



KNB | Behoeftesonderzoek 2026

Onderzoek naar behoeften en ervaringen van
Nederlanders rondom de notaris

M250773

Julia Pluim
j.pluim@motivaction.nl

Rob Doornbos
r.doornbos@motivaction.nl

18-6-2026

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Introductie	3
Methode en opzet	4
Management summary	6
Aanbevelingen	8
Resultaten Nederland	11
Vergelijking 2019-2026	13
Resultaten Ondernemers (n=350)	15
Mentality-milieus	16
Resultaten Traditionele burgerij	18
Resultaten Moderne burgerij	20
Resultaten Nieuwe conservatieven	22
Resultaten Impulsieve individualisten	24
Resultaten Kosmopolieten	26
Resultaten Opwaarts mobilen	28
Resultaten Postmaterialisten	30
Resultaten Postmoderne hedonisten	32
Bijlagen	34

Introductie

Sinds het eerste landelijke behoeftenonderzoek in 2019 is er veel veranderd rond notariële dienstverlening. Denk aan de coronapandemie, afnemend vertrouwen in instituties, snelle digitalisering en AI, en een grote vermogensoverdracht tussen generaties. Daarnaast is een nieuwe generatie (Gen Z) volwassen geworden en staan zij anders in het leven dan de generaties daarvoor.

Daarom heeft de KNB opnieuw onderzoek laten doen naar de wensen, verwachtingen en drempels rond het notariaat. Hierbij is extra gekeken naar groepen die baat kunnen hebben bij een notaris—zoals samenwonenden zonder koopwoning en kleine ondernemers—maar die de stap naar de notaris vaak niet vanzelf zetten.

Het doel van dit onderzoek is om beter inzicht te krijgen in de huidige behoeften en barrières rond notariële dienstverlening, en hoe deze zijn veranderd ten opzichte van eerdere jaren. Met deze inzichten wil de KNB beter begrijpen waarom sommige groepen de notaris niet gebruiken, en hoe het notariaat toegankelijker en relevanter kan worden.

Methode en opzet

Om inzicht te krijgen in de actuele behoeften en knelpunten rond notariële dienstverlening in Nederland, brengt dit onderzoek in kaart hoe Nederlanders aankijken tegen het notariaat, welke verwachtingen en ervaringen zij hebben, en welke drempels zij eventueel ervaren bij het inschakelen van een notaris.

Kwantitatief onderzoek

Er is gekozen voor een kwantitatief onderzoek omdat de KNB inzicht wil in wensen, ervaringen, barrières en verwachtingen rond notariële dienstverlening voor alle relevante klantgroepen – niet alleen bestaande klanten, maar juist ook niet-gebruikers en potentiële gebruikers. Daarnaast maakt deze opzet het mogelijk om de resultaten te vergelijken met het vorige onderzoek. Het veldwerk is uitgevoerd tussen 4 t/m 24 februari 2026. De steekproef bestaat uit twee groepen:

1. Een representatieve steekproef van Nederlanders (18+), n=2.505. Deze steekproef is gewogen op leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, regio en Mentality-milieu.
2. Er is een extra boost gerealiseerd tot n=350 ondernemers/eenmanszaken om uitspraken te doen over deze groep.

Binnen de steekproef van Nederlanders zijn drie groepen via routing onderscheiden:

1. **Ervaringsdeskundigen (n=1.073):** mensen met recente notariservaring.
2. **'Baathebbenden' zonder ervaring (n=742):** mensen die op basis van hun levenssituatie in aanmerking komen voor notariële dienstverlening maar deze (nog) niet gebruiken.
3. **Overigen (n=691):** mensen zonder ervaring die op dit moment geen concrete behoefte hebben.

Vragenlijst

De vragenlijst is opgebouwd uit ~40 vragen. Afhankelijk van de doelgroep kreeg een respondent 15 – 25 vragen. De invultijd bedroeg maximaal 10 minuten. De vragenlijst bevatte onderwerpen over:

- Beeldvorming en associaties met het notariaat (voor alle respondentgroepen)
- Verwachtingen, gedrag, tevredenheid, digitale ervaringen (onder ervaringsdeskundigen, deels ter herhaling van 2019)
- Barrières voor het inschakelen van een notaris, alternatieve manieren waarop mensen zaken regelen, kennis over notariële diensten en motieven om een bezoek uit te stellen (voor 'baathebbenden')
- Specifieke aandacht voor digitale dienstverlening in de vraagstelling.

Mentality

Motivaction werkt vanaf 1997 met Mentality™ en beschikt over een omvangrijke 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.

Motivaction heeft in 2023 het Mentality-model geüpdatet op basis van nieuw onderzoek. Deze update is geïnspireerd door nieuwe maatschappelijke ontwikkelingen. De belangrijkste conclusie van de update is dat het Mentality-model in de data van 2023 gerepliceerd kan worden en we het onderscheid tussen de acht bekende milieus opnieuw 'vinden' in de data. De belangrijkste wijziging is dat de grootte van de milieus iets is gewijzigd. Zo is het aandeel kosmopolieten iets gegroeid en het aandeel traditionele burgers iets gedaald. Ook wordt het milieu gemaksgeïntereerden minder gekenmerkt door een focus op gemak en is zodoende hernoemd naar impulsieve individualisten.

Leeswijzer

- Dit rapport start met de belangrijkste bevindingen, conclusies en aanbevelingen van het onderzoek.
- Vervolgens worden de resultaten besproken voor particulieren en daarna voor ondernemers.
- Daarna volgt een korte introductie van de acht Mentality-milieus, gevolgd door de specifieke resultaten per milieu in relatie tot het gebruik van notariële dienstverlening.
- In de hoofdstukken over de Mentality-milieus worden de resultaten van het huidige onderzoek weergegeven in overzichtelijke blokken. Significante verschillen ten opzichte van de andere Mentality-milieus zijn visueel aangegeven:
 - **Groen** = significant hoger dan andere milieus
 - **Rood** = significant lager dan andere milieus
- In de teksten worden de belangrijkste ontwikkelingen en verschillen binnen ieder Mentality-milieu ten opzichte van het onderzoek uit 2019 beschreven.

Management summary

Veel vertrouwen, maar een gang naar de notaris is nog steeds niet top of mind

Nederlanders kijken overwegend positief naar notarissen. Het vertrouwen is hoog: 60% heeft (vrij) veel vertrouwen in notarissen. Onder mensen die recent een notaris bezochten of dat binnenkort van plan zijn, ligt het vertrouwen nog hoger. Zij beoordelen de dienstverlening bovendien met een 7,8. Ook ziet een ruime meerderheid de notaris als iemand die zorgt voor juridische zekerheid en helpt om zaken goed te regelen.

Toch komt de notaris lang niet altijd vanzelfsprekend in beeld. Veel Nederlanders koppelen de notaris nog vooral aan formele verplichtingen, zoals een testament of de aankoop van een huis. Daardoor blijft de bredere rol van de notaris – als deskundige partner bij belangrijke levensgebeurtenissen en financiële keuzes – voor veel mensen minder zichtbaar. Juist daar ligt de belangrijkste uitdaging voor het notariaat: niet zozeer vertrouwen opbouwen, maar eerder en concreter relevant zijn op momenten waarop mensen nog niet uit zichzelf aan een notaris denken.

Veel relevante momenten blijven onbenut

Dat blijkt ook uit het gebruik. Vier op de tien Nederlanders hebben in de afgelopen vijf jaar een notaris bezocht of verwachten dat dit komend jaar te doen. Daar staat een bijna even grote groep tegenover die wél baat kan hebben bij notariële dienstverlening, maar geen notaris inschakelt. Daarnaast maakt een substantieel deel van de mensen zonder recent notarisbezoek wel degelijk gebeurtenissen mee waarbij een notaris relevant had kunnen zijn, zoals het overlijden van een dierbare, ernstige ziekte, de geboorte van een kind, een nieuwe partner of samenwonen. Zulke momenten leiden echter lang niet automatisch tot actie.

De drempel zit daarbij vooral in herkenning van nut en relevantie. Mensen schakelen geen notaris in omdat zij het nut er niet van inzien, denken dat het te duur is, zaken op een andere manier regelen of niet weten dat een notaris in hun situatie van toegevoegde waarde kan zijn. Niet-gebruik lijkt daarmee minder voort te komen uit wantrouwen of slechte ervaringen, en meer uit uitstel, beperkte urgentie en een gebrek aan mentale beschikbaarheid op het juiste moment.

Begrijpelijkheid blijft een kernvoorwaarde

Daar komt bij dat notariële zaken voor veel mensen ingewikkeld blijven. Ongeveer de helft van de Nederlanders vindt notariële zaken lastig te begrijpen. Dat benadrukt dat waardering voor het notariaat niet automatisch betekent dat mensen ook goed weten wanneer zij een notaris nodig hebben of wat die precies voor hen kan betekenen. Heldere, begrijpelijke communicatie blijft daarom essentieel, juist in de fase voordat mensen contact opnemen.

Digitaal gemak helpt, maar persoonlijk contact blijft belangrijk

Tegelijkertijd veranderen de verwachtingen van cliënten. Mensen verwachten steeds vaker dat notarissen digitale mogelijkheden bieden. Denk aan online contact, chat, portals of digitaal ondertekenen. In de praktijk gebruiken veel bezoekers zulke digitale middelen ook, vooral e-mail en beveiligde omgevingen. Maar digitalisering vervangt het persoonlijke contact niet. Een derde van de recente bezoekers maakt zelfs helemaal geen gebruik van digitale mogelijkheden, en veel mensen houden bij belangrijke of complexe zaken een duidelijke voorkeur voor een persoonlijk gesprek. De kans voor het notariaat ligt daarom niet in volledige digitalisering, maar in een hybride dienstverlening waarin digitaal gemak het proces ondersteunt en persoonlijk contact vertrouwen en duidelijkheid biedt.

Sinds 2019: reputatie stabiel, gedrag pragmatischer

Vergeleken met 2019 blijft het beeld van de notaris stabiel positief, en op sommige punten zelfs iets sterker. De waardering voor de dienstverlening stijgt licht, en meer mensen zien de toegevoegde waarde van de notaris of zeggen te weten wat een notaris doet. Tegelijk neemt de behoefte af om zaken preventief, vroegtijdig en formeel te regelen. Mensen willen nog steeds hulp en advies, maar schakelen de notaris minder vanzelfsprekend in uit voorzorg. De notaris komt daardoor vaker pas in beeld wanneer een situatie daar direct om vraagt. De centrale verschuiving sinds

2019 zit dan ook niet in reputatie, maar in gedragdynamiek: mensen stellen vaker uit en laten praktische en situationele overwegingen zwaarder meewegen.

Dat zien we ook terug in de keuzecriteria. Deskundigheid blijft belangrijk, maar functioneert steeds vaker als basisvoorwaarde. Daarnaast hechten mensen meer waarde aan begrijpelijke uitleg, bereikbaarheid, digitale ondersteuning, meedenken en een soepel proces. De notaris moet dus niet alleen deskundig zijn, maar die deskundigheid ook merkbaar vertalen naar een toegankelijke en efficiënte dienstverlening.

