



MARKETING

GRONINGEN

TERUGBLIK MARKETINGACTIVITEITEN

2022

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Terugblik merkmanagement 2022	6
3. Terugblik promotie 2022	9
4. Terugblik gastvrijheid 2022	19

Colofon

Dit is een uitgave van Marketing Groningen, maart 2023

Tekst en redactie: Marketing Groningen **Fotografie:** Melvin Jonker, Deon Prins, Sebastiaan Rodenhuis, Stella Dekker, Maki, Studio Anne-Marijn, Marleen Annema, Ruben Walma, Winchester Creatives **Concept:** Maki, Studio Anne-Marijn

Vormgeving: studio ZO!



1. INLEIDING

1. Inleiding

Voor u ligt de terugblik op de marketingactiviteiten van Stichting Marketing Groningen in het jaar 2022. In dit document laten we zien wat we in 2022 gedaan hebben en wat de resultaten daarvan zijn.

Kernactiviteiten

Marketing Groningen bouwt aan een sterk merk Groningen.

Daarvoor voeren we drie kernactiviteiten uit:

1. **Merkmanagement**, waarin we overheden, ondernemers en (onderwijs)instellingen helpen de kracht van Groningen uit te dragen en beleefbaar te maken. Dit doen we door advies en inspiratie hoe men de kracht van Groningen kan doorvertellen en het beschikbaar stellen van bouwstenen en tools om een eigen verhaal van Groningen te maken over de Groninger innovatiekracht en levenskwaliteit.
2. **Promotie**, waarmee we mensen verleiden in Groningen te komen recreëren, studeren, werken, ondernemen of investeren. Dit doen we door:
 - a. *Basisactiviteiten*: het ontwikkelen van content, het digitaal ontsluiten van het aanbod en het onderhouden en activeren van het netwerk van relevante samenwerkingspartners.
 - b. *Campagnes*: het genereren van zichtbaarheid, vindbaarheid en mediabereik over de kracht van Groningen bij de gewenste doelgroepen.
3. **Gastvrijheid**, waarin we onze doelgroepen gidsen door het Groninger aanbod op het gebied van vrijetijd en cultuur en mooie herinneringen bieden om mee naar huis te nemen of om cadeau te geven.

Deze kernactiviteiten voeren we uit voor twee werkvelden:

- Domein vrijetijdseconomie gericht op de doelgroepen bezoekers en bewoners.
- Domein kenniseconomie gericht op de doelgroepen bedrijven, talent en beleidsmakers.

Hieronder geven we per kernactiviteit aan wat we in 2022 hebben bereikt.



2. TERUGBLIK MERKMANAGEMENT IN 2022

2. Terugblik merkmanagement in 2022

In 2022 hebben we een divers palet aan organisaties geholpen een eigen verhaal over de kracht van Groningen uit te dragen en beleefbaar te maken. Van beeldbepalende partijen als Noorderzon, Donar en Eurosonic Noorderslag tot lokale regiomarketing organisaties, regionale overheden, samenwerkingsverbanden, ondernemersverenigingen of studieverenigingen. We lanceerden 'het verhaal van Groningen' en het daarvan afgeleide economisch narratief voor de gemeente Groningen en stelden verschillende communicatietools en rechtenvrij beeldmateriaal beschikbaar om dit door te vertellen. Ook tekenden we een regioconvenant om Groningen met één stem te vermarkten als bestemming voor cultuur en vrijetijd.

