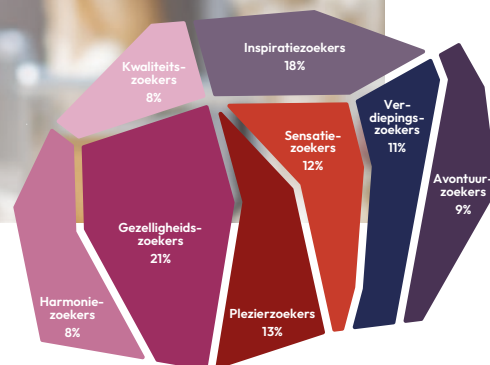




Mentality Cultuur & Vrije tijd

Hoe kijken verschillende groepen Nederlanders
naar cultuur & vrijetijdsbesteding?

Merel Zuiderduin
m.zuiderduin@motivaction.nl

Chantal Nederstigt
c.nederstigt@motivaction.nl

WHITEPAPER



Colofon

Auteurs

Merel Zuiderduin
Chantal Nederstigt

Redactie
Design

Karine Bloem
Sam Ruijter

Dit is een uitgave van
Motivaction
International B.V.

www.motivaction.nl

Postbus 15262
1001 MG Amsterdam

+31 (0)20 589 83 83
info@motivaction.nl

© 2025 Motivaction International B.V.

Inleiding

Veranderende betekenis van vrije tijd

Vrije tijd is al lang geen vastomlijnd begrip meer. Waar het ooit synoniem stond voor rust en ontspanning, is het nu evengoed een vorm van zelfontplooiing, sociale positionering en engagement.

Voor de ene groep is vrije tijd een moment om los te komen van de prestatimaatschappij, voor de andere een podium om zichzelf te manifesteren. Cultuur is al even veelzijdig: wat voor de één een avond in de schouwburg is, is voor de ander een community op TikTok waarin nieuwe kunstvormen ontstaan. Hetzelfde geldt voor reizen: waar de een verlangt naar comfort en luxe, zoekt de ander naar authenticiteit en verdieping.

Deze verschuivingen beïnvloeden niet alleen individuele keuzes, maar ook hoe aanbieders in de culturele en vrijetijdssector hun publiek benaderen. Musea worden interactiever, festivals diverser en reisconcepten veranderen om beter aan te sluiten op uiteenlopende behoeften. De kern van deze transformatie? De waarden en verlangens van mensen en hoe zij betekenis geven aan de wereld.

De impact van digitalisering en inclusiviteit

Digitalisering heeft nieuwe vormen van cultuurconsumptie mogelijk gemaakt: online museumbezoeken, digitale kunst en virtual reality-ervaringen zijn nu gangbaar. Tegelijkertijd groeit de behoefte aan offline belevingen en momenten van rust zonder schermen.

Vrijetijdsbesteding wordt een bewuste keuze die past bij iemands waarden. Daarnaast groeit het besef dat cultuur inclusief moet zijn. Musea, theaters en festivals zetten steeds vaker stappen om diverse doelgroepen te bereiken, met programmering die aansluit bij verschillende achtergronden en ervaringen. Culturele instellingen streven naar representatie en herkenning voor een breed publiek.



Waarden als verklarende factor

Het klassieke denken in generaties, opleidingsniveau, inkomensklassen biedt niet altijd voldoende houvast minder houvast om gedrag te verklaren. Waar we veel keuzevrijheid hebben, zoals bij het invullen van de vrije tijd, zijn waarden vaak sterker voorspellend dan sociodemografie. Een twintiger kan met evenveel toewijding naar Wagner luisteren als een zestiger naar hiphop. Een academisch geschoolde accountant kan net zo goed in een all-inclusive resort vertoeven als een praktisch opgeleide ondernemer.

Hoe mensen hun vrije tijd besteden, culturele activiteiten beleven en reizen, wordt steeds meer bepaald door hun drijfveren en wereldbeeld. Motivaction onderzoekt dit sinds 1997 en ontwikkelde het Mentality-model, dat acht leefstijlen onderscheidt. Deze waarden beïnvloeden in hoge mate de keuzes op het gebied van cultuur, vrije tijd en reizen.

Drijfveren en gedrag

Waarom kiezen mensen voor een bepaalde culturele activiteit of reisbestemming? In een wereld met een overweldigend aanbod spelen intrinsieke motivaties een steeds grotere rol. Sommigen zoeken verstillend en verdieping, anderen plezier en beleving. Waar de een nieuwe perspectieven wil ontdekken, hecht de ander juist aan zekerheid en vertrouwde ervaringen.

Deze motivaties vertalen zich naar concreet gedrag. Verdiepingszoekers bezoeken culturele evenementen met een maatschappelijk statement, terwijl kwaliteitszoekers eerder kiezen voor klassieke kunstvormen. Inspiratiezoekers zoeken verre bestemmingen en authenticiteit, terwijl de gezelligheidszoekers voorkeur geven aan comfort en bekende omgevingen.

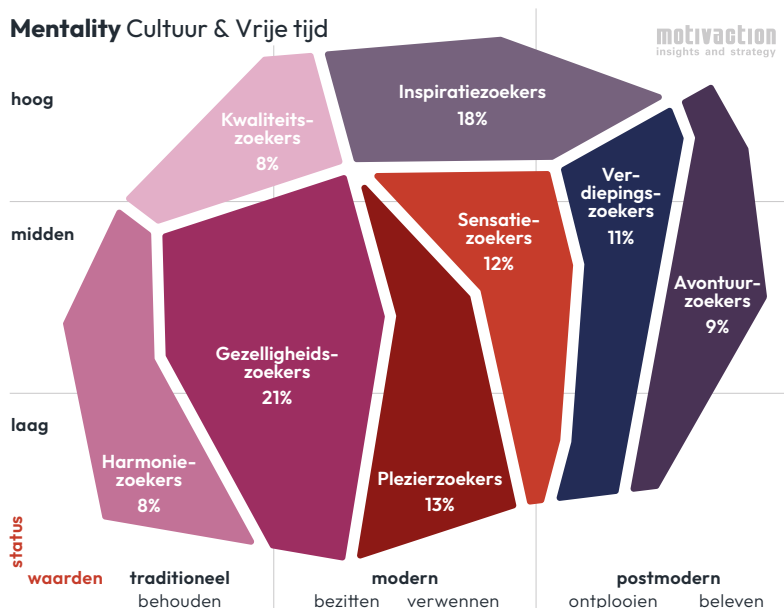
Inzicht voor organisaties

Deze whitepaper biedt inzicht in hoe de acht Mentality-milieus omgaan met cultuur, vrije tijd en reizen. Hoe zij keuzes maken, welke waarden daaraan ten grondslag liggen en wat dit betekent voor organisaties die hen willen bereiken. Of het nu gaat om musea, theaters, festivals, reisorganisaties of vrijetijdsondernemers: een goed begrip van deze leefstijlen en waarden is essentieel om een relevante en duurzame relatie op te bouwen met het publiek van vandaag en morgen.

Het model

Het model wordt visueel weer-
gegeven door de segmenten
te plotten op twee assen:

- De horizontale as geeft aan hoe het waardenprofiel van de segmenten te typeren is op een as die gaat van enerzijds traditioneel, via modern, naar anderzijds postmodern.
- De verticale as geeft de sociaaleconomische status aan.



Kwaliteitszoekers

De liberaal-conser-
vatieve maatschap-
pelijke bovenlaag
die technologische
ontwikkeling
omarmt, maar
tegelijk hecht
aan tradities
en etiquette.

*Familietradities,
verantwoordelijk,
kwaliteit, betrouw-
baar, rationeel.*

Harmoniezoekers

De plichtsgetrouwe
en op fatsoen
gerichte burgerij
die vasthoudt aan
tradities, gewoon-
ten en materiële
bezittingen.

*Omdat het zo hoort,
fatsoen, veiligheid,
rust, reinheid en
regelmaat.*

Gezelligheids- zoekers

De conformistische,
statusgevoelige
burgerij die het
evenwicht zoekt
tussen traditie en
moderne waarden
als consumeren
en genieten.

*Gezelligheid, zeker-
heid, erbij horen,
genieten, comfort,
doe maar gewoon...*

Plezierzoekers

De spontane
consument die in
de eerste plaats
streeft naar
een plezierig en
comfortabel leven.

*Leef met de dag,
plezier maken, ge-
richt op consumptie
en vermaak.*

Sensatiezoekers

De carrièregerichte
doeners met een
fascinatie voor
status, technologie
en presentatie, die
ook gericht zijn op
gezin en familie.

*Work hard, play
hard, iets bereiken,
spanningszoekers, if
you have it, flaunt it.*

Inspiratiezoekers

Kritische wereld-
burgers die postmo-
derne waarden als
ontplooien en bele-
ven integreren met
moderne waarden
als succes, materi-
alisme en genieten.

*Brede interesse,
statusgericht, es-
thetisch, presteren,
gejaagd, de wereld
is mijn speelveld.*

Verdiepingszoekers

De maatschappij-
kritische idealisten
die zichzelf willen
ontplooien, stelling
nemen tegen sociaal
onrecht en opkomen
voor het milieu.

*Bewust leven,
betrokken, balans
lichaam en geest,
verbeter de
wereld begin bij
jezelf, cultuur.*

Avontuurzoekers

De pioniers van de
belevenscultuur,
waarin experiment
en het breken
met morele en
sociale conventies
doelen op zichzelf
zijn geworden.