Mentality-milieus vragen om een andere benadering

Tussen de Mentality-milieus lopen de verschillen duidelijk op. Opwaarts mobilen, nieuwe conservatieven en postmaterialisten zijn relatief sterk betrokken bij notariële dienstverlening. Zij zien de notaris vaker als een waardevolle partner bij belangrijke beslissingen en staan meer open voor advies. Bij traditionele en moderne burgers is die betrokkenheid kleiner. In deze milieus zitten juist relatief veel mensen die wel baat hebben bij een notaris, maar de stap niet zetten. Voor hen moet de relevantie concreter en persoonlijker worden gemaakt. Impulsieve individualisten en postmoderne hedonisten haken eerder aan op gemak, snelheid en laagdrempeligheid. Bij hen helpt vooral een eenvoudig, frictiearm proces. Kosmopolieten staan inhoudelijk positief tegenover de notaris, maar kijken kritisch naar prijs en meerwaarde en verwachten deskundig, modern en goed onderbouwd advies.

Milieu	Hoofdtrend 2019→2026	Wat verandert vooral?	Interpretatie
Traditionele burgerij	Betrokkenheid omlaag, zekerheid minder centraal	Minder belang van zekerheid en prijs; persoonlijk blijft cruciaal	Notaris blijft vertrouwde autoriteit, maar urgentie neemt af
Moderne burgerij	Praktischer, maar minder inhoudelijk aangehaakt	Begrijpelijke taal minder onderscheidend; minder inschakelbereidheid	Functionele groep, relevantie blijft kwetsbaar
Nieuwe conservatieven	Vertrouwen/waarde blijft sterk, maar meer pragmatisch	Zorgvuldigheid, tips en zekerheid belangrijker; minder relationeel	Van statige autoriteit naar hoogwaardige probleemoplosser
Impulsieve individualisten	Meer uitstel en meer prijsgedreven	Zekerheid belangrijker dan voorheen, maar lage structurele betrokkenheid	Blijft reactief milieu; notaris vooral als het moet
Kosmopolieten	Kritischer op prijs/meerwaarde, maar inhoudelijk positief	Prijs en onpartijdigheid belangrijker; digitale openheid blijft	Verwachten deskundig, modern en onderbouwd maatwerk
Opwaarts mobilen	Hoog gebruik, maar minder ideologische binding	Minder belang voor taal/prijs/deskundigheid; meer info en uitstraling	Instrumentele gebruiker: efficiëntie en performance tellen
Postmaterialisten	Sterk betrokken, maar ook hier minder vanzelfsprekende inzet	Deskundigheid minder uniek, locatie belangrijker	Inhoudelijk positief, maar pragmatischer in keuze
Postmoderne hedonisten	Ambivalent blijft, toegankelijkheid belangrijker	Locatie belangrijker, taal minder belangrijk	Drempel verlaag je met gemak en frictieloos proces

Ook bij ondernemers ligt veel potentieel

Ook onder ondernemers blijft veel potentieel onbenut. Een minderheid heeft recent een notaris bezocht of verwacht dat binnenkort te doen, terwijl ruim de helft in de afgelopen jaren wel een situatie meemaakte waarin een notaris relevant had kunnen zijn. Ondernemers schakelen notarissen vooral in bij veranderingen in het bedrijf, het opstellen van een testament of de start van een onderneming. Net als bij particulieren zit de belangrijkste drempel niet in een negatief beeld van de notaris, maar in onbekendheid met het nut of de relevantie op het moment zelf. Ook ondernemers regelen zaken vaak op een andere manier of vinden de inzet van een notaris te kostbaar.

De grootste kans ligt vóór het eerste contactmoment

Alles bij elkaar laat dit onderzoek een duidelijk beeld zien. Het notariaat beschikt over een sterke vertrouwensbasis en levert, eenmaal in beeld, een dienstverlening die cliënten goed waarderen. De grootste kans ligt daarom niet in het repareren van reputatie, maar in het verkleinen van de afstand vóór het eerste contactmoment. Wie de relevantie van de notaris eerder, concreter en begrijpelijker weet te maken, kan meer van de nu nog gemiste momenten verzilveren.

Aanbevelingen

De onderzoeksresultaten laten zien dat de grootste opgave voor de KNB niet ligt in het vergroten van vertrouwen in het notariaat, maar in het eerder, concreter en laagdrempeliger zichtbaar maken van de relevantie van notariële dienstverlening. Nederlanders waarderen de notaris en gebruikers zijn tevreden, maar op veel relevante levensmomenten komt de notaris niet vanzelf in beeld. Niet-gebruik hangt vooral samen met het niet herkennen van nut en relevantie, uitstelgedrag, ervaren complexiteit en in mindere mate prijs.

Daarom ligt de meest kansrijke strategie in het verlagen van drie soorten drempels: de mentale drempel (wanneer is dit voor mij relevant?), de inhoudelijke drempel (wat betekent dit eigenlijk?) en de procesdrempel (hoe groot is de stap?).

Focus de publiekscommunicatie op herkenbaarheid van situaties

Voor de KNB betekent dit in de eerste plaats dat publiekscommunicatie minder moet draaien om de notaris als instituut, en meer om herkenbare situaties waarin juridische of financiële vastlegging relevant wordt. Niet “wat doet een notaris?”, maar “wat moet je regelen als je gaat samenwonen, een kind krijgt, uit elkaar gaat, een onderneming start, geld uitleent of te maken krijgt met ziekte of overlijden?”. Die verschuiving van aanbod- naar momentcommunicatie maakt het makkelijker voor burgers om de relevantie van het notariaat op het juiste moment te herkennen.

Blijf investeren in begrijpelijke taal en heldere uitleg

Daarnaast moet de KNB samen met de beroepsgroep blijven investeren in begrijpelijke taal en heldere uitleg. Voor veel Nederlanders blijven notariële zaken ingewikkeld. Toegankelijkheid vraagt daarom niet alleen om beschikbaarheid, maar ook om eenvoudige uitleg, heldere samenvattingen, praktische voorbeelden en gelaagde informatie: eerst de kern in gewone taal, daarna pas de verdieping. Juist in die vertaalslag van juridische complexiteit naar begrijpelijke betekenis ligt een belangrijke maatschappelijke rol voor de KNB.

Zet digitale diensten in als ondersteuning van persoonlijk contact

Ook op procesniveau kan de toegankelijkheid beter. Burgers verwachten digitale mogelijkheden, maar willen die vooral als ondersteuning van persoonlijk contact. De KNB doet er daarom goed aan om hybride dienstverlening te stimuleren: digitaal waar het gemak oplevert, persoonlijk waar vertrouwen, uitleg en afweging nodig zijn. Denk aan heldere online informatie, keuzehulp, laagdrempelige eerste oriëntatie, chat of terugbelverzoeken, gecombineerd met een zichtbaar en menselijk vervolg richting notaris.

Verhoog relevantie vóór het eerste contact

Een vierde aanbeveling is om de eerste stap kleiner te maken. De stap naar een notaris voelt voor veel mensen nog formeel, kostbaar of groot. De KNB kan die drempel verlagen door onafhankelijke oriëntatie-instrumenten te ontwikkelen, zoals een landelijke “heb ik iets te regelen?”-check, levensmomentpagina's, korte beslisbomen en publieksformats waarin duidelijk wordt wanneer een notaris nodig is, wanneer advies slim is en wanneer nog niets hoeft. Daarmee verschuift het eerste contact van “direct een notaris inschakelen” naar “eerst begrijpen wat speelt”.

Houd rekening met verschillen in behoeften en verwachtingen

Tot slot vraagt dit onderzoek om meer doelgroepdifferentiatie in communicatie en activatie. De verschillen tussen Mentality-milieus zijn groot. Waar de ene groep vooral behoefte heeft aan zekerheid en autoriteit, haakt de andere pas aan bij snelheid, autonomie of inhoudelijke nuance. Voor de KNB betekent dit dat één generieke publieksaanpak onvoldoende zal zijn. De basisboodschap kan gelijk blijven, maar tone of voice, haakje, kanaal en activeringsmechaniek moeten beter aansluiten op de waardenlogica van verschillende doelgroepen. Op de volgende pagina geven we een compacte matrix met de belangrijkste communicatieve en activerende implicaties per milieu.

Samengevat: de KNB kan het notariële recht breder en laagdrempeliger toegankelijk maken door levensmomenten centraal te zetten, juridische informatie te vertalen naar gewone taal, de eerste stap naar het notariaat te verkleinen, hybride toegankelijkheid te stimuleren en communicatie gericht af te stemmen op verschillende Mentality-milieus. De grootste winst ligt daarbij vóór het eerste contactmoment.

Mentality-milieu	Kernbarrière	Kansrijke insteek	Boodschap / propositie	Voorkeursbenadering	Passende persuasion tactics
Traditionele burgerij	Notaris komt pas in beeld als het echt moet; digitale en inhoudelijke afstand	Relevantie koppelen aan plicht, zekerheid en bescherming van gezin	Regel het goed voor je partner en familie; voorkom onzekerheid en gedoe	Duidelijk, persoonlijk, vertrouwd, autoritatief; liefst met concrete voorbeelden en offline/vertrouwde kanalen	Autoriteit, garanties geven, social modelling, persoonlijk aanspreken, negatieve gevolgen concreet maken
Moderne burgerij	Lage urgentie; notaris voelt formeel en kostbaar	Notarieel regelen framen als praktisch, logisch en overzichtelijk	Als je dit nu goed regelt, voorkom je later gedoe	Laagdrempelig, gewoon, praktisch, herkenbaar; focus op gemak en duidelijkheid	Garanties geven, social modelling, extra's geven, persoonlijk aanspreken, voordelen/gevolgen opvallend maken
Nieuwe conservatieven	Willen kwaliteit en inhoud, maar geen oppervlakkige campagnecommunicatie	Notaris positioneren als hoogwaardige en betrouwbare expert	Goed regelen laat zien dat je verantwoordelijkheid neemt en vooruitdenkt	Zakelijk, beheerst, inhoudelijk sterk, transparant	Transparantie met voor- en tegenargumenten, keuzevrijheid benadrukken, tailoring, waarden activeren, exclusiviteit
Impulsieve individualisten	Lage betrokkenheid, snel afhaken bij complexiteit	Extreem lage instap, directe relevantie en snelle actie	Check snel of je iets moet regelen; zonder gedoe geregeld	Kort, direct, visueel, mobielvriendelijk, frictieloos	Nothing to lose, extra's geven, materieel belonen, persoonlijk aanspreken, voordelen/gevolgen opvallend maken
Kosmopolieten	Kritisch op prijs en meerwaarde; willen zelf afwegen	Inhoudelijke onderbouwing en deskundige meerwaarde tonen	Een notaris helpt je betere keuzes maken in complexe situaties	Genuanceerd, intelligent, transparant, inhoudelijk	Transparantie met voor- en tegenargumenten, keuzevrijheid benadrukken, zelfovertuiging, disrupt, metaforen
Opwaarts mobielen	Notaris moet wel efficiënt en professioneel zijn; lage tolerantie voor frictie	Regelen als slimme, vooruitstrevende en efficiënte stap framen	Wie vooruit wil, regelt risico's en beslissingen professioneel	Snel, direct, resultaatgericht, modern, digitaal	Winst- en verliesframing, doelen stellen, trots aanspreken, rolmodel als boodschapper, exclusiviteit
Postmaterialisten	Afkeer van marketing en commerciële framing	Regelen koppelen aan zorgvuldigheid, verantwoordelijkheid en zorg voor anderen	Goed regelen is verantwoordelijkheid nemen voor jezelf en je omgeving	Sober, eerlijk, inhoudelijk, niet-commercieel	Transparantie met voor- en tegenargumenten, zelf als rolmodel, cognitieve dissonantie, disrupt, metaforen
Postmoderne hedonisten	Haken af bij normatieve of zware communicatie; weinig geduld voor frictie	Vrijblijvende, lichte en experimentele insteek	Kijk even wat voor jou relevant is; niets hoeft meteen vast te liggen	Visueel, actueel, speels, intuïtief, mobiel	Keuzevrijheid benadrukken, humor, storytelling, disrupt, transparantie

