

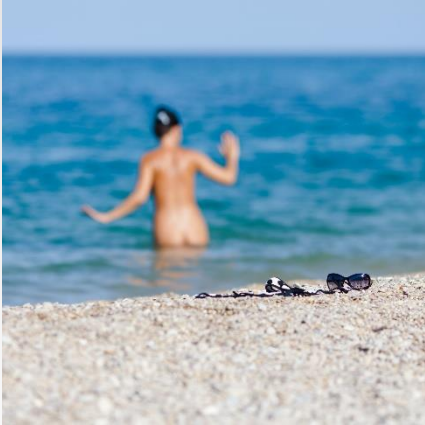


NFN
Open & Bloot

2019

Onderzoek Motivaction naar drijfveren en motivaties voor bloot ontspannen





Populatie

Leden NFN
n = 3.403

Naaktrecreanten
geen lid van NFN
n = 551

Potentiële naaktrecreanten
n = 444

Rest van Nederland
Tussen de 18 en 70 jaar
Geen (potentiële)
naaktrecreanten
n = 650

Inleiding

In opdracht van NFN Open & Bloot heeft Motivaction International B.V. in 2019 een onderzoek uitgevoerd onder leden van NFN en het Nederlands publiek waarbij de focus ligt op huidige en potentiële naaktrecreanten. In 2005, 2010 en in 2012 heeft Motivaction ook onderzoek uitgevoerd onder Nederlanders naar hun houding en gedrag ten aanzien van naaktrecreatie.

De doelstelling van het onderzoek is tweeledig:

1. Inzicht bieden in het gedrag, de wensen en behoeften en redenen om bloot te ontspannen van huidige leden, potentiële en nog niet aangesloten naaktrecreanten, op grond waarvan NFN de strategie kan aanscherpen en de marketing- en communicatie-inspanningen kan optimaliseren.
2. Inzicht bieden in nieuwe maatschappelijke trends omtrent bloot en eventuele veranderingen in de houding ten aanzien van bloot in kaart brengen.

Het onderzoek is online uitgevoerd onder Nederlanders tussen de 18 en 70 jaar oud.

In dit verslag lees je de belangrijkste uitkomsten.

Inhoud

Inleiding	1
Conclusies uit het onderzoek	3
NFN-leden.....	3
Potentiële leden	3
Gebruik termen	4
Imago NFN.....	5
Doelgroepen per merk	7
Beeldvorming.....	8
Vakantie en vrije tijd	10
Frequentie van bloot ontspannen	13
Locaties voor bloot ontspannen	14
Momenten om bloot te ontspannen	15
Samenstelling tijdens bloot ontspannen	16
Redenen om bloot te ontspannen.....	17
Redenen om NIET bloot te ontspannen.....	18
Trends	19

Conclusies uit het onderzoek

NFN-leden

De 58.000 NFN-leden verschillen in hun motivaties om bloot te ontspannen en lid te zijn van NFN, maar zijn allemaal erg tevreden over hun lidmaatschap.

NFN-leden zijn tevreden over de functionele voordelen die een lidmaatschap biedt (informatievoorziening, toegang tot terreinen, korting bij sauna's). Daarnaast spelen ook idealistische redenen een grote rol om lid te blijven bij NFN (belangenbehartiging, maatschappelijke acceptatie).

NFN-leden zijn gedreven naaktrecreanten. Zij doen dit vaker en zijn sterker uitgesproken in hun motivaties en voorkeuren dan mensen die bloot ontspannen, maar geen lid zijn van NFN. Het lijkt erop dat de rol die bloot zijn in hun leven speelt veel groter is dan voor niet-leden. Potentiële naaktrecreanten zijn het minst uitgesproken over hun wensen en behoeften.

Potentiële leden

Er is een grote groep van circa 2,5 miljoen Nederlanders die weleens bloot ontspant maar geen lid is van NFN.

Deze groep van potentiële leden is procentueel gezien ongeveer even groot als in 2012. Deze mensen ontspannen voornamelijk bloot in de sauna (niet uitsluitend), in de eigen tuin en op het naaktstrand. Naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN, zijn geïnteresseerd in de informatie en voordelen die NFN biedt. Er liggen dus veel kansen om deze groep aan NFN te binden. Zij ervaren echter nog drempels om lid te worden en willen zich slechts in beperkte mate binden aan NFN.



Gebruik termen

Gevoel van vrijheid, rust en ontspanning lijkt belangrijker te worden in bloot ontspannen.

Ten opzichte van 2012 denkt men bij naturisme, naaktrecreatie en bloot ontspannen vaker aan vrijheid/vrij gevoel/onbezorgdheid/ongedwongenheid en aan rust/ontspanning/relaxen/genieten en minder vaak aan gelijkheid/respect en bloot/naakt zijn. Vrijheid, rust en ontspanning lijkt belangrijker te worden in bloot ontspannen.

Er is geen duidelijk onderscheid tussen de termen bloot ontspannen, naturisme en naaktrecreatie; behalve voor de doelgroep van Natuurlijk! NFN. Bij alle drie de termen denkt men voornamelijk aan vrijheid en een prettige manier van ontspannen.

Uit de stellingen blijkt daarnaast dat NFN-leden positiever staan tegenover het gebruik van de term naturisme dan naaktrecreanten die geen lid zijn.

Imago NFN

NFN-leden zien NFN als betrouwbaar, deskundig, professioneel en toegankelijk.

Ook biedt NFN relevante informatie en is ze duidelijk in de communicatie. Naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN maar de organisatie wel kennen, vinden dit in mindere mate ook. Er is echter een relatief groot verschil in de mate waarin deze groep NFN als toegankelijk ziet ten opzichte van NFN-leden. Dit verschil is minder groot op de andere imago-aspecten (zie diagram 1).

