

Leefstijlen factsheet

Horeca

- 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 horeca.
- 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 restaurant 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 (59%), en relatief vaak 18-29 jaar (24%) of 50+ (47%) en alleenstaand (34%).
- Ze zijn relatief hoog opgeleid (61%).

In hun vrije tijd zoeken avontuurzoekers

- 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.
- Avontuurzoekers trekken graag hun eigen plan, liever niet met grote groepen.

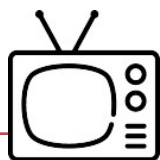
Kenmerken van het ideale restaurant

- 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. Onbeperkt 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.



Mediagebruik en communicatietips

Media meest
gebruikt



regionale bladen
de Volkskrant
huis-aan-huis krant



Media meest
kenmerkend



geen televisie

de Volkskrant
NRC
HANDELSBLAD
Het Parool

CLASSIC *fm*



- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld eigenzinnig, prikkelend, vlot en eigentijds, authentiek en anders dan anders zijn. Focus daarbij op de beleving van de bijzondere aspecten van uw restaurant.
- Wees joviaal, geef tips over ‘verborgen’ en bijzondere plekjes en activiteiten bij u of in de omgeving, en check af en toe of alles naar wens is.
- Zorg voor een ludiek, origineel en duurzaam aandenken of gadget die ze mee naar huis kunnen nemen, maar probeer ze vooral niet te binden voor herhaalbezoek.



Uw restaurant is vooral aantrekkelijk voor de plezierzoeker



De plezierzoeker is

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

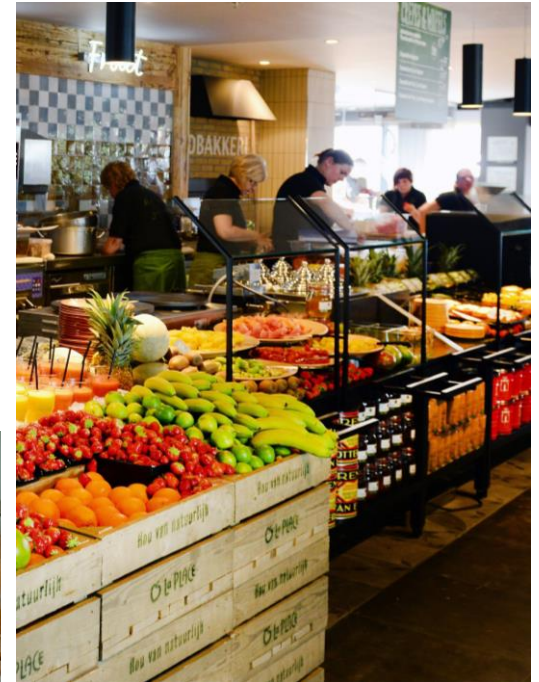
- 18,1% van de Nederlanders is een plezierzoeker.
- Veelal jongeren tussen 18 en 34 jaar (55%), en veel minder 50+ (18%).
- Veel gezinnen met kinderen (25%).

In hun vrije tijd zoeken plezierzoekers

- Op zoek naar plezier, gezelligheid, entertainment en avontuur: er moet wel voor iedereen wat te beleven zijn.
- Plezierzoekers zien vrije tijd als het moment om je je hoofd leeg te maken, tijd om je te laten gaan en leuke dingen te doen.
- Ze gaan graag met een groep en relatief vaak op pad: want hoe meer, hoe beter.

Kenmerken van het ideale restaurant

- Restaurant is sfeervol 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.



Mediagebruik en communicatietips

Media meest
gebruikt



geen krant



radio
538



Media meest
kenmerkend



geen krant



- 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.
- Neem de tijd voor een uitgebreid (welkomst)praatje, maak ze wegwijs in het menu, 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. Wees vooral niet zakelijk en afstandelijk.
- Nodig ze uit om een keer terug te komen en geef ze bijvoorbeeld een kaartje mee met waardering voor hun bezoek en/of een actie / aanbieding voor volgende keer.

Uw restaurant is vooral aantrekkelijk voor de inzichtzoeker



De inzichtzoeker is

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

- 13,3% van de Nederlanders is een inzichtzoeker.
- Relatief vaak mannen (76%), 50 jaar of ouder (74%) en veelal alleenstaand (25%) of tweepersoonshuishoudens (52%).
- Relatief vaak hoogopgeleid (58%).

In hun vrije tijd zoeken inzichtzoekers

- 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 bezoek aan de natuur.
- Inzichtzoekers trekken graag rond.
- Doen waar je zelf zin in hebt.



Kenmerken van het ideale restaurant

- 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’.



Mediagebruik en communicatietips

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

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld ingetogen, rustig, klassiek, informerend, volledig maar wel inspirerend zijn. Focus op verantwoord, kwaliteit, en informatie over de locatie, kok en menu.
- Wees rustig, attent en informatief, vraag af en toe of de dienstverlening naar wens is, maar geef geen uitgebreid en uitbundig welkomstpraatje.
- Laat merken dat u ze als gast graag terugziet en benoem dat ze volgende keer nieuwe gerechten kunnen ontdekken. Maak voor de inzichtzoeker geen gebruik van kortingen of acties, dat geeft ze het gevoel dat er een addertje onder het gras zit.

