



**motivaction**  
research and strategy

## De Mentality-milieus over het regelen van notariële zaken



Koninklijke Notariële  
Beroepsorganisatie

**Lisa Jager**  
**Rob Doornbos**

*31-10-2019*

## Behoeftes aan een klantspecifieke benadering

We zien duidelijke verschillen in behoeften als het gaat om de diensten van een notaris: hoe wil men het liefst geholpen worden? Iedere klant is uniek en verdient een unieke behandeling, maar onderliggend hieraan kunnen we wel drie verschillende behoeftenclusters onderscheiden.

1. Een groep Nederlanders ziet duidelijk de toegevoegde waarde van een notaris, maar vindt het wel belangrijk dat aktes in begrijpelijke en duidelijke taal worden toegelicht: “Leg me uit wat er aan de hand is”.
2. Een tweede groep Nederlanders vindt het vooral belangrijk dat notariële zaken snel en goed geregeld worden: “Waar kan ik tekenen?”
3. De laatste groep Nederlanders vindt het belangrijk dat een notaris kritisch met ze meedenkt en wil de zaken inhoudelijk ook echt goed begrijpen. Deze groep heeft behoefte aan een gelijkwaardige gesprekspartner: “Laat merken dat je me begrijpt en denk met me mee”.

## Hoe benader je de verschillende Nederlandse consumenten?

Op basis van de verschillende behoeften, kunnen we grofweg drie benaderingswijzen onderscheiden:

1. Praktische en respectvolle benadering
2. Informele en doelgerichte benadering
3. Inhoudelijke en zelfbewuste benadering

### Praktische en respectvolle benadering

Deze groep Nederlanders vindt het belangrijk dat een notaris begrijpelijke taal gebruikt en zaken duidelijk toelicht. Er wordt veel waarde gehecht aan respect, veiligheid en (financiële) zekerheid. Een notaris wordt door deze groep als een autoriteit gezien. Ze vinden het belangrijk om zaken te regelen zoals het hoort.

### Informele en doelgerichte benadering

Deze groep Nederlanders vindt het belangrijk dat zaken snel en goed geregeld zijn. Het is groep die sterk gericht is op het individu en persoonlijk gewin. Houd het kort en simpel. Deze groep komt vooral bij de notaris omdat het in veel gevallen nou eenmaal moet. Als de mogelijkheid zou bestaan, schakelt deze groep de notaris liever helemaal niet in.

### Inhoudelijke en zelfbewuste benadering

Een kritische en intellectuele groep verwacht van de notaris een gelijkwaardig gesprek. Een notaris heeft dan wel de bevoegdheid om bepaalde zaken juridisch vast te leggen, men wil niet het gevoel krijgen minder waard te zijn dan een notaris. Deze groep is sterk gericht op de inhoud en wil graag precies weten waar men voor tekent.

## Recent data analyse

In deze eerste fase van het onderzoek hebben we gekeken wat we met de reeds beschikbare Mentality-data kunnen doen: wat weten we reeds van de 8 verschillende milieus als we kijken naar 'life events' in het algemeen en specifiek in relatie tot het gebruik van de diensten van een notaris? Motivaction werkt vanaf 1997 met Mentality™ en beschikt over een omvangrijke Mentality-database die is opgebouwd uit schriftelijke metingen die jaarlijks via face2face interviewers aan huis worden uitgevoerd onder ruim 1.250 Nederlanders. Iedere meting bestaat uit honderden vragen en stellingen waarvan een deel 'standaard' bij iedere meting meeloopt en de basis vormt voor het Mentality-model. Naast het standaard deel, wordt bij iedere meting een ruim aantal wisselende stellingen meegenomen over zeer uiteenlopende onderwerpen. Deze analyse heeft een rijk beeld per Mentality-segment geschetst en hebben we inzichtelijk gemaakt welke informatie over de segmenten nog ontbreekt en welke we hebben achterhaald in het online kwantitatieve onderzoek.

## Kwantitatief onderzoek

Om de segmenten te vullen met ontbrekende informatie met betrekking tot notariële diensten, hebben we een online kwantitatief onderzoek uitgevoerd. Dit betreft zowel houding als gedrag ten aanzien van relevante onderwerpen en domeinen. De vragenlijst bestond uit twee delen: waardenoriëntatie en behoeften ten aanzien van een notaris en het gedrag: waarom heeft men een notaris bezocht, wat waren de verwachtingen?

Aan het onderzoek hebben n=3324 respondenten meegedaan, waarvan n=1274 respondenten die de afgelopen vijf jaar een notaris hebben bezocht of het komende jaar van plan zijn een notaris te bezoeken. De steekproef is gewogen naar leeftijd, geslacht, opleiding, regio en Mentality. Het veldwerk heeft van plaatsgevonden van 27 augustus t/m 9 september 2019.

## Leeswijzer

Aan de hand van de uitkomsten van het kwantitatieve onderzoek wordt op de volgende pagina een overzicht gegeven van de resultaten voor de totale steekproef: waarom bezoekt men een notaris en wat vindt men belangrijk in de keuze voor een notaris? Vervolgens wordt aan de hand van de uitkomsten van het kwantitatieve onderzoek en de recent data analyse wordt in dit rapport een beschrijving gegeven van de acht Mentality milieus: hoe onderscheiden deze groepen zich van elkaar in het algemeen en specifiek in relatie tot het gebruik van de diensten van een notaris? De beschrijvingen van de Mentality milieus bestaan uit de meest onderscheidende resultaten voor het betreffende milieu.

**GROEN** = significant hoger ten opzichte van de andere milieus

**ORANJE** = significante lager ten opzichte van de andere milieus

*\*Zie bijlage voor uitgebreide uitleg over het Mentality model*



## Bezoek aan de notaris

45% van de Nederlanders heeft wel eens een notaris bezocht, daarvan heeft 55% de afgelopen vijf jaar een notaris bezocht. Daarnaast is 19% van de Nederlanders van plan om het komende jaar een bezoek te brengen aan een notaris.

## Waarom bezoekt men een notaris?

Er wordt een notaris ingeschakeld, omdat men zaken graag goed geregeld wil hebben. Een notaris heeft de bevoegdheid om zaken rechtsgeldig vast te leggen. Daarnaast noemt men vaak dat het in veel gevallen verplicht is.

## Wat is de beeldvorming van het Nederlandse publiek over notarissen?

De associaties die men vooral met een notaris heeft zijn: overlijden/testament (39%), koop en verkoop woning (25%) en duur (19%).

## Voor welk van de volgende gebeurtenissen zou je een notaris inschakelen?

### Top 5

1. Testament maken (93%)
2. Een nalatenschap/erfenis afwickelen (90%)
3. Levenstestament maken (89%)
4. Kopen van een huis (89%)
5. Verkopen van een huis (83%)

### Bottom 5

1. Een huurcontract opstellen (34%)
2. Een juridisch geschil (34%)
3. Een lening geven (33%)
4. Belasting besparen (17%)
5. Een goed doel steunen (16%)

## Met welke reden(en) heb je de afgelopen vijf jaar een notaris bezocht?

### Top 5

1. Ik kocht een huis (44%)
2. Ik verkocht mijn huis (27%)
3. Ik had een hypotheek nodig (21%)
4. Ik ging een bedrijf starten (21%)
5. Een andere dierbare overleed (18%)

### Bottom 5

1. Ik heb geld uitgeleend (1%)
2. Ik ging met pensioen (1%)
3. Ik vertrok naar het buitenland (1%)
4. Ik kwam terug in Nederland wonen (1%)
5. Ik kreeg kleinkinderen (0%)

## Welk van onderstaande kenmerken zijn voor jou doorslaggevend in de keuze voor een notaris?

### Top 5

1. Deskundigheid (52%)
2. Te vertrouwen (33%)
3. Lage prijs (31%)
4. Goed aangeschreven (28%)
5. Meedenken (23%)

### Bottom 5

1. Specialisatie (15%)
2. Doorverwijzing vrienden/familie (11%)
3. Bereikbaarheid buiten kantooruren (3%)
4. Parkeermogelijkheden (2%)
5. De uitstraling van het pand (1%)

## Welke van de volgende kenmerken van een notaris vind je belangrijk?

### Top 5

1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (47%)
2. Correct en zorgvuldig (39%)
3. Juiste prijs (29%)
4. Neemt zorgen uit handen (21%)
5. Heeft up-to-date kennis (20%)

### Bottom 5

1. Geeft zekerheid (19%)
2. Onpartijdigheid (17%)
3. Specialist op een bepaald gebied (15%)
4. Houdt me op de hoogte (9%)
5. Is sociaal betrokken (7%)



## Traditionele burgerij

De moralistische, plichtsgetrouwe en op status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen.

