

LEEFSTIJL VINDER



Praktische gids voor de
ZEEUWSE VRIJETIJDSECTOR



**KENNISCENTRUM
KUSTTOERISME**



2

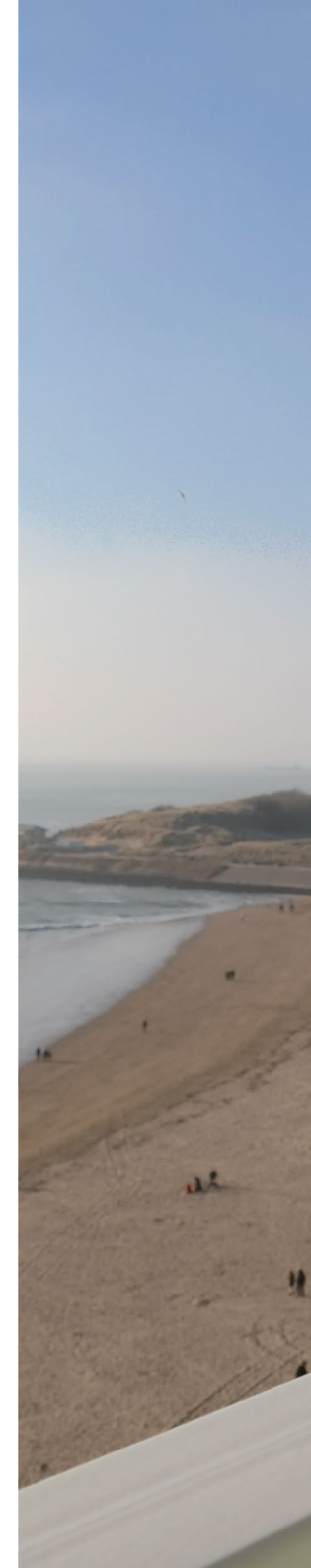
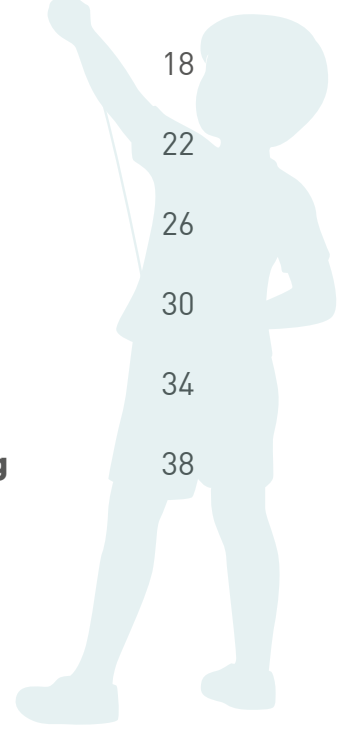


3



INHOUD

De Leefstijlvinder, wat is dat?	04
De Leefstijlvinder, wat kun je ermee?	06
Hoe beleeft jouw gast zijn vakantie?	07
De zeven leefstijlen volgens de Leefstijlvinder	08
Avontuurzoekers	10
Plezierzoekers	14
Harmoniezoekers	18
Verbindingszoekers	22
Rustzoekers	26
Inzichtzoekers	30
Stijlzoekers	34
Gehanteerde bronnen en fotoverantwoording	38





Colofon

©2024, HZ Kenniscentrum Kusttoerisme.

Dit boekje is samengesteld door HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, als onderdeel van een project voor Provincie Zeeland.



Alle teksten in deze uitgave mogen vermenigvuldigd of openbaar gemaakt worden, mits met bronvermelding. Hoewel wij bij de totstandkoming van deze uitgave de grootst mogelijke zorgvuldigheid hebben betracht, bestaat altijd de mogelijkheid dat bepaalde informatie niet klopt, of na verloop van tijd verouderd, of niet meer juist is. Waar bekend zijn de bronnen vermeld.

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

p/a HZ University of Applied Sciences

Postbus 364, 4380 AJ Vlissingen

Telefoon: 0118 - 489 885

E-mail: kenniscentrumtoerisme@hz.nl

Website: www.kenniscentrumtoerisme.nl

Onderzoeksteam

Noëlle Verhage - Keisa Meyes - Simone Romijn

LEEFSTIJLVINDER

De Leefstijlvinder biedt ondernemers in de vrijetijdssector nieuwe mogelijkheden!

Ontdek de zeven verschillende leefstijlen en stem jouw aanbod af op wat jouw gasten zoeken.



De Leefstijlvinder, wat is dat?

Ben jij ondernemer in de vrijetijdssector en wil je gasten aantrekken die bij jou passen? Ontdek dan de mogelijkheden van de Leefstijlvinder. Dit hulpmiddel geeft je inzichten in de leefstijlen, voorkeuren en het gedrag van verschillende mensen, want niet elk gezin, koppel of persoon is hetzelfde. Iedereen heeft zijn eigen wensen en behoeften. Met de Leefstijlvinder kun jij jouw aanbod precies afstemmen op wat jouw gasten zoeken.

Leefstijlvinder Vakantie en Vrije Tijd

In 2020 hebben MarketResponse Marktvinders en acht Nederlandse provincies de Leefstijlvinder Vakantie en Vrije Tijd gemaakt. Hierin staan zeven verschillende leefstijlen, die laten zien wat mensen willen doen in hun vrije tijd of op vakantie en hoe deze wensen van elkaar verschillen. Hiervoor is uitgebreid onderzoek gedaan, zowel kwalitatief als kwantitatief, gebruikmakend van het BSR™-model, een wetenschappelijk model van MarketResponse Marktvinders (zie kader).

De leefstijlen in dit onderzoek voor het domein Vakantie en Vrije Tijd zijn:

- **AVONTUURZOEKERS**
- **PLEZIERZOEKERS**
- **HARMONIEZOEKERS**
- **VERBINDINGSZOEKERS**
- **RUSTZOEKERS**
- **INZICHTZOEKERS**
- **STIJLZOEKERS**

Het BSR™-model

Het BSR™-model helpt te begrijpen wat mensen motiveert en wat er gedaan moet worden om hen in beweging te krijgen. Het laat zien welke boodschap, toon en kanalen je het beste kunt gebruiken.

In de basis kent Nederland vier leefstijlen met ieder hun eigen manier van in het leven staan:

- creatief
- controlerend
- harmonieus
- veilig

Om erachter te komen tot welke leefstijl iemand behoort, is er een BSR™-vragenlijst ontwikkeld. Deze bevat een aantal vragen die zijn gebruikt in het onderzoek naar de doelgroepen binnen het domein Vakantie en Vrije Tijd. (MarketResponse, z.d.)



7



8

05



De Leefstijlvinder, wat kun je ermee?

De Leefstijlvinder laat zien hoe mensen hun vrije tijd doorbrengen, welke vakanties ze kiezen, wat hun interesses zijn en welke media ze gebruiken. Dit helpt je als ondernemer om te snappen wat mensen belangrijk vinden en hoe ze beslissingen maken over hun vrije tijd en vakanties.

Je krijgt informatie over zeven verschillende leefstijlen in Nederland. Mensen hebben vaak een voorkeur voor een bepaalde leefstijl, maar kunnen ook kenmerken van meerdere leefstijlen hebben. Als je dit weet als ondernemer kun je beter inspelen op de wensen van je gasten. De een zoekt rust en ontspanning, terwijl de ander houdt van drukte en avontuur.

De Leefstijlvinder laat zien hoe je de verschillende mensen het beste kunt aanspreken en wat hun wensen zijn. Zo zorg jij ervoor dat ze een geweldige tijd in Zeeland hebben.



Hoe helpt het jou als ondernemer?

Of het nu gaat om de manier waarop je jouw diensten aanbiedt of de inrichting van je bedrijf, de Leefstijlvinder helpt je om de juiste keuzes te maken. Ook kun je gerichte campagnes ontwikkelen om die gasten aan te trekken die passen bij jouw bedrijf.

Er zijn landelijke cijfers over de verdeling van leefstijlgroepen in Nederland. We weten bijvoorbeeld dat 18% plezierzoekers zijn en 11% avontuurzoekers. Er zijn geen cijfers beschikbaar over de leefstijlen van buitenlandse gasten. De Nederlandse cijfers helpen je echter om te begrijpen hoe groot de potentiële doelgroep in Zeeland is.

De Leefstijlvinder geeft een schatting van leefstijlgroepen op provinciaal, gemeentelijk en zelfs adresniveau. Deze cijfers zijn echter minder betrouwbaar, omdat ze zijn gebaseerd op een model en inwoners hier niet direct naar zijn gevraagd. Houd hiermee rekening als je deze informatie gebruikt.

Is de Leefstijlvinder online gratis te gebruiken?

Ja! De Leefstijlvinder is online gratis te gebruiken in Zeeland dankzij de steun van provincie Zeeland. Wil je meer gegevens inzien? Dan kun je een autorisatie aanvragen als je ondernemer bent in Zeeland. Je hoeft alleen maar te registreren op www.leefstijlvinder.nl.

Hoe beleeft jouw gast zijn vakantie?

De leefstijlen worden in dit boekje omschreven aan de hand van de customer journey. De customer journey is een weergave van hoe een gast zijn vakantie beleeft: van de voorbereiding thuis tot de beleving op de vakantiebestemming tot na de thuiskomst. Iedere gast maakt dezelfde fasen mee, maar ervaart deze op een andere manier.

VOOR HET BEZOEK

In deze fase bereidt de gast het bezoek voor. Hierin gaat het bijvoorbeeld over de manier waarop hij of zij de vakantie boekt en welke media hij of zij leest of bekijkt om zich te informeren.

TIJDENS HET BEZOEK

In deze fase gaat het over waar de gast graag verblijft, of ze van de fiets of auto gebruikmaken en hoe zij op zoek gaan naar vermaak. Denk bijvoorbeeld aan welk type horeca ze graag bezoeken, hoe ze cultuur beleven of hoe ze er op uit trekken in de natuur.

NA HET BEZOEK

In deze laatste fase lees je hoe je als ondernemer jouw gast kunt motiveren voor een herhaalbezoek of hoe je ze enthousiast maakt om hun bezoek of ervaringen met anderen te delen.

