



# Het imago van de provincie Groningen

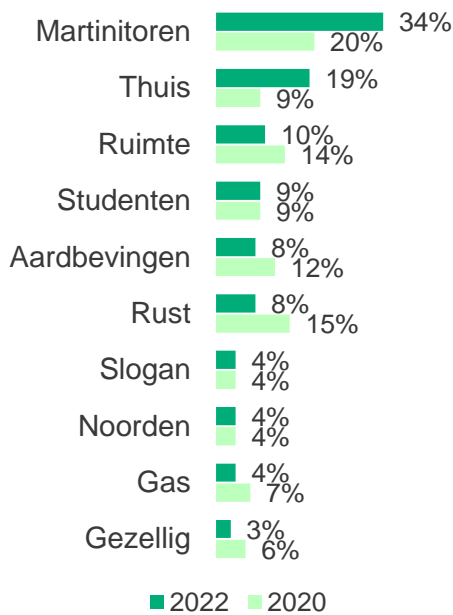


## Spontane associaties bij Groningen

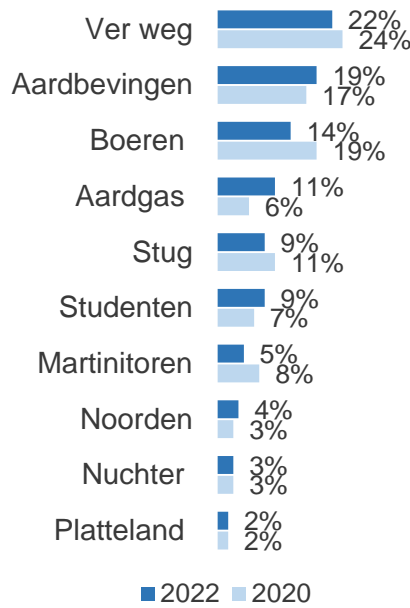
(top-10 van eerstgenoemde associaties)



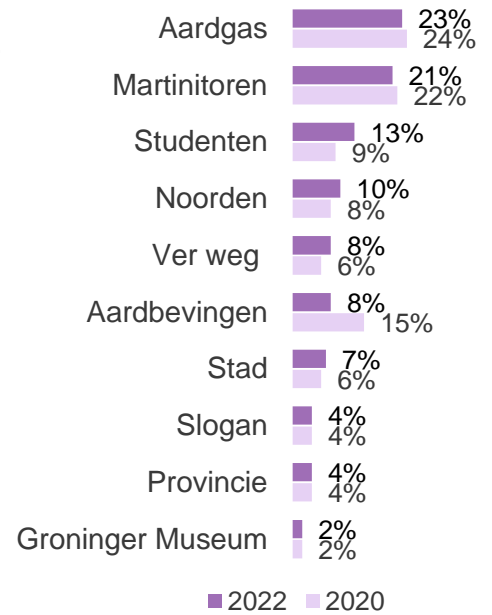
### Groningers over Groningen



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



### Niet-Groningers over Groningen



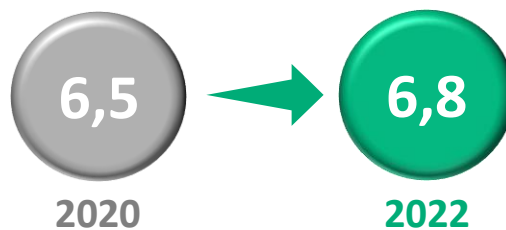
## Het beeld van Groningen (ISI-score)



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

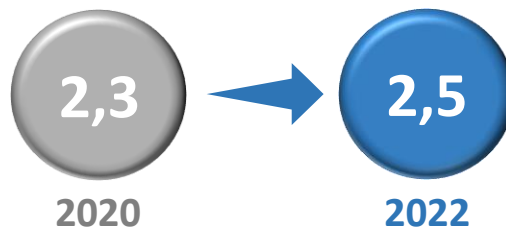


### Groningers over Groningen:



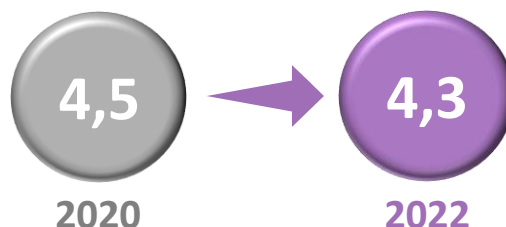
Het beeld dat **Groningers** hebben van Groningen is positiever geworden in de afgelopen twee jaar.

