



ANALYSE

HORECAPROFIELEN

Welke horecavoorkeur hebben de medewerkers van Waterschap Vallei & Veluwe

Waterschap Vallei & Veluwe
April 2026

Ref: 2025.0353
www.contrastcompany.nl

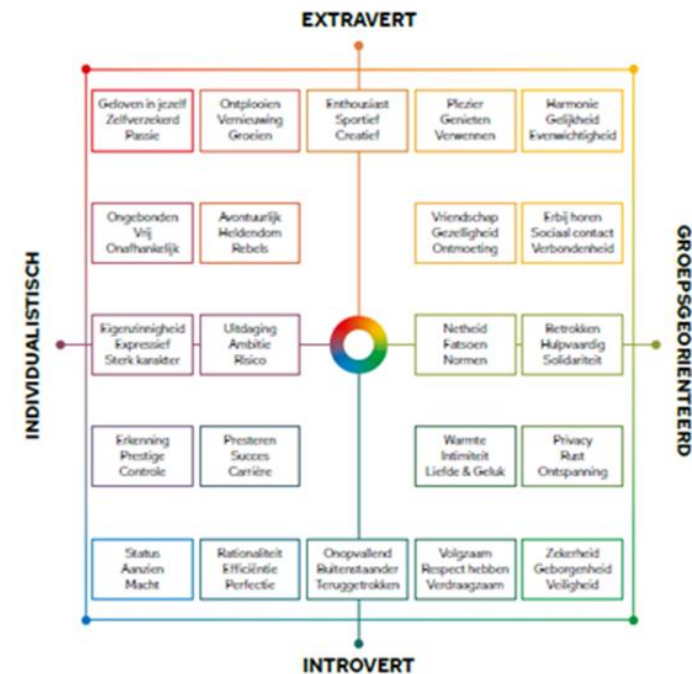
HORECAPROFIELEN

Op basis van geanonimiseerde postcodes van de medewerkers van Waterschap Vallei & Veluwe is middels het BSR model vastgesteld hoe de verdeling is tussen de zes horecaprofielen onder de medewerkers van Waterschap Vallei & Veluwe.

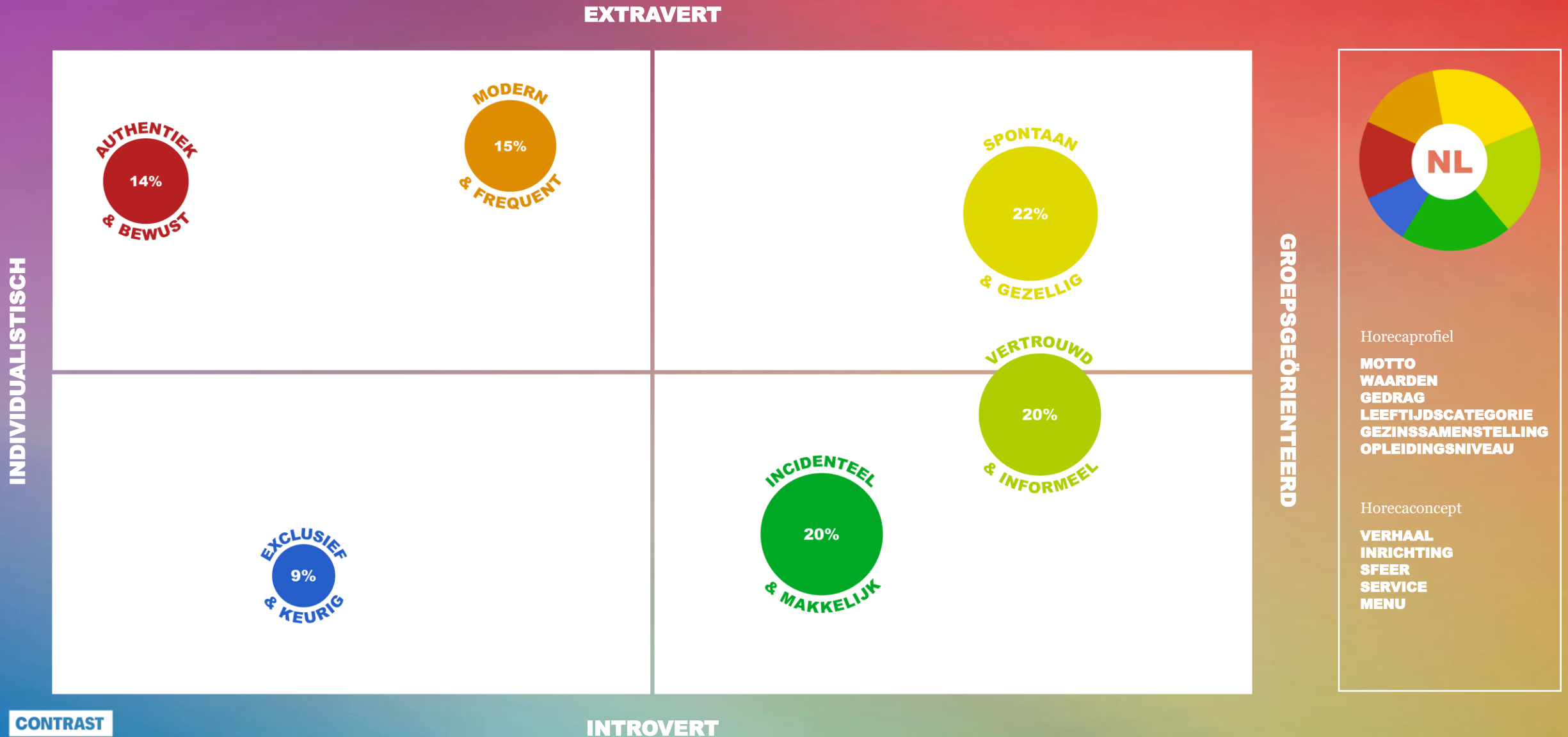
Het wetenschappelijke Brand Strategy Research model ontrafelt de drijfveren van mensen. Het model bestaat uit twee dimensies waarmee we het menselijk gedrag voor een belangrijk deel kunnen verklaren. Dat zijn de sociologische en de psychologische dimensie. De sociologische dimensie (horizontale as) geeft aan in welke mate men op zichzelf (individu of ego) of op zijn omgeving (groep) is gericht. De psychologische dimensie (verticale as) maakt onderscheid tussen een extraverte of open houding en een introverte of gesloten houding naar de mensen in de omgeving. Mensen aan de ego-kant zijn individualistischer en stellen hun eigen doelen en ambities centraal. Mensen aan de groep-kant passen zich sneller aan hun sociale omgeving aan en stellen de doelen die de groep wil bereiken centraal.

