



**MARKETING**

**GRONINGEN**

**TERUGBLIK MARKETINGACTIVITEITEN**

JANUARI 2024

# Inhoud

1. Inleiding	4
2. Terugblik merkmanagement in 2023	6
3. Terugblik promotie in 2023	9
4. Terugblik gastvrijheid in 2023	22

---

## Colofon

Dit is een uitgave van Marketing Groningen, januari 2024

**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 2023. In dit document laten we zien wat we in 2023 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 te geven over 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 2023 hebben bereikt.



## 2. TERUGBLIK MERKMANAGEMENT IN 2023

## 2. Terugblik merkmanagement in 2023

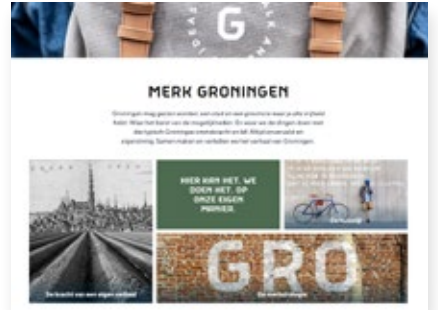
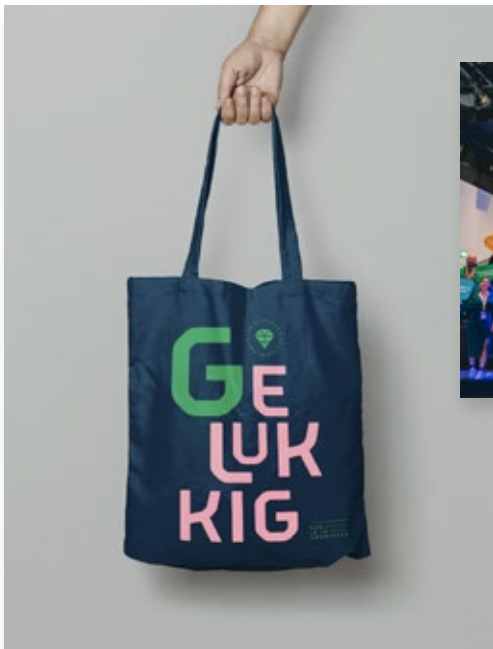
In 2023 hebben we ons weer ingezet om met heel Groningen één gedeeld, krachtig en inspirerend verhaal te vertellen en hiermee te werken aan het positieve imago van Groningen. We hebben een divers palet aan organisaties geholpen om een eigen verhaal over de kracht van Groningen uit te dragen en beleefbaar te maken. Hiervoor organiseerden we twee inspiratiebijeenkomsten over het integrale verhaal van Groningen in De Graanrepubliek en het Forum Groningen. Deze bijeenkomsten werden bezocht door **200** genodigden. Om te zorgen dat iedereen vervolgens het verhaal van Groningen op de juiste manier kon vertellen, is er een toolkit gemaakt met tools voor trots. Zo kan iedereen Groningen laten stralen als een pronkjuweel in gouden rand.

Ook hebben we in 2023 de merkmanagementstrategie verder uitgedacht en aangescherpt. Vanwege het grote succes van het merk kregen we veel aanvragen voor samenwerking of partijen die hun activiteit in merkstijl willen doen. Om ervoor te zorgen dat we een consistent en congruent merk blijven, hebben we een merktoets en een merkfilter ontwikkeld. Dit gebruiken we om de verzoeken te kunnen toetsen. De plaats op het merkfilter bepaalt welke inspanning is gerechtvaardigd vanuit Marketing Groningen en of een activiteit al dan niet in merkstijl moet worden ondergedompeld.

De strategie hebben we ook doorvertaald naar de samenwerking met de regio's. We hebben de regiomarketingorganisaties opgeleid tot merkregisseurs. Hiervoor hebben we diverse werksessies georganiseerd en merk vraagstukken behandeld.

Ook zijn brandbooks ontwikkeld voor elke regio, waarin het merkverhaal van elk gebied staat beschreven en is een handleiding aangereikt hoe het merk toegepast kan worden op middelen.





