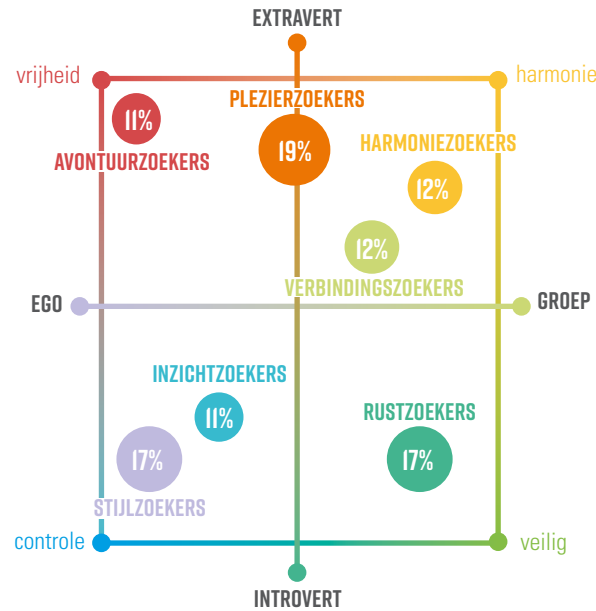


DOELGROEPEN INDELEN OP LEEFSTIJL

Waarom doen mensen de dingen die ze doen? Vanuit een eerder uitgevoerd onderzoek is gekeken naar het vrijetijdsgedrag van de Nederlander in eigen land. De verschillende keuzes en voorkeuren van mensen hebben geleid tot **zeven leefstijlen**. Met behulp van het **BSR-model** zijn deze leefstijlen te ingedeeld op basis van psychografische waarden. Bij iedere leefstijl kan iets gezegd worden over de voorkeuren van activiteiten of omgeving, maar ook over mediabezoek en boekingsgedrag. Deze informatie helpt bij het maken van keuzes in productontwikkeling en marketing. Het kan ingezet worden als hulpmiddel om meer focus aan te brengen op de inzet van middelen.

Het model kan worden gebruikt voor het analyseren van bezoekers, maar ook van inwoners.



INWONERSANALYSE

Bureau Toerisme Betuwe heeft een inwonersanalyse gemaakt van de doelgroepen in de gemeente Buren.

TOP 3 LEEFSTIJLEN

Op basis van een inwonersanalyse kunnen we informatie geven over de drie leefstijlen die het meest voorkomen binnen de gemeente Buren. Die informatie kan op verschillende manieren worden ingezet. Inwoners zijn voor een groot deel ook de gasten van het dagrecreatieve aanbod. En niet te vergeten, een belangrijke ambassadeur van de

eigen streek. Zo zou je door aanvullend onderzoek kunnen zien of het huidige aanbod aansluit bij deze leefstijlen. Ook kan je de informatie inzetten voor het promoten van lokale en regionale activiteiten. Hiernaast zie je het overzicht van de top 3 en de belangrijkste kenmerken van deze leefstijlen.

TOP 3

Stijlzoeker

- Zelfverzekerd, doelgericht en ondernemend
- Actieve leefstijl, vrije tijd om te genieten
- Gaan voor luxe, comfort en verwend worden
- Graag in een keer alles goed geregeld
- Vaker in het jaar een dagje weg of kort verblijf



Harmoniezoeker

- Gezellig, gemoedelijk en vrolijk
- Vakantie is tijd voor het gezin, vrienden en/of familie
- Winkelen, pretpark, dierenpark en zwemmen
- Vakantie van tevoren plannen, op zoek naar voordeel
- Verblijven waar veel voor iedereen te doen is



Rustzoeker

- Kalm, behulpzaam en zachtaardig
- Vakantie is tijd om tot rust te komen
- Privacy is belangrijk, minder vaak verblijf buiten de deur
- Graag terug naar bekende plekken
- Kosten zijn een belangrijke factor voor de keuze



BEZOEKERSINFORMATIE

Natuurlijk wil je ook graag weten wie je bezoeker is. Welke leefstijlen trek je aan? Of welke zou je in de toekomst juist graag ontvangen? Uiteindelijk bepaalt de ontwikkeling van het aanbod van dag- en verblijfsrecreatie welke gasten juist kiezen voor Buren.

GELDERSE VISIE & STRATEGIE

Vanuit de campagne 'Gelderland levert je mooie streken' worden consumenten geënthousiasmeerd voor een bezoek aan een van de Gelderse Streken. In de visie & strategie voor deze campagne is een keuze gemaakt voor focus op drie leefstijlen. De verbindingzoeker, inzichtzoeker en stijlzoeker. De regionale marketing volgt deze lijn zodat promotie naadloos aansluit op landelijke zichtbaarheid.

AANVULLEND ONDERZOEK

Wil je feitelijk weten wie je huidige bezoeker is, dan kan een postcode onderzoek uitkomst bieden. Bureau Toerisme Betuwe kan zowel eenvoudige als meervoudige analyses maken op basis van postcodebestanden. De analyse gebeurt geheel binnen de privacy wetgeving.