Toolkit

Naast de basisinformatie over verschillende leefstijlen zijn er ook speciale toolkits ontwikkeld voor thema's zoals cultuurbeleving, natuurbeleving en duurzaamheid. De beleving van deze thema's is per leefstijltype uitgewerkt en inzichtelijk gemaakt. Zo krijg je als ondernemer een nog beter beeld van de doelgroepen die je wilt bedienen. In dit boekje worden de toolkits per leefstijl globaal toegelicht. Wil je er nog meer over weten? Kijk dan op www.ruimteenvrijetijd.nl/tools.

* Deze toolkits zijn ontwikkeld door Bureau Buhrs, Bureau BUITEN en Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd in samenwerking met MarketResponse Marktvinders.





De zeven leefstijlen volgens de **LEEFSTIJLVINDER**

AVONTUURZOEKERS

Eigenschappen: Creatief, avontuurlijk, eigenwijs en ondernemend

Wat betekent vakantie?

Nieuwe dingen beleven, inspiratie opdoen, zelfontwikkeling, verrassend en uitdagend

11% van de Nederlanders zijn Avontuurzoekers



HARMONIEZOEKERS

Eigenschappen: Hartelijk, gemoedelijk, vrolijk, gezellig en zachtmoedig

Wat betekent vakantie?

Samenzijn, gezelligheid, rustig aan doen, tijd voor het gezin

12% van de Nederlanders zijn Harmoniezoekers



PLEZIERZOEKERS

Eigenschappen: Spontaan, vrolijk, eigenwijs, impulsief en avontuurlijk

Wat betekent vakantie?

Hoofd leegmaken, geïntertaind worden, leuke dingen doen en nieuwe avonturen beleven

18% van de Nederlanders zijn Plezierzoekers



VERBINDINGSZOEKERS

Eigenschappen: Geïnteresseerd in anderen, behulpzaam en evenwichtig

Wat betekent vakantie?

Ontspannen, genieten en gezelligheid

12% van de Nederlanders zijn Verbindingszoekers



RUSTZOEKERS

Eigenschappen: Kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtaardig

Wat betekent vakantie?

Tot rust komen, rondom eigen huis activiteiten uitvoeren

17% van de Nederlanders zijn Rustzoekers



INZICHTZOEKERS

Eigenschappen: Bedachtzaam, serieus, evenwichtig en zakelijk

Wat betekent vakantie?

Zelfontwikkeling, nuttig zijn, rondtrekken, liefst in klein gezelschap

18% van de Nederlanders zijn Inzichtzoekers



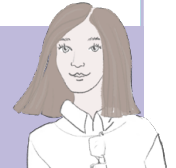
STIJLZOEKERS

Eigenschappen: Intelligent, zelfverzekerd, zakelijk en ondernemend

Wat betekent vakantie?

Exclusiviteit, geprikkeld worden, verwend worden

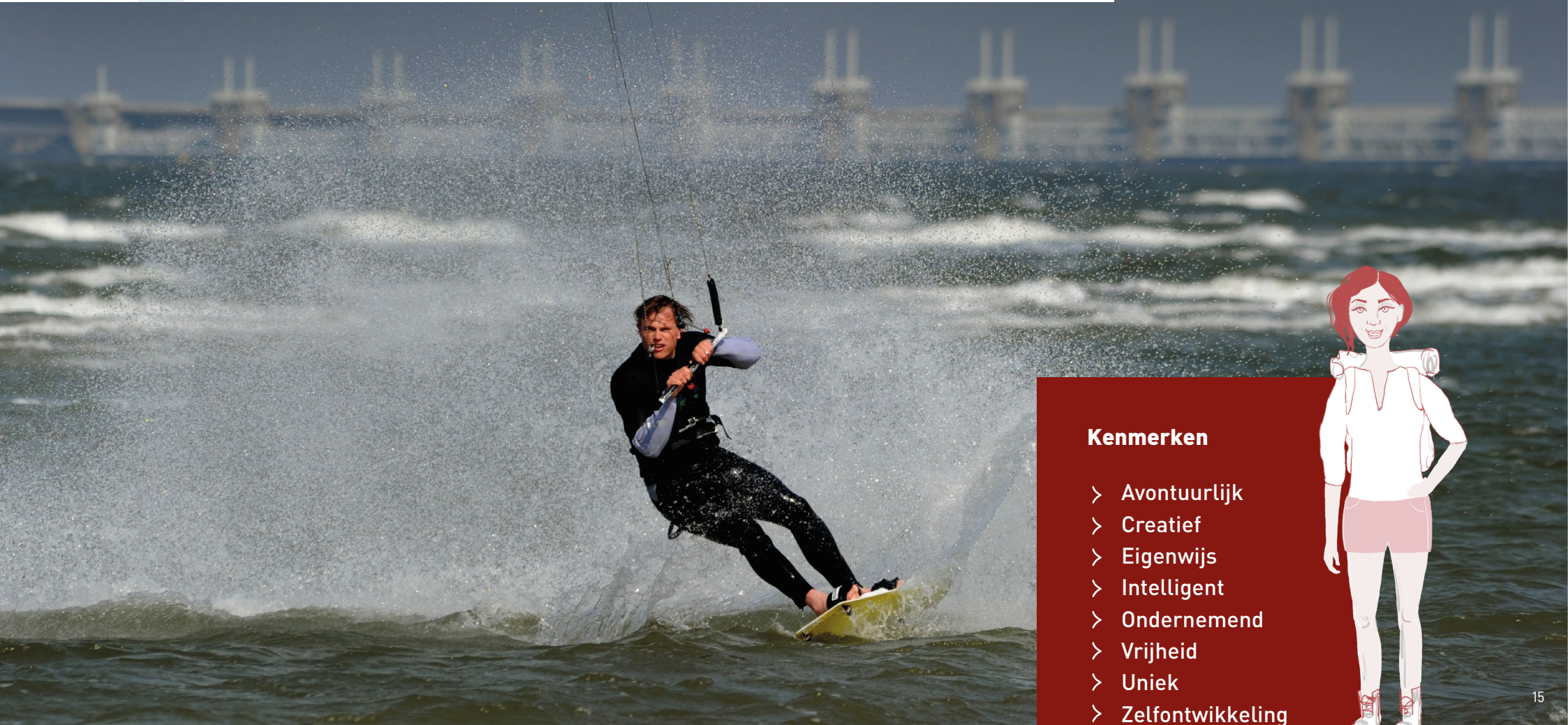
16% van de Nederlanders zijn Stijlzoekers





AVONTUURZOEKERS

Creative en avontuurlijke verblijfsbezoekers die er graag op uit trekken. Avontuurzoekers zijn op zoek naar nieuwe ervaringen die bijdragen aan hun zelfontwikkeling.



Kenmerken

- › Avontuurlijk
- › Creatief
- › Eigenwijs
- › Intelligent
- › Ondernemend
- › Vrijheid
- › Uniek
- › Zelfontwikkeling



Avontuurzoekers trekken er graag alleen of in een kleine groep op uit. Het liefst in de natuur waar ze vrijheid ervaren en actief kunnen zijn. Denk aan kitesurfen bij de Brouwersdam of een mountainbiketocht door de Zak van Zuid-Beveland. Naast het ondernemen van avontuurlijke activiteiten is deze doelgroep op zoek naar creativiteit en inspiratie. Een bezoek aan een museum of een expositieruimte zoals de Vleeshal is ook iets wat Avontuurzoekers graag doen!

Demografische kenmerken

11% van de Nederlanders zijn Avontuurzoekers

58% zijn vrouwen

42% zijn mannen

44% zijn 55 jaar en ouder

34% zijn alleenstaanden

38% bestaan uit 2-persoonshuishoudens

13% zijn laag opgeleiden

54% zijn hoog opgeleiden

29% verdienen beneden modaal

26% verdienen modaal

45% verdienen bovenmodaal


VOOR HET BEZOEK


De voorpret begint voor Avontuurzoekers al bij het boeken. Door het lezen van (reis)blogs en magazines doen zij inspiratie op. Vaak boeken Avontuurzoekers hun vakantie last minute om zo lang mogelijk de kans op nieuwe ervaringen en avonturen open te houden. Omdat zij steeds op zoek zijn naar nieuwe ervaringen keren zij niet vaak terug naar plekken die zij al eens hebben bezocht. Ook hoeven Avontuurzoekers niet per se alles van te voren te weten. Een goede indruk is voldoende.


Over het algemeen reizen Avontuurzoekers met de auto naar de plaats van bestemming. Ook het openbaar vervoer is een vaak gekozen vervoersmiddel.


Om als ondernemer in te spelen op het boekingsgedrag van Avontuurzoekers zorg je dat je marketing, website en andere promotie er eigentijds en origineel uitzien. Het uitlichten van natuur en buitenactiviteiten is iets waar Avontuurzoekers enthousiast van worden.


Meest gebruikte mediakanalen

 NPO 1, 2 en 3

 De Volkskrant, regionaal dagblad, huis-aan-huiskrant

 NPO radio 1, Radio 538, Skyradio, Q-Music

 Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Youtube




Flamingo

Flamingo's alleen in tropische gebieden? Nee hoor. Van september tot en met april kun jij gegarandeerd een hele groep flamingo's spotten in het [Grevelingenmeer](#).

Deze groep flamingo's komt over uit Duitsland en overwintert in Nederland. Vanaf de dijk bij Oude-Tonge heb je het beste uitzicht. Blijf wel op de dijk, zodat de flamingo's niet verstoord worden. Eigenlijk kan je het gehele jaar flamingo's spotten in Zeeland; de jonge flamingo's die nog niet broeden blijven namelijk het hele jaar in de Grevelingen.

Zeehond

Als we [zeehonden spotten](#) tijdens een trip in het buitenland roepen we spontaan: Oooh! en Aaah! Maar ook in Zeeland duiken er zeehonden op. Spot ze al jegend of tijdens hun uitgebreide zonnebaadsessies. Bijvoorbeeld op de zandplaten in het Grevelingenmeer, de Oosterschelde, de Westerschelde, de Voordelta, bij Neeltje Jans of gewoon op het strand bij Vlissingen. Ook hier geldt: blijf op gepaste afstand.