ER GAAT NIETS BOVEN  
**GRONINGEN**



### 3. TERUGBLIK PROMOTIE IN 2023



## 3. Terugblik promotie in 2023

In 2023 hebben we weer ingezet op het inspireren van bezoekers en bewoners om Groningen te ontdekken. We willen de kracht van Groningen beleefbaar en relevant maken voor bewoners en bezoekers.

### 3.1 Vrijtijdseconomie

In 2023 boekten we de volgende resultaten bij 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.



**4**  
campagnes



**52** gastvrijheidsacties en  
**1** groot viermoment



**1.372.985**  
bezoekers  
visitgroningen.nl

**5.454.659**  
weergaven  
visitgroningen.nl



**101.081**  
volgers sociale  
media accounts



**1.617**  
sociale media  
berichten



**59.073**  
nieuwsbrief  
abonnees



**9**  
persreizen



**20**  
reiskantoren rondgeleid  
door Groningen



**25.000**  
point of sale:  
vaarkaarten

### Themacampagnes:

#### LAUWERSMEERCAMPAGNE

- Doel – Natuurlijkhebbers stimuleren tot recreatief bezoek aan het Lauwersmeergebied en het verblijf in Nationaal Park Lauwersmeer verlengen.
- Doelgroep – Gezinnen en de 'light natuurlijkhebbber' die graag een weekend of midweek weggaan.
- Landingspagina en onderliggende pagina's – 15.662 weergaven.
- Online campagne – 1.253.192 impressies.
- Online middelen – Landingspagina Visit Groningen uitgebreid, blogs, sociale media uitingen en advertenties via Visit Groningen, focus op Lauwersmeer in nieuwsbrief Visit Groningen.
- Kaarten – Drie kaarten update gegeven, nu ook online klikbaar gemaakt voor gebruik op telefoon.
- Toolkit – De toolkit onder de aandacht van ondernemers gebracht via regiomarketingorganisaties.
- Pers – Persreis voor journalisten en ambassadeurs, publicaties Columbus Travel, publicatie In Eigen Land, publicatie Waanzinnige Wereld.

## FIETSCAMPAGNE

- Doel – Groningers kennis laten maken met de mooie fietsroutes en het knooppuntennetwerk in hun omgeving. Stimuleren om vaker te gaan fietsen.
- Doelgroep – Inwoners van de provincie Groningen en grensgebieden. Recreatieve en sportieve fietsers, jonge gezinnen en grootouders met (klein)kinderen tussen 6-12 jaar en natuurliefhebbers.
- Landingspagina's Routebureau Groningen – 12.413 weergaven.
- Online middelen – Fietsen pagina Visit Groningen, blogs, sociale media uitingen en advertenties via Visit Groningen, uitlichten fietsitems op kanalen Groningen Store.
- Online campagne – 1.140.323 impressies.
- Feestdagen – Extra focus op fietsen op sociale media en in nieuwsbrieven rondom 'fietsfeestdagen' als Pasen en Hemelvaart.
- Zichtbaarheid in de provincie – Abriecampagne op 75 locaties met 7 verschillende ontwerpen (1 per regio), verspreiding fietsroutekaartjes.
- Wereldfietsdag – Actie op wereldfietsdag in samenwerking met Doortrappen, op 11 locaties 525 goodiebags uitgedeeld aan fietsers.
- Ondernemers – Ondernemersactivatie in samenwerking met regiomarketingorganisaties.
- Samenwerking RTV Noord – Doorvertaling Rondje Zummer van RTV Noord, in campagnestijl.

---

## CULTUURCAMPAGNE

- Doel – Jongeren de rijke cultuursector laten ontdekken en ze gidsen door het aanbod.
- Doelgroep – Inwoners van de gemeente Groningen, met een gesegmenteerde focus op jongvolwassenen tussen de 18-29 jaar.
- Landingspagina en onderliggende pagina's – 37.793 weergaven.
- Blogs – 7 blogs gemaakt, 20.464 weergaven.
- Online campagne – 1.041.710 impressies.
- Zichtbaarheid in de stad – Postercampagne Centercom, digitale schermen Digital out of Home, vlaggen Vlaggenindustrie.
- Creatie online tool – Oplevering in 2024 op Visit Groningen.
- Aansluiten bij events & initiatieven – Samenwerking met onder andere Spot TV, Club Creatives, Noorderzon, Jonge Harten Theaterfestival, Museumnacht & KEI-week.
- Input vanuit culturele veld – Brainstormsessie en klankbordgroep.

