

Leefstijlen factsheet Verblijf

- In deze factsheet laten wij met behulp van foto's en teksten zien waar mensen in hun vrije tijd behoefte aan hebben, als het gaat om verblijfsrecreatieve voorzieningen.
- Deze factsheet is ontwikkeld door het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, en is gebaseerd op de Leefstijlvinder van SAMR.
- De Leefstijlvinder onderscheidt zeven leefstijlen, met elk hun eigen kenmerken.
- Elke paar jaar updaten we deze factsheet. De meest recente versie kunt u vinden op onze website. www.ruimteenvrijetijd.nl
- Vragen over deze factsheet?
Mail: info@ruimteenvrijetijd.nl



Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de avontuurzoeker



De avontuurzoeker is

- ✓ Avontuurlijk
- ✓ Creatief
- ✓ Assertief
- ✓ Gericht op zelfontwikkeling
- ✓ Extravert
- ✓ Eigenwijs

- 11,2% van de Nederlanders is een avontuurzoeker.
- Avontuurzoekers zijn iets vaker vrouw (57%), en relatief vaak 50+ (57%) en alleenstaand (34%).
- Ze zijn relatief hoog opgeleid (65%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Op zoek naar avontuur, uitdaging, kennis, inspiratie, nieuwe ervaringen en nieuwe mensen, creatief bezig zijn en het lokale leven ervaren, iets unieks.
- Kiezen significant vaker voor vakanties met veel culturele activiteiten en kunst, stedentrip, natuur vakantie, rondtrekken en sportieve vakantie.
- Avontuurzoekers trekken graag hun eigen plan, liever niet met grote groepen.



Kenmerken van de ideale accommodatie

- Bijzondere, gekke of verrassende locatie.
- Mag eenvoudig en liefst kleinschalig: basic camping, hostel, (Air)BnB.
- Creatieve omgeving die inspiratie biedt.
- Plek waar ze zich kunnen ontwikkelen, zoals vrijwilligerswerk of yoga retraite.
- Aandacht voor sportieve en culturele mogelijkheden, liever geen standaard vermaak.
- Liever geen grote groepen, en het liefst gaan ze op pad met gelijkgestemden.

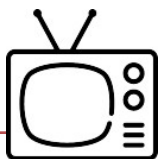


www.hihostels.com/hostels/reykjavik-city



Mediagebruik en regelen van een vakantie

Media meest
gebruikt



regionale bladen
de Volkskrant
huis-aan-huis krant



Media meest
kenmerkend



geen televisie

de Volkskrant
NRC
HANDELSBLAD
Het Parool

CLASSIC *f*M



- Van alle leefstijlen plannen de avontuurzoekers hun vakanties het meest last-minute.
- Om de kans op avontuur en nieuwe ervaringen zo groot mogelijk te maken leggen ze zo min mogelijk vooraf vast en zullen ze niet snel teruggaan naar een bekende plek.
- Dingen regelen vinden ze niet per se vervelend, zo lang het inspiratie oplevert. Cultuurhistorische feiten over de bestemming vinden ze interessant.
- Avontuurzoekers oriënteren zich vooral online via reviews en reisverhalen op (reis)blogs en via reisgidsen en (reis)magazines.



Communicatietips

Inspireren, plannen
en boeken

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld eigenzinnig, prikkelend, vlot en eigentijds, authentiek maar toch anders dan anders zijn.
- Focus op de beleving van de bijzondere aspecten van uw accommodatie en activiteiten in de omgeving.

Tijdens het verblijf

- Wees joviaal, geef tips over 'verborgen' en bijzondere plekjes en activiteiten en check af en toe of alles naar wens is.
- Niet doen: proberen te betrekken bij activiteiten.

Loyaliteit, behoud
na het verblijf

- Zorg voor een ludiek aandenken gericht op bijvoorbeeld iets bijzonders of iets nieuws bij uw accommodatie of in de omgeving.
- Niet doen: proberen te binden voor herhaalbezoek.



Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de plezierzoeker



De plezierzoeker is

- ✓ Spontaan
- ✓ Avontuurlijk
- ✓ Eigenwijs
- ✓ Vrolijk
- ✓ Impulsief
- ✓ Sociaal

- 18,8% van de Nederlanders is een plezierzoeker.
- Veelal jongeren tussen 18 en 34 jaar (67%), en veel minder 50+ (14%).
- Veel gezinnen met kinderen (38%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Op zoek naar plezier, gezelligheid, entertainment en avontuur: er moet wel voor iedereen wat te beleven zijn.
- Plezierzoekers kiezen vaak voor een zon-, zee- en strandvakantie, een feestvakantie of een avontuurlijke vakantie.
- Ze gaan graag met een groep en relatief vaak op vakantie: hoe meer, hoe beter.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Een plek waar er voor iedereen wat te doen is. Veel activiteiten, vermaak en voorzieningen, liefst op een bijzondere, verrassende omgeving.
- Plezierzoekers houden van verschillende type accommodaties: een camping, (luke) hotel, bungalowpark, hostel.
- Ze houden van eigentijdse, goede faciliteiten, luxe en gemak, lekker eten en drinken.
- U doet ze een plezier met een eigentijdse en bijzondere inrichting, liever geen eenheidsworst.



Mediagebruik en regelen van een vakantie

Media meest
gebruikt



geen krant



radio 538



Media meest
kenmerkend



geen krant

radio 538



- Plezierzoekers laten zich graag verrassen, al betekent dat niet dat ze altijd last minute op pad gaan.
- Plezierzoekers zijn bij het boeken minder kritisch dan de andere leefstijlen.
- Ze vinden het een sport om de beste aanbieding te vinden. Dat is meteen een bron van inspiratie.
- Andere manieren om inspiratie te vinden voor de vakantie zijn familie, vrienden, of kennissen, social media, boekingswebsites en sites met reisinformatie.

Communicatietips

Inspireren, plannen
en boeken

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld eigentijds, speels, helder, enthousiast, uitbundig en informeel zijn.
- Focus op het aanprijzen van veel faciliteiten, kindvriendelijk, voor iedereen wat te doen, goede kwaliteit en amusement.

Tijdens het verblijf

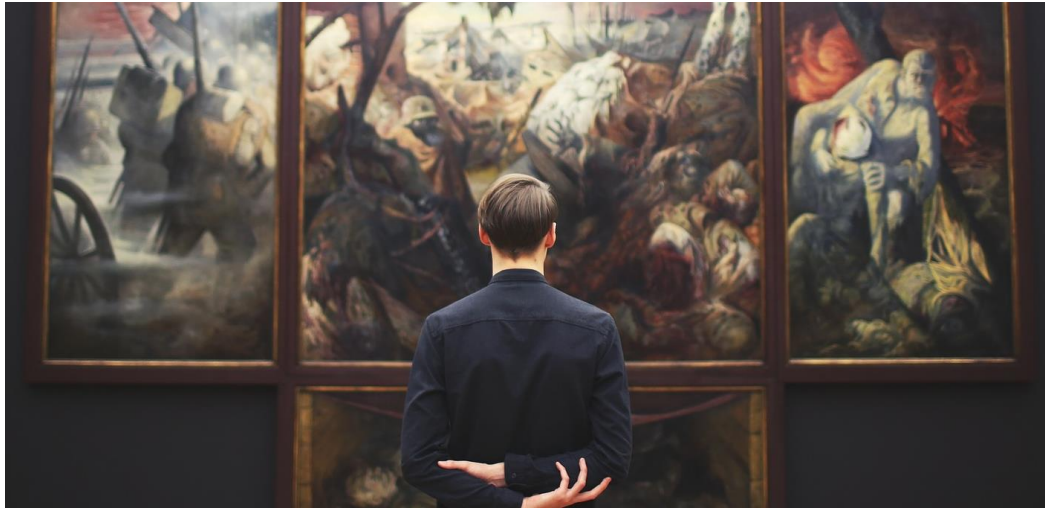
- Neem de tijd voor een uitgebreid welkomstpraatje, maak ze wegwijs met alle faciliteiten, heb oog voor het gezin of de groep, zorg voor entertainment (van de kinderen), laat merken dat u het leuk vindt dat ze er zijn.
- Niet doen: zakelijk zijn, afstand houden, met rust laten.

Loyaliteit, behoud
na het verblijf

- Stuur een kaartje naar het huisadres met waardering voor hun bezoek en/of een actie of aanbieding door middel van een persoonlijke inlogcode.
- Stuur een uitnodiging om 'vriend van' te worden.
- Niet doen: niets van u laten horen.



Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de inzichtzoeker



De inzichtzoeker is

- ✓ Bedachtzaam
- ✓ Rationeel
- ✓ Introvert
- ✓ Leergierig
- ✓ Op zoek naar zelfontplooiing
- ✓ Serieus

- 11,2% van de Nederlanders is een inzichtzoeker.
- Relatief vaak mannen (81%), 50 jaar of ouder (60%) en veelal alleenstaand (27%) of stellen (45%).
- Relatief vaak hoogopgeleid (61%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Een moment om jezelf te ontwikkelen, tijd die je bewust en nuttig besteed.
- Rust en stilte.
- Tijd voor kunst en cultuur: museumbezoek, bekijken van bezienswaardigheden of vakantie in de natuur.
- Inzichtzoekers trekken graag rond.
- Doen waar je zelf zin in hebt.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn en het interieur enige luxe en comfort biedt.
- Voorkeur voor kleinschalige voorzieningen, liever geen massale uitstraling.
- Ze kiezen relatief vaak voor een bekende hotelketen, een bed & breakfast, een bungalow of huisje niet op een park of thuis.
- Plek moet privacy, rust en stilte bieden.
- Gericht op de omgeving en wat er te doen is qua cultuur en natuur.



Mediagebruik en regelen van een vakantie

Media meest
gebruikt



regionale bladen
de Volkskrant
huis-aan-huis krant



regionale zenders
npo radio 1 radio **538**



Media meest
kenmerkend



de Volkskrant
NRC
HANDELSBLAD
deVerdieping
Trouw



inzichtzoekers
maken relatief
weinig gebruik van
social media

- Deze groep is kritisch, en zoekt goed naar wat ze wil.
- Voor inspiratie gebruiken ze vooral internet en vragen het familie en vrienden. Vaker dan de andere leefstijlen maken ze gebruik van de krant en reismagazines.
- Ze houden niet van aanbiedingen, want voor hun gevoel zit er een addertje onder het gras. Het is niet erg om wat meer te betalen, zolang het dan wel écht goed is.
- Inzichtzoekers houden niet zo van regelen, dat geeft stress en gedoe. Relatief vaak regelt een ander de vakantie.

Communicatietips

Inspireren, plannen
en boeken

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld ingetogen, rustig, klassiek, informerend, volledig maar wel inspirerend zijn.
- Focus op cultureel verantwoord, nieuwe dingen ontdekken, en informatie over de locatie, accommodatie en omgeving.

Tijdens het verblijf

- Wees rustig, attent en informatief, vraag af en toe of de dienstverlening naar wens is en wijs ze op interessante culturele of natuurgerichte activiteiten in de omgeving.
- Niet doen: uitgebreid en uitbundig welkomstpraatje, er van uitgaan dat alles naar wens is en alleen maar over de faciliteiten vertellen.

Loyaliteit, behoud
na het verblijf

- Zorg dat u na het verblijf iets opstuurt met informatie over wat er volgend jaar bij u en in uw omgeving te doen is.
- Laat merken dat ze bij u zonder gedoe opnieuw kunnen boeken omdat u alle voorkeuren en wensen heeft onthouden.
- Niet doen: u richten op kortingen of spaarprogramma's.

Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de harmoniezoeker



De harmoniezoeker is

- ✓ Sociaal
- ✓ Vrolijk
- ✓ Hartelijk
- ✓ Zachtaardig
- ✓ Gemoedelijk
- ✓ Iemand van 'doe maar normaal'

- 12,1% van de Nederlanders is een harmoniezoeker.
- Vaker vrouwen (79%), in de leeftijd 35-54 jaar (47%), laag-midden opgeleid.
- Vaker tweepersoons-huishoudens 50-64 jaar (21%) of met kinderen tot 12 jaar (25%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Vakantie betekent tijd voor het gezin! Om samen te genieten, te ontspannen en plezier te maken.
- Goede balans tussen dingen ondernemen (shoppen, zwemmen, bezoekje aan dierenpark of pretpark) en rustig aan doen (sauna, spelletje spelen).
- Voor iedereen wat te doen, niet te duur.
- Vrienden- of familieweekend.