Een greep uit de resultaten van 2022:



17

ondertekenaars
regioconvenant



46

partijen geholpen met
merkversterkende communicatie



22

deelnemers
aan merktrainingen



6.450

bezoekers
merkgroningen.nl



14

merkvideo's



18

merkversterkende communicatietools -
presentaties, teksten, facts & figures

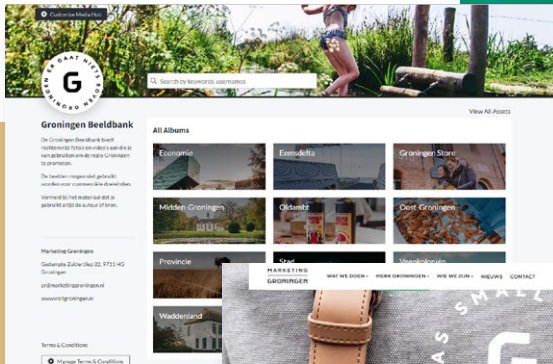


200

rechtenvrije foto's



1.500 boekjes 'Het verhaal van Groningen'
en economisch narratief gemeente Groningen
(1000 NL, 500 Eng)

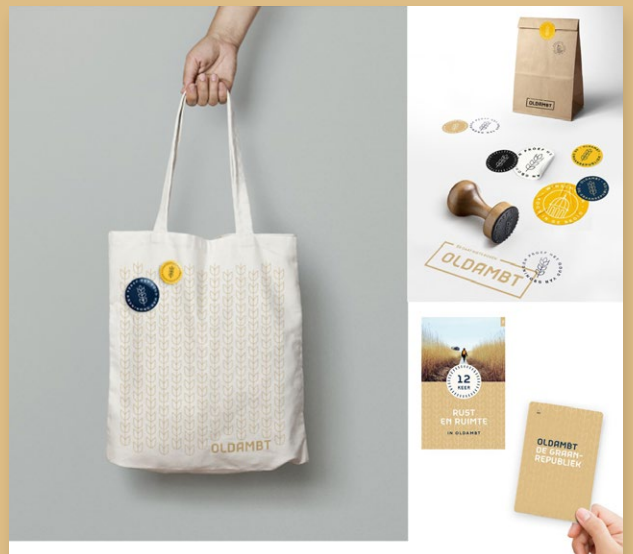


MERK GRONINGEN

Groningen mag gezeten worden: een stad en een provincie waar je alle vrijheid hebt. Waar het barst van de mogelijkheden. En waar we de dingen doen met die typisch Groningse ommezacht en lef. Altijd onovervalt en eigenzinnig. Samen maken en vertellen we het verhaal van Groningen.



DOWNLOADS



ER GAAT NIETS BOVEN
GRONINGEN



3. TERUGBLIK PROMOTIE IN 2022

3. Terugblik promotie in 2022

In 2022 hebben we weer ingezet op het creëren van bewustwording over de innovatiekracht en levenskwaliteit van Groningen.

3.1 Vrijtijdseconomie

In 2022 boekten we de volgende resultaten in het interesseren van bezoekers en bewoners om hun vrije tijd of vakantie in Groningen door te brengen en gebruik te maken van het aanbod op het gebied van cultuur, winkelen, uitgaan, horeca, natuur en recreatie.



2
campagnes



4.306.587
campagnebereik
(impressies)



50 gastvrijheidsacties en
3 grote viermomenten tijdens weg- of
spoorwerkzaamheden



20.000
magazines



5.000
kaarten



1.081.719
bezoekers
visitgroningen.nl



97.287
volgers social media
accounts



833
social berichten



1.812.317
social bereik



54.347
nieuwsbrief
abonnees



5
persreizen



887.500
mediabereik
vrije publiciteit



3
fam trips
travel trade markt

Themacampagnes:

LAUWERSMEER CAMPAGNE

- Doel – Natuurliefhebbers stimuleren tot recreatief bezoek aan het Lauwersmeergebied
- Landingspagina Nationaal Park Lauwersmeer – 4.548 bezoekers
- Online campagne – 1.038.523 impressies
- Click outs naar ondernemers – 1.106

BEZOEKERS CAMPAGNE STAD & HAREN

- Doel – De (boven)regionale bezoekers stimuleren tot winkelbezoek in de stad Groningen en Haren
- Landingspagina – 46.235 bezoekers
- Online campagne – 3.268.064 impressies
- Nieuwsbrieflezers – 47.000
- Outdoor – 1.270 vlakken
- MEER magazine advertorial – 505.800 lezers