---

## GASTVRIJHEIDSPROGRAMMA

Het programma Gastvrij Groningen heeft als doel mensen een warm welkom te heten en samen met partners en ondernemers de aantrekkelijkheid van de stad op peil te houden tijdens de verbouwingen in en rondom de binnenstad en buitenwijken. In de periode waarin gebouwd wordt aan de bereikbaarheid van de stad en tijdens de vele Groningse evenementen, heten we mensen welkom in Groningen door middel van ludieke acties, viermomenten en geluismomentjes. Daarnaast worden ondernemers ondersteund in het uitdragen van het gastvrije karakter van Groningen, om zo samen te werken aan een positief imago van de binnenstad en buitenwijken. Dit is gerealiseerd door middel van media-aandacht, online en fysieke tools. In totaal organiseerden we **52** gastvrijheidsacties en **1** groot viermoment, deelden we verschillende fysieke tools uit aan **300** ondernemers in de stad en de omliggende wijken en maakten **385** ondernemers gebruik van de online toolkit.

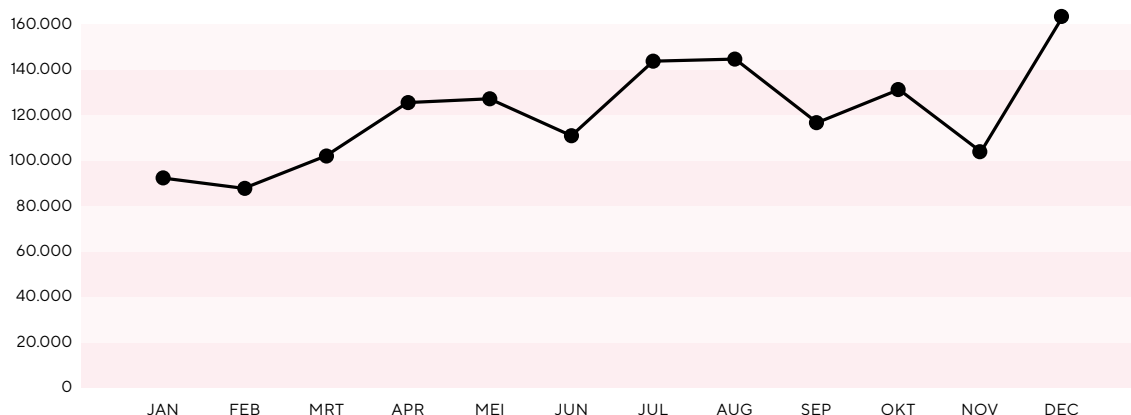
## Bezoekerscampagne Sounds like Groningen

- Brede samenwerking met het georganiseerde bedrijfsleven, retailers, MKB, Koninklijke Horeca Nederland, culturele sector en gemeente Groningen om gezamenlijk Groningen te promoten als rock city.
- Doel – Laten zien dat Groningen bruist, de eigenzinnige kant van de stad benadrukken en het presenteren van urban aanbod op het gebied van retail, events, festivals, muziek, cultuur en horeca
- Landingspagina – 54.694 bezoekers.
- Onbetaald mediabereik – 11.187.172 impressies.
- Bereik sociale media – 32.833 impressies TikTok, 63.784 impressies Instagram.
- Zichtbaarheid in de stad – 160 A0-posters in de binnen- en buitenstad en 80 vlaggen in de binnenstad gedurende 6 weken.
- Advertenties – RTV Noord 2.200.000 impressies, GIC 272.000 impressies, 3x advertentie Dagblad van het Noorden en regiobladen, totaal: 537.700 lezers.

