



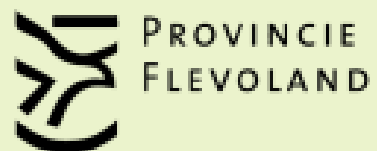
LEEFSTIJLVINDER

Live

**SAMEN IMPACT
MAKEN MET DE
LEEFSTIJLVINDER**

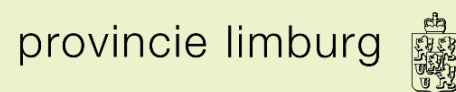
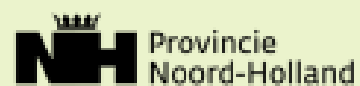
#LSVLIVE

≡ provincie
Gelderland



provinsje fryslân
provincie fryslân

provincie
Drenthe



Provincie Noord-Brabant

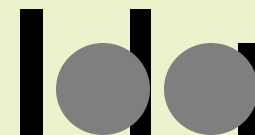




Insiders.



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing



landelijke
data
alliantie

SAMEN IMPACT MAKEN: DIT ZIJN WIJ



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

GEBIEDSPOSITIONERING EN -MARKETING



ruimte & vrije tijd
onderzoek en advies

VRAAG/AANBOD ANALYSES EN MARKTONDERZOEK

Avontuurzoeker



Inspiratie beleving van de verblijfsaccommodatie

Eetconcepten op basis
van de laatste trends



Blote voetenpad



Vuurplaats waar men kan samenkomen



Vrij kunnen ravotten in de natuur



Lekker je gang kunnen gaan op een
buiten klimwand

Creative activiteiten, zoals schilderen





BESTEMMINGS- ONTWIKKELING



BEZOEKERSMANAGEMENT EN LEEFSTIJLEN



Insiders.

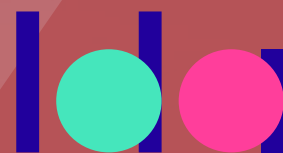
**360 DESTINATIE
MARKETING**





**MARKET
RESPONSE**

**ONDERZOEK, DATA
EN INSIGHTS**



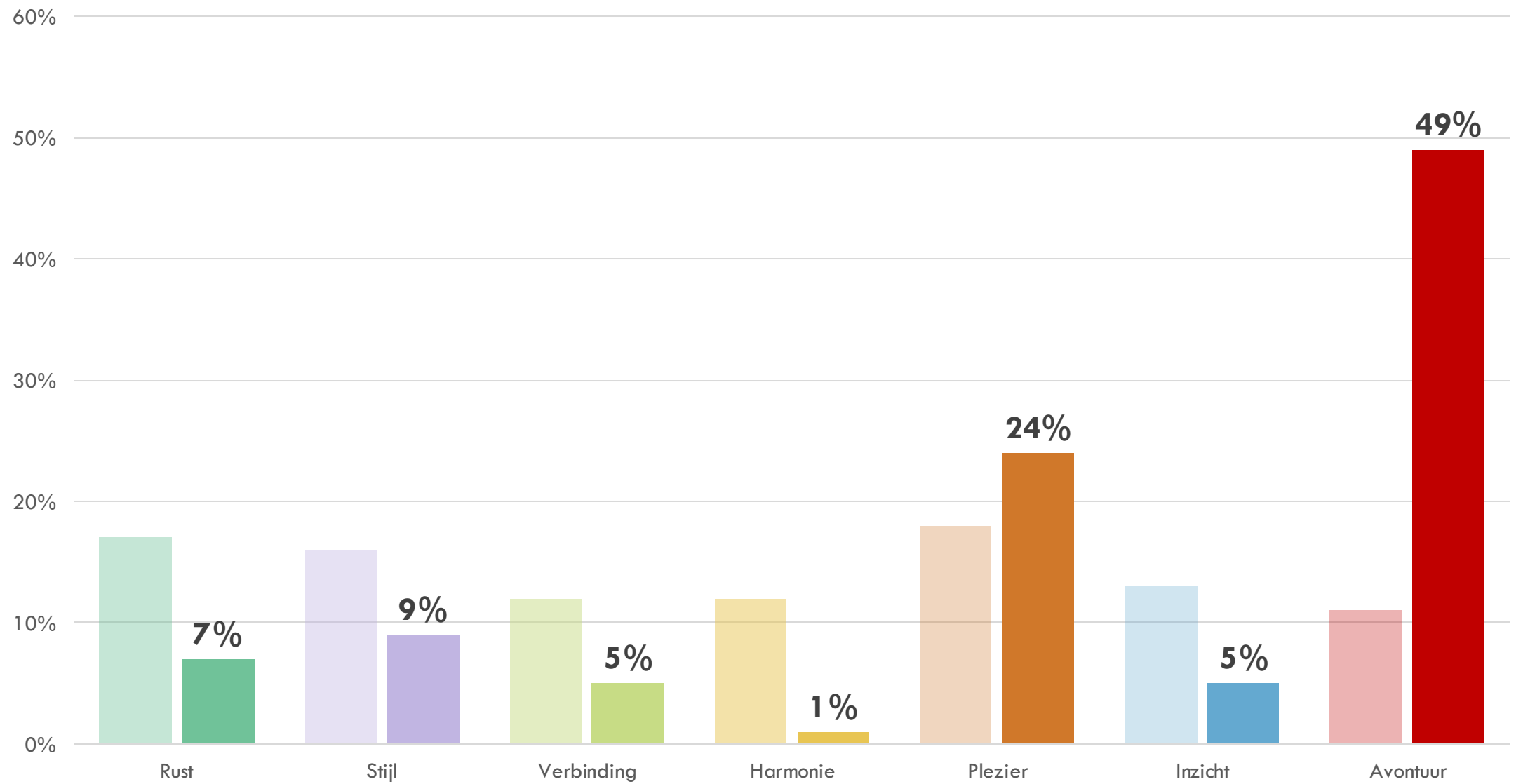
landelijke
data
alliantie

DATA EN KENNISDELING TOERISME EN RECREATIE

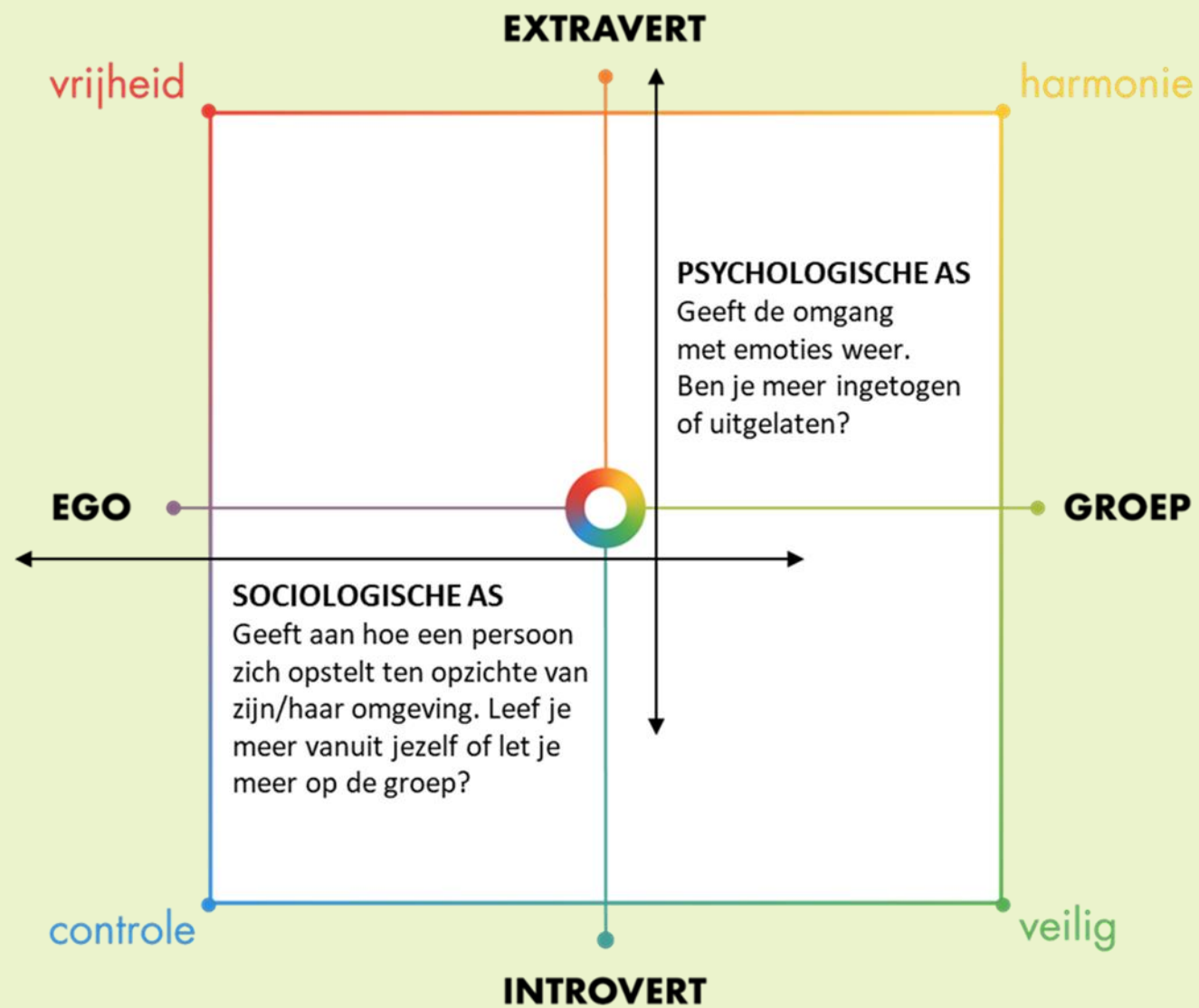


SAMEN IMPACT MAKEN: **WIE BEN JIJ?**





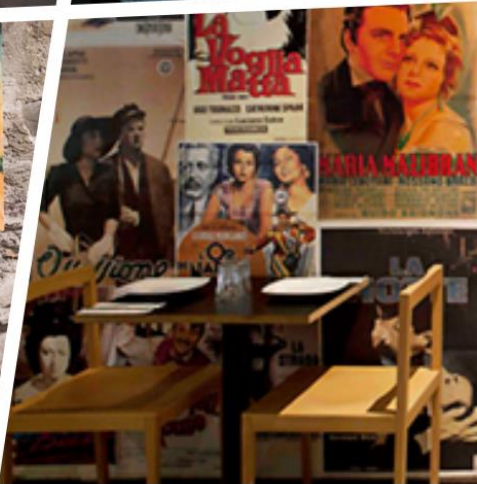
SAMEN IMPACT MAKEN: ERVAREN OF BEGINNER?



AVONTUURZOEKERS:

Zoekt nieuwe en bijzondere ervaringen

- Avontuurlijk
- Creatief
- Zelfontwikkeling
- Assertief
- Extravert
- Eigenwijs



PLEZIERZOEKERS:

Zoekt vermaak, gezelligheid
en plezier

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



HARMONIEZOEKER:

Zoekt gezelligheid en
vermaak

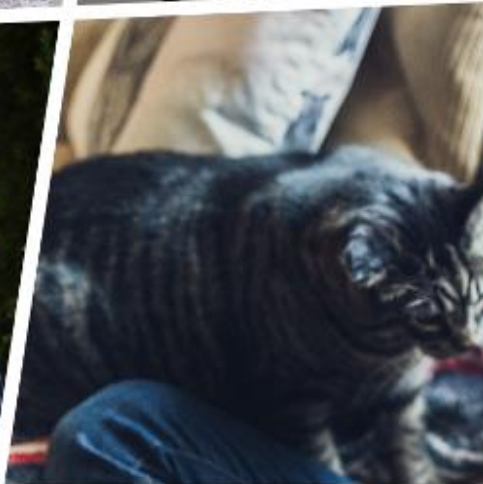
- Sociaal
- Hartelijk
- Vrolijk
- Zachtaardig
- Doe maar normaal
- Gemoedelijk



RUSTZOEKERS:

Zoekt rust en even geen gedoe

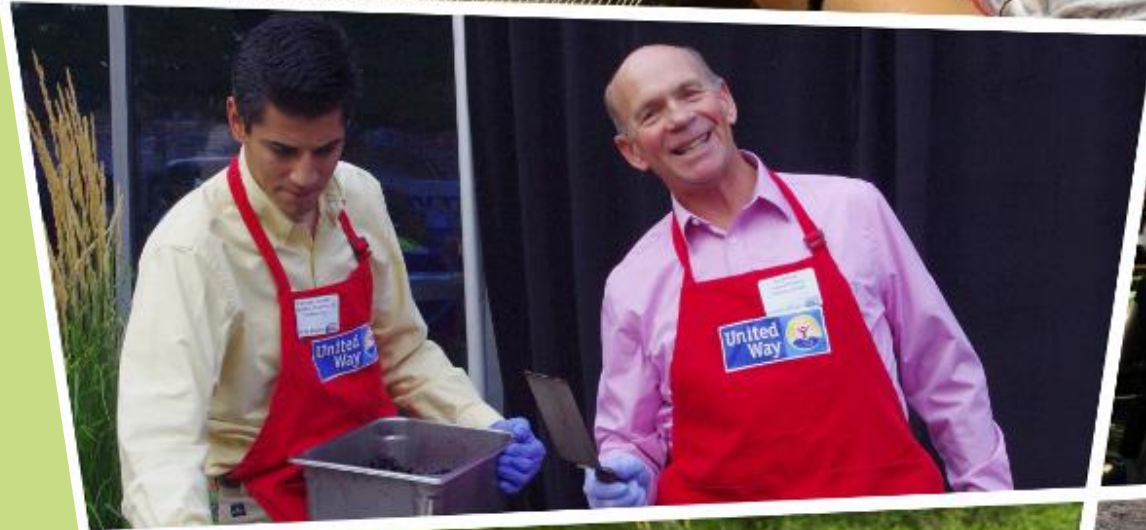
- **Kalm**
- **Bedachtzaam**
- **Behulpzaam**
- **Zachtaardig**
- **Gewoon**
- **Huiselijk**