ER GAAT NIETS BOVEN

GRONINGEN

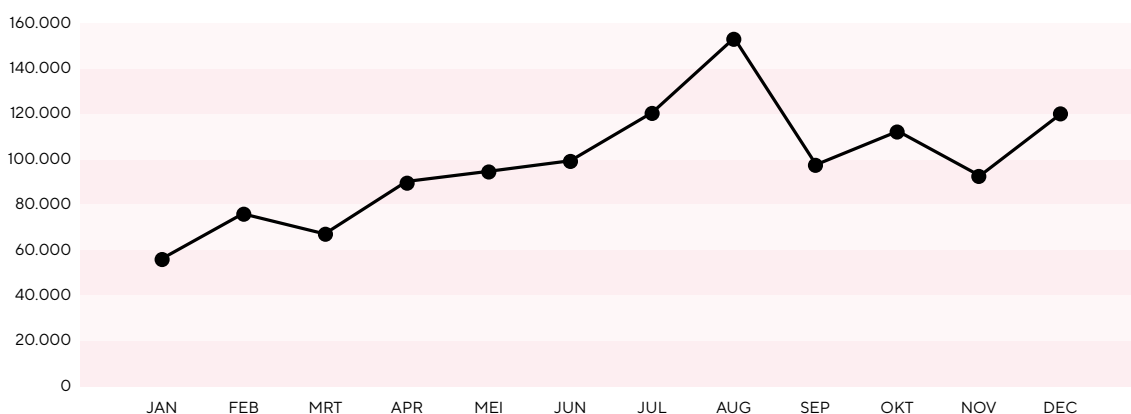
GASTVRIJHEIDSPROGRAMMA

In de periode dat gebouwd wordt aan de bereikbaarheid van de stad, heten we met het programma Gastvrij Groningen mensen welkom in Groningen door middel van ludieke acties en geluismomentjes. Ook worden mijlpalen die bereikt worden op het gebied van mobiliteit gevierd met grotere events voor de eigen inwoners. In totaal organiseerden we **50** gastvrijheidsacties en **3** grote viermomenten. Het mediabereik van de acties was **122.000**.

VISITGRONINGEN.NL

Visit groningen.nl is het online platform waar zowel bezoekers als bewoners inspiratie kunnen opdoen wat er in stad en provincie Groningen te doen is op het gebied van cultuur, winkelen, uitgaan, horeca, natuur en recreatie. De content wordt in samenwerking met vier regiomarketingorganisaties ontwikkeld. In totaal hadden we **1.081.719** bezoekers op het online platform.

Bezoekers visitgroningen.nl in 2022



Top 5 best gelezen artikelen

1. Mooie wandelplekken in Groningen – 33.101 impressies
2. Nieuwe winkels en horeca – 21.885 impressies
3. 10x fine dining restaurants in de stad – 21.038 impressies
4. Kerstmarkten in Groningen – 19.890 impressies
5. 10x leuk koffie drinken – 15.327 impressies

Top 5 best bezochte pagina's

1. Uitagenda – 199.707 impressies
2. Home – 98.001 impressies
3. Top 10 bezienswaardigheden – 55.228 impressies
4. Martinitoren – 53.800 impressies
5. Adventskalender – 47.794 impressies

FACEBOOK EN INSTAGRAM

Via onze social kanalen deelden wij in 2022 weer volop foto's, video's, blogs en artikelen om (potentiële) bezoekers en bewoners te inspireren en aan ons te binden. De social resultaten 2022 in een notendop:



PERS EN PR

Via onze pers en PR inzet genereerden wij free publicity voor Groningen als bestemming voor vakantie of vrijetijd. Wij verstuurd persberichten en behandelden persaanvragen. Daarnaast organiseerden we **5** pers- en influencer reizen uit binnen- en buitenland. In totaal realiseerden we een mediabereik van **887.500** aan vrije publiciteit.



