

// Factsheet Leefstijlvinder

STICHTING Achterhoek TOERISME

Wie is uw doelgroep?

Inzicht in de zeven leefstijlen

Feiten en cijfers

Waarin verschillen de leefstijlen?

En verder: Aan de slag met de Leefstijlvinder Vakantie & Vrije tijd
7 leefstijlen uitgelicht | Communicatie- en boekingsvoorkeuren
Inspirerende voorbeelden uit de Achterhoek

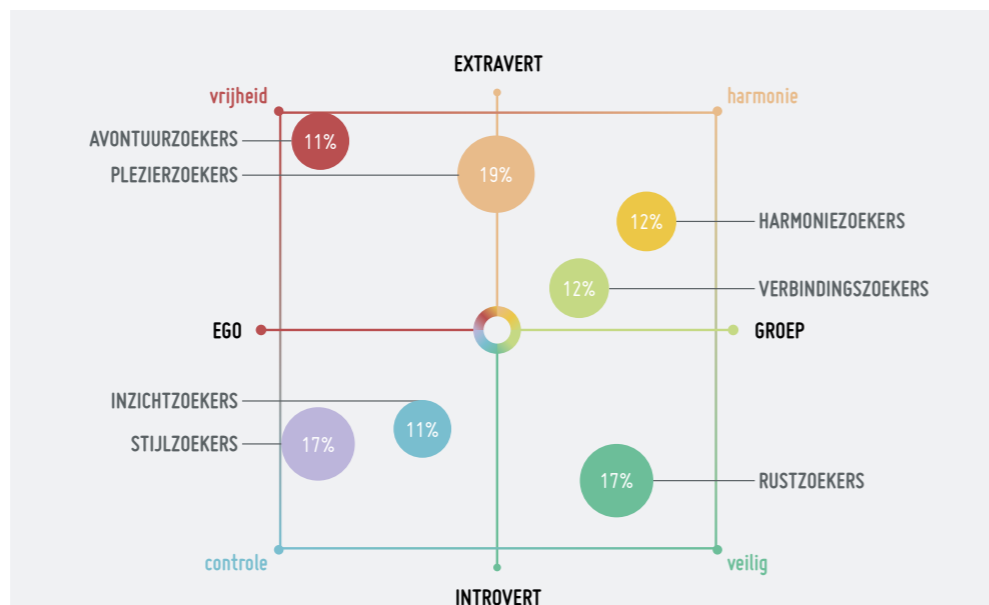
Inzicht in uw doelgroep

Niet alle recreanten in Nederland zijn hetzelfde. De één houdt van rust en regelmaat, de ander juist van drukte en sensatie. Door meer inzicht te krijgen in welke doelgroepen zich in uw gebied bevinden en welke doelgroepen u het meest bezoeken, is het mogelijk om uw dienstverlening nog verder te verbeteren. Zo kunt u uw aanbod aan laten sluiten bij de behoeften van de doelgroepen in uw regio of klantenbestand. Maar het is ook mogelijk om met deze kennis uw aanbod beter onder de aandacht te brengen bij verschillende doelgroepen.

De Leefstijlvinder Vakantie en Vrije Tijd, ontwikkeld door MarketResponse Marktvinders, is een model dat inzicht in uw doelgroep biedt. Het model is niet gebaseerd op demografische waarden als leeftijd, geslacht, gezinssituatie, maar kijkt vooral naar de drijfveren, waarden en behoefte van de consument ten aanzien van hun vrije tijd. Het model laten zien waar mensen in hun vrije tijd of vakantie behoefte aan hebben en onderscheidt daarin zeven leefstijlen: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers.

WAT KUNT U MET DE LEEFSTIJLVINDER?

Door de Leefstijlvinder weten we niet alleen hoe de leefstijlen eruit zien, maar ook waar zij in Nederland wonen. Op welke leefstijlen richt u zich? Wat zijn hun wensen en hoe kan je hen het beste bereiken? Dat zijn de vragen waar de Leefstijlvinder™ antwoord op geeft. Zodat u de bezoeker een nog mooiere vakantie of dagje uit kan bezorgen. In deze handout gaan uitgebreid op ieder leefstijl in. Wat zijn de kenmerken en voorkeuren van deze leefstijl? We geven tips voor communicatie en een aantal inspirerende voorbeelden van toeristische bedrijven die voor deze leefstijl aantrekkelijk zijn.



Figuur 1. De Leefstijlvinder (met % van de Nederlanders per leefstijl)

Leefstijl	Eigenschappen	Vakantie is...
Avontuurzoeker	Creatief, avontuurlijk, eigenwijs, ondernemend	Nieuwe dingen doen, nieuwe mensen leren kennen, inspiratie op doen, verrassend en uitdagend
Plezierzoeker	Spontaan, vrolijk, gezellig, avontuurlijk en impulsief	Tijd om je te laten gaan, om vermaakt te worden en nieuwe avonturen te beleven: leuke dingen doen
Harmoniezoeker	Hartelijk, gezellig, gemoedelijk, vrolijk en zachtmoedig	Tijd voor het gezin, tijd om te genieten, te ontspannen en plezier te maken
Verbindingszoeker	Geïnteresseerd in anderen, behulpzaam, evenwichtig en hartelijk	Ontspanning, genieten en gezelligheid
Rustzoeker	Kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtmoedig	Uitrusten en bijkomen
Inzichtzoeker	Bedachtzaam, serieus, evenwichtig en zakelijk	Dingen leren, genieten van de vrijheid, liefst in klein gezelschap
Stijlzoeker	Zelfverzekerd, doelgericht, zakelijk en ondernemend	Verwend worden en genieten van exclusiviteit bij vakantie, luxe en comfort



Zelf aan de slag!

Om aan de slag te gaan met de Leefstijlvinder, raden wij u aan om u te registreren op www.leefstijlvinder.nl. Dit is helemaal gratis en hiermee krijgt u toegang tot veel achtergrondinformatie over de leefstijlen en toegang tot deze drie handige tools:

01. WIE WOONT WAAR?

Natuurlijk is het goed om te weten welke leefstijlen er zijn in Nederland. Maar nog interessanter is het om te zien waar deze leefstijlen wonen. Door rekening te houden met de leefstijlen die in uw omgeving wonen kunt u zorgen dat uw aanbod aansluit bij de behoeften die leven. Op leefstijlvinder.nl vindt u op een kaart van Nederland welke doelgroepen dominant zijn in verschillende gemeenten en postcodegebieden.