VERBINDINGSZOEKERS:

zoekt gezelligheid, genieten en ontspanning

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



INZICHTZOEKERS:

Zoekt rust, verdieping en
nieuwe inzichten

- **Bedachtzaam**
- **Leergierig**
- **Rationeel**
- **Zelfontplooiing**
- **Introvert**
- **Serieus**

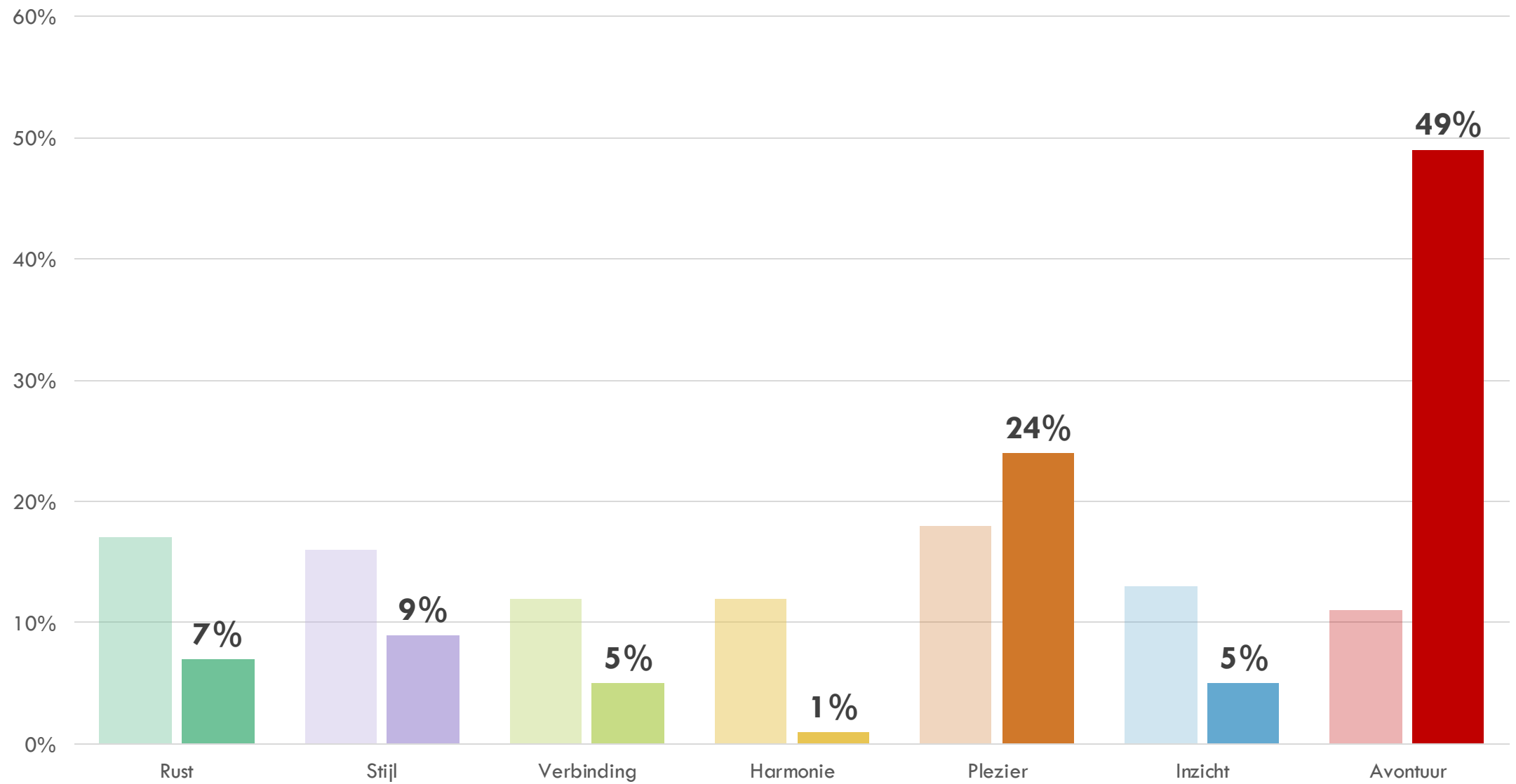


STIJLZOEKERS:

Zoekt uitdaging, prikkeling en luxe

- **Gedreven**
- **Zelfverzekerd**
- **Doelgericht**
- **Ondernemend**
- **Ambitieux**
- **Sportief**





A woman with red hair, wearing a green vest over a white shirt and green pants, and a man in a white shirt and red pants are standing on a cobblestone street, looking up at a large mural on a building wall. The mural features stylized, colorful figures. A black street lamp is visible on the left. The background is a mix of a real street scene and a stylized, geometric, low-poly illustration of buildings and figures in shades of purple and pink.