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



**Groningers** denken dat niet-Groningers negatiever over Groningen denken dan in werkelijkheid het geval is (geschatte score in 2022 is 2,5, de werkelijke score is 4,3).

### Niet-Groningers over Groningen:



Het beeld van de **niet-Groningers** van Groningen is de afgelopen twee jaar iets minder positief geworden.



# Het imago van de provincie Groningen



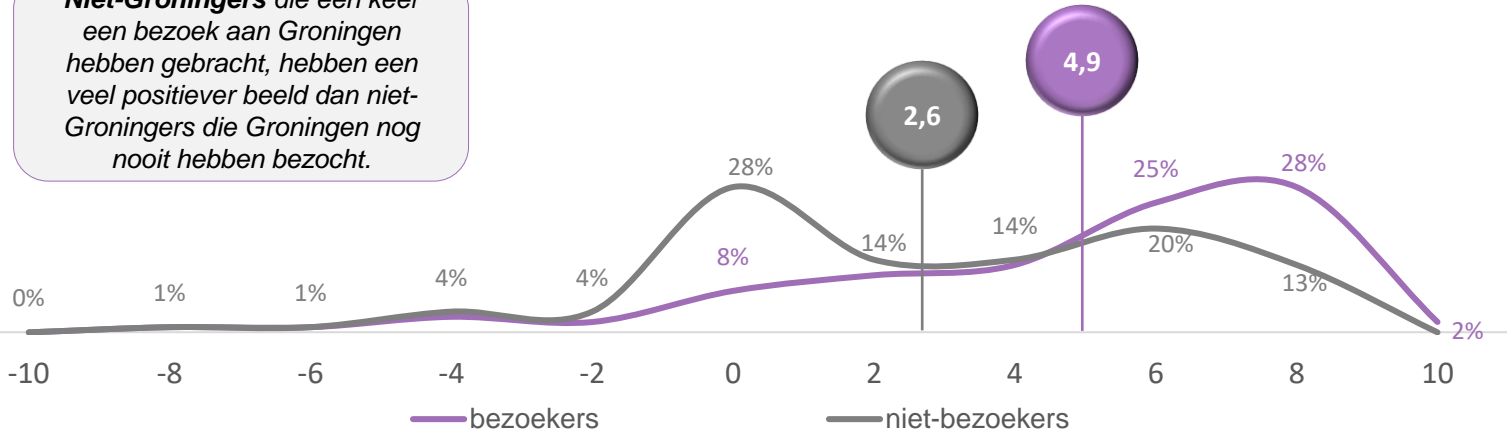
## Het beeld van Groningen (ISI-score)



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



**Niet-Groningers** die een keer een bezoek aan Groningen hebben gebracht, hebben een veel positiever beeld dan niet-Groningers die Groningen nog nooit hebben bezocht.