*Omdat het zo hoort, fatsoen, veiligheid, rust, reinheid en regelmaat, wat de boer niet kent...*



## Nieuwe conservatieven

De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling, maar terughoudend staat tegenover sociale en culturele vernieuwing.

*Familietradities, verantwoordelijk, kwaliteit, betrouwbaar, zo heurt het*



## Kosmopolieten

De open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten.

*Nieuwsgierig, brede interesse, statusgericht, esthetisch, presteren, gejaagd, de wereld is mijn speelveld*



## Postmaterialisten

De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.

*Maatschappelijk betrokken, balans lichaam en geest, bewust leven, verbeter de wereld, begin bij jezelf*



## Moderne burgerij

De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.

*Gezelligheid, zekerheid, erbij horen, genieten, comfort, doe maar gewoon...*



## Gemaksgeoriënteerden

De impulsieve en spontane consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven.

*Leef bij de dag, plezier maken, consumptiegericht, geen gedoe, wie nu leeft...*



## Opwaarts mobilen

De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning.

*Work hard, play hard, iets bereiken, risico en spanningszoekers, if you have it, flaunt it*



## Postmoderne hedonisten

De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experimenteren en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.

*Individualist, vrijheid en onafhankelijkheid, tolerantie, ervaring belangrijker dan bezit, never a dull moment*

# Hoe benader je de Mentality-milieus?



Koninklijke Notariële  
Beroepsorganisatie

## Traditionele burgerij

### Do's:

- Gebruik begrijpelijke taal en leg uit
- Wil graag geholpen worden
- Zoek aansluiting bij hun traditionele waarden en normen

### Belangrijke kenmerken:

- ✓ Deskundigheid
- ✓ Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit

## Moderne burgerij

### Do's:

- Het geven van duidelijke en praktische informatie
- Benadruk persoonlijke relevantie
- Leg de keuze niet op

### Belangrijke kenmerken:

- ✓ Te vertrouwen
- ✓ Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit

## Nieuwe conservatieven

### Do's:

- Deskundige en zakelijke benadering
- Wees niet belerend
- Sta open voor de discussie

### Belangrijke kenmerken:

- ✓ Deskundigheid
- ✓ Heeft up-to-date kennis
- ✓ Een vertrouwensrelatie

## Postmoderne hedonisten

### Do's

- Gemakkelijk, snel en zonder gedoe
- Probeer dit milieu intellectueel uit te dagen
- Speel in op hun behoefte om up-to-date te willen zijn

### Belangrijke kenmerken:

Geen significant hogere scores

## Opwaarts mobielen

### Do's:

- Snelle en directe benadering, geen onnodige details
- Vatbaar voor uiterlijk, status, kwaliteit
- Benadruk hun persoonlijke gewin

### Belangrijke kenmerken:

- ✓ Specialisatie
- ✓ Is sociaal betrokken
- ✓ Bereikbaarheid buiten kantooruren
- Parkeermogelijkheden
- ✓ De uitstraling van het pand

## Gemaksgeoriënteerden

### Do's:

- Houd het kort en simpel
- Richt de boodschap op persoonlijk voordeel
- Neem de drempels weg zodat hij of zij zo weinig mogelijk moeite hoeft te doen

### Belangrijke kenmerken:

- ✓ Juiste prijs
- ✓ Parkeermogelijkheden
- ✓ De uitstraling van het pand

## Postmaterialisten

### Do's:

- Wees een eerlijke gelijkwaardige gesprekspartner
- Correctheid en zorgvuldigheid is belangrijk
- Verwacht kritische vragen van dit milieu

### Belangrijke kenmerken:

- ✓ Deskundigheid
- ✓ Correct en zorgvuldig

## Kosmopolieten

### Do's

- Inhoudelijk en goed beargumenteerde benadering
- Laat zien dat je op de hoogte bent van de laatste (juridische) ontwikkelingen
- Zoek persoonlijke interactie op

### Belangrijke kenmerken:

- ✓ Onpartijdigheid
- ✓ Is sociaal betrokken



# Traditionele burgerij



Koninklijke Notariële  
Beroepsorganisatie



## Algemene waarden

*Sober, traditie, verantwoordelijk,  
harmonie en medeleven*

Traditionele burgers hechten veel waarde aan respect, harmonie, plichtsgetrouwheid, rechtvaardigheid, (financiële) zekerheid en het in standhouden van vertrouwde gebruiken en gewoontes die men veelal van huis uit heeft meegekregen. Het gezinsleven neemt binnen dit milieu een prominente plaats in. Over het algemeen zijn deze mensen niet erg veranderingsgezind: men houdt vast aan datgene wat reeds bereikt is. Wel wordt het belangrijk gevonden om solidair te zijn met de zwakkeren in de samenleving en toont men zich bezorgd over de afnemende sociale zekerheid. Het dagelijks leven verloopt ordelijk en volgens een vast stramien. Dit komt zowel tot uitdrukking in de manier waarop de taken en plichten in huis zijn verdeeld (traditionele man-vrouwverdeling), als in de manier waarop aan deze taken en plichten gestalte wordt gegeven: discipline, regelmaat en netheid spelen hierin een belangrijke rol. Binnen dit milieu wordt doorgaans zuinig geleefd ('overdaad schaadt').



## Wat verwachten ze van notaris?

Traditionele burgers vinden het belangrijk om controle te hebben over hun (financiële) situatie. Er wordt veel waarde gehecht aan veiligheid, zekerheid en doen wat goed is. Ze vinden het daarom ook prettig als zaken zwart op wit zijn vastgelegd. Ze regelen liever zaken nu goed, dan dat ze moeten reageren als er iets gebeurt. Dit geeft hen zekerheid en houvast. Notariële zaken zijn voor dit milieu moeilijk te begrijpen en het helpt hen om als de notaris de gemaakte afspraken in begrijpelijke taal toe te lichten. Omdat ze het ingewikkelde materie vinden en het niet zelf kunnen regelen, zien ze ook echt de toegevoegde waarde van een notaris. Traditionele burgers houden vast aan traditionele normen en waarden zien de notaris echt als een autoriteit. Een belangrijk kenmerk voor een notaris volgens traditionele burgers is deskundigheid, vaker dan in de andere milieus. Het is voor deze groep minder belangrijk dat ze geholpen worden door een gespecialiseerde notaris en ze zijn al helemaal niet bereid om hiervoor te betalen. Het is een milieu dat niet direct behoefte heeft aan iets extra's. Ze regelen over het algemeen alleen de noodzakelijke zaken.

## Welk van onderstaande kenmerken zijn voor jou doorslaggevend in de keuze voor een notaris?

### Top 5

- 1. Deskundigheid (61%)**
2. Lage prijs (38%)
3. Goed aangeschreven (36%)
4. Te vertrouwen (34%)
5. Meedenken (30%)

### Bottom 5

1. Doorverwijzing van vrienden/familie (11%)
- 2. Specialisatie (7%)**
3. Bereikbaarheid buiten kantooruren (3%)
4. Parkeermogelijkheden (1%)
5. De uitstraling van het pand (0%)

## Welke van de volgende kenmerken van een notaris vind je belangrijk?

### Top 5

- 1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (56%)**
2. Correct en zorgvuldig (37%)
3. Juiste prijs (35%)
4. Heeft up-to-date kennis (24%)
5. Geeft zekerheid (21%)

### Bottom 5

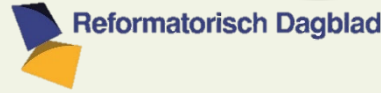
1. Neemt zorgen uit handen (18%)
2. Geeft praktische tips (17%)
3. Is specialist op een bepaald gebied (17%)
4. Houdt me op de hoogte van ontwikkelingen (9%)
5. Is sociaal betrokken (5%)



## Tone of voice

*Respectvol, beleefd, plichtsgetrouw, formeel, concreet, praktisch, bezorgd, normatief en directief.*

## Mediagebruik\*



Regionaal

## Persuasion tactics\*



### Consistency

Mij helpen inzien dat ik beter vast kan houden aan een eerder gemaakte keuze



### Acknowledge resistance

Het overwinnen van weerstand door zorgen simpelweg te erkennen



### Guarantees

De mogelijkheid bieden om keuzes weer ongedaan te maken



### Foot in the door

Klein beginnen en stap voor stap verder gaan



### Fear

Waarschuwen voor wat er mis gaat als je niet de juiste keuze maakt

## Digitaliteit

Deze groep is erg behoudend als het gaat om het gedrag op internet. Het wantrouwen in online privacy staat bij ze voorop en dit is dan ook een belangrijke factor die het gedrag bepaald. Ze zijn minder actief op sociale media en voelen daarom ook geen sociale druk of behoefte om een online interactie aan te gaan met andere personen of organisaties.