Aan de hand van de twee assen ontstaan in de vier groepen: de rode, gele, groene en blauwe leefstijlgroepen. Deze vier basisgroepen zijn verdiept middels een aanvulling van de leefstijlen lime en oranje, die tussen twee basis kleuren invallen.

In de analyse is gekeken naar alle medewerkers gezamenlijk, dit geeft een duidelijk inzicht in hoe de medewerkers van Waterschap Vallei & Veluwe kleuren. Op pagina 3 tot en met 16 worden de zes horecaprofielen geschetst. Aansluitend wordt de analyse van Waterschap Vallei & Veluwe weergegeven.

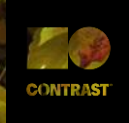


VERDELING HORECAPROFIELEN NEDERLAND



ROOD PROFIEL: AUTHENTIEK & BEWUST

Authentieke Alice



MOTTO

‘Ik ben bewust bezig met mens, milieu en mezelf. Ik ben anders dan de massa en bij uitstek op zoek naar authentieke, creatieve en innovatieve plekken.’

CONTRAST



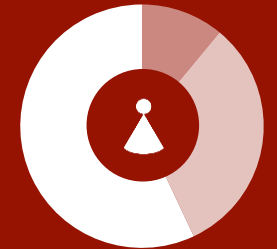
WAARDEN

- Duurzaam voor mens & milieu
- Unieke ervaring
- Bijzondere verrassing
- Goed verhaal

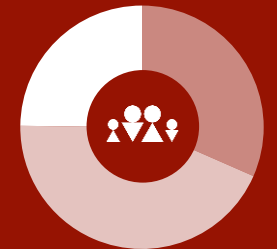


GEDRAG

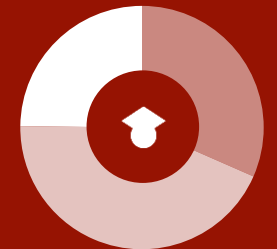
- Frequente gast
- Gemiddelde besteding
- Lokale duurzame parels
- Via artikelen of aanbevelingen
- Third place horeca