02. UW KLANTENBESTAND

Meer te weten komen over welke leefstijlen er in uw klantenbestand zitten? Het is mogelijk om uw postcodebestand te uploaden en er op die manier achter te komen wie uw doelgroep is en wat zij willen.

03. GA DIEPER DE DATA IN

De tabellentool op leefstijlvinder.nl geeft extra inzicht in de leefstijlen. Kom erachter welke media de leefstijlen specifiek gebruiken, en hoe ze daarin van elkaar verschillen. Zet de leefstijlen naast elkaar en het beeld wordt nog scherper. Op de volgende pagina's geven we u een paar voorbeelden van informatie die in de tabellentool te vinden is.

//HULP NODIG?

Heeft u behoefte aan iemand die met een objectieve blik met u meekijkt en mee kan denken op het gebied doelgroepen en leefstijlen? Vanuit het Kennisplein kunnen we u als partner van Achterhoek Toerisme een doelgroepenanalyse op maat aanbieden. Op basis van een bezoek aan uw bedrijf, gesprek en online analyse ontvangt u een analyserapport op maat, waarmee u antwoord krijgt op de volgende vragen:

- Welke doelgroep(en) voelt/voelen zich momenteel het meest aangetrokken tot uw product?
- Welke beleving past het beste bij deze doelgroep(en)?
- Waar moet u rekening mee houden in de communicatie met deze doelgroepen?
- Wat is het mediagebruik van de doelgroep(en)?
- Welke quick-wins zijn binnen uw bedrijf te behalen om beter aan te sluiten bij de doelgroep?
- Indien gewenst, aangevuld met een analyse van uw postcodebestand.

Prijs voor partners (vanaf basispakket) € 95,- excl. BTW

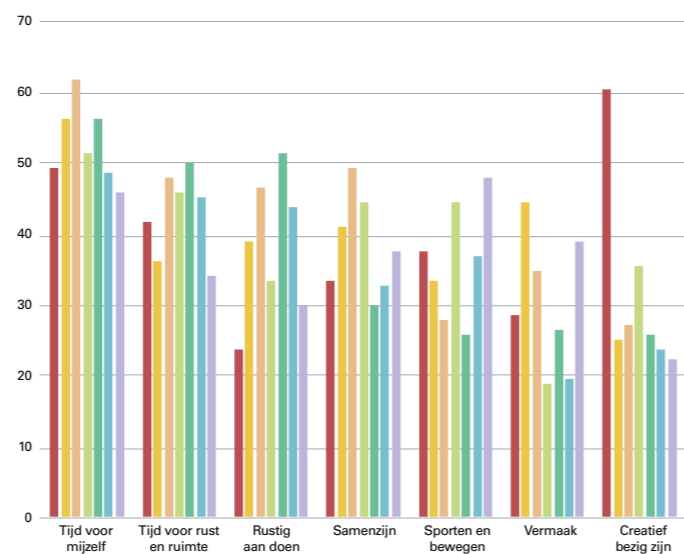
Zoveel mensen, zoveel wensen



Dat de leefstijlen sterk van elkaar kunnen verschillen, blijkt wel als we dieper de data in gaan. Op deze twee pagina's laten we aan de hand van een aantal voorbeelden zien dat het gedrag en de voorkeuren van de verschillende leefstijlen nogal uiteen kunnen lopen. Des te belangrijker dus om in uw bedrijfsvoering, marketing en communicatie hier goed op in te spelen.

VRIJETIJDSGEVOEL

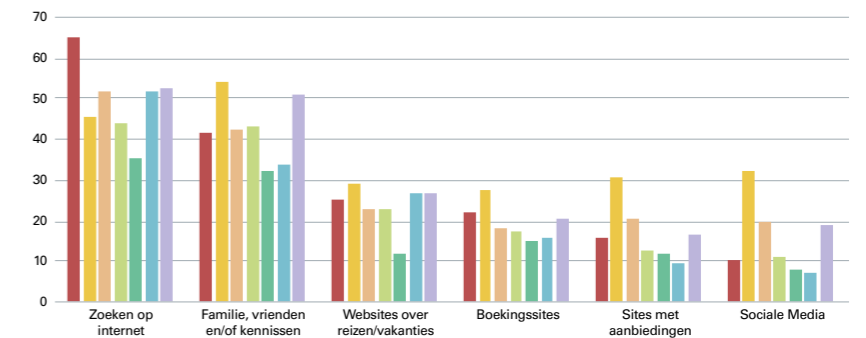
Het vrijetijdsgedrag kan per leefstijl behoorlijk verschillen. Waar de rustzoeker vooral op zoek is naar rust en ruimte, wil de avontuurzoeker tijd om creatief bezig te zijn. Voor de stijlzoeker geeft sporten en bewegen een echt vrijetijdsgedrag, voor de harmoniezoeker vooral het samenzijn.



Figuur 2. Vrijetijdsgedrag per leefstijl

INSPIRATIEBRONNEN

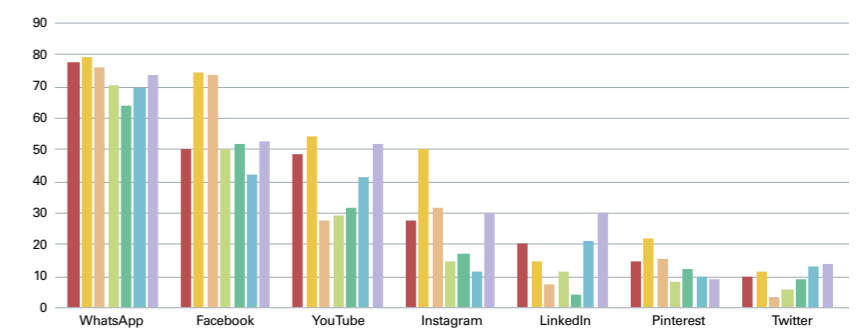
Als we kijken naar de inspiratiebronnen voor een dagje uit / vakantie in Nederland dan speelt het zoeken op internet voor Avontuurzoekers een grote rol, terwijl Plezierzoekers hun inspiratie vooral bij vrienden, familie en kennissen vandaan haalt. Ook social media en sites met aanbiedingen zijn voor deze groep een belangrijke inspiratiebron. Reismagazines zijn vooral bij Verbindingszoekers, Avontuurzoekers en Inzichtzoekers populair.