Resultaten | Nederland (n=2.505)

Bezoek aan de notaris

40% van de Nederlanders heeft in de afgelopen vijf jaar een notaris bezocht of verwacht dat dit jaar te doen. Daartegenover staat een groep van 30% die wel baat heeft bij een notaris, maar er geen gebruik van maakt. De overige 30% heeft geen aanleiding en denkt er (nog) niet over na. Wat mensen onderscheidt, is niet zozeer het vertrouwen in de notaris – dat is over het algemeen hoog – maar of ze het moment herkennen waarop een notaris relevant is.

Meer dan de helft van de mensen met ervaring heeft in de afgelopen 5 jaar een notaris bezocht (61%) en een vergelijkbare groep is van plan om aankomend jaar (weer) een notaris te bezoeken (58%). Deze mensen maken bovendien vaker gebruik van andere adviseurs, zoals een makelaar (57%), bankadviseur (36%) of financieel adviseur (35%). In totaal heeft 86% van deze groep wel eens een andere adviseur dan een notaris geraadpleegd; onder mensen zonder ervaring met een notaris ligt dit aandeel aanzienlijk lager (28%).

Wat is de beeldvorming van het Nederlandse publiek over notarissen?

De associaties die men met een notaris heeft zijn testament (29%), duur (19%) en het kopen van een huis (14%). Dat is vergelijkbaar met het onderzoek uit 2019.

Waarom bezoekt men geen notaris?

De meest genoemde reden om geen notaris in te schakelen is simpelweg dat men niet weet dat een notaris relevant is.

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

Top 5

1. Testament maken (75%)
2. Kopen van een huis (70%)
3. Levenstestament maken (64%)
4. Verkopen van een huis (59%)
5. Een nalatenschap afwikkelen (57%)

Bottom 5

1. Een bedrijf starten (19%)
2. Een lening geven (16%)
3. Een juridisch geschil (10%)
4. Belasting besparen (8%)
5. Een goed doel steunen (8%)

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

Top 5

1. Ik kocht een huis (40%)
2. Ik heb een testament laten opstellen (29%)
3. Ik had een hypotheek nodig (26%)
4. Ik verkocht mijn huis (21%)
5. Een andere dierbare overleed (16%)

Bottom 5

1. Ik kreeg een ziekte (1%)
2. Ik heb mijn bedrijf verkocht (1%)
3. Ik kreeg kleinkinderen (1%)
4. Ik kwam terug in Nederland wonen (0%)
5. Ik vertrok naar het buitenland (0%)

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

Top 5

1. Correct en zorgvuldig (43%)
2. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (39%)
3. Juiste prijs (28%)
4. Neemt zorgen uit handen (22%)
5. Heeft up-to-date kennis (19%)

Bottom 5

1. Onpartijdigheid (18%)
2. Een vertrouwensrelatie (17%)
3. Specialist op een bepaald gebied (14%)
4. Houdt me op de hoogte (12%)
5. Is sociaal betrokken (7%)

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

Top 5

1. Deskundigheid (44%)
2. Te vertrouwen (33%)
3. Goed aangeschreven (29%)
4. Lage prijs (24%)
5. Meedenken (24%)

Bottom 5

1. Doorverwijzing vrienden/familie (12%)
2. Specialisatie (12%)
3. Parkeermogelijkheden (4%)
4. De uitstraling van het pand (4%)
5. Bereikbaarheid buiten kantooruren (3%)

Digitalisering

Hieronder staan de vragen die in dit onderzoek zijn gesteld over digitalisering en de rol van de notaris.

Van welke digitale mogelijkheden heb je bij je laatste contact met de notaris gebruikgemaakt? (Basis - Heeft in de afgelopen vijf jaar een notaris bezocht, n = 686)	
E-mailcontact	46%
Online delen van documenten via een beveiligd portaal	31%
Online volgstatus/dossier-inzicht	19%
Digitaal ondertekenen van stukken	19%
Videogesprek/beeldbellen met de notaris	4%
Anders, namelijk:	1%
Geen gebruik gemaakt van digitale mogelijkheden	32%

Respondent vindt het (zeer) belangrijk dat... (Basis - Heeft ervaring met de notaris of is van plan om naar de notaris te gaan, = 1.073)	
Een notaris leesbare en begrijpelijke aktes maakt die voorzien zijn van een bijsluit	77%
Een notaris digitale mogelijkheden biedt	57%
Een notaris iets extra's doet (bijv. het geven van belastingtips)	56%
Je met een notaris voor gratis advies kan chatten	51%
Een notaris je op de hoogte houdt van juridisch nieuws	47%
Je kunt videobellen/beeldbellen met een notaris	33%
Een notariskantoor onderdeel uitmaakt van een keten	21%
Geen van deze	8%

Vergelijking 2019-2026

Vertrouwen onverminderd hoog, maar de notaris is minder vanzelfsprekend in beeld

De vergelijking tussen 2019 en 2026 laat geen fundamentele verschuiving zien in het vertrouwen in notarissen. Integendeel: onder mensen met ervaring of plannen om naar de notaris te gaan blijft de houding overwegend positief. De waardering voor de dienstverlening stijgt licht van een 7,7 naar een 7,8. Ook het aandeel (potentiële) gebruikers dat een notaris van toegevoegde waarde vindt neemt toe, net als het aandeel dat zegt goed te weten wat een notaris doet. In 2026 heeft 76% van deze groep (vrij) veel vertrouwen in notarissen, meer dan in andere voorgelegde adviseurs.

Daarmee is het beeld van de notaris als deskundige en betrouwbare professional onverminderd stevig. De kern van de verandering zit dus niet in reputatieverlies, maar elders: de notaris wordt minder vanzelfsprekend meegenomen op momenten waarop hij of zij relevant kan zijn.

Preventieve regelbehoefte neemt af

De behoefte aan ondersteuning blijft in 2026 onverminderd hoog. Nog steeds wordt een grote meerderheid (potentiële) gebruikers graag geholpen bij het regelen van notariële zaken, laat men zich graag adviseren en probeert men notariële zaken goed te begrijpen. Ook wil een ruime meerderheid advies bij grote financiële risico's.

Tegelijk lijkt de onderliggende motivatie te verschuiven. Uit het totale onderzoek blijkt dat minder mensen dan in 2019 het belangrijk vinden om zaken vroegtijdig en formeel vast te leggen, en dat ook minder mensen bereid zijn daar vooraf extra tijd in te investeren. Anders gezegd: de behoefte aan hulp en uitleg blijft bestaan, maar minder vanuit een sterke innerlijke drang om zaken preventief te regelen. Mensen lijken iets vaker uit te stellen. De notaris blijft daarmee eerder een partij die men inschakelt als het moment zich aandient, dan een adviseur die men uit zichzelf vroegtijdig betreft.

Afstand tot de notaris blijft groot

Opvallend is dat de notaris in 2026 enerzijds relevanter lijkt te worden beoordeeld, maar anderzijds ook op afstand blijft staan. Meer mensen zien toegevoegde waarde en meer mensen weten wat een notaris doet. Tegelijk vindt nog steeds ongeveer de helft het lastig om goed te begrijpen hoe notariële zaken in elkaar zitten. Ook leeft het beeld voort dat de notaris duur is, formeel werkt en in zekere mate standaardzaken afhandelt.

Dat wijst op een structurele spanning in de perceptie van het notariaat: men erkent de noodzaak en betrouwbaarheid, maar ervaart de dienstverlening niet automatisch als nabij, eenvoudig of direct persoonlijk relevant. Precies daar ontstaat het risico op gemiste momenten: mensen wachten af, regelen zaken anders, of zien de noodzaak pas laat.

Praktische afwegingen worden belangrijker

Ten opzichte van 2019 is een duidelijke verschuiving zichtbaar in de manier waarop mensen naar notarissen kijken. Klassieke inhoudelijke kenmerken zoals deskundigheid blijven belangrijk, maar fungeren steeds meer als basisvoorwaarde. Praktische en situationele aspecten winnen aan gewicht.

Zo wordt het in 2026 belangrijker gevonden dat een notaris cliënten op de hoogte houdt, digitale mogelijkheden biedt en laagdrempelig bereikbaar is via bijvoorbeeld chat. Tegelijk blijft ook begrijpelijke taal zeer belangrijk, net als het vermogen om complexe documenten toegankelijk te maken. In de keuze voor een notaris zien we daarnaast dat reputatie, bereikbaarheid en procesgemak een belangrijker rol spelen dan voorheen in diverse doelgroepen en milieus.

De ontwikkeling laat zich samenvatten als een verschuiving van “inhoudelijke autoriteit” naar “bruikbare expertise”. De notaris moet niet alleen deskundig zijn, maar die deskundigheid ook laten landen in een prettig, begrijpelijk en efficiënt proces.

Digitalisering vervangt persoonlijk contact niet

De rol van digitalisering is sinds 2019 duidelijk groter geworden. In 2026 vindt een meerderheid het belangrijk dat notarissen digitale mogelijkheden aanbieden. Ook gratis chatadvies en videobellen worden door substantiële groepen belangrijk gevonden. In de praktijk maken bezoekers gebruik van e-mail, beveiligde portals en digitaal ondertekenen.

Toch blijkt uit zowel houding als gedrag dat digitalisering vooral als ondersteuning wordt gezien. Slechts een minderheid zegt alle notariële zaken het liefst via internet te regelen, terwijl een grote meerderheid de voorkeur houdt voor een persoonlijk gesprek op kantoor. Een derde van de recente bezoekers maakte zelfs helemaal geen gebruik van digitale mogelijkheden.

De implicatie is helder: digitalisering verhoogt de efficiëntie en toegankelijkheid van het proces, maar neemt de behoefte aan persoonlijk contact niet weg. Voor het notariaat ligt de kans dus niet in volledige vervanging van fysiek contact, maar in hybride dienstverlening waarin digitaal gemak en persoonlijke toelichting elkaar versterken.