Leeftijdscategorie
18-34 35-54 55+ Jaar



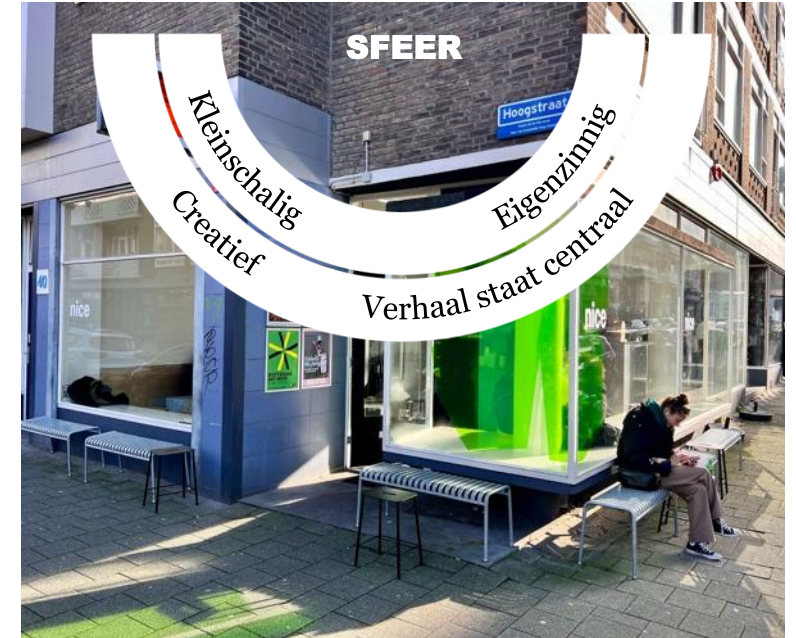
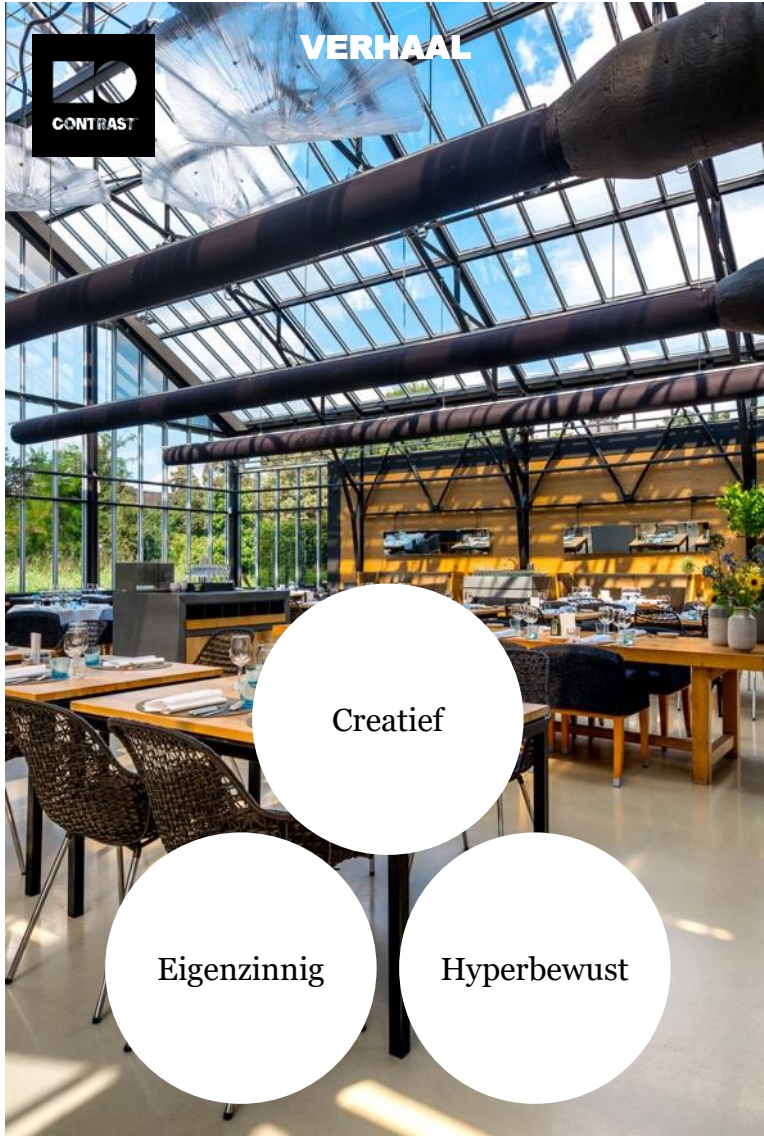
Gezinssamenstelling
1 2 3+ PERSONEN



Opleidingsniveau
LAAG MIDDEN HOOG

HORECA CONCEPT ROOD: AUTHENTIEK & BEWUST

Arty bodega



BLAUW PROFIEL: EXCLUSIEF & KEURIG

Klassieke Kasper



MOTTO

‘Ik word graag verwend met luxe en voor mij bekende topgerechten in exclusievere horecazaken.’