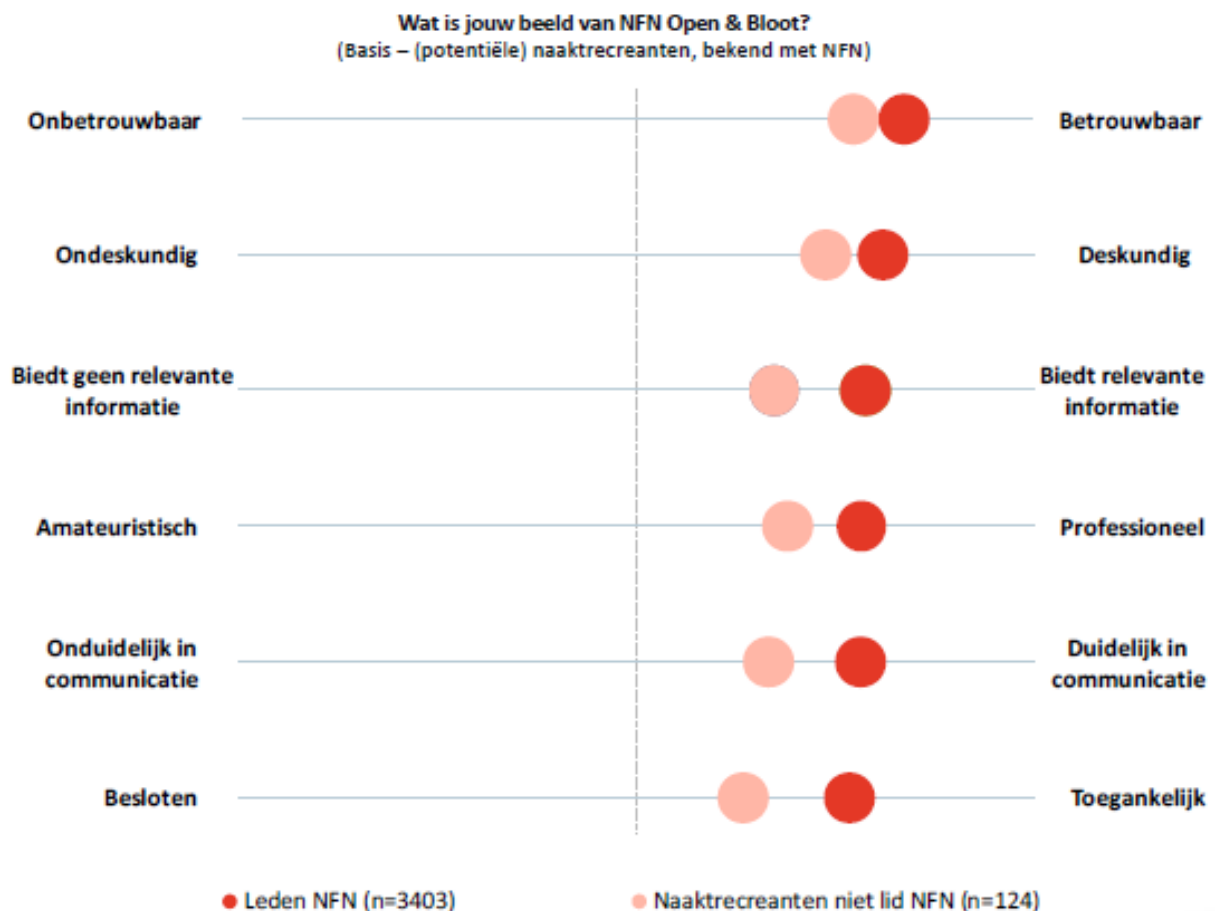


Diagram 1

NFN wordt als enigszins ruimdenkend, actief, enthousiasmerend en vooruitstrevend gezien door NFN-leden.

Naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN, zien de organisatie als beperkt vernieuwend, actief, enthousiasmerend en vooruitstrevend.

NFN-leden zien NFN in mindere mate als meegaand. Dit is echter een lastig imago-aspect omdat vasthoudend en meegaand allebei zowel positief als negatief kunnen worden geïnterpreteerd (zie diagram 2).