## Achtergrondkenmerken\*



13% van de bevolking



Vaker vrouwen dan mannen



Vaker 45-54 jaar en 55-64 jaar



Vaker laag opleidingsniveau



Vaker gemiddeld inkomensniveau

## Huidige leefsituatie



Gezinssituatie: vaker getrouwd, wel kinderen



Beroepsstatus: vaker huisman/huisvrouw, gepensioneerd



Regio: geen afwijkingen

\*Meest relevante kenmerken in verhouding tot de andere milieus





## Algemene waarden

*Traditie, veilig, trots, ordelijk en zorgeloos*

Traditionele waarden als respect, discipline, orde en familiegeluk worden binnen de moderne burgerij belangrijk gevonden. Daarnaast houdt men van een makkelijk en plezierig leven met aandacht voor consumenten, avontuur en genieten. Hogerop komen in de maatschappij is geen hoofddoel, maar men is wel bezorgd over de eigen financiële situatie en status. Mensen binnen dit milieu plannen hun leven zorgvuldig, zijn toekomstgericht en proberen de juiste balans te vinden tussen het aangename en het noodzakelijke. Zij houden enerzijds van luxe, comfort en zichzelf verwennen, anderzijds gaan zij weloverwogen met geld om en streven ze sterk naar financiële zekerheid. 'Alles met mate' is een overheersend kenmerk van de moderne burgerij. De moderne burgerij heeft een duidelijke voorkeur voor merkproducten (A-merken) en men ziet zichzelf eerder als 'kwaliteitskoper' dan als 'prijskoper'. De moderne burgerij wil graag eerst iets 'gezien' hebben bij een ander, voordat men het zelf uitprobeert.



## Wat verwachten ze van een notaris?

Moderne burgers hebben sterk de behoefte aan zekerheid. Het is een milieu met minder kennis van notariële zaken. Tijdens het lezen van aktes komt er zo veel informatie op hen af dat ze moeite hebben om daar hun weg in te vinden. Leesbare en begrijpelijke aktes, zijn net als voor de traditionele burgers, belangrijk. Zonder dat dit belerend overkomt, want daar houden ze niet van. Dit betekent niet dat ze alle aktes volledig zullen uitpluizen. Het is vooral belangrijk dat ze weten dat het goed geregeld is, maar hoe dat dan tot in detail in elkaar steekt is minder belangrijk. Het is een milieu dat wantrouwend tegenover grote instanties is. Dit is terug te zien in de kenmerken die voor moderne burgers doorslaggevend zijn in de keuze voor een notaris. Zij noemen vaker dan andere milieus dat zij het belangrijk vinden dat een notaris te vertrouwen is en de locatie speelt ook relatief belangrijke rol. Een notariskantoor in hun wijk is bekend terrein en geeft hen meer vertrouwen. Persoonlijke relevantie en nabijheid spreken hen aan. Communicatie dient duidelijk en praktisch te zijn.

## Welke van onderstaande kenmerken zijn voor jou doorslaggevend in de keuze voor een notaris?

### Top 5

1. Deskundigheid (49%)
- 2. Te vertrouwen (40%)**
3. Lage prijs (32%)
4. Goed aangeschreven (26%)
5. Meedenken (26%)

### Bottom 5

1. Doorverwijzing van vrienden/familie (13%)
2. Specialisatie (11%)
3. Bereikbaarheid buiten kantooruren (2%)
4. Parkeermogelijkheden (1%)
5. De uitstraling van het pand (0%)

## Welke van de volgende kenmerken van een notaris vind je belangrijk?

### Top 5

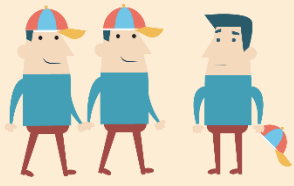
- 1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (56%)**
2. Correct en zorgvuldig (43%)
3. Juiste prijs (27%)
4. Neemt zorgen uit handen (23%)
5. Een vertrouwensrelatie (22%)

### Bottom 5

1. Onpartijdigheid (19%)
2. Geeft zekerheid (16%)
3. Is specialist op een bepaald gebied (11%)
4. Houdt me op de hoogte van ontwikkelingen (10%)
5. Is sociaal betrokken (5%)



## Persuasion tactics\*



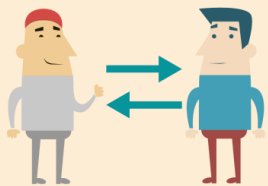
**Social proof**  
Overtuigen door te laten zien dat veel andere mensen al voor zijn gegaan.



**Fear**  
Benadrukken wat de risico's zijn als iemand niet de juiste keuze maakt.



**Guarantees**  
Garanderen dat je de keuze altijd weer ongedaan kunt maken



**Reciprocity**  
Iets voor terugdoen, zodat je elkaar helpt



**Consistency**  
Helpen inzien dat je beter vast kan houden aan een eerder gemaakte keuze

### Digitaliteit

Moderne burgers zijn nuchter en digitaal terughoudend. Onzeker over technologische ontwikkelingen. Ze gaan mee met de digitale massa, zonder uitgesproken mening over het digitale leven.

## Mediagebruik\*

De Telegraaf



Regionaal

## Tone of voice

*Respectvol, beleefd, vriendelijk, gewoon, gezellig, laagdrempelig, amuserend.*

## Achtergrondkenmerken\*



22% van de bevolking



Vaker vrouwen dan mannen



Vaker 45-54 jaar



Vaker laag opleidingsniveau



Gemiddeld inkomensniveau

### Huidige leefsituatie



Gezinssituatie: getrouwd, gescheiden



Beroepsstatus: huisman/huisvrouw, deeltijd in (loon)dienst



Vaker in Noord-Brabant, Zeeland en Limburg

\*Meest relevante kenmerken in verhouding tot de andere milieus



## Algemene waarden

Nieuwe conservatieven hebben traditionele opvattingen over normen en waarden. Deze opvattingen hebben ze niet alleen uit gewoonte, maar ook uit overtuiging. Men hecht aan discipline, respect, correcte omgangsvormen en aan een traditioneel gezinsleven. Verder zijn nieuwe conservatieven ambitieus ingesteld en willen zij maatschappelijk succesvol zijn. Hard werken en carrière maken zijn centrale drijfveren. Ook vormen kunst en cultuur een belangrijk onderdeel van hun leven. De nieuwe conservatieven leven zelfbewust, planmatig, risicomijdend en gedisciplineerd. Bovendien is men statusgevoelig en gericht op het beschermen van de eigen maatschappelijke positie. Hiërarchie in normen en waarden en sociale relaties wordt daarom als vanzelfsprekend ervaren.

**Succesvol, innovatief, traditie,  
bekwaam en vitaliteit**



## Wat verwachten ze van een notaris?

Nieuwe conservatieven nemen weloverwogen beslissingen en hebben kennis van zaken. Ze investeren veel tijd in het uitpluizen van hun financiële zaken. Hier hebben ze plezier in, maar vinden het ook belangrijk zichzelf goed te informeren. Op een bezoek aan de notaris bereidt dit milieu zich uiterst zorgvuldig voor. Ze vinden het belangrijk en interessant om notariële zaken zo goed mogelijk te begrijpen. Ze verwachten van een notaris dat hij of zij een volwaardige gesprekspartner is en up-to-date kennis heeft.