TIJDENS HET BEZOEK

Avontuurzoekers trekken er graag op uit en zijn nieuwsgierig naar nieuwe ervaringen. Als ondernemer geef je tips over bijzondere (minder drukke) plekken of bijzondere activiteiten in de regio, een slikkentocht over de Kattendijkse Plaat of in Grenspark Groot-Saeftinghe. Ook culturele en creatieve activiteiten zoals het Zeeland Nazomerfestival of Film by the Sea vallen bij hen in de smaak.

Goede accommodaties

- Avontuurzoekers verblijven graag in bijzondere, gekke of verrassende locaties
- Ze trekken graag rond en gaan er veel op uit. Een basic camping, hostel, Airbnb of andere kleinschalige accommodatie is dan geschikt
- Avontuurzoekers verblijven ook graag in een accommodatie waar ze zich kunnen focussen op zelfontwikkeling, zoals een yogaretreat
- Een natuurcamping waar ze middenin de bossen of aan het water kamperen is een voorbeeld van een goede accommodatie voor Avontuurzoekers

Vervoer

Als ze de omgeving willen verkennen maken Avontuurzoekers gebruik van de fiets. Deze kan van henzelf zijn, maar soms huren ze deze ook. Verder gaan ze er graag te voet op uit. Wijs als ondernemer Avontuurzoekers op fietsverhuurders in de omgeving, en de beste wandel – en fietsroutes.

Horeca

- Een authentiek, verrassend of bijzonder restaurant
- Avontuurzoekers zijn op zoek naar nieuwe ervaringen en belevingen en zijn dol op nieuwe en bijzondere gerechten die gebaseerd zijn op de laatste trends zoals vegan. Een all you can eat-formule laten ze links liggen
- Avontuurzoekers houden van vlotte en informele bediening
- Ze moeten zich herkennen in de stijl van het restaurant

Cultuur

Kenmerkend voor Avontuurzoekers is dat ze geïnspireerd willen worden en nieuwe dingen willen beleven. Waar kan dit beter dan op een bijzondere erfgoedlocatie zoals tijdens de Nacht van de Nacht rond Fort Ellewoutsdijk of op het abdijplein in Middelburg? Deze gast kiest het vaakst van de leefstijlen voor culturele activiteiten.

- Ze bezoeken vaak musea, theaters, concertzalen en filmhuizen om nieuwe ervaringen op te doen
- Kiezen voor exclusieve en bijzondere culturele activiteiten, want originaliteit en exclusiviteit zijn belangrijk voor Avontuurzoekers
- Ze reizen graag verder om dit soort activiteiten te vinden, zodat ze ook iets van de omgeving kunnen zien
- Ze combineren cultuur met actief bezig zijn, want dit maakt hen enthousiast. Een erfgoedlocatie zoals het Heggengebied in Nisse is bijvoorbeeld leuk, omdat je daar cultuur kunt beleven én kunt wandelen

Natuur

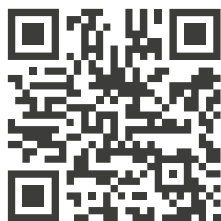
In de natuur voelen Avontuurzoekers zich op hun gemak. Nieuwe dingen ontdekken en actief bezig zijn, dat maakt hen blij. Ze gaan graag suppen op het Veerse Meer of nemen deel aan een avontuurlijke klimactiviteit in het Klimbos Westerschouwen.

- Ze waarderen natuur meer dan andere leefstijlen en zoeken het liefst wildernis of oernatuur zonder wegen, paden of voorzieningen. Functionele bossen en natuur met horeca of andere voorzieningen vinden ze niet aantrekkelijk
- Vermijden drukte en gaan graag van de gebaande paden af, alleen en zelfstandig, om zo de natuur echt te ervaren
- Avontuurzoekers willen steeds nieuwe plekken ontdekken en keren liever niet terug naar dezelfde locatie
- Ondernemen graag avontuurlijke activiteiten zoals kajakken op de Oosterschelde of snorkelen in het Grevelingenmeer

NA HET BEZOEK

Avontuurzoekers zijn altijd op zoek naar iets nieuws, unieks en creatiefs. Als ondernemer kun je eraan denken om ze een origineel streekproduct van de regio of je bedrijf mee te geven. Maar omdat deze doelgroep altijd op zoek is naar nieuwe ervaringen is het hoogstwaarschijnlijk dat zij niet nog een keer terugkeren voor een herhaalbezoek. Een aandenken dat uniek is kan op zijn beurt weer zorgen voor positieve mond-tot-mond-reclame.

Meer weten over AVONTUURZOEKERS?



PLEZIERZOEKERS

Spontane en vrolijke verblijfsbezoekers die er het liefst met een groep op uit trekken. Plezierzoekers willen vooral leuke dingen ondernemen met anderen zodat zij ervaringen kunnen delen.



Kenmerken

- > Spontaan
- > Vrolijk
- > Avontuurlijk
- > Impulsief
- > Eigenwijs
- > Sociaal

Plezierzoekers zijn gezellige verblijfsbezoekers die waarde hechten aan uitdagingen en uniek zijn, maar ook zichzelf het liefst omringen met veel mensen om zich heen. Ze trekken er dan ook graag op uit met vrienden, familie en kennissen. Plezierzoekers laten zich graag entertainen, zoals bevrijdingsfestival of een avondje naar de bioscoop in Vlissingen. Als ze maar met een groep er op uit kunnen trekken om vermaakt te worden. Concert at SEA of een avondje naar een cabaretvoorstelling in Theater de Mythe in Goes zijn activiteiten die het hart van Plezierzoekers sneller laat kloppen!

Demografische kenmerken

18% van de Nederlanders zijn Plezierzoekers

59% zijn vrouwen

41% zijn mannen

77% zijn tussen de 18 en 44 jaar

31% bestaan uit 2-persoonshuishoudens

46% zijn huishoudens met kinderen tot 18 jaar

25% zijn laag opgeleiden

31% zijn hoog opgeleiden

38% verdienen beneden modaal

32% verdienen modaal

30% verdienen bovenmodaal

VOOR HET BEZOEK

Plezierzoekers houden van spontaniteit en laten zich graag verrassen wanneer zij op vakantie gaan. Een lastminutevakantie boeken is niet iets wat zij vaak doen. Kritisch zijn Plezierzoekers niet in het plannen van activiteiten en vakanties. Ze weten dat ze het toch wel naar hun zin gaan hebben als ze met de juiste groep mensen op pad zijn. Plezierzoekers zijn vaak op zoek naar de beste deal, dan kunnen ze er zo vaak mogelijk op uit. Andere manieren van inspiratie zijn boekingswebsites en blogs. Spontaniteit en verrast worden is belangrijk voor deze groep. Van te voren alles al weten van een bestemming? Dat hoeft niet. Hoe groter de verrassing hoe beter. Ook deze groep kiest voornamelijk voor de auto om naar de bestemming te reizen.

Als ondernemer speel je in op het boekingsgedrag door jouw activiteiten te benoemen en uit te lichten wat er te doen is in de omgeving. De website, advertenties en ander promotiemateriaal mogen uitbundig, speels en helder zijn. Van de leefstijlen zit deze groep het meest op social media. Je kan er voor kiezen om veel van de promotie via social media te doen. Het uitlichten van de activiteiten en faciliteiten door middel van video's en foto's is iets waar zij enthousiast van worden.

Meest gebruikte mediakanalen



RTL 4 en SBS6 en streaming-diensten als Netflix en Videoland



Algemeen Dagblad, De Telegraaf



Radio 538, Skyradio, Q-Music



Facebook, Google, Instagram, Snapchat, Youtube





TIJDENS HET BEZOEK

Entertainment, het hoofd leegmaken en samen nieuwe avonturen beleven. Dit is kenmerkend voor Plezierzoekers. Geef als ondernemer tips over activiteiten voor grote groepen of plekken in de regio waar veel te beleven is. Denk bijvoorbeeld aan het vliegerfestival in Renesse. Ook een dagje naar een stad zoals Goes of Zierikzee is iets wat Plezierzoekers kunnen waarderen. Eigenlijk is deze doelgroep voor alles te porren, zo lang het gezellig is en er voor iedereen wat te doen is!

Goede accommodaties

- Deze groep kiest vaak voor een zon-, zee- en strandvakantie, een feestvakantie of avontuurlijke vakantie
- Campings waar veel activiteiten worden georganiseerd en veel vermaak is, zijn ideaal voor Plezierzoekers
- Ze vinden gemak en goede faciliteiten belangrijk
- Ook een romantisch verblijf in een luxe hotel is iets wat Plezierzoekers boeken, mits het een leuke aanbieding is
- Een familiecamping aan het strand, met bijzondere accommodaties en voldoende activiteiten en faciliteiten voor de hele groep is een accommodatie die Plezierzoekers aanspreekt

Vervoer

Wanneer Plezierzoekers weggaan gebruiken zij vaak hetzelfde voertuig als waarmee zij naar de bestemming zijn gereisd. Een klein gedeelte Plezierzoekers verplaatst zich met het openbaar vervoer.

Horeca

- Plezierzoekers gaan graag op zoek naar unieke ervaringen in de horeca
- Ze willen ook hier worden vermaakt. Denk aan foodfestivals, live cooking of shared dining
- Gerechten zijn verrassend en moeten bijdragen aan de beleving
- Het personeel geeft persoonlijke aandacht, is toegankelijk en niet te zakelijk

Cultuur

Plezierzoekers zijn altijd in voor gezellige activiteiten met vrienden, familie of kennissen. Vermaakt worden is belangrijk voor deze groep. Dit kan natuurlijk tijdens een theatervoorstelling in de Schouwburg in Middelburg of een avondje bioscoop in Terneuzen.