Kenmerken van de ideale accommodatie

- Veel amusement en vermaak bij de accommodatie, zoals speelvoorzieningen, zwemparadijs, georganiseerde activiteiten en animatie.
- Veel en goede faciliteiten op een bungalowpark of camping.
- Knusse sfeer waar ruimte is voor ontmoeting en gezelligheid, zoals een leuke hotellobby of een camping kantine.
- Gericht op ontspanning.
- In de omgeving leuke dingen om te doen voor het hele gezin.



Mediagebruik en regelen van een vakantie

Media meest gebruikt	   	 geen krant regionale bladen huis-aan-huis krant	   	   
Media meest kenmerkend	   	huis-aan-huis krant	  	

- Harmoniezoekers plannen vroeg van te voren en ze nemen er de tijd voor, want iedereen moet het naar zijn zin hebben.
- Het regelen van de vakantie is onderdeel van de voorpret.
- Het is fijn om in één keer meerdere zaken te regelen zoals vervoer, verblijf en ticket.
- De kosten zijn belangrijk voor harmoniezoekers, vandaar dat ze graag inspiratie opdoen op aanbdingensites. Andere inspiratiebronnen zijn websites met informatie over reizen en vakanties, of boekingswebsites.

Communicatietips

Inspireren, plannen
en boeken

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld enthousiast, alledaags (normaal), ouderwets gezellig, en informatief zijn.
- Focus op even weg met het gezin, ontspanning, voor elk wat wils, kindvriendelijk, veel faciliteiten, en betaalbaarheid.

Tijdens het verblijf

- Zorg bij aankomst voor een praatje en maak ze wegwijs met alle faciliteiten. Vertel iets over kortingen bij u of in de omgeving, en zorg dat medewerkers beschikbaar en toegankelijk zijn.
- Niet doen: afstand houden.

Loyaliteit, behoud
na het verblijf

- Stuur na het verblijf iets toe over kortingsacties (ook van andere bedrijven).
- Nodig ze uit voor een spaar- of voordeelprogramma en laat weten dat ze al het één en ander hebben gespaard.
- Niet doen: niets laten horen.



Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de rustzoeker



De rustzoeker is

- ✓ Kalm
- ✓ Behulpzaam
- ✓ Gewoon
- ✓ Bedachtzaam
- ✓ Zachtaardig
- ✓ Huiselijk

- 17,2% van de Nederlanders is een rustzoeker.
- Ze zijn meestal 50 jaar of ouder (60%).
- Meestal laag- of middelbaar opgeleid (33% en 42%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Gaan relatief weinig op vakantie, ze blijven graag thuis.
- Als ze op vakantie gaan dan is het doel om uit te rusten en bij te komen.
- Een huiselijke, vertrouwde omgeving.
- Geen 'gekkigheid', gewoon een rondje fietsen, wandeling maken, beetje tv kijken en thuis zijn is al goed genoeg.
- Rust en stilte.

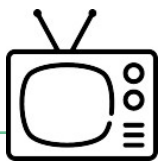
Kenmerken van de ideale accommodatie

- Privacy, rust en stilte.
- Qua voorzieningen geen bijzondere wensen, maar wel goed en verzorgd.
- Huiselijke sfeer.
- Als rustzoekers buiten de deur slapen, dan boeken ze iets herkenbaars zoals een bekende hotelketen of bungalowpark of een familiehotel.
- Mogelijkheden voor rustige uitstapjes: wandelen, fietsen en bezoek aan monumenten en musea.



Mediagebruik en regelen van een vakantie

Media meest
gebruikt



geen krant
regionale bladen
huis-aan-huis krant



geen radio



Media meest
kenmerkend



regionale zender

geen krant

geen radio
regionale zender

rustzoekers maken
relatief weinig
gebruik van social
media

- Rustzoekers vinden het fijn als van te voren zoveel mogelijk geregeld is. Dan hoeven ze zich daar niet meer druk om te maken. Ze pluizen dingen vooraf goed uit.
- Ze gaan graag terug naar bekende plekken, als het tenminste goed is bevallen.
- De kosten zijn voor relatief veel rustzoekers een belangrijke factor in hun keuzes, maar ze maken niet veel gebruik van aanbdingensites.
- Wel kijken ze op andere websites met informatie over reizen of vakanties.



Communicatietips

Inspireren, plannen
en boeken

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld serieus, gewoon (Nederlands), ongecompliceerd, duidelijk, herkenbaar, en vertrouwd zijn.
- Focus op rust, privacy, veilig, properheid, kleinschaligheid en huiselijkheid.