*Uniciteit, vrijheid en
onafhankelijkheid,
tolerantie, ervaring
belangrijker
dan bezit.*

HARMO



De moreel bewuste, plichtsgetrouwe en op status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities, gewoonten en materiële bezittingen.

ONIEZOEKERS

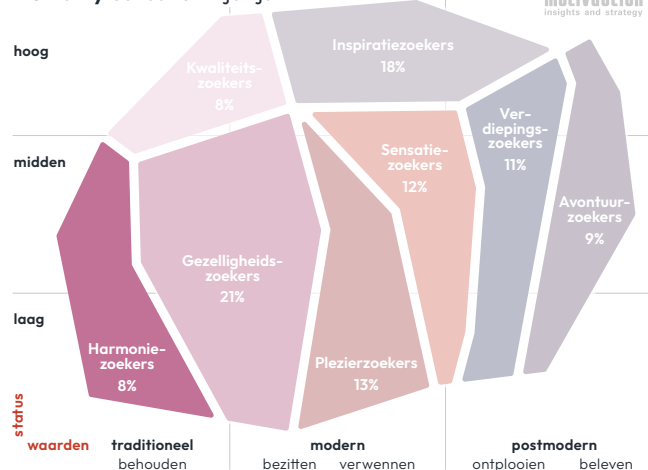
Drijfveren van harmoniezoekers

Harmoniezoekers hechten aan respect, harmonie, plicht, rechtvaardigheid en financiële zekerheid. Ze volgen vertrouwde gewoonten en stellen het gezin centraal.

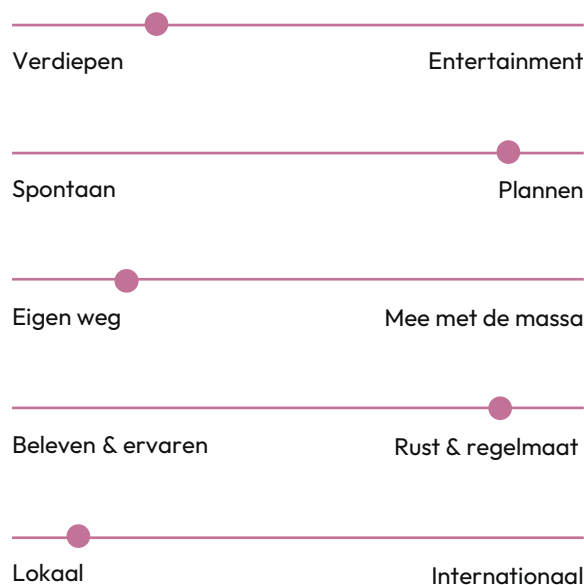
Ze zijn solidair met kwetsbaren en maken zich zorgen over de teruglopende sociale zekerheid. Ze leven zuinig: wat nog werkt, vervangen ze niet. Bij aankopen kiezen ze bewust voor kwaliteit en duurzaamheid.

De harmoniezoekers zijn betrokken bij de eigen omgeving – buurt, dorp of vereniging. Ze zoeken vooral contact met gelijkgestemden en trekken niet snel op met andersdenkenden.

Mentality Cultuur & Vrije tijd



Voorkeuren in vrijetijdsbesteding





Vrijetijdsbesteding

Harmoniezoekers zoeken rust en harmonie in hun vrije tijd. Ze blijven graag thuis, hechten aan familie en maken bewust tijd voor bezoek of samenzijn. Hun activiteiten zijn vaak rustig en huiselijk: lezen, tuinieren, klussen, puzzelen of tv kijken.

Als ze eropuit gaan, kiezen ze zorgvuldig. Betaalbaarheid en waarde staan voorop. Populaire uitjes zijn wandelen in de natuur, fietsen, of een bezoek aan de bibliotheek of een monument. Grotere uitstapjes, zoals een restaurant of voorstelling, voelen als een verdiende beloning.

Sporten doen ze weinig fanatiek. Wandelen, fietsen, vissen of zwemmen past beter. De e-bike is favoriet.

Lokale oriëntatie

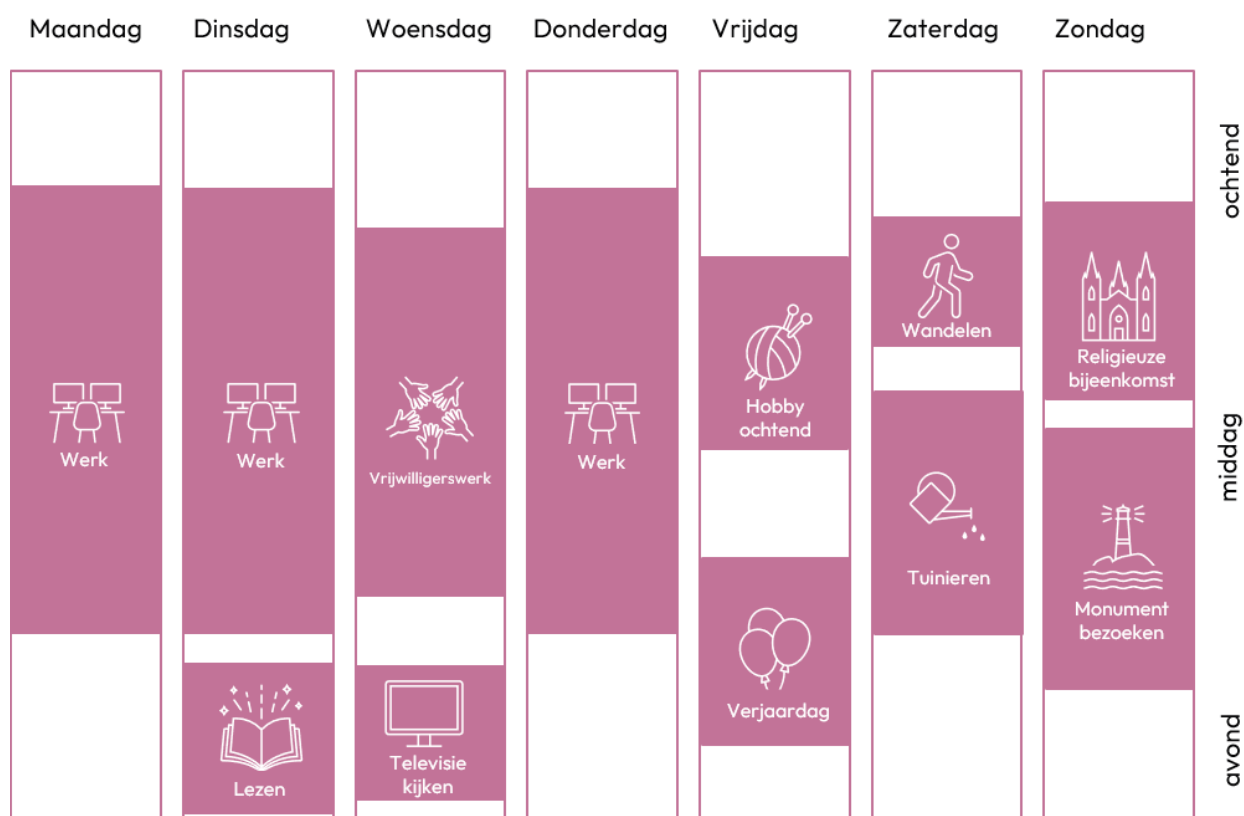
Harmoniezoekers zijn sterk betrokken bij hun buurt en doen vaak vrijwilligerswerk. Ze kiezen voor activiteiten dichtbij huis, liefst kleinschalig en overzichtelijk.

Drukke en plat vermaak mijden ze. Gemeenschappelijke belevenissen zoals dorpsfeesten of regionale evenementen spreken hen aan.

De harmoniezoeker en kunst & cultuur

In het leven van de harmoniezoeker speelt kunst geen grote rol. Ze bezoeken relatief weinig tentoonstellingen met moderne kunst, fotografie en zullen ook minder snel naar een theater of bioscoop gaan.

Wanneer ze wel een cultureel uitje plannen, kiezen ze eerder voor iets met erfgoedwaarde, zoals een historisch museum of monument. Of ze gaan voor een activiteit die geschikt is voor het hele gezin.



Een week uit het leven van de harmoniezoeker

Harmoniezoekers leven gestructureerd. Activiteiten volgen vaste routines, met vaak een klassieke rolverdeling in het huishouden.

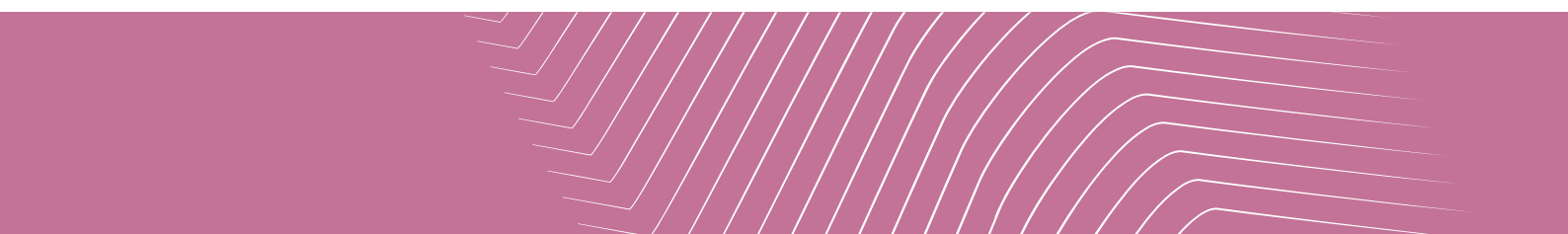
Werk zien ze als nuttig en noodzakelijk, niet als middel tot zelfontplooiing. Vrije tijd besteden ze graag aan vrijwilligerswerk, rust of tijd met het gezin.