De dienstverlening zelf wordt iets beter beoordeeld

Onder mensen die recent een notaris bezochten zien we op meerdere punten een lichte verbetering ten opzichte van 2019. Respondenten bereiden zich vaker voor op het bezoek, beoordelen de dienstverlening iets hoger en zijn iets positiever over de mate waarin de notaris aan verwachtingen voldoet, inspeelt op de persoonlijke situatie en meedenkt.

Dat beeld past bij een notariaat dat zijn operationele dienstverlening verder heeft ontwikkeld. Mogelijk spelen digitalisering, betere voorbereiding door cliënten en verbeterd verwachtingsmanagement hierin samen een rol. Wat de data in elk geval laten zien, is dat de ervaring met de notaris zelf niet het probleem lijkt te zijn. De grootste uitdaging zit eerder in de fase vóórdat mensen besluiten een notaris te benaderen.

Resultaten | Ondernemers (n=350)

Bezoek aan de notaris

Ongeveer een vijfde van de ondernemers heeft in de afgelopen vijf jaar een notaris bezocht of verwacht dit komend jaar te doen (18%). Ruim de helft (54%) maakte een situatie mee waarin een notaris relevant kon zijn, maar schakelde er geen in. Ongeveer een kwart (28%) had geen aanleiding om een notaris te bezoeken.

Wat is de beeldvorming van ondernemers over notarissen?

De associaties die ondernemers met een notaris hebben zijn vaak duur (16%) en vastleggen/zaken regelen (15%).

Waarom bezoekt men geen notaris?

De meest genoemde reden om geen notaris in te schakelen is dat ondernemers niet bekend zijn met het nut of de relevantie van een notaris. Daarnaast geven zij vaak aan dat ze zaken op een andere manier regelen of dat het veel geld kost.

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

Top 5

1. Testament maken (79%)
2. Levenstestament maken (60%)
3. Een bedrijf kopen (44%)
4. Een stichting/vereniging oprichten (44%)
5. Een bedrijf starten (43%).

Bottom 5

1. Een schenking doen (21%)
2. Een juridisch geschil (16%)
3. Belasting besparen (14%)
4. Een lening geven (10%)
5. Een goed doel steunen (10%)

Met welke reden ben je als ondernemer naar de notaris geweest?

Top 3

1. Wijziging in mijn bedrijf (33%)
2. Een testament opstellen (33%)
3. Een bedrijf starten (25%)

Bottom 3

1. Huwelijkse voorwaarden opstellen (8%)
2. Een juridisch geschil (3%)
3. Samenlevingscontract opstellen (0%)

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

Top 5

6. Correct en zorgvuldig (43%)
7. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (41%)
8. Geeft praktische tips (27%)
9. Neemt zorgen uit handen (25%)
10. Specialist op een bepaald gebied (25%)

Bottom 5

6. Juiste prijs (19%)
7. Een vertrouwensrelatie (17%)
8. Onpartijdigheid (14%)
9. Is sociaal betrokken (6%)
10. Houdt me op de hoogte (2%)

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

Top 5

1. Deskundigheid (48%)
2. Ervaring van de notaris (33%)
3. Meedenken (32%)
4. Te vertrouwen (30%)
5. Locatie/ ligging van het kantoor (22%)

Bottom 5

1. Goed aangeschreven (16%)
2. De doorverwijzing van vrienden/familie (6%)
3. Parkeermogelijkheden (5%)
4. De uitstraling van het pand (3%)
5. Bereikbaarheid buiten kantooruren (0%)

Mentality-milieus

Traditionele burgerij

Ziet de notaris als betrouwbaar en noodzakelijk. Vastleggen doe je omdat het hoort en omdat het rust geeft dat zaken netjes, correct en definitief geregeld zijn. Tegelijk regelen ze zaken vaak eerst met vrienden of familie; de notaris komt vooral in beeld wanneer het echt noodzakelijk is.

Moderne burgerij

Benaderen de notaris rationeel en functioneel: nuttig bij belangrijke momenten, maar zonder sterke betrokkenheid. Ze erkennen de juridische waarde, maar zien vaak onvoldoende persoonlijke relevantie en vinden de kosten soms niet opwegen tegen de noodzaak.

Nieuwe conservatieven

Zien de notaris als een betrouwbare autoriteit die zaken juridisch correct vastlegt. Ze hebben veel vertrouwen in het instituut en erkennen duidelijk de toegevoegde waarde, al regelen sommigen zaken soms toch zelf uit praktische overwegingen.

Impulsieve individualisten

Ervaren de notaris vaker als formeel, duur en weinig relevant. Ze regelen weinig vooruit en stellen zaken sneller uit. Ook zien ze vaak het nut niet van een notaris of weten niet goed waarvoor deze nodig is. Als zij gaan, is dat vooral omdat het moet, niet vanuit intrinsieke behoefte aan zekerheid of structuur.

Kosmopolieten

Zien de notaris vooral als inhoudelijke expert en adviseur. Ze waarderen deskundigheid, advies en een duidelijke uitleg. Wel zijn ze kritisch op de meerwaarde en verwachten maatwerk en persoonlijke oplossingen. Ze zijn relatief positief over moderne en digitale dienstverlening.

Opwaarts mobielen

Benaderen de notaris pragmatisch en instrumenteel: als middel om risico's te beheersen en vooruit te komen. Tegelijk ervaren ze drempels rond kennis, kosten en praktische toegankelijkheid. Ze hechten sterk aan gemak en (digitale) mogelijkheden.

Postmaterialisten

Koppelen de notaris aan zorgvuldigheid en gemoedsrust. Ze vinden het belangrijk dat zaken transparant en toekomstbestendig worden vastgelegd, maar voelen pas urgentie wanneer er een duidelijke morele of relationele aanleiding is.

Postmoderne hedonisten

Hebben de meest afstandelijke en ambivalente houding. De notaris voelt voor hen saai, complex of ver weg; toegankelijkheid, gemak en een persoonlijke benadering zijn nodig om de drempel te verlagen.

Zie [de bijlage](#) voor een uitleg over de verschillende Mentality-milieus.

Hoe benader je de Mentality-milieus?

Traditionele burgerij

Benader traditionele burgers persoonlijk en via een vertrouwde autoriteit. Leg duidelijk uit waarom notariële zaken belangrijk zijn en hoe de notaris zekerheid biedt en problemen voorkomt. Een gesprek op kantoor werkt beter dan digitaal.

Belangrijke kenmerken van de notaris

- Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit
- Heeft up-to-date kennis
- Te vertrouwen

Nieuwe conservatieven

Benader deze groep zakelijk en inhoudelijk, met nadruk op deskundigheid en kwaliteit. Laat zien hoe een notaris helpt om belangrijke zaken zorgvuldig en toekomstgericht vast te leggen, met digitale mogelijkheden en persoonlijk advies wanneer nodig.

Belangrijke kenmerken van de notaris

- Correct en zorgvuldig
- Deskundig
- Te vertrouwen

Kosmopolieten

Gebruik een inhoudelijke en goed onderbouwde benadering. Deze groep waardeert deskundig advies, transparantie en uitleg bij complexe onderwerpen. Combineer digitale informatie met de mogelijkheid tot een inhoudelijk gesprek met een expert.

Belangrijke kenmerken van de notaris

- Deskundigheid
- Juiste prijs
- Neemt zorgen uit handen

Postmaterialisten

Benader hen inhoudelijk, eerlijk en genuanceerd. Leg uit hoe een notaris bijdraagt aan zorgvuldigheid, duidelijkheid en gemoedsrust voor de toekomst. Transparantie en ruimte voor uitleg zijn belangrijk, waarbij digitale middelen vooral ondersteunend zijn.

Belangrijke kenmerken

- Correct en zorgvuldig
- Locatie/licging van het kantoor
- Onpartijdigheid

Moderne burgerij

Houd de boodschap praktisch, begrijpelijk en laagdrempelig. Laat vooral zien dat een notaris helpt om zaken eenvoudig en zonder gedoe te regelen. Digitale dienstverlening wordt gewaardeerd, met de mogelijkheid tot persoonlijk contact als dat nodig is.

Belangrijke kenmerken van de notaris

- Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit
- Correct en zorgvuldig
- Juiste prijs

Impulsieve individualisten

Maak het snel, simpel en aantrekkelijk. Benadruk gemak, snelheid en lage drempels, bijvoorbeeld via online contact of chat. Communicatie mag luchtig zijn en het helpt om concreet te laten zien wat het persoonlijke voordeel is.

Belangrijke kenmerken van de notaris

- Lage prijs
- Bereikbaarheid buiten kantooruren

Opwaarts mobilen

Communiceer kort, direct en resultaatgericht. Laat zien hoe een notaris helpt om risico's te beheersen en zaken efficiënt te regelen. Digitale mogelijkheden en flexibiliteit, bijvoorbeeld snel contact of zaken online regelen, passen goed bij hun drukke levensstijl.

Belangrijke kenmerken van de notaris

- Specialisatie
- De uitstraling van het pand
- Bereikbaarheid buiten kantooruren

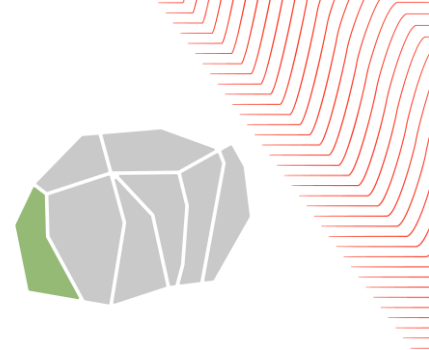
Postmoderne hedonisten

Maak het toegankelijk, simpel en aantrekkelijk gepresenteerd. Communicatie mag informeel en opvallend zijn. De nadruk moet liggen op gemak, snelheid en zo min mogelijk complexiteit, bijvoorbeeld via duidelijke online processen.

Belangrijke kenmerken

- Locatie/licging van het kantoor

Resultaten | Traditionele burgerij



Algemene waarden

Traditionele burgers hechten veel waarde aan zekerheid en stabiliteit. Zij voelen zich prettig bij vertrouwde patronen en vinden het belangrijk dat zaken goed geregeld zijn. In hun levensstijl zie je dat terug in een relatief nuchtere en plichtsgetrouwe houding. Ze komen afspraken na, voelen zich verantwoordelijk en willen belangrijke zaken goed geregeld hebben.

Op financieel vlak overheerst een voorzichtige en risicomijdende mentaliteit. Traditionele burgers proberen hun financiële en juridische zaken goed te begrijpen en geven de voorkeur aan oplossingen met zo min mogelijk onzekerheid. Sparen zonder risico heeft daarom vaak de voorkeur boven beleggen met een mogelijk hoger, maar onzekerder rendement. De bereidheid om risico te nemen voor toekomstige financiële winst is relatief laag.

Wat verwachten ze van een notaris?