Figuur 3. Inspiratiebronnen voor vakantie en dagjes uit in Nederland

SOCIAL MEDIA

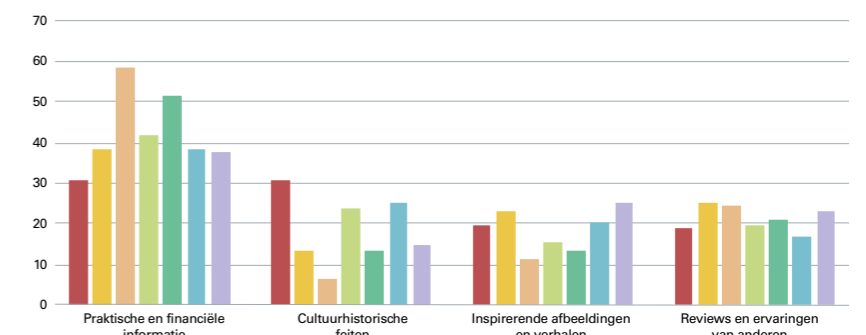
Voor alle leefstijlen geldt dat WhatsApp en Facebook de meest gebruikte social media kanalen zijn. Wel zien we dat Plezierzoekers en Harmoniezoekers duidelijk de grootste Facebook-gebruikers zijn. Ook Instagram wordt door Plezierzoekers vaker gebruikt dan door andere leefstijlen, terwijl een platform als LinkedIn, relatief gezien, weer door Stijlzoekers het meest gebruikt wordt.



Figuur 4. Social media die men wekelijks gebruikt

SOORT INFORMATIE

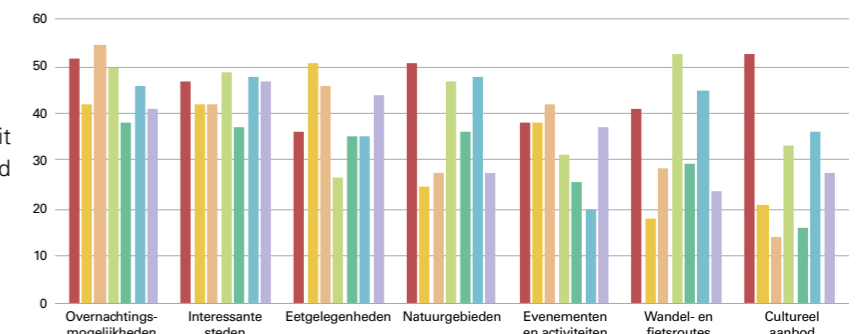
Naar welk soort informatie zijn de leefstijlen vooral op zoek bij een vakantie of dagje uit? Alle groepen zijn vooral op zoek naar praktische en financiële informatie, maar de Harmonie- en Rustzoeker in het bijzonder. Cultuurhistorische informatie is vooral interessant voor avontuur- en inzichtzoekers. Plezier- en Stijlzoekers zijn het meest gevoelig voor inspirerende beelden en verhalen. Houd hier rekening mee bij de inrichting van uw website.



Figuur 5. Meest interessante soort informatie over vakantie of dagje uit in Nederland

ONDERWERPEN

Welke onderwerpen zet u op uw website? Informatie over de accommodatie of overnachtingsmogelijkheden is voor iedere leefstijl belangrijk als zij zich oriënteren voor een dagje uit of vakantie in Nederland. Maar wilt u bijvoorbeeld de Avontuurzoeker bereiken, besteed dan veel aandacht aan de natuurgebieden en culturele activiteiten. Voor de Verbindingszoeker zijn wandel- en fietsroutes weer erg belangrijk en harmoniezoekers willen graag informatie over eetgelegenheden en evenementen.



Figuur 6. Onderwerpen bij oriëntatie voor dagje uit of vakantie in Nederland

Avontuurzoekers

Deze avontuurlijke en creatieve recreanten zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling.

Ze willen het 'echte' leven ervaren, in alle rijkheid. Bijvoorbeeld in een museum, in de natuur, of in een cursus waarin ze nieuwe dingen opsteken. Ruimdenkendheid is de karaktertrek van de Avontuurzoeker.



//KENMERKEN

- 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%).

VRIJETIJDKENMERKEN

- Op zoek naar avontuur, uitdaging, kennis, inspiratie, nieuwe ervaringen en nieuwe mensen, creatief bezig zijn en het lokale leven ervaren, iets unieks.

- Vrije tijd is om je te verbreden en om geïnspireerd te raken door er op uit te gaan (sportief, cultuur, natuur) en een (creatieve) cursus te doen.
- Ze trekken graag hun eigen plan, liever niet met grote groepen.

//VOORKEUREN

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, ze hebben behoefte om zich te verdiepen in het onderwerp.

//HANDIGE TIPS

INSPIREREN, PLANNEN EN BOEKEN

Zorg dat je 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 je accommodatie en activiteiten in de omgeving, vooral over natuurgebieden, het culturele aanbod en wandel- en fietsroutes. Tips van lokale bewoners kunnen avontuurzoekers waarderen.

Voor het boeken van een vakantie zijn de boekingsites booking.com, anwb.nl en spoordeelwinkel de meeste gebruikte. Van ticketveiling.nl maken avontuurzoekers vaker gebruik dan de andere leefstijlen. Echter, veruit de meeste avontuurzoekers (42%) boeken niet via één van de bekendere boekingsites.

Voor het boeken van een dagje uit zijn de boekingsites spoordeelwinkel.nl, vakantieveilingen.nl en anwb.nl de meeste gebruikte. Van tripadvisor maken avontuurzoekers vaker gebruik dan de andere leefstijlen. Echter, veruit de meeste avontuurzoekers (54%) boeken niet via één van de bekendere boekingsites.

TIJDENS HET VERBLIJF

Wees joviaal, geef tips over 'verborgen' en bijzondere plekken en activiteiten en check af en toe of alles naar wens is. Proberen ze niet te betrekken bij activiteiten.

BEHOUD NA HET VERBLIJF

Zorg voor een ludiek aandenken gericht op bijvoorbeeld iets bijzonders of iets nieuws bij je accommodatie of in de omgeving. Proberen ze niet te binden voor een herhaalbezoek.

Avontuurzoekers oriënteren zich vooral online via reviews en reisverhalen op (reis)blogs en via reisgidsen en (reis) magazines.

VERBLIJF

De meest ideale accommodatie voor een Avontuurzoeker is:

- 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.