LEEFSTIJLVINDER

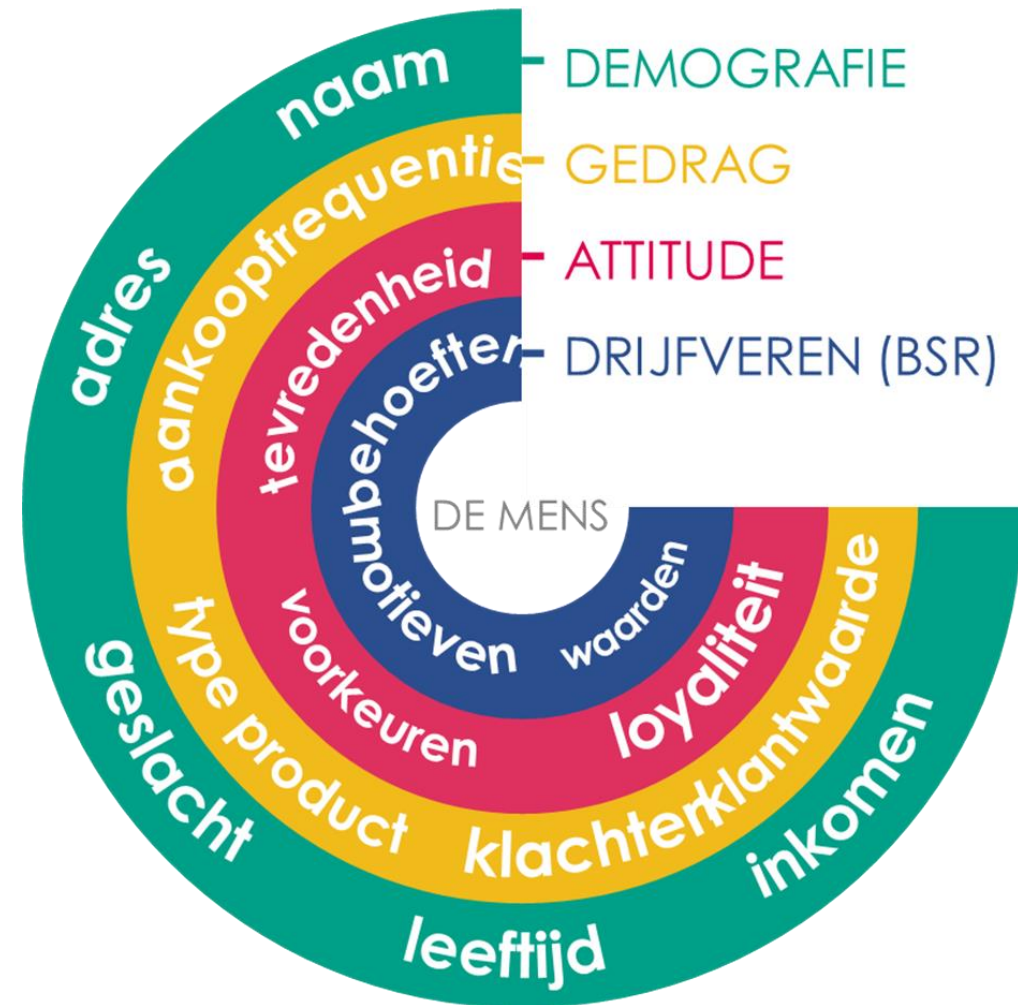
Live

**WAAR KOMEN WE
VANDAAN?
WAAR GAAN WE
HEEN?**

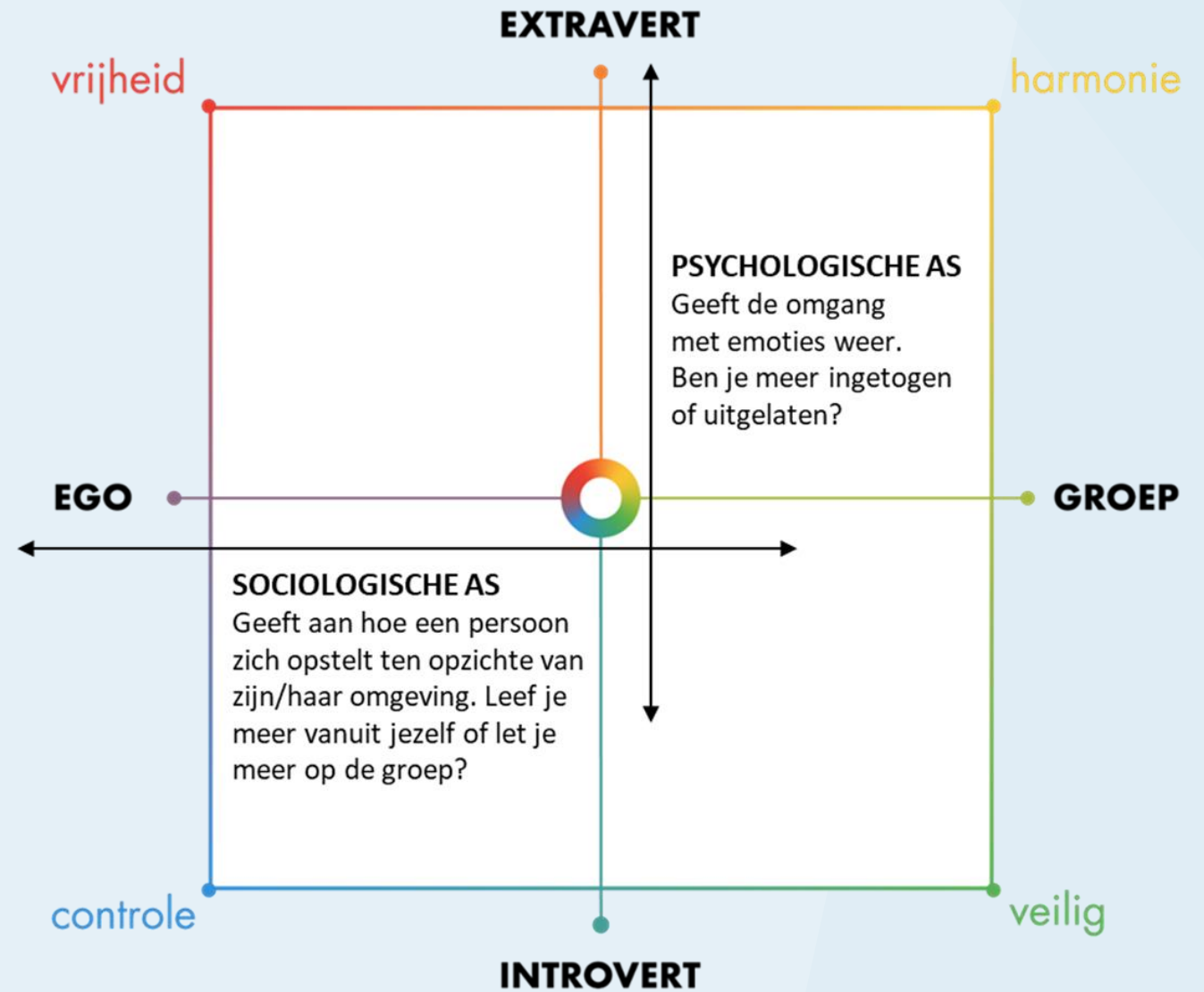
2000

De geboorte
van **BSR**

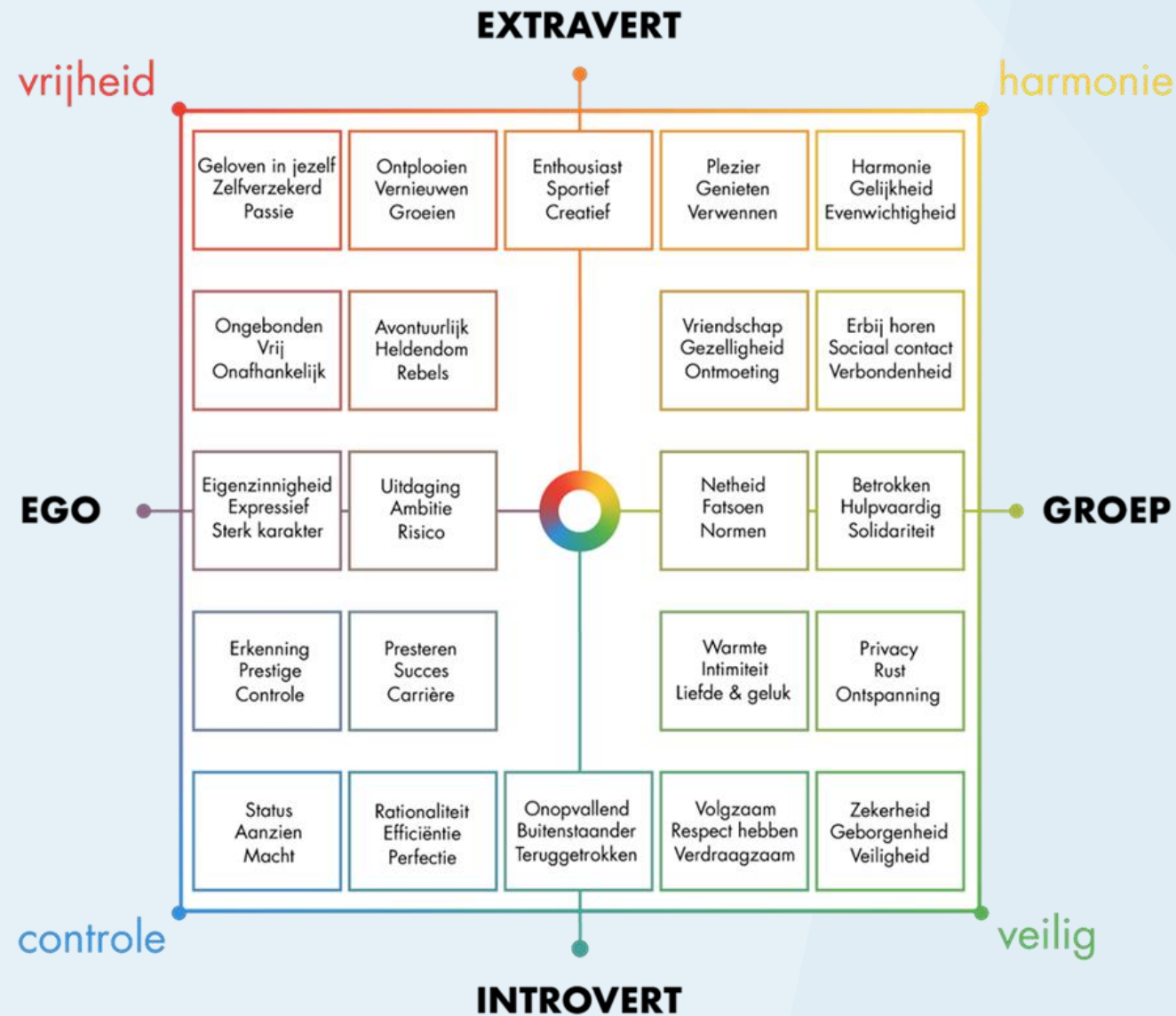
2000



2000



2000



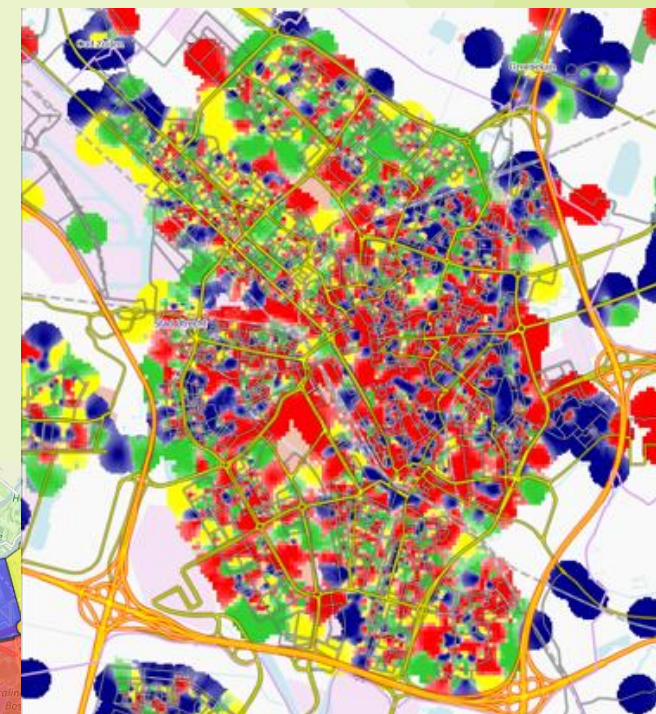
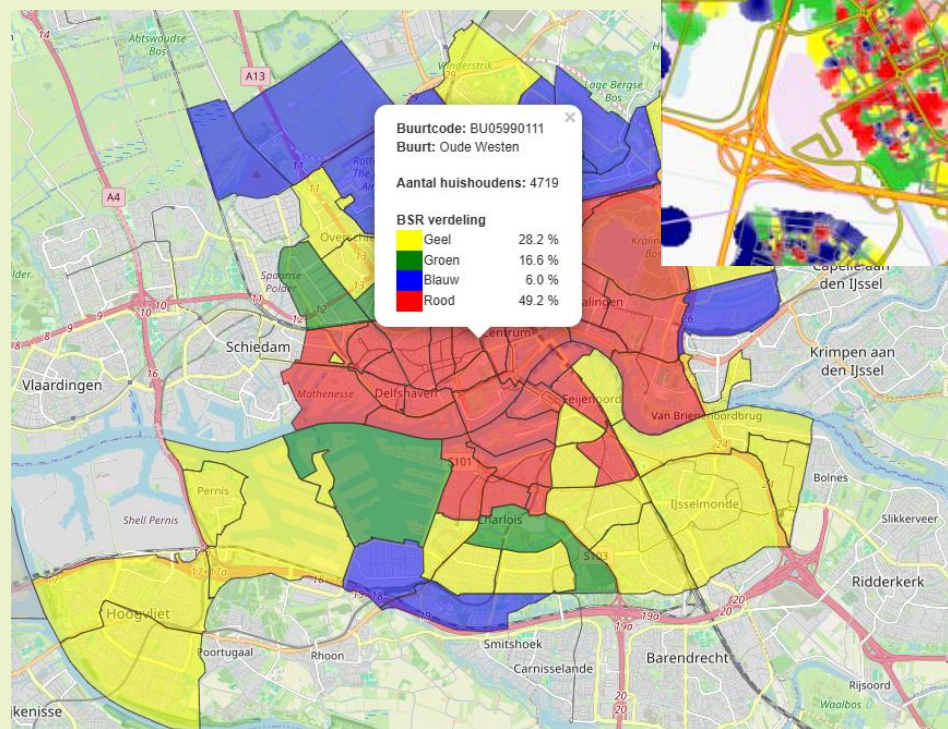
2008

**BSR wordt
vertaald naar
sector
gastvrijheid**

2010

BSR op de kaart:
profielen inwoners
+ locaties

2010



2017

**Leefstijlvinder ziet
levenslicht:**

Focus op toerisme en
vrije tijd



Harmoniezoekers
"Als het maar gezellig is."



Rustzoekers
"Ik blijf liever dicht bij huis,
dan dat ik ver weg ga."



Avontuurzoekers
"Ik ontdek liever iets
nieuws, dan dat ik de
massa achterna loop."



Plezierzoekers
"Ik houd van
plekken waar veel
gebeurt."



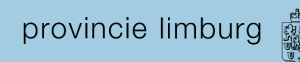
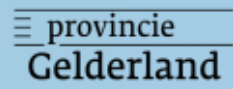
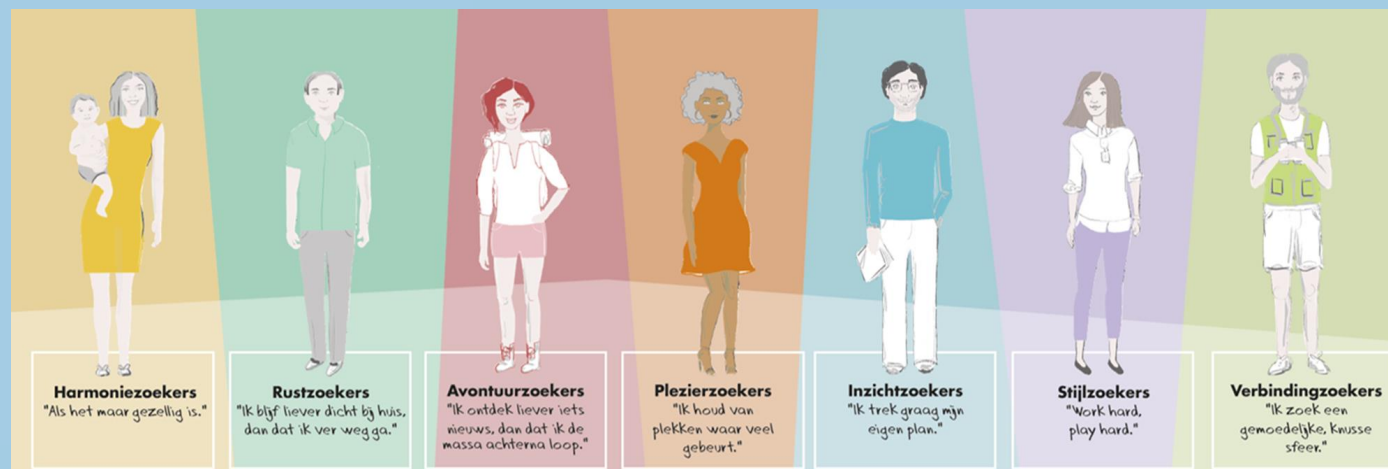
Inzichtzoekers
"Ik trek graag mijn
eigen plan."



Stijlzoekers
"Work hard,
play hard."



Verbindingzoekers
"Ik zoek een
gemoedelijke, knusse
sfeer."



2017

2021

Van data naar
praktijk per thema:
toolkits

2022



2023

Verdiepend
onderzoek:
**Toolkit cultuur en
erfgoed**

2023



2024

Uitbreiding naar
maatschappelijke
trends:

Toolkit duurzaamheid

2024



2024

**Innovatie: AI hulp bij
gebruik Leefstijlvinder**

2024

Content
genereren

Leer
segmenten
kennen



BSR AI ASSISTENT

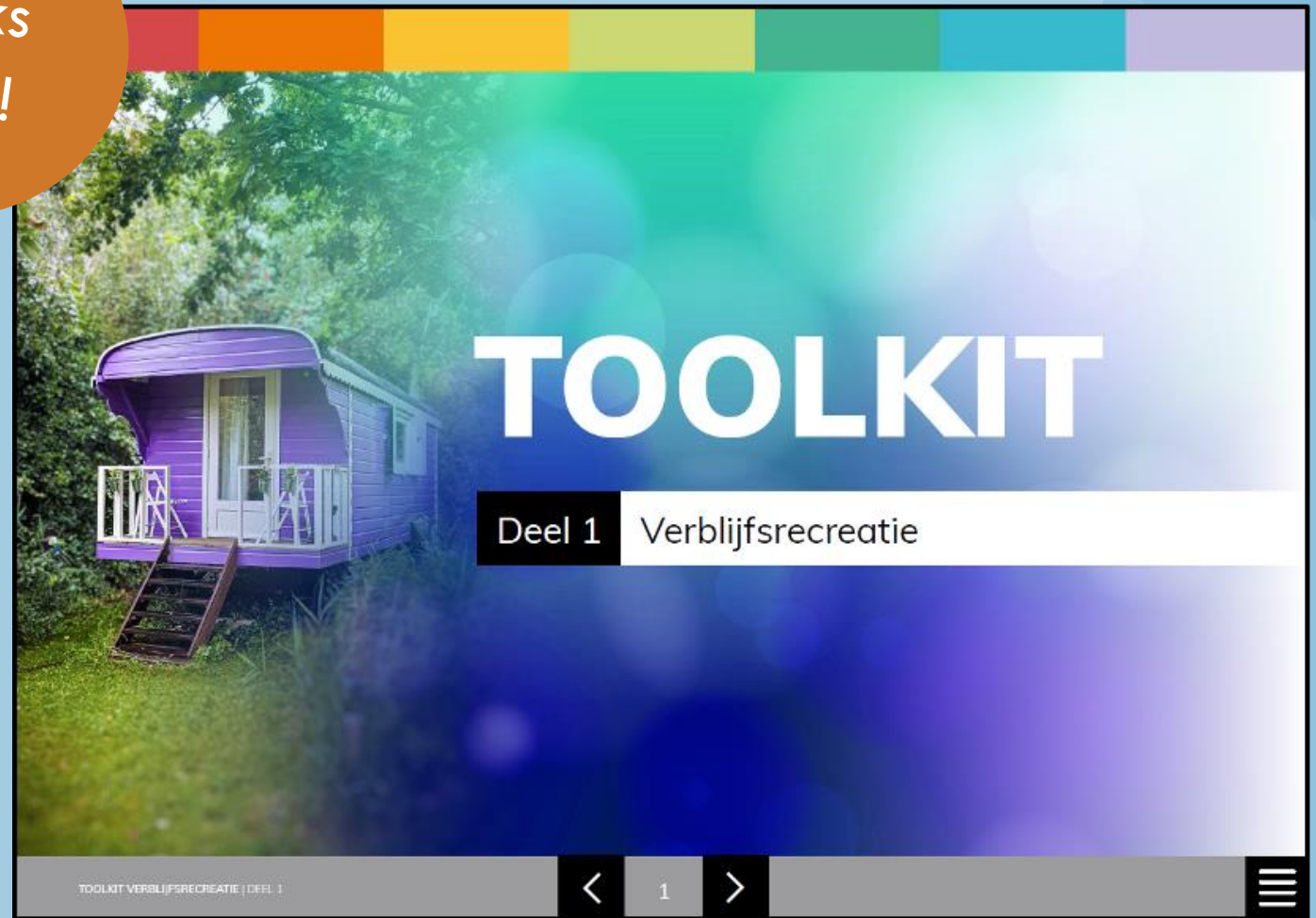
Concepten en
vragen
voorleggen

2025

Lancering Toolkit verblijfsrecreatie

2025

Straks
meer!