WAARDEN

Statusgericht

Kritisch

Hoge kwaliteit

Controle



GEDRAG

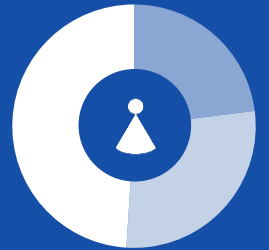
Laag tot gemiddeld bezoek

Hoge besteding

Exclusieve restaurants

Prijswinnend restaurant, uitstekende recensies

Kieskeurig



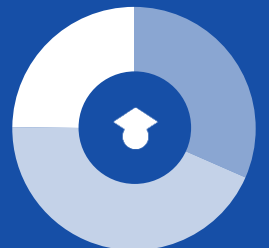
Leeftijdscategorie

18-34 35-54 55+ Jaar



Gezinssamenstelling

1 2 3+ PERSONEN

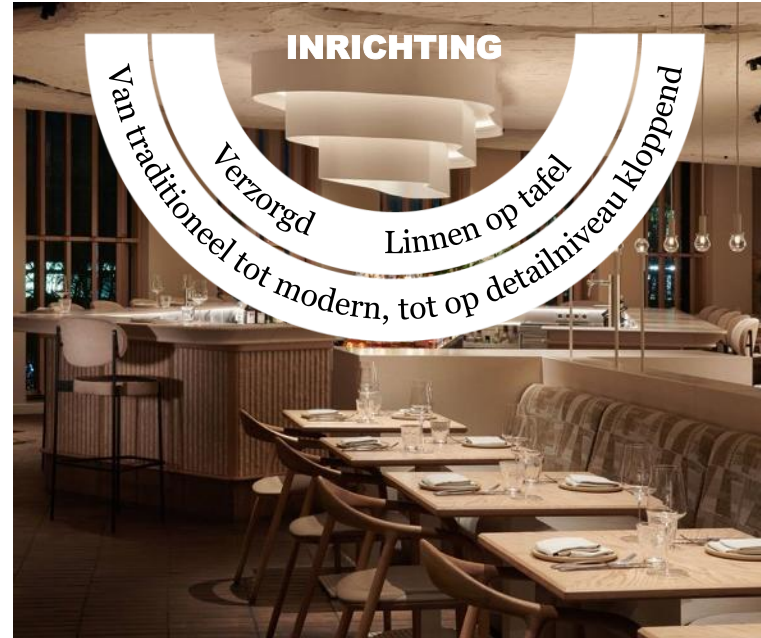


Opleidingsniveau

LAAG MIDDEN HOOG

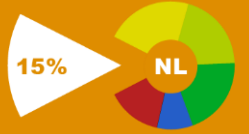
HORECACONCEPT BLAUW: EXCLUSIEF EN KEURIG

Klassieke sterrentent



ORANJE PROFIEL: MODERN & FREQUENT

Moderne Maddie



MOTTO

‘Van spontaan uit eten tot borrelen met vrienden. Ik ben op zoek naar vernieuwende, hippe en spannende ervaringen.’