5
pers- en influencer
reizen



887.500
mediabereik
vrije publiciteit

Top 5 gelezen artikelen

1. Caravannen! – 1 offline artikel, bereik 39.800
2. Belgische Artsenkrant, een medisch vakblad met niet alleen vakgerelateerde artikelen, maar ook tentoonstellingen, reisreportages e.d. – 1 offline artikel, bereik 26.000
3. OmniTraveler, online reismagazine – 1 online en 1 offline artikel. Publicaties verschijnen onder andere in FietsActief, Lonely Planet Magazine, Caravannen! Magazine, ForYou Magazine, reisevakbladen TravelPro en TravMagazine, SkyScanner en meer. Bereik > 500.000
4. Holland Norway Lines – 1 offline artikel en 1 online in Norwegian weekly magazine Seog Hør, bereik 300.000
5. Society world – 1 offline artikel, bereik 21.500

TRAVEL TRADE

We legden veel nieuwe contacten met travel trade partners of bestendigden de relatie met bestaande partners in Duitsland en België om ze te verleiden om boekbaar aanbod voor Groningen op te nemen in hun portfolio. Dit deden we door het organiseren van kennismakingsbezoeken ('fam trips') en bezoek aan beurzen. Daarnaast hebben we een consumentencampagne opgezet in samenwerking met travel trade partijen en NBTC in Duitsland en met Voordeeluitjes in Nederland. Hiervoor is een reclamespot ontwikkeld die is uitgezonden op NPO 1, 2, 3. De resultaten daarvan zijn als volgt:



3 fam trips,
62 deelnemers



1 salestrip België:
14 afspraken belangrijke
reiskantoren in België



9.000.000
totaal mediabereik
touroperators NL, Be, Du



3.500
exemplaren in-bus
magazine Viamundi



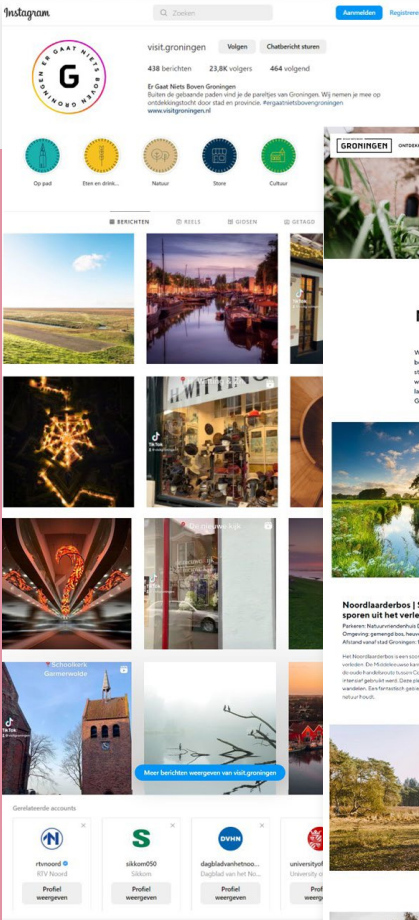
4
netwerk beurzen

NBTC
Virtual Travel Trade Event
10 maart
15 afspraken

ITB Business Day
online 17 maart
17 afspraken

TUI Insights Event Brussel
15 & 16 november
750 bezoekers
(**450** travel agents vanuit
TUI zelf en **300** individuele
reisagenten op dag 2)

Viamundi event december
Presentatie over Groningen
gegeven aan ca.
200 voorzitters van
verenigingen in België t.b.v.
verkoop samengestelde
reizen Groningen
door Viamundi.