LEEFSTIJLVINDER

Live

Next up:

VAN VERWARRING NAAR VERWONDERING

DE LEEFSTIJLVINDER ALS KOMPAS
VOOR GROEI



Angelique Joosten
Recreatiepark de Leistert

Van verwarring naar verwondering

De leefstijlvinder als kompas voor groei

06-11-2025



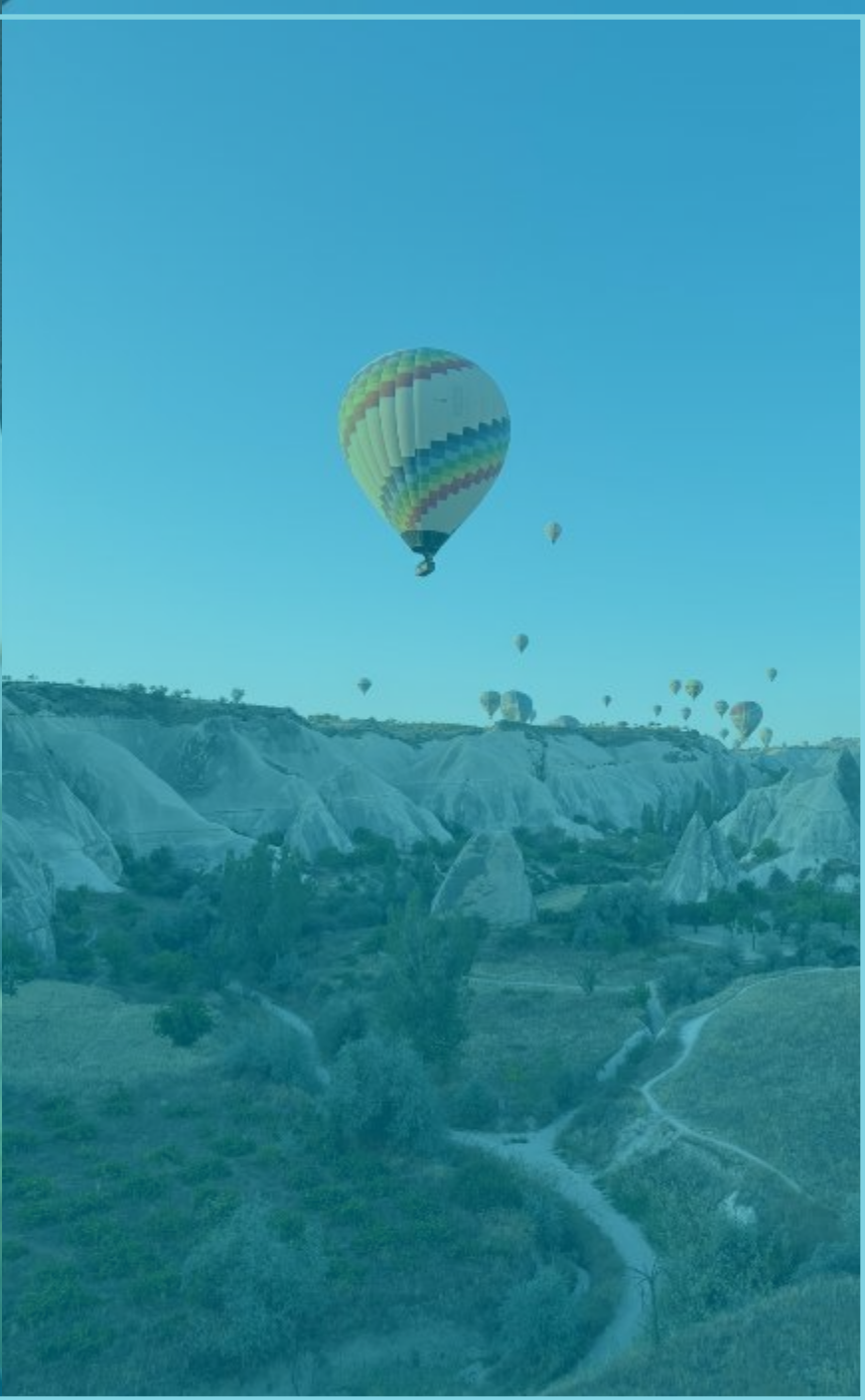
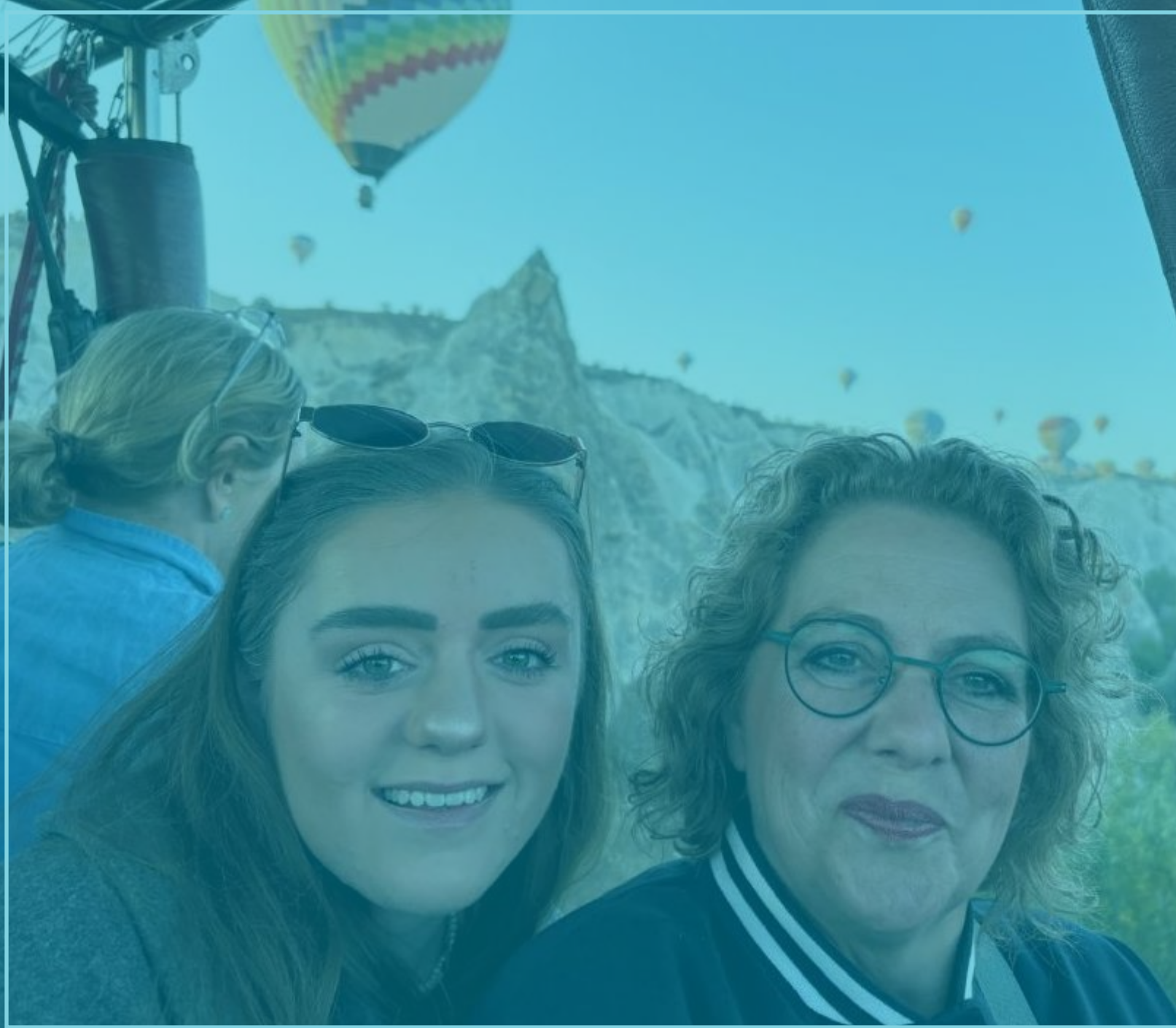
Even voorstellen:
Angelique Joosten

Directeur/Bestuurder Recreatiepark de Leistert

30+ jaar ervaring in recreatie & toerisme
Leefstijl: Avontuurlijk Paars - Stijlzoeker







Recreatiepark de Leiestert

📍 90 hectare plezier

👥 168.000 gasten per jaar

💼 270 medewerkers (vast & flexibel)

💰 32 miljoen (bruto)omzet

💬 Eén missie: "Jouw lach maakt onze dag."



Terug naar 2013 – toen was het anders



We waren een verouderd park



Voor eigenlijk iedereen

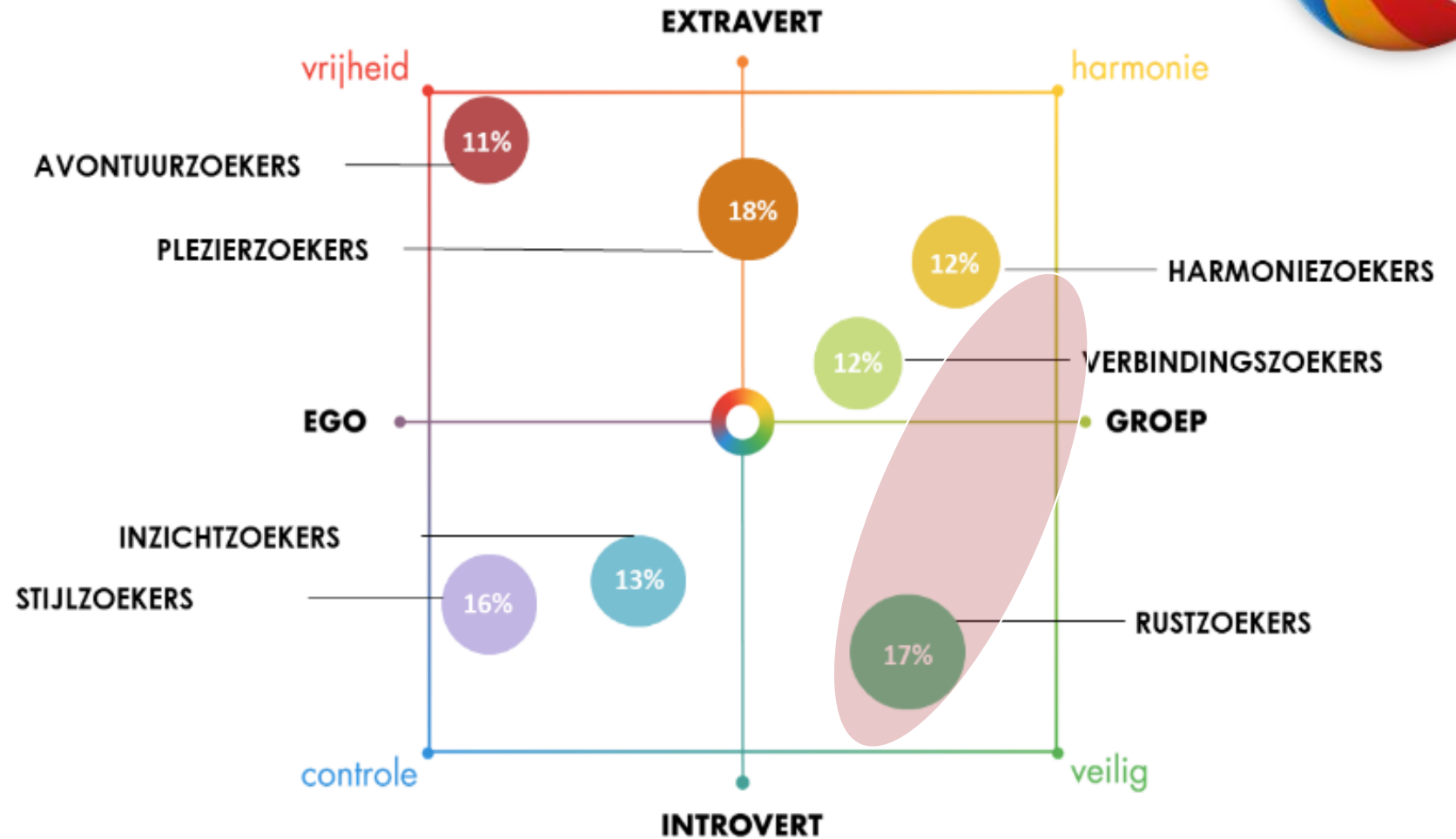


En daardoor eigenlijk voor niemand



Recreatiepark de Leistert

De verkeerde match



Recreatiepark de Leistert

De verkeerde match

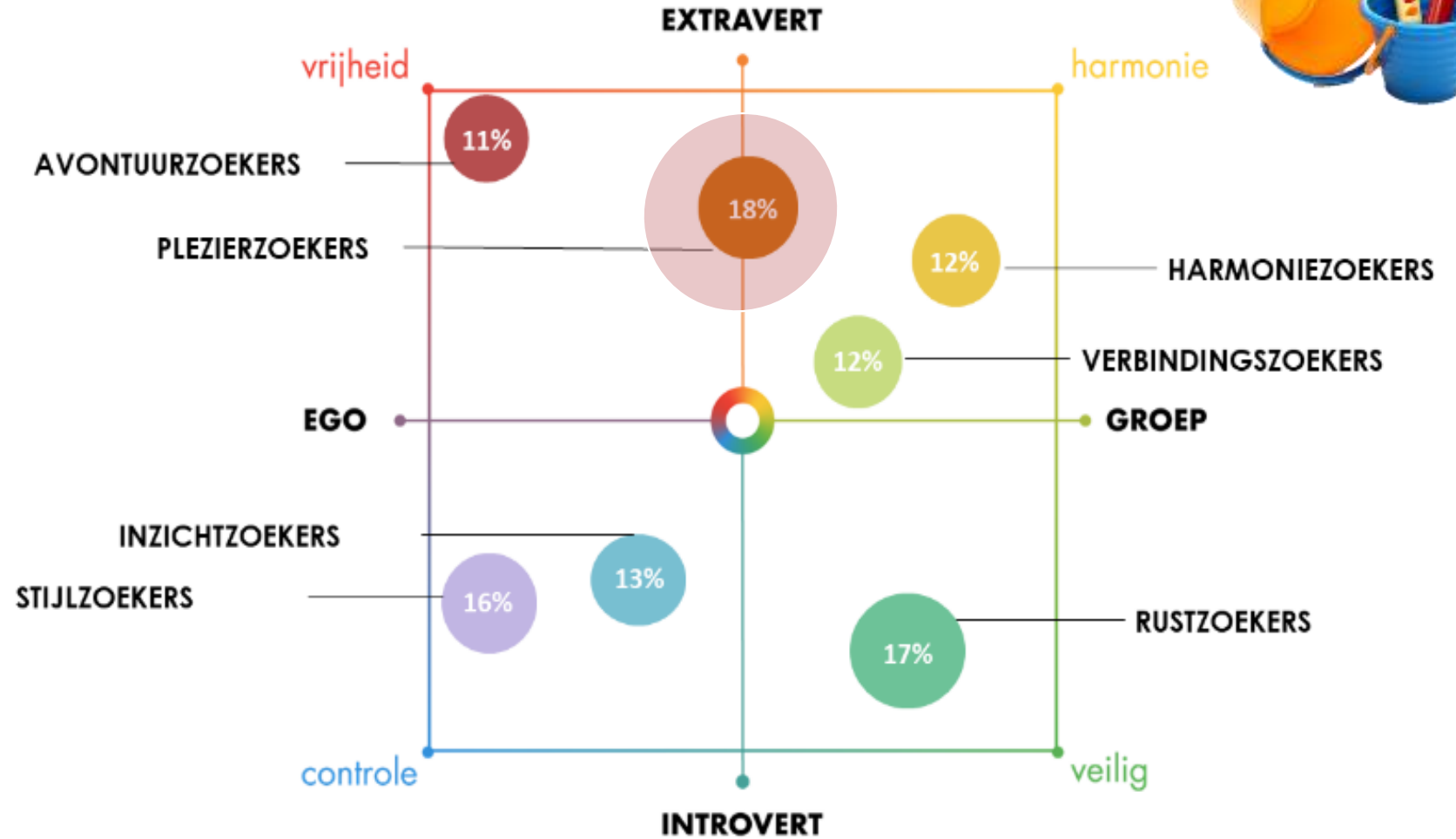
Rustzoeker:

