

Factsheet leefstijlen Verblifsrecreatie

- 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 verblifsrecreatieve voorzieningen.
- Deze factsheet is ontwikkeld door het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, en is gebaseerd op de Leefstijlvinder van MarketResponse.
- 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% van de Nederlanders is een Avontuurzoeker.
- Avontuurzoekers zijn iets vaker vrouw (58%), en relatief vaak 50+ (47%) en alleenstaand (32%).
- Ze zijn relatief hoog opgeleid (57%).

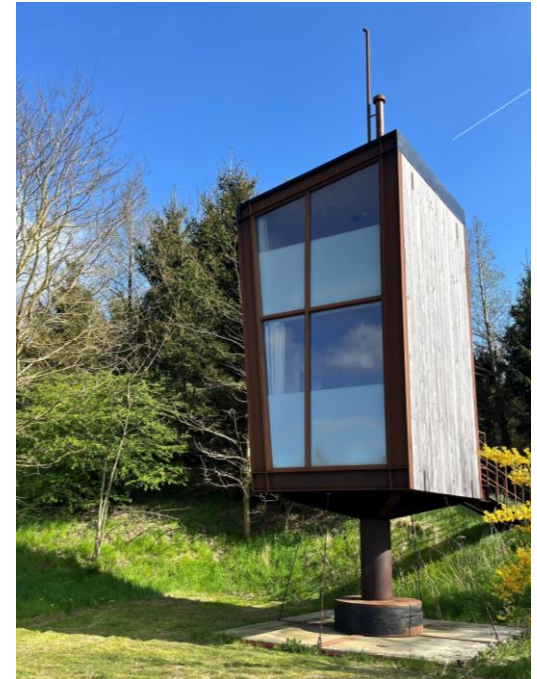
Kenmerken van de ideale vakantie

- Op zoek naar avontuur, uitdaging, te onthaasten, nieuwe ervaringen opdoen, creatief bezig zijn en het lokale leven ervaren, iets unieks.
- Kiezen significant vaker voor vakanties met veel culturele activiteiten en kunst, stedentrip, natuurvakantie, rondtrekken en sportieve vakantie.
- Avontuurzoekers trekken graag hun eigen plan, liever niet met grote groepen.
- Gaan écht lekker de natuur in door buiten de gebaande paden nieuwe plekken te ontdekken.
- Avontuurzoekers zijn echte cultuurliefhebbers. Erfgoedlocaties en musea bezoeken ze het allerliefst. Wel vinden Avontuurzoekers het belangrijk dat het inspirerend, expressief of bijzonder is.



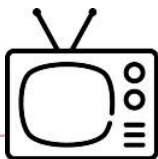
Kenmerken van de ideale accommodatie

- Bijzondere, gekke of verrassende locatie in een rustige natuurrijke omgeving.
- Kleinschalige verblijven die duurzaam, authentiek en anders dan anders zijn.
- Een boomhut, pipowagen of boetiekhotel.
- Inspirerende 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.

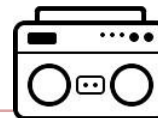


Mediagebruik en regelen van een vakantie

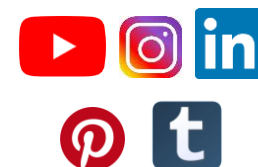
Media meest gebruikt



geen krant



Media meest kenmerkend



- Van alle leefstijlen plannen de Avontuurzoekers hun vakanties het meest last-minute en proberen ze altijd weer iets nieuws.
- 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 (boekings)websites met informatie over reizen/vakanties, krantenartikelen, reisverhalen op (reis)blogs en via reisgidsen.



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% van de Nederlanders is een Plezierzoeker.
- Plezierzoekers zijn iets vaker vrouwen (59%).
- Veelal jongeren tussen 18 en 39 jaar (68%), en veel minder 50+ (18%).
- Veel gezinnen met kinderen (50%).

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.
- Als ze de natuur in gaan doen ze dat gezellig met vrienden en familie en bezoeken ze ook graag de horeca.
- Cultuurbezoek doen ze vooral graag om tijd met anderen door te brengen. Ze bezoeken dan het liefst bioscopen, festivals, concerten en andere muziekvoorstellingen.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Een locatie waar er voor het hele gezelschap genoeg te beleven is. Veel activiteiten, vermaak en voorzieningen, liefst op een bijzondere, verrassende omgeving.
- Plezierzoekers houden van verschillende type accommodaties: een luxe hotel, familiecamping of bungalowpark in de natuur.
- Ze houden van eigentijdse, goede faciliteiten, waarbij ook wordt gedacht aan kindvriendelijkheid. Daarnaast is luxe en gemak, en lekker eten en drinken belangrijk.
- U doet ze een plezier met een eigentijdse en bijzondere inrichting, liever geen eenheidsworst.



