bezoekreden noemde, steeg dit naar 41% in 2023. In 2025 ligt dit aandeel met 35% iets lager dan in 2023, maar nog steeds duidelijk hoger dan in 2019. Dit bevestigt de ontwikkeling dat horeca een steeds belangrijkere rol speelt in het functioneren van de binnenstad.

De categorie cultuur en toerisme is door de jaren heen relatief stabiel en neemt in 2025 met 31% een stevige derde positie in. Opvallend is dat daarnaast de rol van de markt als bezoekreden verschuift. Waar dit in 2019 nog door 24% van de respondenten werd genoemd, is dit aandeel in latere jaren afgenomen naar 10%, met een kleine opleving naar 15% in 2025.

Tabel 6: Belangrijkste bezoekreden binnenstad 2019-2025

	2019	2021	2023	2025
Winkelen	61%	53%	58%	51%
Horeca	27%	36%	41%	35%
Cultuur	25%	33%	31%	31%
Wonen	22%	15%	15%	17%
Markt	24%	15%	10%	15%
Werken	15%	13%	14%	14%
Familie	11%	12%	14%	14%
Studie	13%	12%	11%	13%
Evenement	4%	2%	6%	5%

N 2019 = 5.504; N 2021 = 5.434; N 2023 = 5.336; N 2025 = 5.229

Bezoekredenen naar doelgroep

Tabel 7 laat de belangrijkste bezoekredenen per doelgroep in 2025 zien. Aangezien wonen voor binnenstadbewoners en werken voor werknemers de belangrijkste redenen zijn om de binnenstad te bezoeken, zijn deze doelgroepen niet meegenomen.

De belangrijkste bezoekredenen verschillen per doelgroep. Voor dagrecreanten is winkelen/shoppen de belangrijkste reden van bezoek (56%), gevolgd door cultuur/toerisme (54%). Verblijfstoeristen noemen juist cultuur/toerisme het vaakst als belangrijkste bezoekreden (64%), gevolgd door winkelen (46%). Hierbij is het tevens waard om te benoemen dat horeca voor deze doelgroep op een derde plek staat met 45%. Binnenstadbezoekers onderscheiden zich doordat naast winkelen/shoppen (60%) ook horeca (30%) een belangrijke rol speelt als tweede bezoekreden.

Tabel 7: Belangrijkste bezoekredenen binnenstad naar doelgroep in 2025

	1e bezoekreden	2e bezoekreden
Dagrecreanten	Winkelen/shoppen (56%)	Cultuur/toeristisch (54%)
Verblijfstoeristen	Cultuur/toeristisch (64%)	Winkelen (46%)
Binnenstadbezoekers	Winkelen/shoppen (60%)	Horeca (30%)

N Dagrecreanten = 1.414; N Verblijfstoeristen = 910; N Binnenstadbezoekers = 2.012

4.2 Activiteiten binnenstad

In de enquête is ook gevraagd naar de activiteiten die de respondent die dag heeft ondernomen. Sinds 2021 is horecabezoek de dominante activiteit in de binnenstad, dit is niet veranderd in 2025. Winkelen is sinds 2021 de meest gekozen tweede activiteit. De activiteiten die daarnaast het meest worden ondernomen, verschillen per onderzoeksjaar (zie tabel 8). In 2019 was dit nog een bezoek aan de markt, terwijl in 2021 het Forum relatief vaak werd bezocht. Vanaf 2023 behoort ook een bezoek aan het Groninger Museum tot de meest ondernomen activiteiten.

Tabel 8: Top drie activiteiten per onderzoeksjaar

	1e activiteit	2e activiteit	3e activiteit
2019	Winkelen/shoppen (56%)	Bezoek horeca (45%)	Bezoek markt (29%)
2021	Bezoek horeca (57%)	Winkelen/shoppen (44%)	Bezoek Forum (35%)
2023	Bezoek horeca (59%)	Winkelen/shoppen (51%)	Bezoek Groninger Museum (30%)
2025	Bezoek horeca (54%)	Winkelen/shoppen (48%)	Bezoek Groninger Museum (30%)

N 2019 = 1.321, N 2021 = 1.489, N 2021 = 1.459, N 2025 = 1.463; Meerdere activiteiten konden gekozen worden

Activiteiten naar doelgroep

In 2025 zijn duidelijke verschillen zichtbaar in de belangrijkste activiteit per doelgroep. Horeca en recreatief winkelen blijven belangrijk voor dagrecreanten, verblijfstoeristen en binnenstadbezoekers. Dit sluit aan bij het beeld uit eerdere jaren, waarin deze activiteiten voor deze doelgroepen dominant zijn gebleven. Voor werknemers geldt dat zij in de eerste plaats in de binnenstad aanwezig zijn vanwege hun werk. Binnenstadbewoners bezoeken de binnenstad in 2025 nog steeds vooral voor dagelijkse boodschappen, een patroon dat ook in eerdere jaren zichtbaar was, al is daarnaast het belang van horecabezoek toegenomen.

Ten opzichte van eerdere jaren zijn in 2025 enkele verschuivingen zichtbaar. Verblijfstoeristen bezoeken de binnenstad nog steeds vooral voor horeca, maar een bezoek aan het Groninger Museum is duidelijk belangrijker geworden en neemt inmiddels de tweede plaats in. Bij binnenstadbewoners blijft het doen van boodschappen de belangrijkste reden, maar is horeca in belang gegroeid. Binnenstadbezoekers blijven vooral komen voor winkelen en horeca, maar noemen daarnaast vaker dagelijkse boodschappen als aanvullende activiteit. Voor dagrecreanten zijn nauwelijks veranderingen zichtbaar ten opzichte van eerdere onderzoeksjaren, zij blijven vooral gericht op winkelen en horeca.

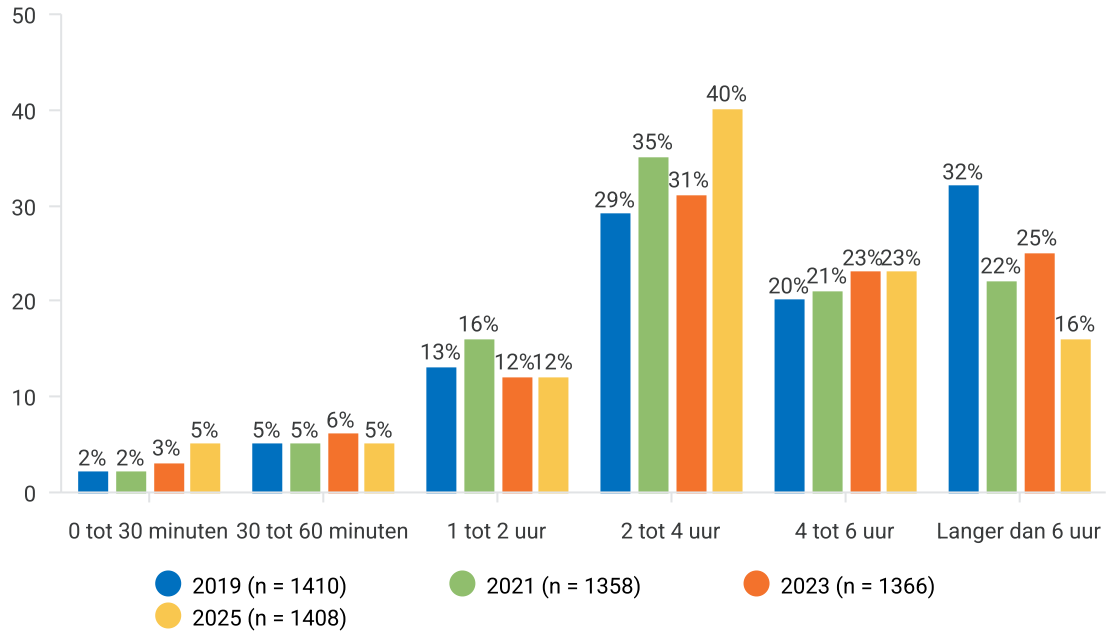
4.3 Verblijfsduur binnenstad

Wanneer alle doelgroepen gezamenlijk worden beschouwd, laat de periode 2019–2025 een duidelijke verschuiving in verblijfsduur zien (zie figuur 6). Zoals in het rapport van 2023 al beschreven, is sprake van een beweging richting kortere en meer geconcentreerde verblijven in de binnenstad. De resultaten voor 2025 laten zien dat deze ontwikkeling zich verder heeft doorgezet.