## VISIT GRONINGEN

Visitgroningen.nl is het online platform waar zowel bezoekers als bewoners inspiratie kunnen opdoen over wat er te doen is in de stad en provincie Groningen op het gebied van cultuur, winkelen, uitgaan, horeca, natuur en recreatie. De content wordt in samenwerking met diverse partijen ontwikkeld, zoals de regiomarketingorganisaties, het Routebureau Groningen en de culturele sector. In totaal waren er dit jaar **1.372.985** bezoekers en **5.454.659** weergaven op het platform.

### Bezoekers visitgroningen.nl in 2023



### Top 5 best gelezen artikelen

1. Kerstmarkten in Groningen – 37.992 weergaven
2. Mooie wandelplekken – 31.408 weergaven
3. Nieuwe winkels en horeca – 25.288 weergaven
4. Slecht weer tips – 17.601 weergaven
5. Lunchen in Groningen – 16.824

### Top 5 best bezochte pagina's

1. Uitagenda – 582.280 weergaven
2. Home – 123.604 weergaven
3. Adventskalender – 67.041 weergaven
4. Uitjes met kinderen – 56.640 weergaven
5. Top 10 bezienswaardigheden – 55.070 weergaven

## SOCIALE MEDIA

Via onze sociale media kanalen deelden wij in 2023 weer volop foto's, video's, blogs en artikelen om (potentiële) bezoekers en bewoners te inspireren en aan ons te binden. De resultaten in een notendop:



**71.966** volgers  
**3.470.694** bereik  
**262** berichten



**26.963** volgers  
**4.123.446** bereik  
**1.158** berichten



**829** abonnees  
**591.500** weergaven  
**9** video's



**80** volgers  
**78.000** weergaven  
**92** berichten



**1.147** volgers  
**252.763** weergaven  
**96** berichten



nieuwsbrief  
**59.073** abonnees  
**12** nieuwsbrieven

## PERS EN PR

Via onze pers en PR inzet genereren we free publicity voor Groningen als bestemming voor vakantie of vrijetijd. We verstuurden persberichten en behandelden persaanvragen. Daarnaast organiseerden we **9** persreizen voor pers uit binnen- en buitenland.

### Persreizen

- 4 persreizen Duitse markt: Gisela Robben - Sonntags Report, Wolfgang Stelljes - reisboek 'Groningen Kulturstadt', Planet Hibbel, Wolfgang Brugger - ReiseFreak's, ReiseMagazin and ReiseBlog.
- 1 persreis UK: Simone Sagi - Calibre magazine.
- 4 persreizen Nederlandse markt: vtwonen, Columbus Magazine, Carlo's waanzinnige wereld - Ed Lodewijks (NL) gaat voor het Magazine KBO-PCOB een winterfietstocht maken en een van de ploegroutes door de provincie fietsen.
- Auxilium Agency, travel content creators uit België, gaan een reportage maken over de stad en Bourtange.

## TRAVEL TRADE

We hebben onze samenwerkingen in België in 2023 verder verstevigd door nieuwe reisbureaus en touroperators aan ons te binden. We zijn zichtbaar in ca. **25** reisbrochures en er komen veel (groeps)boekingen binnen voor Groningen vanuit België.

Voor de Duitse markt hebben we samen met FTI begin 2023 een grootschalige campagne opgezet, zowel B2B als B2C. Daarnaast is een eerste aanzet gemaakt om ook op de Duitse markt meer impact te maken. Hierbij richten we ons op de reisbureaus en touroperators in de aangrenzende deelstaten van Duitsland.

Ook hebben we een samenwerking opgezet met de grootste aanbieder van tickets in Europa: Get Your Guide. We hebben in totaal **12** toeristische ondernemers aangesloten. Get Your Guide wordt gebruikt door veel reisorganisaties. Dit maakt het makkelijk om in 2024 meer arrangementen te maken. Sinds augustus 2023 zijn er al **3.648** tickets verkocht met een omzet van totaal **40.000** euro.