HORECA

De beste horeca-beleving voor een Avontuurzoeker is:

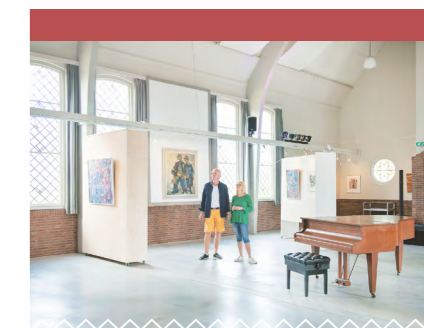
- Bijzondere, verrassende locatie. Een creatieve, kunstzinnige omgeving waar avontuurzoekers nieuwe dingen zien en beleven, bijv. live optredens of kunst aan de muur. Mag eenvoudig, maar wel 'anders dan anders' en authentiek.
- Geen standaard gerechten. Onbepert spareribs eten staat niet op de kaart, wel concepten op basis van de laatste trends, zoals vegan of bowls. Kortom: nieuwe, bijzondere gerechten en dranken.
- De bediening is vlot en informeel, en heeft een stijl waarmee de gast zich kan identificeren.

MEDIAKANALEN

De meest kenmerkende mediakanalen voor Avontuurzoekers zijn:

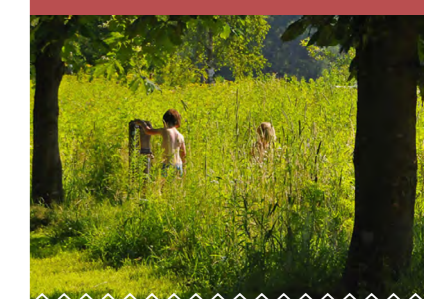
- TV: NPO 2, NPO 3
- Krant: De Volkskrant, NRC, Het Parool
- Radio: Classicnl, Arrow Classic Rock
- Social media: LinkedIn, Youtube, WhatsApp

Bekijk hier wie de Avontuurzoekers zijn...



MUSEUM KOPPELKERK

Een voormalige kerk omgetoverd tot een bakken voor kunst, boeken en verdieping. Cultuur snuiven in het middeleeuwse stadje Bredevoort. Overdag is het een museum, 's avonds is het een concertzaal of podium voor lezingen en maatschappelijk debat.



NATUURKAMPEERTERRAIN 'T SCHARVELT

Een camping met trekkershutten op oude essengrond, met veel vogels en vlinders. De plekken zijn sfeervol en beschermd, kampeerders kunnen een eigen vuur maken met buitenkachels of vuurpotten.



LEV FOODBAR

Deze foodbar omschrijft zichzelf als volgt: 'LEV is eigenzinnig, stoer, vriendelijk, gul, sophisticated, uitgesproken, gaat voor kwaliteit, houdt van de Achterhoek, heeft lef en viert het leven.' Kenmerken die perfect passen bij de avontuurzoeker.



PLEZIER IN DE ACHTERHOEK

Plezierzoekers

Plezierzoekers houden van feesten en de hort op gaan met vrienden. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd.

Van attractiepark tot festivals; plezier hebben, dat is recreëren voor deze groep. Gekke dingen doen en vermaakt worden. Feesten, de hort op met een groep vrienden, daar maak je ze gelukkig mee.



//KENMERKEN

- 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%).

VRIJETIJDKENMERKEN

- Op zoek naar plezier, gezelligheid, entertainment en avontuur: er moet wel voor iedereen wat te beleven zijn.
- Ze gaan graag met een groep en relatief vaak op pad: want hoe meer, hoe beter.

- Vrije tijd is het moment om je je hoofd leeg te maken, tijd om je te laten gaan en leuke dingen te doen.

//VOORKEUREN

Plezierzoekers laten zich graag verrassen, al betekent dat niet dat ze altijd last minute op pad gaan. Ze zijn bij het boeken minder kritisch dan de andere leefstijlen. Ze laten zich meer dan de andere leefstijlen leiden door afbeeldingen en video's.

Plezierzoekers vinden het een sport om de beste aanbieding te vinden. Dat is meteen een bron van inspiratie.

De belangrijkste manier om inspiratie te vinden voor de vakantie is via familie, vrienden, of kennissen. Maar ook zoeken op internet, social media, boekingswebsites en sites met reisinformatie.

PLEZIERZOEKERS

VERBLIJF

De meest ideale accommodatie voor een Plezierzoeker is:

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

HORECA

De beste horeca-beleving voor een Plezierzoeker is:

- Restaurant is sfeerful en eigentijds, geen eenheidsworst.
- Uit eten is gericht op vermaak en contact met elkaar en anderen, bijv. op een food festival, met muziek.
- Gerechten zorgen voor zintuigelijke prikkeling en verrassing, zoals live cooking, shared dining, vers gemaakt en zelf kiezen (food court).
- Personeel geeft persoonlijke aandacht, is toegankelijk en een gangmaker. Altijd in voor een leuk verhaal of een grapje bij de kinderen.

MEDIAKANALEN

De meest kenmerkende mediakanalen voor Plezierzoekers zijn:

- TV: RTL 4, NET 5
- Krant: geen krant
- Radio: Radio 538, NPO 3FM, Sky Radio, Qmusic
- Social media: Messenger, Pinterest, SnapChat, Twitter, WhatsApp

Bekijk hier wie de Plezierzoekers zijn...



//HANDIGE TIPS

INSPIREREN, PLANNEN EN BOEKEN

Zorg dat je 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.

Onderwerpen waar plezierzoekers naar kijken zijn bijvoorbeeld eetgelegenheden, interessante dorpen en steden in de buurt, aanwezigheid van zwembad of zwembad en attracties, en het winkelaanbod.

Voor het boeken van een vakantie zijn de boekingsites booking.com, vakantieveilingen.nl en Airbnb de meeste gebruikte. Plezierzoekers maken echter ook veel gebruik van SocialDeal, TripAdvisor en Zoover. De plezierzoeker maakt van alle leefstijlen veruit het meest gebruik van boekingsites. Slechts 32% boekt niet via één van de bekendere boekingsites.

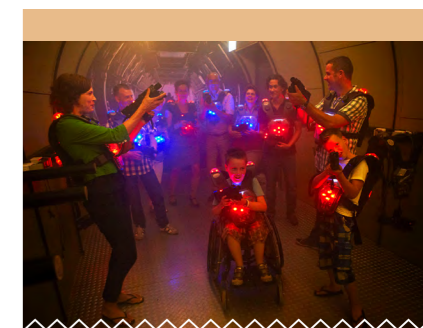
Voor het boeken van een dagje uit zijn de boekingsites vakantieveilingen.nl, SocialDeal en dagjeweg.nl de meeste gebruikte. Plezierzoekers maken echter ook veel gebruik van ticketveiling.nl, uitjes.nl en groupon. De plezierzoeker maakt van alle leefstijlen veruit het meest gebruik van boekingsites. Ongeveer 43% boekt niet via één van de bekendere boekingsites.