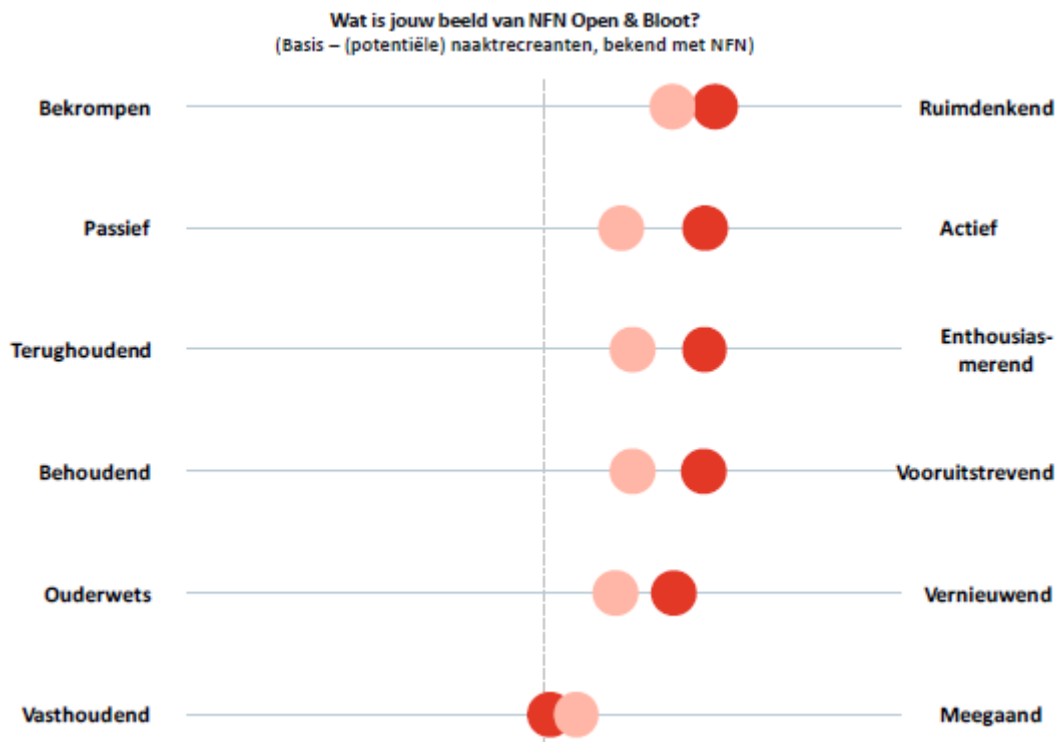
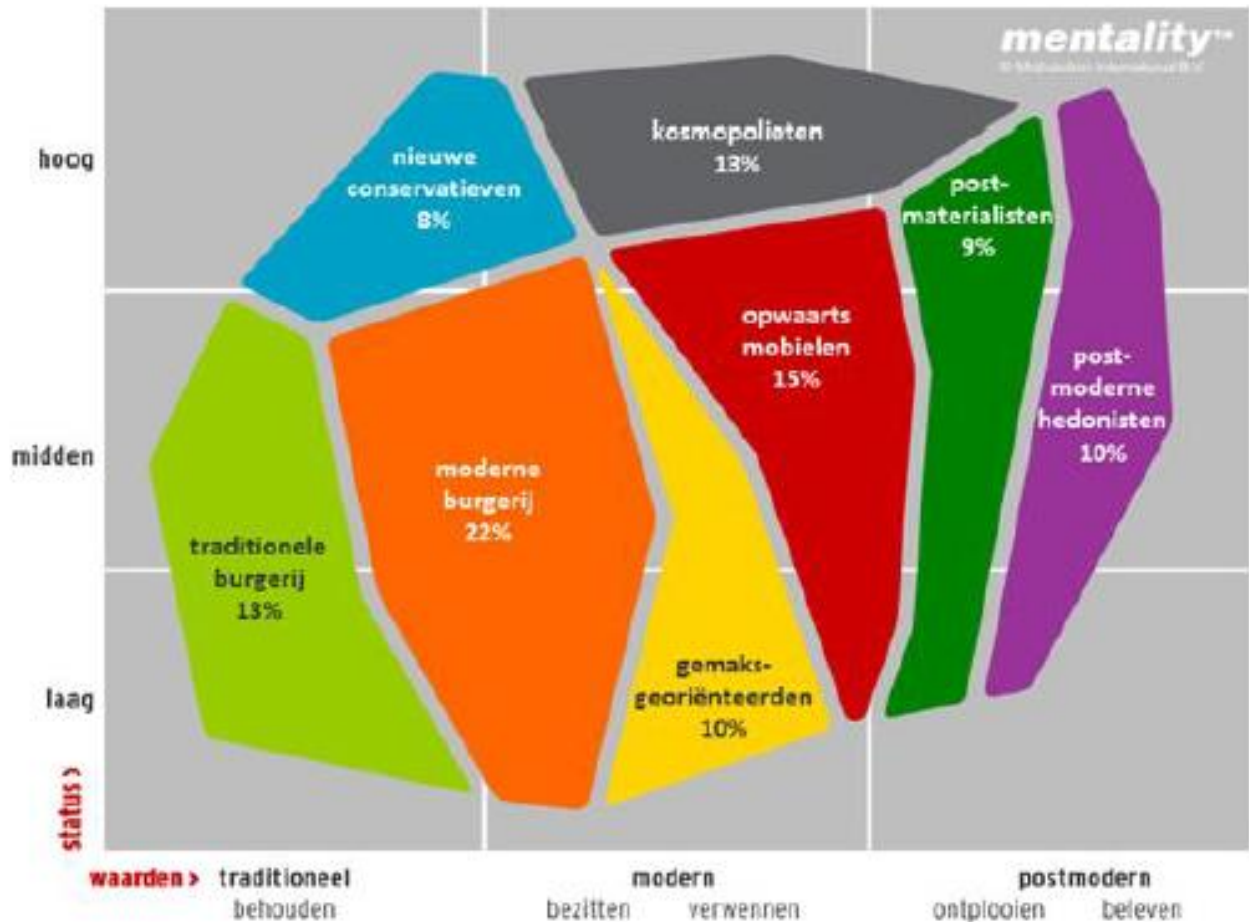


Diagram 2



Doelgroepen per merk

De doelgroepen van NFN zijn gebaseerd op het Mentality-model van Motivaction (zie afbeelding 1).



Afbeelding 1: Mentality-model van Motivaction

In de beweegredenen en motivaties om bloot te ontspannen zien we verschillen tussen de doelgroepen die in lijn liggen met de gemaakte aannames. In gedrag zien we minder sterke verschillen terug dan van tevoren werd aangenomen.

Natuurlijk! NFN

De doelgroep van het merk Natuurlijk! NFN wordt gekenmerkt door idealisme en vindt het contact met het eigen lichaam en de natuur van belang. Voor hem/haar is bloot ontspannen vaker een levensstijl. Zij hecht veel belang aan de onderliggende waarden van bloot ontspannen, zoals gelijkheid, respect en één zijn met de natuur. In houding/attitude is zij meer betrokken met bloot ontspannen dan de andere groep. In haar gedrag is dat niet even sterk terug te zien. Zij ontspant niet per se vaker bloot dan anderen.

BlootGewoon!

De doelgroep van het merk BlootGewoon! heeft minder uitgesproken voorkeuren binnen bloot ontspannen, maar recreëert wel net zo vaak bloot. Zij/hij lijkt vooral bloot te ontspannen voor zichzelf (individualistisch); zij is minder bezig met de idealistische kant van bloot ontspannen.

Beeldvorming

Onveranderd beeld van bloot ontspannen over de afgelopen jaren.

Voor een ruime meerderheid van de ondervraagden is het beeld over bloot ontspannen de afgelopen jaren niet veranderd. Als dit beeld wél is veranderd, dan is dat vaak onder huidige naaktrecreanten (ongeacht of men lid is van NFN). De verandering die zij opmerken is vaker in negatieve dan in positieve zin, maar het verschil is niet bijzonder groot. Potentiële naaktrecreanten zien juist meer positieve dan negatieve veranderingen. Niet-bloot Nederland heeft geen veranderingen opgemerkt, zij lijken minder met dit onderwerp bezig te zijn.

Positieve veranderingen die zijn opgemerkt, zijn de toenemende acceptatie van bloot ontspannen, dat naaktrecreanten zelf steeds vaker bloot ontspannen en naaktrecreanten een vrijer gevoel hebben. Potentiële naaktrecreanten noemen daarnaast dat zij zekerder zijn (geworden) over hun eigen lichaam, door saunabezoek.