Doorslaggevend voor de keuze van een notaris zijn deskundigheid en onpartijdigheid, vaker dan in de andere milieus. Nieuwe conservatieven vinden het prettig als een notaris met ze mee denkt, maar behouden wel graag zelf de controle over het gesprek. Nieuwe conservatieven laten zich niks wijs maken. Ze kiezen vaker dan andere milieus voor de notaris waar ze ervaring mee hebben. Nieuwe conservatieven zoeken bij een notaris vooral bevestiging en de bevoegdheid om bepaalde zaken vast te leggen:

*“Voor advies over datgene wat ik al voorbereid heb. Laatste controle voor druk op de knop. Heb ik aan alles gedacht?”*

## Welk van onderstaande kenmerken zijn voor jou doorslaggevend in de keuze voor een notaris?

### Top 5

1. Deskundigheid (65%)
2. Goed aangeschreven (29%)
3. Te vertrouwen (27%)
4. Ervaring van de notaris (26%)
5. Lage prijs (26%)

### Bottom 5

1. Specialisatie (13%)
2. Doorverwijzing van vrienden/familie (11%)
3. Bereikbaarheid buiten kantooruren (1%)
4. Parkeermogelijkheden (0%)
5. De uitstraling van het pand (0%)

## Welke van de volgende kenmerken van een notaris vind je belangrijk?

### Top 5

1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (42%)
2. Correct en zorgvuldig (36%)
3. Heeft up-to-date kennis (29%)
4. Een vertrouwensrelatie (27%)
5. Juiste prijs (25%)

### Bottom 5

1. Is specialist op een bepaald gebied (20%)
2. Onpartijdigheid (18%)
3. Geeft zekerheid (15%)
4. Houdt me op de hoogte van ontwikkelingen (9%)
5. Is sociaal betrokken (3%)



# Nieuwe conservatieven



Koninklijke Notariële  
Beroepsorganisatie

## Digitaliteit

Nieuwe conservatieven gebruiken het internet alleen functioneel. Online interactie gaan ze voornamelijk uit de weg, maar ze zijn wel op de hoogte van de ontwikkelingen op het gebied van online technologie.

## Tone of voice

*Formeel, zakelijk, respectvol, verfijnd, beheerst, nuchter, rationeel, vastberaden, daadkrachtig en adviserend.*

## Persuasion tactics\*



### Authority

Het inzetten van personen of organisaties die gezaghebbend zijn



### Acknowledge resistance

Het overwinnen van weerstand door minpunten van een product of dienst simpelweg te erkennen



### Scarcity

Laat zien dat een unieke kans voorbijgaat als je nu geen besluit neemt



### Self-persuasion

Uitdagen om zelf dingen voor elkaar te krijgen



### Attractiveness

Er mooi en aantrekkelijk uit ziet

## Mediagebruik\*

**NRC**  
HANDELSBLAD



**EUROSPORT**

## Achtergrondkenmerken\*



8% van de bevolking



Vaker mannen dan vrouwen



Vaker ouder (55 – 64 jaar)



Vaker hoog opleidingsniveau



Vaker hoog inkomensniveau

### Huidige levenssituatie



Gezinssituatie: vaker getrouwd, wel kinderen

Beroepsstatus: vaker in loondienst, gepensioneerd



Vaker in Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht

\*Meest relevante kenmerken in verhouding tot de andere milieus



## Algemene waarden

*Luxe, succesvol, moed, fantasierijk  
en schoonheid*

Een zorgeloos leven leiden en van het leven genieten vormen binnen het milieu van gemaksgeoriënteerden belangrijke doelen. Aan werk wordt weinig waarde gehecht, het genieten na werktijd heeft veelal tot doel het werk te vergeten. Er wordt veel belang gehecht aan 'vrij zijn' (geen verplichtingen hebben) en aan een ongedwongen levensstijl. Mensen binnen dit milieu proberen zo comfortabel mogelijk te leven en stellen zichzelf geen uitzonderlijk hoge eisen of immateriële doelen. 'Lekker leven' en gemak staan voorop. Binnen dit milieu bestaat de behoefte zo veel mogelijk te kunnen doen en laten waar men zin in heeft. Aan etiquette of formaliteiten wordt weinig belang gehecht. Deze groep heeft afstand genomen van een traditioneel calvinistische levensopvatting, dat wil zeggen: genieten en verwennen mag zonder dat daar eerst hard voor is gewerkt. Men voelt zich aangetrokken tot rijkdom, luxe en glamour, maar het leven wordt niet primair ingericht om dit te bereiken.



## Wat verwachten ze van een notaris?

Gemaksgeoriënteerden leven in het hier en nu en houden zich weinig bezig met notariële zaken. Het is voor dit milieu niet belangrijk om zaken zwart op wit te zetten en schuiven zaken vaak voor zich uit. Het is voor een notaris lastig om aan deze groep te laten zien wat de toegevoegde waarde is van hun diensten. De associatie 'duur' leeft bij dit milieu ook meer in relatie tot een notaris dan bij andere milieus. *'In principe kost een notaris alleen maar geld'*. Naast goedkoop, zijn de uitstraling van het pand en de parkeermogelijkheden bij dit milieu vaker dan bij andere milieus relevant voor de keuze van een notaris. Gemaksgeoriënteerden schakelen eigenlijk alleen een notaris in als ze hier op gewezen worden. Een samenlevingscontract wordt bijvoorbeeld vooral afgesloten als ze samen met hun partner een huis gaan kopen. De keuze voor een notaris wordt hen vaak aangeraden door familie, vrienden en kennissen. Voorafgaand aan het gesprek met de notaris zullen zij zich niet uitgebreid inlezen. Communicatie wordt vooral passief geconsumeerd. De boodschap dient makkelijk en duidelijk te zijn. Amusement en humor zijn een pre en wanneer er individueel voordeel gehaald kan worden is men er snel bij.

## Welke van onderstaande kenmerken zijn voor jou doorslaggevend in de keuze voor een notaris?

### Top 5

1. Deskundigheid (41%)
2. Goed aangeschreven (28%)
3. Lage prijs (28%)
4. Te vertrouwen (25%)
5. Specialisatie (20%)

### Bottom 5

1. **Meedenken (13%)**
2. Onpartijdigheid (9%)
3. **Parkeermogelijkheden (8%)**
4. **De uitstraling van het pand (6%)**
5. Bereikbaarheid buiten kantooruren (5%)

## Welke van de volgende kenmerken van een notaris vind je belangrijk?

### Top 5

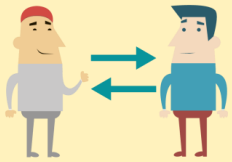
1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (42%)
2. **Juiste prijs (41%)**
3. Correct en zorgvuldig (35%)
4. Neemt zorgen uit handen (22%)
5. Geeft praktische tips (19%)

### Bottom 5

1. Onpartijdigheid (18%)
2. Is specialist op een bepaald gebied (16%)
3. Houdt me op de hoogte van ontwikkelingen (10%)
4. **Geeft zekerheid (7%)**
5. **Is sociaal betrokken (1%)**



## Persuasion tactics\*



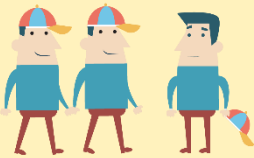
### Reciprocity

Iets voor elkaar terug doen, zodat je elkaar helpt



### That's not all

Laten zien dat je er nog iets gratis bij krijgt



### Social proof

Laten zien dat veel andere mensen al voor zijn gegaan



### Scarcity

Laten zien dat een unieke kans voorbijgaat als je nu geen besluit neemt



### Nothing to lose

Laat zien dat je er niets mee verliest en er alleen maar mee kan winnen

## Digitaliteit

Gemaksgeoriënteerden zijn sociaal gezien erg actief op het internet, ze voelen daarbij een grote sociale druk. Ze vergelijken zichzelf vaak met anderen op het internet en volgen vrienden en familie. Het gebruik van internet is voor deze groep een manier om het dagelijks leven even te vergeten.