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 je het leuk vindt dat ze er zijn. Wat je niet moet doen is zakelijk zijn, afstand houden, ze met rust laten.

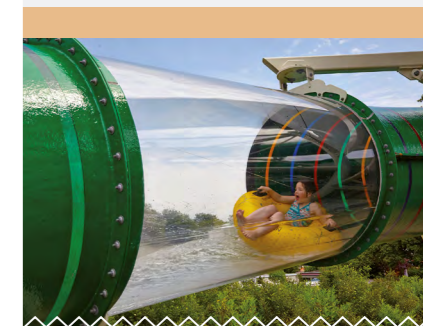
BEHOUD NA HET VERBLIJF

Stuur een kaartje naar het huisadres met waardering voor hun bezoek en/of een actie of aanbieding door middel van een persoonlijke inlogcode. Of stuur ze een uitnodiging om 'vriend van' te worden. Wat je niet moet doen is niets van je laten horen.



HOF VAN ECKBERGE

Dit belevingspark met dierentuin en restaurant, biedt veel entertainment en uitdaging. Het is eigentijds ingericht. Je kunt er gezellig samen zijn en er is voor iedereen iets te beleven.



MARVELD RECREATIE

Een grootschalige accommodatie met veel faciliteiten en activiteiten: hotel, bungalowpark, camping, een subtropisch zwemparadijs met buitenbad, bowling, ijsbaan, tennisbaan, golfbaan, klimwand en kanovaren.



DE HEIKAMP

Een leuke ontmoetingsplek want het is er sfeerful en eigentijds. Daarnaast geschikt om er even lekker op uit te gaan, want gasten kunnen klimmen in het Klimbos Achterhoek, een speurtocht doen in het Doolhof en nog veel meer.



Harmoniezoekers

Vrije tijd is tijd voor het gezin, de familie of vrienden. Harmoniezoekers zijn pas echt blij, als iedereen in het gezelschap tevreden is.

Ja, het draait maar om één woord bij deze groep: als het maar gezellig is. Lekker winkelen, een pretpark bezoeken of juist ontspannen in de sauna; de combinatie van gezelligheid en rustig aan doen past perfect.



//KENMERKEN

- 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%), en laag-midden opgeleid.
- Vaker tweepersoons-huishoudens 50-64 jaar (21%) of met kinderen tot 12 jaar (25%).

VRIJETIJDKENMERKEN

- Tijd om samen (met het gezin) 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.

//VOORKEUREN

Harmoniezoekers plannen vroeg van te voren en ze nemen er de tijd voor, want iedereen moet het naar zijn zin hebben. Meer dan andere leefstijlen willen ze graag vooraf zo veel mogelijk weten over de bestemming.

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 ook graag inspiratie opdoen op aanbiedingsites.

//HANDIGE TIPS

INSPIREREN, PLANNEN EN BOEKEN

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

Onderwerpen die aanspreken zijn praktische en financiële informatie, zoals over accommodaties en overnachtingsmogelijkheden, eetgelegenheden, overzicht van evenementen en (kinder)activiteiten (in de omgeving), aanwezigheid van zwembad of zwembad, en attracties, etc.

Voor het boeken van een vakantie zijn de boekingsites booking.com, anwb.nl en hotels.nl de meeste gebruikte. Echter, veruit de meeste harmoniezoekers (52%) boeken niet via één van de bekendere boekingsites.

Voor het boeken van een dagje uit zijn de boekingsites vakantieveilingen.nl, dagjeuit.nl en SocialDeal de meeste gebruikte. Echter, veruit de meeste harmoniezoekers (60%) boeken niet via één van de bekendere boekingsites.

TIJDENS HET VERBLIJF

Zorg bij aankomst voor een praatje en maak ze wegwijs met alle faciliteiten. Vertel iets over kortingen bij je organisatie of in de omgeving, en zorg dat medewerkers beschikbaar en toegankelijk zijn. Wat je niet moet doen is afstand houden.

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. Wat je niet moet doen is niets van je laten horen.

Andere inspiratiebronnen zijn websites met informatie over reizen en vakanties, boekingswebsites en familie en vrienden.

VERBLIJF

De meest ideale accommodatie voor een Harmoniezoeker is:

- 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.

HORECA

De beste horeca-beleving voor een Harmoniezoeker is:

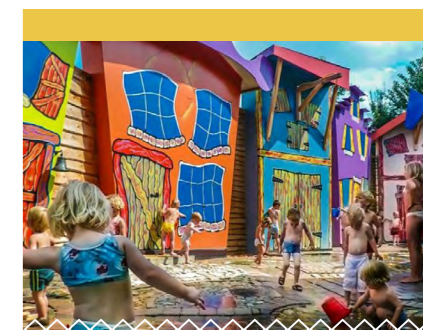
- De sfeer en inrichting is warm, met (veel) decoratie en goede belichting. Er is ruimte voor (grote) groepen. Het mag 'gezellig druk' zijn. Iedereen voelt zich welkom en thuis.
- Eten is gezelligheid, samen zijn, een uitje. De klassiekers zijn in trek en carpaccio is een must. Thema's (wokken), groepsgerechten (fondue en bbq) en 'all you can eat' zijn aantrekkelijk.
- De bediening is goed met groepen en kinderen. Er is aandacht voor gasten op bijzondere gelegenheden ('happy birthday').

MEDIAKANALEN

De meest kenmerkende mediakanalen voor Harmoniezoekers zijn:

- TV: RTL 4, SBS 6, SBS 9, NET 5
- Krant: huis-aan-huis krant
- Radio: Sky Radio, Qmusic, Radio 10
- Social media: Facebook, WhatsApp

Bekijk hier wie de Harmoniezoekers zijn...



HET LAND VAN JAN KLAASSEN

Een gezellig pretpark en poppentheater voor gezinnen met jonge kinderen. Samen een dag plezier beleven en tijd voor elkaar hebben.



RECREATIEPARK HET WINKEL

Op deze gezellige familiecamping is van alles te beleven voor jong en oud. Er is een verwarmd zwembad met glijbaan, een speeltuin, kinderboerderij en verschillende speelplaatsen over de hele camping.



ERVE BROOKS

Eten bij dit Erve Brooks is een uitje, gezellig samen zijn en geschikt voor grote groepen. Daarnaast zijn er veel faciliteiten, zoals (binnen) speeltuin, kinderfeestjes, een avonturenpad en Blote Voetenland.

Verbindingszoekers

Verbindingszoekers zetten zich graag in voor anderen. Daarnaast genieten ze van natuur en knusse sfeer.