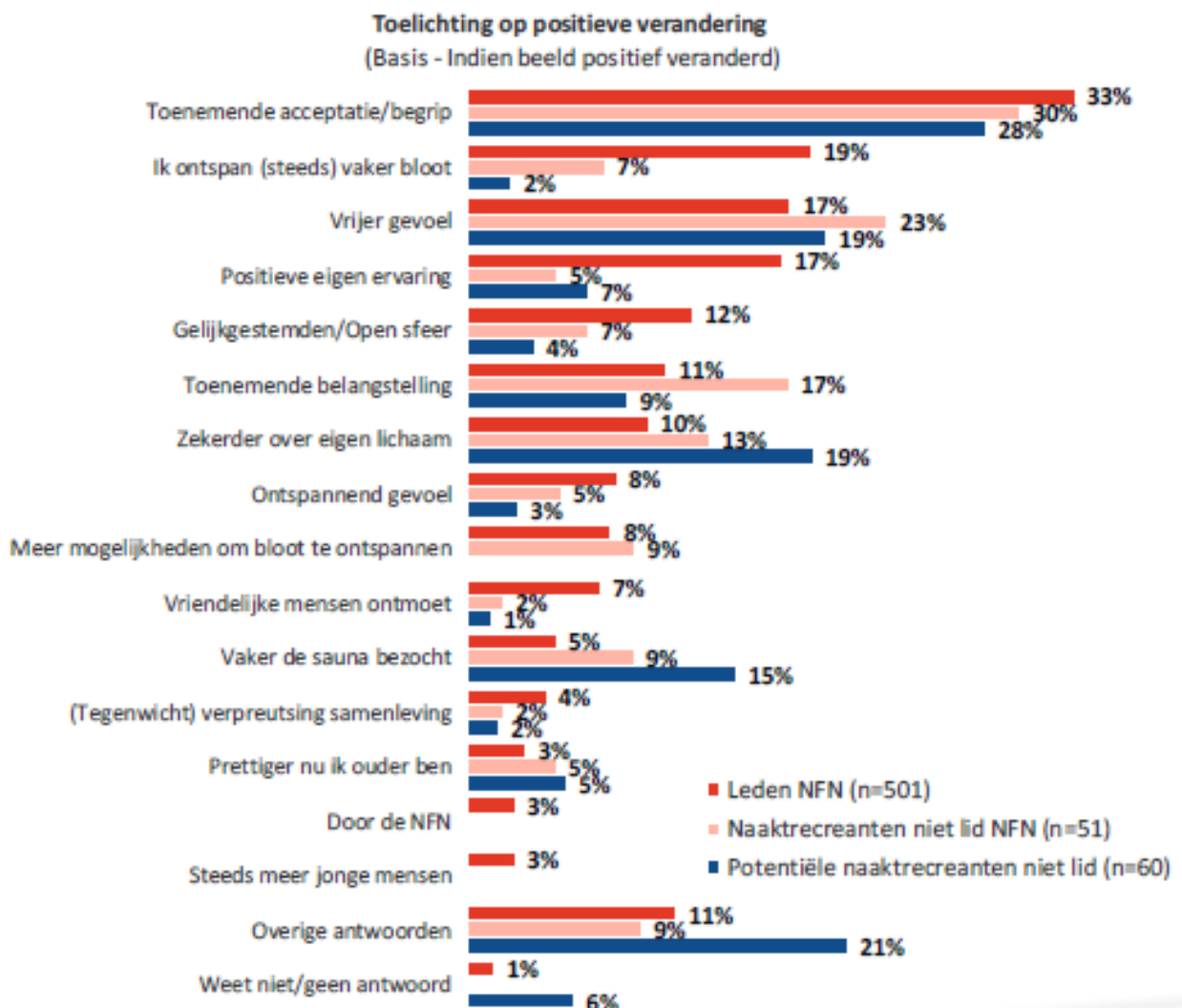


Diagram 3

Vooral NFN-leden hebben er geen moeite mee om met anderen over bloot ontspannen te praten. Een deel doet dit enkel met mensen die zij vertrouwen, een even groot deel geeft aan hier met iedereen over te praten (zie diagram 4).

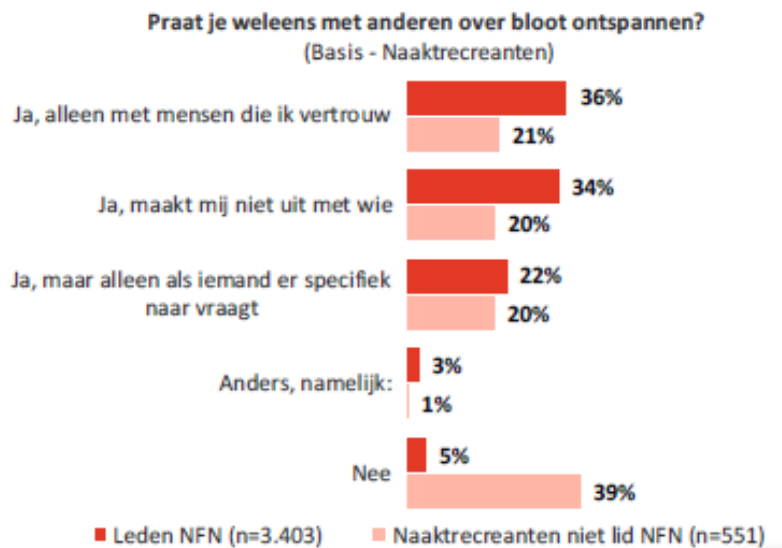


Diagram 4.

De voornaamste negatieve verandering die men in de afgelopen jaren heeft opgemerkt bij het bloot ontspannen, is de toenemende mate waarin de maatschappij preutser wordt. Ook een gebrek aan acceptatie wordt genoemd, wat tegenstrijdig is aan de toenemende acceptatie die tevens wordt genoemd. Potentiële naaktrecreanten noemen daarnaast dat ze last hebben van gluurders of dit horen van anderen (zie diagram 5).

