

## **Bijlage 1: Omschrijving doelgroepen**

### *Mainstream*

In dit segment bevinden zich relatief veel gezinnen met kinderen. 'Mainstreamers' zijn gehecht aan een regelmatig leven, waarin zekerheid belangrijk is. Het gezin gaat voor de carrière. Vaak is er een traditionele rolverdeling, waarbij de man kostwinner is. Mainstreamers zijn materialistisch en statusgevoelig. De hoeveelheid vrije tijd en de hoogte van het inkomen zijn gemiddeld. Dit is het segment dat gemiddeld de minste vakanties onderneemt, vaak één keer per jaar lang en één keer kort. Hiervoor maken zij vooral voor het zoeken van informatie gebruik van het internet. Mainstreamers willen op vakantie vooral de sleur en zorgen van alledag vergeten en plezier maken met elkaar.

### *Traditionals*

Dit is een grote groep, voornamelijk vijftigplussers die bezig zijn het werkende leven af te sluiten. Ze hechten zich aan nostalgie en zekerheid en zijn plichtsgetrouw. Familie is belangrijker dan werk. 'Traditionals' zijn lokaal georiënteerd, gefocust op passief vermaak en zoeken vaak gelijkgestemden op. Ze hebben relatief veel vrije tijd en een gemiddeld inkomen. Vaak gaan ze één keer in het jaar lang op vakantie en één tot twee keer kort. Deze groep gebruikt wel internet, maar dan vooral om te zoeken naar informatie voor een vakantie.

### *Upper Class*

In deze groep staat de kwaliteit van leven centraal. Zij omgeven zich graag met comfort en hebben een bovenmodaal inkomen. Werken verschaft deze groep identiteit en status. Ze leiden een druk bestaan, zijn politiek geïnteresseerd, historisch ingesteld en internationaal georiënteerd. Deze groep heeft weinig vrije tijd, maar gaat veel op vakantie, zowel met het gezin en vrienden als op zakenreis. Vakantie is voor hen een manier om even te ontsnappen aan het hectische leven. Het zijn relatief vaak gezinnen met schoolgaande kinderen.

### *Postmoderns*

'Postmoderns' staan open voor vernieuwing en verandering en hechten veel waarde aan vrijheid en onafhankelijkheid. Ze zijn tolerant, zoeken balans tussen werk en privé en hebben aandacht voor immateriële waarden. Postmoderns zijn niet statusgevoelig en niet materialistisch ingesteld. Ze zijn individualistisch, internationaal georiënteerd, gericht op belevenissen en hebben een bovenmodaal inkomen en opleidingsniveau. Postmoderns ondernemen de meeste vakanties per jaar. Hiervoor maken ze veel gebruik van internet, zowel voor het zoeken als het boeken van een vakantie. Socio-demografisch is dit een zeer gemengde groep met uiteenlopende leeftijden en verschillende soorten gezinssamenstellingen, waarbij alleenstaanden en partners zonder kinderen een kleine meerderheid vormen.

### *Achievers*

Werk en carrière zijn de centrale drijfveer voor 'Achievers'. Het geeft ze status en identiteit. Achievers willen alles uit het leven halen. Ze zijn individualistisch en staan open voor vernieuwing en verandering. Daarnaast zijn ze impulsief, vrij van traditie en normen en internationaal georiënteerd. Achievers gaan ieder jaar ongeveer één keer lang en twee keer kort op vakantie. Internet is een belangrijke bron voor hen. Ze zijn vaak de eersten die gebruik maken van nieuwe mogelijkheden. In deze doelgroep zitten veel twintig- tot dertigjarigen met een gemiddeld opleidingsniveau en iets boven modaal inkomen.