## Mediagebruik\*



## Tone of voice

*Informeel, directief, laagdrempelig, praktisch, vrolijk, optimistisch, luchtig, concreet en amuserend.*

## Achtergrondkenmerken\*



10% van de bevolking



Geslacht: geen afwijkingen



Vaker jonger (18 t/m 34 jaar)



Vaker laag opleidingsniveau



Vaker laag inkomensniveau

## Huidige woonsituatie



Gezinssituatie: vaker alleenstaand, samenwonend en geen kinderen

Beroepsstatus: student, werkloos



Regio: geen afwijkingen

\*Meest relevante kenmerken in verhouding tot de andere milieus



## Algemene waarden

*Idealisme, creatief, fantasierijk,  
avontuurlijk, erkenning*

Het milieu van de kosmopolieten kenmerkt zich door ambitie (hard werken en maatschappelijk hogerop komen), behoefte aan zelfontplooiing en sociale betrokkenheid. Nieuwe ervaringen en kennis opdoen om zich persoonlijk te verrijken vormen belangrijke drijfveren voor dit milieu. Men toont een sterk geloof in het realiseren van persoonlijke en sociale ambities. De leefstijl van de kosmopolieten is actief en veelzijdig. Zij hebben een brede interesse op het gebied van kunst en cultuur. Aan boeken, muziek, reizen en uit eten gaan wordt relatief veel geld uitgegeven. Kwaliteit van leven staat hoog in het vaandel. Kwaliteit staat hierbij niet alleen voor veelzijdigheid en zelfontwikkeling, maar ook voor luxe en een hoge levensstandaard. Aan de eigen woonomgeving en het interieur wordt veel aandacht besteed. Consumeren is een vorm van genieten in dit milieu. Het leven van mensen binnen dit milieu is doorgaans niet strak gepland. Men heeft een flexibele en open houding, zowel in de manier waarop men met anderen omgaat, als in de manier waarop men het alledaagse leven organiseert.



## Wat verwachten ze van een notaris?

Kosmopolieten zijn goed geïnformeerd en weten goed waar een notaris zich mee bezig houdt. Ze vinden het belangrijk dat een notaris ze op de hoogte houdt van juridisch nieuws. Het is voor dit milieu minder belangrijk dat een notaris begrijpelijke taal gebruikt en zaken nog eens extra uitlegt. Ze vinden het belangrijk om hun zaken goed geregeld te hebben en om belangrijke afspraken zwart op wit vast te leggen. Een doorslaggevende factor voor kosmopolieten is onpartijdigheid. Daarnaast vinden ze het belangrijk dat een notaris sociaal betrokken is. Dit milieu is kritisch en zij verwachten een inhoudelijk en goed beargumenteerde benadering. Dit dient met een serieuze insteek te gebeuren, maar het mag wel luchtig en humoristisch gebracht worden. Ze houden van interactie bij het overbrengen van een boodschap. Ze vinden het prettig om hier bij geholpen te worden en hebben behoefte aan advies. Ze geven de voorkeur aan een gespecialiseerde notaris.

## Welk van onderstaande kenmerken zijn voor jou doorslaggevend in de keuze voor een notaris?

### Top 5

1. Deskundigheid (56%)
2. Te vertrouwen (38%)
3. Lage prijs (30%)
4. Goed aangeschreven (27%)
5. Meedenken (22%)

### Bottom 5

1. Specialisatie (13%)
2. Doorverwijzing van vrienden/familie (8%)
3. Bereikbaarheid buiten kantooruren (4%)
4. Parkeermogelijkheden (1%)
5. De uitstraling van het pand (0%)

## Welke van de volgende kenmerken van een notaris vind je belangrijk?

### Top 5

1. Correct en zorgvuldig (42%)
2. **Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (39%)**
3. Juiste prijs (25%)
4. Neemt zorgen uit handen (25%)
5. Heeft up-to-date kennis (23%)

### Bottom 5

1. Een vertrouwensrelatie (20%)
2. Is specialist op een bepaald gebied (16%)
3. Onpartijdigheid (14%)
4. **Is sociaal betrokken (11%)**
5. Houdt me op de hoogte van ontwikkelingen (10%)



# Kosmopolieten



Koninklijke Notariële  
Beroepsorganisatie

## Persuasion tactics\*



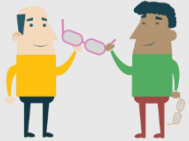
### Metaphors

Iemand meenemen in een beeldend en boeiend verhaal



### Implementation intention

Laten zien hoe je je doelen kan bereiken met een stappenplan



### Disrupt & reframe

Iemand anders naar dingen laten kijken



### Self-persuasion

Uitdagen om zelf dingen voor elkaar te krijgen



### Humour

Gebruik maken van humor

## Digitaliteit

Kosmopolieten vinden zonder problemen online hun weg en zijn van mening dat de technologie hun leven makkelijker heeft gemaakt. Deze groep is sociaal gezien ook erg actief online.

## Mediagebruik\*



# de Volkskrant

## Tone of voice

*Inhoudelijk, intellectueel, kritisch, optimistisch, democratisch, open, ongedwongen, adviserend, pragmatisch, zelfbewust en ambitieus.*

## Achtergrondkenmerken\*



13% van de bevolking



Geslacht: geen afwijkingen



Vaker jonger (18 t/m 34 jaar)



Vaker hoog opleidingsniveau



Inkomen: geen afwijkingen

## Huidige woonsituatie



Gezinssituatie: vaker alleenstaand, LAT-relatie, geen kinderen

Beroepsstatus: vaker in student en zelfstandig ondernemer



Vaker in Amsterdam, Den Haag, Rotterdam

\*Meest relevante kenmerken in verhouding tot de andere milieus





## Algemene waarden

Maatschappelijk succes en hogerop komen zijn voor de opwaarts mobielen belangrijke drijfveren. Mensen binnen dit milieu willen zelf iets bereiken in het leven. Hun geluk wordt voor een belangrijk deel door hun carrière bepaald ('mijn werk is mijn leven'). Zij hechten er tevens veel waarde aan om aan anderen te kunnen laten zien wat zij hebben bereikt. Over het algemeen is men materialistisch ingesteld; (veel) geld verdienen en consumeren zijn belangrijk. Het streven naar maatschappelijk succes is soms ook een bron van zorg: opwaarts mobielen zijn vaak ontevreden over de erkenning die zij van de samenleving krijgen. Hard werken en vooruitkomen kenmerken de mensen uit dit milieu. Zij leiden een bijzonder druk en gehaast leven. Opwaarts mobielen hebben een impulsieve, onregelmatige leefstijl; van een vaste planning is veelal geen sprake. In het algemeen zijn mensen binnen dit milieu vrij statusgevoelig. Zij hechten veel waarde aan uiterlijkheden en vaste omgangsvormen (etiquette en formaliteiten).

**Ambitieuw, succesvol,  
rijkdom, schoonheid en luxe**



## Wat verwachten ze van een notaris?

Opwaarts mobielen willen hun zaken goed, maar vooral snel geregeld hebben. In de ideale wereld krijgen ze de best passende keuze aangereikt zonder ze daar veel moeite voor te hoeven doen. "Het beste advies voor de laagste prijs". Dit milieu wil snel en direct benaderd worden. Het is voor dit milieu minder belangrijk om te begrijpen hoe notariële zaken precies in elkaar steken, maar willen wel op de hoogte zijn. Ze durven blind te varen op het advies van een notaris. Opwaarts mobielen schuiven het goed regelen van zaken het liefst zo veel mogelijk voor me uit, dus als iemand dit uit handen kan nemen helpt dit ze. Ze vinden het daarnaast ook lastig om hierin volledig op zichzelf te vertrouwen. Het is een statusgevoelige groep en is ook terug te zien in de kenmerken die belangrijk zijn in de keuze voor een notaris: specialisatie en de uitstraling van het pand zijn vaker doorslaggevend dan bij andere milieus. Net als de bereikbaarheid buiten kantooruren en parkeermogelijkheden. Om een opwaarts mobielen goed van dienst te zijn is het belangrijk om sociaal betrokken te zijn en zekerheid te bieden dat ze het goed hebben geregeld. Ze staan open om notariële zaken via internet te regelen.