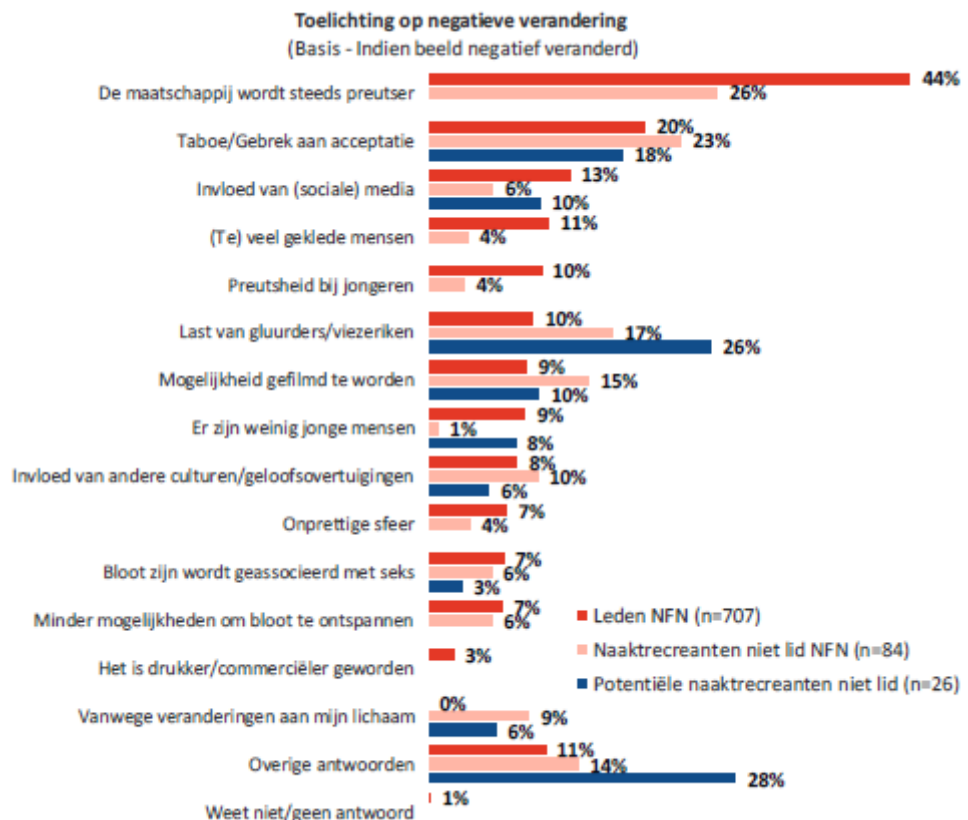


Diagram 5

Vakantie en vrije tijd

NFN-leden hebben andere vakantievoorkeuren dan naaktrecreanten die geen lid zijn.

Leden van NFN gaan het liefst op vakantie in Frankrijk of Nederland (zie diagram 6) en verblijven dan in een appartement/vakantiehuis of op de camping (met eigen tent of caravan). Naaktrecreanten die nog geen lid zijn van NFN hebben een minder sterke voorkeur voor Frankrijk en gaan (ook) naar andere bestemmingen in of buiten Europa. Zij verblijven daarnaast vaker dan leden in een appartement/vakantiehuis of in een hotel/b&b (zie diagram 7).



Diagram 6

In wat voor type accommodaties overnacht je het liefst tijdens een vakantie?
 (Basis - Naaktrecreanten, gaat weleens op vakantie)

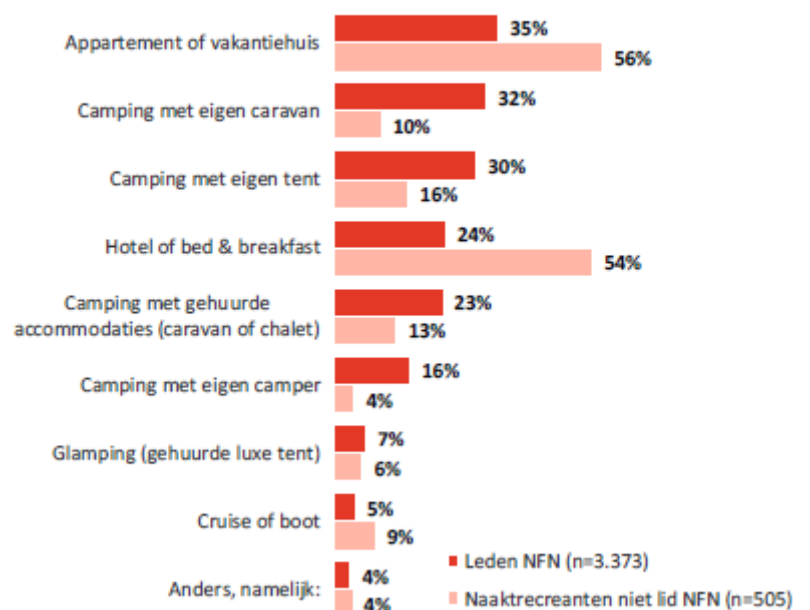


Diagram 7

Bloot ontspannen is voornamelijk: ontspannen en tot rust komen.

Naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN geven wat vaker dan NFN-leden aan dat zij bloot ontspannen om praktische redenen of vanuit gemak (24% vs. 18%). NFN-leden zien bloot zijn vaker als een levensstijl dan naaktrecreanten die geen lid zijn (15% vs. 5%). Zie diagram 8.

Bloot ontspannen is voornamelijk: ontspannen en tot rust komen.

Naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN geven wat vaker dan NFN-leden aan dat zij bloot ontspannen om praktische redenen of vanuit gemak (24% vs. 18%).

NFN-leden zien bloot zijn vaker als een levensstijl dan naaktrecreanten die geen lid zijn (15% vs. 5%).



Diagram 8



Onder naaktrecreanten (NFN-leden en niet-leden) is er vooral behoefte aan meer openbare locaties/terreinen om bloot te ontspannen.

Deze behoefte is sterker onder NFN-leden (68%) dan onder naaktrecreanten die geen lid zijn (30%). Beide groepen zouden daarnaast graag meer besloten locaties/terreinen zien. De behoefte hiervoor is onder beide groepen ongeveer even sterk (resp. 37% en 30%).

In wat minder sterke mate is er ook behoefte aan locaties/terreinen waar zowel bloot als gekleed recreëren is toegestaan en aan meer toezicht op de terreinen. Zie diagram 9.

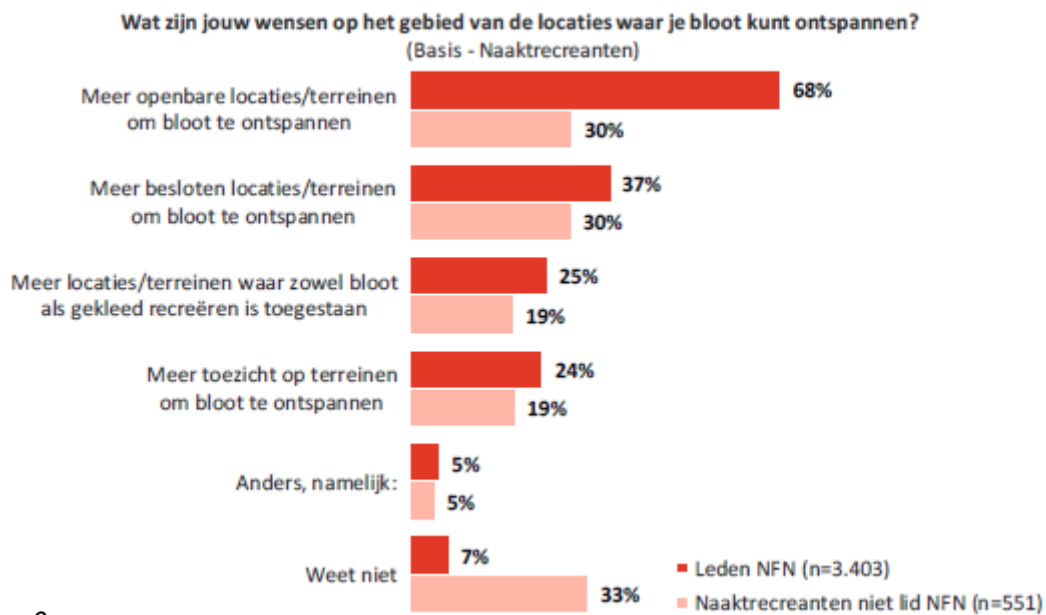


Diagram 9

Frequentie van bloot ontspannen

NFN-leden ontspannen vaker bloot dan naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN.