Het aandeel bezoekers dat langer dan zes uur in de binnenstad verblijft, neemt in de periode 2019-2025 sterk af: van 32% in 2019 naar 16% in 2025. Tegelijkertijd groeit het aandeel middellange verblijven. Met name het percentage bezoekers dat twee tot vier uur in de binnenstad doorbrengt, stijgt aanzienlijk, terwijl ook het aandeel verblijven van vier tot zes uur licht toeneemt. De kortste verblijven (tot één uur) blijven over het geheel genomen beperkt, maar laten in 2025 wel een lichte groei zien.

Het meetjaar 2021 wijkt enigszins af van zowel 2019 als de latere jaren, met relatief minder zeer lange verblijven en een hoger aandeel middellange bezoeken. Dit afwijkende patroon kan samenhangen met de invloed van de COVID 19 pandemie en de toen geldende beperkingen.

Figuur 6: Verblijfsduur in de binnenstad, per onderzoeksjaar



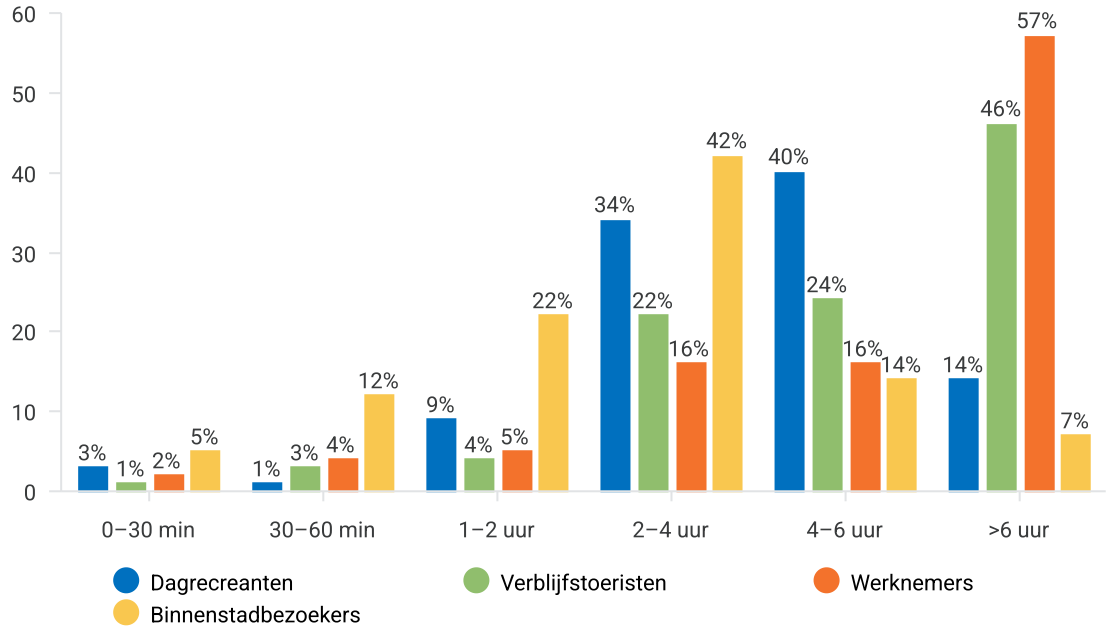
Verblijfsduur naar doelgroep

Werknemers en verblijfstoeristen verblijven structureel het langst in de binnenstad (zie figuur 7). In alle onderzochte jaren geeft een groot deel van deze doelgroepen aan langer dan zes uur in de binnenstad te zijn. Dit patroon past bij het karakter van deze groepen: werknemers brengen een volledige werkdag door in het centrum, terwijl verblijfstoeristen de binnenstad vaak als hoofd- of dagbestemming gebruiken.

Dagrecreanten verblijven gemiddeld korter dan verblijfstoeristen en werknemers, maar duidelijk langer dan binnenstadbezoekers. Zij concentreren zich vooral in de categorieën van twee tot vier uur en vier tot zes uur. Dit wijst op doelgerichte bezoeken waarbij meerdere activiteiten worden gecombineerd, zoals winkelen, horeca en culturele voorzieningen, zonder dat sprake is van een volledige dagbesteding.

Binnenstadbezoekers laten het meest compacte bezoekpatroon zien. Bij deze groep ligt het zwaartepunt duidelijk bij kortere verblijven, met name in de categorieën één tot twee uur en twee tot vier uur. Dit bevestigt het beeld van de binnenstad als een plek voor relatief korte, functionele bezoeken voor deze doelgroep.

Figuur 7: Verblijfsduur in de binnenstad, per doelgroep, in 2025



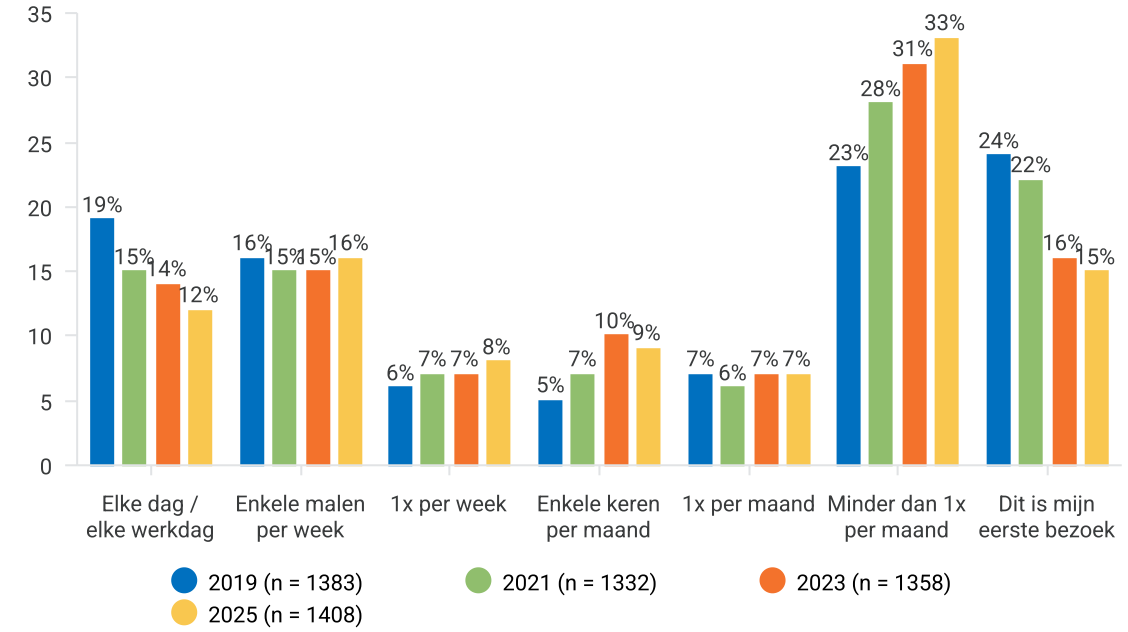
4.4 Frequentie bezoek binnenstad

Ook de bezoekersfrequentie van de binnenstad laat ten opzichte van 2019 een trendmatige daling zien (figuur 8). Het percentage bezoekers dat dagelijks of vrijwel dagelijks de binnenstad bezoekt, neemt af van 19% in 2019 naar 12% in 2025. Tegelijkertijd stijgt het aandeel bezoekers dat de binnenstad minder dan één keer per maand bezoekt, van 23% naar 33%.

