

07 BIJLAGE 1: UITWERKING DOELGROEPEN IN AMERSFOORT EN LEUSDEN

De regio kan onderverdeeld worden in de Mentality groepen die onderzoeksbureau Motivaction hanteert. In peiljaar 2019 zag de verdeling ervan er als volgt uit:

16%	Moderne Burgerij
15%	Kosmopolieten *
14%	Opwaarts Mobielen
14%	Postmoderne Hedonisten *
13%	Post Materialisten *
10%	Nieuwe Conservatieven *
10%	Traditionele Burgerij
8%	Gemaksgeoriënteerden

* is hoger dan landelijk gemiddelde

Binnen de groep Moderne Burgerij heeft 12% een afgeronde opleiding op Hbo-niveau en de gemiddelde leeftijd is 47 jaar. Het gezin staat op de eerste plaats en consumeren en vermaak zijn belangrijk. Deze groep is lokaal georiënteerd. Televisie (familiezendens) en radio zijn belangrijk en (mobiel) internet en sociale media gebruikt men iets minder.

Kosmopolieten zijn relatief hoog opgeleid (35% HBO of hoger) en de gemiddelde leeftijd is 44 jaar. Ontplooiën en beleven zijn belangrijke waarden voor deze groep. De kosmopoliet kijkt minder televisie dan gemiddeld en is veel online, waar hij meer dan gemiddeld online kranten en tijdschriften leest. Hij houdt bovendien van diepgang en achtergrondinformatie.

Opwaarts Mobielen zijn gericht op hun carrière en hebben een fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning. Van deze groep is 27% HBO- of hoger opgeleid en de gemiddelde leeftijd is 38 jaar. Mensen in deze groep hebben geen tijd om zich uitgebreid te verdiepen in onderwerpen. Ze willen wel overal van op de hoogte zijn, maar daarbij volstaan de hoofdlijnen. Functionele, concrete, no-nonsense boodschappen worden het best opgepikt. (Mobiel) internet is het ideale medium om deze groep te bereiken.

Postmoderne Hedonisten zijn onafhankelijk, individualistisch en houden van vrijheid. Ze zijn gericht op zelfontplooiing. De gemiddelde leeftijd van deze groep is 43 jaar en 37% is hoog opgeleid. Traditionele media worden minder vaak gebruikt ten gunste van (mobiel) internet. Aansprekende personen voor deze groep zijn vooruitstrevend en prikkelend. De hedonist is snel afgeleid en informatie dient dan ook direct, functioneel en eerlijk te zijn.

Post Materialisten zijn maatschappijkritische mensen die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu. Van deze groep is 52% hoog opgeleid en de gemiddelde leeftijd is 55 jaar. Deze groep is kritisch en wil graag goed en eerlijk geïnformeerd worden. Inhoud/diepgang speelt een belangrijke rol en de post-materialist is het best te bereiken via kranten of tijdschriften, maar ook via (mobiel) internet.

Nieuwe Conservatieven hechten veel waarde aan tradities, presteren graag, zijn statusgevoelig en hiërarchisch ingesteld. Werk en carrière zijn belangrijk in het leven. De gemiddelde leeftijd is 51 jaar en 45% van deze groep is hoog opgeleid. Mensen uit deze groep gebruiken graag de traditionele media, maar stellen zich ook progressief op tegenover technologische ontwikkelingen zoals (mobiel) internet. Aansprekende personen zijn autoriteiten binnen de eigen interessegebieden, waaronder sport en politiek.

De groep Traditionele Burgerij houdt vast aan traditionele normen en waarden, stelt het gezin voorop en is zorgzaam ingesteld. Daarnaast hebben mensen uit deze groep een sterke regionale binding en voelen ze zich betrokken op lokaal/nationaal niveau. Van deze groep is 13% hoog opgeleid en de gemiddelde leeftijd is 55 jaar. Traditionele media en met name radio, kranten en tijdschriften worden vaker dan gemiddeld gebruikt; (mobiel) internet en sociale media wat minder dan gemiddeld.

Gemaksgeoriënteerden zijn – de naam zegt het al – gericht op gemak en vermaak. Ze zijn impulsief, houden van spanning en sensatie, en hechten veel waarde aan het gevoel van vrijheid. Ze zoeken erkenning en waardering van anderen. De gemiddelde leeftijd is 37 jaar en 10% van deze groep is hoog opgeleid. Gemaksgeoriënteerden zijn impulsieve mediaconsumenten en maken vooral gebruik van tv, (mobiel) internet en sociale media.

LOKALE INFORMATIE VIA ONLINE MEDIA

Het is duidelijk dat in de huidige tijd het overgrote deel van de inwoners van Amersfoort en Leusden in meer of mindere mate ook online media gebruikt. Uit de percentages van bovengenoemde groepen komt het beeld naar voren dat meer dan de helft van de inwoners tot de doelgroepen behoort die vooral (mobiel) internet gebruiken voor relevante content en informatie al dan niet aanvullend op traditionele media.