- Plezierzoekers bezoeken vaker dan gemiddeld muziek- en theaterfestivals
- Ze gaan minder vaak naar een museum.
- En ze vinden het minder belangrijk om een regio of streek beter te leren kennen

Natuur

Plezierzoekers gaan bijna altijd in een groep de natuur in. Zo kunnen ze hun ervaringen delen. Een leuk uitje is bijvoorbeeld een dagje naar het strand van Renesse. Ze genieten dan met een potje beachvolleybal of een gezellige barbecue met vrienden.

- Plezierzoekers waarderen plekken met veel voorzieningen. Bewegwijzering is niet zo belangrijk. Horeca en prullenbakken wel
- Ze zoeken na een rondje mountainbiken op de Kop van Schouwen of een wandeling op het strand bij Domburg graag een strandpaviljoen op om een biertje of cocktail te drinken
- Ze hebben geen moeite als er veel is te doen en veel andere mensen zijn in de natuur
- Plezierzoekers kiezen liever voor een rondje op de wielrenfiets dan op een gewone fiets. Raad bijvoorbeeld de Jan Raas-wielrenroute aan, die door Zuid-Beveland en over Walcheren loopt

NA HET BEZOEK

Plezierzoekers zijn spontaan, sociaal en trekken er graag op uit. Een persoonlijke benadering is iets wat deze groep waardeert. Als ondernemer kan je deze groep aan je binden door middel van een persoonlijk bericht waarin je ze uitnodigt om nog een keer te komen, eventueel tegen een gereduceerd tarief. Ook sluit deze groep zich vaker aan bij een spaar- of loyaliteitsprogramma.

Meer weten over PLEZIERZOEKERS?



HARMONIEZOEKERS

Gemoedelijke en zachtaardige verblijfsbezoekers die graag tijd nemen voor het gezin, familie en vrienden en er ook samen op uit trekken.



Kenmerken

- > Hartelijk
- > Gezellig
- > Gemoedelijk
- > Vrolijk
- > Zachtaardig
- > Samen
- > Gewoon

Harmoniezoekers vinden het belangrijk dat iedereen het naar zijn zin heeft. Voor deze doelgroep maakt het niet veel uit wat ze doen, als ze dit maar met het gezin kunnen doen en het voor iedereen leuk en gezellig is. Een uitje naar een klimbos of Mini Mundi is iets wat hen aanspreekt. Ook vinden Harmoniezoekers het fijn om af en toe rustig aan te doen in bijvoorbeeld een wellnessresort in Goes, maar het liefst wel met vrienden. Het motto van deze doelgroep is 'Als het maar gezellig is!'

Demografische kenmerken

12% van de Nederlanders zijn Harmoniezoekers

82% zijn vrouwen

18% zijn mannen

70% zijn personen tussen de 35 en 64 jaar

38% bestaan uit 2-persoonshuishoudens

40% zijn huishoudens met kinderen tot 18 jaar

28% zijn laag opgeleiden

16% zijn hoog opgeleiden

34% verdienen beneden modaal

42% verdienen modaal

24% verdienen bovenmodaal

VOOR HET BEZOEK

Omdat ze het belangrijk vinden dat iedereen het naar zijn zin heeft, boeken Harmoniezoekers graag alles van te voren en leggen ze zo veel mogelijk vast. Vooral langere vakanties plannen ze verder van te voren dan andere doelgroepen. Ook leggen ze de activiteiten vooraf vast. Zo weten ze zeker dat er voor iedereen in de groep iets te doen is. Het regelen van de vakantie is een soort voorpret voor deze doelgroep. Harmoniezoekers struinen graag aanbiedingsites af voor inspiratie, maar ook voor een goede deal. Websites met informatie over reizen en vakanties of andere boekingsites zijn vaak ook een goede bron van inspiratie. Harmoniezoekers reizen voornamelijk met de auto naar de plaats van bestemming.

Als ondernemer speel je in op het boekingsgedrag door veel praktische informatie te delen in advertenties, op je website en via ander promotiemateriaal. Ook vinden Harmoniezoekers het belangrijk om vooraf informatie over de prijs of eventuele extra's tegen betaling te ontvangen. Het promotiemateriaal mag er vlot en alledaags uitzien. Informeel taalgebruik is belangrijk. Het is ook belangrijk om activiteiten te noemen waaraan zij tijdens hun verblijf kunnen meedoen.

Meest gebruikte mediakanalen



NP01, RTL4 en SBS6



Algemeen Dagblad, De Telegraaf en regionaal dagblad



Skyradio, Radio 538, Q-Music



Facebook, Google, Youtube





TIJDENS HET BEZOEK

Vakantie is de ultieme manier om tijd met het gezin door te brengen en te ontspannen. Voor Harmoniezoekers hoeven de accommodaties en activiteiten niet heel gek, uniek of bijzonder te zijn, als er maar genoeg vermaak is. Betrek Harmoniezoekers bij je evenementen of informeer ze over activiteiten of uitjes in de buurt waar voor de hele groep iets te beleven is, zoals Speelboerderij Pierewiet. Ook winkelen vindt deze doelgroep leuk om te doen. Raad daarom bijvoorbeeld een dagje Vlissingen aan met als afsluiting een bezoekje aan Reptielenzoo Iguana!

Goede accommodaties

- Er moet voor ieder wat wils zijn, zeker voor kinderen. Georganiseerde activiteiten en animatie, speelvoorzieningen en zwembaden zijn faciliteiten die worden gewaardeerd door Harmoniezoekers
- Ze verblijven het liefst op een camping of bungalowpark. Er wordt veel waarde gehecht aan goede faciliteiten
- Gezelligheid is belangrijk voor Harmoniezoekers. Daarom vinden zij een knusse omgeving belangrijk. Dit draagt bij aan het gezelligheidsgevoel

Vervoer

Harmoniezoekers verplaatsen zich tijdens hun vakantie met hetzelfde voertuig als waarmee ze naar de bestemming reizen. Wandelend de omgeving verkennen is ook iets wat ze graag doen.

Horeca

- Het liefst gaan Harmoniezoekers naar een café of restaurant waar ruimte is voor grotere groepen en waar het gezellig druk is
- Qua gerechten vinden zij het fijn als er veel keuze is. Alledaagse gerechten zoals saté en spareribs zijn erg in trek bij deze groep
- Uit eten gaan zien ze als een uitje en een beleving. Concepten zoals all you can eat en wokken zijn aantrekkelijk voor deze doelgroep
- Het personeel geeft persoonlijke aandacht en is goed met kinderen

Cultuur

Harmoniezoekers gaan graag naar filmhuizen en bioscopen. Het sociale aspect van cultuur is het belangrijkste. Deze groep gaat ook graag naar het theater. Een cabaretvoorstelling van Jochem Myer in het Scheldetheater of een optreden van een ABBA-tributeband in de Schouwburg in Middelburg zijn goede voorbeelden. Ze ondernemen culturele activiteiten het liefst met vrienden of familie.

- Harmoniezoekers bezoeken graag bioscopen, filmhuizen en theaters
- Ze vinden een toegankelijk culturaanbod belangrijk



Natuur

Even de frisse buitenlucht in is iets wat Harmoniezoekers graag doen. Ze genieten van een ontspannen wandeling door het prachtige natuurgebied van Westenschouwen of vermaken zich met hun gezin met de trekpuntjes rondom Veere.

- Harmoniezoekers gaan het liefst met een groep de natuur in, want dit is gezellig. Ze vinden het niet erg als natuurgebieden drukker bezocht zijn
- Ze houden van veel voorzieningen en combineren een bezoek graag met horeca, zoals een restaurant of een strandpaviljoen
- Ook fietsen en wandelen ze graag op verharde paden waar geen auto's rijden. Ze waarderen nette, goed onderhouden natuur die vlak en goed toegankelijk is

NA HET BEZOEK

Harmoniezoekers zijn over het algemeen op zoek naar een goede deal om er samen op uit te trekken. Ook keren zij graag terug naar plekken waar het is bevallen en waar genoeg te doen is voor iedereen. Geef als ondernemer daarom aan het eind van het verblijf een kortingsbon of een spaarkaat mee. Hierdoor keren Harmoniezoekers graag nog eens terug!

Meer weten over HARMONIEZOEKERS?



32



33



35



34



VERBINDINGSZOEKERS

Verbindingszoekers zijn geïnteresseerde en behulpzame verblijfsbezoekers die zichzelf omschrijven als gewoon en hartelijk.



Kenmerken

- > Geïnteresseerd
- > Behulpzaam
- > Evenwichtig
- > Hartelijk
- > Samen
- > Sociaal
- > Actief



Verbindingszoekers vinden vrije tijd geen verspilde tijd. Het liefst maken zij zichzelf nuttig door bijvoorbeeld vrijwilligerswerk te doen of culturele activiteiten te ondernemen. Een middag helpen als vrijwilliger bij de Sail in Sint-Annaland daar zeggen Verbindingszoekers geen nee tegen. Ook trekken ze er graag op uit in de natuur, zoals een eindje fietsen van Breskens naar Cadzand of een wandeling in de Zeepeduinen bij Burgh-Haamstede. Verbindingszoekers gaan er graag op uit met hun partner, familie en vrienden. Ze pakken ieder moment aan om er op uit te trekken en zich nuttig te maken.

Demografische kenmerken

12% van de Nederlanders zijn Verbindingszoekers

55% zijn vrouwen

45% zijn mannen

67% zijn personen van 55 jaar of ouder

53% bestaan uit 2-persoonshuishoudens

72% zijn volwassen huishoudens

22% zijn laag opgeleiden

36% zijn hoog opgeleiden

35% verdienen beneden modaal

26% verdienen modaal

40% verdienen bovenmodaal

VOOR HET BEZOEK

Verbindingszoekers vinden het regelen van een dagje uit of een vakantie al voorpret. Het liefst doen zij hun inspiratie op uit kranten, reisgidsen en magazines. De voorkeur gaat wel uit naar aanbiedingswebsites. Alles van te voren al vastleggen vinden Verbindingszoekers niet belangrijk, een dagje weg of een vakantie kan prima lastminute geboekt worden. Verbindingszoekers vinden het ook prima om vooraf alleen een goede indruk van de bestemming te hebben. Ze kiezen voornamelijk voor de auto om naar de vakantiebestemming af te reizen.