Deze ontwikkeling laat zien dat de binnenstad minder vaak wordt bezocht door zeer frequente bezoekers en dat het aandeel incidentele bezoekers toeneemt. De categorieën met een wekelijkse bezoekersfrequentie blijven over de jaren heen relatief stabiel. Daarnaast neemt het aandeel bezoekers dat de binnenstad voor het eerst bezoekt duidelijk af. Het bezoek bestaat daarmee in toenemende mate uit terugkerende bezoekers, maar deze bezoekers komen gemiddeld minder frequent naar de binnenstad dan in 2019.

Wanneer de ontwikkelingen in verblijfsduur en bezoekfrequentie in samenhang worden bekeken, ontstaat het beeld van een veranderend bezoekpatroon. Bezoekers komen minder frequent naar de binnenstad en verblijven daar per bezoek ook korter. De combinatie van deze ontwikkelingen wijst op een verschuiving naar minder frequente, maar meer geconcentreerde bezoeken aan de binnenstad. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat bezoeken vaker een doelgericht en functioneel karakter hebben. Op basis van de beschikbare gegevens kan echter niet worden vastgesteld dat dit de oorzaak is van de afnemende verblijfsduur.

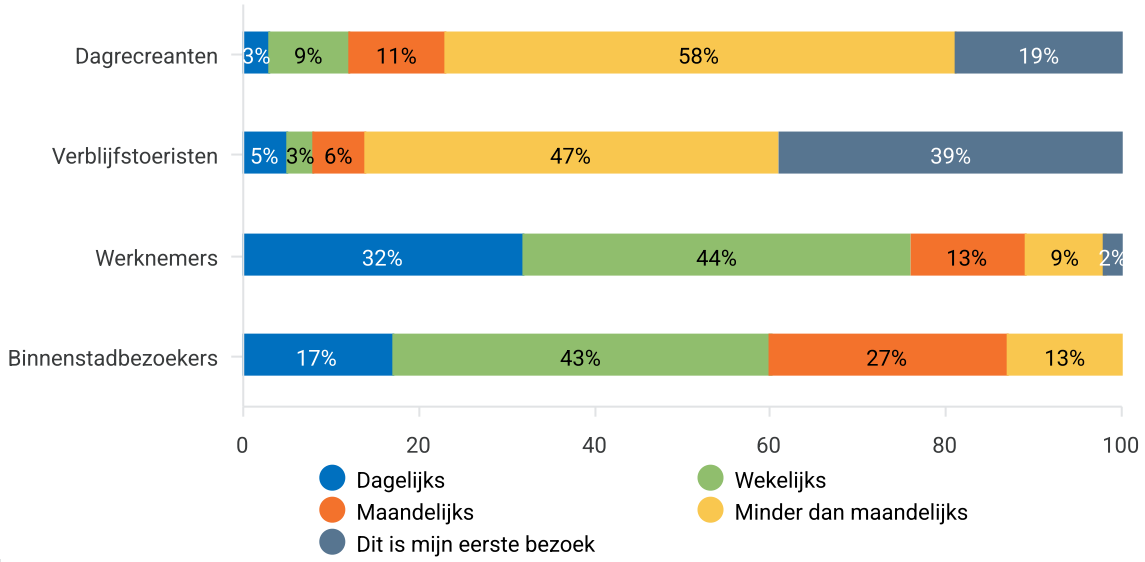
Figuur 8: Bezoekersfrequentie binnenstad per onderzoeksjaar



Bezoekersfrequentie naar doelgroep

De doelgroepen verschillen duidelijk in hun bezoekersfrequentie van de binnenstad. Verblijfstoeristen en dagrecreanten bezoeken de binnenstad in 2025 overwegend incidenteel en komen voornamelijk minder dan één keer per maand, zie figuur 9. Werknemers komen daarentegen het meest frequent, met een nadruk op (bijna) dagelijkse en wekelijkse bezoeken, wat past bij hun arbeidsgerelateerde aanwezigheid in de binnenstad.

Figuur 9: Bezoekersfrequentie in 2025 naar doelgroep



N=1.408

Zie tabel 9 voor de bezoekfrequentie van verblijfstoeristen in de periode 2019-2025. Sinds 2019 is het aandeel verblijfstoeristen dat de binnenstad voor het eerst bezoekt afgenomen, terwijl het aandeel dat minder dan één keer per maand komt is toegenomen. Dit wijst erop dat de binnenstad in toenemende mate wordt

bezocht door terugkerende verblijfstoeristen. Deze ontwikkeling suggereert dat de binnenstad relatief minder nieuwe bezoekers aantrekt en sterker leunt op herhaalbezoek.

Tabel 9: Bezoekfrequentie van verblijfstoeristen

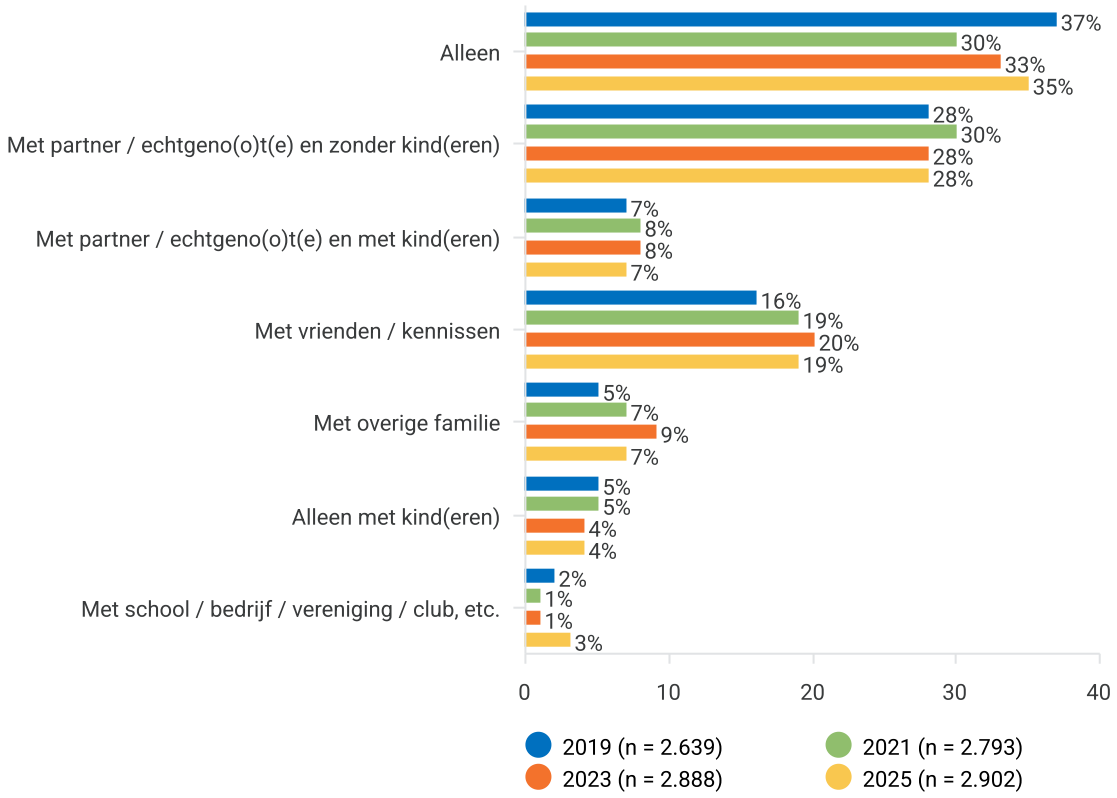
	2019 (N = 320)	2021 (N = 322)	2023 (N = 346)	2025 (N = 345)
Elke dag / elke werkdag	7%	7%	2%	5%
1x per week	1%	1%	0%	1%
Enkele keren per maand	2%	1%	2%	2%
1x per maand	3%	2%	3%	4%
Minder dan 1x per maand	29%	41%	47%	47%
Dit is mijn eerste bezoek	55%	46%	42%	39%