Mediagebruik en regelen van een vakantie



- 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 Harmoniezoeker



De Harmoniezoeker is...

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

- 12% van de Nederlanders is een Harmoniezoeker.
- Vaker vrouwen (82%), in de leeftijd 40-59 jaar (48%) en laag-midden opgeleid.
- Vaker tweepersoons-huishoudens 50-64 jaar (26%) of met kinderen tot 12 jaar (29%).

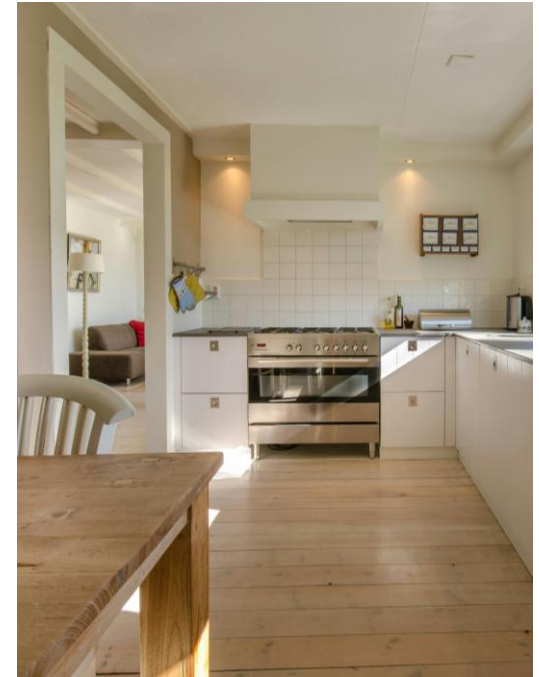
Kenmerken van de ideale vakantie

- Vakantie betekent tijd voor het gezin! Om samen te genieten, te ontspannen en plezier te maken.
- Goede balans tussen dingen ondernemen (shoppen, zwemmen, bezoeken aan dierenpark of pretpark) en rustig aan doen (sauna, spelletje spelen).
- Voor iedereen wat te doen, niet te duur.
- Samen weg op een vrienden- of familieweekend.
- De natuur in draait vooral om gezelligheid en tijd met vrienden of familie. Ze hoeven niet per se nieuwe plekken te ontdekken en gaan graag terug naar bekende locaties, zolang zij en hun gezelschap samen plezier kunnen hebben.
- Harmoniezoekers zijn qua cultuurbeleving vooral te porren voor een bioscoopbezoek of een theatervoorstelling. Maar ook daarin is het sociale component het belangrijkste: gezellig samen op pad!



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 familie bungalowpark of camping.
- Knusse sfeer waar ruimte is voor ontmoeting en gezelligheid, zoals een leuke hotellobby of een campingkantine.
- Gericht op ontspanning en samen leuke dingen doen.
- In de omgeving leuke dingen om te doen voor het hele gezin.



Mediagebruik en regelen van een vakantie



- 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 Verbindingszoeker



De Verbindingszoeker is...

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

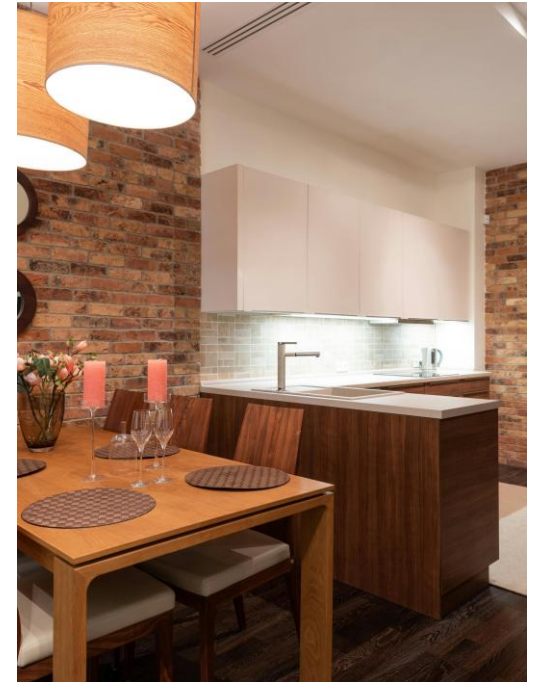
- 12% van de Nederlanders is een Verbindingszoeker.
- Evenwichtige verdeling tussen mannen en vrouwen. Er zijn vooral veel verbindingszoekers in de leeftijd van 50+ (80%).
- Vaker tweepersoonshuishoudens (49%) en relatief weinig gezinnen met kinderen.