WAARDEN

Spanning

Trendy

Fun

Tikkeltje rebels



GEDRAG

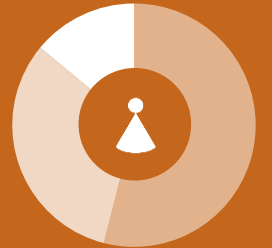
Frequente gast

Vaak met vrienden

Bovengemiddeld budget

Via social media

Op zoek naar spanning, humor en vermaak



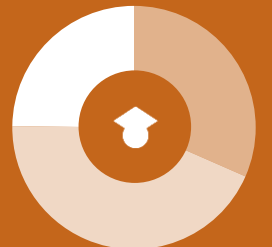
Leeftijdscategorie

18-34 35-54 55+ Jaar



Gezinssamenstelling

1 2 3+ PERSONEN

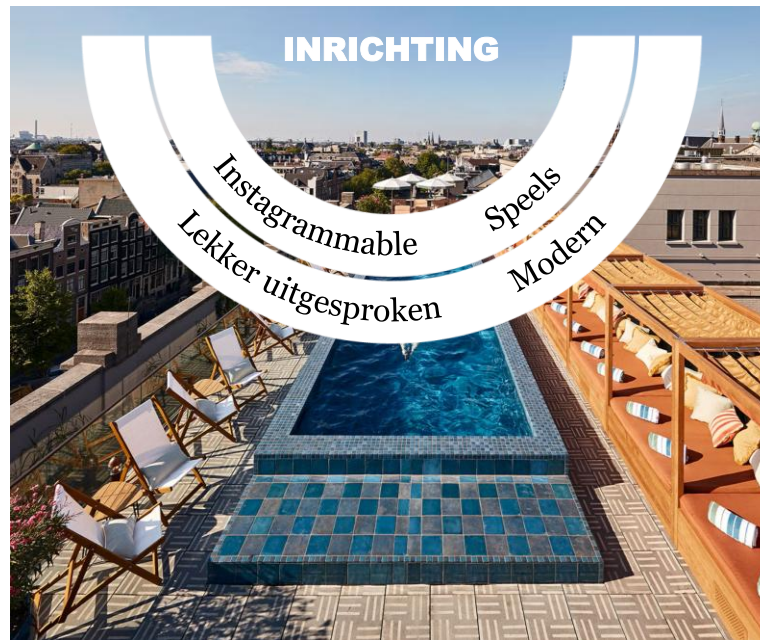
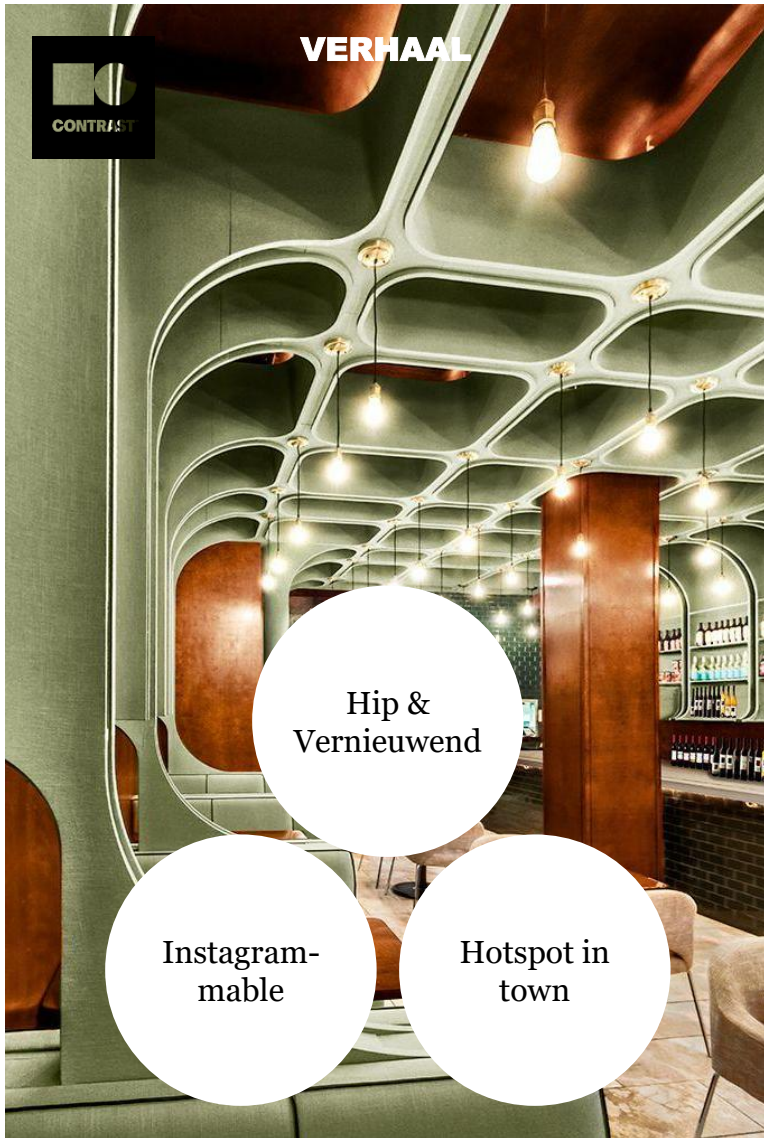


Opleidingsniveau

LAAG MIDDEN HOOG

HORECA CONCEPT ORANJE: MODERN & FREQUENT

Trendy Rooftopbar



GEEL PROFIEL: SPONTAAN & GEZELLIG

Spontane Suus



MOTTO

‘Ik ga regelmatig met anderen naar knusse, vrolijke horecazaken en ik ben blij als iedereen blij is.’

