

Groningen, 24 februari 2010

## Glazen Huis levert Groningen ruim 7,3 miljoen euro op

**De winkeliers en de horeca in de binnenstad van Groningen hebben dankzij de komst van het Glazen Huis van 3FM Serious Request ruim 7,3 miljoen aan extra inkomsten binnengehaald. Dit is gebleken uit onderzoek van Marketing Groningen i.s.m. Hanze Hogeschool Groningen.**

De resultaten van het onderzoek, die vandaag bekend werden, wijzen uit dat in de week voor kerst meer dan 251.000 bezoekers speciaal voor het Glazen Huis naar de binnenstad van Groningen afreisden. Ruim driekwart van deze bezoekers kwam uit Drenthe, Groningen en Friesland. Ondanks de winterse weersomstandigheden werd de Grote Markt druk bezocht. De voornaamste reden hiervoor was de gezellige sfeer, de activiteiten rondom het Glazen Huis en het goede doel. Het grootste gedeelte van de ondervraagden ging na een bezoekje aan de 3FM DJ's winkelen of nuttigde een hapje en drankje in de horeca. Gemiddeld werd er door de bezoeker € 29,38 per persoon besteed, wat een economische spin-off van ruim 7,3 miljoen euro voor de stad heeft opgeleverd.

### Extreem winterweer

Het gaat te ver om in algemene zin te stellen dat het, door de aanwezigheid van het Glazen Huis, een topweek is geweest voor de Groningen middenstand, beter is om te stellen dat door Serious Request het negatieve effect van het winterweer voor een deel is gecompenseerd. De week voor kerst werd namelijk gekenmerkt door bijvoorbeeld een koopzondag met een weeralarm, meerdere landelijke waarschuwingen niet de weg op te gaan indien niet noodzakelijk, witte winkelstraten en beperkt openbaar vervoer.

### Imago

Naast de economische voordelen, bleek uit het onderzoek dat ruim 90 procent van de bezoekers vindt dat het imago van de stad én die van de Groningers zelf is verbeterd.

### Breda

De cijfers overtreffen de toch ook al forse resultaten van het Glazen Huis in Breda van het jaar ervoor. Daar telde men zo'n 200.000 extra bezoekers met een iets lagere gemiddelde besteding. Een verklaring voor de positieve cijfers ligt in het feit dat Serious Request als fenomeen elk jaar belangrijker wordt. Groningen heeft daarom gekozen voor een relatief lang voortraject (vanaf september begon de initiatievcampagne), koppeling aan de citymarketingstrategie en een tot nu toe ongebruikelijke provinciebrede inbedding, met bovenstaand resultaat tot gevolg.

## EINDE BERICHT

*Marketing Groningen is hét bureau voor de toeristische marketing van Groningen.  
VVV Groningen en het Groninger Uitburo maken deel uit van Marketing Groningen.*

Voor meer informatie over dit persbericht kunt u contact opnemen met:  
Dirk Nijdam, directeur Marketing Groningen, 06-55341930

Voor meer informatie:

Gedempte Zuiderdiep 22  
9711 HG Groningen

T. +31 (0)50 319 97 50  
F. +31 (0)50 313 63 58

E. [info@marketinggroningen.nl](mailto:info@marketinggroningen.nl)  
I. [www.marketinggroningen.nl](http://www.marketinggroningen.nl)