Kenmerken van de ideale vakantie



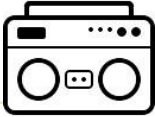














- Vakantie is ontspanning, genieten, en gezelligheid, rust en stilte, en samenzijn.
- Ze willen het gevoel hebben dat je het 'echte, normale leven' ervaart.
- Ze houden van vakanties in de natuur, en rondtrekken.
- Een groepsreis is gezellig en makkelijk om veel te kunnen doen en beleven.
- Echte natuurliefhebbers die genieten van de frisse buitenlucht. Ze gaan dan ook graag naar een bezoekerscentrum of observatiehut.
- Ze leren graag meer over de streek waar ze zijn en zijn echte erfgoedliefhebbers.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Een duurzame accommodatie die het liefst kleinschalig, authentiek en vertrouwd aanvoelt.
- Gelegen in een rustige en natuurlijke omgeving.
- Een budgethotel, natuurhotel en camping met ruime plaatsen en 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	 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.



Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de Rustzoeker



De Rustzoeker is..

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

- 17% van de Nederlanders is een Rustzoeker.
- Ze zijn iets vaker tussen de 60 en 69 jaar (25%) en alleenstaand (29%).
- Meestal laag- of middelbaar opgeleid (29% en 46%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Gaan relatief weinig op vakantie of een dagje uit, ze blijven graag thuis.
- Als ze erop uitgaan dan is het doel om even weg te zijn van huis en tot rust 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.
- Bezoeken natuurgebieden voor rust en om het hoofd leeg te maken, het liefst dichtbij huis. Voorzieningen zijn niet noodzakelijk, zolang er goed en veilig gefietst en gewandeld kan worden op brede, verharde paden.
- Rustzoekers ondernemen minder graag dan gemiddeld culturele activiteiten en bezoeken ook minder graag erfgoedlocaties.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Privacy, rust en stilte.
- Qua voorzieningen geen bijzondere wensen, maar wel goed en verzorgd.
- Vertrouwde, eenvoudige en huiselijke sfeer, zonder poespas. Hechten ook waarde aan betaalbaarheid.
- Als Rustzoekers buiten de deur slapen, dan boeken ze iets vertrouwds 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	 	
Media meest kenmerkend	   regionale zender	geen krant	geen radio regionale zender	Rustzoekers maken relatief weinig gebruik van social media Instagram wordt minder gebruikt

- 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 aanbiedingsites.
- 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 Inzichtzoeker



De Inzichtzoeker is...

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

- 13% van de Nederlanders is een Inzichtzoeker.
- Relatief vaak mannen (77%), 60 jaar of ouder (52%) en veelal alleenstaand (30%) of stellen (55%).
- Relatief vaak hoogopgeleid (65%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Vrije tijd is tijd 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, het liefst in een klein gezelschap.
- Tijd om te doen waar je zelf zin in hebt.
- Zijn echte wandelaars, die de, bij voorkeur ongerepte, natuur opzoeken voor rust en ontspanning, om het hoofd leeg te maken en drukte te vermijden.
- Bezoeken opvallend graag musea en erfgoedlocaties om geprikkeld te worden, en kennis en nieuwe inzichten op te doen.



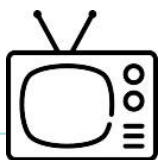
Kenmerken van de ideale accommodatie

- Kleinschalige, duurzame accommodatie gelegen in een natuurlijke omgeving.
- Authentieke locatie waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn en het luxe en eigentijdsheid biedt.
- Ze kiezen relatief vaak voor een luxe of natuurhotel, een natuur- of mini, een moderne bungalow 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



Media meest
kenmerkend



de Volkskrant



deVerdieping
Trouw



CLASSIC *fm*



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. Vaker dan bij andere leefstijlen regelt een ander de vakantie bij deze leefstijl.

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 stijlzoeker



De Stijlzoeker is...

- ✓ Intelligent
- ✓ Zelfverzekerd
- ✓ Doelgericht
- ✓ Zakelijk
- ✓ Ondernemend
- ✓ Ambitueus
- ✓ Sportief

- 16% van de Nederlanders is een Stijlzoeker.
- Relatief vaak mannen (71%), tussen 18 en 29 jaar (26%), en wonen vaker in huishoudens met kind(eren) (39%).
- Vaak hoogopgeleid (57%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Vrije tijd en vakantie is tijd die je optimaal moet besteden: sporten, culturen ontdekken, jezelf uitdagen, en je laten verwennen.
- Ze houden van exclusiviteit, luxe en comfort.
- Ze willen tijdens de vakantie geprikkeld worden dus er mag veel te doen zijn.
- Houden van zon-, zee- en strandvakanties, en feestvakanties.
- Is graag actief bezig in de natuur, houdt van sportiviteit en actie, maar wil ook wel graag kennis opdoen. De aanwezigheid van horeca is voor de Stijlzoeker van groot belang; want na het actief bezig zijn mag je uiteraard ook even relaxen.
- Hoewel ze niet de meeste interesse hebben in culturele activiteiten, gaan zij wel het vaakst. Want, vrije tijd is om vermaakt te worden en daarbij even tijd voor jezelf of voor vrienden en familie te nemen. Filmhuizen en bioscopen zijn dan favoriet.