Voor traditionele burgers is de notaris in de eerste plaats een betrouwbare professional die helpt om zaken netjes en correct te regelen. Voor hen is het van belang dat een notaris begrijpelijk communiceert, correct en zorgvuldig werkt, en deskundigheid combineert met een benaderbare stijl. Tegelijkertijd ervaren zij minder vaak dan andere groepen een duidelijke toegevoegde waarde van een notaris bij belangrijke levensgebeurtenissen. Ze schakelen deze pas in bij onvermijdelijke situaties en lossen de rest liever zelf op met vrienden en familie.

Als zij een notaris inschakelen, gebeurt dat het liefst via persoonlijk contact op kantoor. Een gesprek aan tafel geeft vertrouwen en de ruimte om vragen te stellen. Traditionele burgers waarderen het wanneer een notaris met hen meedenkt, betrouwbaar is en ingewikkelde onderwerpen in duidelijke en begrijpelijke taal kan uitleggen. Digitale mogelijkheden, zoals online dienstverlening of videobellen, is voor hen niet belangrijk.

Ervaring met een notaris

Onder de traditionele burgerij heeft 31% ervaring met een notaris of is van plan om er naartoe te gaan. Dit aandeel ligt lager dan andere Mentaliteits-milieus. Tegelijkertijd behoort 40% tot de groep die wel baat zou hebben bij een notaris, maar daar nog niet naartoe is gegaan. Dit aandeel ligt hoger dan bij andere milieus. De overige 29% heeft geen ervaring met een notaris en ook geen directe aanleiding om er een te bezoeken.

Vergelijking 2019

Ten opzichte van 2019 vinden traditionele burgers het minder belangrijk dat een notaris zekerheid geeft (8% vs. 21% in 2019). Bij de keuze voor een notaris is lage prijs minder vaak doorslaggevend dan in 2019 (21% vs. 38%). Parkeermogelijkheden wordt daarentegen iets vaker als doorslaggevend kenmerk genoemd (8% vs. 1%).

Daarnaast zouden traditionele burgers in 2026 minder vaak een notaris inschakelen dan in 2019. Wel hebben zij in de afgelopen vijf jaar vaker een notaris bezocht omdat ze gingen samenwonen dan in 2014–2019 (15% vs. 2%).

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

Top 5

1. **Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (61%)**
2. Correct en zorgvuldig (46%)
3. **Heeft up-to-date kennis (31%)**
4. Juiste prijs (28%)
5. Neemt zorgen uit handen (22%)

Bottom 5

1. Specialist op een bepaald gebied (15%)
2. Houdt me op de hoogte (14%)
3. Onpartijdigheid (14%)
4. Is sociaal betrokken (11%)
5. **Geeft zekerheid (8%)**

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

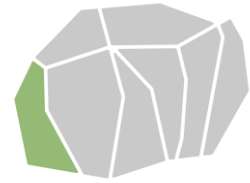
Top 5

1. Deskundigheid (54%)
2. **Te vertrouwen (48%)**
3. Goed aangeschreven (35%)
4. Locatie van het kantoor (27%)
5. Lage prijs (21%)

Bottom 5

1. Specialisatie (15%)
2. Onpartijdigheid (11%)
3. Parkeermogelijkheden (8%)
4. Bereikbaarheid buiten kantooruren (3%)
5. De uitstraling van het pand (0%)

Resultaten | Traditionele burgerij



Communicatie

Communicatie dient duidelijk, praktisch en persoonlijk (relevant) te zijn. De stijl mag ingetogen, persoonlijk en vertrouwd. De traditionele burger neemt een boodschap eerder serieus wanneer deze door een autoriteit verkondigd wordt.

Tone of voice

Respectvol, beleefd, plichtsgetrouw, concreet, praktisch, bezorgd, normatief en directief

Persuasion tactics

- 1. Garanties geven**
Zekerheden geven waardoor ze minder risico lopen
- 2. Social modelling**
Voorbeeldgedrag tonen van anderen waarmee zij zich kunnen identificeren
- 3. Autoriteit**
Autoriteit of betrouwbare bron inzetten om een boodschap uit te dragen
- 4. Persoonlijk aanspreken**
Persoonlijker benaderen en rekening houden met specifieke situatie, voor meer betrokken gevoel
- 5. Dreigen met negatieve gevolgen**
Informerend over de negatieve effecten van het gedrag (liefst persoonlijk en concreet)

Digitaliteit

Traditionele burgers zijn over het algemeen terughoudend als het gaat om digitalisering en online dienstverlening. Zij geven de voorkeur aan vertrouwde, persoonlijke manieren om zaken te regelen en voelen minder behoefte om belangrijke zaken via internet af te handelen. Persoonlijk contact biedt voor hen meer duidelijkheid en vertrouwen dan een digitale omgeving.

Mediagebruik



Regionale/lokale zenders

Achtergrondkenmerken

- 8% van de bevolking
- Vaker vrouwen dan mannen
- Vaker 55+ jaar
- Vaker laag/midden opgeleid
- Vaker beneden modaal
- Weinig stedelijk
- Vaker getrouwd

Resultaten | Moderne burgerij



Algemene waarden

Moderne burgers hechten veel waarde aan een traditioneel leven, waarin ruimte is voor ontspanning, plezier en het genieten van het dagelijks leven. Zij proberen een goede balans te vinden tussen wat moet en wat leuk is. Binnen dit milieu zijn stabiliteit en zekerheid belangrijk. Moderne burgers hebben een praktische en nuchtere kijk op het leven, zaken moeten vooral logisch, haalbaar en niet onnodig ingewikkeld zijn.

Op financieel vlak zijn moderne burgers voorzichtig. Zij proberen risico's zoveel mogelijk te vermijden en sparen liever zonder risico dan dat zij beleggen met een onzeker rendement. Tegelijkertijd zoeken zij minder snel advies bij financiële of juridische professionals en is het belang van het formeel vastleggen van financiële zaken, bijvoorbeeld rond pensioen of nalatenschap, voor hen minder vanzelfsprekend.

Wat verwachten ze van een notaris?

Voor moderne burgers is de notaris niet vanzelfsprekend. Zij zien minder vaak de toegevoegde waarde van een notaris bij belangrijke levensgebeurtenissen. Het is een milieu met minder kennis van notariële zaken. In hun beleving is een notaris dan ook vooral iemand die geld kost en pas in beeld komt wanneer het formeel nodig is.

Daardoor zoeken zij minder snel advies over notariële zaken en hebben zij minder uitgesproken verwachtingen van de dienstverlening. Het vastleggen van financiële of juridische afspraken voelt voor hen minder urgent en zij besteden hier doorgaans minder aandacht aan dan andere groepen. De notaris wordt minder gezien als een adviseur die meedenkt over persoonlijke of financiële keuzes. Moderne burgers hechten vooral aan een notaris die duidelijk uitlegt, correct is, en zorgt voor een toegankelijk en efficiënt verloop van het proces. Het belangrijkste is vooral dat zaken praktisch en zonder veel gedoe geregeld kunnen worden wanneer dat nodig is.

Ervaring met een notaris

Onder de moderne burgerij heeft 31% ervaring met een notaris of is van plan om er naartoe te gaan. Dit aandeel ligt lager dan andere Mentaliteits-milieus. Tegelijkertijd behoort 34% tot de groep die wel baat zou hebben bij een notaris maar niet gaat, meer dan gemiddeld bij andere milieus. De overige 35% heeft geen ervaring met een notaris en ook geen directe aanleiding om er een te bezoeken, ook dat ligt hoger dan bij andere milieus.

Vergelijking 2019

Moderne burgers hechten in 2026 minder belang aan begrijpelijke taal van de notaris dan in 2019 (44% vs. 56%). Ook onpartijdigheid (8% vs. 14%) en een doorverwijzing van vrienden of familie (7% vs. 13%) zijn minder vaak doorslaggevend bij de keuze voor een notaris. Praktische aspecten spelen daarentegen iets vaker een rol, zoals parkeermogelijkheden (6% vs. 1%) en de uitstraling van het pand (2% vs. 0%). Moderne burgers zouden in 2026 minder vaak een notaris inschakelen dan in 2019.

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

Top 5

1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (44%)
2. Correct en zorgvuldig (40%)
3. Juiste prijs (29%)
4. Neemt zorgen uit handen (23%)
5. Geeft zekerheid (19%)

Bottom 5

1. Onpartijdigheid (16%)
2. Geeft praktische tips (16%)
3. Heeft up-to-date kennis (15%)
4. Houdt me op de hoogte (10%)
5. Is sociaal betrokken (5%)

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

Top 5

1. Deskundigheid (42%)
2. Te vertrouwen (34%)
3. Lage prijs (28%)
4. Meedenken (26%)
5. Goed aangeschreven (26%)

Bottom 5

1. Onpartijdigheid (8%)
2. Doorverwijzing vrienden/familie (7%)
3. Parkeermogelijkheden (6%)
4. Bereikbaarheid buiten kantooruren (2%)
5. De uitstraling van het pand (2%)

Resultaten | Moderne burgerij



Communicatie

Communicatie dient duidelijk en praktisch te zijn. Persoonlijke relevantie, nabijheid en een gemakkelijke presentatie van de boodschap spreken de moderne burger aan. Traditionele normen en waarden en maatschappelijke onderwerpen worden belangrijk gevonden.

Tone of voice

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

Persuasion tactics

- 1. Garanties geven**
Zekerheden geven waardoor ze minder risico lopen
- 2. Social modelling**
Voorbeeldgedrag tonen van anderen waarmee zij zich kunnen identificeren
- 3. Extra's geven (that's not all)**
Een extraatje aanbieden, snel na een initieel al redelijk aanbod
- 4. Persoonlijk aanspreken**
Persoonlijker benaderen en rekening houden met specifieke situatie, voor meer betrokken gevoel
- 5. Voordelen/gevolgen opvallend maken**
De gevolgen (voor- en nadelen) van gedrag opvallend (saillant) maken

Digitaliteit

Moderne burgers zijn digitaal vaardig en staan open voor nieuwe vormen van dienstverlening. Zij regelen veel zaken graag online en vinden het vanzelfsprekend dat diensten digitaal toegankelijk zijn. Digitale communicatie en online platforms worden door hen vooral gezien als een praktische en efficiënte manier om zaken te regelen. Fysiek contact is daardoor minder noodzakelijk, al blijft persoonlijk advies bij complexere of belangrijke beslissingen wel waardevol. Moderne burgers verwachten daarom vooral een dienstverlening die digitaal goed geregeld is, met de mogelijkheid tot persoonlijk contact wanneer dat nodig is.

Mediagebruik



RTL 4

De Telegraaf



RTL 5

Achtergrondkenmerken



21% van de bevolking



Evenveel vrouwen als mannen



Relatief veel tussen 25 en 54 jaar oud



Vaker laag/midden opgeleid



Vaker beneden modaal/modaal



Verspreid over Nederland, weinig stedelijk



Vaker getrouwd

Resultaten | Nieuwe conservatieven



Algemene waarden

Nieuwe conservatieven hechten veel waarde aan discipline, verantwoordelijkheid en duidelijke normen en waarden. Traditie, respect en correcte omgangsvormen spelen een belangrijke rol, vaak verbonden met het gezin en de waarden die zij van huis uit hebben meegekregen. Tegelijkertijd staan zij open voor vooruitgang en technologische ontwikkelingen, zolang deze bijdragen aan kwaliteit en stabiliteit.