NFN-leden ontspannen gemiddeld 61 dagen per jaar bloot, ten opzichte van 22 dagen door naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN. 11% van de NFN-leden ontspant zelfs meer dan 100 dagen per jaar bloot. De meerderheid van de naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN, ontspant 0 tot 20 dagen per jaar bloot (zie diagram 10).

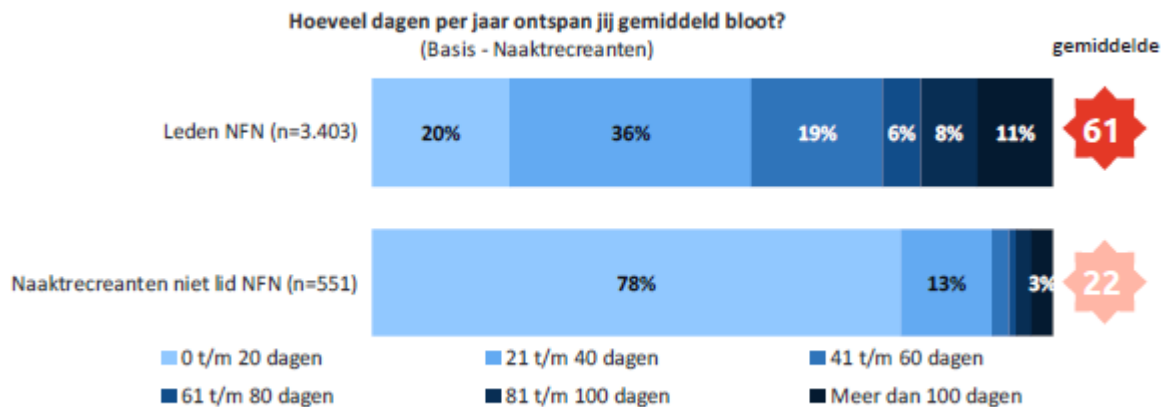


Diagram 10



Locaties voor bloot ontspannen

Er wordt het meest vaak bloot ontspannen in de sauna of op het naaktstrand.

Zowel NFN-leden als naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN noemen deze locaties het meest vaak. Ook in de eigen tuin en in het eigen huis worden door beide groepen relatief vaak genoemd. NFN-leden ontspannen op meer verschillende locaties bloot dan naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN. NFN-leden ontspannen bijvoorbeeld relatief vaak bloot op een camping in het buitenland of in Nederland, op een verenigingsterrein of een dagrecreatieterrein. Op deze locaties wordt minder vaak bloot ontspannen door naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN (zie diagram 11).

Potentiële naaktrecreanten ontspannen vooral bloot in de sauna. Een kleiner deel doet dit (ook) thuis.