Ook hebben we dit jaar een aantal famtrips georganiseerd. In totaal hebben we **20** reiskantoren rondgeleid door Groningen. Uit deze famtrips halen we veel concrete business voor Groningen, bijvoorbeeld **2** Winterwelvaart arrangementen en **14** groepsreizen voor 2024, met een totaal van **500** boekingen en een geschatte omzet van meer dan **300.000** euro. In 2024 zal de gehele federatie van touringcarbedrijven uit België naar Groningen komen. In totaal zullen **50** voorzitters van deze federatie Groningen bezoeken in een 4-daagse reis. Een unieke kans om de gehele Belgische markt op het gebied van groepstoerisme te enthousiasmeren.



**1** campagne,  
met webinar voor  
**9.000** reisbureaus  
en een B2C bereik van  
bijna **2** miljoen mensen



zichtbaar in **25**  
reisbrochures in  
België



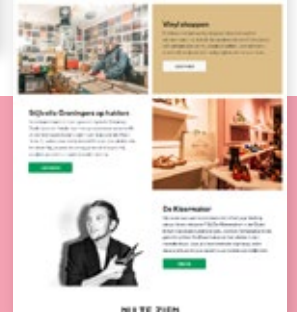
**2** toerismebeurzen:  
ITB Berlijn en WTM  
Londen,  
**50** nieuwe contacten  
opgedaan

**GET  
YOUR  
GUIDE**

samenwerking  
Get Your Guide:  
**12** ondernemers  
aangesloten,  
**3.648** tickets  
verkocht,  
**40.000** euro omzet



**20** reiskantoren  
rondgeleid door  
Groningen



ER GAAT NIETS BOVEN

**GRONINGEN**



### 3.2 Kenniseconomie

In 2023 creëerden we door middel van verschillende activiteiten bewustwording over het feit dat in Groningen de toekomst al is begonnen op het gebied van energie, gezondheid en voedsel, met digitalisering als transitieversneller. Een aantal behaalde resultaten:



**7**  
campagnes  
ontwikkeld



**6.000.000**  
campagnebereik  
(impressies)



**107.649** bezoekers  
**201.604** weergaven  
economie.groningen.nl



**129.888** bezoekers  
**349.347** weergaven  
groningen.nl



**4.730** bezoekers  
**19.286** weergaven  
groningenconventions.nl



**23.721**  
volgders sociale  
media accounts



**247**  
social berichten



**6**  
merkversterkende  
zakelijke events

#### Themacampagnes:

##### HEALTH / LIFE SCIENCE

- Doel
  - De See fase: awareness creëren en ervoor zorgen dat de doelgroep afweet van het feit dat je in Groningen kunt werken aan je toekomst.
  - De Think fase: life science talent informeren en enthousiasmeren over de zorginnovaties die hier plaatsvinden.
- Doelgroep - Life Science talent met 5-10 jaar werkervaring, 24-25 jaar oud, hbo en/of wo opleidingsniveau en woonachtig buiten Groningen.
- Landingspagina - 2.912 nieuwe gebruikers.
- Online campagne - 882.000 impressies.

##### DIGITAL

- Doel
  - De Awareness fase: 'Groningen digitale stad pur sang'.
  - De Think fase: talent informeren over IT-carrièrekansen en goed wonen in Groningen.
- Landingspagina - 3.200 actieve bezoekers, 8.571 gebruikers, 12.321 weergaven.
- Online campagne - 1.105.407 impressies.



## ENERGY

- Doel
    - De See fase: awareness creëren dat je als young professional in Groningen kunt werken aan de energietransitie van Nederland en hier relatief goed kunt wonen en leven (Gro the future).
    - De Think fase: informeren en enthousiasmeren over dat je in Groningen kunt werken aan de energietransitie van Nederland en hier relatief goed kunt wonen (Boost your future).
  - Landingspagina - 10.652 gebruikers, 14.761 weergaven.
  - Online campagne - 528.206 impressies.
- 