Om in te spelen op het boekingsgedrag van Verbindingszoekers kies je als ondernemer voor korte en duidelijke teksten in de jij-vorm. In advertenties en websites zijn Verbindingszoekers vooral op zoek naar praktische informatie. Gebruik foto's die rustig, informerend en inspirerend zijn. Ook kun je tips geven over de dichtstbijzijnde wandel- en fietsroutes en het culturele aanbod in de omgeving.

Meest gebruikte mediakanalen



NPO1 en 2, RTL4, SBS6



Algemeen Dagblad, De Telegraaf, regionaal dagblad, huis-aan-huiskrant



Skyradio, NPO Radio 1, regionale zenders



Facebook, Google, YouTube





TIJDENS HET BEZOEK

Ontspannen, gezelligheid, rust en tijd voor de partner. Zo klinkt de ideale vakantie voor Verbindingszoekers. Het liefst verblijven ze op een camping of in een hotel. Gastvrij personeel vindt deze doelgroep belangrijk. Verbindingszoekers vinden het belangrijk om het lokale leven te ervaren. Geef ze daarom ook tips over de activiteiten in de streek. Denk hierbij aan een happen en trappen tour op Tholen of zegt dat ze bramen kunnen plukken in de Zwaakse Weel.

Goede accommodaties

- De ideale accommodatie is een rustige en kleinschalige camping of hotel van een bekende keten, met goede faciliteiten en gastvrij, attent personeel
- Ze waarderen een knusse, gemoedelijke en rustige sfeer in de accommodatie, die ook voldoende mogelijkheden biedt om de streek te verkennen

Vervoer

Verbindingszoekers maken bovengemiddeld vaak gebruik van hun eigen fiets tijdens hun verblijf. Verder verkent deze groep de omgeving graag wandelend.

Horeca

- Verbindingszoekers gaan het liefst uit eten op een buitenlocatie, midden in de natuur
- De inrichting van het restaurant moet huiselijk en kleinschalig zijn en een praatje met de eigenaar waarderen ze
- Ze zoeken vooral naar klassiekers op het menu, zoals broodjes kroket of een uitsmijter voor de lunch en een hamburger of stukje zalm voor het diner. De prijs-kwaliteitverhouding moet goed zijn
- Daarnaast hechten ze waarde aan ambachtelijke gerechten en streekproducten
- Het personeel moet behulpzaam, beleefd en toegankelijk zijn

Cultuur

Deze groep wordt blij van een combinatie van nuttig en het ervaren van 'het echte lokale leven'. De streek ontdekken ze door op zoek te gaan naar de mooiste stukken erfgoed? Deze doelgroep wordt er enthousiast van. Een bezoek aan Fort Rammekens of een middag kijken bij de Folkloredag in Middelburg is voor Verbindingszoekers dé manier om de lokale cultuur beter te leren kennen!

- Verbindingszoekers bezoeken meer dan gemiddeld erfgoedlocaties
- Ze vinden culturele evenementen belangrijk omdat ze zo de streek leren kennen
- Ze ondernemen deze activiteiten niet om nieuwe mensen te ontmoeten

Natuur

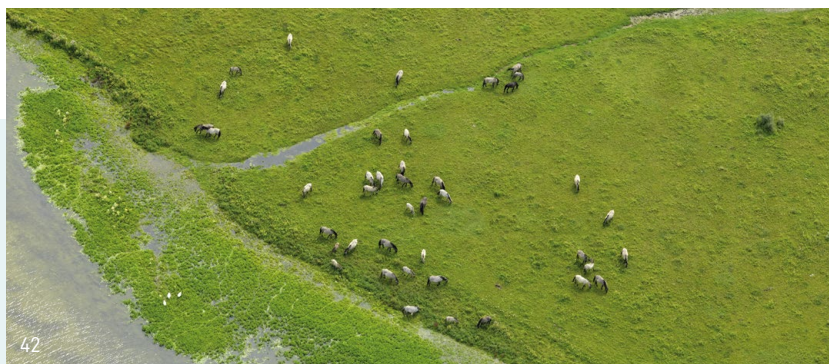
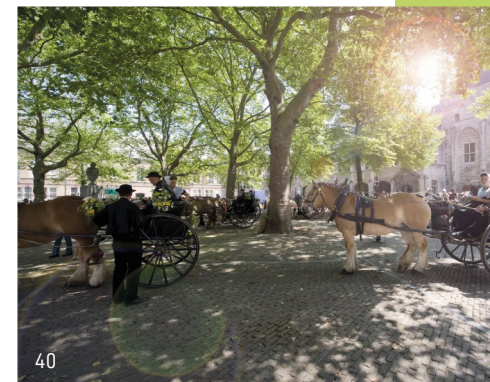
Verbindingszoekers trekken er het liefst zo vaak mogelijk op uit. Een rustig rondje fietsen onderlangs de duinen op Walcheren of een heerlijk stuk wandelen in natuurgebied de Zwaakse Weel zijn activiteiten die zij graag ondernemen.

- Ze gaan het liefst op pad met hun partner en ontdekken nieuwe plekken in de buurt. Ze zijn extra enthousiast over gebieden met grote grazers, zoals de Slikken van de Heen
- Lopen het liefst over smalle, onverharde paden, omdat ze rust en stilte in de natuur zoeken. Horeca is voor hen niet belangrijk. Ze houden van wildernis, oernatuur en bosrijke gebieden die goed toegankelijk zijn
- Ze verkiezen heuvelachtige gebieden zoals de duinen van Westenschouwen met weinig voorzieningen. Hier genieten ze van de natuur en het wild, waaronder de wilde paarden en herten

NA HET BEZOEK

Verbindingszoekers keren graag terug naar een plek als deze hen is bevallen. Om deze doelgroep aan je te binden kun je ze uitnodigen om lid te worden van een loyaliteitsprogramma. Verder waardeert deze doelgroep het wanneer je als ondernemer de activiteiten van volgend jaar met ze deelt. Zo kunnen Verbindingszoekers zichzelf al oriënteren op de volgende vakantie.

**Meer weten over
VERBINDINGSZOEKERS?**



RUSTZOEKERS

Kalme, zachtaardige en bedachtzame verblijfsbezoekers. Ze vinden het fijn om hun eigen gang te gaan en omschrijven zichzelf als gewone mensen.



Kenmerken

- › Kalm
- › Behulpzaam
- › Huiselijk
- › Zachtaardig
- › Gewoon
- › Rust, regelmaat en vertrouwd



Rustzoekers voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen vertrouwde omgeving. Voor hen hoeft het niet te gek en moeilijk te zijn. Lekker dicht bij huis waar ze een rondje fietsen of wandelen, tuinieren of in de buurt vissen kan deze doelgroep enorm waarderen. Dit betekent echter niet dat zij er niet op uit gaan. Als deze groep op vakantie gaat, gaan ze om uit te rusten. Dit doen zij het liefst alleen of met hun partner. Zich omringen met teveel mensen vinden zij niet passen bij uitrusten.

Demografische kenmerken

17% van de Nederlanders zijn Rustzoekers

52% zijn vrouwen
48% zijn mannen

66% zijn 45 jaar of ouder

31% zijn alleenstaanden
38% bestaan uit 2-persoonshuishoudens

32% zijn laag opgeleiden
23% zijn hoog opgeleiden

48% verdienen beneden modaal
32% verdienen modaal
20% verdienen bovenmodaal

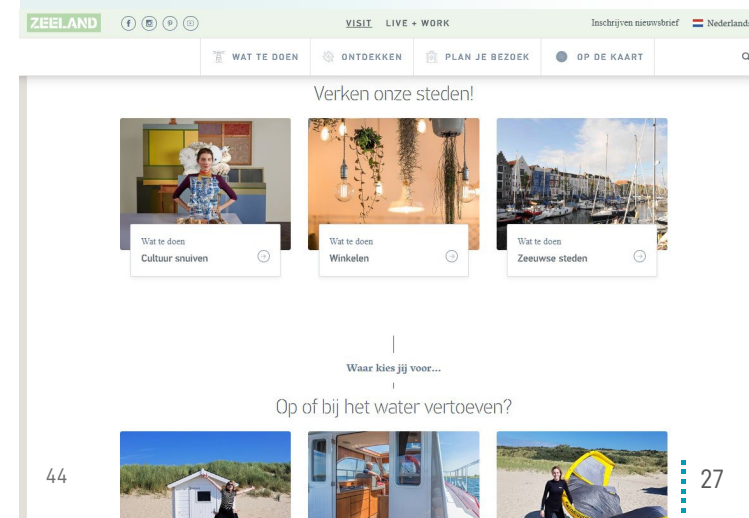
VOOR HET BEZOEK

Het liefst willen Rustzoekers zo veel mogelijk van te voren regelen. Dit scheelt volgens hen gedoe. In wat voor buurt is de accommodatie? Welke faciliteiten zijn er? Hoe duur is het? Dit zijn dingen die Rustzoekers van te voren uitpluizen. Vooral het antwoord op de laatste vraag is voor deze groep belangrijk. De prijs speelt een belangrijke rol. Het is alleen niet zo dat zij elke site met aanbiedingen afstruinen naar de beste deal. Ze doen liever inspiratie op door websites met informatie over reizen of vakanties te bezoeken. Het merendeel reist met de auto naar de bestemming.

Speel hier als ondernemer op in door in het promotiemateriaal, de website en advertenties gebruik te maken van gewone, ongecompliceerde, maar formele teksten die duidelijk en herkenbaar zijn. Foto's die rust, privacy en huiselijkheid uitstralen is iets wat deze groep waardeert.