Ook onder binnenstadbezoekers neemt de bezoekfrequentie af over de jaren gezien. Het aandeel dagelijkse bezoekers daalt van 23% in 2019 naar 12% in 2025, terwijl het aandeel bezoekers dat minder dan één keer per maand komt, stijgt van 27% naar 33%. Tegelijkertijd neemt het aandeel eerste bezoekers sterk af, van 33% naar 15%. Binnenstadbezoekers komen daarmee minder frequent, maar bestaan, net als verblijfstoeristen, in toenemende mate uit terugkerende bezoekers.

4.5 Gezelschap

Figuur 10 geeft weer in wat voor gezelschap respondenten de binnenstad bezoeken. De meeste respondenten gaan alleen naar de binnenstad of met de partner zonder kinderen. Dit zijn met name dagrecreanten en verblijfstoeristen.

Figuur 10: Gezelschap respondenten per onderzoeksjaar



4.6 Bezoek regio Groningen en Sontplein

Bezoek regio Groningen

Aan de respondenten is gevraagd of ze ook de regio Groningen bezoeken, naast een bezoek aan de binnenstad van Groningen, zie tabel 10. De binnenstad vormt voor de meeste bezoekers een zelfstandige bestemming. Het aandeel dat wel de regio bezoekt blijft beperkt en schommelt tussen de 12% en 18%, zonder duidelijke trend over de tijd.

Het meetjaar 2021 laat een iets hoger aandeel regionale bezoeken zien dan de andere jaren, wat mogelijk samenhangt met de effecten van de COVID 19 pandemie. Daarnaast neemt het aandeel respondenten dat niet weet of zij ook de regio bezoeken af, wat kan wijzen op een duidelijker afbakening van het bezoek aan de binnenstad ten opzichte van de regio.

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

	Ja	Nee	Weet ik niet
2019 (n = 1572)	13%	78%	9%
2021 (n = 1531)	18%	75%	7%
2023 (n = 1528)	12%	84%	4%
2025 (n = 1538)	16%	80%	4%

Als we specifiek kijken naar verblijfstoeristen, zien we dat het merendeel naast de binnenstad geen andere plaatsen in de provincie Groningen bezoekt. In 2025 geeft 72% aan niet van plan te zijn elders in de provincie te komen. Dit aandeel is gelijk aan 2023. Het aandeel verblijfstoeristen dat wél andere plaatsen in de provincie bezoekt, bedraagt in beide jaren 21%. In 2021 lag dit aandeel met 26% iets hoger. Daarnaast is het aandeel verblijfstoeristen dat nog niet weet of zij andere plaatsen zullen bezoeken, afgenomen van 11% in 2019 naar 6% in 2025.

Bezoek winkelgebied Sontplein

Tevens is aan de respondenten gevraagd of ze ook het winkelgebied Sontplein bezoeken, naast een bezoek aan de binnenstad. In zowel 2023 als 2025 geeft een relatief klein aandeel respondenten aan naast de binnenstad ook winkelgebied Sontplein te bezoeken: 8% in 2023 en 10% in 2025. Het overgrote deel van de bezoekers beperkt zich dus ook hier tot de binnenstad.

Tabel 11: Percentage respondenten dat naast een bezoek aan de binnenstad ook winkelgebied Sontplein bezoekt

	Ja	Nee	Weet ik niet
2023 (N = 1.528)	8%	87%	5%
2025 (N = 1.538)	10%	86%	7%

Onder binnenstadbezoekers neemt het aandeel dat naast de binnenstad ook Sontplein bezoekt licht toe, van 11% in 2023 naar 14% in 2025. Het merendeel bezoekt Sontplein echter niet; dit aandeel daalt van 85% naar 83%. Het aandeel dat nog niet weet of zij Sontplein zullen bezoeken, blijft met 4% in 2023 en 3% in 2025 beperkt.

Ook verblijfstoeristen bezoeken Sontplein nauwelijks naast de binnenstad. In zowel 2023 als 2025 geeft 5% aan Sontplein te bezoeken. Het aandeel dat dit niet doet, neemt licht toe van 88% in 2023 naar 91% in 2025. Tegelijkertijd daalt het aandeel dat dit nog niet weet van 7% naar 4%.

5 Waardering binnenstad

5.1 Onderscheidende aspecten van de binnenstad

Zowel in 2019, 2021, 2023 als 2025 worden sfeer en gezelligheid, een groter horeca-aanbod en een groter winkelaanbod genoemd als de belangrijkste aspecten die de binnenstad van Groningen onderscheiden van andere binnensteden. Ook per doelgroep is de sfeer/gezelligheid hèt aspect dat de Groninger binnenstad onderscheidt van andere binnensteden.

1. Sfeer en gezelligheid (53%)
2. Een groter horeca aanbod (21%)
3. Een groter winkelaanbod (20%)

Een beter horeca-aanbod volgt als vierde onderscheidend kenmerk, genoemd door 15% van de respondenten. Dit wordt met name gewaardeerd door werknemers die in de binnenstad werken (20%).

5.2 Waardering binnenstad

Respondenten is gevraagd de binnenstad te waarderen op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 staat voor een zeer lage waardering en 10 voor een zeer hoge waardering (tabel 12). In 2025 beoordelen respondenten de binnenstad gemiddeld met een 7,9. Deze score ligt in lijn met de waarderingen in eerdere onderzoeksjaren en wijst daarmee op een stabiel beeld.

Tabel 12: Waardering binnenstad Groningen per onderzoeksjaar

	Rapportcijfer
2019 (N = 1.553)	8,0
2021 (N = 1.511)	8,0
2023 (N = 1.503)	7,8
2025 (N = 1.528)	7,9

Waardering binnenstad naar doelgroep

De binnenstad wordt het hoogst gewaardeerd door verblijfstoeristen; dit is over de onderzoeksjaren gelijk gebleven (zie tabel 13). Ook hier blijft het beeld stabiel over de onderzoeksjaren.