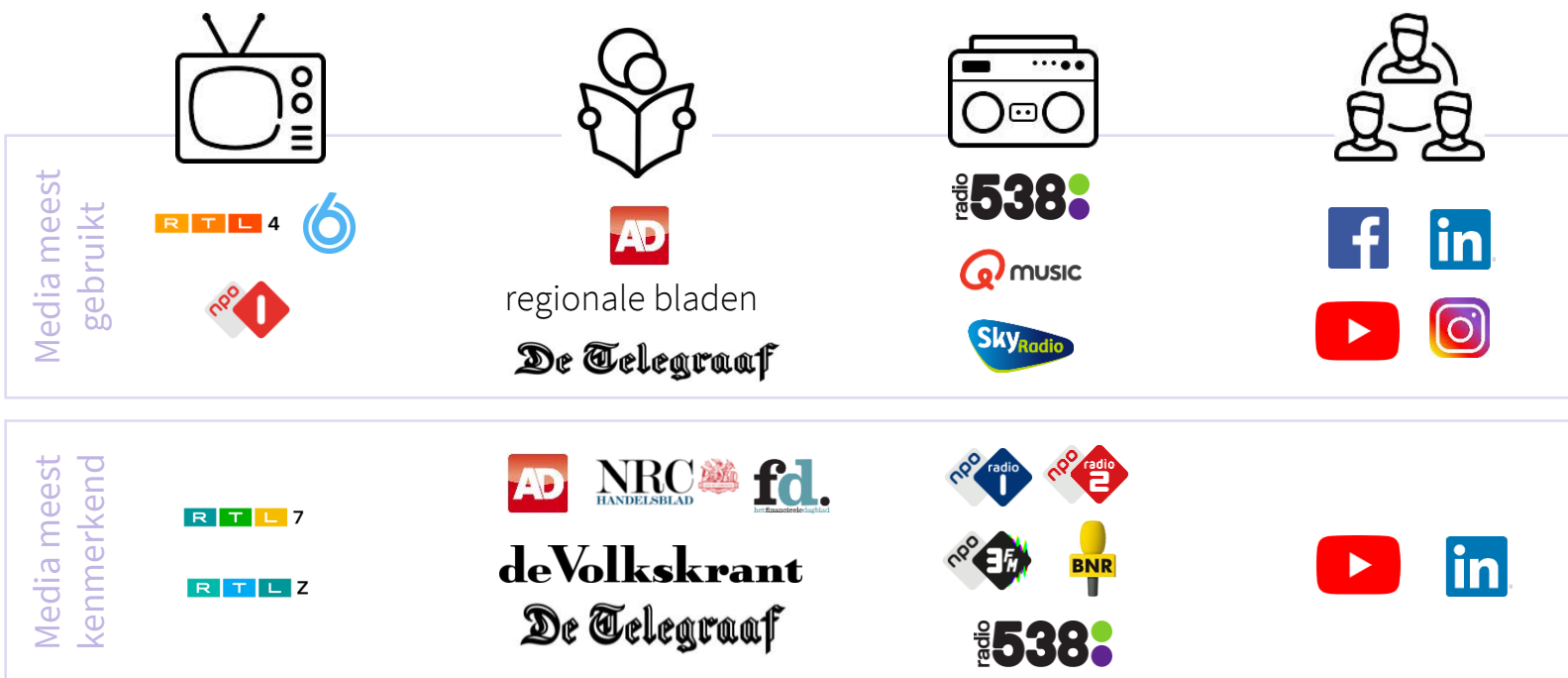


Kenmerken van de ideale accommodatie

- Luxe en stijlvolle accommodatie, zoals luxe of boetiek hotel, privé-accommodatie, of glamping/(safari)tent.
- Goede (privé) voorzieningen, zoals wellness of sportfaciliteiten.
- Kwaliteitskeurmerken en high-end interieur.
- Gevoel van exclusiviteit, grootschaligheid en luxe.
- De accommodatie of de omgeving mag prikkelend zijn, denk aan bijzonder uitzicht of thematische overnachtingen. Locaties bij een attractiepark of dierentuin zijn vaker in aantrek dan bij andere leefstijlen.



Mediagebruik en regelen van een vakantie



- 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 en 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.