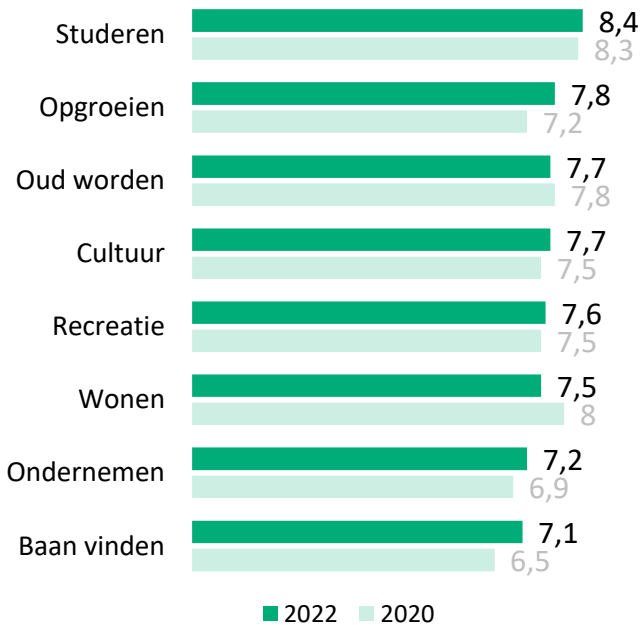


## Het beeld van Groningen op specifieke aspecten

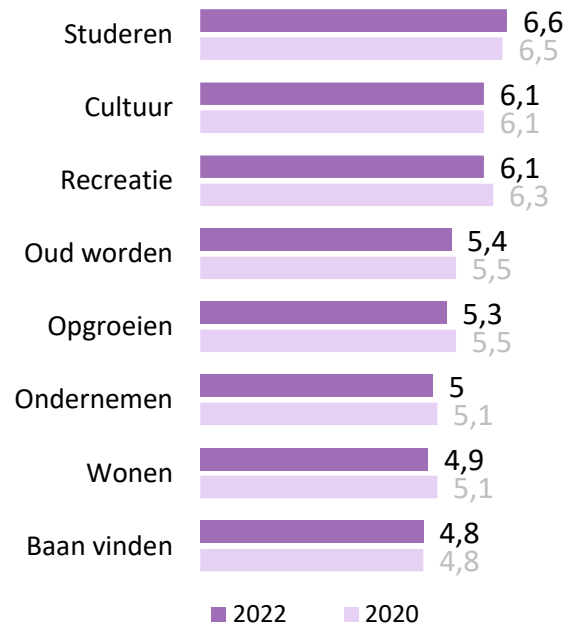
(schaal van 0 – 10, dus **geen** rapportcijfer)



### Groningers over Groningen



### Niet-Groningers over Groningen



**Groningers** beoordelen alle aspecten, op wonen en oud worden na, in 2022 **beter** dan in 2020. Ook worden alle aspecten door de Groningers met ruime voldoende beoordeeld.

**Niet-Groningers** beoordelen, op studeren, cultuur en het vinden van een baan na, alle aspecten in 2022 **minder goed** dan in 2020.