Weekenden blijven huiselijk, met wandelen, tuinieren of lezen. Als ze eropuit gaan, is dat meestal voor familiebezoek, de kerk of een lokale (historische) bezienswaardigheid.

Een avondje uit met de harmoniezoeker

Harmoniezoekers gaan er niet vaak op uit. Een avondje gezelligheid kunnen ze in hun directe omgeving vinden; een verjaardag van vrienden of een buurtfeest.

Wanneer ze een voorstelling of optreden bezoeken, dan is dat kleinschalig en lokaal. Bijvoorbeeld in de bibliotheek of een buurtcentrum.



KWALIT



De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die technologische ontwikkeling omarmt, maar tegelijk hecht aan tradities en etiquette.

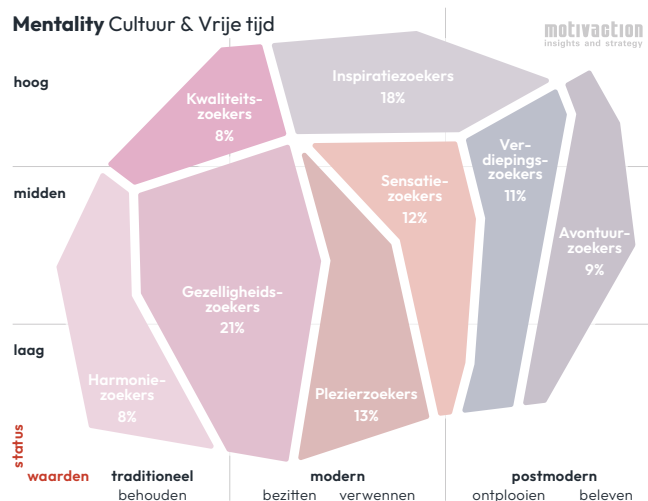
KWALITEITSZOEKERS

Drijfveren van Kwaliteitszoekers

Kwaliteitszoekers leven planmatig, risicomijdend en gedisciplineerd. Ze werken hard, streven naar succes en hechten sterk aan status en hiërarchie. Traditionele omgangsvormen die rangorde benadrukken vinden ze vanzelfsprekend.

Ze zijn behoudend in normen en waarden, maar denken economisch en technologisch juist vooruitstrevend en optimistisch.

Consumenten doen ze bewust. Liever minder, maar van hoge kwaliteit – of het nu om producten, service of bijzondere ervaringen gaat.



Voorkeuren in vrijetijdsbesteding





Vrijetijdsbesteding

Kwaliteitszoekers genieten bewust van het leven. Ze gaan graag uit eten, op vakantie of een dag op pad, liefst in stijl én met kwaliteit. Ook thuis, in de natuur of op het water zoeken ze ontspanning met familie en goede vrienden.

Ze geven liever wat meer uit voor een waardevolle ervaring en delen hun welvaart en interesses graag, bijvoorbeeld door (klein)kinderen mee te nemen naar musea zoals het Mauritshuis.

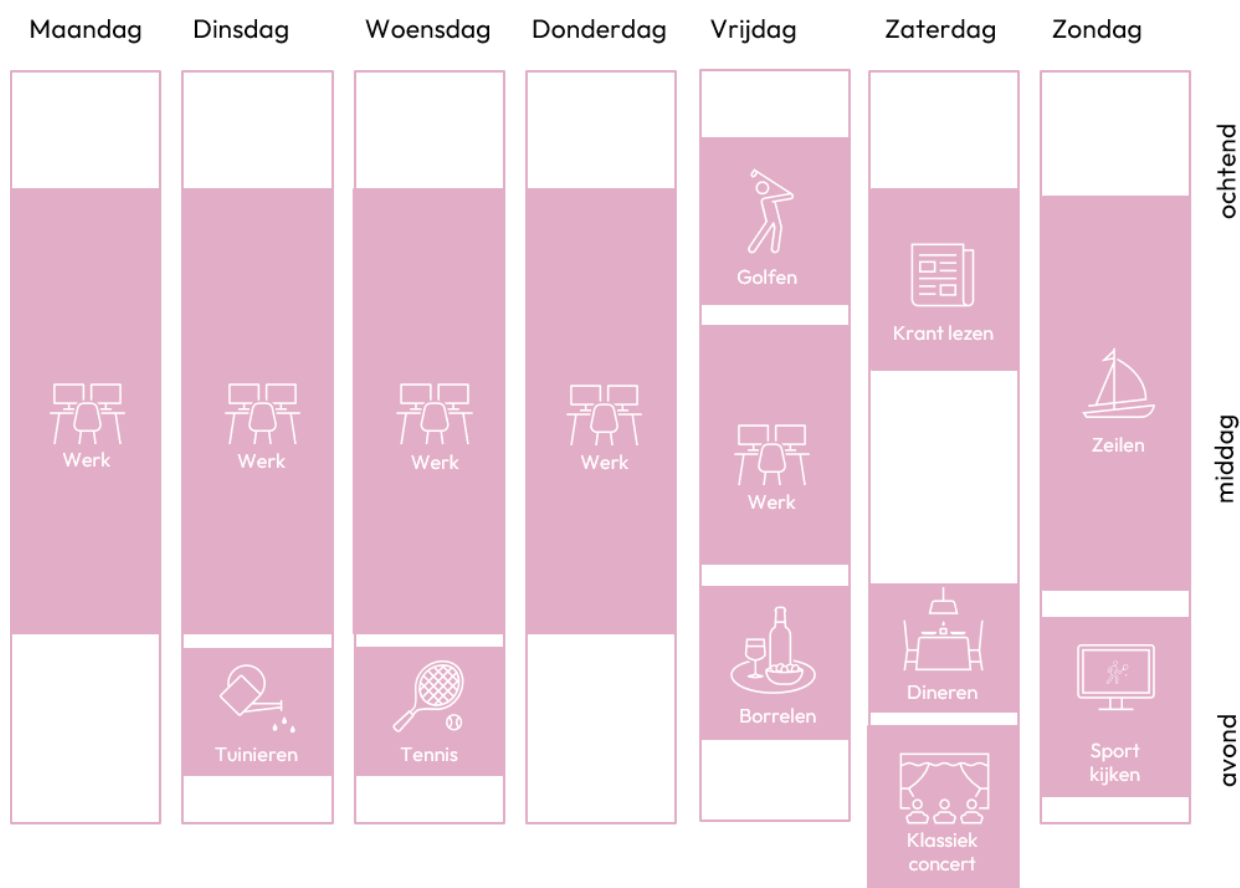
In hun vrije tijd zoeken ze schoonheid, verdieping en persoonlijke groei. Pretparken slaan ze over; cultuur en klasse gaan voor.

Kwaliteitszoekers en kunst & cultuur

Kwaliteitszoekers zien kunst en cultuur als een belangrijke pijler van de maatschappij. Mede hierdoor zijn kwaliteitszoekers vaak vriend of donateur van een culturele instelling.

Ze zijn zelf ook regelmatig actief in de kunst, bespelen een instrument en genieten graag van een concert of een museumbezoek, vooral historische musea zijn favoriet.

Deze culturele activiteiten worden gepland en met zorg uitgezocht. Ze verdiepen ze zich voorafgaand aan hun bezoek in wat ze gaan doen door bijvoorbeeld artikelen en recensies lezen. Maar ook een concert van een neef of buurvrouw wordt trouw bezocht door kwaliteitszoekers vanwege hun nauwe betrokkenheid bij hun directe omgeving.



Een week uit het leven van de Kwaliteitszoeker

Kwaliteitszoekers zoeken balans tussen werk, ontspanning en sociale uitjes.

Na het werk genieten ze van rust in en rond het huis, in de tuin of al klussend. Eén avond per week sporten ze actief.

In het weekend staat samen genieten centraal: borrelen, uit eten, de natuur in of een dag op het water. Zondag sluiten ze graag af met een sportupdate, van voetbal tot wielrennen of hardlopen.

Een avondje uit met de Kwaliteitszoekers

De ideale avond uit start met een lekker diner in een goed restaurant, daarna staat een concert van een favoriete pianist op de planning. Hier wordt al een hele tijd naar uitgekeken, eindelijk is het dan zover.

Het concertgebouw is een plek waar Kwaliteitszoekers graag komen en waar zij zich thuis voelen. Na het concert wordt daar dan ook nog een drankje genuttigd en nagepraat over hun ervaring.

GEZELLIGH



De conformistische, status-gevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.



GEZELLIGHEIDSZOEKERS

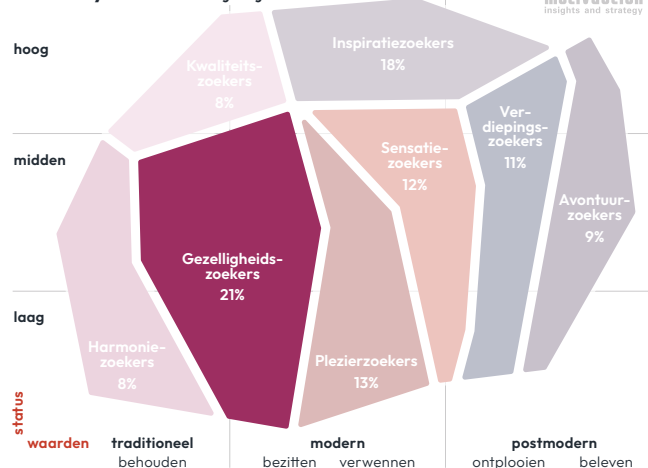
Drijfveren van de gezelligheidszoekers

Gezelligheidszoekers combineren traditionele en moderne waarden. Ze hechten aan respect, orde, discipline en familiegeluk, met vaak traditioneel verdeelde gezinsrollen.