Tijdens het verblijf

- Wees vriendelijk, maar niet uitbundig, neem de tijd.
- Laat weten dat u er bent, maar laat ze vooral met rust.
- Niet doen: veel proberen te betrekken bij activiteiten, populair of heel persoonlijk doen.

Loyaliteit, behoud
na het verblijf

- Zorg voor een leuk, huiselijk aandenken voor thuis.
- Stuur eenmalig een postkaart toe met wat informatie over rustige vakantieperioden en eventueel andere informatie.
- Niet doen: vaak iets laten horen.



Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de stijlzoeker



De stijlzoeker is

- ✓ Gedreven
- ✓ Doelgericht
- ✓ Ambitieuus
- ✓ Zelfverzekerd
- ✓ Ondernemend
- ✓ Sportief

- 17,3% van de Nederlanders is een stijlzoeker.
- Relatief vaak mannen (65%).
- Evenwichtige spreiding qua leeftijd, de groep 18 t/m 29 jaar is iets groter dan gemiddeld.

Kenmerken van de ideale vakantie

- Vakantie is tijd die je optimaal moet besteden: sporten, feesten, jezelf uitdagen je laten verwennen, maar ook uitrusten.
- Ze houden van exclusiviteit, luxe en comfort.
- Ze willen tijdens de vakantie geprikkeld worden dus er mag veel te doen zijn.
- Houden van zon- en strandvakanties, stedentrip, luxe resort, rondtrekken en all-inclusive vakanties.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Luxe en stijlvolle accommodatie, zoals luxe of boutique hotel, privé-accommodatie, of glamping.
- Goede faciliteiten en service (ook culinair).
- Kwaliteitskeurmerken en bekende, kwalitatief goede merken in het interieur.
- Gevoel van exclusiviteit / VIP-arrangement.
- De accommodatie of de omgeving mag prikkelend zijn, denk aan sportfaciliteiten, sauna en wellness, bijzonder uitzicht.



Mediagebruik en regelen van een vakantie

Media meest
gebruikt

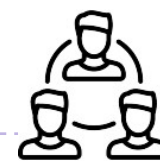


regionale bladen
De Telegraaf



radio **538**

Q music



Media meest
kenmerkend



de Volkskrant
De Telegraaf



radio **538**



- Stijlzoekers vinden het prettig als ze bij het boeken van een vakantie meerdere zaken in één keer kunnen regelen.
- De kosten zijn geen grote belemmering, ze vinden het vooral belangrijk om steeds weer iets nieuws te proberen.
- Ook last-minute op pad gaan hoort bij de stijlzoeker.
- Inspiratie halen ze vaak van boekingswebsites en sites met reviews. Maar ook artikelen in kranten, (reis)magazines, blogs, internetfora en beurzen.

Communicatietips

Inspireren, plannen
en boeken

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld gericht zijn op luxe, exclusiviteit, kwaliteit, stijlvol ontspannen en actief bezig zijn.
- Niet doen: huiselijk, grootschalig, of voor kinderen.

Tijdens het verblijf

- Wees formeel, informatief.
- Check tijdens het verblijf of alles naar wens is.
- Zorg dat alles tot in de puntjes is verzorgd.
- Niet doen: proberen te betrekken bij activiteiten.

Loyaliteit, behoud
na het verblijf

- Zorg voor een ludiek aandenken gericht op bijvoorbeeld iets bijzonders of iets nieuws bij partners of in de omgeving.
- Nodig ze uit voor een 'horizonsverbredingsprogramma', voor persoonlijke ontwikkeling of prestatiemogelijkheden.
- Niet doen: spaar- of voordeelprogramma.



Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de verbindingszoeker



De verbindingszoeker is

- ✓ Behulpzaam
- ✓ Gewoon
- ✓ Geïnteresseerd in anderen
- ✓ Evenwichtig
- ✓ Hartelijk
- ✓ Rustig