# Het imago van de provincie Groningen



## Doelgroep talenten

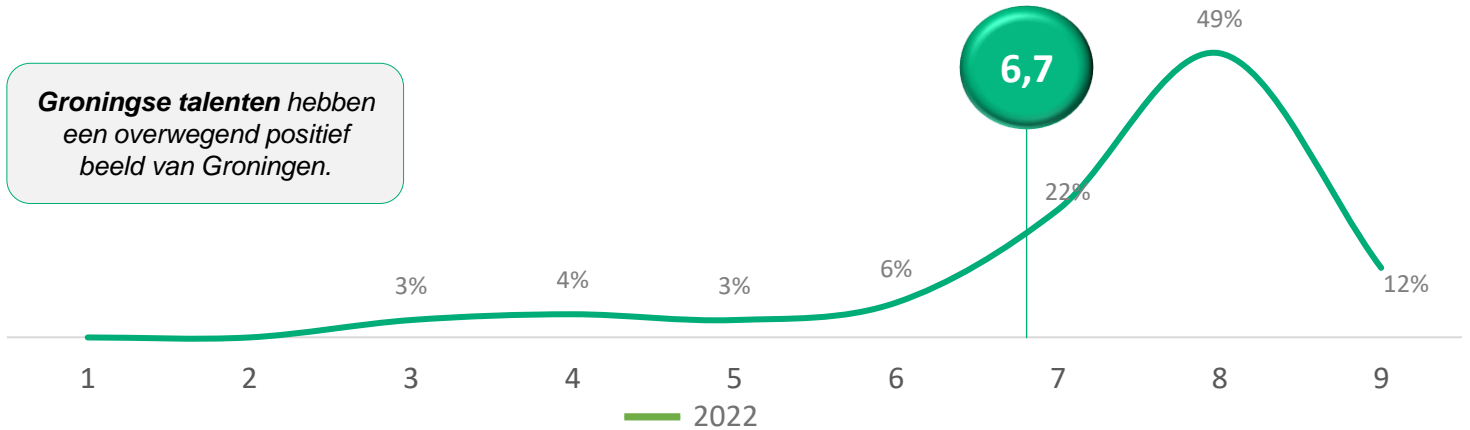


### Het beeld van Groningen (ISI-score)

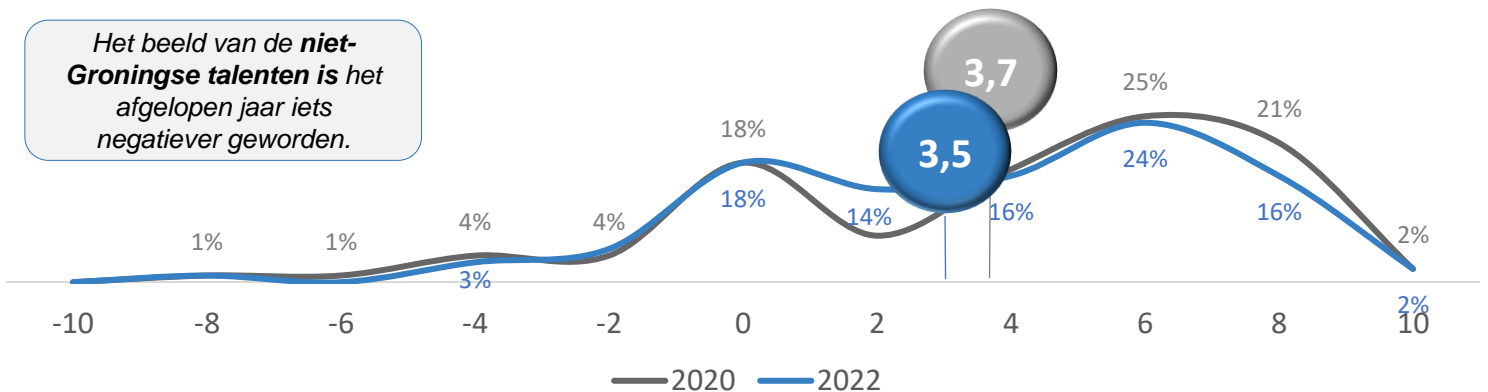


De Image Sentiment Indicator (ISI) drukt het oordeel over het huidige imago van Groningen uit op een schaal van min 10 tot plus 10 en is dus geen rapportcijfer

**Groningse talenten** hebben een overwegend positief beeld van Groningen.



Het beeld van de **niet-Groningse talenten** is het afgelopen jaar iets negatiever geworden.

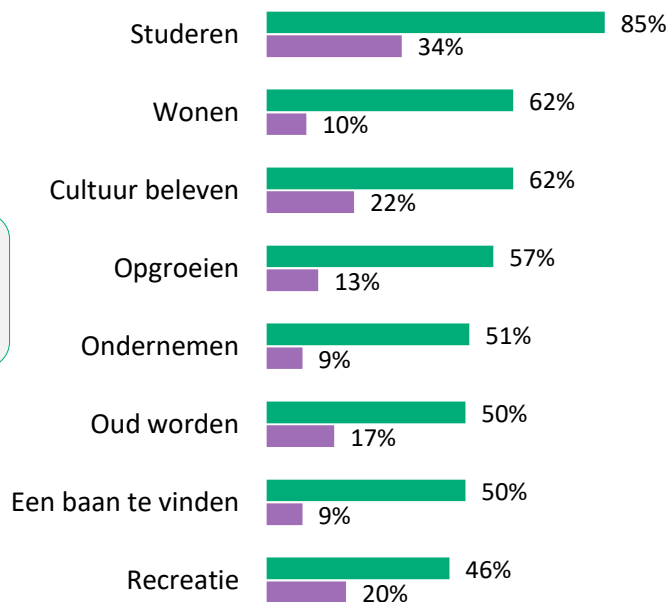


## Het beeld van Groningen op specifieke aspecten

(schaal van 0 – 10, dus geen rapportcijfer; percentage dat een 8, 9 of 10 gaf)