Tegelijk zoeken ze comfort, plezier en samenzijn. Genieten mag, zolang het binnen de kaders blijft.

Ze streven niet per se naar status, maar willen ook niet achterblijven. Financiële zekerheid is van groot belang. Daarom plannen ze veel, zoeken zaken goed uit en maken weloverwogen keuzes.

Mentality Cultuur & Vrije tijd



Voorkeuren in vrijetijdsbesteding





Vrijtijdsbesteding

Voor gezelligheidszoekers draait vrije tijd om ontspanning en samenzijn met het gezin. Ze blijven graag thuis, kijken een film of spelen spelletjes.

Als ze eropuit gaan, kiezen ze vertrouwd en prijsbewust. Bekende plekken met goede ervaringen of populaire tips hebben hun voorkeur. Ze zoeken zekerheid en zijn loyaal aan wat bevalt.

Plezier voor het hele gezin staat voorop, vooral voor de kinderen. Een pretpark wint het dan ook van een museum.

Goed voorbereid op pad

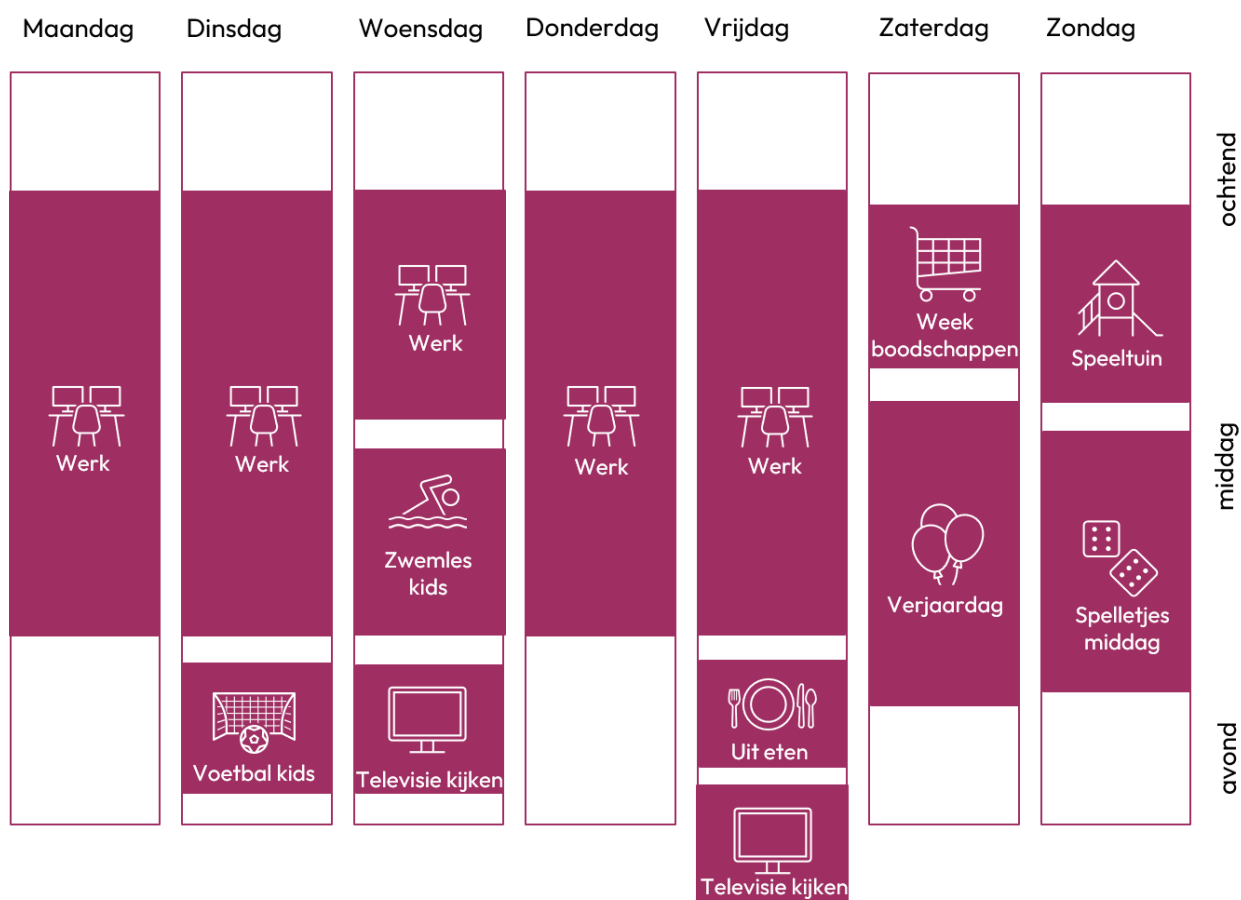
Gezelligheidszoekers kijken uit naar uitjes, maar willen dat alles goed verloopt. Dat vergt planning en voorbereiding: het moet duidelijk, geregeld en leuk voor iedereen zijn.

Ze kiezen graag voor activiteiten met structuur, zoals een uitgestippelde wandelroute. Pas als de dag geslaagd is voor de anderen, kunnen zij echt ontspannen.

De gezelligheidszoeker en kunst & cultuur

In het leven van de gezelligheidszoeker speelt kunst en cultuur geen grote rol. Ze bezoeken relatief weinig tentoonstellingen met moderne kunst, fotografie en gaan ook minder snel naar een theater of bioscoop.

Wanneer ze wel een cultureel uitje plannen, kiezen ze eerder een activiteit die ook voor de kinderen iets leuks te bieden heeft. Zoals een museum met een speels onderdeel of voorstelling die (ook) voor kinderen bedoeld is.



Een week uit het leven van de gezelligheidszoeker

Gezelligheidszoekers leven gestructureerd. Ze doen eerst hun plichten, daarna is er ruimte voor ontspanning. 's Avonds kijken ze graag tv met het gezin; sporten gebeurt alleen als het echt moet.

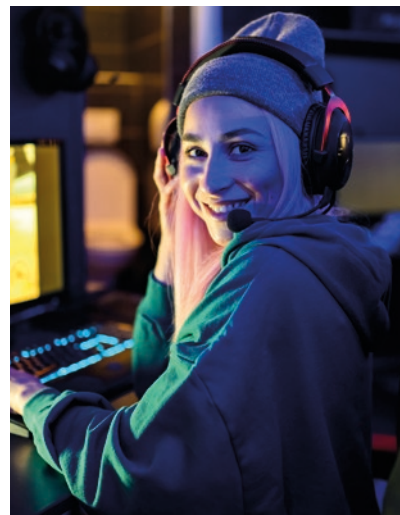
Het weekend begint praktisch – met boodschappen – gevolgd door een gezellige verjaardag. Op zondag trekken ze eropuit naar een plek met een speeltuin en sluiten af met bordspelletjes.

Thuis is favoriet: gezellig, betaalbaar en met aandacht voor elkaar.

Een avondje uit met de gezelligheidszoeker

Een ideaal avondje uit is op pad met het hele gezin. Dat houdt in dat er een restaurant gezocht moet worden waar de kinderen zich ook vermaken. Denk aan een plek met een speeltuin, kinderboerderij of ballenbak.

Omdat de kinderen ook weer naar bed moeten wordt het niet al te laat. Kunnen de ouders thuis mooi nog het laatste stukje van hun favoriete talentenjacht kijken.



De spontane consument die in de eerste plaats streeft naar een plezierig en comfortabel leven.

EZIERZOEKERS

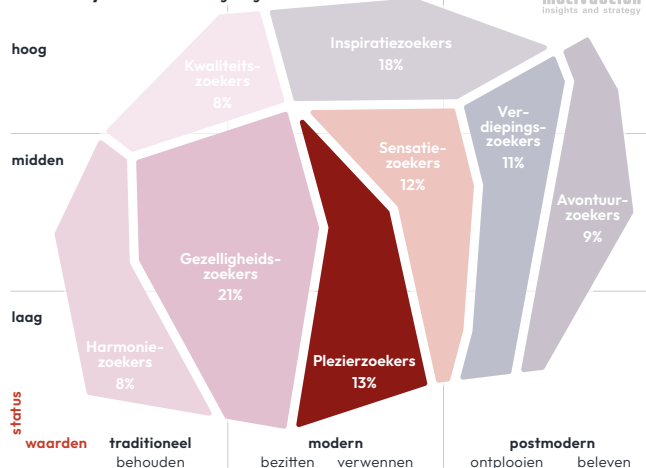
Drijfveren van plezierzoekers

Plezierzoekers leven in het moment. Genieten en vermaak staan voorop. Werk is er om die levensstijl te bekostigen, niet om carrière te maken.

Ze volgen hun impulsen, hechten weinig aan regels of formaliteit, en willen doen waar ze op dat moment zin in hebben. Sparen vinden ze onbelangrijk; ze geven liever uit, soms op afbetaling.