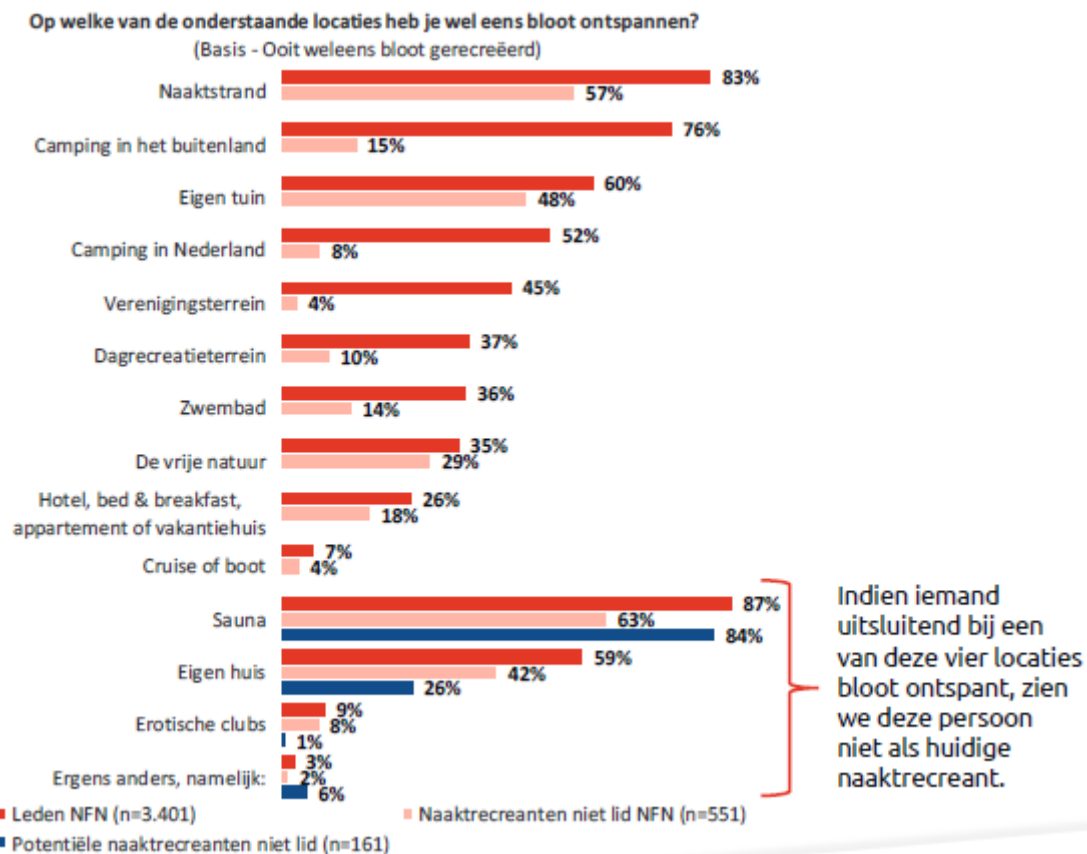


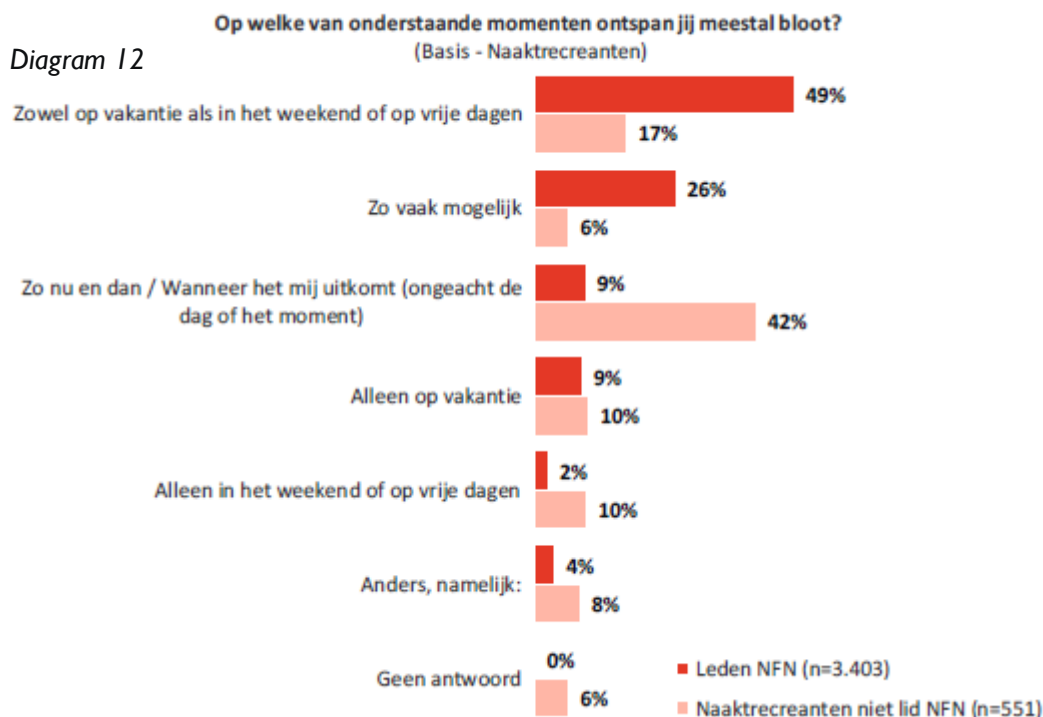
Diagram 11

Momenten om bloot te ontspannen

NFN-leden ontspannen op andere momenten bloot dan naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN.

NFN-leden ontspannen meestal bloot op vakantie, in het weekend en op vrije dagen (49%) of zo vaak mogelijk (26%). 9% ontspant alleen bloot op vakantie.

Naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN doen dit zo nu en dan/wanneer het hen uitkomt (42%). Naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN geven daarnaast vaker aan alleen bloot te ontspannen in het weekend of op vrije dagen (zie diagram 12).



Samenstelling tijdens bloot ontspannen

Bloot ontspannen doet men meestal met partner, alleen of met vrienden/kennissen.

Dit geldt zowel voor NFN-leden als voor naaktrecreanten die geen lid zijn bij NFN. Een kleiner aandeel ontspant bloot met het gezin of andere familieleden. Het valt op dat naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN vaker aangeven alleen bloot te ontspannen dan NFN-leden. NFN-leden ontspannen dus vaker bloot in het gezelschap van anderen (zie diagram 13).

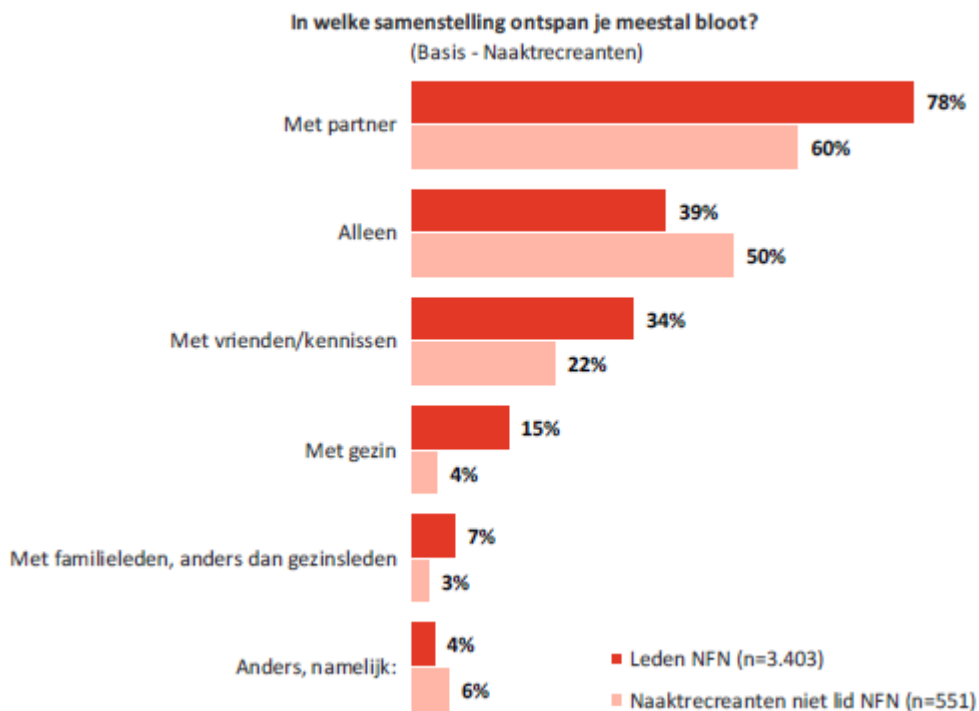
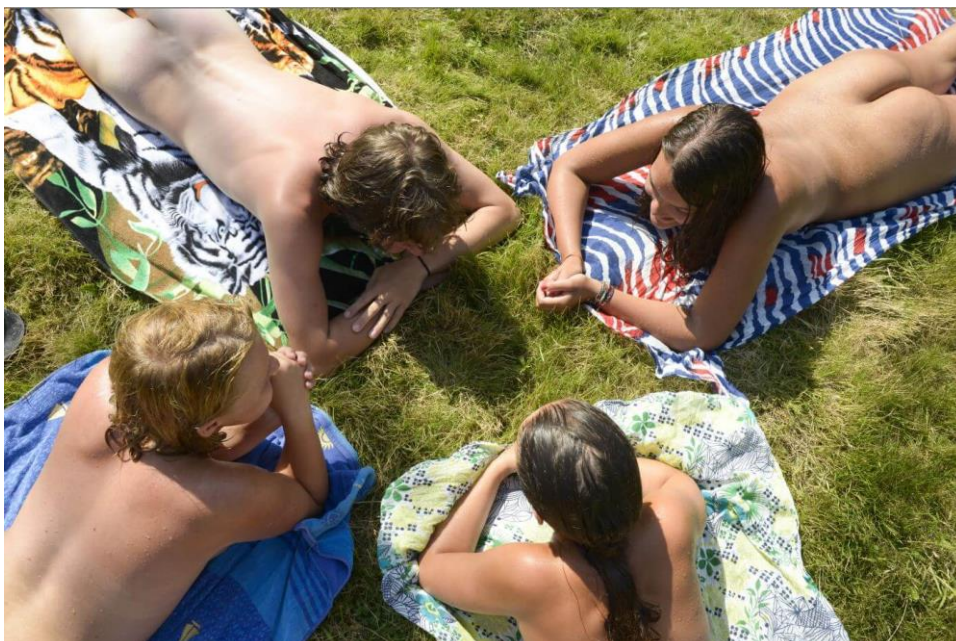