ER GAAT NIETS BOVEN
GRONINGEN

3.2 Kenniseconomie

In 2022 creëerden we via verschillende activiteiten bewustwording dat in Groningen de toekomst al is begonnen op het gebied van energie, gezondheid en voedsel, waarbij digitalisering de transitieversneller is. Een greep uit de resultaten:



5
campagnes
uitgevoerd



2
campagnes
ontwikkeld



40.231.521
campagnebereik
(impressies)*



59.000
bezoekers
economie.groningen.nl



942.000
bezoekers
groningen.nl



25.500
bezoekers
groningenconventions.nl



10.973
volgers social media
accounts



187
social berichten



5 geïnteresseerde
journalisten voor een
persbezoek



6
merkversterkende
zakelijke events

* exclusief de game 'Become a virtual Groninger'

Themacampagnes:

ENERGIZE YOUR FUTURE

- Doel – Talent van MBO tot MBA attenderen op de opleidingsmogelijkheden en banen in de energietransitie in Groningen
- Landingspagina – 3.001 bezoekers
- Online campagnes – 536.201 impressies
- Digitale buitenreclame – 91.148 impressies

EXPERIENCE GRONINGEN

- Doel – (Internationaal) talent wegwijs maken in Groningen
- Online campagnes – 17.121.867 impressies
- The game 'Become a virtual Groninger' – 190.765 gebruikers

WELKOM CAMPAGNE

- Doel – (Internationale) studenten welkom heten in Groningen bij de start van het nieuwe studiejaar
- Landingspagina – 2.840 bezoekers
- Zichtbaarheid in de stad – 100 banieren, spandoeken en vlaggen, 700 posters, 50 narrowcasting plekken, 4 Experience Groningen (selfie) spots

HYDROGEN CAPITAL – OKTOBER ENERGIEMAAND

- Doel – Breed publiek in Nederland laten zien dat Groningen de waterstof hoofdstad van Nederland is
- Landingspagina – 1.060 bezoekers
- Online campagnes – 588.198 impressies
- Radio – 4.144.620 luisteraars
- Citydressing op verschillende plaatsen in de stad

ER GAAT NIETS BOVEN

GRONINGEN

CAMPAGNE ONTWIKKELING

Om te laten zien dat je in Groningen alle kansen krijgt om bij te dragen aan het oplossen van wereldwijde transitievraagstukken op het gebied van vergroening, gezondheid en digitalisering, starten we in 2023 een campagne 'GRO The Future'. Hiermee willen we talenten laten zien en ervaren dat Groningen een boost geeft aan je carrière en tegelijkertijd dat het prettig wonen en leven is in Groningen. In 2022 is een overkoepelend communicatieconcept ontwikkeld. Dit visualiseert het Groninger ecosysteem waarin talent, ondernemers, partners en investeerders samen werken aan de wereld van morgen en vormt de basis voor alle activiteiten die in 2023 ontwikkeld gaan worden. In 2022 is gestart met de voorbereiding van campagnes voor de thema's digital en health. Zo zijn voor beide campagnes de media-inzet, middelen en boodschap bepaald.