Luxe en glamour trekken hen aan, al blijft het vaak bij dromen. Toch willen ze zich weinig ontfeggen om die levensstijl na te jagen.

Mentality Cultuur & Vrije tijd



Voorkeuren in vrijetijdsbesteding





Vrijetijdsbesteding

Voor plezierzoekers draait vrije tijd om plezier. Carrière komt op de tweede plek, genieten met vrienden staat voorop. Ze plannen weinig en gaan ook graag alleen op pad, zonder rekening te hoeven houden met anderen.

Ze zoeken spanning en vermaak: pretparken, concerten, clubs of sportevenementen. En een zomer is niet compleet zonder naar een festival te zijn geweest. Foto's van hun uitstapjes worden volop gedeeld. Nieuwe films willen ze meteen zien, het liefst in de bioscoop.

Ook thuis draait het om ontspanning: gamen, muziek luisteren, films of series kijken – maar zelf iets maken doen ze zelden.

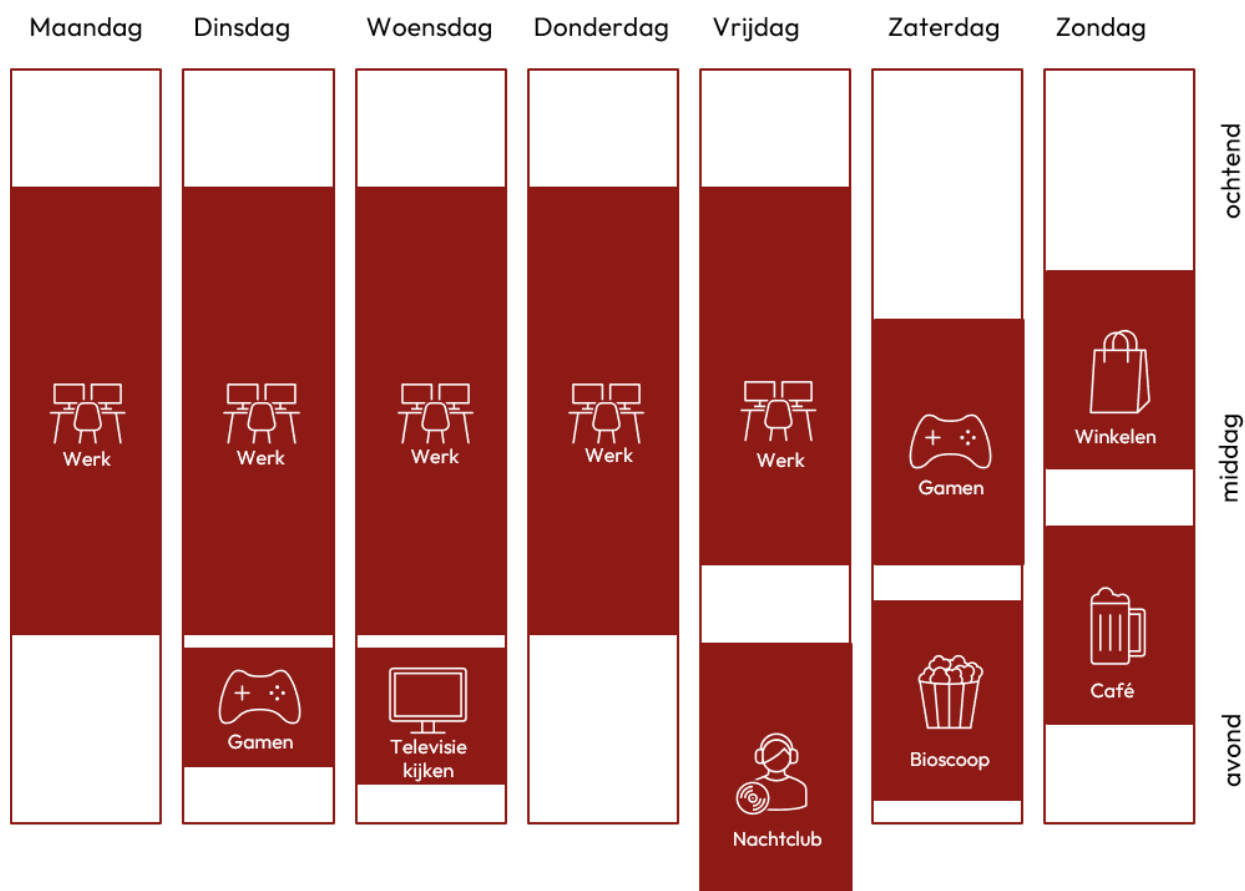
Nooit genoeg vrije tijd

Plezierzoekers hebben naast hun werk eigenlijk tijd te kort. Ze kunnen moeite hebben met kiezen tussen verschillende activiteiten en hebben te weinig tijd om alles te kunnen doen wat ze het liefste zouden willen.

Ze vinden het dan ook lastig om tijd voor zichzelf vrij te houden. Maar op een vrije dag thuis blijven is sowieso saai, dus dat doen ze liever niet.

Plezierzoekers en kunst & cultuur

Plezierzoekers willen soms ontsnappen aan de dagelijkse sleur door zich onder te dompelen in een andere wereld. Ze kiezen dan vaak voor massale of rijkelijk aangeklede evenementen, festivals of immersieve experiences. Klassieke kunst en cultuur trekken hen minder aan; ze geven de voorkeur aan amusement zoals bioscoopfilms, musicals, circus of popconcerten. Deze groep plant activiteiten niet ver vooruit en koopt vaak last-minute tickets, wat soms leidt tot uitverkochte evenementen. Gelukkig hebben ze een brede interesse en vinden ze snel alternatieven om hun vrije tijd mee te vullen.



Een week uit het leven van de Impulsieve Individualist

Naast werk zoeken plezierzoekers doordeweeks vermaak thuis. Alleen of met vrienden. Samen gamen, films kijken of tv-programma's volgen is favoriet.

In het weekend gaan ze eropuit: feesten, clubs, shoppen of nieuwe dingen uitproberen. Ze geven geld makkelijk uit en houden van spontane aankopen.

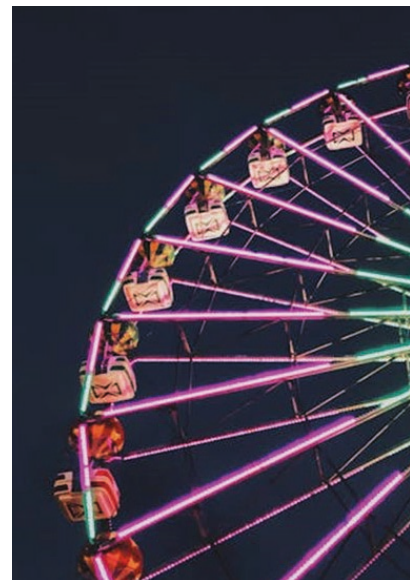
De week eindigt vaak in het café, samen met vrienden, waar tegelijk een sportwedstrijd gekeken wordt.

Een avondje uit met de Impulsieve Individualist

Plezierzoekers houden wel van grote evenementen. Zo gaan ze graag naar concerten van bekende artiesten, of naar een groots feest in de Ziggo Dome van een bekende DJ.

Wanneer ze daarvoor samen met vrienden willen eten, bestellen ze eerder thuis wat dan dat ze echt uit eten gaan. Een etentje buiten de deur is dan weer voor een andere avond leuk.

SENSA



De carrièregerichte doeners met een fascinatie voor status, technologie en presentatie, die ook gericht zijn op gezin en familie.

ATIEZOEKERS

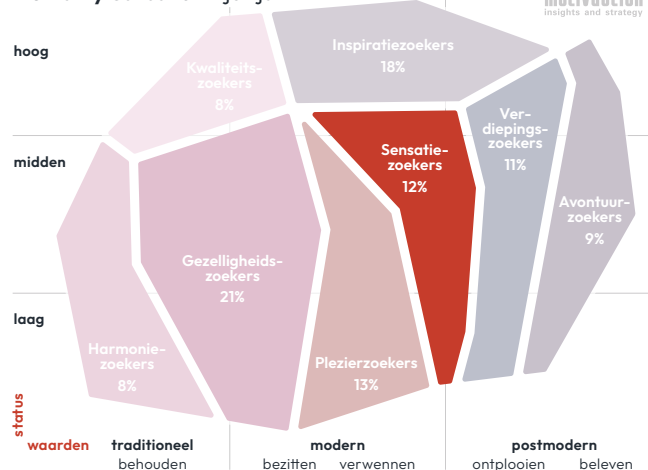
Drijfveren van sensatiezoekers

Sensatiezoekers willen vooruit. Ze stellen hoge doelen en meten geluk aan succes en carrière. Zichtbare status is belangrijk: wie hard werkt en goed verdient, mag dat laten zien.

Ze zijn materialistisch ingesteld, geven graag geld uit en kiezen voor A-merken. Tegelijk worstelen ze met een gevoel van onderwaardering en zoeken erkenning.

Ze leven gehaast en doelgericht. Ook buiten het werk. Praktische, huishoudelijke zaken zoals koken en boodschappen doen besteden ze liever uit.

Mentality Cultuur & Vrije tijd



Voorkeuren in vrijetijdsbesteding





Vrijetijdsbesteding

Sensatiezoekers hebben volle agenda's. Werk, studie en sociale verplichtingen wisselen elkaar in hoog tempo af. Koken schiet er vaak bij in, dus wordt er regelmatig besteld of afgehaald.