Meest gebruikte mediakanalen

-  NP01, RTL4 en SBS6
-  De Telegraaf, regionaal dagblad, huis-aan-huiskrant
-  Skyradio
-  Facebook, Google, Youtube





TIJDENS HET BEZOEK

Entertainment, het hoofd leegmaken en samen Uitrusten en bijkomen is iets waar Rustzoekers voldoening uithalen. Dit doen zij het liefst thuis, in hun vertrouwde omgeving. Als ze er wel op uit trekken, gaan ze graag naar een plek waar zij al eens geweest zijn en waarvan ze weten dat het goed is. Als het maar niet te druk en moeilijk is en ze veel privacy hebben. Rustzoekers vinden fietsen en wandelen fijne uitstapjes om te doen. Prijs bijvoorbeeld een fietsroute langs het Veerse Meer en een uitstapje met het fietsvoetveer van Vlissingen naar Breskens aan. Of maak een ommetje over het Arendpad met een bezoekje aan de Arendshoeve!

Goede accommodaties

- Rustzoekers verblijven graag in een accommodatie waar ze veel privacy, rust en stilte hebben met een huiselijke sfeer
- Ze verblijven graag in een accommodatie waar ze al eens eerder zijn geweest, omdat ze zo zeker weten dat het goed is
- Daarnaast boeken ze graag een bekende hotelketen of bungalowpark

Vervoer

Rustzoekers verplaatsen zich tijdens het verblijf voornamelijk met het voertuig als waar zij mee naar de bestemming zijn gereisd. Een klein gedeelte verplaatst zich te voet, maar de eigen fiets gebruiken ze ook om de omgeving te verkennen.

Horeca

- Rustzoekers vinden normaal goed genoeg en zijn niet op zoek naar nieuwe ervaringen. Ze gaan graag naar restaurants waar ze al eens geweest zijn en waar de prijs-kwaliteitverhouding goed is
- Grote ruimtes en te veel hippe invloeden vinden ze niet fijn. Het moet knus, nostalgisch en huiselijk zijn
- Het menu mag eenvoudig zijn met klassiekers, zoals een biefstuk met pepersaus of een schnitzel met friet
- De menukaart en opmaak van de borden mogen 'gewoon' zijn
- Het personeel is attent, respectvol en neemt de tijd voor de gast

Cultuur

Rustzoekers ondernemen het minste aantal culturele activiteiten van alle leefstijlen. Erfgoed vinden ze wel interessant. De Plompe Toren of Slot Haamstede op Schouwen-Duiveland bezoeken ze dan ook zeker. Ze bezoeken cultuur en erfgoed(locaties) voor rust en ontspanning, niet om iets bijzonders te zien of iets nieuws te beleven

Natuur

Rustzoekers brengen graag tijd door in de natuur. Ze genieten van het vogels spotten bij Plan Tureluur aan de Zuidkust van Schouwen of maken een stille wandeling door natuurgebied Waterdunen. Hier vermijden ze drukte en onthaasten ze.

- Rustzoekers kiezen het liefste steeds dezelfde plek dicht bij huis en gaan graag terug naar gebieden die ze al kennen. Ze vinden horeca niet zo belangrijk
- Ze geven de voorkeur aan vlakke, toegankelijke gebieden met goede paden en wegen, zoals heide en natuurlijk bos. Rustzoekers lopen en fietsen het liefste op paden zonder auto's

NA HET BEZOEK

Rustzoekers komen graag terug als het goed is bevallen. Je kunt als ondernemer nog wat laten horen door een mailtje of kaartje te sturen met informatie over wanneer de rustiger periodes aanbreken. Probeer deze groep niet te vaak te benaderen, want dit vinden ze niet prettig. Hierdoor keren ze minder snel terug.

Meer weten over RUSTZOEKERS?



46



47



49



48

INZICHTZOEKERS

Bedachtzame en intelligente verblijfsbezoekers die graag hun eigen gang gaan en normaal gek genoeg vinden.



Kenmerken

- › Bedachtzaam
- › Serieus
- › Intelligent
- › Evenwichtig
- › Zakelijk
- › Vrijheid
- › Zelfontwikkeling



Inzichtzoekers vinden het fijn om tijdens hun vrije tijd nieuwe inzichten op te doen en zichzelf te ontwikkelen. Ze waarderen de rust en ruimte om hen heen, maar ook de vrijheid om zelf te kiezen wat zij doen is van belang voor deze groep. Deze groep stelt kunst en cultuur op prijs. Dit is de manier om nieuwe inzichten op te doen en zichzelf te ontwikkelen! Het Zeeuws Museum, waar zowel kunstobjecten als Zeeuwse mode en streekdracht zijn te zien, is een voorziening die deze doelgroep waardeert.

Demografische kenmerken

13% van de Nederlanders zijn Inzichtzoekers

- 78% zijn mannen
- 22% zijn vrouwen
- 41% zijn 66 jaar of ouder
- 31% zijn alleenstaanden
- 49% bestaan uit 2-persoonshuishoudens
- 8% zijn laag opgeleiden
- 63% zijn hoog opgeleiden
- 18% verdienen beneden modaal
- 23% verdienen modaal
- 60% verdienen bovenmodaal

VOOR HET BEZOEK

Inzichtzoekers zijn over het algemeen kritisch. Ze weten goed wat ze willen. Het regelen van dingen vinden ze niet heel leuk, want dit zorgt voor gedoe en stress. Het liefst haalt deze groep inspiratie uit kranten of reisgidsen. Vakanties of uitstapjes via het internet boeken, doen ze bijna nooit. Hier vind je namelijk geen verborgen parels. Inzichtzoekers vinden het niet erg om meer te betalen, want dan is het tenminste goed geregeld en weten ze zeker dat het goed is. Op aanbiedingen zijn ze niet happig, omdat ze deze vaak niet vertrouwen. Inzichtzoekers reizen bovengemiddeld vaak met de auto naar hun vakantiebestemming.

Ondernemers die willen inspelen op deze groep moeten zorgen dat de website, advertenties en ander promotiemateriaal er rustig, informerend en traditioneel uitziet. Inzichtzoekers vinden het fijn als de teksten kort en bondig zijn. Gebruik als ondernemer formeel taalgebruik. Deze doelgroep wordt het liefst aangesproken in de 'u-vorm'. Deel bijvoorbeeld ook culturele evenementen in de omgeving en interessante (culturele) weetjes met deze gast. Inzichtzoekers houden namelijk van informatie!

Meest gebruikte mediakanalen

-  NPO1, NPO2 en RTL4
-  NRC, De Telegraaf, De Volkskrant, regionaal dagblad, huis-aan-huiskrant
-  NPO Radio 1
-  Facebook, Google, YouTube





TIJDENS HET BEZOEK

Om nieuwe dingen te leren en ervaren trekken Inzichtzoekers graag rond. Ze ondernemen graag culturele activiteiten en maken graag kennis met nieuwe kunst. Ze vinden het prima om dit alleen te doen, omdat ze dan hun eigen plan kunnen trekken. Ideaal voor hen is een avondje naar het Ledeltheater in Oostburg voor nieuwe filmhuisfilms of een combinatie van cultuur met natuur in de omgeving, zoals een bezoek aan Fort Berchem in Retranchement en natuurgebied het Zwin.

Goede accommodaties

- De praktische voorzieningen van de accommodatie moeten goed zijn voor Inzichtzoekers, en het mag wat luxer zijn, zolang het maar comfortabel is
- Ze verblijven het liefst in kleinschalige accommodaties zoals een B&B, bungalow of huisje, waar voldoende privacy en rust aanwezig zijn

Vervoer

Inzichtzoekers verplaatsen zich graag met de auto. Ook wandelend verkennen ze de omgeving graag.

Horeca

Waar gaan Inzichtzoekers graag uit eten?

- Inzichtzoekers zijn op zoek naar kunst en cultuur als ze uit eten gaan
- Ze kiezen graag restaurants in monumentale panden of authentieke gebouwen
- Een klassieke inrichting met comfort spreekt hen aan
- Gerechten moeten lokaal, seizoensgebonden en verantwoord zijn, zodat ze het verhaal van de streek vertellen. Zeeuwse mosselen uit Yerseke of een Zeeuws wildstoofpotje zijn gerechten waar ze voor kiezen. Een perfect toetje is de Zeeuwse bolus
- Inzichtzoekers vinden het belangrijk dat het personeel behulpzaam is en verstand van zaken heeft

Cultuur

Inzichtzoekers waarderen kunst en cultuur over het algemeen meer dan de andere leefstijlen. Door een bezoek aan een museum of erfgoedlocatie worden ze geprikkeld. Hiermee maken ze hun hoofd leeg en doen ze nieuwe inzichten op. Ze vinden het fijn om veel achtergrondinformatie te krijgen. Een bezoek aan vuurtoren 't Hoge Licht in Westkapelle of een dagje rondstruinen in vestingstad Sluis of Hulst is een activiteit die je ze kunt aanbevelen.

- Inzichtzoekers gaan vaak op pad om iets nieuws te leren of nieuwe ideeën op te doen
- Ze ondernemen culturele activiteiten niet om nieuwe mensen te ontmoeten, maar bezoeken relatief weinig muziek- en theaterfestivals

Natuur

Inzichtzoekers vermijden graag de drukte. Ze trekken graag lekker de natuur in waar niet te veel mensen zijn. Ze vinden het heerlijk om een rondje te lopen over smalle, onverharde paadjes. Raad ze dan ook bijvoorbeeld aan om het wandelnetwerk Langs Water en Land te lopen, met een uitstapje naar Zierikzee. Zo kunnen Inzichtzoekers de natuur combineren met de charme van de oude stad.

- Inzichtzoekers kiezen liever voor wandelen dan voor fietsen en komen vooral voor de rust in de natuur
- Ze vinden voorzieningen in een natuurgebied niet belangrijk
- Ze vinden de aanwezigheid van wild en grote grazers wel interessant en gaan dan ook het liefst naar oernatuur zonder voorzieningen
- En Inzichtzoekers genieten van heide, moeras- of waternatuur, riviernatuur, uiterwaarden, veenweidegebied en natuurlijk bos, heuvelachtig landschap, duinen, zee en strand

NA HET BEZOEK

Om de kans op een herhaalbezoek van Inzichtzoekers te vergroten kun je als ondernemer na het verblijf wat informatie delen waarin de culturele activiteiten voor volgend jaar worden gedeeld. Inzichtzoekers willen hun vakantie het liefst zonder gedoe regelen. Laat bijvoorbeeld weten dat je hun voorkeuren en wensen hebt geregistreerd en dat ze zonder gedoe opnieuw kunnen boeken. Omdat Inzichtzoekers niet happig zijn op kortingen en aanbiedingen is het af te raden om Inzichtzoekers te binden door middel van bijvoorbeeld een spaarprogramma.