- 17% van de NL bevolking (aanbod recreatie voor deze doelgroep 65% = overaanbod)
- Tot rust komen is het credo, paste niet bij de massaliteit van de Leistert
- Behoefte aan privacy paste niet bij de omvang van de Leistert
- Vakantie kan ook betekenen, gewoon thuisblijven, dat is niet waar de Leistert het voor doet
- Deze doelgroep besteed minder geld aan vrije tijd en is minder draagkrachtig



Recreatiepark de Leistert

De ontdekking:
Wij zijn een park
voor de
Plezierzoeker



Recreatiepark de Leistert

Kansen vanaf
2014



Plezierzoeker:

- 18% van de NL bevolking, veel aanbod voor deze groep bijgekomen in de laatste jaren, in 2013 was er slechts 8% aanbod.
- Spontaan, vrolijk en gezellig. Leuke dingen doen is het credo!
- Hoe meer zielen, hoe meer vreugd (dat past bij de omvang van de Leistert) en hoe vaker, hoe beter!
- Een doelgroep met 46% gezinnen in hun populatie.
- Zoeken wel aanbiedingen, maar zijn ook bereid om te geld te besteden om een leuke tijd te hebben.
- Ze willen verrast worden, verblijfsmogelijkheden of horeca die standaard of voorspelbaar is, past deze groep minder.

De kracht van durven kiezen



De kracht van durven kiezen



Recreatiepark de Leistert

🎯 Eén leefstijl als uitgangspunt

🏠 Producten vernieuwd

🍷 Horeca afgestemd

🎪 Activiteiten en communicatie herbouwd



De kracht van durven kiezen



De kracht van durven kiezen



Recreatiepark de Leistert

🎯 Eén leefstijl als uitgangspunt

🏠 Producten vernieuwd

🍷 Horeca afgestemd

🎪 Activiteiten en communicatie
herbouwd



Recreatiepark de Leistert

🎯 Eén leefstijl als uitgangspunt

🏠 Producten vernieuwd

🍽️ Horeca afgestemd

🎪 Activiteiten en communicatie herbouwd



De kracht van durven kiezen



De kracht van durven kiezen



Recreatiepark de Leistert

🎯 Eén leefstijl als uitgangspunt

🏠 Producten vernieuwd

🍷 Horeca afgestemd

🎪 Activiteiten en communicatie herbouwd



Recreatiepark de Leistert

🎯 Eén leefstijl als uitgangspunt

🏠 Producten vernieuwd

🍷 Horeca afgestemd

🎪 Activiteiten en communicatie
herbouwd



Recreatiepark de Leistert

Weet je het nog? Die oude horeca



Van eten naar beleven



Van eten naar beleven



Recreatiepark de Leistert

🎯 Eén leefstijl als uitgangspunt

🏠 Producten vernieuwd

📺 Horeca afgestemd

🎪 Activiteiten en communicatie herbouwd



Recreatiepark de Leistert

🎯 Eén leefstijl als uitgangspunt

🏠 Producten vernieuwd

🍷 Horeca afgestemd

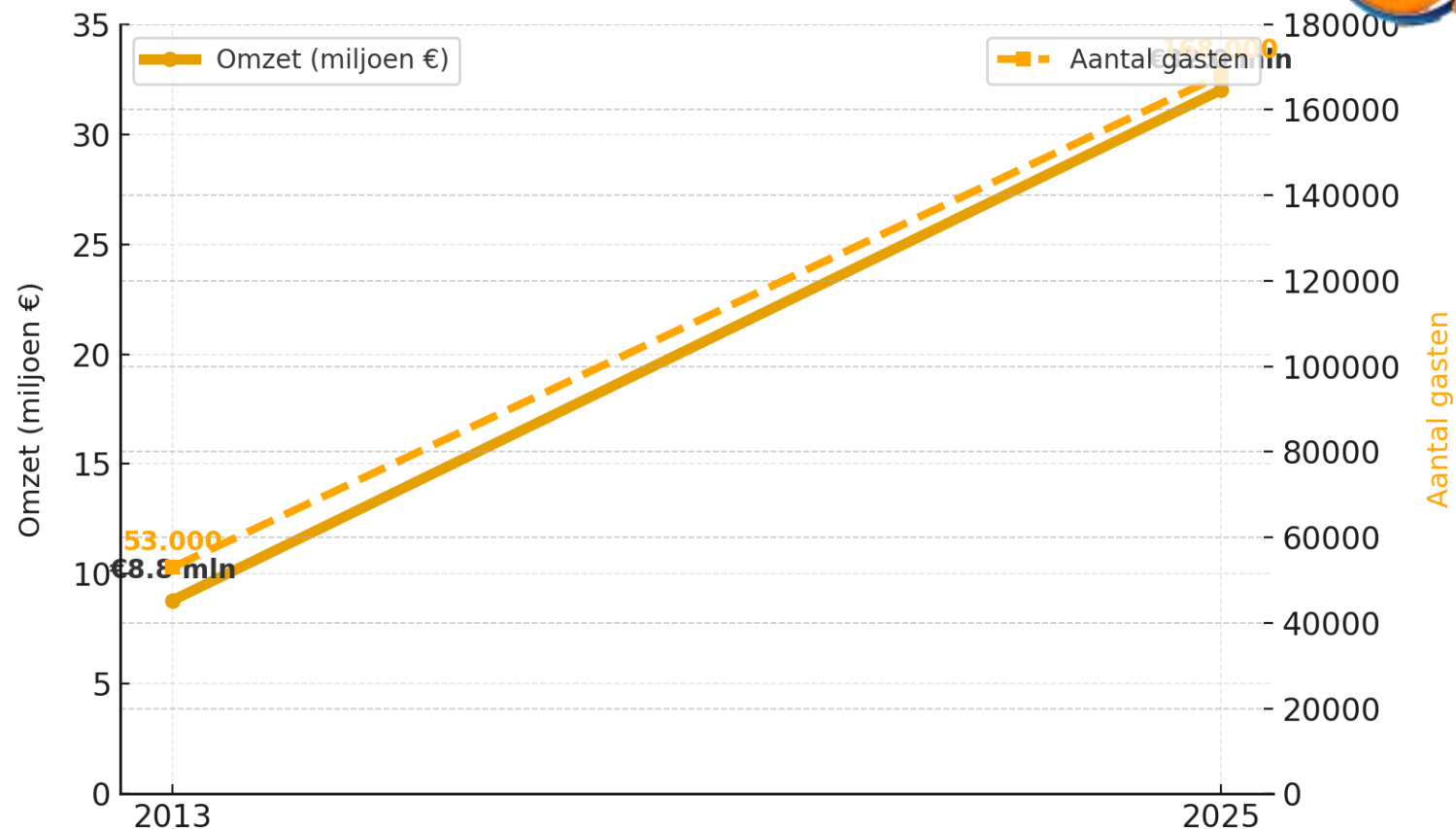
🎪 Activiteiten en communicatie herbouwd



Recreatiepark de Leistert

- 🧑 +260% groei in omzet
- 💬 +200% meer gasten
- 🌍 25 miljoen regionale impact

De kracht van durven kiezen - Groei 2013 → 2025



Recreatiepark de Leistert

De (maatschappelijke) impact



- Een 100% toeristische organisatie, in 10 jaar gegroeid van ca. 7 miljoen omzet naar ca. 32 miljoen omzet (bruto)
- Aantal gasten gestegen van 53.000 naar 168.000 in 10 jaar
- Economische impact in de regio (door de Leistert en haar gasten) lopen op tot ruim 25 miljoen
- Directe en indirecte werkgelegenheid door de Leistert (in de regio) loopt op tot 360 FTE
- Opbrengst toeristenbelasting voor de Gemeente Leudal > 1 miljoen
- Een van de grootste werkgevers binnen de Gemeente Leudal

Recreatiepark de Leistert

Niet alles gaat
vanzelf

Niet alles is goud wat er blinkt

- Regionale samenwerking blijft lastig
- Politiek is wispelturig
- Gemeenten denken te vaak in stenen, niet in mensen
- Regiobranding versnipperd



Recreatiepark de Leistert

Wat als.....

Wat als DMO's ondernemers écht zouden helpen kiezen?



- Wat zou er gebeuren als een DMO, of een gemeente, of een samenwerkingsverband een ondernemer echt helpen kiezen?

**Want toerisme
voor iedereen**

*Is toerisme voor
niemand*



Welke leefstijl past écht bij jullie bestemming?



En hoe help je ondernemers die keuze te maken?

Recreatiepark de
Leistert

Vragen?



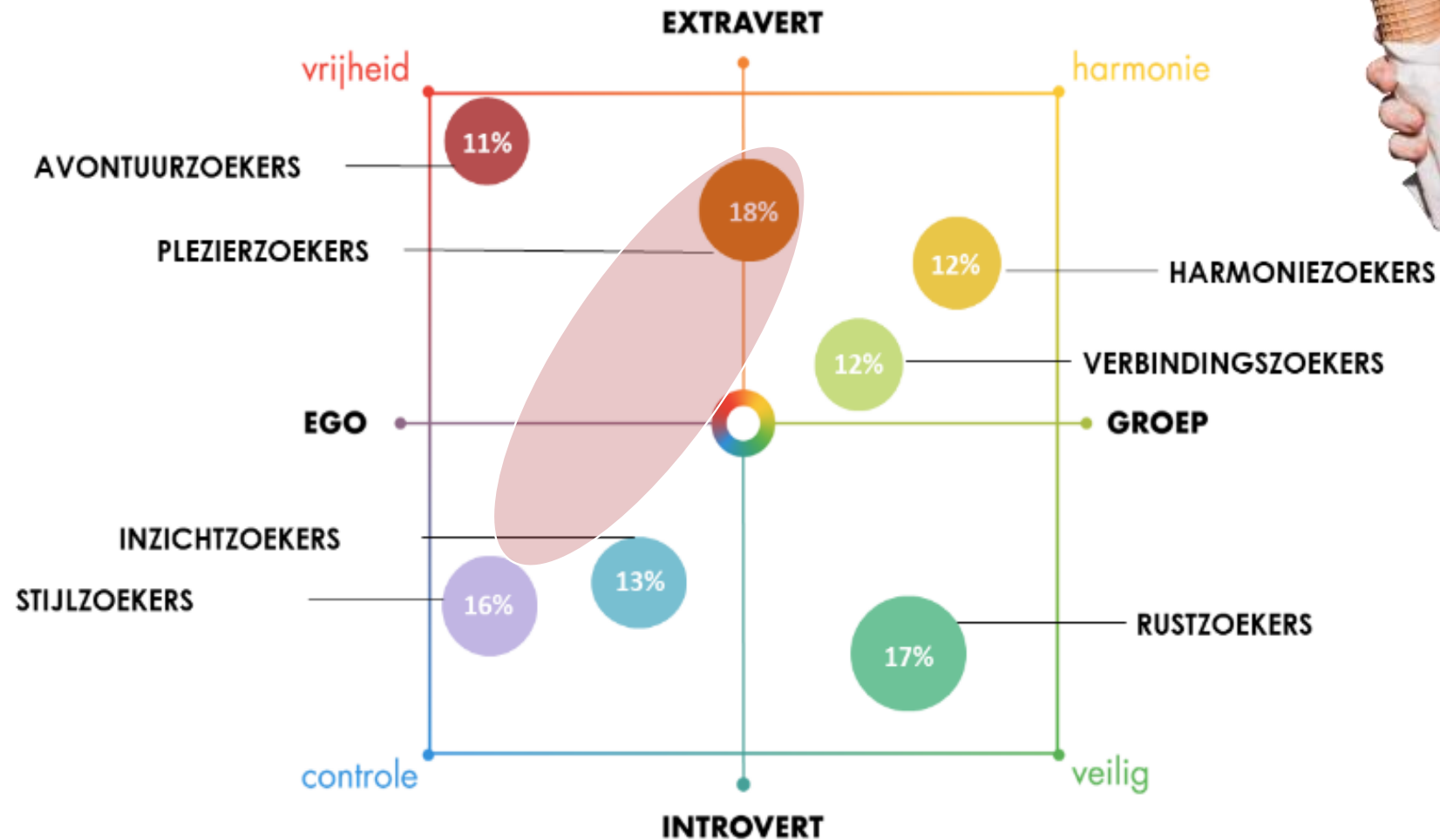
Op weg naar de toekomst

*Meerjarenstrategie voor
product en organisatie*



Recreatiepark de Leistert

Doelgroep na
2027



Recreatiepark de Leistert

Van zwemmen
naar beleven



Recreatiepark de Leistert

Op weg naar de
toekomst



LEEFSTIJLVINDER *Live*

VAN VERWARRING NAAR VERWONDERING

**DE LEEFSTIJLVINDER ALS
KOMPAS VOOR GROEI**



Download
de presentatie



LEEFSTIJLVINDER

Live

Vragen?