Werk en prestaties zijn belangrijk voor hun identiteit. In hun keuzes staat kwaliteit en degelijkheid centraal: liever minder, maar goed. Ook financieel zijn zij toekomstgericht en zorgvuldig. Zij vinden het belangrijk om hun financiële en juridische zaken goed te begrijpen en tijdig te regelen, zodat zij voorbereid zijn op onverwachte situaties.

Wat verwachten ze van een notaris?

Voor nieuwe conservatieven heeft de notaris een duidelijke en waardevolle rol. Zij zien de notaris als een deskundige professional die helpt om belangrijke zaken zorgvuldig vast te leggen, bijvoorbeeld rond vermogen of nalatenschap. Daarbij vinden zij het belangrijk dat een notaris deskundig, betrouwbaar en zorgvuldig is. Persoonlijk contact speelt een grote rol: zij maken bij voorkeur eerst kennis en waarderen het wanneer een notaris meedenkt, praktische tips geeft en zaken begrijpelijk uitlegt.

Nieuwe conservatieven nemen de tijd om dit soort zaken goed te regelen. Hoewel zij een notaris vaak kostbaar vinden, kiezen zij niet automatisch voor de goedkoopste optie. Kwaliteit, vertrouwen en de zekerheid dat afspraken juridisch goed zijn vastgelegd wegen voor hen zwaarder. Daardoor zien zij de notaris als een belangrijke partner voor het beschermen van persoonlijke belangen en het creëren van zekerheid voor de toekomst.

Ervaring met een notaris

Onder nieuwe conservatieven heeft 48% ervaring met een notaris of is van plan om er naartoe te gaan, meer dan in andere Mentality-milieus. 22% behoort tot de groep die wel baat zou hebben bij een notaris, minder dan andere milieus. De overige 29% heeft geen ervaring met een notaris en ook geen directe aanleiding om er een te bezoeken.

Vergelijking 2019

Ten opzichte van 2019 vinden nieuwe conservatieven het vaker belangrijk dat een notaris zorgvuldig is (62% vs. 36%), praktische tips geeft (32% vs. 20%) en zekerheid biedt (27% vs. 15%). Een vertrouwensrelatie (16% vs. 27%) en up-to-date kennis (15% vs. 29%) worden juist minder belangrijk gevonden. Bij de keuze voor een notaris is vertrouwen bovendien vaker doorslaggevend dan in 2019 (50% vs. 27%), onpartijdigheid juist minder vaak (10% vs. 23%).

Voor veel gebeurtenissen zouden nieuwe conservatieven in 2026 minder vaak een notaris inschakelen dan in 2019. Wel hebben zij de afgelopen 5 jaar vaker een notaris bezocht omdat ze een kind kregen (7% vs. 0%) en minder vaak vanwege een scheiding (0% vs. 9%) dan in 2014–2019.

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

Top 5

1. **Correct en zorgvuldig (46%)**
2. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (61%)
3. **Geeft praktische tips (32%)**
4. Neemt zorgen uit handen (22%)
5. **Geeft zekerheid (27%)**

Bottom 5

1. Heeft up-to-date kennis (15%)
2. Houdt me op de hoogte (13%)
3. Specialist op een bepaald gebied (12%)
4. Onpartijdigheid (11%)
5. Is sociaal betrokken (3%)

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

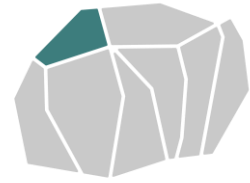
Top 5

1. **Deskundigheid (65%)**
2. **Te vertrouwen (50%)**
3. Goed aangeschreven (35%)
4. Meedenken (28%)
5. Ervaring van de notaris (24%)

Bottom 5

1. Onpartijdigheid (10%)
2. Specialisatie (8%)
3. Bereikbaarheid buiten kantooruren (4%)
4. De uitstraling van het pand (1%)
5. **Parkeermogelijkheden (0%)**

Resultaten | Nieuwe conservatieven



Communicatie

Dit milieu is kritisch en zakelijk ingesteld. Informatie moet inhoudelijk kloppen, aansluiten bij hun interesse en nuttig zijn. Door hun behoudende en hiërarchische oriëntatie hebben zij sneller vertrouwen in informatie afkomstig van een autoriteit. Dit milieu is het best te bereiken via meer serieuze, rustige en zakelijke media, zoals BNR Nieuwsradio of LinkedIn.

Tone of voice

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

Persuasion tactics

- 1. Exclusiviteit**
Iets maar voor een beperkte groep beschikbaar stellen of in verband brengen met een exclusieve groep
- 2. Transparantie door voor- en tegenargumenten**
Transparant zijn over voor- en nadelen vergroot betrouwbaarheid en verkleint weerstand
- 3. Keuzevrijheid benadrukken, keuzes geven**
Keuzes bieden of keuzevrijheid benadrukken, speelt in op autonomiebehoefte en voorkomt weerstand
- 4. Informatie op de persoon toespitsen (tailoring)**
Door mensen op hun persoon toegesneden (dus relevante) informatie te geven, verwerken zij die beter
- 5. Waarden activeren/Zelfbevestiging**
Persoonlijke waarden oproepen en het gewenste gedrag ook (expliciet) associëren met deze waarde

Digitaliteit

Nieuwe conservatieven staan open voor digitale dienstverlening, zolang deze praktisch, betrouwbaar en veilig is. Digitale middelen worden vooral gezien als een manier om zaken efficiënt en gemakkelijk te regelen.

Tegelijkertijd blijven zij kritisch op nieuwe technologie. Innovaties moeten zich eerst bewijzen en daadwerkelijk meerwaarde bieden. Bij belangrijke beslissingen blijft persoonlijk contact met een deskundige professional daarom belangrijk.

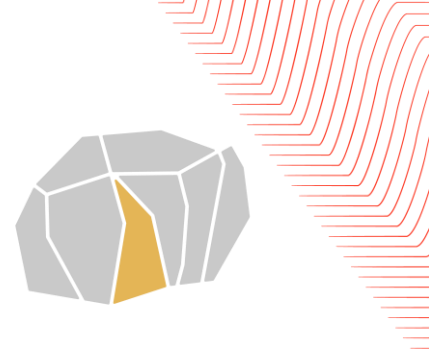
Mediagebruik



Achtergrondkenmerken

- 8% van de bevolking
- Meer mannen dan vrouwen
- Vaker 65+ jaar
- Vaker hoog opgeleid
- Vaker boven modaal
- Vaker verspreid over Nederland
- Vaker getrouwd

Resultaten | Impulsieve individualisten



Algemene waarden

Impulsieve individualisten richten zich sterk op het hier en nu. Vrije tijd, plezier en tijd met vrienden zijn voor hen vaak belangrijker dan werk of carrière. Werken is vooral een middel om geld te verdienen en het leven te kunnen betalen. Banen met vrijheid en flexibiliteit hebben daarom de voorkeur boven functies met veel structuur of druk.

Op financieel vlak denken zij weinig vooruit. Geld wordt vooral besteed aan dingen die het leven op korte termijn leuker maken, zoals uitjes, kleding of gadgets. Sparen of het opbouwen van financiële buffers gebeurt minder vaak en financiële verplichtingen voelen al snel als een last. Financiële producten worden vooral gekozen op basis van gemak en eenvoud; zodra iets ingewikkeld wordt, haken zij sneller af. Ook hebben zij relatief weinig vertrouwen in financiële adviseurs en verdiepen zij zich minder in financiële of juridische onderwerpen.

Wat verwachten ze van een notaris?

Voor impulsieve individualisten heeft de notaris meestal geen grote rol. Het vastleggen van financiële of juridische zaken voelt voor hen minder urgent en zij zoeken minder snel advies. De notaris wordt eerder gezien als iemand die nodig is wanneer het formeel moet, dan als een adviseur die meedenkt over persoonlijke of financiële keuzes.

Wanneer ze met een notaris te maken krijgen, verwachten zij vooral dat het eenvoudig en snel geregeld kan worden. Laagdrempelig contact, bijvoorbeeld via digitale kanalen of chat, past goed bij hun behoefte aan gemak. In hun keuze voor een notaris weegt daarnaast de prijs relatief zwaar mee. Ook verdiepen ze zich minder in notariële zaken en zien ze minder vaak de toegevoegde waarde van een notaris bij belangrijke gebeurtenissen in hun leven.

Ervaring met een notaris

38% van de impulsieve individualisten heeft ervaring met een notaris of is van plan om er naartoe te gaan. 31% van hen behoort tot de groep die wel baat zou hebben bij een notaris, maar niet gaat. De overige 31% heeft geen ervaring met een notaris en ook geen directe aanleiding om er een te bezoeken. Dit wijkt niet significant af van de andere milieus.

Vergelijking 2019

Impulsieve individualisten laten zich in 2026 vaker dan in 2019 leiden door de mate waarin een notaris zekerheid biedt (25% vs. 7% in 2019) en sociaal betrokken is (11% vs. 1%). Tegelijkertijd geven zij voor veel gebeurtenissen aan minder vaak een notaris te zullen inschakelen dan in 2019.

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

Top 5

1. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (35%)
2. Juiste prijs (28%)
3. Neemt zorgen uit handen (26%)
4. **Correct en zorgvuldig (25%)**
5. Geeft zekerheid (25%)

Bottom 5

1. Specialist (14%)
2. Houdt me op de hoogte (13%)
3. Onpartijdigheid (12%)
4. **Heeft up-to-date kennis (11%)**
5. Is sociaal betrokken (11%)

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

Top 5

1. **Deskundigheid (35%)**
2. **Lage prijs (33%)**
3. Goed aangeschreven (31%)
4. Te vertrouwen (28%)
5. Locatie/licging van het kantoor (21%)

Bottom 5

1. Doorverwijzing vrienden/familie (12%)
2. Onpartijdigheid (11%)
3. **Bereikbaarheid buiten kantooruren (7%)**
4. Parkeermogelijkheden (7%)
5. De uitstraling van het pand (4%)

Resultaten | Impulsieve Individualisten



Communicatie

Informatie en communicatie nemen Impulsieve individualisten vaak op een passieve manier tot zich. Een boodschap dient makkelijk en duidelijk te zijn. Amusement en humor zijn een pré en wanneer er individueel voordeel gehaald kan worden is men er als de kippen bij.