Er zijn voor elkaar, dat is niet meer dan normaal voor de Verbindingszoekers. In de tijd die overblijft genieten ze graag van de natuur, op de fiets of al wandelend. Maar ook een bezoek aan museum of theater vinden ze fijn.



//KENMERKEN

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

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

VRIJETIJDSENKENMERKEN

- Ontspanning, genieten, en gezelligheid, rust en stilte, tijd voor elkaar.
- Liefst samen op pad.

- Ze willen het gevoel hebben dat je het 'echte leven' ervaart.
- Ze willen hun vrije tijd graag nuttig besteden, door je in te zetten voor een ander.
- In hun vrije tijd komen ze ook graag in beweging: fietsen, wandelen of gaan ze naar een museum.

//VOORKEUREN

Verbindingszoekers vinden het heerlijk om een vakantie te regelen en zien het als voorpret. Cultuurhistorische feiten over de bestemming kunnen ze erg waarderen. 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. Belangrijker zijn echter het internet, familie, vrienden en kennissen en websites met informatie over reizen.

//HANDIGE TIPS

INSPIREREN, PLANNEN EN BOEKEN

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

Onderwerpen waar verbindingszoekers op zoeken zijn wandel- en fietsroutes, overnachtingsmogelijkheden, interessante dorpen en steden, natuurgebieden, cultureel aanbod en achtergrondverhalen over de omgeving.

Voor het boeken van een vakantie zijn de boekingsites booking.com, anwb.nl en vakantieeilingen.nl de meeste gebruikte. Vaker dan de andere leefstijlen maken ze gebruik van natuurhuisjes.nl. Echter, de meeste verbindingszoekers (50%) boeken niet via één van de bekendere boekingsites.

Voor het boeken van een dagje uit zijn de boekingsites spoordeelwinkel, anwb.nl en dagjeuit.nl de meeste gebruikte. Echter, de meeste verbindingszoekers (63%) boeken niet via één van de bekendere boekingsites.

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. Wat je niet moet doen is er van uitgaan dat alles naar wens is en alleen maar over de faciliteiten vertellen.

BEHOUD NA HET VERBLIJF

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

Bekijk hier wie de Verbindingszoekers zijn...



Meer dan de andere leefstijlen lezen ze reismagazines en (reis)artikelen in kranten en winnen ze informatie in bij VVV of toeristenbureaus. Vertrouwde aanbieders vinden ze fijn. Ze komen graag terug als de accommodatie naar wens was.

VERBLIJF

De meest ideale accommodatie voor een Verbindingszoeker is:

- 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.

HORECA

De beste horeca-beleving voor een Verbindingszoeker is:

- Inrichting is authentiek, huiselijk, kleinschalig en rustig. Bij voorkeur op een buitenlocatie, in de natuur, waar je kan wandelen en fietsen. Op de muur hangen verwijzingen naar vroeger en de streek.
- Op het menu staan vooral bekende klassiekers. De kaart heeft ook seizoensen ambachtelijke gerechten. Producten van de streek zijn top. De opmaak van het bord mag eenvoudig en niet te kleine porties. Een driegangen menu voor een vaste prijs is ideaal.
- Van het personeel verwachten ze de "standaard van vroeger": behulpzaam, beleefd, en vriendelijk. De eigenaar komt een praatje maken of bedient zelf.

MEDIAKANALEN

De meest kenmerkende mediakanalen voor Verbindingszoekers zijn:

- TV: NPO 1, NPO 2, SBS 6, RTL 8
- Krant: regionale bladen, huis-aan-huis krant, Trouw, Reformatorisch Dagblad
- Radio: NPO 1, NPO 2, NPO 3, Classicnl, regionale zender
- Social media: ze maken relatief weinig gebruik van social media, WhatsApp



PANNENKOEKENHUIS 'T NOORDEN

Gemoedelijk en gastvrij: dit past perfect bij de verbindingszoeker. De pannenkoeken zijn gemaakt van eerlijke ingrediënten. De inrichting bestaat uit originele treinbanken en het terras heeft uitzicht op de speeltuin.



CAMPING VREEHORST

Een gemoedelijke camping in prachtig gelegen in het Nationaal Landschap Winterswijk met volop fiets- en wandelmogelijkheden in de buurt. De camping biedt goede faciliteiten en ruim opgezette kampeerplaatsen.



BERENSCHOT'S WATERMOLEN

Gevestigd in een Rijksmonument uit 1652 aan de rand van Natuurgebied de Bekendelle. De bezoeker kan hier genieten van gemoedelijke gastvrijheid en verse lokale producten.

Rustzoekers

Rustzoekers houden recreatie graag letterlijk en figuurlijk dicht bij huis. Ze zijn het liefst in de eigen, vertrouwde omgeving.

'De wereld verandert wel erg hard' is een gedeelde opvatting. Lekker in Nederland blijven ze, het hoeft allemaal niet zo gek voor de Rustzoekers. Geen verrassingen, geen drukte. Privacy en rust zijn belangrijk.

//KENMERKEN

- 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%).

VRIJETIJDKENMERKEN

- Rust en stilte. Ze gaan relatief weinig op pad en blijven graag thuis.
- Ze zijn niet op zoek naar nieuwe dingen of nieuwe mensen: geen 'gekkigheid'.

- Vrije tijd betekent tot rust komen en even geen gedoe. Denk aan een dagje vissen, rondje fietsen, een wandeling maken of vrijwilligerswerk doen.
- Ze waarderen een huiselijke, vertrouwde omgeving.

//VOORKEUREN

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. Ze zoeken dus praktische en financiële informatie over een bestemming of accommodatie.

//HANDIGE TIPS

INSPIREREN, PLANNEN EN BOEKEN

Zorg dat je 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.

Rustzoekers laten zich van alle leefstijlen het minst inspireren, maar als ze het doen dan zijn overnachtingsmogelijkheden, interessante steden en dorpen, natuurgebieden en eetgelegenheden de meest gezochte ontwerpen.

Voor het boeken van een vakantie maken de meeste rustzoekers (62%) geen gebruik van boekingsites, zeker vergeleken de andere leefstijlen. Als ze een boekingsite gebruiken dan zijn booking.com, vakantieveilingen.nl en anwb.nl de meeste gebruikte.

Voor het boeken van een dagje uit maken de meeste rustzoekers (74%!) geen gebruik van boekingsites, zeker vergeleken de andere leefstijlen. Als ze een boekingsite gebruiken dan zijn vakantieveilingen.nl, anwb.nl en dagjeuit.nl de meeste gebruikte.