Uw restaurant 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 (78%), in de leeftijd 35-54 jaar (42%), laag-midden opgeleid.
- Vaker tweepersoons-huishoudens 50-64 jaar (27%) of met kinderen tot 12 jaar (19%).

In hun vrije tijd zoeken harmoniezoekers

- Tijd om samen (met het gezin) 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.

Kenmerken van het ideale restaurant

- 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), groepsgerichten (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').



Mediagebruik en communicatietips

Media meest
gebruikt



geen krant
regionale bladen
huis-aan-huis krant



Media meest
kenmerkend

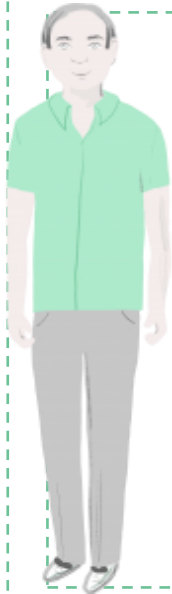


huis-aan-huis krant



- 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, en betaalbaarheid.
- Zorg bij aankomst voor een praatje en maak ze wegwijs (thuis) in uw restaurant. Zorg dat medewerkers beschikbaar en toegankelijk zijn, houdt vooral geen afstand.
- Geef bij afscheid iets mee, zoals een klein aandenken voor thuis, een kortingsbon of spaarkaart (met al iets gespaard) en nodig ze weer bij u terug kunnen komen.

Uw restaurant 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 (63%).
- Meestal laag- of middelbaar opgeleid (32% en 47%).

In hun vrije tijd zoeken rustzoekers

- Rust en stilte. Ze gaan relatief weinig op pad en blijven graag thuis.
- Vrije tijd betekent tot rust komen en even geen gedoe. Denk aan een dagje vissen, een rondje fietsen, een wandeling maken of vrijwilligerswerk doen.
- Ze waarderen een huiselijke, vertrouwde omgeving.
- Ze zijn niet op zoek naar nieuwe dingen of nieuwe mensen: geen 'gekkigheid'.

Kenmerken van het ideale restaurant

- 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.



Mediagebruik en communicatietips

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

- 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.
- Wees vriendelijk, maar niet uitbundig of familiair, en neem de tijd. Laat weten dat u er bent, maar laat ze ook met rust.
- Zorg voor een leuk, huiselijk aandenken voor thuis.

Uw restaurant is vooral aantrekkelijk voor de stijlzoeker



De stijlzoeker is

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

- 15,7% van de Nederlanders is een stijlzoeker.
- Relatief vaak mannen (65%).
- Vooral veel mensen tussen de 18 en 39 jaar oud (47%).

In hun vrije tijd zoeken stijlzoekers

- 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.

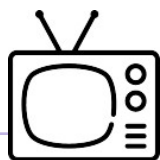
Kenmerken van het ideale restaurant

- 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. Passende concepten zijn bijv. exclusieve proeverijen van een bekende kok.
- Verleid de stijlzoeker met speciale vip-arrangementen en private dining.



Mediagebruik en communicatietips

Media meest
gebruikt



regionale bladen
De Telegraaf



radio **538**

Qmusic



Media meest
kenmerkend

RTL7///

RTLZ



de Volkskrant
De Telegraaf



radio **538**



- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld gericht zijn op luxe, exclusiviteit, kwaliteit, stijlvol dineren en service. Leg zeker niet de nadruk op huiselijk, grootschalig, of voor kinderen.
- Wees formeel, informatief en check regelmatig of alles naar wens is. Belangrijk is wel dat alles in de puntjes is verzorgd.
- Nodig ze als 'speciale gast' uit om een volgende keer een ander bijzonder gerecht te proeven of mee te doen met een exclusieve activiteit, maar gebruik daarbij vooral niet de woorden 'korting', 'actie' of 'voordeel'.

Uw restaurant is vooral aantrekkelijk voor de verbindingszoeker



De verbindingszoeker is

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

- 12,5% van de Nederlanders is een harmoniezoeker.
- Evenwichtige verdeling tussen mannen en vrouwen in de leeftijd van vooral 60+ (60%).
- Vaker tweepersoons-huishoudens (43%) en relatief weinig gezinnen met kinderen.

In hun vrije tijd zoeken verbindingszoekers

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

Kenmerken van het ideale restaurant

- 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 seizoens- en 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.



Mediagebruik en communicatietips

Media meest
gebruikt



regionale bladen
huis-aan-huis krant



regionale zenders



Media meest
kenmerkend



regionale zender

regionale bladen
huis-aan-huis krant

deVerdieping
Trouw
Reformatorisch Dagblad



CLASSIC *f*M
regionale zenders

verbindingszoekers
maken relatief
weinig gebruik van
social media

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld ingetogen maar wel enthousiast, rustig, informierend, volledig maar wel inspirerend zijn. Focus op huiselijkheid maar wel met de kans om nieuwe dingen te ontdekken, gezelligheid en ontspanning.
- Wees attent en informatief, vraag af en toe of de dienstverlening naar wens is.
- Geef ze een leuk aandenken mee voor thuis en nodig ze uit om lid te worden van uw facebookpagina of een 'vrienden van' programma. Op die manier kunt u ze op de hoogte houden van nieuwe ontwikkelingen.