Tabel 13: Waardering binnenstad Groningen per doelgroep per onderzoeksjaar

	2019 (n = 1.553)	2021 (n = 1.511)	2023 (n = 1.503)	2025 (n = 1.528)
Dagrecreanten	8,0	8,0	7,8	7,9
Verblijfstoeristen	8,2	8,2	8,0	8,1
Werknemers	7,8	8,0	7,7	7,8
Binnenstadbewoners	8,0	8,1	7,7	7,8
Binnenstadbezoekers	7,9	8,0	7,8	7,8

Waardering binnenstad naar leeftijdsgroep

Tabel 14 laat zien dat de waardering van de binnenstad Groningen in alle leeftijdsgroepen hoog en stabiel is. In de periode 2019–2025 liggen de gemiddelde waarderingen voor alle leeftijdscategorieën rond de 8. De verschillen tussen leeftijdsgroepen zijn gering. Er is geen sprake van structurele verschillen of trends naar leeftijd. De binnenstad wordt daarmee door alle leeftijdsgroepen in brede zin positief en vergelijkbaar gewaardeerd.

Tabel 14: Waardering binnenstad Groningen per leeftijdsgroep per onderzoeksjaar

	2019 (n = 1.552)	2021 (n = 1.510)	2023 (n = 1.486)	2025 (n = 1.511)
16-25 jaar	8,0	8,1	7,9	7,9
26-35 jaar	8,0	8,2	7,9	7,9
36-45 jaar	8,1	8,0	7,7	7,9
46-55 jaar	7,9	8,1	7,8	8,0
56-65 jaar	7,9	7,9	7,8	7,9
66 jaar en ouder	7,9	7,8	7,8	7,9

5.3 Waardering verschillende aspecten van de binnenstad

Aan respondenten is gevraagd verschillende aspecten van de binnenstad te waarderen op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 staat voor een zeer lage waardering en 10 voor de hoogste waardering. Uit tabel 15 blijkt dat ook in 2025 sfeer en gezelligheid, het aanbod aan horeca, de markt en het winkelaanbod tot de hoogst gewaardeerde aspecten van de binnenstad behoren. Deze aspecten vormen daarmee, net als in eerdere onderzoeksjaren, de kernkwaliteiten van de binnenstad.

In vergelijking met 2019 liggen de waarderingen voor enkele van deze aspecten licht lager, maar ten opzichte van 2023 is het beeld grotendeels stabiel gebleven. De waardering voor het winkelaanbod laat in 2025 zelfs een lichte stijging zien ten opzichte van 2023, al blijft deze lager dan in 2019. Dit kan samenhangen met een blijvende perceptie van beperkte diversiteit binnen het winkelaanbod, zoals het aanbod aan speciaalzaken, boetiekjes en grotere winkelketens, waarop later in dit rapport nader wordt ingegaan.

Aspecten die betrekking hebben op parkeren en bereikbaarheid per auto worden in alle onderzoeksjaren het laagst gewaardeerd. Parkeertarieven, parkeermogelijkheden en bereikbaarheid per auto blijven duidelijke aandachtspunten, waarbij in 2025 geen wezenlijke verbetering zichtbaar is ten opzichte van eerdere metingen. Daarentegen laten onderdelen als bewegwijzering en overzichtelijkheid en stallingsmogelijkheden voor fietsen een lichte verbetering zien.

Tabel 15: Waardering aspecten binnenstad per onderzoeksjaar

	2019 (N = 1.553)	2021 (N = 1.511)	2023 (N = 1.503)	2025 (N = 1.528)
Sfeer/ gezelligheid	8,4	8,5	8,3	8,3
Aanbod horeca	8,3	8,3	8,2	8,2
Bereikbaarheid per fiets	-	8,4	8,2	8,2
Markt	8,1	8,2	8,0	8,1
Bereikbaarheid per ov	-	8,1	7,9	7,9
Winkelaanbod	7,9	7,9	7,7	7,8
Aanbod culturele voorzieningen	7,6	7,7	7,7	7,6
Service en bediening/ gastvrijheid	8,0	7,9	7,7	7,9
Winkelkwaliteit	7,8	7,8	7,6	7,7
Aanbod evenementen	7,5	7,2	7,5	7,4
Aanbod verblijfsaccommodaties	7,3	7,4	7,5	7,3
Bewegwijzering/ overzichtelijkheid	7,4	7,5	7,4	7,7
Schoonheid en netheid van de stad	7,4	7,4	7,3	7,2
Aanbod toeristische dag attracties	7,3	7,3	7,3	7,3
Stallingsmogelijkheden van uw fiets	6,9	7,3	7,3	7,3
Parkeermogelijkheden	6,5	6,7	6,8	6,8
Bereikbaarheid per auto	6,7	6,6	6,4	6,9
Parkeertarieven	5,4	5,4	5,7	5,7
Gemiddelde waardering	**8,0**	**8,0**	**7,8**	**7,9**

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

Waardering verschillende aspecten van de binnenstad naar doelgroep

In 2025 is per doelgroep een vergelijkbaar beeld zichtbaar als in 2023. Voor alle doelgroepen worden sfeer en gezelligheid, het aanbod van horeca en winkels, de markt en de bereikbaarheid per fiets en openbaar vervoer het hoogst gewaardeerd. Daartegenover staan parkeermogelijkheden, parkeertarieven en de bereikbaarheid per auto, die door alle doelgroepen het laagst worden beoordeeld.

Verblijfstoeristen beoordelen de meeste aspecten van de binnenstad opnieuw iets positiever dan andere doelgroepen, terwijl werknemers en binnenstadbewoners gemiddeld iets kritischer zijn. De verschillen tussen doelgroepen blijven echter beperkt en het algemene beeld is stabiel ten opzichte van eerdere onderzoeksjaren.

Gewenste toevoegingen aan de binnenstad

Aan de respondenten is gevraagd wat voor soort winkels of concepten ze nog missen in de binnenstad. Uit de open antwoorden blijkt dat respondenten vooral een gemis ervaren in het winkelaanbod (zie tabel 16). Met name het ontbreken van een warenhuis of vergelijkbare winkels wordt vaak genoemd, evenals het missen van grotere (inter)nationale kledingketens, zoals Pull & Bear en Uniqlo. Daarnaast geven veel respondenten aan behoefte te hebben aan meer gespecialiseerde en kwalitatieve winkels, waaronder kledingzaken voor oudere doelgroepen, mannenmode en boetiekjes. Respondenten zijn daarbij op zoek naar persoonlijke, creatieve en onderscheidende winkeltjes. Ook vintage- en kringloopwinkels vormen een duidelijke behoefte binnen de binnenstad.

Het horeca aanbod vormt het tweede belangrijke thema in de open antwoorden. Hierbij worden diverse concepten genoemd, waarbij vooral de wens naar meer diversiteit en betaalbare horeca naar voren komt. Daarnaast wordt ook behoefte uitgesproken aan meer entertainment binnen de horeca, zoals jazzcafés en horeca met livemuziek.