**Groningse talenten** beoordelen alle aspecten beter dan niet-Groningse talenten.



■ Gronings talent ■ niet-Gronings talent



# Het imago van de provincie Groningen



## Doelgroep bedrijven

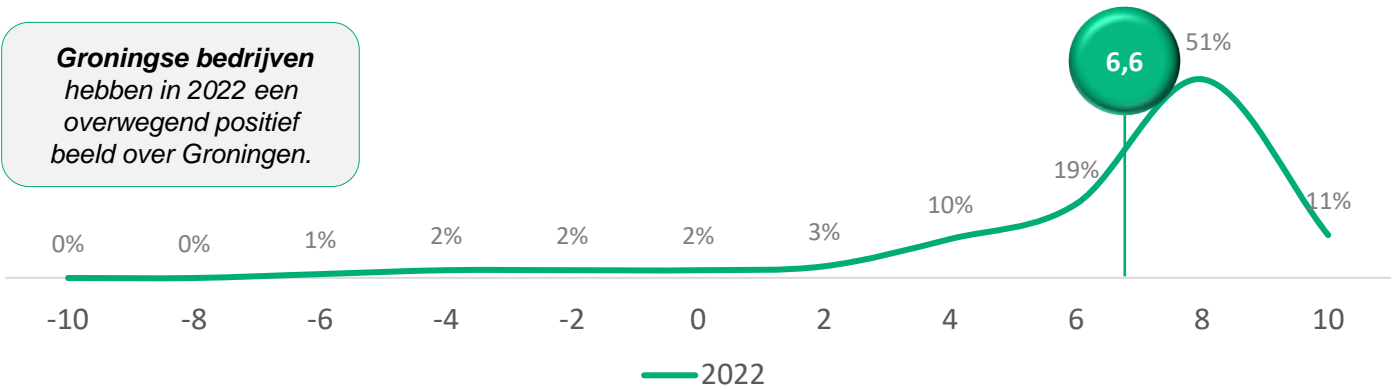


### Het beeld van Groningen (ISI-score)

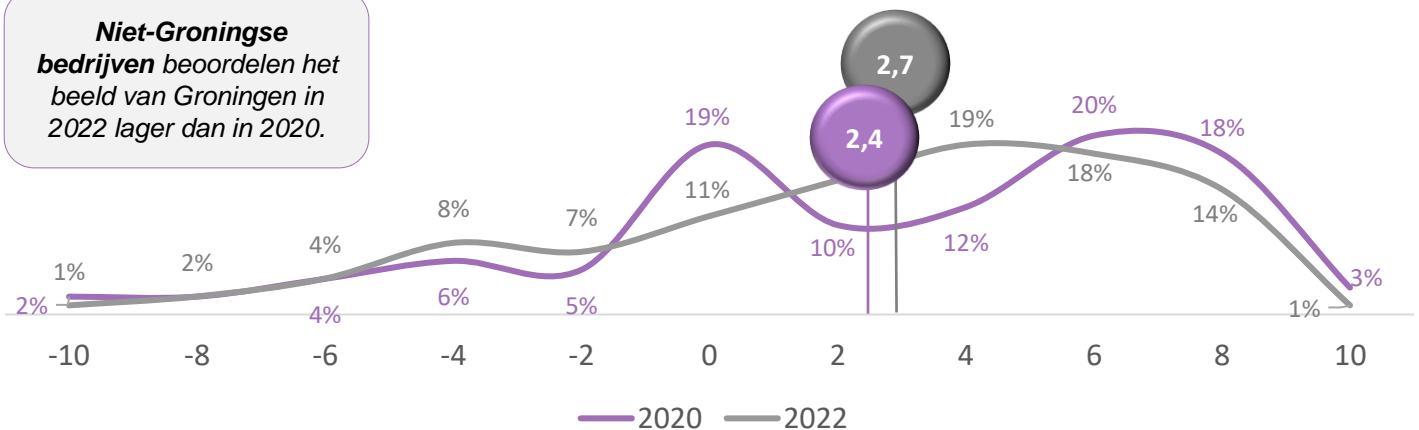


De Image Sentiment Indicator (ISI) drukt het oordeel over het huidige imago van Groningen uit op een schaal van min 10 tot plus 10 en is dus geen rapportcijfer