TIJDENS HET VERBLIJF

Wees vriendelijk, maar niet uitbundig, neem de tijd. Laat weten dat je er bent, maar laat ze vooral met rust. Wat je niet moet doen is ze te veel proberen te betrekken bij activiteiten, populair of heel persoonlijk doen.

BEHOUD NA HET VERBLIJF

Zorg voor een leuk, huiselijk aandenken voor thuis. Stuur eenmalig een postkaart toe met wat informatie over rustige vakantieperiodes en eventueel andere informatie. Wat je niet moet doen is niets van je laten horen.

Rustzoekers maken heel weinig gebruik van aanbiedingsites of andere inspiratiebronnen. Als ze zoeken gebruiken ze internet of vragen ze familie en vrienden.

VERBLIJF

De meest ideale accommodatie voor een Rustzoeker is:

- 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 een bekende hotelketen of bungalowpark of een familiehotel.
- Mogelijkheden voor rustige uitstapjes: wandelen, fietsen en bezoek aan monumenten en musea.

//HORECA

De beste horeca-beleving voor een Rustzoeker is:

- Huiselijke sfeer, het moet knus, nostalgisch en prettig aanvoelen. Geen grote ruimte en niet te druk of te veel 'gedoe'. Eten doe je aan een gedekte tafel.
- Menu is eenvoudig en niet te duur, zeker geen uitgebreide kaart of verrassende gerechten. Opmaak borden mag 'gewoon': niet kunstig en een flinke portie.
- Zorg voor hoffelijk, attent, empathisch en respectvol personeel. De gast steekt niet snel zelf de hand op. Neem de tijd, maar tijdens de maaltijd willen ze in alle rust eten.

MEDIAKANALEN

De meest kenmerkende mediakanalen voor Rustzoekers zijn:

- TV: SBS 6, RTL 8, RTL 7, regionale zender
- Krant: geen krant
- Radio: geen radio, regionale zender
- Social media: ze maken relatief weinig gebruik van social media, WhatsApp

Bekijk hier wie de Rustzoekers zijn...



MUSEUM SMEDEKINCK

Een nostalgisch museum op een historische boerderij. In een landelijke omgeving, waarbij je even teruggaat in de tijd.



CAMPING DE WATERJUFFER

Deze camping is gelegen in een parkachtige omgeving. Vooral gericht op rustzoekers en senioren. Er wordt geen entertainment op de camping zelf aangeboden.



ERVE KOTS

Bij het pannenkoekenhuis van Erve Kots worden ambachtelijke pannenkoeken geserveerd en is er een grillbuffet. De inrichting is klassiek met herkenbare gerechten. Daarnaast is er op het terrein een openluchtmuseum.



Inzichtzoekers

Inzichtzoekers willen dingen leren en ervaren, in de natuur en met inspirerende, rustige culturele activiteiten.

De over het algemeen iets oudere Inspiratiezoeker heeft weer tijd voor zijn interesses én: wil blijven meedoen in de wereld. Dingen leren en ervaren willen ze, in de natuur en met culturele activiteiten. Het liefst alleen, of in klein gezelschap.



//KENMERKEN

- Bedachtzaam
- Rationeel
- Introvert
- Leergierig
- Op zoek naar zelfontplooiing
- Serius

- 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%).

VRIJETIJDKENMERKEN

- Een moment om jezelf te ontwikkelen, tijd die je bewust en nuttig besteed.
- Rust en stilte.
- Inzichtzoekers trekken graag rond.

- Tijd voor kunst en cultuur: museumbezoek, bekijken van bezienswaardigheden of bezoek aan de natuur.
- Doen waar je zelf zin in hebt.

//VOORKEUREN

Deze groep is kritisch, en zoekt goed naar wat ze wil. Voor inspiratie gebruiken ze vooral internet en websites met informatie over reizen en vakanties. Ook vragen ze het aan familie en vrienden, maar doen dat wel veel minder vaak dan de andere leefstijlen. Vaker dan de andere leefstijlen maken ze gebruik van de krant en reismagazines. Ze lezen graag over cultuurhistorische feiten over de bestemming.

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.

//HANDIGE TIPS

INSPIREREN, PLANNEN EN BOEKEN

Zorg dat je 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.

Onderwerpen die hen interesseren zijn natuurgebieden, interessante steden en dorpen, wandel- en fietsroutes, cultureel aanbod en achtergrondverhalen over de omgeving.

Voor het boeken van een vakantie zijn de boekingsites booking.com, anwb.nl en natuurhuisjes.nl de meeste gebruikte. Echter, veruit de meeste inzichtzoekers (57%) boeken niet via één van de bekendere boekingsites.

Voor het boeken van een dagje uit zijn de boekingsites anwb.nl, spoordeelwinkel en vakantieveilingen de meeste gebruikte. Echter, veruit de meeste inzichtzoekers (72%!) boeken niet via één van de bekendere boekingsites.

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. Wat je niet moet doen is een uitgebreid en uitbundig welkomspaatje, er van uitgaan dat alles naar wens is en alleen maar over de faciliteiten vertellen.

BEHOUD NA HET VERBLIJF

Zorg dat je na het verblijf iets opstuurt met informatie over wat er volgend jaar bij je organisatie en in de omgeving te doen is. Laat merken dat ze bij je zonder gedoe opnieuw kunnen boeken omdat je alle voorkeuren en wensen heeft onthouden. Wat je niet moet doen je richten op kortingen of spaarprogramma's.

Inzichtzoekers houden niet zo van regelen, dat geeft stress en gedoe. Relatief vaak regelt een ander de vakantie.

VERBLIJF

- De meest ideale accommodatie voor een Inzichtzoeker is:
- 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 blijven graag thuis.
 - Plek moet privacy, rust en stilte bieden.
 - Gericht op de omgeving en wat er te doen is qua cultuur en natuur.

HORECA

- De beste horeca-beleving voor een Inzichtzoeker is:
- Een klassiek interieur spreekt aan, en ook comfort, gemak en genieten. Voorkeur voor kleinschaligheid, een rustige sfeer, klassieke (live) muziek, kunst en historische gebouwen en details, authenticiteit.
 - Op de kaart kwaliteit, lokaal, ambachtelijk, seizoensgebonden en verantwoord (Fair Trade).
 - Personeel volgens de "standaard van vroeger": behulpzaam, alert, beleefd en met verstand van zaken, maar niet te uitbundig.
 - Ze willen het verhaal van de streek, de plek, de kok of het gerecht. 'Vertel me wat ik eet en ik proef het'.