## WATERSTOFCAMPAGNE

- Doel - De bewoners van Groningen (stad en provincie) informeren en op een laagdrempelige manier kennis laten maken met waterstof. Daarnaast awareness creëren dat Groningen dé waterstofhoofdstad is van Europa. In Groningen wordt gewerkt aan de toekomst.
  - Waterstofpuzzel Dagblad van het Noorden - 233.000 oplages van deze editie, meer dan 100 puzzelaars hebben hun antwoord ingestuurd.
  - Zichtbaarheid - Posters in de stad Groningen met de uiting 'Welcome to the hydrogen capital' en 30 Digital out of Home schermen (narrowcasting) gebruikt in Groningen stad voor de uiting 'Welcome to the hydrogen capital'.
- 

## LANDELIJKE (OVERKOEPELENDE) CAMPAGNE BOOST YOUR FUTURE

- Doel - Bewustwording creëren dat je in Groningen kunt werken aan je toekomst.
  - Landingspagina - 10.585 bezoekers, 13.723 weergaven.
  - Online campagne - 1.443.273 impressies.
- 

## TERUGROEPACTIE

- Doel - Young professionals die de stad verlieten oproepen om terug te komen.
  - Landingspagina - 9.536 bezoekers, 20.496 weergaven.
  - Online campagne - 932.281 impressies.
  - Publicaties - 15 publicaties in online en offline kranten.
  - Landelijke televisie - NPO Wakker Nederland, SBS 6 - Goed Nieuws Vandaag, EO - Dit is de middag, NPO 1 Nieuwsuur.
  - Radio: Radio 5, Radio Noord.
- 

## CAMPAGNE INTERNATIONALS 'ALL YOU NEED IS GRO'

- Doel - Ervoor zorgen dat elke internationale student en PhD zich thuis en welkom voelt in Groningen.
  - Landingspagina - 10.117 bezoekers, 27.452 weergaven.
  - Online campagne - 1.1 miljoen impressies.
  - Zichtbaarheid in de stad - 170 posters in de stad.
- 

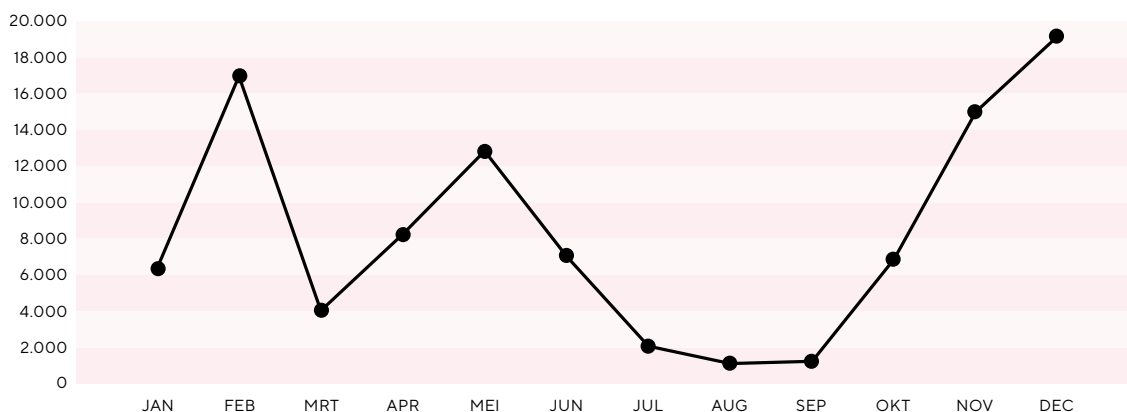
## EVENTS

We ontwikkelden merkversterkende middelen ten behoeve van **Eurosonic Noorderslag**, **The Next Web**, de **reis van de gemeente Groningen naar Perth** ten behoeve van het World Energy Cities Partnership, de gemeentelijke stand op de **Noordelijke Promotiedagen**, **HTE Beurs** en het **afscheid van de directeur EZ van de gemeente Groningen**. Denk aan video's, de krant 'The Daily Future', de beursstand, podcasts, een fotobooth en merchandise. Hiermee konden we de innovatiekracht van Groningen ter plaatse zichtbaar en beleefbaar maken..