Meer weten over INZICHTZOEKERS?



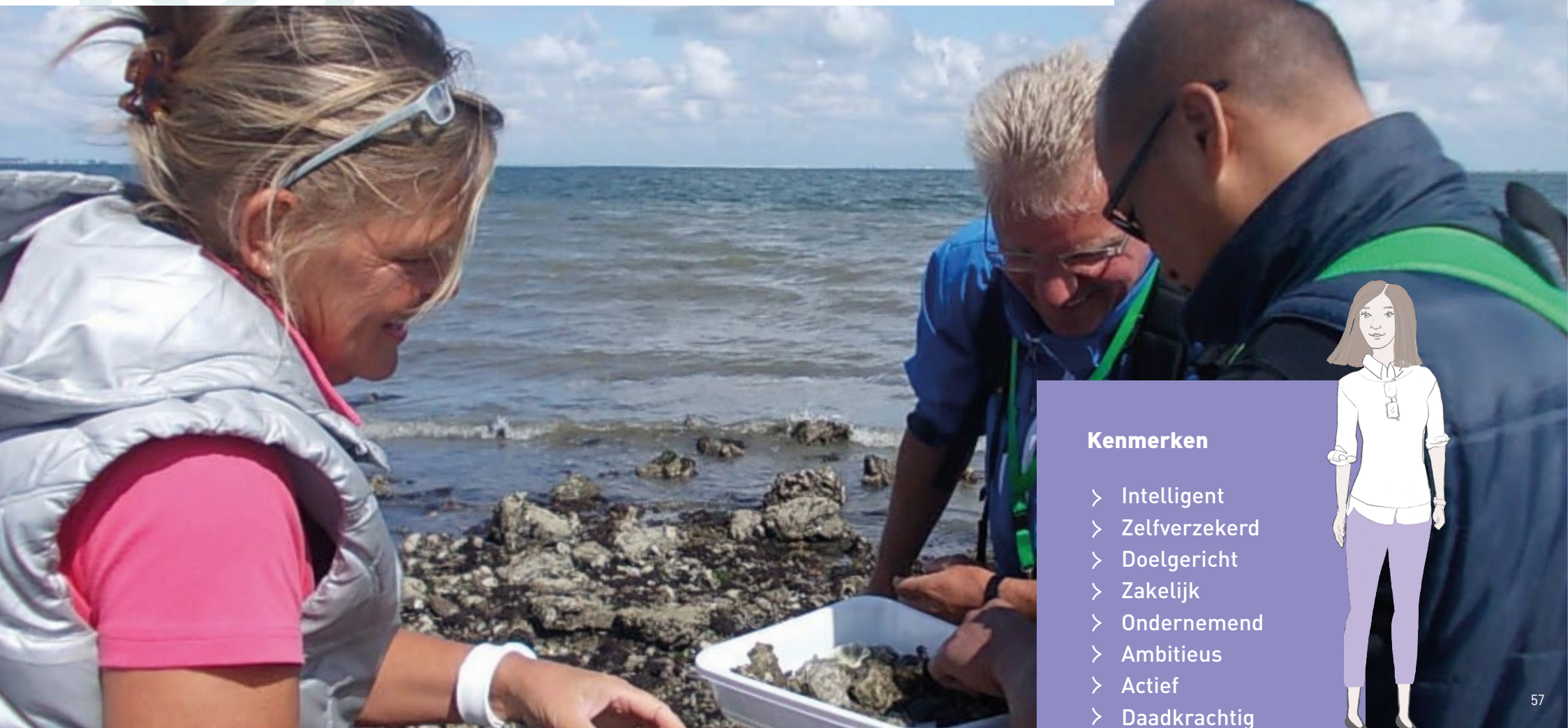
56

55

33

STIJLZOEKERS

Doelgerichte en ondernemende verblijfsbezoekers die in hun vrije tijd graag geprikkeld worden en op zoek zijn naar uitdaging.



Kenmerken

- › Intelligent
- › Zelfverzekerd
- › Doelgericht
- › Zakelijk
- › Ondernemend
- › Ambitieuw
- › Actief
- › Daadkrachtig



Stijlzoekers zijn gezellige verblijfsbezoekers die waarde hechten aan uitdagingen en uniek zijn, maar ook zichzelf het liefst omringen met veel mensen om zich heen. Ze trekken er dan ook graag op uit met vrienden, familie en kennissen. Plezierzoekers laten zich graag entertainen, zoals bevrijdingsfestival of een avondje naar de bioscoop in Vlissingen. Als ze maar met een groep er op uit kunnen trekken om vermaakt te worden. Concert at SEA of een avondje naar een cabaretvoorstelling in Theater de Mythe in Goes zijn activiteiten die het hart van Plezierzoekers sneller laat kloppen!

Demografische kenmerken

16% van de Nederlanders zijn Stijlzoekers

71% zijn mannen

29% zijn vrouwen

38% zijn personen tussen de 18 en 34 jaar

41% bestaan uit 2-persoonshuishoudens

36% zijn huishoudens met kinderen tot 18 jaar

16% zijn laag opgeleiden

53% zijn hoog opgeleiden

16% verdienen beneden modaal

20% verdienen modaal

64% verdienen bovenmodaal

VOOR HET BEZOEK

Het leven van Stijlzoekers is druk en veeleisend. Hierdoor trekken ze er graag op uit op zoek naar andere uitdagingen. Ze houden van een zon- en strandvakantie, een stedentrip of een luxe resort. Om inspiratie op te doen struinen ze vaak boekings- en reviewwebsites af. Ook (reis)magazines en blogs houden ze in de gaten op zoek naar de nieuwste en meest exclusieve trips. De prijs is voor deze groep geen belemmering. Stijlzoekers kiezen bovengemiddeld vaker voor het openbaar vervoer om naar hun vakantiebestemming af te reizen en het minst vaak voor de auto.

Speel als ondernemer in op deze groep door je promotiemateriaal, website en advertenties een exclusieve en luxe uitstraling te geven. Ook beelden en teksten die kwaliteit, actief bezig zijn en stijl uitstralen doen het goed. Ze hoeven niet tot in detail alles te weten voor aankomst. Een goede indruk volstaat. De teksten mogen informeel in de 'jij-vorm' en kort en bondig. Leg de focus op inspirerende voorbeelden van activiteiten.

Meest gebruikte mediakanalen



NPO1, RTL4, SBS6 en streamingdiensten



Algemeen Dagblad, De Telegraaf, De Volkskrant, regionaal dagblad



Radio 538, Skyradio, Q-Music



Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Youtube

Waarom elke watersporter een keer naar Zeeland moet

Door Noëlle Verhage

Zeejakken, duiken, snorkelen, windsurfen, kitesurfen, wakeboarden, waterskiën... en zo kan ik nog even doorgaan. Zeeland wordt omringd door water: de Oosterschelde, de Westerschelde, de Noordzee en het Grevelingmeer. Een echt outdoorwaaier voor de watersporter. Een greep uit slechts een aantal outdooractiviteiten in of op het water in Zeeland... 'Dare to go outdoor!'

Zeejakken

Als je aan de gemiddelde Zeeuw vraagt: 'Heb je weleens gekajaktd op zee?', zullen de meesten je vraag met 'nee' beantwoorden. Tot enkele jaren geleden was dit nog niet mogelijk in Zeeland. Guido Krijger, avonturier in hart en nieren, bracht hier verandering in. Inmiddels is Guido trotse eigenaar van het bedrijf **Outdoor Inspiration**. Zijn bedrijf is één van de aanbieders in Zeeland.





TIJDENS HET BEZOEK

Een vakantie in een luxe resort of een boutique hotel is ideaal voor Stijlzoekers, zowel in Nederland als in het buitenland. Een feestvakantie vinden Stijlzoekers op zijn tijd ook leuk om te doen. Accommodaties met goede sport- of uitgebreide wellnessfaciliteiten dragen bij aan het gevoel van luxe en exclusiviteit. Een proeverij bij wijnhoeve De Kleine Schorre in Dreischor of een avondje in de sportschool en sauna van de accommodatie doorbrengen vinden ze plezierig.

Goede accommodaties

- Stijlzoekers verblijven het liefst in luxe, stijlvolle en exclusieve accommodaties, zoals een boutique hotel en hechten veel waarde aan goede faciliteiten zoals wellness of een zwembad
- Daarnaast vinden ze kwalitatief goede merken in het interieur belangrijk en zoeken ze naar een prikkelende accommodatie met een bijzonder uitzicht, goede faciliteiten en een uitstekend restaurant

Vervoer

Stijlzoekers gebruiken opvallend vaak het openbaar vervoer om zich te verplaatsen. Ook kiezen ze vaak om een voertuig op de bestemming te huren.

Horeca

- Stijlzoekers eten graag in een restaurant met zowel een klassiek als designinterieur, als het maar exclusief en luxe is
- De gerechten zijn kunstwerken en van (sterren) kwaliteit
- Stijlzoekers houden ervan als de bediening hoge service biedt. Ze krijgen graag suggesties en etiquette zijn belangrijk
- Exclusieve fine dining van bekende sterrenkoks of vip-arrangementen vinden ze aantrekkelijk

Cultuur

Hoewel deze groep niet de meeste interesse in kunst en cultuur heeft, ondernemen Stijlzoekers toch graag culturele activiteiten. Ze gaan er van alle leefstijlen het meeste op uit. Cultuur staat voor Stijlzoekers gelijk aan sociaal. Ze doen dit graag met vrienden en familie. Een nieuwe band ontdekken in De Spot in Middelburg of genieten van een internationale jazzartiest in Porgy & Bess in Terneuzen is een perfect avondje.

