De gemaakte ‘mandjes’ met beroepgroepen die wij onder hetzelfde scharen.

Methode 1: Segmentatie op basis van Beroep, Functie & Profilering (De "Wie"-as)

1. DGA / Partner - De Fiscale Strategist

- Functies: DGA, Eigenaar, Oprichter *(branche-filter: IT, Accountancy, Adviesbureaus, Zakelijke Dienstverlening)*.
- Kopersmotief: Fiscale efficiëntie, lage netto maandlasten, BTW-aftrekbaarheid en Financial Lease.

2. DGA / Partner - De Status & Performance

- Functies: Founder, Co-Founder, DGA, Managing Partner *(branche-filter: Marketing & Reclame, E-commerce, Crypto/Tech, Media)*.
- Kopersmotief: Emotie, succes uitstralen en vieren, prestaties en exclusiviteit.

3. DGA / MKB - De Pragmatische Bouwer / Praktijkman

- Functies: Eigenaar, Directeur-Eigenaar *(branche-filter: Bouw, Logistiek, Transport, Installatietechniek, Civiele Techniek)*.
- Kopersmotief: No-nonsense representativiteit gecombineerd met functionaliteit, ruimte en trekkracht.

4. De Juridische Sector

- Functies: Advocaat, (Managing) Partner, Notaris, Kandidaat-notaris, General Counsel, Head of Legal, Corporate Lawyer, Fiscalist.
- Kopersmotief: Ingetogen representativiteit, hoge mate van ontzorging, betrouwbaarheid en gepaste status.

5. Medisch & Vrije Beroepen (Maatschappen)

- Functies: Medisch Specialist, Chirurg, Cardioloog, Radioloog, Tandarts, Implantoloog, Orthodontist, Kaakchirurg, Apotheker, Dierenarts.
- Kopersmotief: Gemak en tijdwinst (haal- en brengservice), ontspanning en zorgeloosheid in de schaarse vrije tijd.

6. Financiële Sector & Consultancy

- Functies: Partner (Big 4/Consultancy), Managing Director, Private Banker, Wealth Manager, Investment Banker, Private Equity Partner, Fund Manager.
- Kopersmotief: Return on investment, strakke voorwaarden, de nieuwste techniek en een moderne zakelijke uitstraling.

7. Luchtvaart, Zeevaart & Specialisten

- Functies: Piloot, Gezagvoerder, First Officer, Registerloods, Master Mariner, Kapitein, Senior Surveyor.
- Kopersmotief: Fascinatie voor techniek, superieure prestaties en rijplezier (vaak als pure vrijetijdsbesteding).

-

8. De Vastgoedsector (Real Estate)

- Functies: Makelaar, Register Makelaar/Taxateur, Vastgoedinvesteerder, Projectontwikkelaar, Rentmeester, Head of Real Estate.
- Kopersmotief: Hoge mobiele zichtbaarheid, veel kilometers op de weg, direct zakelijk visitekaartje op de bouw- of bezichtigingslocatie.

9. Corporate & Tech Leadership

- Functies: CEO, CFO, COO, CTO, CCO, CIO, Vice President, Commercial Director, General Manager, Lead Architect.
- Kopersmotief: Beloning voor carrièrestappen, direct leverbaar zonder lange wachttijden, en het vieren van persoonlijk succes.

Methode 2: 7 Culturele Regio's

Uit sociaal-geografisch en bestuurskundig onderzoek blijkt dat Nederlanders zich nauwelijks identificeren met bestuurlijke provincies zoals 'Noord-Holland' of 'Zuid-Holland'. In plaats daarvan denken mensen in **mentale kaarten**: cultuurregio's, historische steken en stedelijke invloedssferen. Op basis daarvan hebben we onderstaande verdeling gemaakt.

1. Groot-Amsterdam & 't Gooi (De Randstedelijke Elite)

- **Geografie:** Amsterdam, Amstelveen, 't Gooi (Laren, Blaricum, Hilversum, Bussum) en Bloemendaal/Aerdenhout.
- **Culturele identiteit:** Mondain, statusgevoelig, carrièregericht en gewend aan luxe. In 't Gooi en Bloemendaal heerst 'klassieke en opzichtige rijkdom', terwijl Amsterdam meer gericht is op moderne, innovatieve luxe (bijv. high-end EV's en performance cars).

2. Rotterdam & De Zuid-Vleugel (No-nonsense Success)

- **Geografie:** Rotterdam, Rijnmond, Drechtsteden, gecombineerd met de Haagse regio (Den Haag, Wassenaar, Voorschoten).
- **Culturele identiteit:** Rotterdam kenmerkt zich door 'niet lullen maar poetsen' en ondernemerstrots (veel succesvolle bouw-, logistiek- en havenondernemers). Den Haag/Wassenaar neigt juist naar klassieke, ingetogen diplomatieke en bestuurlijke luxe.

3. Noord-Nederland (De Noordelijke Nuchterheid)

- **Geografie:** Friesland, Groningen en Drenthe.
- **Culturele identiteit:** Hoge streektrots en een sterke 'ons-kent-ons' cultuur. Er is een lichte aversie tegen 'Westerse bluf'. Eerlijkheid, transparantie en nuchterheid staan voorop. Friesland heeft daarbinnen nog een hele specifieke eigen identiteit.

4. Twente & De Achterhoek (Oostelijke Streekidentiteit)

- **Geografie:** Twente, Salland en de Gelderse Achterhoek.
- **Culturele identiteit:** Sterk gevoel van *Naoberschap* (nabuurschap), gemeenschapszin en regionale trots. Veel succesvolle (familie)bedrijven in de maakindustrie en bouw. Men gunt de handel aan bedrijven die dicht bij de eigen waarden staan.

5. Het Bourgondische Zuiden & Brainport (Brabant & Limburg)

- **Geografie:** Noord-Brabant (met specifieke accenten op Breda/Eindhoven) en Limburg.
- **Culturele identiteit:** Bourgondisch, informeel en warm in het intermenselijke contact. Rondom Eindhoven (Brainport) zit een grote kern van steenrijke tech-ondernemers en expats. Brabantse en Limburgse ondernemers doen het liefst zaken op basis van een persoonlijke gunfactor.

6. Midden-Nederland & Utrechtse Heuvelrug (Groene Luxe)

- **Geografie:** Utrecht, Utrechtse Heuvelrug (Zeist, Bilthoven, Baarn), Eemland (Amersfoort) en de Gelderse Vallei/Veluwezoom.
- **Culturele identiteit:** Hoogopgeleid, welgesteld, maar vaak wat meer luwte-zoekend en duurzaamheidsbewust. Veel medisch specialisten, partners in consultancy en corporate C-level.

7. Zeeuwse Delta & Zuid-Hollandse Eilanden

- **Geografie:** Zeeland, Goeree-Overflakkee en Voorne-Putten.
- **Culturele identiteit:** Zelfstandig, maritiem, agrarisch en no-nonsense. Ondernemers hier kijken sterk naar de functionele waarde en de financiële deal.