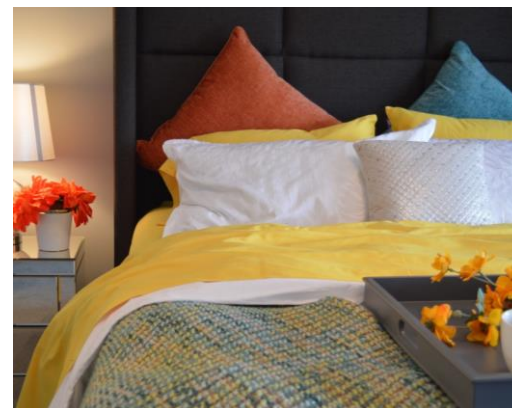
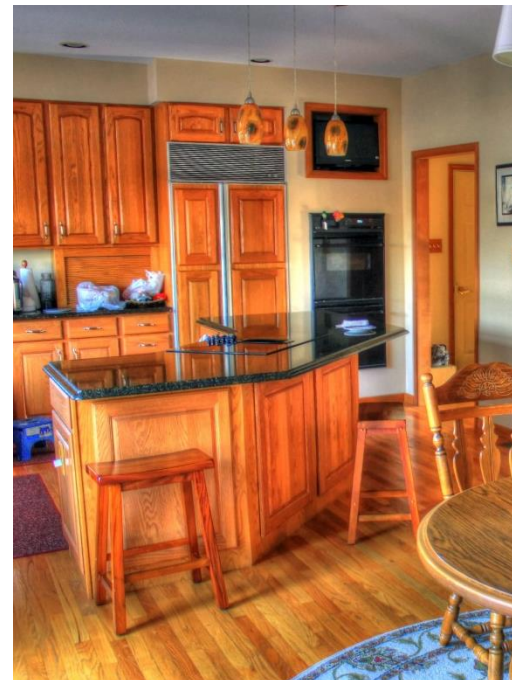
- 12,1% van de Nederlanders is een harmoniezoeker.
- Evenwichtige verdeling tussen mannen en vrouwen in de leeftijd van vooral 60+ (66%).
- Vaker tweepersoons-huishoudens (57%) en relatief weinig gezinnen met kinderen.

Kenmerken van de ideale vakantie

- Vakantie is ontspanning, genieten, en gezelligheid, rust en stilte, tijd voor elkaar.
- Ze willen het gevoel hebben dat je het 'echte, normale leven' ervaart.
- Ze houden van vakanties in de natuur, en rondtrekken.
- Een groepsreis is gezellig en makkelijk om veel te kunnen doen en beleven.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Accommodatie is authentiek, gemoedelijk, knus, kleinschalig en rustig, met gastvrij personeel.
- Een bekende hotelketen en camping met goede faciliteiten spreekt aan.
- Mogelijkheid om nieuwe mensen te ontmoeten vinden ze gezellig.
- In de omgeving veel mogelijkheden om nieuwe dingen te doen en de streek te verkennen: wandelen, fietsen, bezoeken bezienswaardigheden en musea.



Mediagebruik en regelen van een vakantie

Media meest gebruikt	   	 regionale bladen  huis-aan-huis krant	   regionale zenders	  
Media meest kenmerkend	    regionale zender	regionale bladen huis-aan-huis krant  Reformatorisch Dagblad	   CLASSIC <i>fm</i> regionale zenders	verbindingszoekers maken relatief weinig gebruik van social media

- Verbindingszoekers vinden het heerlijk om een vakantie te regelen en zien het als voorpret.
- Ze leggen niet alles al maanden van te voren vast, veel kan ook prima op het laatste moment geregeld worden.
- Ze letten op de kosten, dus aanbiedingsites zijn een bron van inspiratie. Daarnaast kijken ze in kranten, reisgidsen en magazines. Vertrouwde aanbieders vinden ze fijn.
- Ze komen graag terug als de accommodatie naar wens was.

Communicatietips

Inspireren, plannen
en boeken

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld ingetogen maar wel enthousiast, rustig, informerend, volledig maar wel inspirerend zijn.
- Focus op nieuwe dingen ontdekken, gezelligheid, ontspanning en informatie over wat er te doen is.

Tijdens het verblijf

- Wees attent en informatief, vraag af en toe of de dienstverlening naar wens is en wijs ze op interessante culturele of natuurgerichte activiteiten in de omgeving.
- Niet doen: er van uitgaan dat alles naar wens is en alleen maar over de faciliteiten vertellen.

Loyaliteit, behoud
na het verblijf

- Zorg dat u na het verblijf iets opstuurt met informatie over wat er volgend jaar bij u en in uw omgeving te doen is.
- Nodig ze uit voor een 'vrienden van' programma.