- Stijlzoekers gaan het liefste naar filmhuizen en bioscopen.
- Ze brengen vaker bezoekjes aan poppodia en concertzalen dan andere groepen en bezoeken graag een festival zoals Vestrock in Hulst

Natuur

Stijlzoekers zijn graag actief en sportief bezig. Ze gaan graag de natuur in om bijvoorbeeld hard te lopen of te mountainbiken. De mountainbikeroutes van MTB De Zeeuwse Kust zijn een aanrader. Het liefst doen ze dit op meerdere dagen, in de buurt van de zee en het strand. Door de mountainbikeroute van Philippine naar Sluiskil aan te raden, kunnen Stijlzoekers eerst een flink stuk mountainbiken door de grensstreek. Als beloning ploffen ze na deze inspanningen neer op het terras om te genieten van een welverdiend drankje.

- Ze vinden de aanwezigheid van horeca in natuurgebieden waardevol en hebben de voorkeur voor goed georganiseerde natuurgebieden
- Hebben een voorkeur voor smalle, half verharde fiets- en wandelpaden en gaan graag naar grote gebieden
- Stijlzoekers zoeken nieuwe plekken op en zijn bereid daarvoor te reizen. Heuvelachtige landschappen spreken hen aan en natuur zonder paden en wegen vinden ze vaak aantrekkelijk
- Ze genieten ook van zee en strand, evenals functionele bossen

NA HET BEZOEK

Om Stijlzoekers aan je te binden kun je ze een volgende keer als 'speciale gast' uitnodigen en ze een vip-treatment aan te bieden. Ook kan je ze een presentje meegeven met een exclusieve actie van een activiteit in de buurt. Denk bijvoorbeeld aan een speciaal menu bij een luxe restaurant of een dagje wellness.

Meer weten over STIJLZOEKERS?



Gehanteerde bronnen

Bureau Buhrs, Bureau BUITEN & Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, MarketResponse, Veer, D. van D., Geerts, D., Brocken, W., Delft, D. V., Thijs, J. J., Meeberg, M. van D., & Meekes, S. (z.d.). *Toolkit Cultuur - en erfgoedbeleving*.

www.ruimteenvrijetijd.nl/wp-content/uploads/2023/02/Toolkit-cultuur-en-erfgoed-beleving-deel-1.pdf

Bureau Buhrs, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, ZKA Leisure Consultants, MarketResponse, Haeften, J. V., Laan, L. van D., Brocken, W., Delft, D. V., Thijs, J. J., Meekes, S., & Hendriks, L. (z.d.). *Toolkit natuurbeleving*.

www.ruimteenvrijetijd.nl/wp-content/uploads/2021/11/Toolkit-natuurbeleving-Factsheets.pdf

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd. (z.d.-a). *Leefstijlen factsheet Horeca*.

www.ruimteenvrijetijd.nl/wp-content/uploads/2022/12/Factsheets-Leefstijlvinder-horeca-Bureau-voor-Ruimte-Vrije-Tijd.pdf

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd. (z.d.-b). *Leefstijlen factsheet Verblijf*.

www.ruimteenvrijetijd.nl/wp-content/uploads/2022/12/Factsheets-Leefstijlvinder-verblijfsrecreatie-Bureau-voor-Ruimte-Vrije-Tijd.pdf

Leefstijlvinder. (z.d.).

www.app.leefstijlvinder.nl/lifestyles

Provincie Zeeland. (z.d.). *Home | Beeldbank Provincie Zeeland*. Beeldbank Provincie Zeeland. www.beeldbank.zeeland.nl/home.pp

Fotoverantwoording

Voorkant: Foto 1: Inspiratie op doen over Zeeland - VVV Zeeland

Pagina 2 en 3: Foto 2: Lezen voor de tent - VVV Zeeland

Foto 3: Duiken in het Veerse Meer - Willem Woznitza

Foto 4: Zeeuwse mosselen eten - Xander Koppelmans

Foto 5: Boten spotten in Vlissingen - Daniek Nijland

Pagina 4 en 5: Foto 6: Strand Dishoek - Daniek Nijland

Foto 7: Camping Scheldeoord - Beeldbank HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

Foto 8: Duiken in de Oosterschelde - Thijs Tuurenhout

Pagina 6 en 7: Foto 9: Colijnsplaat VVV Zeeland

Foto 10: Boek lezen op boot - Jorrit Bijl

Foto 11: Wandelen Zeepeduinen - VVV Zeeland

Foto 12: Wegwijzer op het strand - Daniek Nijland

Pagina 8 en 9: Foto 13: Fietsen over Brouwersdam - Thijs Tuurenhout

Foto 14: Een terrasje pakken - Beeldbank HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

Pagina 10 en 11: Foto 15: Kitesurfen - Beeldbank HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

Foto 16: Blog Ontdek de Big Five van Zeeland op Zeeland.com

Pagina 12 en 13: Foto 17: Parapente bij Zoutelande - David van der Mark - Flickr The Commons

Foto 18: Zeeland Nazomer Festival - Noëlle Verhage

Foto 19: Omgeving verkennen op de fiets - Fan van Zeeland

Foto 20: Wandelen in Groot-Saeftinghe - Felice Buonadonna (LZZ)

Foto 21: Slapen in een strandslaaphuis Groede - Beeldbank HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

Pagina 14 en 15: Foto 22: Vliegerfestival Renesse - Eilandmarketing Schouwen-Duiveland

Foto 23: Social media - Christian Wiediger - Unsplash

Pagina 16 en 17: Foto 24: Zierikzee - Thijs Tuurenhout
Foto 25: Beachvolleybal met vrienden - HZ Image Library
Foto 26: Hapje eten op strandpaviljoen - Beeldbank HZ Kenniscentrum Kusttoerisme
Foto 27: Familiecamping aan het strand - Camping International
Foto 28: Concert at SEA - Beeldbank HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

Pagina 18 en 19: Foto 29: Mini Mundi - Beeldbank HZ Kenniscentrum Kusttoerisme
Foto 30: Nederlandse kranten - Fotografieek - Pixabay

Pagina 20 en 21: Foto 31: Klimbos Westerschouwen - Ton Stanowicki - Beeldbank Zeeland
Foto 32: Kamperen - Camping International
Foto 33: Dagje naar Pierewiet in Nieuwvliet - Stichting DAZ
Foto 34: Een dagje uit naar Vlissingen-Thijs Tuurenhout
Foto 35: Strandpaviljoen Piet Hein - Daniek Nijland

Pagina 22 en 23: Foto 36: Kamperen op een kleinschalige camping - VVV Zeeland
Foto 37: Inspiratie op doen in kranten - VVV Zeeland

Pagina 24 en 25: Foto 38: Wandelen in het bos - VVV Zeeland
Foto 39: Fietsen van Breskens naar Cadzand - Fan van Zeeland
Foto 40: Folkloredag Middelburg - Mechteld Jansen- Beeldbank Zeeland
Foto 41: Sail Sint-Annaland - Beeldbank HZ Kenniscentrum Kusttoerisme
Foto 42: Slikken van de Heen - UNESCO Global Geopark Schelde Delta

Pagina 26 en 27: Foto 43: Fietsen bij Kasteel Westhove - Cynthia Cats
Foto 44: Reisinformatie op Zeeland.com

Pagina 28 en 29: Foto 45: Broodje eten in Zierikzee - VVV Zeeland
Foto 46: Menu mag eenvoudig zijn - David van der Mark - Flickr The Commons
Foto 47: Een bezoek aan Slot Haamstede -Thijs Tuurenhout
Foto 48: Fietsen in de bossen bij Oostkapelle - Cynthia Cats
Foto 49: Natuurgebied Waterdunen - Beeldbank Zeeland

Pagina 30 en 31: Foto 50: Genieten op het strand - Thijs Tuurenhout
Foto 51: Inspiratie op doen in reisgidsen - VVV Zeeland

Pagina 32 en 33: Foto 52: Vuurtoren 't Hoge Licht -Thijs Tuurenhout
Foto 53: Uitstapje naar Sluis - Koppelmans - DNA beeldbank
Foto 54: Zeeuwse bolus - Carolien Mostert - Pixabay
Foto 55: Abdij en Zeeuws Museum - Marcelle Davidse - Beeldbank Zeeland
Foto 56: Kleinschalig vakantiehuysje - Zilt & Zo

Pagina 34 en 35: Foto 57: Oesters rapen - Hotel Wemeldinge - Beeldbank Zeeland
Foto 58 Op zoek naar de meest exclusieve trips - Noëlle Verhage

Pagina 36 en 37: Foto 59: Fine dining - VVV Zeeland
Foto 60: Exclusief dineren - Paul van Bueren - Beeldbank Zeeland
Foto 61: Mountainbiken door de Grensstreek - Simone Romijn
Foto 62: Zon- en strandvakanties zijn populair - Alexander Schimmeck - Unsplash
Foto 63: Een bezoek aan Film by the Sea - Ben Seelt - Beeldbank Zeeland

LEEFSTIJLVINDER

Praktische gids voor de Zeeuwse Vrijtjidssector

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme zorgt voor het verzamelen en delen van kennis over toerisme en vrije tijd in Zeeland. Wij vinden het belangrijk dat beleidsmakers en ondernemers goed op de hoogte zijn van de feiten en meningen, zodat zij de juiste keuzes kunnen maken voor hun beleid en bedrijfsvoering.

In deze publicatie worden de resultaten van extern onderzoek naar de verschillende leefstijlen van Nederlandse bezoekers toegelicht voor ondernemers, met praktische én Zeeuwse voorbeelden.

Samen met partners in Zeeland en Nederland werkt het kenniscentrum aan een netwerk om kennis over toerisme te delen. Zo dragen we bij aan 'waardevol toerisme': toerisme dat iets betekent voor bewoners, bezoekers, bedrijven én de omgeving.

Neem ook een kijkje op onze website voor recente publicaties, onderzoeken en inzichten. En schrijf je in voor onze maandelijkse nieuwsbrief, zodat je altijd op de hoogte bent van de laatste ontwikkelingen in de Zeeuwse vrijtjidssector.

www.kenniscentrumtoerisme.nl



LEEFSTIJLVINDER
VAKANTIE EN VRIJE TIJD
by MarketResponse



KENNISCENTRUM
KUSTTOERISME