## Welk van onderstaande kenmerken zijn voor jou doorslaggevend in de keuze voor een notaris?

### Top 5

1. Deskundigheid (38%)
2. Specialisatie (27%)
3. Ervaring van de notaris (26%)
4. Te vertrouwen (26%)
5. Lage prijs (26%)

### Bottom 5

1. Locatie / ligging van het kantoor (13%)
2. Doorverwijzing van vrienden/familie (9%)
3. Bereikbaarheid buiten kantooruren (6%)
4. Parkeermogelijkheden (4%)
5. De uitstraling van het pand (3%)

## Welke van de volgende kenmerken van een notaris vind je belangrijk?

### Top 5

1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (34%)
2. Correct en zorgvuldig (29%)
3. Geeft zekerheid (26%)
4. Juiste prijs (24%)
5. Geeft praktische tips (18%)

### Bottom 5

1. Een vertrouwensrelatie (17%)
2. Is specialist op een bepaald gebied (15%)
3. Heeft up-to-date kennis (14%)
4. Is sociaal betrokken (11%)
5. Houdt me op de hoogte van ontwikkelingen (9%)



## Persuasion tactics\*



### Attractiveness

Het inzetten van aantrekkelijke personen



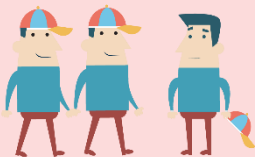
### Scarcity

Laten zien dat een unieke kans voorbij gaat als er nu geen besluit wordt genomen



### Fear

Waarschuwen voor wat er misgaat als je niet de juiste keus maakt



### Social proof

Laten zien dat veel andere mensen al voor zijn gegaan



### Authority

Iemand die een echte autoriteit is/gezag heeft

### Digitaliteit

Opwaartsmobielen zijn extravert, houden van sociale interactie op online platforms (zowel met bekenden als onbekenden) en gaan graag de discussie aan.

## Mediagebruik\*



## Tone of voice

*Informeel, persoonlijk en direct, doelgericht, ter zake, adviserend, prikkelend, opgewekt, energiek en flitsend, ambitieus, exclusief.*

## Achtergrondkenmerken\*



15% van de bevolking



Vaker mannen dan vrouwen



Vaker jonger (18 t/m 34 jaar)



Opleidingsniveau: geen afwijkingen



Inkomen: geen afwijkingen



### Huidige woonsituatie

Gezinsituatie: samenwonend en geen kinderen



Beroepsstatus: vaker voltijd in (loon)dienst, student



Vaker in Amsterdam, Den Haag, Rotterdam

\*Meest relevante kenmerken in verhouding tot de andere milieus



## Algemene waarden

*Idealisme, milieubewust, sober,  
delen en spiritueel*

Solidariteit en harmonie kenmerken de postmaterialisten. Men is kritisch ten opzichte van de hedendaagse maatschappij. Het streven naar een onderlinge verbondenheid, het nemen van verantwoordelijkheden en het werken aan sociaal-maatschappelijke verbeteringen, spelen in dit milieu een prominente rol. Mensen binnen dit milieu hechten er veel belang aan te kunnen leven volgens hun eigen principes en zijn sterk sociaal bewogen. Doorgaans heeft men een open, maar kritische houding ten aanzien van vernieuwing en verandering. Voor nieuwe dingen sluit men zich niet af, maar van verworvenheden met een bewezen kwaliteit stap men niet snel af. Veelal heeft men een vast leefpatroon dat weinig hectisch of gejaagd is. Verantwoord leven is belangrijk in dit milieu: zonder verspilling, winstbejag en zonder aantasting van het milieu. De materialistische consumptiemaatschappij wordt verworpen en voor een 'goed' en 'eerlijk' leven is men bereid een stap terug te doen.



## Wat verwachten ze van een notaris?

Postmaterialisten vinden het belangrijk om zaken goed geregeld te hebben en dat doen ze het liefste zelf. Als het gaat om notariële zaken proberen ze dit ook zo goed mogelijk te begrijpen. Voorafgaand aan een gesprek met de notaris lezen ze zich goed in. Het is een kritisch milieu en dit is ook terug te zien in de associaties met een notaris, vaker dan in de andere milieus wordt 'onbehelpzaam' en 'elitair' genoemd. Het is voor deze groep belangrijk dat een notaris zich gelijkwaardig opstelt. Het liefst hebben ze een notaris die net zo denkt als zij.

Factoren die voor postmaterialisten vaker doorslaggevend zijn in de keuze voor een notaris zijn: deskundigheid en een doorverwijzing van vrienden/familie. Daarnaast vinden ze het belangrijker dan andere milieus dat een notaris zorgvuldig is en geen fouten maakt. Dit milieu is kritisch en wil graag goed en eerlijk geïnformeerd worden. Inhoud speelt een belangrijke rol. Men staat sceptisch tegenover het bedrijfsleven en technische vooruitgang.

## Welk van onderstaande kenmerken zijn voor jou doorslaggevend in de keuze voor een notaris?

### Top 5

1. Deskundigheid (64%)
2. Te vertrouwen (33%)
3. Lage prijs (33%)
4. Goed aangeschreven (30%)
5. Meedenken (26%)

### Bottom 5

1. Onpartijdigheid (15%)
2. Specialisatie (14%)
3. Bereikbaarheid buiten kantooruren (1%)
4. De uitstraling van het pand (1%)
5. Parkeermogelijkheden (1%)

## Welke van de volgende kenmerken van een notaris vind je belangrijk?

### Top 5

1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (53%)
2. Correct en zorgvuldig (52%)
3. Juiste prijs (35%)
4. Heeft up-to-date kennis (25%)
5. Een vertrouwensrelatie (20%)

### Bottom 5

1. Neemt zorgen uit handen (17%)
2. Geeft zekerheid (15%)
3. Is specialist op een bepaald gebied (14%)
4. Is sociaal betrokken (8%)
5. Houdt me op de hoogte van ontwikkelingen (6%)



# Postmaterialisten



Koninklijke Notariële  
Beroepsorganisatie

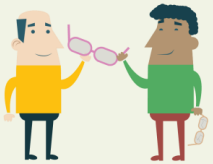
## Tone of voice

*Inhoudelijk, intellectueel, redelijk,  
kritisch, genuanceerd en  
democratisch.*

## Mediagebruik\*



## Persuasion tactics\*



**Disrupt & reframe**  
Op een andere manier  
naar dingen laten kijken



**Humour**  
Gebruik maken van  
humor



**Metaphors**  
Een beeldend en  
boeiend verhaal vertellen



**Self-persuasion**  
Iemand uitdagen om het  
zelf voor elkaar te krijgen



**Acknowledge resistance**  
Het overwinnen van weerstand  
door zorgen simpelweg te  
erkennen

## Digitaliteit

Deze groep is erg behoudend als het gaat om het gedrag op internet. Het wantrouwen in online privacy staat bij ze voorop en dit is dan ook een belangrijke factor die het gedrag bepaald. Ze zijn minder actief op sociale media en voelen daarom ook geen sociale druk of behoefte om een online interactie aan te gaan met andere personen of organisaties.

## Achtergrondkenmerken\*



9% van de bevolking



Vaker vrouwen dan mannen



Vaker ouder (55+)



Vaker hoog opleidingsniveau



Inkomen: geen afwijkingen

## Huidige leefsituatie



Gezinssituatie: getrouwd,  
weduwe/weduwnaar



Beroepsstatus: gepensioneerd



Vaker in Oost Nederland



## Algemene waarden

Mensen die tot de postmoderne hedonisten worden gerekend, zijn zeer individualistisch ingesteld. Men wil onafhankelijk en impulsief leven in het hier en nu. Daarbij wil men steeds persoonlijke keuzes maken, ook als die tegen de maatschappelijke norm ingaan. Centrale drijfveer in het leven van de postmoderne hedonisten is het opdoen van nieuwe ervaringen. Men staat open voor kunst en verschillende culturen. De ambities van deze groep zijn vooral intrinsiek gemotiveerd en staan betrekkelijk los van status of het streven naar maatschappelijke erkenning. Postmoderne hedonisten hebben een positief toekomstbeeld. Mensen binnen dit milieu hebben een onafhankelijke leefstijl en hechten er veel belang aan zelf te kunnen beslissen over de dingen die hen aangaan. Over het algemeen tonen zij wel een maatschappelijke interesse, maar de sociale betrokkenheid bij andere groeperingen in de samenleving is relatief gering.