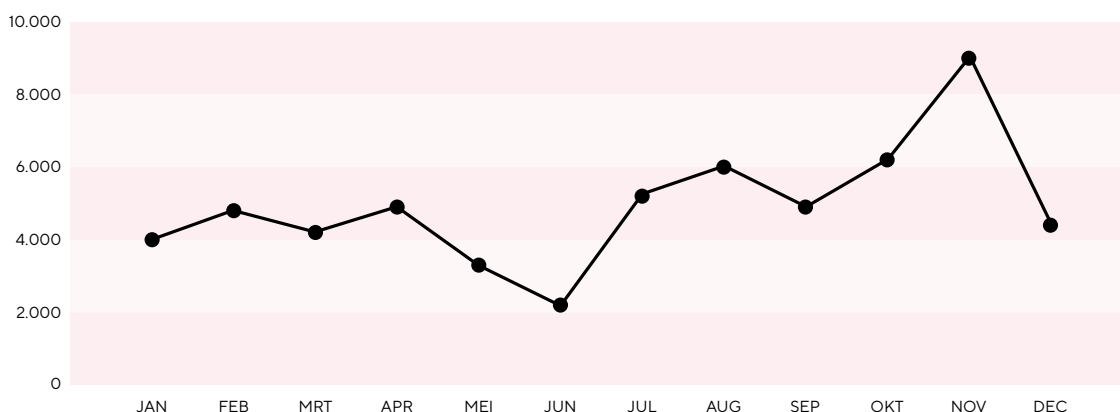
EVENTS

We ondersteunden **Eurosonic Noorderslag**, de lancering van de **strategische agenda van het Akkoord van Groningen**, het **Prinsjesfestival** in Den Haag, de **innovatiemissie naar Scandinavië**, de gemeentelijke stand op de **Noordelijke Promotiedagen** en het **partner event van Groningen Conventions** met merkversterkende communicatiemiddelen om de innovatiekracht van Groningen ter plaatse zichtbaar en beleefbaar te maken.

ECONOMIE.GRONINGEN.NL

Op economie.groningen.nl maken we de innovatiekracht van Groningen online beleefbaar, onder andere door het delen van nieuws en achtergrondinformatie over de transitithema's energie, gezondheid, voedsel en digitalisering. In 2022 is er begonnen met het optimaliseren van economie.groningen.nl, zodat de uitstraling aansluit bij het merk Groningen. In totaal hebben **59.000** bezoekers de website bezocht.

Bezoekers economie.groningen.nl in 2022



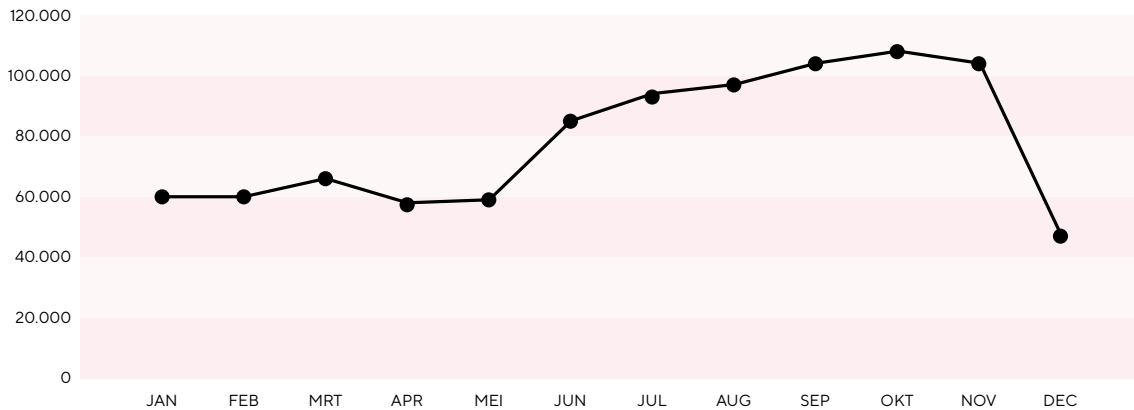
Top 5 best gelezen artikelen

1. Grote campagne om internationale startups te verleiden zich in Noorden te vestigen – 19.269 impressies
2. Veerdienst tussen Eemshaven en Noorwegen – 5.562 impressies
3. RWE gaat eerste groene waterstoffabriek in Eemshaven bouwen – 3.741 impressies
4. Duitse RWE steekt miljarden in locatie Eemshaven, de energie en waterstofhub van Noordwest-Europa – 1.731 impressies
5. Mogelijke mega-batterijenfabriek in Eemshaven – 1.271 impressies

GRONINGEN.NL

Op groningen.nl maken we nieuwe (internationale) bewoners van Groningen wegwijs in hun leven in Groningen. Het totaal aantal bezoekers in 2022 was **942.152**.