**Groningse bedrijven** hebben in 2022 een overwegend positief beeld over Groningen.



**Niet-Groningse bedrijven** beoordelen het beeld van Groningen in 2022 lager dan in 2020.

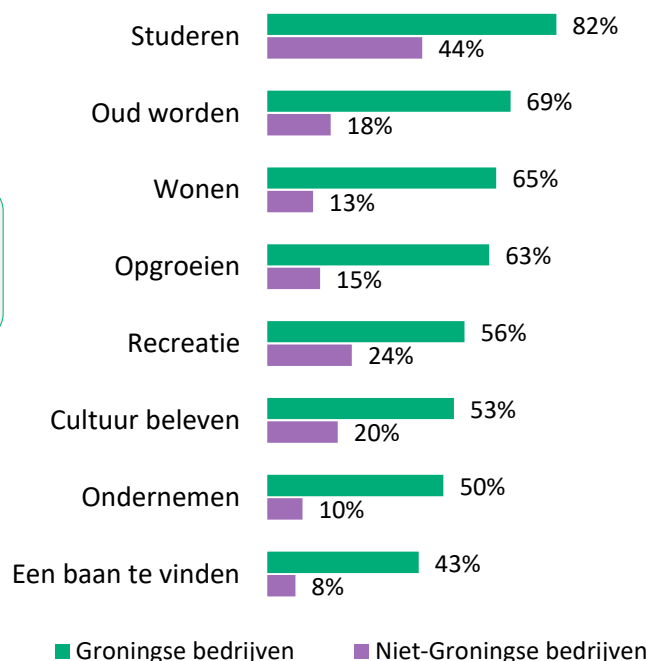


## Het beeld van Groningen op specifieke aspecten

(schaal van 0 – 10, dus geen rapportcijfer; percentage dat een 8, 9 of 10 gaf)



**Groningse bedrijven** beoordelen alle aspecten beter dan niet-Groningse bedrijven.



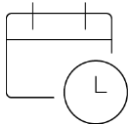


# ONDERZOEKSVERANTWOORDING



## Doelgroepen

De doelgroepen niet-Groningers en Groningers zijn representatief op geslacht, leeftijd, opleiding en regio. De doelgroep bedrijven is representatief op sector en bedrijfsomvang. Onder de doelgroep talenten vallen jongeren in de leeftijd van 16 tot en met 29 jaar die momenteel een MBO+ studie volgen. Bij de Groningse talenten en bedrijven is geen vergelijking met de 0-meting uit 2020 gemaakt, omdat de respons onder deze doelgroepen in 2020 te laag was.



## Veldwerkperiode

Het veldwerk voor Groningers en niet-Groningers, waaronder ook voor de talenten, heeft gelopen van 20 april t/m 1 mei 2022. Het veldwerk voor bedrijven heeft gelopen van 22 april t/m 3 mei.



## 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 nauwkeurighedsafwijking is 5%.

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

## Respons



In totaal hebben 1.156 niet-Groningers, 315 niet-Groningse talenten, 784 niet-Groningse bedrijven en 1.070 niet-Groningse bezoekers de vragenlijst ingevuld.



In totaal hebben 431 Groningers, 145 Groningse talenten en 114 Groningse bedrijven de vragenlijst ingevuld.



## 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 het Nationaal Programma Groningen. Het volledige onderzoek bevat veel meer informatie dan weergegeven op deze factsheet. Neem voor meer informatie contact met ons op.

## Projectuitvoering

Dit onderzoek is uitgevoerd door:

**KANTAR PUBLIC**

De opdracht voor dit onderzoek is verleend door:

**nationaal programma  
groningen**