Tabel 16: Gewenste toevoegingen aan de binnenstad in 2025 (naar thema)

Thema	Voorbeelden	Totaal indicatie
Meer en diversere kledingwinkels	Pull & Bear, Uniqlo, Monki, Hollister, Brandy Melville, OFM, Purdey, kledingwinkels voor 40+, herenwinkels, schoenenzaken, grotere maten, gespecialiseerde modezaken	Veruit het meest genoemd
Onafhankelijke winkels & boetiekjes	Boetiekjes, lokale ondernemers, conceptstores, zelfstandige winkels, ambachtelijke winkels, unieke winkels, eenmanszaken	Zeer vaak genoemd
Warenhuis/ grote publiekstrekkers	V&D, Bijenkorf, warenhuis, Primark, IKEA, MediaMarkt	Regelmatig genoemd
Vintage, tweedehands & kringloop	Vintage winkels, Episode, kringloopwinkels, tweedehands winkels	Regelmatig genoemd
Internationale keuken	Aziatisch, Japans, Koreaans, Italiaans, streetfood, foodcourt, tapas, Five Guys, Taco Bell	Regelmatig genoemd
Horeca & cafés	Meer cafés, koffiezaken, lunchrooms, terras aan het water, jazzcafé, bruine cafés, sportcafés, dansgelegenheden	Meerdere keren genoemd
Betaalbare horeca	Goedkope koffie, betaalbare restaurants, studentenkantine	Meerdere keren genoemd
Vegetarisch/vegan aanbod	Vegan restaurants, vegan winkels, gezond eten	Meerdere keren genoemd
Cultuur & activiteiten	Festivals, evenementen, theater, livemuziek, musea, workshops	Meerdere keren genoemd
Boeken & muziek	Boekwinkels, De Slegte, muziekwinkel, platenzaak	Meerdere keren genoemd
Woon-, hobby- en speciaalzaken	Kookwinkels, modelbouw, fournituren, antiek, elektronicazaak, gereedschap, speelgoed	Enkele keren genoemd
Studie- en werkplekken	Studieplekken, koffie-werkplekken, stadskamerconcept	Enkele keren genoemd
Voorzieningen openbare ruimte	Openbare toiletten, speelplekken, schaduw, terrassen aan het water, toegankelijkheid	Enkele keren genoemd

6 Bestedingen

6.1 Bestedingen per persoon per dag

Figuur 11 laat de bestedingen zien die de respondenten naar schatting op de dag van het interview hebben uitgegeven. Hier zijn alleen de respondenten meegenomen die ook daadwerkelijk geld hebben uitgegeven. De bestedingen in 2021-2025 zijn gecorrigeerd voor inflatie, waarbij 2019 als basisjaar is gebruikt. Gemiddeld is er per persoon op de dag van het interview in 2019 €37 uitgegeven, in 2021 €45, in 2023 €49 en in 2025 €48.

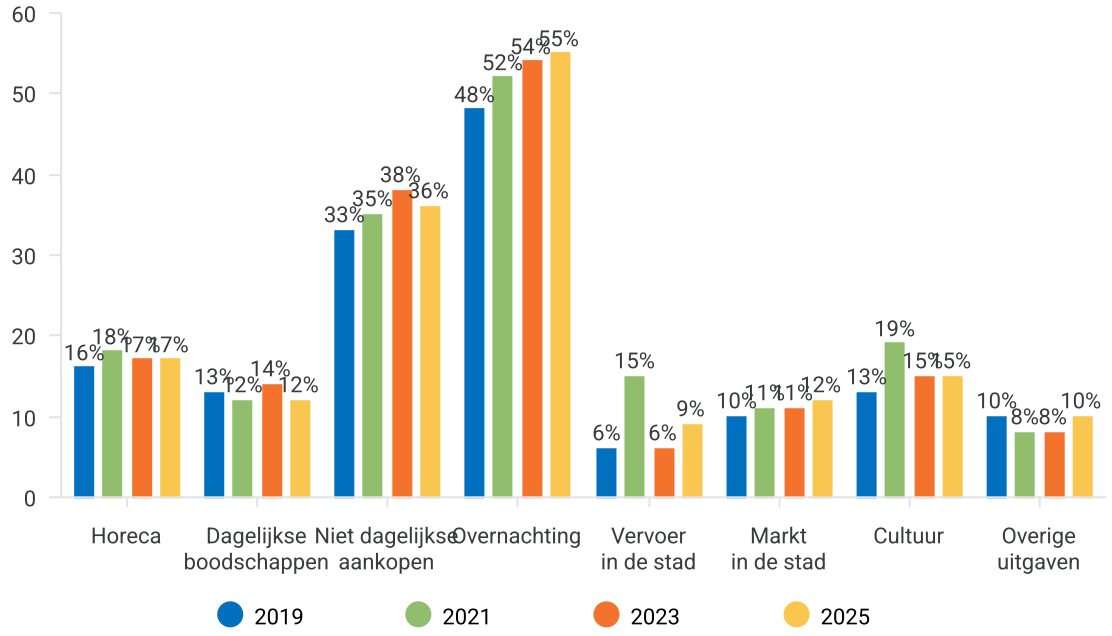
Uit de inflatie-gecorrigeerde analyse van de uitgaven in de stad komen duidelijke trends naar voren. De totale uitgaven per persoon namen toe van €37 in 2019 naar €49 in 2023. In 2025 is sprake van een lichte daling naar €48 per persoon. Daarmee lijken de bestedingen zich na de sterke groei in de afgelopen jaren te stabiliseren.

De uitgaven aan horeca en markten blijven, gecorrigeerd voor inflatie, relatief stabiel over de jaren heen. Ook dagelijkse boodschappen laten slechts beperkte veranderingen zien. Dit wijst erop dat basisuitgaven van bezoekers grotendeels constant blijven.

Bij niet-dagelijkse aankopen en overnachtingen is daarentegen sprake van een structurele stijging. De uitgaven aan overnachtingen stegen van €48 in 2019 naar €55 in 2025, terwijl niet-dagelijkse aankopen toenamen van €33 naar €36. Dit duidt op een blijvende interesse in stedelijk toerisme, recreatie en winkelbezoek.

De uitgaven aan vervoer in de stad en cultuur lieten een duidelijke piek zien in 2021, waarschijnlijk samenhangend met hogere kosten en het herstel van activiteiten na de coronaperiode. In de jaren daarna vlakken deze uitgaven weer af. Overige uitgaven blijven over de gehele periode relatief stabiel. Over het geheel genomen lijkt sprake van een bestendig herstel van toeristische en recreatieve bestedingen, terwijl uitgaven aan basisvoorzieningen minder sterk veranderen.

Figuur 11. Bestedingen per persoon op de dag van het interview per jaar



N 2019 = 249-1.713; N 2021 = 410-1.983; N 2023 = 294-2.442; N 2025 = 458-2.442; Bestedingen gecorrigeerd voor inflatie met 2019 als basisjaar

Bestedingen naar doelgroep

De gemiddelde uitgaven verschillen duidelijk per doelgroep (tabel 17). Verblijfstoeristen geven per persoon veruit het meeste uit, met gemiddeld €123,1 per persoon in 2025. Dit hangt vooral samen met de hoge uitgaven aan overnachtingen (€73,5), maar ook horeca (€37,9) en niet-dagelijkse aankopen (€50,2).

Dagrecreanten en binnenstadbezoekers geven gemiddeld minder uit, respectievelijk €56,4 en €44,3 per persoon. Binnen deze groepen vormen vooral niet-dagelijkse aankopen de grootste uitgavencategorie. Ook horeca-uitgaven spelen een belangrijke rol.

Werknemers hebben met gemiddeld €33,3 per persoon de laagste totale uitgaven. De uitgaven binnen deze groep richten zich voornamelijk op dagelijkse boodschappen, horeca en cultuur. Binnenstadbewoners besteden gemiddeld €41,4 per persoon, waarbij relatief veel wordt uitgegeven aan niet-dagelijkse aankopen (€46,8) en dagelijkse boodschappen (€17,0).