Bezoekers groningen.nl in 2022



Top 5 best gelezen artikelen

1. (Pretty much) all you need to know about biking in Groningen – 17.745 impressies
2. How to navigate the tough competition for a room in Groningen – 17.520 impressies
3. Verloren en gevonden voorwerpen – 12.901 impressies
4. MBO opleidingen en beroepen – 10.875 impressies
5. Experiencing Groningen's feast of culture – 10.708 impressies

ONTWIKKELING DIGITALE BACKBONE KENNISECONOMIE

Marketing Groningen heeft de opdracht gekregen van het kernteam imago voor het ontwikkelen van een nieuwe 'digitale backbone' voor alle economische profileringsactiviteiten van stad, provincie en regio Groningen. In het najaar van 2022 konden we van start en is onder andere een roadmap ontwikkeld en een onafhankelijk expert ingeschakeld om de wensen en eisen van de opdrachtgevers op te halen en te helpen met het opstellen van de technische uitvraag. De digitale backbone zal in 2023 gerealiseerd worden.

LINKEDIN EN TWITTER

Via onze social kanalen deelden wij in 2022 weer volop nieuwsberichten over de innovatiekracht van Groningen om talenten, ondernemers en investeerders te boeien en binden.

De social resultaten 2022 in een notendop:



6.341
volgers



3.347
volgers



1.105
volgers



8.700
volgers

ER GAAT NIETS BOVEN

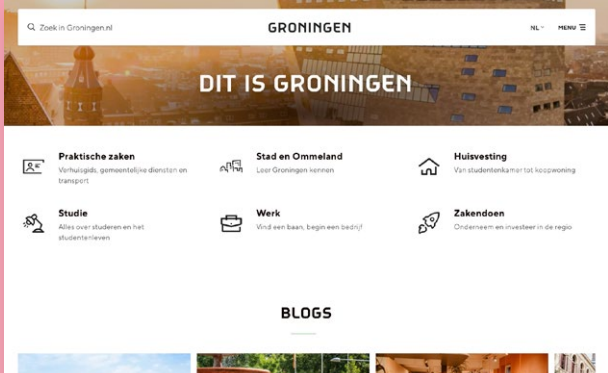
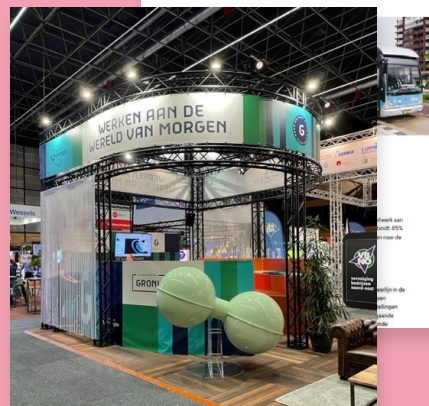
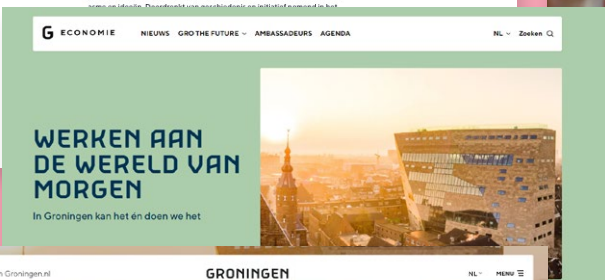
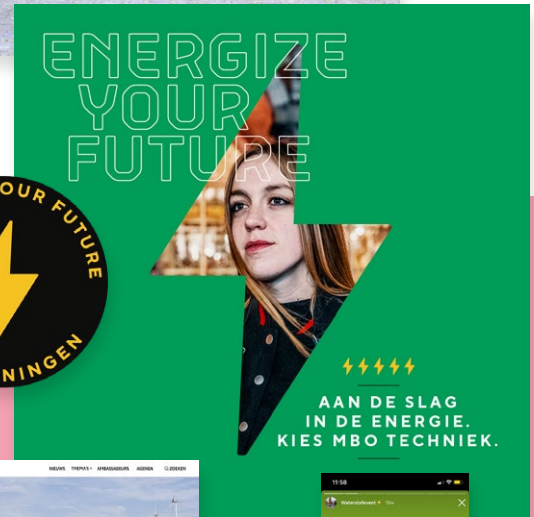
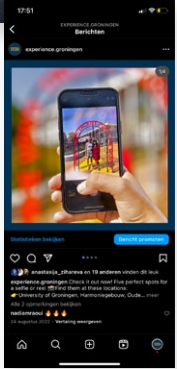
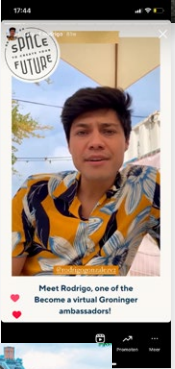
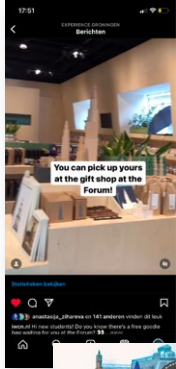
GRONINGEN