*Bekwaam, avontuurlijk, innovatief,  
nieuwsgierig en fantasierijk*



## Wat verwachten ze van een notaris?

Postmoderne hedonisten willen het liefst zo min mogelijk tijd kwijt zijn aan het regelen van notariële zaken. Als ze het zonder notaris ook kunnen regelen, gaat hier de voorkeur naar uit. Dit milieu ziet veel mogelijkheden in blockchain-oplossingen om een notarisbezoek te vermijden. Als ze beslissingen moet nemen, kunnen ze snel knopen doorhakken en vertrouwen hierin op hun intuïtie. Ze ervaren hierin weinig moeilijkheden. Het is een groep die niet achterom kijkt of zich zorgen maakt of het wel goed geregeld is. En kijken ook niet vooruit om zaken alvast goed geregeld te hebben. Ze leven echt in het hier en nu. Ze realiseren zich wel dat het belangrijk is dat afspraken goed moeten worden vastgelegd. Als ze een notaris nodig hebben, gaan zij uit gemak vaker dan de andere milieus voor de notaris die werd aangedragen door bijvoorbeeld een makelaar. Er wordt van een notaris verwacht dat de noodzakelijke dingen geregeld worden en verder maakt het ze eigenlijk weinig uit. Het is iets dat geregeld moet worden en verder hebben ze er weinig interesse in. Ten opzichte van de andere milieus zijn de postmoderne hedonisten het minst tevreden met de dienstverlening van een notaris.

## Welk van onderstaande kenmerken zijn voor jou doorslaggevend in de keuze voor een notaris?

### Top 5

1. Deskundigheid (47%)
2. Lage prijs (35%)
3. Te vertrouwen (34%)
4. Goed aangeschreven (31%)
5. Meedenken (21%)

### Bottom 5

1. Doorverwijzing van vrienden/familie (10%)
2. **Onpartijdigheid (7%)**
3. Parkeermogelijkheden (2%)
4. De uitstraling van het pand (2%)
5. Bereikbaarheid buiten kantooruren (2%)

## Welke van de volgende kenmerken van een notaris vind je belangrijk?

### Top 5

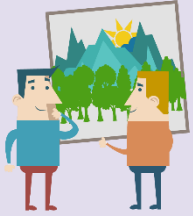
1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (54%)
2. Correct en zorgvuldig (43%)
3. Juiste prijs (29%)
4. Neemt zorgen uit handen (24%)
5. Heeft up-to-date kennis (16%)

### Bottom 5

1. Geeft zekerheid (18%)
2. Onpartijdigheid (13%)
3. Is specialist op een bepaald gebied (12%)
4. Houdt me op de hoogte van ontwikkelingen (7%)
5. Is sociaal betrokken (4%)



## Persuasion tactics\*



### Metaphors

Een beeldend verhaal schetsen door gebruik te maken van metaforen.



### Self-persuasion

Door iemand zelf argumenten te laten bedenken (en te uiten) die het standpunt ondersteunen.



### Foot in the door

Klein beginnen en stap voor stap verder gaan



### Humour

Gebruik maken van humor



### Disrupt & reframe

Mij anders naar dingen laten kijken

## Digitaliteit

Postmoderne hedonisten kunnen makkelijk met technologie overweg en vinden het leuk om zich online te begeven. De digitale wereld kent voor deze groep dan ook totaal geen obstakels. Nieuwe ontwikkelingen pakt deze groep als een van de eerste op.

## Mediagebruik\*

NRC  
HANDELSBLAD

Discovery  
CHANNEL

deVolkskrant

## Tone of voice

*Informeel, onconventioneel, opvallend, niet politiek correct, relativerend, ironisch, enthousiast en uitdagend.*

## Achtergrondkenmerken\*



11% van de bevolking



Geen afwijkingen



Vaker jonger (25-34 jaar)



Vaker hoog opleidingsniveau



Inkomen: geen afwijkingen

## Huidige leefsituatie



Gezinsituatie: vaker samenwonend, geen kinderen



Beroepsstatus: vaker zelfstandig ondernemer

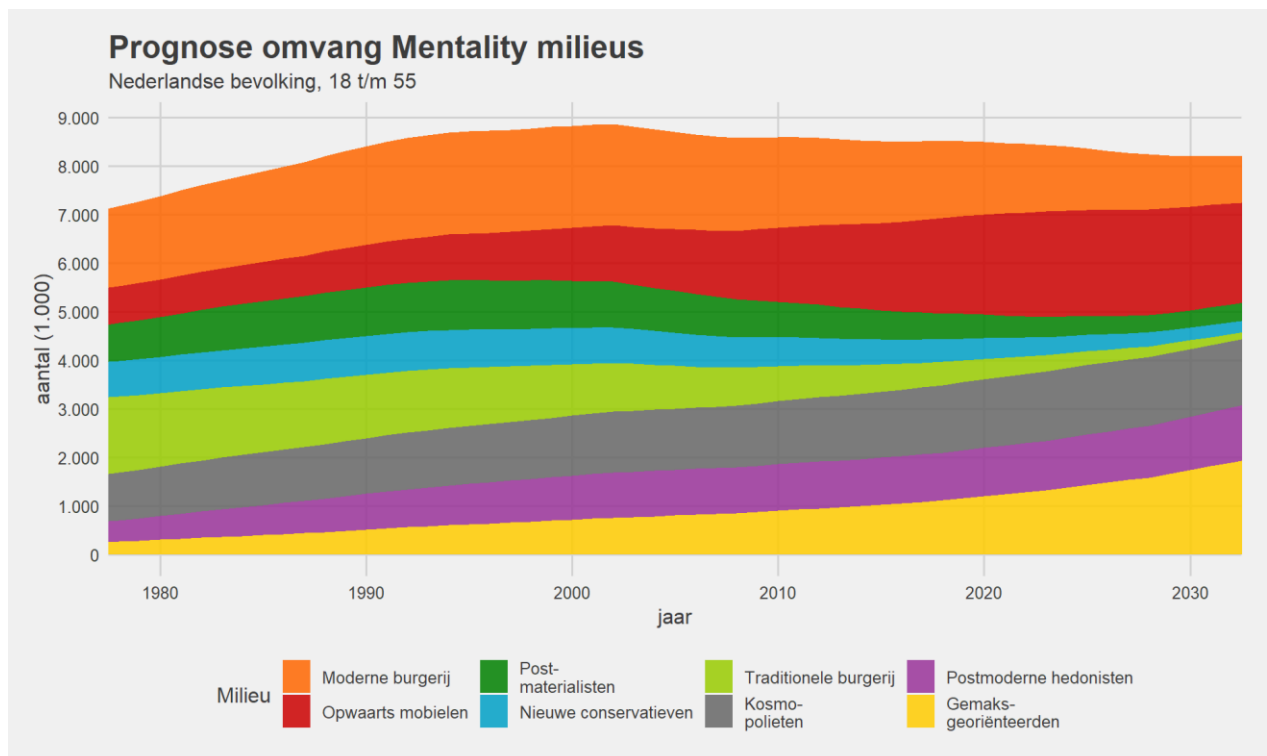


Regio: geen afwijkingen

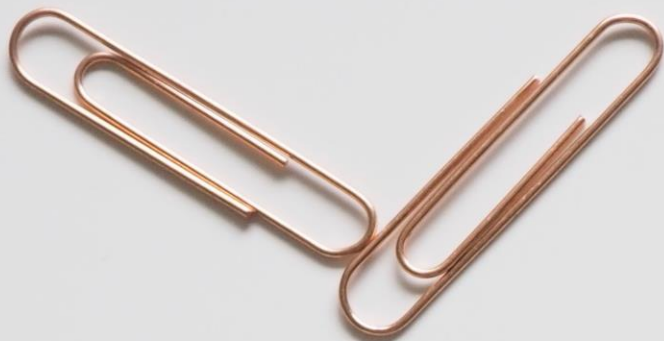
\*Meest relevante kenmerken in verhouding tot de andere milieus

## Voorspellingsmodel

Op basis van analyses van verschillende demografische ontwikkelingen worden veronderstellingen opgesteld over de toekomstige trends rond geboorte, sterfte, migratie en overgangen tussen huishoudensposities (chtscheidingen, uit huis gaan, etc.). De gevolgen van de veronderstellingen worden doorgerekend in een zogenaamd voorspellingsmodel naar de samenstelling en omvang van de verschillende Mentality-milieus. Het Mentality-model is enigszins een generatiemodel en daarom zien we grosso modo dat de groepen met een traditionele waardenoriëntatie (jaren 50) kleiner worden en de groepen met een postmoderne waardenoriëntatie in omvang toenemen (overigens met uitzondering van de postmaterialisten).