## ECONOMIE.GRONINGEN.NL

Op economie.groningen.nl en de bijbehorende sociale media kanalen maken we de innovatiekracht van Groningen online beleefbaar. Dit doen we onder andere door het delen van nieuws en achtergrondinformatie over de transitithema's energie, gezondheid, voedsel en digitalisering. In 2023 zijn er verdere stappen gezet in het optimaliseren van economie.groningen.nl, zodat de uitstraling beter aansluit bij het merk Groningen. Dit jaar hebben we daarbij veel content geproduceerd, waaronder teksten, beelden en video's over bijvoorbeeld de ambassadeurs van Groningen. In totaal hebben dit jaar **107.649** bezoekers de website bezocht.

### Bezoekers economie.groningen.nl in 2023



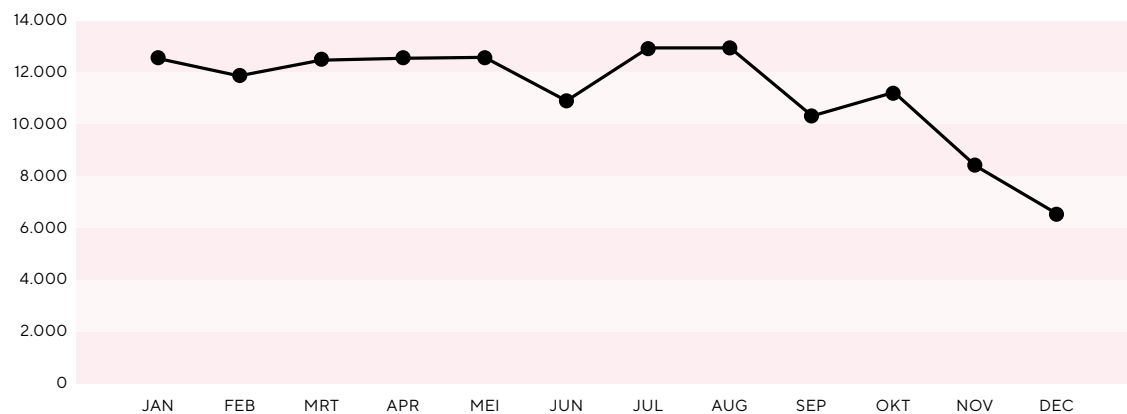
### Top 5 meest bezochte pagina's

1. Boost your career: 20.510 weergaven
2. Terugroepactie: 20.496 weergaven
3. Gro-energy: 14.761 weergaven
4. Boost your future: 13.723 weergaven
5. Gro digital: 12.321 weergaven

## GRONINGEN.NL & INTERNATIONALGRONINGEN.NL

Op groningen.nl maken we nieuwe (internationale) bewoners van Groningen wegwijs in hun leven in Groningen. Het totaal aantal bezoekers in 2023 was **129.888**. In 2023 hebben we het uiterlijk van groningen.nl in merk Groningen stijl vormgegeven, alle beeldmaterialen en teksten zijn vernieuwd en de structuur van de websitepagina's is opnieuw ingedeeld.

### Bezoekers groningen.nl & internationalgroningen.nl in 2023



## ONTWIKKELING PERSONA'S

In 2023 hebben we 13 bruikbare doelgroepen (persona's) en inzichten per doelgroep ontwikkeld en samengevoegd tot paspoorten. We richtten ons op:

- Brains (studenten, young professionals, professionals en internationals).
- Bedrijven (MKB en corporate).

## ONTWIKKELING DIGITALE BACKBONE KENNISECONOMIE

In 2023 hebben we een start gemaakt met het project Digitale Backbone. We hebben diverse partijen benaderd die mogelijkwijs kunnen faciliteren in de ontwikkeling van deze digitale backbone. Naar aanleiding van een briefing en meerdere sessies hebben de potentiële leveranciers een voorstel gemaakt. Het project is vervolgens on hold gezet door de opdrachtgevers en zal een vervolg krijgen in 2024.