PERS EN PR

In 2022 ontwikkelden we een format waarmee we journalisten kunnen interesseren om te schrijven over de economische kant van Groningen. Dit heeft geresulteerd in het concept 'roadtrip door de innovatiekracht van Groningen' waarmee we de journalisten in contact brengen met Groninger pioniers uit de wetenschap en het ondernemersveld die werken aan oplossingen voor transitievraagstukken op het gebied van energie, gezondheid, voedsel of digitalisering. We toetsten dit concept bij vijf journalisten van landelijke media, van onder andere NRC Handelsblad, Trouw en het Financieel Dagblad. Er staan inmiddels drie persbezoeken gepland voor 2023.

PROFILERING CONGRESSTAD

We ondersteunden de Groningen Congres Alliantie met het profileren van Groningen als toplocatie voor zakelijke congressen en events. De website groningenconventions.nl is gebouwd op het online platform van Marketing Groningen en had in 2022 **25.500** bezoekers. Ook hielpen we bij het organiseren van verschillende events van de alliantie: een partner event en een kennismakingsbezoek ('fam trip') aan Groningen van 90 meetingplanners dat begin 2023 zal plaatsvinden. Onder andere door het ontwikkelen van specifieke merktools, zoals een video over Groningen als congresstad, maar ook advies en inspiratie over hoe de Groninger transitithema's een goede plek kunnen krijgen in het kennismakingsbezoek.



ER GAAT NIETS BOVEN
GRONINGEN



4. TERUGBLIK GASTVRIJHEID IN 2022

4. Terugblik gastvrijheid in 2022

Ook in 2022 gidsten we bezoekers en bewoners op inspirerende en verrassende wijze door bijzondere belevissen in en producten uit Stad en Ommeland. We hielpen geluksmomenten te maken en boden mooie herinneringen om mee naar huis te nemen of om cadeau te geven.



231.150

bezoekers Groningen Store



€13,-

gemiddeld bon bedrag



42.000

afgehandelde informatieverzoeken
aan de balie, online en telefonisch



29.000

beklimmers Martinitoren



15%

conversie bezoeker Forum Groningen
naar Groningen Store



20%

conversie van kijker naar koper

Top 5 best verkochte producten

1. Stadsplattegrond en stadswandelingen
2. Ansichtkaarten
3. Koelkastmagneten
4. Groninger sokken
5. Groninger chocoladerepen

Top 5 meest gestelde vragen

1. Hebben jullie een stadswandeling?
2. Hebben jullie informatie over het beklimmen van de Martinitoren?
3. Welke leuke uitjes zijn er voor kinderen in de stad en provincie?
4. We zijn een dagje in Groningen, heeft u tips?
5. Wat kunnen we in de provincie voor leuke uitjes doen?



ER GAAT NIETS BOVEN

GRONINGEN