De milieus met een traditionele waardenoriëntatie, en over het algemeen ook een traditionele behoefte en houding ten opzichte van een notaris zien we de komende jaren afnemen. Deze traditionele groepen zien de notaris als een autoriteit en vinden deskundigheid belangrijk. De opwaarts mobilen en de gemaksgesoriënteerden, vinden het juist vooral belangrijk dat ze snel en gemakkelijk door een notaris worden geholpen. Daarnaast durven deze groepen ook best wel risico te nemen, terwijl traditionele milieus over het algemeen risico's juist vermijden. Beide milieus worden de komende jaren juist een groter onderdeel van de Nederlandse bevolking. In de toekomst zal er dus een groter deel van de Nederlanders behoefte hebben aan een minder traditionele benadering van een notaris.





## Kwantitatief onderzoek

### Doelgroep

- Nederlanders die de afgelopen vijf jaar een notaris hebben bezocht of het komende jaar van plan zijn een notaris te bezoeken

### Veldwerkperiode

- Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 27 augustus tot 9 september 2019.

### Methode respondentselectie

- Uit het StemPunt-panel van Motivaction.

### Incentives

- De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek een punten voor het StemPunt spaarprogramma ontvangen.

### Weging

- De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

### Responsverantwoording online onderzoek

- In de veldwerkperiode is aan 11.134 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten.

### Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

- Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.

### Overige onderzoekstechnische informatie

- Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Voor de totstandkoming van de segmenten zijn verschillende onderzoeken geraadpleegd. Een belangrijke bron was het onderzoek in opdracht van KNB 2019), waarbij de houding van Nederlanders ten opzichte het gebruik van de diensten van een notaris.

Daarnaast is voor de recent data analyse gebruik gemaakt van de Mentality-database van Motivaction. Mentality is het segmentatiemodel gebaseerd op waarden. Voor de beschrijving van de segmenten is de data van Nederlanders tussen 25 en 80 jaar van 2010 t/m 2018 geanalyseerd.

## Achtergrondgegevens

Voor elk segment worden een aantal achtergrondvariabelen beschreven, aangegeven door middel van iconen. De cijfers zijn gebaseerd op onderstaande vragen en categorieën, afkomstig uit de Mentality database.



Bent u een man of een vrouw?

- Man
- Vrouw



Wat is uw leefsituatie?

- Getrouwd
- Samenwonend
- Alleenstaand
- Gescheiden
- Weduwe, weduwnaar
- Anders



Leeftijd in categorieën

- 18 – 24 jaar
- 25 - 34 jaar
- 35 - 44 jaar
- 45 - 54 jaar
- 55 - 64 jaar
- 65+ jaar

Heeft u thuiswonende kinderen?

- Geen kinderen
- Wel kinderen



Hoogst voltooide opleiding in categorieën

- Laag
- Midden
- Hoog



Waar woont u?

- Den Haag, Rotterdam, Amsterdam
- Rest West
- Groningen, Friesland, Drenthe
- Overijssel, Gelderland, Flevoland
- Zeeland, Noord-Brabant, Limburg
- Randgemeenten van Den Haag, Rotterdam en Amsterdam



Bruto huishoudinkomen in categorieën

- Beneden modaal
- Modaal
- Boven modaal
- Onbekend



Beroepsstatus:

- Voltijd in (loon)dienst
- Deeltijd in (loon)dienst (< 30 uur/week)
- Gepensioneerd
- Zelfstandig ondernemer
- Student
- Huisman/huisvrouw
- Werkloos, arbeidsongeschikt

## Waarden-georiënteerd segmentatiemodel

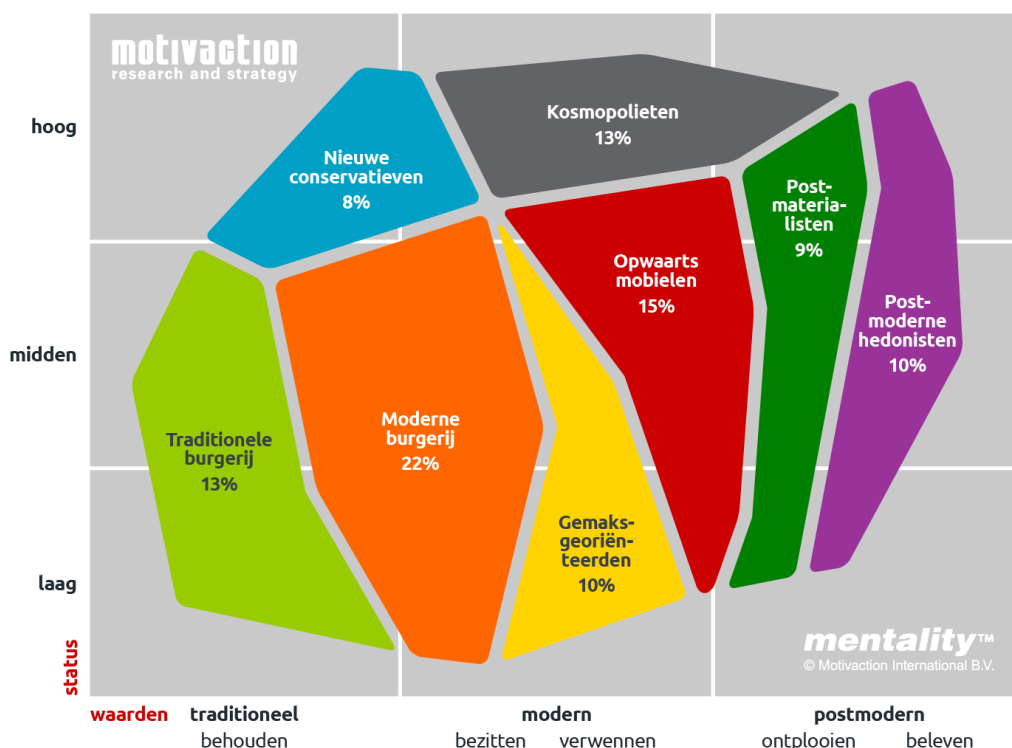
Mentality is de naam van het waarden- en leefstijlmodel dat Motivaction op eigen initiatief en in samenwerking met buitenlandse partnerbureaus sinds 1997 uitvoert. Waarden vormen de sleutel die toegang geeft tot de belevingswereld en de leefstijl van de hedendaagse Nederlander. Ze maken inzichtelijk waarom mensen ambiëren wat ze ambiëren, kopen wat ze kopen, zien wat ze zien en waarom zij zich bij verschillende media thuisvoelen.

In de afgelopen eeuw is de invloed van sociale en demografische kenmerken op de opvattingen en het gedrag van mensen sterk verminderd. Afkomst, sociale klasse, opleiding, leeftijd, geslacht en woonplaats bepaalden grotendeels hoe mensen in het leven stonden en welke keuzes zij maakten. Door de individualisering en democratisering van de samenleving hebben deze factoren aan betekenis verloren. Mensen met een gelijk sociodemografisch profiel vertonen vaak een zeer uiteenlopende leefstijl en (media)consumptiepatroon.

In plaats van een hiërarchische samenleving die bestaat uit vaste sociale lagen en algemeen geaccepteerde normen en waarden, leven we tegenwoordig eerder in dynamische, gefragmenteerde netwerken van mensen. De mensen zijn in deze netwerken veel vrijer en onafhankelijker geworden in het bepalen hoe ze willen leven en daarbij spelen hun normen en waarden een beslissende rol. Om een voorbeeld te noemen: het consumeren van luxe producten om op te vallen ('conspicuous consumption') is geen uiting meer van een rijke maatschappelijke bovenlaag, maar van segmenten die luxe een belangrijke waarde vinden.

Het toevoegen van waardengegevens geeft een betere voorspelling van gedrag dan wanneer alleen wordt uitgegaan van sociodemografische criteria. Waarden zijn hiermee een belangrijke verklarende factor geworden bij de keuzes die mensen maken, naast de bekende sociaaleconomische zaken als inkomen, levensfase en leeftijd.

### Basismodel Mentality



# motivaction

research and strategy

Motivaction International B.V.  
Marnixkade 109  
1015 ZL Amsterdam

Postbus 15262  
1001 MG Amsterdam

T +31 (0)20 589 83 83  
M info@motivaction.nl

[www.motivaction.nl](http://www.motivaction.nl)