Tone of voice

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

Persuasion tactics

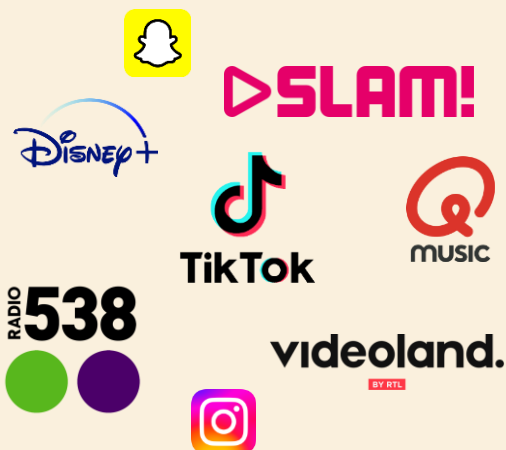
- 1. Nothing to loose**
Laten zien dat de je door de keuze geen enkel risico loopt en het alleen maar positief kan uitpakken
- 2. Materieel belonen**
Geld of vouchers bij inspanning of progressie of behalen van doel. Eventueel gradueel: per extra stapje
- 3. Extra's geven (that's not all)**
Een extraatje aanbieden, snel na een initieel al redelijk aanbod
- 4. Persoonlijk aanspreken**
Persoonlijker benaderen en rekening houden met specifieke situatie, voor meer betrokken gevoel
- 5. Voordelen/gevolgen opvallend maken**
De gevolgen (voor- en nadelen) van gedrag opvallend (saillant) maken

Digitaliteit

Impulsieve individualisten zijn digitaal vaardig en regelen veel zaken graag online of via apps. Digitale technologie speelt een grote rol in hun dagelijks leven en zij verwachten dat diensten snel, eenvoudig en zonder veel moeite digitaal toegankelijk zijn. Digitale contactmogelijkheden kunnen voor hen daarom helpen om de drempel tot notariële dienstverlening te verlagen.

Tegelijkertijd is hun aandacht voor inhoud vaak beperkt. Wanneer digitale processen ingewikkeld of tijdrovend worden, haken zij sneller af. Gebruiksgemak en snelheid zijn voor hen daarom belangrijker dan uitgebreide uitleg of complexe stappen.

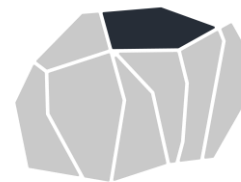
Mediagebruik



Achtergrondkenmerken

- 13% van de bevolking
- Evenveel vrouwen als mannen
- Vaker jonger dan 45 jaar
- Vaker midden opgeleid
- Verspreid over alle inkomensgroepen
- Vaker in 3 grote gemeenten
- Vaker thuiswonend of alleenstaand

Resultaten | Kosmopolieten



Algemene waarden

Kosmopolieten staan open in het leven en zijn nieuwsgierig naar nieuwe ideeën, mensen en ervaringen. Persoonlijke ontwikkeling, ontplooiing en veelzijdigheid spelen een belangrijke rol in hoe zij naar de wereld kijken. Zij willen blijven leren, zich ontwikkelen en hun leven op een manier vormgeven die past bij hun waarden en overtuigingen.

Werk is voor hen een belangrijk middel om die ontwikkeling vorm te geven. Het moet inhoudelijk interessant zijn en bijdragen aan iets dat zij waardevol vinden. Ook financieel combineren kosmopolieten vrijheid met verantwoordelijkheid. Ze geven relatief gemakkelijk geld uit aan zaken die hun leven verrijken, zoals wonen, cultuur of reizen, maar houden tegelijkertijd overzicht over hun financiën. Ze verdiepen zich in financiële mogelijkheden en staan open voor nieuwe vormen van bankieren of beleggen.

Wat verwachten ze van een notaris?

Kosmopolieten zien duidelijk de waarde van een notaris bij belangrijke financiële en juridische beslissingen. Zij vinden het belangrijk dat afspraken goed zijn vastgelegd en dat financiële zaken voor de toekomst zorgvuldig zijn geregeld, bijvoorbeeld rond pensioen of nalatenschap. Het geeft hen rust wanneer dit soort zaken tijdig en goed zijn geregeld.

De notaris wordt door hen vooral gezien als een inhoudelijk expert en meedenkende partner, niet alleen als een formeel instituut. Zij staan open voor advies en waarderen het wanneer een notaris complexe onderwerpen duidelijk uitlegt en met hen meedenkt. In hun keuze voor een notaris speelt deskundigheid een belangrijke rol, evenals actuele kennis en het vermogen om zorgen uit handen te nemen. Prijs speelt mee, maar vertrouwen en expertise wegen doorgaans zwaarder.

Ervaring met een notaris

Onder de kosmopolieten heeft 39% ervaring met een notaris of is van plan om er naartoe te gaan. Daarnaast behoort 31% tot de groep die wel baat zou hebben bij een notaris, maar niet gaat. De overige 30% heeft geen ervaring met een notaris en ook geen directe aanleiding om er een te bezoeken. Dit wijkt niet significant af van de andere milieus.

Vergelijking 2019

Bij kosmopolieten zijn de juiste prijs (35% vs. 25%) en onpartijdigheid (25% vs. 14%) in 2026 vaker dan in 2019 een belangrijk kenmerk van een notaris, terwijl een vertrouwensrelatie (12% vs. 20%) en sociale betrokkenheid (5% vs. 11%) minder belangrijk zijn geworden. Als doorslaggevend in de keuze voor een notaris wordt de uitstraling van het pand vaker genoemd dan in 2019 (5% vs. 0%). Ook geven Kosmopolieten aan in 2026 minder vaak dan in 2019 een notaris te zullen inschakelen. In de afgelopen vijf jaar bezochten zij vaker dan in 2014–2019 een notaris vanwege een hypotheek (35% vs. 22%) en minder vaak vanwege de verkoop van een huis (16% vs. 30%) of omdat zij terug in Nederland kwamen wonen (0% vs. 3%).

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

Top 5

1. Correct en zorgvuldig (46%)
2. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (39%)
3. **Juiste prijs (35%)**
4. **Neemt zorgen uit handen (28%)**
5. **Heeft up-to-date-kennis (27%)**

Bottom 5

1. Geeft praktische tips (17%)
2. Specialist (17%)
3. Vertrouwensrelatie (12%)
4. Houdt me op de hoogte (10%)
5. Is sociaal betrokken (5%)

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

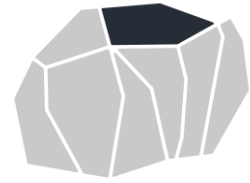
Top 5

1. **Deskundigheid (54%)**
2. Goed aangeschreven (34%)
3. Te vertrouwen (30%)
4. Meedenken (28%)
5. Ervaring van de notaris (26%)

Bottom 5

1. Doorverwijzing vrienden/familie (13%)
2. Specialisatie (10%)
3. De uitstraling van het pand (5%)
4. Parkeermogelijkheden (4%)
5. Bereikbaarheid buiten kantooruren (2%)

Resultaten | Kosmopolieten



Communicatie

Dit milieu is kritisch en een inhoudelijke en beargumenteerde benadering past het beste bij hen. Ook hechten ze waarde aan interactie. Kosmopolieten hebben bewondering voor mensen die hun dromen verwezenlijken en in bijzondere situaties verzeild raken of deze creëren. Het best kunnen zij benaderd worden via een persoonlijke connectie, een goed en inhoudelijk verhaal en mooie beelden.

Tone of voice

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

Persuasion tactics

- 1. Disrupt**
Verrassende of onverwachte info geven of verwarring creëren om aandacht te krijgen
- 2. Transparantie door voor- en tegenargumenten**
Transparant zijn over voor- en nadelen vergroot betrouwbaarheid en verkleint weerstand
- 3. Keuzevrijheid benadrukken, keuzes geven**
Keuzes bieden of keuzevrijheid benadrukken, speelt in op autonomiebehoefte en voorkomt weerstand
- 4. Zelfovertuiging**
Mensen zelf argumenten/voordelen laten noemen of vragen hoe ze anderen zouden overtuigen
- 5. Metaforen**
Onderwerp gebruiken waarbij associaties worden overgedragen op het gewenste gedrag

Digitaliteit

Kosmopolieten zijn digitaal vaardig en staan open voor nieuwe technologie en digitale dienstverlening. Zij gebruiken digitale middelen niet alleen uit gemak, maar ook omdat zij geïnteresseerd zijn in innovatie en nieuwe mogelijkheden. Online platforms, apps en digitale informatiebronnen spelen daardoor een belangrijke rol in hoe zij zich oriënteren en zaken regelen. Ook bij notariële dienstverlening staan kosmopolieten positief tegenover digitale mogelijkheden, zolang deze gecombineerd worden met deskundig advies en de mogelijkheid om inhoudelijke vragen te bespreken.

Mediagebruik



Achtergrondkenmerken

- 18% van de bevolking
- Evenveel vrouwen als mannen
- Vaker jonger dan 35 jaar
- Vaker hoog opgeleid
- Vaker boven modaal
- Vaker zeer sterk stedelijk
- Relatief vaak samenwonend

Resultaten | Opwaarts mobielen



Algemene waarden

Opwaarts mobielen zijn sterk gericht op vooruitgang. Succes en groei staan centraal in het leven. Werk speelt daarin een belangrijke rol: het biedt kansen om vooruit te komen, erkenning te krijgen en de levensstandaard te verhogen. Zij zijn ambitieus en resultaatgericht, en zien hard werken als een vanzelfsprekend onderdeel van succes.

Financieel zijn opwaarts mobielen actief en toekomstgericht. Geld staat voor hen niet alleen voor zekerheid, maar ook voor mogelijkheden en vooruitgang. Ze geven relatief gemakkelijk geld uit aan zaken die passen bij hun ambities, zoals wonen, reizen of technologie, maar sparen ook gericht voor grotere doelen. Beleggen en andere financiële producten schrikken hen niet snel af. Omdat tijd schaars is, regelen zij financiële zaken graag efficiënt en besteden zij keuzes geregeld uit aan adviseurs of specialisten.

Wat verwachten ze van een notaris?

Opwaarts mobielen benaderen de notaris vooral pragmatisch. De notaris is voor hen een professional die helpt om risico's te beheersen en zaken goed vast te leggen, zodat zij zich kunnen blijven richten op vooruitgang. Tegelijkertijd ervaren zij niet altijd direct de toegevoegde waarde van een notaris en wordt deze soms gezien als een kostbare, maar noodzakelijke schakel.

Wanneer zij een notaris inschakelen, staan zij open voor advies en begeleiding, vooral bij grotere financiële risico's of belangrijke beslissingen. Daarnaast vinden zij gemak en efficiëntie belangrijk. Digitale mogelijkheden, snel contact en flexibiliteit, bijvoorbeeld bereikbaarheid buiten kantooruren, sluiten goed aan bij hun drukke en resultaatgerichte levensstijl. Ook vinden ze een vlotte en moderne uitstraling van het kantoor relatief belangrijk.

Ervaring met een notaris

52% van de opwaarts mobielen heeft ervaring met een notaris of is van plan om er naartoe te gaan. Dat is het hoogst van alle milieus. 24% behoort tot de groep die wel baat zou hebben bij een notaris, maar niet gaat en de overige 23% heeft geen ervaring met een notaris en ook geen directe aanleiding om er een te bezoeken.

