

Lifestyle uit Gastvrij Nederland

Er zijn verschillende manieren om doelgroepen te segmenteren. Traditioneel werden doelgroepen vaak gesegmenteerd op basis van demografische kenmerken zoals leeftijd, herkomst en gezinssituatie. Er zijn echter diverse andere manieren ontwikkeld om doelgroepen te onderscheiden, gebaseerd op sociologische en psychologische kenmerken. De belevingswerelden van RECRON/SmartAgent delen de binnenlandse vakantiegangers en recreanten in op basis van levensstijl.

In 2010 is er een koppeling gemaakt tussen de twee grootste consumentenonderzoeken op het gebied van vrijetijd in Nederland (CVO en CVTO) en de indeling van RECRON/SmartAgent. Dit levert meer inzicht op in de consument die de provincie Gelderland bezoekt en in de verschillen tussen de toeristischeregio's.

Belevingswerelden naar kleur

Uitbundig geel	Spontane en sociale groep. Ondernemen actieve, sportieve en gezellige uitstapjes: 'lekker wandelen en fietsen, even genieten'. Veelal gezinnen.
Gezellig lime	Houdt net als geel ook van gezelligheid en sportiviteit, maar dan wat rustiger activiteiten en ook niet zo lang. Gezin is belangrijk, het budget is vaak wat beperkt.
Rustig groen	Zoekt het herkenbare, vertrouwd. Willen doen waar ze zin in hebben en brengen de vakantie net zo lief thuis door. Vooral iets oudere stellen of alleenstaanden.
Ingetogen aqua	Rustig, ruimdenkend, vooral empty-nesters. Waarderen sportieve mogelijkheden zoals fietsen, wandelen en NordicWalking.
Ondernemend paars	Willen graag iets nieuws beleven of ontdekken tijdens de vakantie. Zijn op zoek naar een bijzondere ervaring, een tikje wild, maar ook luxe. Voorkeur voor individuele activiteiten boven groepsgebeuren.
Stijlvol luxe blauw	Zelfverzekerde en intelligente groep. Vriendschap en succes in het leven zijn belangrijk. Gaat in zijn vrije tijd het liefst met vrienden op pad om zich te ontspannen in een luxere omgeving of een sportieve activiteit te ondernemen.
Creatief inspirerend rood	Eigenwijze en wat ongeduldige groep, die gaat voor zelfontplooiing en uitdagingen. In de vrije tijd wil deze groep vooral actief bezig zijn en op zoek naar interessante, nog niet ontdekte plekken (SmartAgent, 2011).