Tabel 17: Bestedingen per persoon op de dag van het interview in 2025 naar doelgroep

	Dagrecreanten	Verblijfs-toeristen	Werk-nemers	Binnenstad-bewoners	Binnenstad-bezoekers
Horeca	€ 21,30	€ 37,90	€ 16,30	€ 15,30	€ 15,70
Dagelijkse boodschappen	€ 14,40	€ 14,40	€ 16,30	€ 17,00	€ 14,50
Niet dagelijkse aankopen	€ 43,30	€ 50,20	€ 28,90	€ 46,80	€ 46,70
Overnachting		€ 73,50			
Vervoer in de stad	€ 9,30	€ 11,10	€ 9,90		€ 11,50
Markt in de stad	€ 16,80	€ 14,10	€ 12,60	€ 12,30	€ 14,20
Cultuur	€ 17,70	€ 22,00	€ 19,90	€ 13,60	€ 14,40
Overige uitgaven	€ 9,00	€ 15,50	€ 15,60		€ 13,30
Totale uitgaven pp	**€ 56,40**	**€ 123,10**	**€ 33,30**	**€ 41,40**	**€ 44,30**

N Dagrecreanten = 125-273; N Verblijfstoeristen = 91-528; N Werknemers = 10-111; N Binnenstadbewoners = 16-84; N Binnenstadbezoekers = 116-857; Bestedingen gedaan door minder dan 10 respondenten zijn niet meegenomen; niet gecorrigeerd voor inflatie

Bestedingen naar leeftijd

De bestedingen verschillen tussen leeftijdsgroepen en zijn het hoogst onder bezoekers van 36 tot en met 55 jaar. Deze groepen geven gemiddeld het meest uit, met respectievelijk €87,5 en €80,2 per persoon. Jongeren van 16–25 jaar besteden met €47,4 per persoon duidelijk minder.

Niet-dagelijkse aankopen vormen in vrijwel alle leeftijdsgroepen de grootste uitgavenpost. Horeca-uitgaven liggen in alle leeftijdsgroepen relatief dicht bij elkaar, al geven 26–35-jarigen en 46–64-jarigen iets meer uit dan jongeren en ouderen. Uitgaven aan cultuur zijn het hoogst onder 26–35-jarigen (€24,2).

De uitgaven aan overnachtingen zijn met name hoog in de leeftijdsgroepen 26–35 jaar (€76,7) en 65 jaar en ouder (€70,0). Jongere bezoekers geven relatief meer uit aan vervoer in de stad en overige uitgaven, terwijl oudere groepen juist relatief meer besteden aan dagelijkse boodschappen. In het algemeen laat het patroon zien dat midden- en hogere leeftijdsgroepen de grootste bijdrage leveren aan de totale bestedingen per persoon, terwijl jongere bezoekers een beperkter uitgavenpatroon hebben.

Tabel 18: Bestedingen per persoon op de dag van het interview in 2023 naar leeftijd

	16-25 jaar	26-35 jaar	36-45 jaar	46-55 jaar	56-64 jaar	65 jaar +
Horeca	€ 21,20	€ 27,50	€ 26,30	€ 27,10	€ 27,20	€ 24,30
Dagelijkse boodschappen	€ 15,90	€ 18,10	€ 19,30	€ 16,80	€ 14,80	€ 20,30
Niet dagelijkse aankopen	€ 34,30	€ 43,60	€ 51,50	€ 50,60	€ 45,00	€ 50,70
Overnachting	€ 58,60	€ 76,70	€ 61,50	€ 61,00	€ 58,90	€ 70,00
Vervoer in de stad	€ 11,80	€ 8,50	€ 10,40	€ 10,50		€ 9,20
Markt in de stad	€ 17,30	€ 11,10	€ 13,30	€ 13,00	€ 13,20	€ 10,50
Cultuur	€ 17,10	€ 24,20	€ 19,50	€ 17,20	€ 20,00	€ 19,80
Overige uitgaven	€ 21,00	€ 14,70	€ 14,30	€ 8,00	€ 11,30	€ 10,80
Totale uitgaven pp	**€ 47,40**	**€ 74,30**	**€ 87,50**	**€ 80,20**	**€ 78,60**	**€ 72,00**

N 16-25 jaar = 16-222; N 26-35 jaar = 28-115; N 36-45 jaar = 21-138; N 46-55 jaar = 19-137; N 56-64 jaar = 39-176; N 65+ = 19-192
Bestedingen gedaan door minder dan 10 respondenten zijn niet meegenomen; niet gecorrigeerd voor inflatie

7 Wanneer geven bezoekers meer uit?

Om te onderzoeken wanneer mensen meer uitgeven, hebben we gekeken welke factoren samenhangen met de hoogte van de uitgaven. Hierbij gaat het om verbanden en niet per se om oorzaak en gevolg.

Samenhang tussen verblijfsduur en totale uitgaven

We hebben gekeken of mensen die langer in Groningen verblijven ook meer geld uitgeven. Uit de resultaten blijkt dat dit nauwelijks het geval is. Met andere woorden: bezoekers die langer blijven, geven gemiddeld niet duidelijk meer (of minder) uit dan bezoekers die korter blijven. Dit geldt voor vrijwel alle jaren en doelgroepen. De hoogte van de dagelijkse bestedingen lijkt daarmee grotendeels onafhankelijk van de verblijfsduur.

Samenhang tussen bezoekreden en totale uitgaven

We hebben gekeken of bepaalde activiteiten of bezoekredenen samenhangen met hogere uitgaven. Over het algemeen blijkt dat dit verband beperkt is. Bezoekers die activiteiten ondernemen zoals winkelen (vooral recreatief/funshoppen), horeca bezoeken, culturele attracties (zoals het Groninger Museum of de Martinitoren) of een stadswandeling maken, geven gemiddeld iets meer uit. Dit verband is echter klein tot matig.

Het duidelijkste verband is te zien bij recreatief winkelen: bezoekers die hiervoor naar de stad komen geven relatief vaker meer uit dan anderen. Ook horeca en culturele activiteiten laten een lichte positieve samenhang zien met hogere bestedingen. Daarentegen is er nauwelijks samenhang tussen uitgaven en dagelijkse boodschappen: dit betekent dat bezoekers die voor dagelijkse boodschappen naar de stad komen gemiddeld niet meer (en soms zelfs iets minder) uitgeven dan andere bezoekers. Over de jaren heen blijft dit beeld grotendeels stabiel.

Al met al lijken bezoekers die komen voor recreatieve en toeristische activiteiten iets meer uit te geven, maar de hoogte van de bestedingen wordt niet door één specifieke bezoekreden bepaald. Andere factoren, zoals het type bezoek en persoonlijke bestedingsgewoonten, spelen waarschijnlijk een grotere rol.

Samenhang tussen aantal activiteiten en totale uitgaven

We hebben onderzocht of bezoekers die meer activiteiten ondernemen in de stad ook meer uitgeven. Uit de resultaten blijkt dat er een lichte samenhang is tussen het aantal activiteiten en de uitgaven per persoon. Bezoekers die meer activiteiten ondernemen, geven gemiddeld iets meer uit per dag. Dit verband is echter beperkt en niet heel sterk. Het aantal activiteiten verklaart dus slechts een deel van de verschillen in uitgaven tussen bezoekers.

Samenhang tussen accommodatie en totale uitgaven

De gemiddelde uitgaven verschillen duidelijk per type accommodatie. Verblijfstoeristen die in een hotel of pension verblijven geven veruit het meeste uit per dag, met gemiddeld €135 per persoon. Ook bezoekers die verblijven in een Bed & Breakfast geven relatief veel uit (€117). Aan de andere kant geven bezoekers die verblijven bij familie of vrienden (€53) en op campings (€52) duidelijk minder uit. Ook verblijven in jachthavens en de categorie ‘anders’ liggen in deze lagere regionen.