In hun vrije tijd zoeken ze maximale beleving. Denk aan festivals met sfeer, concerten vol energie, kleurrijke attracties of 'immersive experiences' die je even helemaal uit de werkelijkheid halen.

Ze houden van actie, maar zijn ook betrokken. Zeker als er een gezin in beeld is, zoeken ze uitjes die leuk zijn én iets opleveren voor de kinderen. Want ook in vrije tijd willen ze presteren; als ouder én als mens.

Actief, initiatief en enthousiast

Sensatiezoekers zijn energiek en altijd in de weer. Ze proberen graag nieuwe dingen en plannen hun vrije tijd vol.

In een vriendengroep zijn zij vaak de initiatiefnemer. Niet alleen uit enthousiasme, maar ook om grip te houden op hun drukke agenda.

Sensatiezoekers en kunst & cultuur

Hoewel Sensatiezoekers vaker culturele evenementen bezoeken dan veel andere groepen, zien ze dit als slechts één van hun vele interesses en niet als een centraal onderdeel van hun leven. Hun smaak varieert van grootschalige popconcerten tot historische musea en opera's. Ze zoeken naar ervaringen die memorabel zijn en goed gedeeld worden, zowel bij het koffieapparaat als via social media. Bij tijdgebrek kiezen ze eerder voor gemakkelijke activiteiten die escapisme bieden dan voor diepgaande of experimentele opties. In musea richten ze zich op highlights voor een snelle indruk. Sensatiezoekers hebben vaak een bi-culturele achtergrond, wat we terugzien in hun voorkeur voor voorstellingen of tentoonstellingen die gaan over of gemaakt zijn door makers uit andere culturen dan de Nederlandse.

Sensatiezoekers zijn familiemensen die, zodra er kinderen zijn, activiteiten afstemmen op het gezin. Naast plezier hechten ze waarde aan educatieve ervaringen voor hun kinderen.

INSPIRA



Kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als succes, materialisme en genieten.

ATIEZOEKERS

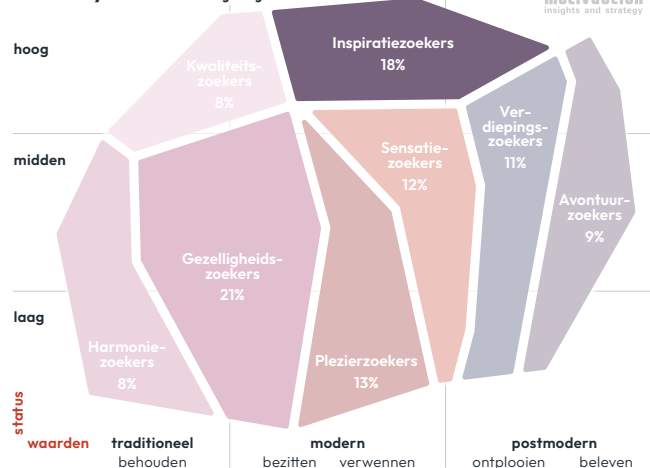
Drijfveren van de inspiratiezoekers

Inspiratiezoekers zoeken zelfontplooiing, kennis en nieuwe ervaringen. In werk, privé en sociale kring. Werk is voor hen een bron van groei, erkenning en identiteit. Ze werken veel en hard om maatschappelijk vooruit te komen.

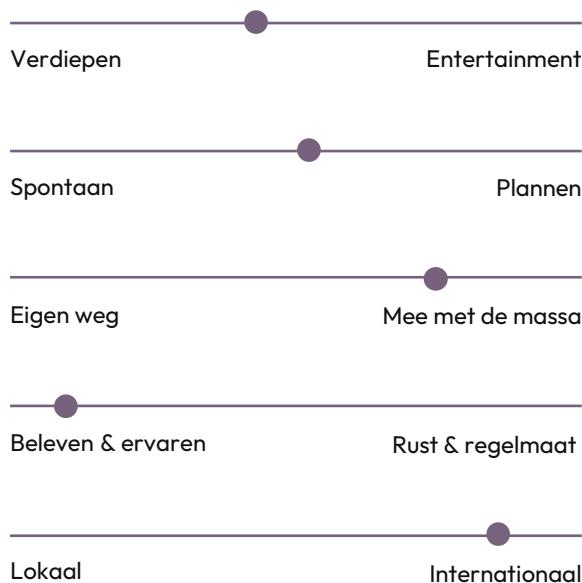
Status telt, maar niet alleen via carrière of bezit. Netwerk, reizen, evenementen en woonomgeving zijn net zo belangrijk.

Ze willen veel uit het leven halen, maar worstelen met tijdgebrek. Keuzes zijn nodig, want tijd en geld zijn beperkt. Consumenten doen ze bewust: liever kwaliteit dan een lage prijs.

Mentality Cultuur & Vrije tijd



Voorkeuren in vrijetijdsbesteding





Vrijetijdsbesteding

Inspiratiezoekers zoeken verrijking in hun vrije tijd. Reizen, cultuur en creatieve activiteiten zoals fotograferen, dansen of design geven hen energie en inspiratie. Ze volgen graag workshops, bezoeken musea, bibliotheken en boekenwinkels – altijd op zoek naar iets nieuws of authentieks.

Tussen werk en hobby's door zoeken ze rust in yoga, meditatie of de natuur. Ook onthaasten hoort bij hun ritme.

Gelijkgestemden

Het ontmoeten van (nieuwe) mensen speelt een belangrijke rol in de cultuurbesteding van inspiratiezoekers. Ze delen ervaringen het liefst direct, samen met gelijkgestemden – tijdens een voorstelling, expositie of goed gesprek.

De inspiratiezoeker en kunst & cultuur

Inspiratiezoekers zijn grootverbruikers van cultuur. Alle vormen van cultuur vinden ze interessant, van 'hoge' tot 'lage' cultuur, van massaal tot onontdekt. Ze kunnen zowel high brow jazz muziek luisteren als de bios bezoeken voor een blockbuster.

Ze bezoeken graag concerten en voorstellingen. Daarnaast is deze groep ook liefhebber van musea en galerieën, maar dit schiet er in hun drukke leven nog wel eens bij in. Inspiratiezoekers zouden graag vaker naar musea gaan.

Waar de interesse voor verschillende cultuurvormen vandaan komt is divers. In de 'hoge' cultuurvormen zoekt de inspiratiezoeker intellectuele verrijking. Ze zijn open-minded en zijn geïnteresseerd in verschillende culturen. Maar deels komt deze interesse ook voort uit de hang naar status.

Interesse in 'lage' cultuurvormen komt eerder voort uit de wens om gedeelde ervaringen te hebben met hun sociale netwerk.

VERDIEPI



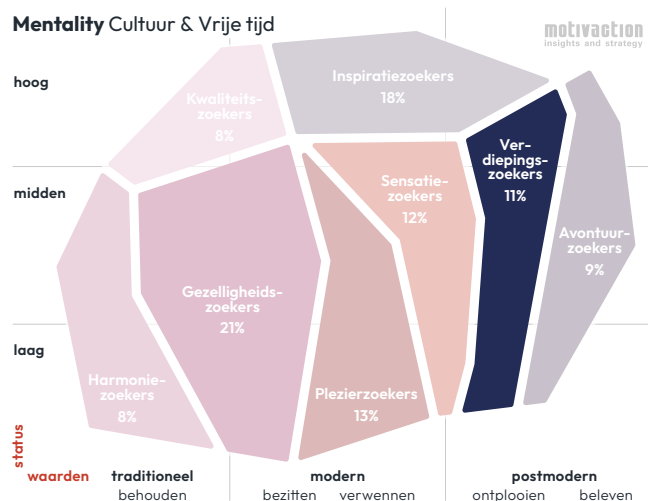
De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooien, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.

NGSZOEKERS

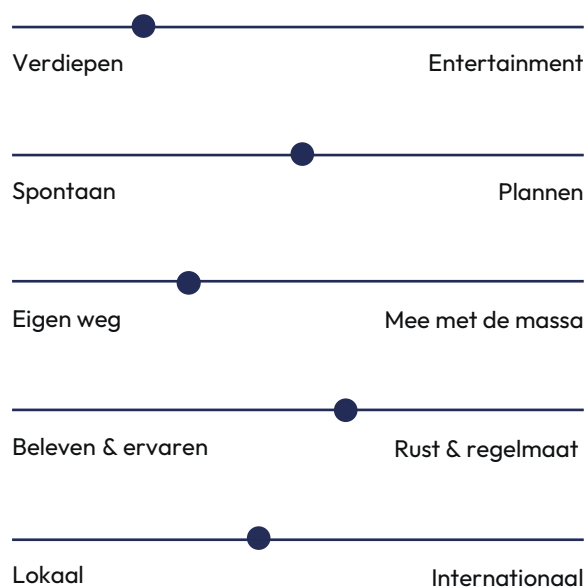
Drijfveren van verdiepingszoekers

Verdiepingszoekers zetten zich in voor een eerlijke, duurzame samenleving. Ze zijn kritisch op consumptisme en grote bedrijven, en kiezen bewust voor een leven zonder verspillen, winstbejag of aantasting van het milieu. Dit doen zij vanuit een positieve en betrokken houding ten opzichte van de hedendaagse maatschappij.

Immateriële waarden staan voorop: verbondenheid, persoonlijke groei en maatschappelijke betrokkenheid. Ze geloven in verandering, maar wel doordacht en verantwoord. Vaak hebben verdiepingszoekers een open, maar kritische houding tegenover vernieuwing en verandering.