JULLIE VRAGEN AAN DEZE EXPERT UIT DE PRAKTIJK!

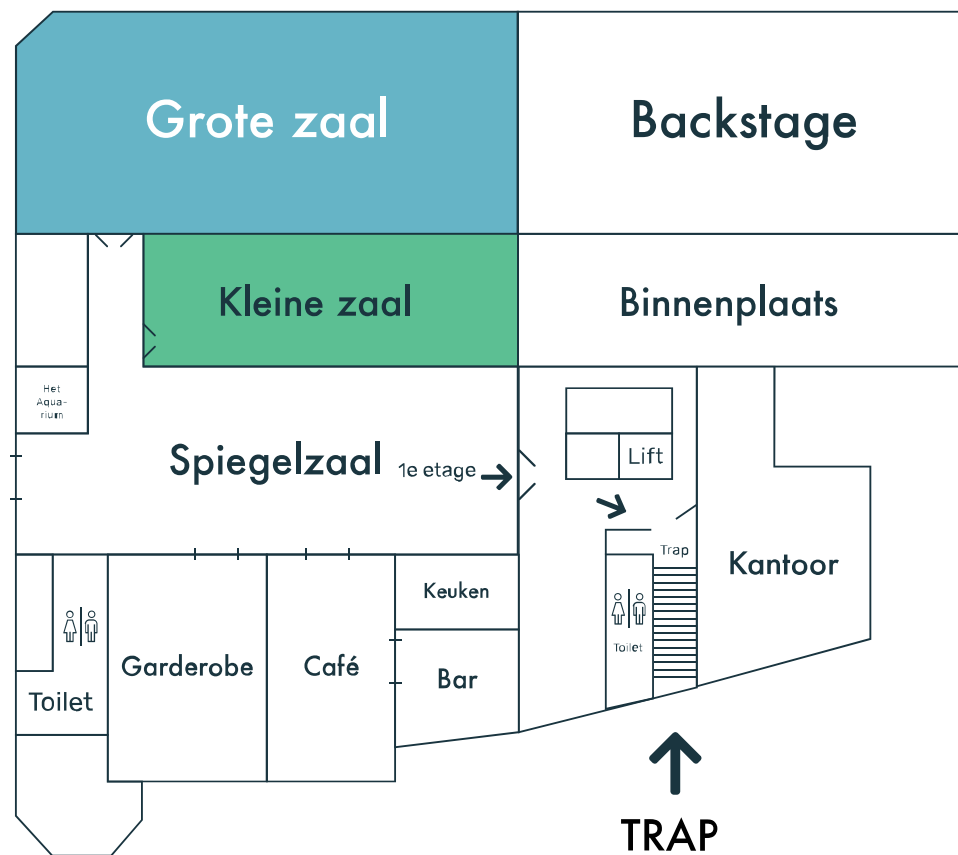
DE LEEFSTIJLVINDER ALS KOMPAS
VOOR GROEI



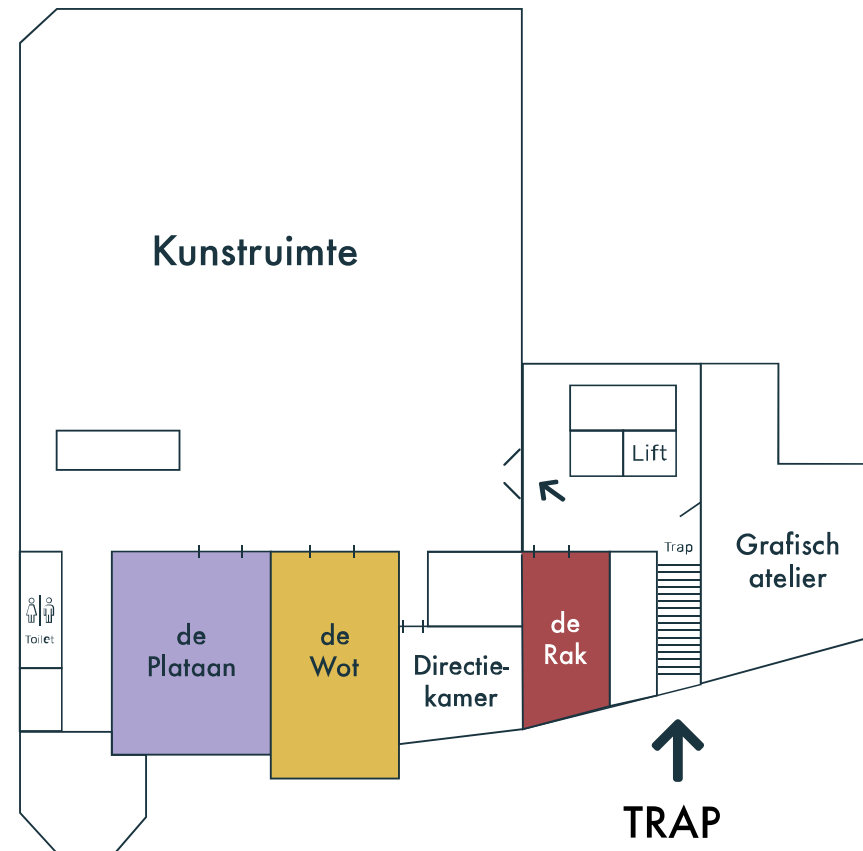
Angelique Joosten
Recreatiepark de Leistert

NU ZELF AAN DE SLAG!
CASES & WORKSHOPS RONDE 1

BEGANE GROND.



EERSTE VERDIEPING.



LEEFSTIJLVINDER  Live

Case

Ontwikkelen van bezoekersbeleving in Het Nationale Park De Hoge Veluwe

Linde Moors en
Timo van Boekel (Ginder)



Linde Boors
Ginder



Timo van Boekel
Ginder

LEEFSTIJLVINDER

Skills

Kleur bekennen, aanbod kleuren met de Leefstijlvinder

Ellen Ruiter en Nina Ruigrok
(Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd)



Ellen Ruiter
Bureau voor Ruimte
& Vrije Tijd



Nina Ruigrok
Bureau voor Ruimte
& Vrije Tijd

LEEFSTIJLVINDER Live

Skills

Aan de slag met de toolkit Natuurbeleving

Wessel Brocken (Bureau Buhrs)



Wessel Brocken
Bureau Buhrs

LEEFSTIJLVINDER  Live

Skills

Copywriting voor de leefstijlen

Jeske van Steen (Insiders)



Jeske van Steen
Insiders

LEEFSTIJLVINDER  Live

Case

De basis: het BSR-model & de Leefstijlvinder

David Verschoor en
Joyce van Geest (MarketResponse)



David Verschoor
MarketResponse



Joyce van Geest
MarketResponse

LUNCH & ONTMOETINGEN
EN DAARNA:
CASES & WORKSHOPS RONDE 2

LEEFSTIJLVINDER  Live

Skills

Innovatie in communicatie met de BSR AI Assistent

David Verschoor en
Joyce van Geest (MarketResponse)



David Verschoor
MarketResponse



Joyce van Geest
MarketResponse

LEEFSTIJLVINDER

Case

Bezoekers- management en leefstijlen Nationaal Park en Regio Zuid-Kennemerland

Marieke Kuipers (PWN) en
Romy Beudeker-Beemsterboer
(Bureau BUITEN)



Marieke Kuipers
PWN



**Romy Beudeker-
Beemsterboer**
Bureau BUITEN

LEEFSTIJLVINDER  Live

Case

Toekomstbeeld voor winkelstraat de Kamp in Amersfoort

Wessel Brocken (Bureau Buhrs)



Wessel Brocken
Bureau Buhrs

LEEFSTIJLVINDER 

Case

Contentmarketing voor leefstijlen

Dempsey Schijffelen en
Christy Prins-Put (Almere City Marketing)
en Simone Maas (Insiders)



Dempsey Schijffelen
Almere City Marketing



Christy Prins-Put
Almere City Marketing



Simone Maas
Insiders

LEEFSTIJLVINDER  Live

Skills

Aan de slag met de toolkit Cultuur- en erfgoedbeleving

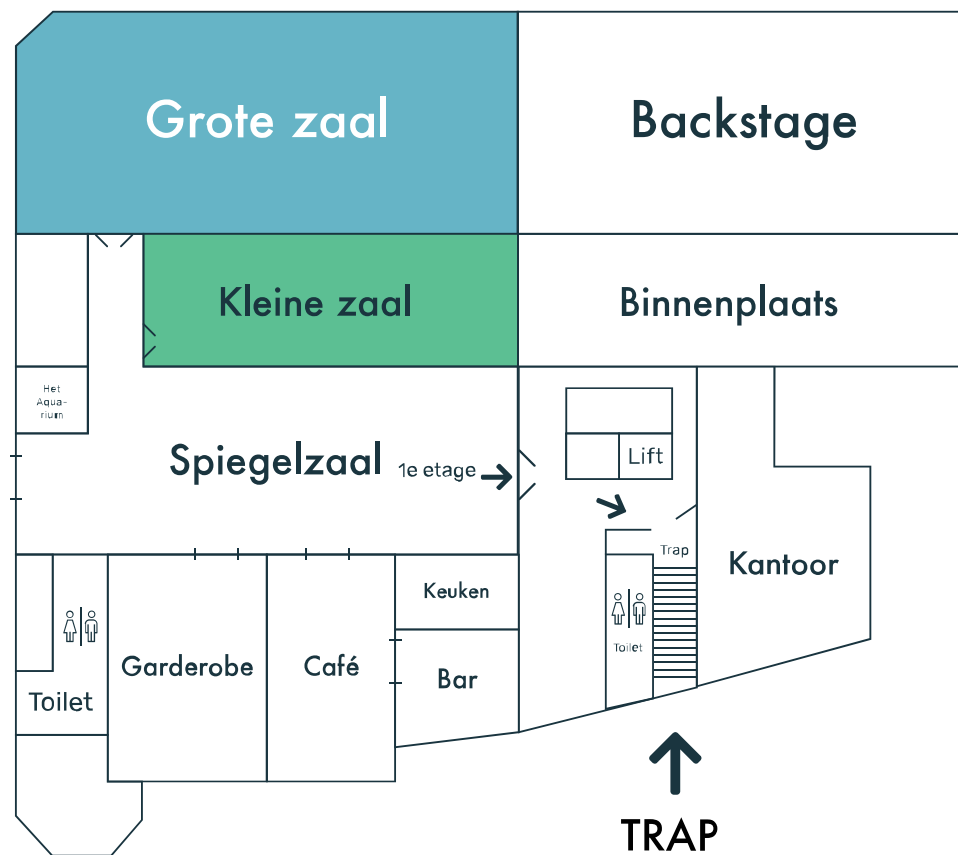
Saskia Veenstra (Ginder)



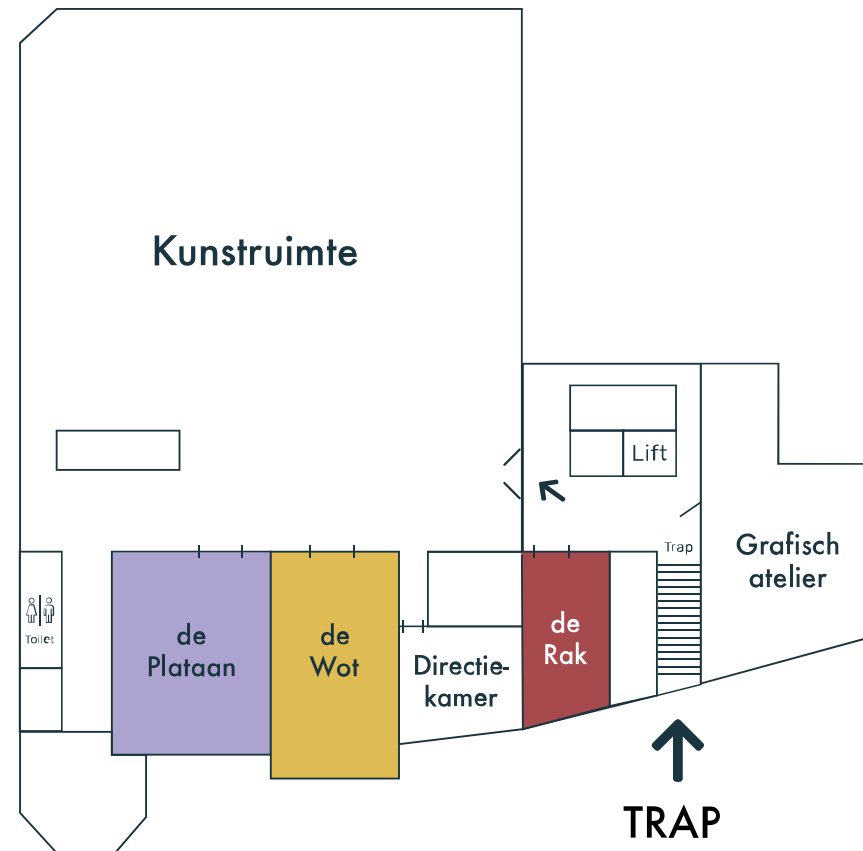
Saskia Veenstra
Ginder

VEEL PLEZIER MET ELKAAR!
KOFFIE & THEE STAAT KLAAR IN
DE WORKSHOP-RUIMTES

BEGANE GROND.



EERSTE VERDIEPING.