CONTRAST



WAARDEN

Gezelligheid

Samen

Verbinding

Plezier



GEDRAG

Frequente gast

Altijd in gezelschap

Gevoelig voor aanbiedingen

Gezelligheid en persoonlijke service

Via social media en ads



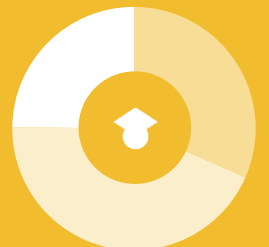
Leeftijdscategorie

18-34 35-54 55+ Jaar



Gezinssamenstelling

1 2 3+ PERSONEN

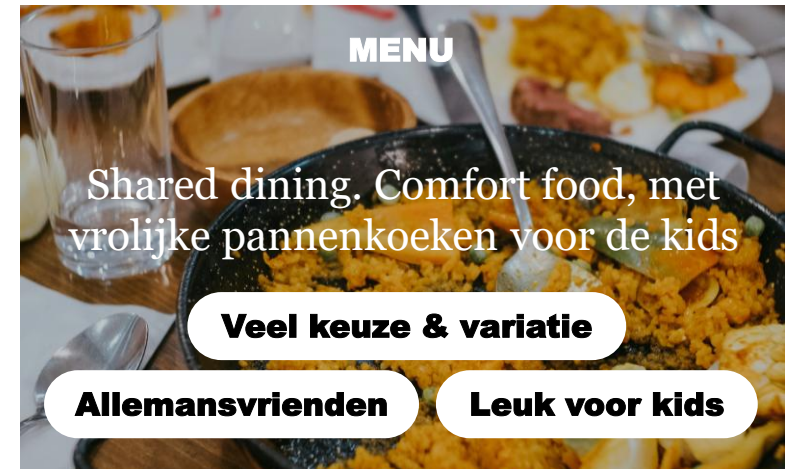


Opleidingsniveau

LAAG MIDDEN HOOG

HORECACONCEPT GEEL: SPONTAAN & GEZELLIG

Sfeervol grand café



LIME PROFIEL: VERTROUWD & INFORMEEL

Vriendelijke Vincent



MOTTO

‘Het hoeft van mij allemaal niet luxe en verrassend. Ik ga graag met anderen naar vertrouwde plekken, en doe dat op vaste momenten.’



WAARDEN

Vertrouwd

Bekend

Informeel

Dichtbij



GEDRAG

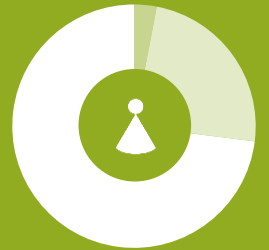
Frequentie laag

Gemiddelde besteding

Vaste adressen

Op basis van eerdere bezoeken en via-via

Aanbiedingen



Leeftijdscategorie

18-34 35-54 **55+ Jaar**



Gezinssamenstelling

1 2 **3+ PERSONEN**



Opleidingsniveau

LAAG MIDDEN HOOG

HORECACONCEPT LIME: VERTROUWD & INFORMEEL

Vertrouwde bistro



GROEN PROFIEL: INCIDENTEEL & MAKKELIJK

Makkelijke Millie



MOTTO

‘Ik kook liever zelf dan dat ik uit eten ga. Als ik ga, dan voor mij makkelijk, eenvoudig en herkenbaar.’