Deze verschillen hangen waarschijnlijk samen met het type bezoek en het beschikbare budget. Bezoekers die in hotels of B&B's verblijven kiezen vaker voor een comfortabeler en vaak duurder verblijf en geven ook meer uit aan horeca en andere activiteiten. Bezoekers die bij familie of vrienden verblijven hebben lagere verblijfskosten en geven daardoor gemiddeld minder uit. Al met al lijkt het type accommodatie een belangrijkere factor voor de hoogte van de bestedingen dan bijvoorbeeld de verblijfsduur, waarbij eerder geen duidelijk verband werd gevonden. Over het geheel genomen wordt de hoogte van de bestedingen vooral bepaald door het type bezoek en de invulling van het verblijf, en minder door de duur van het bezoek zelf.

8 Samenvatting

Inleiding

Groningen, de grootste gemeente van Noord-Nederland, telt ongeveer 243.000 inwoners en staat bekend om zijn sfeer, compacte binnenstad en levendige studentenleven. Door het relatief hoge aandeel studenten en jongvolwassenen heeft de stad een dynamisch karakter, waarin wonen, werken, winkelen en recreëren sterk met elkaar verweven zijn. De binnenstad vervult hierin een centrale rol als economische, culturele en sociale ontmoetingsplek.

Om inzicht te krijgen in de kenmerken, het gedrag en de waardering van bezoekers, heeft de gemeente Groningen onderzoek laten uitvoeren naar bezoekersprofielen, bezoekmotieven en bestedingen. Om hier beter inzicht in te krijgen, heeft de gemeente onderzoek laten uitvoeren naar bezoekersprofielen, bezoekmotieven en bestedingen. In dit rapport worden de ontwikkelingen tussen 2019 en 2025 geanalyseerd, met als doel inzicht te bieden in wie de binnenstad bezoekt, hoe zij deze gebruiken en welke waarde zij vertegenwoordigen voor de stad.

Het onderzoek is uitgevoerd in meerdere meetjaren tussen 2019 en 2025, met een focus op het verzamelen van gegevens van bezoekers in de binnenstad. Bezoekers werden benaderd op strategisch gekozen locaties, met een nadruk op drukbezochte gebieden zoals winkelstraten en culturele hotspots. De respondenten zijn verdeeld in vijf doelgroepen: binnenstadbezoekers, binnenstadbewoners, dagrecreanten, verblijfstoeristen en werknemers.

Bezoekersprofiel

De samenstelling van de bezoekers van de binnenstad is tussen 2019 en 2025 relatief stabiel gebleven. De grootste groepen bezoekers bestaan uit binnenstadbezoekers en dagrecreanten. Verblijfstoeristen vormen een kleinere, maar economisch belangrijke doelgroep door hun relatief hoge bestedingen.

Het aandeel verblijfstoeristen dat Groningen voor het eerst bezoekt is gedaald van 55% in 2019 naar 39% in 2025. Tegelijkertijd is het aandeel verblijfstoeristen dat minder dan één keer per maand komt gestegen. Hierdoor bestaat een groter deel van de verblijfstoeristen uit bezoekers die Groningen eerder hebben bezocht.

Bezoekmotieven en activiteiten

De belangrijkste bezoekredenen verschillen per doelgroep. Verblijfstoeristen bezoeken Groningen vooral vanwege cultuur en toerisme, terwijl dagrecreanten en binnenstadbezoekers vaker komen om te winkelen. Horeca vormt daarnaast voor vrijwel alle doelgroepen een belangrijk onderdeel van het bezoek.

Bezoekers combineren regelmatig meerdere activiteiten tijdens een bezoek aan de binnenstad. Vooral winkelen, horeca en culturele activiteiten vormen een belangrijk onderdeel van het bezoekprogramma.

Verblijfstoeristen en accommodaties

Hotels en pensions zijn de meest gebruikte accommodatie onder verblijfstoeristen. Het aandeel hotelgasten nam tussen 2019 en 2023 toe, waarna in 2025 een lichte daling zichtbaar is. Verblijven bij familie of vrienden blijft de tweede meest gebruikte verblijfsvorm.

De waardering van accommodaties is over alle accommodatievormen hoog, met cijfers rond de 8,0 en 9,0. Vooral verblijf bij familie of vrienden krijgt consistent hoge beoordelingen. Hotels worden het vaakst gebruikt en worden eveneens positief beoordeeld.

Na een afname van de gemiddelde verblijfsduur tussen 2019 en 2023 is in 2025 een duidelijke stijging zichtbaar. Verblijfstoeristen verbleven in 2025 gemiddeld 7,6 nachten in de gemeente Groningen, aanzienlijk langer dan in de voorgaande meetjaren. Wel wordt de langere verblijfsduur beïnvloedt door enkele verblijfstoeristen die in Groningen (een deel van het) jaar verblijven.

Waardering van de binnenstad

De binnenstad van Groningen wordt door bezoekers positief beoordeeld, met een gemiddeld cijfer rond de 8.0. Met name de sfeer en gezelligheid, het aanbod aan horeca, de markt en het winkelaanbod van de binnenstad worden door bezoekers gewaardeerd.

Uit de open antwoorden blijkt dat bezoekers vooral behoefte hebben aan meer diversiteit in het winkelaanbod. Met name meer kledingwinkels, bekende modeketens, onafhankelijke boetiekjes en gespecialiseerde winkels worden regelmatig genoemd. Daarnaast bestaat er vraag naar meer onderscheidende horeca en culturele activiteiten.

Bestedingen

De gemiddelde bestedingen per persoon zijn de afgelopen jaren gestegen. Verblijfstoeristen geven met afstand het meeste uit, gevolgd door dagrecreanten. Werknemers kennen de laagste uitgaven per persoon. Wanneer rekening wordt gehouden met inflatie blijkt dat de stijging minder sterk is dan de nominale cijfers suggereren. De totale uitgaven per persoon stegen reëel van €37 in 2019 naar €48 in 2025. Vooral uitgaven aan overnachtingen en niet-dagelijkse aankopen zijn ook na inflatiecorrectie hoger dan in 2019.

Tussen de doelgroepen bestaan grote verschillen in bestedingspatroon. Verblijfstoeristen geven relatief veel uit aan overnachtingen, horeca en winkelen, terwijl werknemers en bewoners vooral uitgaven doen aan dagelijkse boodschappen en horeca.

Factoren die samenhangen met uitgaven

De duur van het verblijf blijkt nauwelijks samen te hangen met de hoogte van de dagelijkse uitgaven. Bezoekers die langer verblijven geven per dag gemiddeld niet meer uit dan bezoekers die korter blijven. Ook bezoekredenen hangen slechts beperkt samen met de hoogte van de uitgaven. Het duidelijkste verband is zichtbaar bij recreatief winkelen; bezoekers die hiervoor naar de binnenstad komen geven gemiddeld iets meer uit.

Sterkere verschillen zijn zichtbaar tussen accommodatietypen. Verblijfstoeristen die in een hotel of Bed & Breakfast verblijven geven aanzienlijk meer uit dan bezoekers die bij familie of vrienden verblijven. Ook bezoekers die meerdere activiteiten ondernemen geven gemiddeld iets meer uit dan bezoekers met een minder actief bezoekpatroon.

Colofon

Economisch Binnenstad Onderzoek Groningen 2025

Auteurs

Thaïra Openneer

Erik van der Werff

Maand van uitgave

Oktober 2026

Opdrachtgever

Gemeente Groningen

Fotografie

Peter Wiersema

Uitgave

Onderzoek, Informatie en Statistiek Groningen

Online publicaties OIS Groningen

https://publicaties.oisgroningen.nl/

LinkedIn

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

Contactgegevens

T: (050) 367 56 30

E: info@oisgroningen.nl

I: www.oisgroningen.nl