MEDIAKANALEN

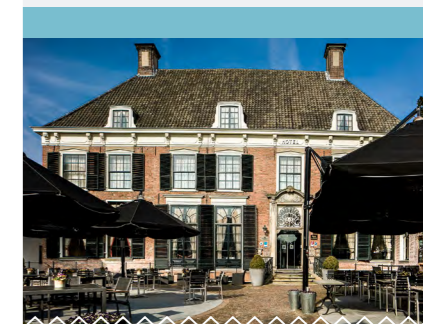
- De meest kenmerkende mediakanalen voor Inzichtzoekers zijn:
- TV: NPO 1, NPO 2
 - Krant: De Volkskrant, NRC, Trouw
 - Radio: NPO 1, NPO 4, Classicnl
 - Social media: ze maken relatief weinig gebruik van social media, WhatsApp

Bekijk hier wie de Inzichtzoekers zijn...



MIN40CELSIUS

Dit bezoekerscentrum gaat over het landschap van de Achterhoek, Liemers en Duitse grensstreek, de ijstijden en alles wat onder onze voeten zit. Ook worden er zoekexcursies georganiseerd naar stenen, fossielen en botten.



HAMPSHIRE HOTEL 'S GRAVENHOF

Een hotel vol historie, met architectuur en schilderijen uit de 17^e en 18^e eeuw. Vanuit het hotel loopt je door de kronkelende straten en steegjes van het oude Zutphen langs bezienswaardigheden als de Sint Walburgiskerk, de Berkelpoort en de vele hofjes.



HERBERG DE GOUDEN LEEUW

Het is één van de oudste stadsboerderijen van Nederland. De keuken biedt een wisselende seizoenskaart met klassieke en hedendaagse streekgerechten. De bediening adviseert over de keuze van een bijpassende wijn.

Stijlzoekers

Stijlzoekers gaan ervoor: in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op.

Wellnesscenters, een sportwedstrijd bezoeken of slapen in een mooi hotel; dat is de wereld van deze groep. Hun actieve en strevende levensstijl komt ook duidelijk naar voren in hun vrije tijd en vakantie: 'Work hard, play hard'.



//KENMERKEN

- Gedreven
- Doelgericht
- Ambitueus
- 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.

VRIJETIJDKENMERKEN

- Activiteiten zodat ze hun vrije tijd optimaal kunnen besteden aan sporten, feesten, jezelf uitdagen, je laten verwennen, maar ook uitrusten.

- Ze houden van exclusiviteit, luxe en comfort.
- Ze willen geprikkeld worden dus er mag veel te beleven zijn.
- 'Work hard, play hard' is op de stijlzoeker van toepassing.

//VOORKEUREN

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 van internet en via vrienden en familie. Ook maken ze gebruik van boekingswebsites, social media, en websites met informatie over reizen en met reviews.

VERBLIJF

De meest ideale accommodatie voor een Stijlzoeker is:

- 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.

HORECA

De beste horeca-beleving voor een Stijlzoeker is:

- Interieur mag variëren van klassiek tot design, zolang het luxe & exclusief is.
- Het menu staat garant voor (sterren)kwaliteit. Gerechten zijn smaaksensaties en kunststukjes of ongewoon.
- De bediening levert hoge service, volgt de etiquette, geeft suggesties en verwent haar gasten.
- Verleid de stijlzoeker met speciale vip-arrangementen en private dining.

MEDIAKANALEN

De meest kenmerkende mediakanalen voor Stijlzoekers zijn:

- TV: RTL 7, RTL Z
- Krant: AD, NRC, Financieel Dagblad, De Volkskrant, De Telegraaf
- Radio: NPO 1, NPO 2, NPO 3FM, BNR, Radop 538
- Social media: Youtube, LinkedIn, WhatsApp

//HANDIGE TIPS

INSPIREREN, PLANNEN EN BOEKEN

Zorg dat je website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld gericht zijn op luxe, exclusiviteit, kwaliteit, stijlvol ontspannen en actief bezig zijn. Blijf vooral weg bij huiselijk, grootschalig, of iets voor kinderen.

Onderwerpen waar stijlzoekers naar kijken zijn interessante steden en dorpen, eetgelegenheden, overzicht van overnachtingsmogelijkheden, evenementen en activiteiten, en meer dan de andere leefstijlen vinden ze tips van een 'local' of cultuurhistoricus interessant.

Stijlzoekers maken meer dan de andere leefstijlen gebruik van de bekendere boekingsites. Voor het boeken van een vakantie zijn de boekingsites booking.com, vakantieveilingen.nl en Airbnb de meeste gebruikte.

Voor het boeken van een dagje uit zijn de boekingsites vakantieveilingen.nl, dagjeuit.nl en spoordeelwinkel de meeste gebruikte. Echter, de meeste stijlzoekers (62%) boeken niet via één van de bekendere boekingsites.

TIJDENS HET VERBLIJF

Wees formeel, informatief. Check tijdens het verblijf of alles naar wens is. Zorg dat alles tot in de puntjes is verzorgd. Wat je niet moet doen is proberen ze te betrekken bij activiteiten.

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 prestatie-mogelijkheden. Wat je niet moet doen is ze een spaar- of voordeelprogramma aan te bieden.

Bekijk hier wie de Stijlzoekers zijn...



LALIQUE MUSEUM

Dit museum, gevestigd in twee Rijksmonumenten in het hart van de historische Hanzestad Doesburg, toont het werk van de wereldberoemde Franse juwelen- en glaskunstenaar René Lalique, meester van de art nouveau en art deco.



VILLA RUIMZICHT

De hotelkamers van dit luxe hotel hebben een eigen stijl en een moderne inrichting waarin de sfeer van het historische gebouw is gecombineerd met eigentijds design.



KAWOP

Gelegen in een monumentaal Herenhuis. Het restaurant heeft een luxe en exclusieve uitstraling. De menu's bestaan uit creatieve gerechten met uitsluitend verse en pure (streek)producten.

HET GELUK VAN NEDERLAND  ACHTERHOEK.

Bronvermelding

Dataverzameling door Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Leefstijlvinder Vakantie en Vrije Tijd by MarketResponse

Copyright 2020 © Stichting Achterhoek Toerisme, Marktstraat 1, 7271 AX Borculo, 0545 250 380, info@achterhoek.nl, www.achterhoek.nl

Alle rechten voorbehouden. Deze uitgave is tot stand gekomen met ondersteuning van de provincie Gelderland. Niets mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Aan dit product kunnen geen rechten worden ontleend.