WAARDEN

Rust

Vertrouwd

Privacy

Makkelijk



GEDRAG

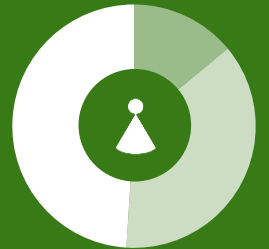
Incidenteel gebruik

Geeft weinig uit

Bekend menu

Op basis van eerdere bezoeken en via-via

Bekende prijzen



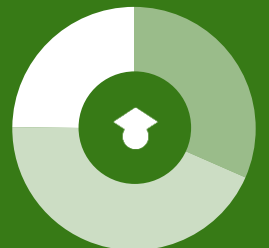
Leeftijdscategorie

18-34 35-54 55+ Jaar



Gezinssamenstelling

1 2 3+ PERSONEN

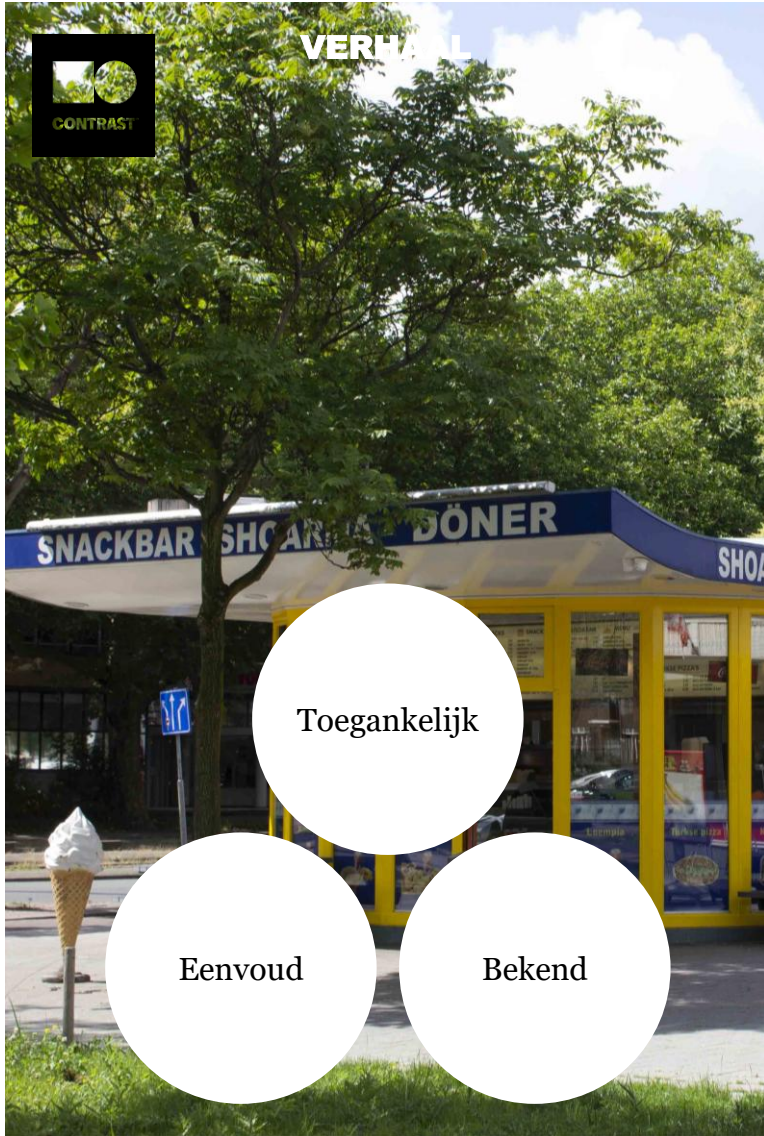


Opleidingsniveau

LAAG MIDDEN HOOG

HORECA CONCEPT GROEN: INCIDENTEEL & MAKKELIJK

Makkelijke cafetaria



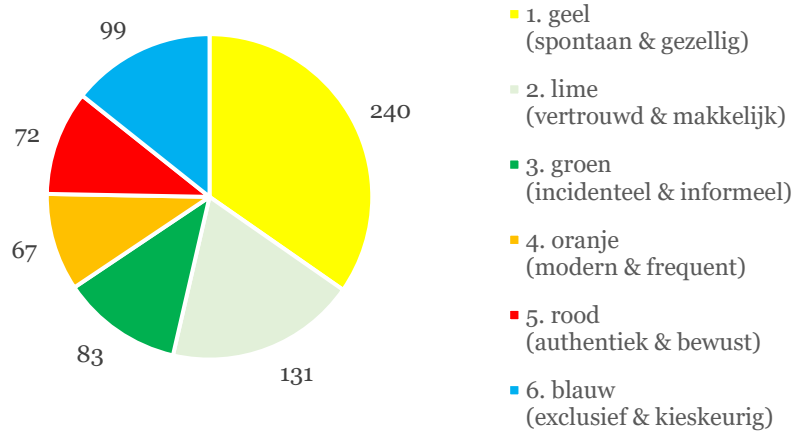


HORECAPROFIELEN MEDEWERKERS

Hoe 'kleuren' de medewerkers
gezamenlijk?

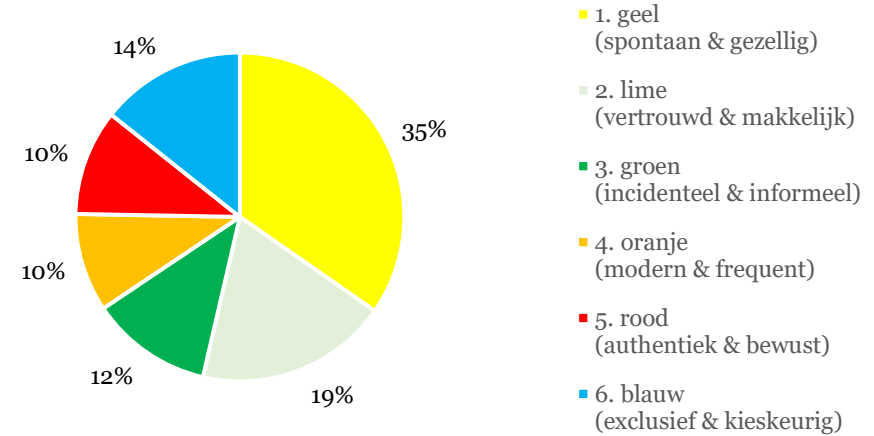
HORECAPROFIELEN MEDEWERKERS TOTAAL

Totaal medewerkers Waterschap V&V



Het grootste deel van de medewerkers van Waterschap Vallei & Veluwe heeft een geel horecaprofiel: 240 van de 692 medewerkers (35%). Dit betekent dat ongeveer één derde van de medewerkers houdt van een gezellige, verbindende, spontane en plezierige ervaring waarin samenzijn centraal staat. Belangrijke thema's zijn toegankelijkheid, vrolijkheid en voor ieder wat wils. Zij geven de voorkeur aan een warme inrichting en concepten met veel keuze en variatie.