LEEFSTIJLVINDER

Live

**WELKOM
TERUG**

#LSVLIVE

A woman with long blonde hair, wearing a green vest over a white shirt and green pants, and a man in a white shirt and red pants are standing on a cobblestone street, looking up at a large mural on a building wall. The mural features stylized, colorful figures. A black street lamp is visible on the left. The background is a mix of a real street scene and a stylized, geometric, low-poly illustration of buildings in shades of purple and pink.

LEEFSTIJLVINDER

Live

LANCERING TOOLKIT 2025

#LSVLIVE



2022

Toolkit
Natuurbeleving



2023

Toolkit
Cultuur- en erfgoedbeleving



2024

Toolkit
Duurzaamheid



2025

Toolkit
Verblijfsrecreatie



2022

Toolkit
Natuurbeleving



2023

Toolkit
Cultuur- en erfgoedbeleving

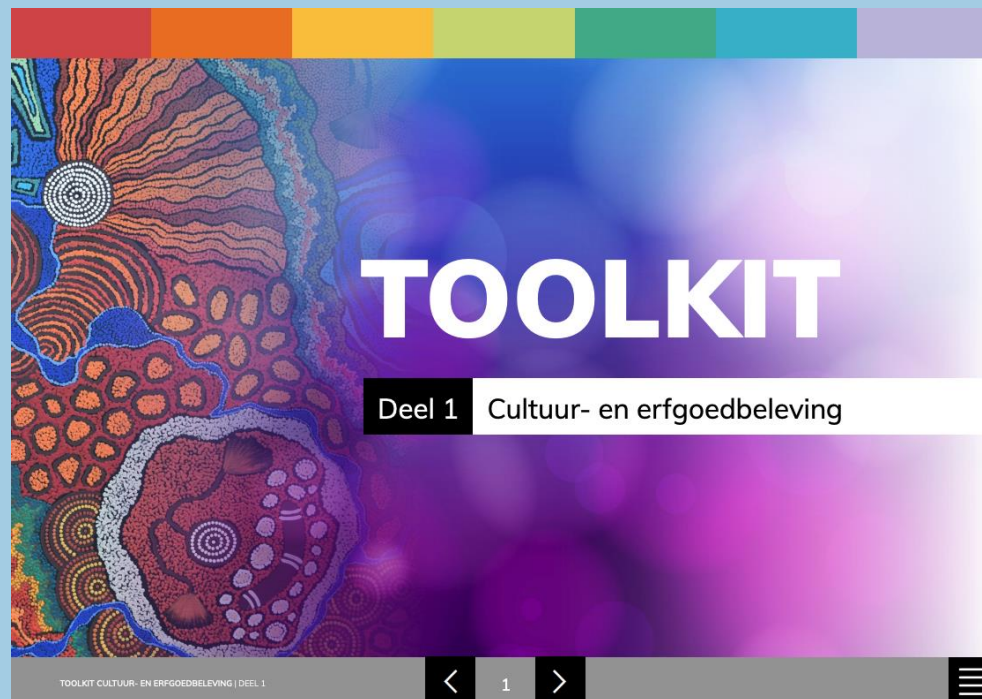


2024

Toolkit
Duurzaamheid



Verduurzamen



2022

Toolkit
Natuurbeleving

2023

Toolkit
Cultuur- en erfgoedbeleving

2024

Toolkit
Duurzaamheid



2
t
eving

2023

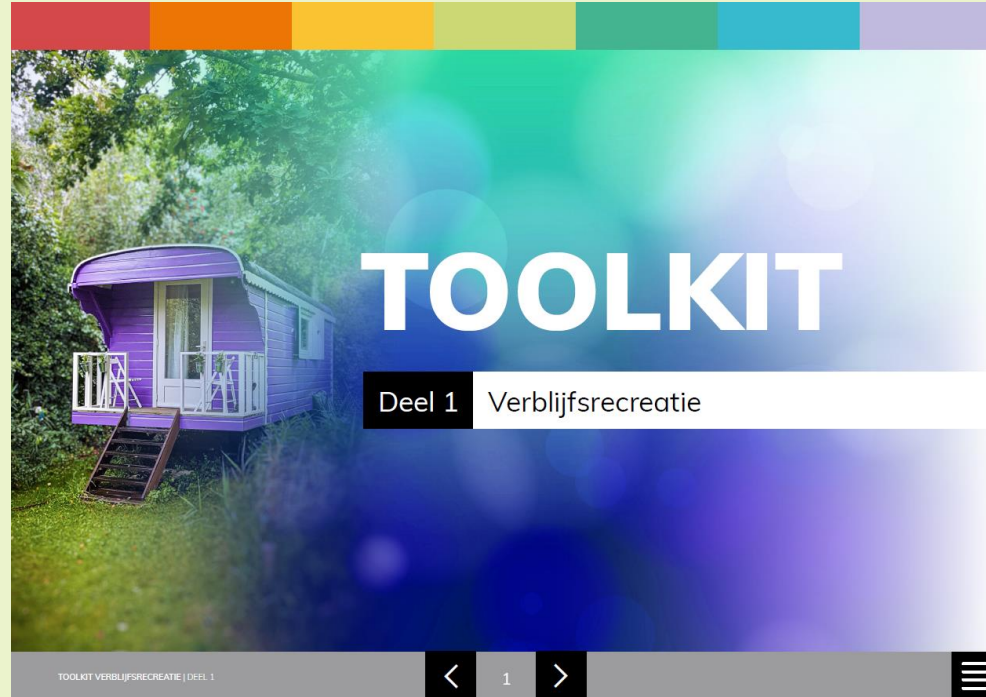
Toolkit
Cultuur- en erfgoedbeleving

2024

Toolkit
Duurzaamheid

2025

Toolkit
Verblijfsrecreatie



2023

Toolkit
Cultuur- en erfgoedbeleving

2024

Toolkit
Duurzaamheid

2025

Toolkit
Verblijfsrecreatie



2025: TOOLKIT VERBLIFSRECREATIE



LEEFSTIJLVINDER

Live

Next up:

LANCERING TOOLKIT VERBLIJFSRECREATIE



Jan Jaap Thijs

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd



Saskia Veenstra

Ginder



Romy Beudeker-Beemsterboer

Bureau BUITEN



Plezierzoeker: zoekt vermaak, gezelligheid en plezier

Spontaan

Avontuurlijk

Eigenwijs

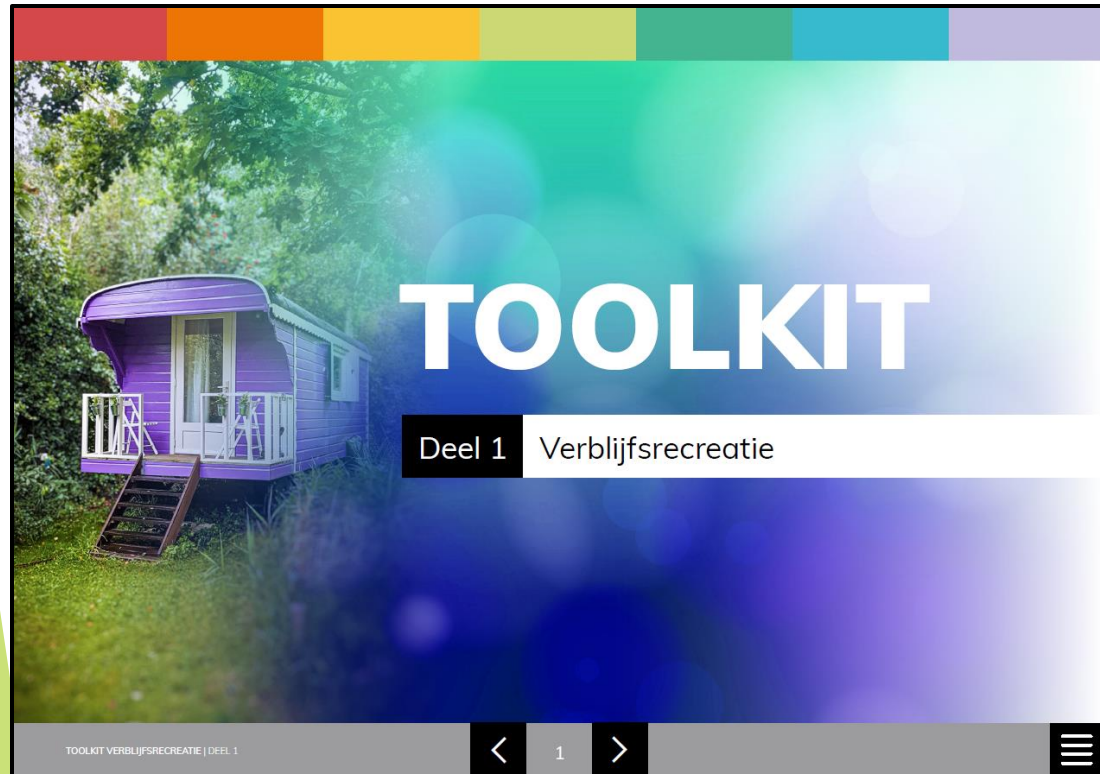
Vrolijk

Impulsief

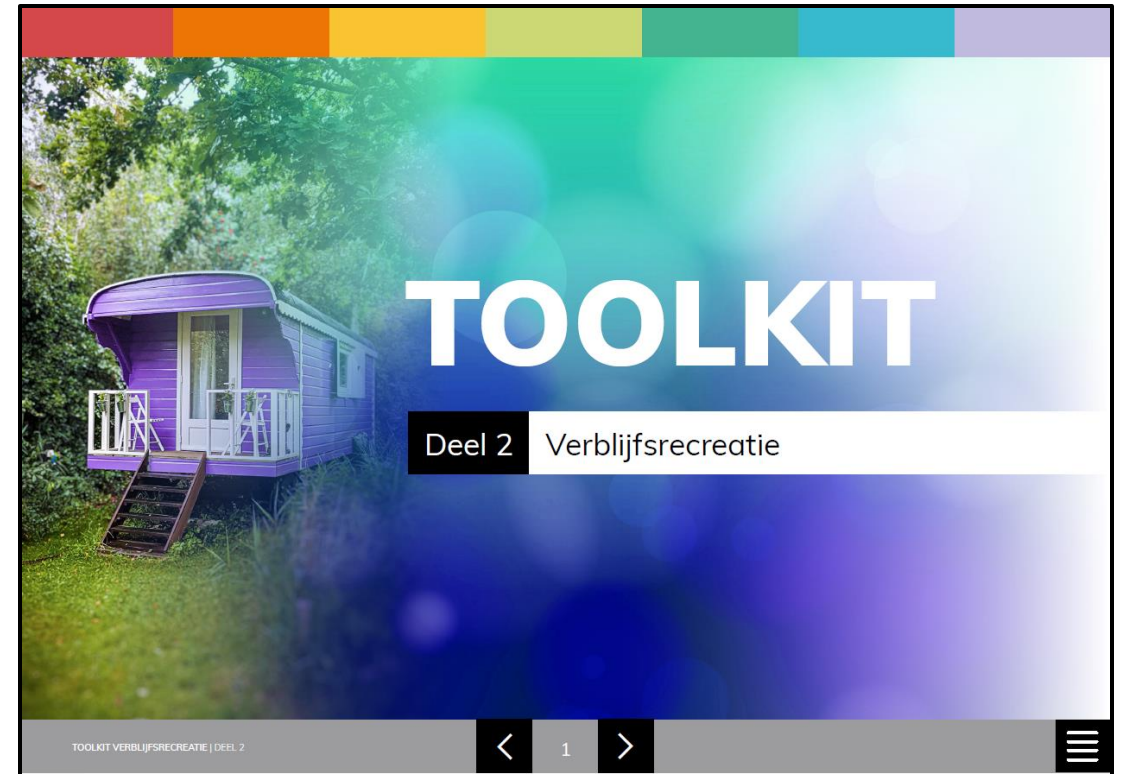
Sociaal

“Vaak samen nieuwe leuke dingen doen, want een dag niet gelachen is een dag niet geleefd”

TOOLKIT VERBLIJFSRECREATIE



Deel 1: resultaten onderzoek



Deel 2: praktisch aan de slag

Algemene beschrijving: verblijfsrecreatie volgens
de verschillende leefstijlen

Bungalowpark

Camping

Hotel

B&B

GA NAAR:

MENTI.COM

MET DE CODE:

1894 8653



Ga naar menti.com | en gebruik de code **1894 8653**

Mentimeter



Menti

20251106 toolkit verbl...

Choose a slide to present

Welk accommodatietype wordt het vaakst bezocht door de verbindingsoe...

Welke accommodatie heeft de voorkeur voor een Stijlzoeker?

WELK ACCOMMODATIETYPE WORDT HET VAAKST BEZOCHT DOOR DE VERBINDINGSZOEKER?

- A. **Hotel**
- B. Camping
- C. Bungalowpark
- D. Groepsaccommodatie
- E. B&B
- F. Jachthaven
- G. Particulier/Airbnb



Verbindingszoeker: zoekt gezelligheid, genieten en ontspanning

Behulpzaam

Evenwichtig

Gewoon

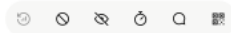
Hartelijk

Geïnteresseerd in anderen

Rustig

"Ik ben graag bezig en wil nieuwe dingen zien, maar het moet wel knus en gemoedelijk zijn"

Ga naar menti.com | en gebruik de code **1894 8653**



Mentimeter





Menti

20251106 toolkit verbl...



Choose a slide to present

Welk accommodatietype wordt het vaakst bezocht door de verbindingsoe...



Welke accommodatie heeft de voorkeur voor een Stijlzoeker?



- Een hotel dat in een attractiepark of dierentuin staat
- Een back-to-basic minicamping
- Een huiselijke B&B

WELKE ACCOMMODATIE HEEFT DE VOORKEUR VOOR EEN STIJLZOEKER?