Voorkeuren in vrijetijdsbesteding





Vrijetijdsbesteding

Verdiepingszoekers besteden hun vrije tijd bewust en waardevol. Ze kiezen voor vrijwilligerswerk, culturele activiteiten en persoonlijke groei. Theater, filmhuizen en festivals zoals Oerol trekken hen aan.

Ze lezen graag, zoeken rust in de natuur en zijn nieuwsgierig naar wat die te bieden heeft. Consumptie gebeurt verantwoord: tweede-hands, biologisch en zonder verspilling.

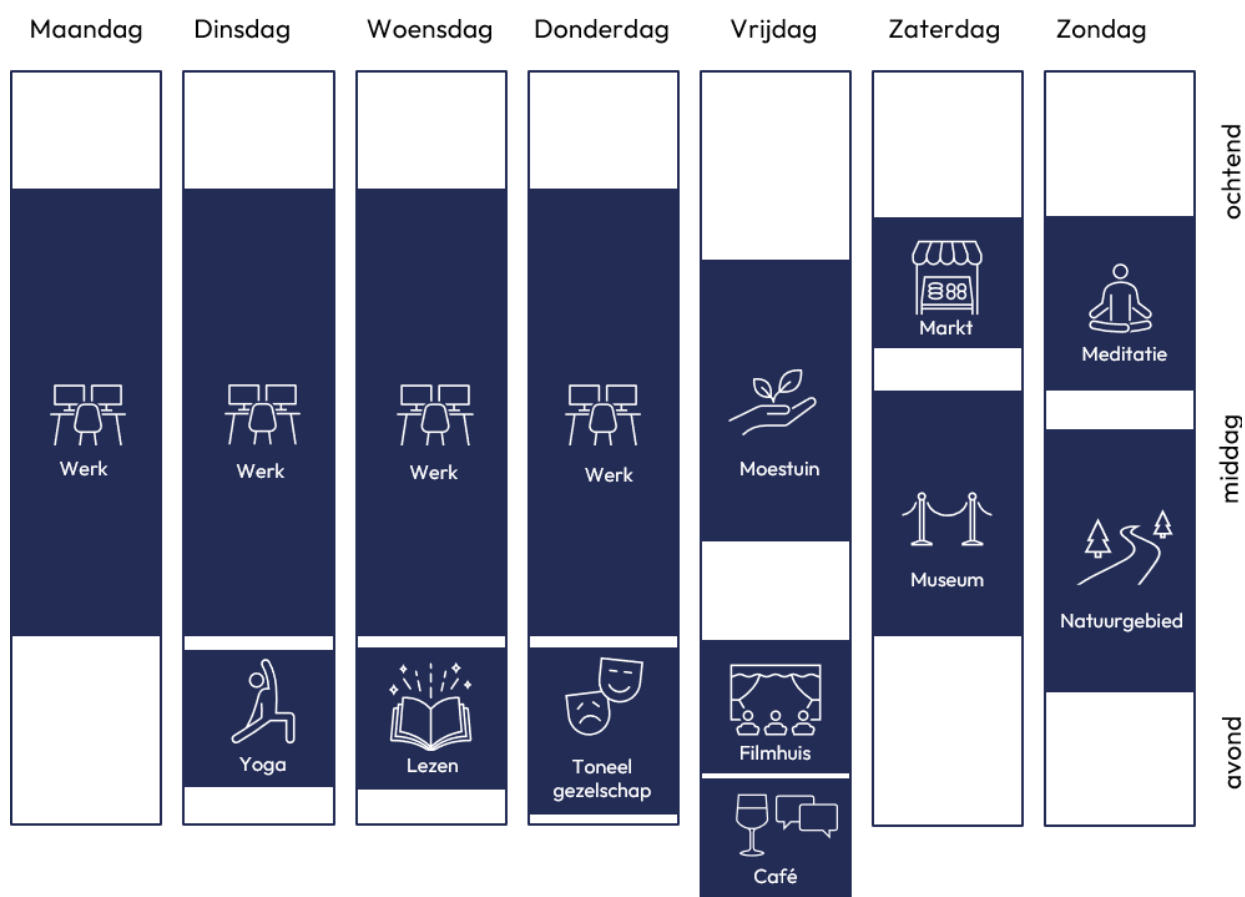
Solidariteit is leidend. Ze staan open voor diversiteit en zoeken actief contact met mensen van verschillende achtergronden.

Carrière is bijzaak; vrije tijd is waar hun prioriteit ligt. Ze besteden hun vrije tijd graag in rust met een kwaliteitskrant of een goed boek. Ook trekken ze graag de natuur in om te wandelen en te fietsen en om meer over de natuur te weten te komen.

De verdiepingszoeker en kunst & cultuur

Voor verdiepingszoekers speelt kunst en cultuur een belangrijke rol in hun leven, ze besteden hier veel tijd aan en zouden hier het liefste nog meer tijd aan willen besteden. Hun wens voor zelfontplooiing zorgt ervoor dat ze binnen kunst en cultuur ook echt de verdieping opzoeken.

Kwaliteit en inhoud zijn leidend bij de keuze voor een tentoonstelling, voorstelling of film. Zelf zijn ze ook vaak actief in de culturele sector, professioneel of als hobby.



Een week uit het leven van de verdiepingszoeker

Voor verdiepingszoekers draait zelfontwikkeling om inhoud en zingeving, niet om carrière. Na een werkdag kiezen ze voor verdieping: een goed boek, filmhuis, meditatie of een lezing.

Soms ruilen ze een werkdag in voor werk in de moestuin – duurzaam en betekenisvol.

In het weekend zoeken ze cultuur én natuur. Een museumbezoek (klassiek of modern) wordt afgewisseld met wandelen en rust. Zondag is voor stilte, reflectie en bewust leven.

Een avondje uit met de verdiepingszoeker

Een avondje uit bestaat voor de verdiepingszoeker uit een échte culturele ervaring; een theatervoorstelling van een kleiner toneelgezelschap, een (klassiek) concert of opera. De verdiepingszoeker vindt het allemaal leuk.

Belangrijk om na de ervaring na te kunnen praten en inzichten uit te wisselen onder het genot van een goed glas wijn.

AVONT



De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.

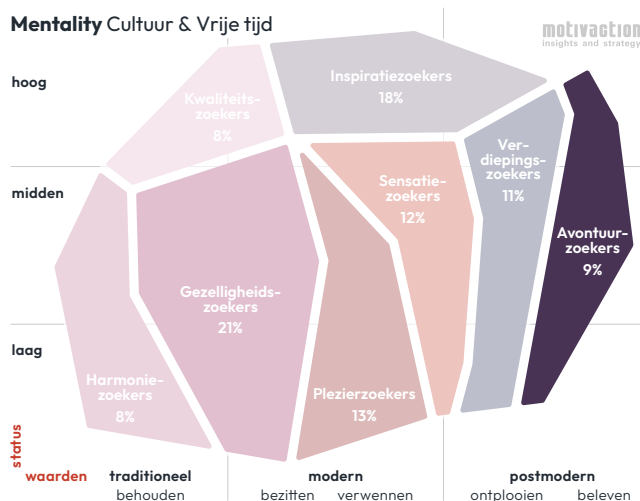
AVONTUURZOEKERS

Drijfveren van Avontuurzoekers

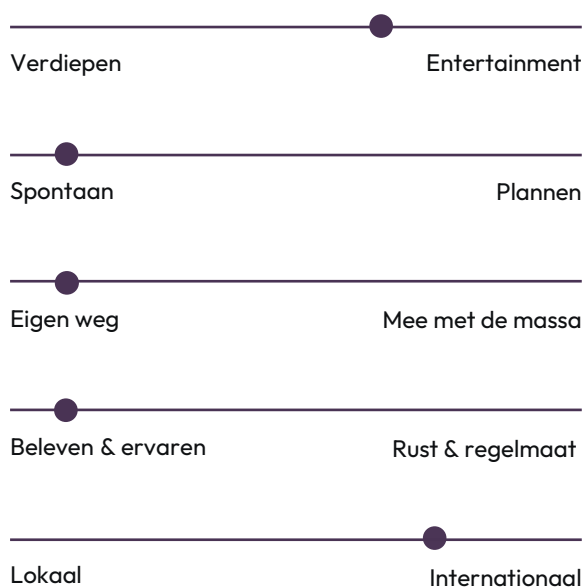
Avontuurzoekers kiezen hun eigen pad. Ze leven impulsief, onafhankelijk en hechten aan vrijheid boven conformiteit. Wat ze doen, bepalen ze zelf, los van status of verwachtingen.

Ze streven naar een leuk, comfortabel leven zonder veel verplichtingen. Luxe is mooi meegenomen, maar geen doel op zich.

Identiteit halen ze uit ervaringen: de plekken waar ze komen, wat ze meemaken, en hoe uniek dat voelt. Van festivals tot verre reizen; beleven is belangrijker dan bezitten.



Voorkeuren in vrijetijdsbesteding





Vrijtijdsbesteding

Vrije tijd is voor avontuurzoekers een uitlaatklep voor passie en eigenheid. Ze vermijden de massa en kiezen voor unieke plekken en ervaringen – geen pretpark of blockbuster, maar een verborgen café, intiem festival of onbekende band.

Authenticiteit en vrijheid staan centraal. Hun hobby's zijn eigenzinnig: van boulderen tot ukulele of ecstatic dance. De sportschool laten ze links liggen.