Diagram 13



Redenen om bloot te ontspannen

Je vrij voelen en de sfeer van wederzijds respect zijn de belangrijkste redenen om bloot te ontspannen.

Dit geldt zowel voor NFN-leden als voor naaktrecreanten die geen lid zijn bij NFN. Ook vindt men het onprettig om knellende badkleding te dragen, is het makkelijk en praktisch en vindt men rust in bloot ontspannen. Alle redenen (met uitzondering van 'ik ben ermee opgegroeid') om bloot te ontspannen worden significant vaker door NFN-leden dan door naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN genoemd.

Streeploos bruin willen worden, is voor naaktrecreanten die geen lid zijn van NFN de tweede belangrijkste redenen om bloot te ontspannen. Voor NFN-leden staat deze reden op de zesde plaats. Zie ook diagram 14.



Diagram 14

Redenen om NIET bloot te ontspannen

Reden om niet bloot te ontspannen zijn: er geen behoefte aan hebben en het ongemakkelijk vinden.

Dit geldt zowel voor potentiële naaktrecreanten als voor de rest van Nederland (niet-bloot NL). Niet-bloot Nederland noemt daarnaast vaak dat zij er niets mee hebben, zich er onprettig bij voelen en zich liever in het gezelschap van geklede mensen bevinden. Ook vindt deze groep het niet prettig om anderen bloot te zien. Voor een kleiner deel speelt het mee dat zij niemand kennen die bloot ontspant, zich schamen voor hun lichaam of noemen dat bloot ontspannen in hun omgeving niet wordt geaccepteerd (diagram 15).

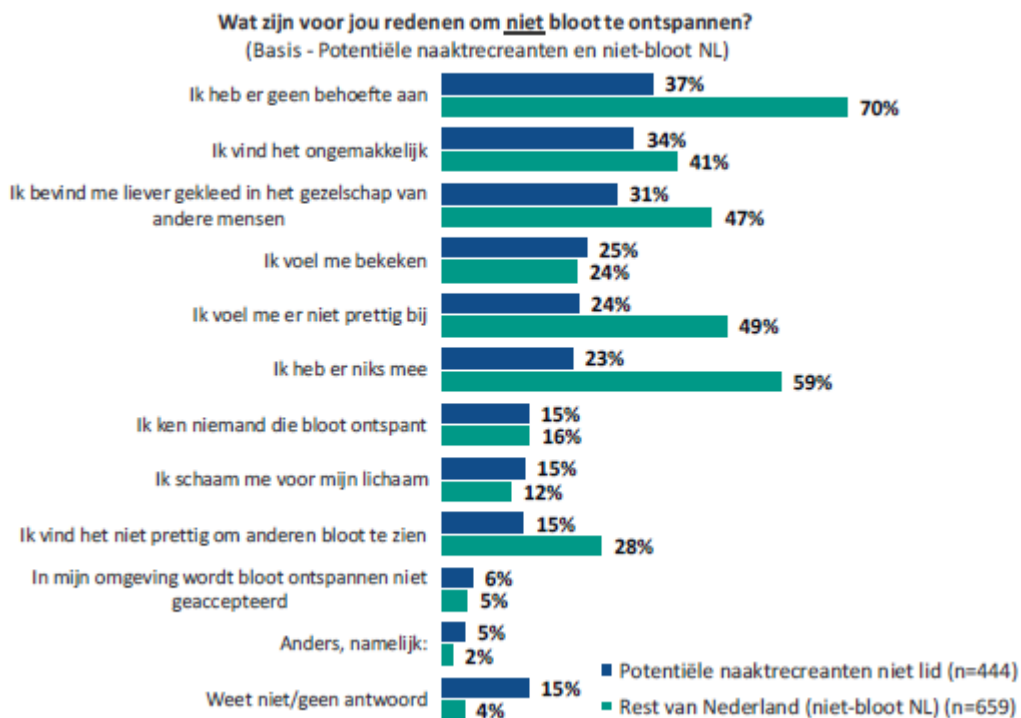


Diagram 15



Trends

Naast de uitkomsten van dit marktonderzoek zijn er door diverse partijen reis- en vakantietrends in kaart gebracht*. De meest relevante trends waar NFN op kan inspelen, zijn :

- **Duurzame vakanties:** duurzaamheid speelt een steeds grotere rol bij de keuzes voor vakanties. In contact staan met de natuur en je lichaam past daar goed bij.
- **Digital detox:** even helemaal 'van de wereld' zijn en geen telefoonverbinding hebben is een trend in opkomst waar vooral wellnessresorts op inspelen. In contact staan met je eigen geest en lichaam past daar goed bij.
- **Microvakantie:** een korte onderbreking (lang weekend) in eigen land of op korte reisafstand. Maar wel even helemaal in een andere wereld zijn. Probeer vooral huidige leden te bereiken met deze mogelijkheid.
- **Detour-vakantie:** weg van de massa, op zoek naar 'ongebaande paden'. Dit is vooral interessant voor de kleinere naturistencampings.
- **Qua locaties** zijn de bestemmingen Turkije, Egypte en Tunesië weer terug van weggeweest. Qua verre bestemmingen zijn Sri Lanka, de Verenigde Staten en Colombia in 2019 in trek.



Dit onderzoek is tot stand gekomen in samenwerking met Onderzoeksbureau Motivaction