% Medewerkers Waterschap V&V

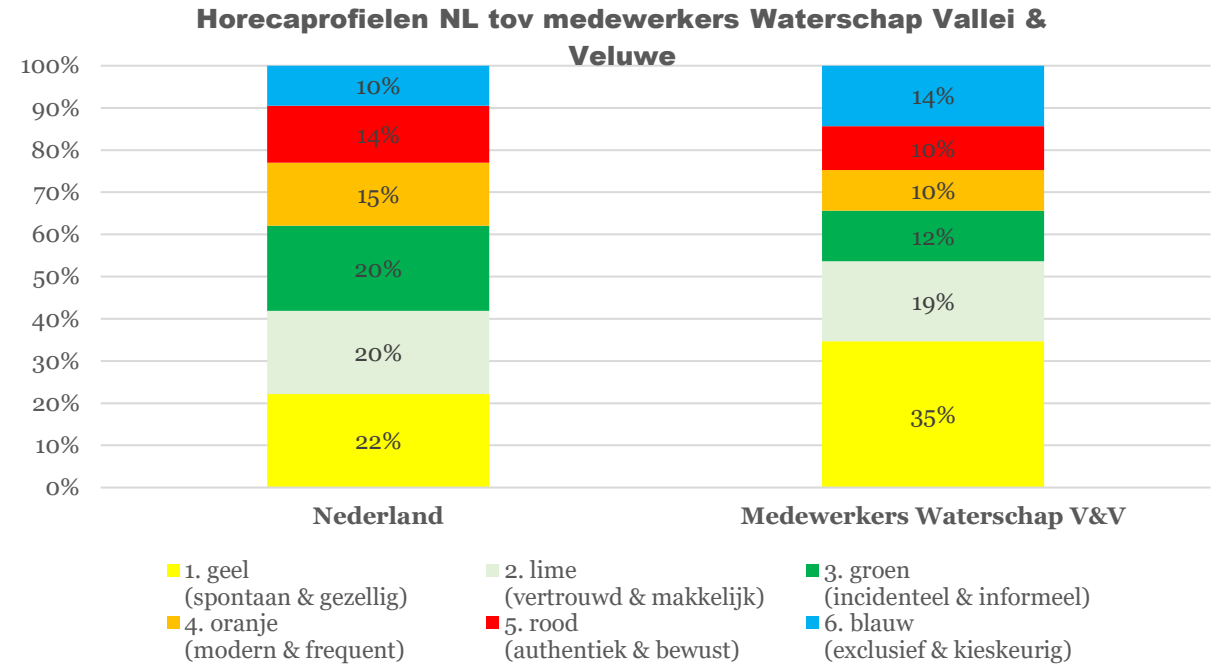


Na het gele horecaprofiel het lime profiel (19%) en het blauwe profiel (14%) het grootst. Medewerkers met het lime-profiel zijn op zoek naar een vertrouwde, informele en herkenbare ervaring. Zij kiezen graag voor een plek die vertrouwd aanvoelt, zonder veel poespas en met een rustige uitstraling. Medewerkers met het blauwe profiel hebben behoefte aan hoge kwaliteit, bekende premiummerken en een stijlvolle inrichting van het concept. Zij hechten waarde aan klassiekers die tot in de puntjes verzorgd zijn.

WATERSCHAP VALLEI & VELUWE TOV NEDERLAND

Naast dat medewerkers van Waterschap Vallei & Veluwe zijn geanalyseerd, is er ook een analyse gemaakt van de verdeling in Nederland. In de grafiek is links de verdeling van de horecaprofielen in Nederland te zien en rechts de verdeling van de medewerkers van Waterschap Vallei & Veluwe.

Wat opvalt is dat de medewerkers van Waterschap Vallei & Veluwe meer gericht zijn op gezelligheid en beleving (geel) en iets meer op kwaliteit/exclusiviteit (blauw), terwijl de medewerkers minder neigen naar moderne en authentieke concepten (oranje/rood) dan het Nederlands gemiddelde, evenals informele en herkenbare concepten (groen).



De resultaten van toepassing en gebruik van de door CONTRAST B.V. verrichte studies en verstrekte adviezen zijn afhankelijk van velerlei factoren, die buiten de invloed van CONTRAST B.V. vallen. Ofschoon de opdracht door CONTRAST B.V. naar beste inzicht en vermogen en overeenkomstig de eisen van goed vakmanschap wordt uitgevoerd, is er sprake van een “inspanningsverplichting” zodat het bereiken van het beoogde resultaat niet kan worden gegarandeerd.

Behoudens uitzondering door de wet gesteld mag, zonder uitdrukkelijke toestemming van CONTRAST B.V., niets uit deze uitgave worden vermenigvuldigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, hetgeen ook van toepassing is op de gehele of gedeeltelijke bewerking.

Op alle opdrachten en/of overeenkomsten zijn uitsluitend de algemene aanbiedings- en leveringsvoorwaarden van CONTRAST B.V. van toepassing zoals gedeponereerd bij de Kamer van Koophandel Gooi- en Eemland te Almere.