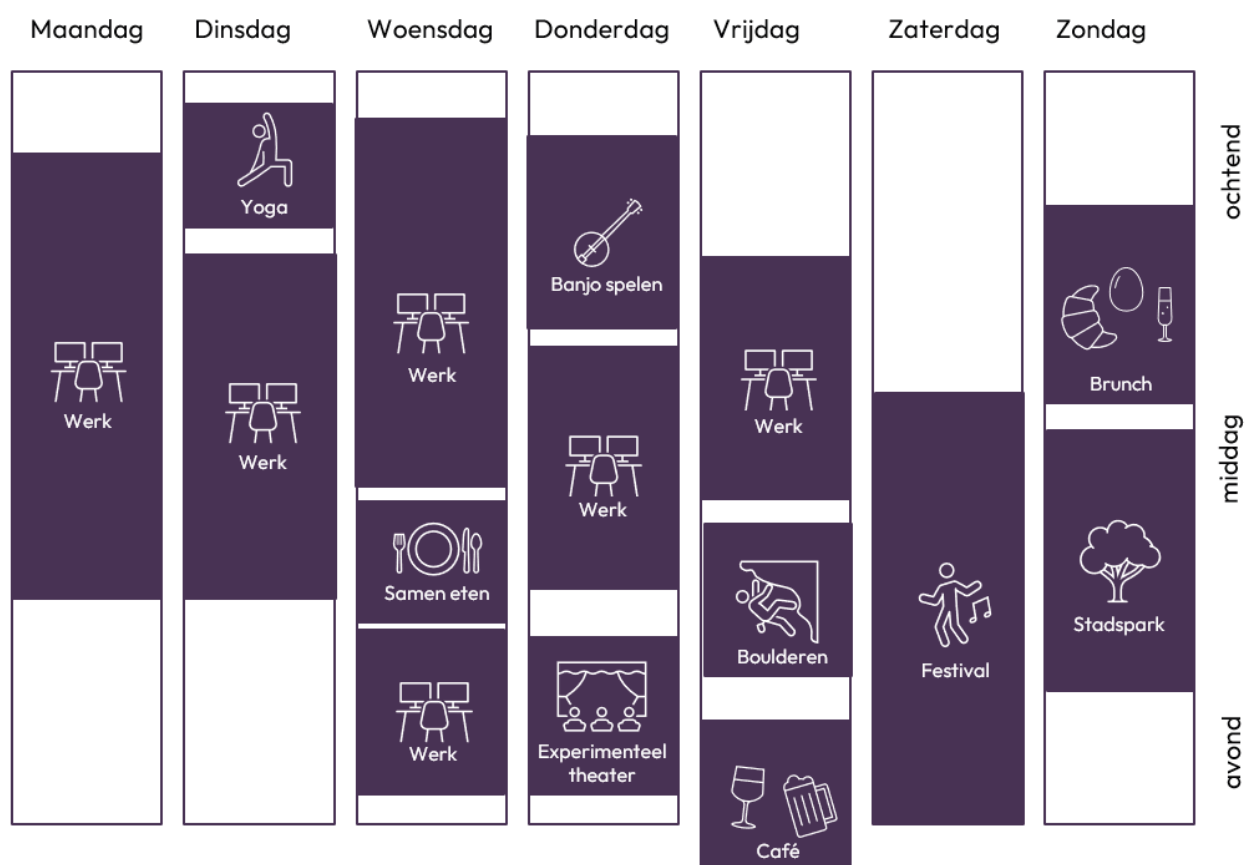
Divers en staan open voor alles

Avontuurzoekers willen ervaren. Ze staan open voor verschillende culturen, diverse kunstvormen, en verschillende activiteiten – niet omdat alles leuk moet zijn, maar omdat ze het eerst willen meemaken.

Bij een uitnodiging voor iets nieuws zeggen ze snel ja. Zonder veel voorbereiding, gewoon gaan en beleven.

De avontuurzoeker en kunst & cultuur

Avontuurzoekers hebben zeer brede interesse in het leven. Kunst en cultuur is slechts één van de dingen die zij graag doen, maar ze doen het regelmatig. Ze hechten er ook belang aan, zowel voor zichzelf en de samenleving. Alle vormen van cultuur vinden ze interessant, van 'hoge' tot 'lage' cultuur. Wanneer het echter té massaal wordt, zal de Avontuurzoeker snel afhaken. Liever kiezen ze voor de meer onontdekte en nieuwe cultuurvormen en ervaringen. Daarnaast staat ervaren en genieten voorop tijdens een cultureel bezoek. Een ervaring hoeft niet altijd leerzaam te zijn.



Een week uit het leven van de avontuurzoeker

Avontuurzoekers houden niet van vaste structuren. Ze werken het liefst flexibel en zijn vaak zelfstandig, zodat ze hun dag kunnen onderbreken voor lunch met vrienden of een creatieve uitlaatklep.

Hun week is onvoorspelbaar, hun weekend afwisselend. Ze dansen op een festival, volgen een workshop, bezoeken een tentoonstelling of trekken de natuur in – vaak gecombineerd met het uitgebreide horecaleven in goed gezelschap in de stad.

Een avondje uit met de avontuurzoeker

Ook avondjes uit zien er heel divers uit binnen deze groep. Zo geniet de avontuurzoeker zowel van een pop- of klassiek concert, cabaret, een balletvoorstelling of een avondje naar een nachtclub. Zolang het niet massaal is. Een avond uit hoeft zich ook niet te beperken tot het weekend, dit kan ook heel goed op een andere avond in de week.

Veelvoorkomende vragen

Hoe verschilt Mentality Cultuur & Vrije tijd van andere vrijetijdssegmentaties?

Door onze focus op drijfveren en waarden van onze profielen als verklarende en daarmee stabiele factor voor hun keuzes. Motivaction doet hier al zo'n 30 jaar onderzoek naar, waardoor er veel informatie beschikbaar is. Zowel op het gebied van vrije tijd als andere thema's en domeinen.

Daarnaast updaten we deze informatie regelmatig zodat we onze klanten van de meest actuele data kunnen voorzien. Naast de vrijetijdsbesteding weten we van onze profielen ook alles over de media- en communicatievoorkeuren, overtuigingstechnieken en de woonregio van deze doelgroepen.

Andere segmentaties in de vrijetijdsector zijn op basis van socio-demografische kenmerken en/of op basis van regio. Deze kenmerken zijn echter veranderlijk. Als iemand verhuist of een jaar ouder wordt, valt deze persoon mogelijk in een andere doelgroep met een andere vrijetijdsbesteding. De waarden van mensen, waar Mentality op gebaseerd is, zijn weinig veranderlijk waardoor dit een stabielere voorspeller is van (vrijetijds)gedrag.

Wat kun je met Mentality Cultuur & Vrije tijd?

Mentality Cultuur & Vrije tijd biedt inzicht in welke doelgroepen relevant zijn voor jouw organisatie en helpen je keuzes te maken op zowel strategisch en operationeel niveau.

Met het model kun je onder andere:

- bepalen welke doelgroep(en) voor jou het meest interessant is/zijn;
- de positionering van je organisatie aanscherpen;
- het aanbod afstemmen op je doelgroep(en);
- de communicatiestrategie aanpassen op je doelgroep(en);
- bepalen via welke media je deze doelgroep(en) kunt bereiken.

En daarna?

Mogelijke vervolgstappen zijn:

- het ontwikkelen van personas;
- in kaart brengen van de customer journey per doelgroep;
- testen van proposities en communicatiemiddelen;
- bepalen waar deze doelgroep(en) woonachtig zijn;
- de doelgroep(en) met online advertenties targeten;
- een klantenpanel verrijken met de doelgroep(en), zodat je weet wie er al bij je binnenkomt;
- je bezoekersonderzoek verrijken, zodat je weet welke groepen jouw organisatie op welke manier beleven.





Maar doet sociodemografie er dan helemaal niet toe?

Natuurlijk wel! Je vrijetijdsgedrag kan natuurlijk best veranderen als je bijvoorbeeld kinderen krijgt en je smaak kan zich ook ontwikkelen naarmate je ouder wordt.

Als je verhuist van bijvoorbeeld een grote stad naar een dorp, dan heb je simpelweg minder om uit te kiezen. Daarom meten we sociodemografische gegevens ook en weten we van de Mentality-milieus hoe oud ze gemiddeld zijn, wat voor opleiding ze volgden en of ze vaker stedelijk wonen of in kleine dorpen.

Het is alleen niet waarop we de profielen indelen, omdat we hebben gezien dat waarden het gedrag beter verklaren. Sociodemografie is in dit model secundaire informatie.

Kan ik ook met meerdere segmentatiemodellen werken?

Daar zijn zeker mogelijkheden voor en er zijn ook een aantal voorbeelden van organisaties die dat doen. Mentality is te voorspellen op basis van postcodes van bezoekers of klanten. Dat geldt ook voor een aantal andere modellen zoals het Culturele Doelgroepen-model en de Leefstijlvinder.

Door de postcodes van jouw bezoekers met zowel Mentality als één van deze modellen te verrijken, kun je op zoek naar de overlap en werken naar een doelgroepen aanpak die meer dan één model gebruikt. We raden wel aan dan één model als uitgangspunt te kiezen.

We hebben al voor meerdere organisaties, waaronder NEMO en Koninklijk Theater Carré op deze manier gewerkt. We zoeken daarbij de samenwerking op met de organisaties achter de andere modellen.



meer zien
meer weten
meer betekenen

motivaction
insights and strategy