## SOCIALE MEDIA

Via onze sociale media kanalen deelden wij in 2023 weer volop nieuwsberichten over de innovatiekracht van Groningen om talenten, ondernemers en investeerders te boeien en binden. De sociale media resultaten van 2023 in een notendop:



**7.102**  
volgers



**3.261**  
volgers



**339**  
volgers

Economie Groningen

**1.619**  
volgers

International Groningen



**8.600**  
volgers

Economie Groningen

**2.800**  
volgers

International Groningen

## PERS EN PR

In 2023 hebben we diverse journalisten benaderd voor een 'roadtrip langs de innovatiekracht van Groningen'. Het idee was om journalisten in contact te 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 hebben hierover contact gezocht met journalisten van onder andere NRC Handelsblad, Trouw en het Financieel Dagblad. De meesten van hen gaven aan graag contact te houden en NRC stond ervoor open om daadwerkelijk de roadtrip te beleven. Voor hem hebben we een roadtrip georganiseerd over waterstof. Op basis van deze roadtrip verscheen het artikel 'In de Eemshaven gloort de toekomst van de waterstofeconomie'.

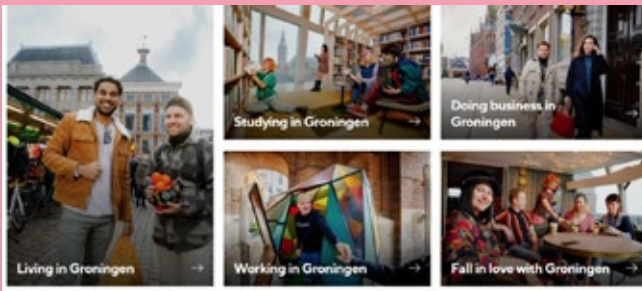
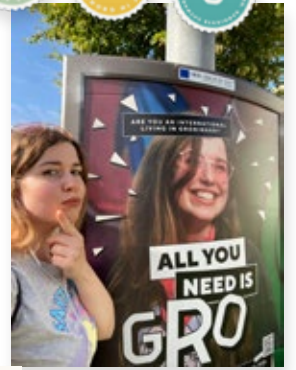
Eind dit jaar hebben we het over een andere boeg gegooid en zelf een spraakmakende actie op touw gezet die de journalisten naar Groningen deed kijken. Deze terugroepactie resulteerde onder andere in **14** artikelen in online en print kranten, **5** items op televisie, **2** items op de radio, een aantal andere publicaties en een enorm bereik op sociale media (**1.089.943** impressies). Deze actie is dan ook zeker een groot PR-succes geworden.



persberichten

**5** op marketinggroningen.nl

**14** op LinkedIn





## 4. TERUGBLIK GASTVRIJHEID IN 2023

## 4. Terugblik gastvrijheid in 2023

Ook in 2023 gidsten we bezoekers en bewoners op inspirerende en verrassende wijze door bijzondere belevenissen in Stad en Ommeland. We hielpen geluksmomenten te maken en boden mooie herinneringen aan om mee naar huis te nemen of cadeau te geven.



**332.000**

bezoekers Groningen Store



**€16,06**

gemiddeld bonbedrag



**50.000**

afgehandelde informatieverzoeken



**43.500**

bezoekers Martinitoren

**18%**

conversie bezoeker Forum Groningen naar Groningen Store

**19%**

conversie van kijker naar koper



**3.600**

webshop bestellingen



**535**

volgers



**107**

volgers



nieuwsbrief

B2B **551** abonnees

B2C **32.857** abonnees

### Top 5 best verkochte producten in aantallen

1. VVV cadeaukaarten: 23.457
2. Ansichtkaarten: 22.805
3. Magneten: 13.600
4. Stadswandelingen: 8.525
5. Merk Groningen speelkaarten: 6.687

### Top 5 meest gestelde vragen

1. We willen graag de Martinitoren beklimmen, hebben jullie hier informatie over?
2. Wat voor leuke dingen kunnen we in Groningen doen?
3. Hebben jullie een stadswandeling?
4. Wat kunnen we in de provincie voor leuke uitjes doen?
5. Welke leuke uitjes zijn er voor kinderen in de stad en provincie?



ER GAAT NIETS BOVEN

**GRONINGEN**