- A. Een hotel dat in een attractiepark of dierenpark staat
- B. Een back-to-basic minicamping
- C. Een huiselijke B&B



Stijlzoeker: zoekt uitdaging, prikkeling en luxe

**Gedreven
Doelgericht
Ambitieux**

**Zelfverzekerd
Ondernemend
Sportief**

"Ik geef altijd 100%. Ik werk hard, dus in mijn vrije tijd wil ik veel doen én hoge kwaliteit"

Harmoniezoeker behoeften

Frequentie en welke accommodaties bezocht

	Hotel	Camping	Bungalowpark/ vakantiepark	Groeps- accommodatie	B&B	Jachthaven	Particulier/Airbnb
Bezocht in het afgelopen jaar	<u>49%</u>	<u>21%</u>	<u>37%</u>	<u>5%</u>	<u>9%</u>	<u>1%</u>	<u>7%</u>
Gemiddeld aantal keer overnacht in het afgelopen jaar	2,4 keer	3,3 keer	2,3 keer	1,3 keer	2,3 keer	1,6 keer	2,6 keer
Gemiddelde verblijfsduur (indien zij hebben overnacht)	3,1 nachten	6,9 nachten	5,2 nachten	3,1 nachten	2,1 nachten	1,2 nachten	3,2 nachten

Ga naar menti.com en gebruik de code: 1894 8663

Mentimeter



Menti
20251106 toolkit verbl...

Choose a slide to present

Slide 1
Welke accommodatie type wordt het meest bezocht door de verblijfszoekers?

0 0 0 0 0 0 0
Hotel Camping Bungalowtoer Bungalowtoer met autojeepje B&B Jeugdverblijf Persoonlijkheid

Slide 2
Welke accommodatie heeft de voorkeur voor een Stijlzoeker?



- ☒ B&B (100%)
- ☐ Bungalowtoer met autojeepje (0%)

WELKE LEEFSTIJL VERBLIJFT HET LIEFST IN EEN BOETIEKHOTEL?

- A. Inzichtzoeker
- B. Rustzoeker
- C. Harmoniezoeker
- D. Avontuurzoeker



Avontuurzoeker: zoekt nieuwe en bijzondere ervaringen

Avontuurlijk
Zelfontwikkeling
Extravert

Creatief
Assertief
Eigenwijs

*“Het leven moet mij
inspireren, uitdagen en
vol zitten met
verrassingen”*

Ga naar [menti.com](https://www.menti.com) en gebruik de code: 1894 8663



Mentimeter





Menti

20251106 toolkit verbl...



Choose a slide to present

Welke accommodatie type wordt het meest bezocht door de verblijfsgezinden?



Welke accommodatie heeft de voorkeur voor een 50-jarige?



- ☐ Het hotel dat is verblijfsgezinden of
- ☐ Gasthuis met terras
- ☐ Gasthuis met terras met terras
- ☐ Gasthuis met terras

WELKE KENMERKEN VAN EEN BUNGALOWPARK IS BELANGRIJK VOOR DE HARMONIEZOEKER?

- A. Dat het park voor ieder wat wils biedt
- B. Kleinschalig
- C. Betaalbaar
- D. Luxe



Harmoniezoeker: zoekt gezelligheid en vermaak

Sociaal
Vrolijk
Doe maar normaal

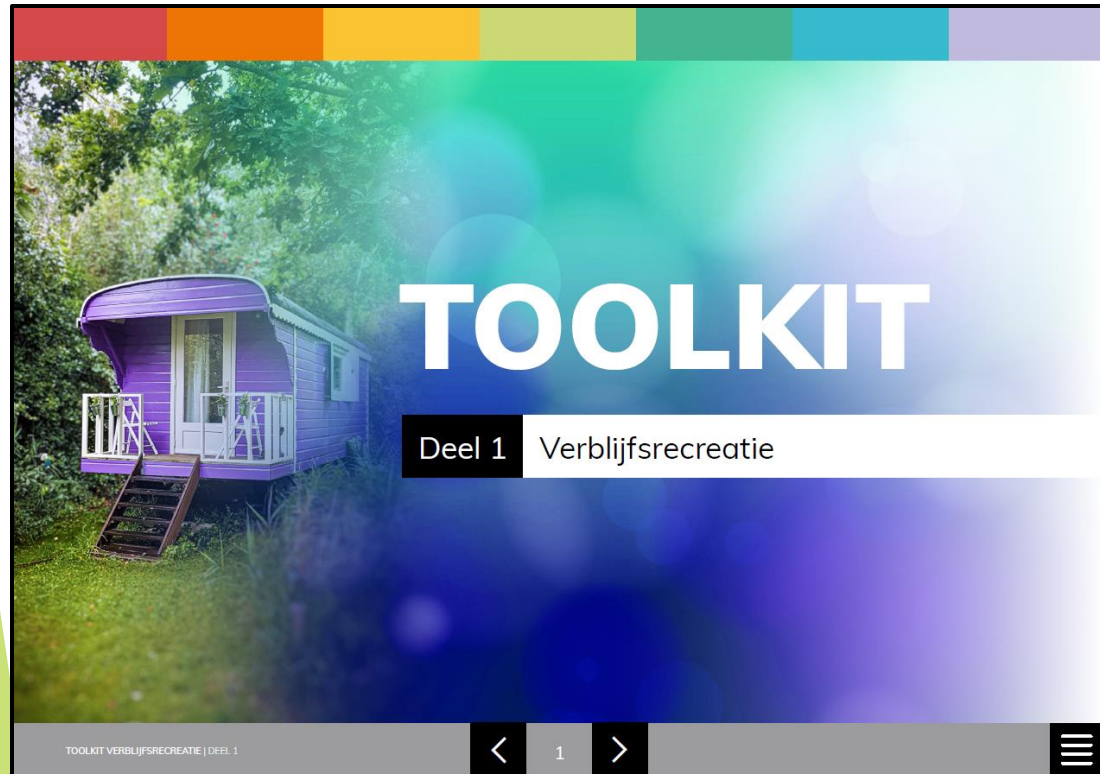
Hartelijk
Zachtaardig
Gemoedelijk

*“Ik wil dat iedereen het
naar zijn zin heeft
zodat we in harmonie
samen zijn”*

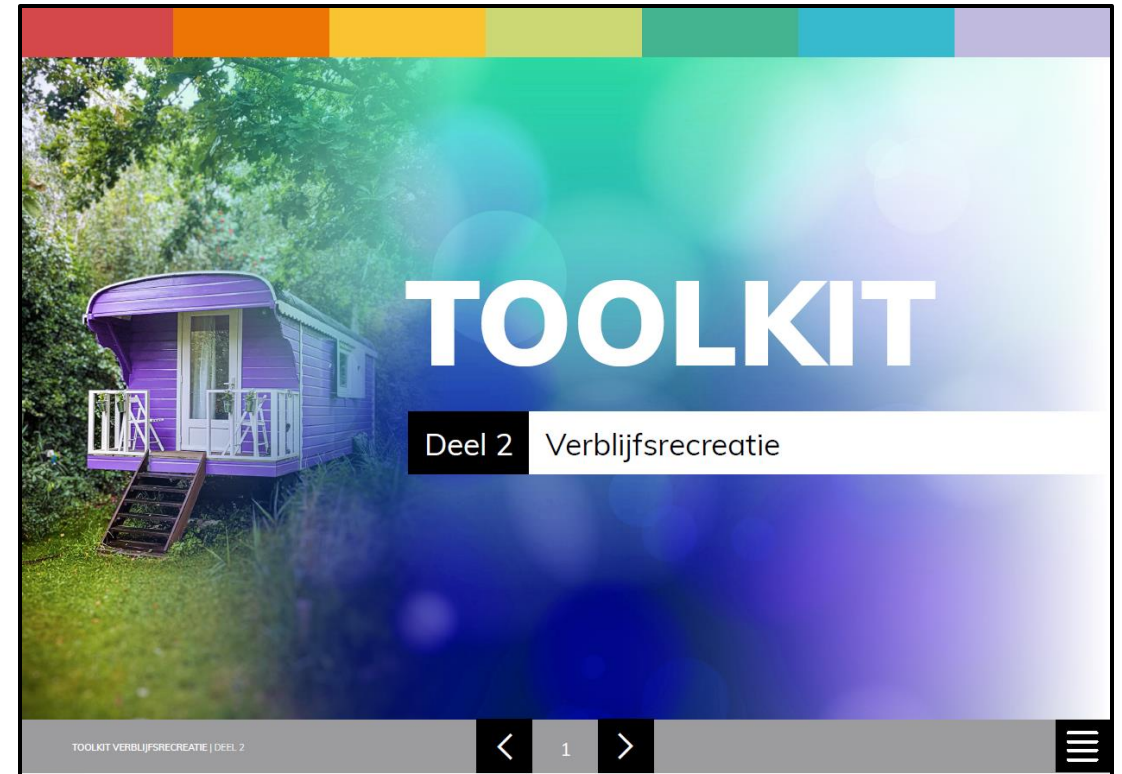
Wat is het ideale bungalowpark?

Avontuurzoeker		"Hoewel een verblijf in een bungalowpark niet mijn eerste keuze is, zou mijn ideale park kleinschalig en rustig zijn, midden in de natuur liggen, en een duurzame insteek en unieke sfeer hebben."
Plezierzoeker		"Ik verblijf graag op een bungalowpark, het liefst op een levendig familiepark met veel faciliteiten en een moderne uitstraling, zodat er voor iedereen genoeg te doen is en ik samen met mijn gezin of vriendengroep volop kan genieten."
Harmoniezoeker		"Ik ga graag naar een bungalowpark. Voor mij is het ideale park een toegankelijke en betaalbare plek met veel voorzieningen, zoals zwemmogelijkheden, zodat er voor iedereen in het gezin iets te doen is en we samen gezellig kunnen genieten en ontspannen."
Verbindingszoeker		"Mijn ideale bungalowpark ligt midden in de natuur, is niet te groot, goed toegankelijk en voelt vertrouwd aan. Het biedt voor iedereen iets te doen, zodat ik samen met mijn partner of uitgebreide familie kan ontspannen en de omgeving kan ontdekken."
Rustzoeker		"Voor mij is het ideale bungalowpark een eenvoudige, vertrouwde en betaalbare plek in de natuur waar ik met mijn partner of alleen in alle rust kan ontspannen, zonder poespas of drukte."
Inzichtzoeker		"Als Inzichtzoeker is een bungalowpark niet mijn eerste keuze. Maar als ik er verblijf, kies ik het liefst voor een toegankelijk, kleinschalig en rustig park midden in de natuur, met moderne huisjes en een vertrouwde en authentieke sfeer, waarvandaan ik op de gehuurde fiets de omgeving kan ontdekken."
Stijlzoeker		"Mijn ideale bungalowpark heeft moderne huisjes, luxe voorzieningen en een exclusief karakter, en is een plek waar we als gezin nieuwe ervaringen kunnen opdoen en actief bezig kunnen zijn."

TOOLKIT VERBLIJFSRECREATIE

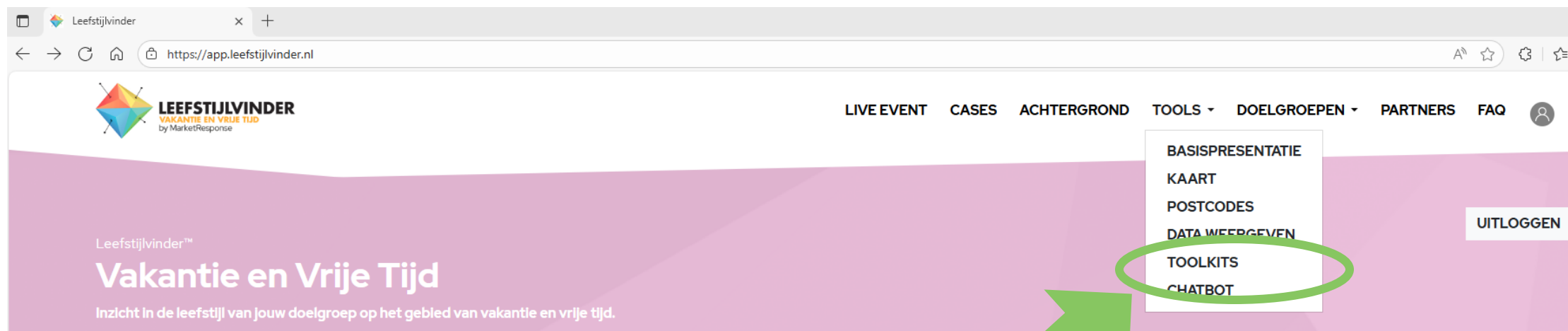


Deel 1: resultaten onderzoek



Deel 2: praktisch aan de slag

TOOLKIT IS NU BESCHIKBAAR OP WWW.LEEFSTIJLVINDER.NL



LEEFSTIJLVINDER

Live

TOOLKIT VERBLIJFSRECREATIE



Download
de presentatie

2026

THE STORY CONTINUES...





LEEFSTIJLVINDER

Live

SAMEN VOORUIT

HET ONTWIKKELPLAN VOOR 2026
EN VERDER



Hans Hoekstra
Landelijke Data Alliantie

ONTWIKKELPLAN LEEFSTIJLVINDER

**1. Betrouwbaarheid
data**

**2. Aanjagen / vergroten
bekendheid in de sector**

**3. Vergroten relevantie
in de sector**

4. Vernieuwing

5. Ontlasten partners

**6. Inzicht in praktische
toepasbaarheid**

**7. Gezamenlijkheid /
kennisuitwisseling**

**8. Inbrengen
gebruikersperspectief**

WAT IS JOUW KEUZE VOOR HET VOLGENDE VERDIEPENDE ONDERZOEK?



Mediagebruik



Dagrecreatie



Winkelen



Evenementen

**WAAR GAAN JULLIE MORGEN
MEE AAN DE SLAG?**

LEEFSTIJLVINDER *Live*

ONZE REIS VAN
VANDAAG
ZIT ER OP

FIJN DAT JE ERBIJ WAS!



Download
de presentaties

LEEFSTIJLVINDER *Live*

**SAMEN IMPACT
MAKEN MET DE
LEEFSTIJLVINDER**

#LSVLIVE



Download
de presentaties