Vergelijking 2019

Bij opwaarts mobielen zijn in 2026 begrijpelijke taal (18% vs. 34%) en een juiste prijs (13% vs. 24%) minder vaak dan in 2019 belangrijke kenmerken van een notaris, terwijl op de hoogte gehouden worden juist vaker dan in 2019 belangrijk wordt gevonden (17% vs. 9%). Als doorslaggevend in de keuze voor een notaris worden deskundigheid (23% vs. 38%), specialisatie (17% vs. 27%), lage prijs (14% vs. 26%) en goede reputatie minder vaak dan in 2019 genoemd, terwijl de uitstraling van het kantoor juist vaker doorslaggevend is (13% vs. 3%). Ook geven zij aan in 2026 minder vaak dan in 2019 een notaris te zullen inschakelen. In de afgelopen vijf jaar bezochten zij bovendien minder vaak dan in 2014–2019 een notaris vanwege samenwonen (6% vs. 25%) of de aankoop van een huis (22% vs. 41%).

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

Top 5

1. **Correct en zorgvuldig (22%)**
2. Geeft zekerheid (22%)
3. **Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (18%)**
4. Houdt me op de hoogte (17%)
5. Een vertrouwensrelatie (17%)

Bottom 5

1. Geeft praktische tips (16%)
2. Onpartijdigheid (14%)
3. **Juiste prijs (13%)**
4. Specialist (12%)
5. Is sociaal betrokken (9%)

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

Top 5

1. Te vertrouwen (29%)
2. **Deskundigheid (23%)**
3. Ervaring van de notaris (19%)
4. **Specialisatie (17%)**
5. **Meedenken (16%)**

Bottom 5

1. **De uitstraling van het pand (13%)**
2. **Locatie/licging van het kantoor (12%)**
3. Doorverwijzing vrienden/familie (7%)
4. **Bereikbaarheid buiten kantooruren (6%)**
5. Parkeermogelijkheden (5%)

Resultaten | Opwaarts mobielen



Communicatie

Dit milieu wil snel en direct benaderd worden. Ze 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.

Tone of voice

Persoonlijk en direct, doelgericht, ter zake, prikkelend, opgewekt, energiek en flitsend, ambitieus, exclusief, niet te subtiel.

Persuasion tactics

- 1. Exclusiviteit**
Iets maar voor een beperkte groep beschikbaar stellen of in verband brengen met een exclusieve groep
- 2. Winst- en verliesframing**
Winstframing: nadruk op voordelen. Verliesframing: nadruk op nadelen. Het laatste vaak effectiever
- 3. Rolmodel als boodschapper**
Iemand met aanzien binnen de doelgroep als boodschapper inzetten
- 4. Trots aanspreken**
Complimenteren met goed gedrag of confronteren met lof voor het goede gedrag van anderen
- 5. Doelen stellen**
Stimuleer mensen uitdagende maar haalbare gedragsdoelen te stellen of geef hen deze. Liefst concreet.

Digitaliteit

Opwaarts mobielen zijn digitaal zeer actief en verwachten dat dienstverlening snel en efficiënt online beschikbaar is. Digitale middelen passen goed bij hun drukke en resultaatgerichte levensstijl: zaken moeten eenvoudig, overzichtelijk en op het moment dat het hen uitkomt geregeld kunnen worden.

Ook bij notariële dienstverlening hebben zij een duidelijke voorkeur voor digitale mogelijkheden. Online regelen, videobellen of contact via moderne kanalen sluit goed aan bij hun behoefte aan gemak en flexibiliteit. Tegelijk verwachten zij dat digitale dienstverlening professioneel en inhoudelijk sterk blijft. Technologie wordt vooral gewaardeerd wanneer deze helpt om zaken sneller, duidelijker en efficiënter te regelen.

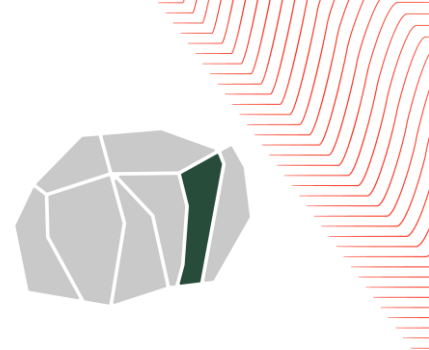
Mediagebruik



Achtergrondkenmerken

-  12% van de bevolking
-  Evenveel vrouwen als mannen
-  Vaker jonger dan 25 jaar
-  Vaker laag/midden opgeleid
-  Vaker beneden modaal
-  Vaker in 3 grote gemeenten, zeer stedelijk
-  Vaak thuiswonend

Resultaten | Postmaterialisten



Algemene waarden

Postmaterialisten kijken idealistisch en betrokken naar de wereld. Persoonlijke ontwikkeling en bijdragen aan een betere samenleving staan centraal in hun leven. Werk is voor hen een manier om zich te ontplooiën en iets betekenisvol te doen, maar vormt niet het middelpunt van hun bestaan. Zij houden bewust ruimte voor andere activiteiten, zoals vrijwilligerswerk en andere vormen van maatschappelijke betrokkenheid.

Financieel zijn postmaterialisten bedachtzaam en verantwoordelijk. Geld is voor hen geen statussymbool, maar een middel om keuzes te kunnen maken en een stabiel leven te leiden. Ze houden hun financiën op orde, sparen liever dan dat ze risico's nemen en maken grote financiële beslissingen weloverwogen. Daarbij spelen ook waarden een rol: zij kiezen relatief vaker voor duurzame of maatschappelijk verantwoorde financiële oplossingen.

Wat verwachten ze van een notaris?

Voor postmaterialisten draait de notaris vooral om zorgvuldigheid en gemoedsrust. Zij vinden het belangrijk dat financiële en juridische afspraken duidelijk, correct en toekomstbestendig zijn vastgelegd. Het geeft hen een goed gevoel wanneer zaken tijdig geregeld zijn en wanneer afspraken zwart op wit staan, zodat zij zelf en hun omgeving later niet voor onverwachte problemen komen te staan.

Daarbij waarderen zij een notaris die betrouwbaar, zorgvuldig en onpartijdig is. Zij verdiepen zich relatief vaak in hun notariële zaken en vinden het prettig wanneer een notaris meedenkt en zaken helder uitlegt. De toegevoegde waarde van een notaris bij belangrijke levensgebeurtenissen wordt door hen duidelijk gezien, al blijft prijs wel een aandachtspunt. Ook de locatie of ligging van het kantoor speelt voor hen een relatief belangrijke rol.

Ervaring met een notaris

Onder de postmaterialisten heeft 48% ervaring met een notaris of is van plan om er naartoe te gaan. Dit aandeel ligt hoger dan andere Mentaliteits-milieus. 28% behoort tot de groep die wel baat zou hebben bij een notaris, maar daar niet naartoe gaat. De overige 24% heeft geen ervaring met een notaris en ook geen directe aanleiding om er een te bezoeken, wat lager ligt dan bij andere milieus.

Vergelijking 2019

Bij Postmaterialisten wordt deskundigheid in 2026 minder vaak dan in 2019 als doorslaggevend in de keuze voor een notaris genoemd (49% vs. 64%), terwijl de locatie van het kantoor juist vaker doorslaggevend is (30% vs. 16%). Ook geven Postmaterialisten aan in 2026 minder vaak dan in 2019 een notaris te zullen inschakelen. In de afgelopen vijf jaar bezochten zij bovendien minder vaak dan in 2014–2019 een notaris omdat zij zijn gaan trouwen (1% vs. 6%).

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

Top 5

1. **Correct en zorgvuldig (62%)**
2. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (43%)
3. Juiste prijs (32%)
4. **Onpartijdigheid (25%)**
5. Heeft up-to-date kennis (22%)

Bottom 5

1. **Neemt zorgen uit handen (15%)**
2. Houdt me op de hoogte (11%)
3. Specialist (11%)
4. **Geeft zekerheid (11%)**
5. Is sociaal betrokken (5%)

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

Top 5

1. Deskundigheid (49%)
2. Te vertrouwen (34%)
3. Goed aangeschreven (32%)
4. **Locatie/ligging van het kantoor (30%)**
5. Lage prijs (28%)

Bottom 5

1. Onpartijdigheid (13%)
2. Specialisatie (9%)
3. Parkeermogelijkheden (1%)
4. **Bereikbaarheid buiten kantooruren (0%)**
5. **De uitstraling van het pand (0%)**

Resultaten | Postmaterialisten



Communicatie

Dit milieu is kritisch en wil graag goed en eerlijk geïnformeerd worden. De inhoud speelt daarbij een belangrijkere rol dan de vormgeving. Sobere en genuanceerde boodschappen komen het sterkst aan. Ze zijn erg geïnteresseerd in sociaal maatschappelijke onderwerpen, duurzaamheid, politiek, kunst en cultuur.

Tone of voice

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

Persuasion tactics

6. Identificatie zelf als rolmodel

Mensen informeren dat ze met hun gedrag een voorbeeld voor anderen kunnen zijn

7. Disrupt

Verrassende of onverwachte info geven of verwarring creëren om aandacht te krijgen

8. Transparantie door voor- en tegenargumenten

Transparant zijn over voor- en nadelen vergroot betrouwbaarheid en verkleint weerstand

9. Wijzen op verschil tussen zelfbeeld en gedrag (cognitieve dissonantie)

Aanspreken op hun opvattingen vervolgens op niet-belerende toon op afwijkende gedrag

10. Metaforen

Onderwerp gebruiken waarbij associaties worden overgedragen op het gewenste gedrag

Digitaliteit

Postmaterialisten zijn over het algemeen digitaal vaardig, maar zien digitalisering vooral als een praktisch hulpmiddel. Digitale dienstverlening kan het regelen van zaken gemakkelijker maken, zolang deze duidelijk, transparant en betrouwbaar is.

Bij belangrijke of complexe onderwerpen blijft persoonlijk contact voor hen echter belangrijk. Zij nemen graag de tijd om zaken goed te begrijpen en stellen het op prijs wanneer er ruimte is voor uitleg en overleg. Digitale mogelijkheden kunnen ondersteunen in het proces, maar vervangen voor postmaterialisten niet volledig het persoonlijke gesprek wanneer het gaat om belangrijke financiële of juridische beslissingen.

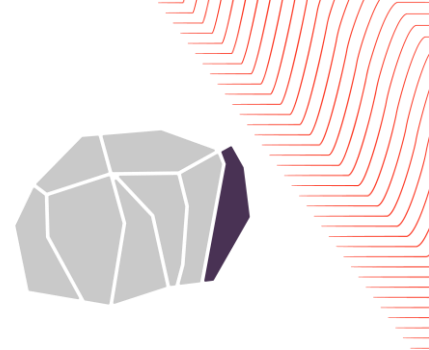
Mediagebruik



Achtergrondkenmerken

- 11% van de bevolking
- Iets meer vrouwen dan mannen
- Vaker 55+ jaar
- Vaker hoog opgeleid
- Vaker boven modaal
- Vaker zeer stedelijk
- Vaker alleenstaand

Resultaten | Postmoderne hedonisten



Algemene waarden

Postmoderne hedonisten hechten veel waarde aan vrijheid, plezier en nieuwe ervaringen. Ze willen hun eigen keuzes maken en zich zo min mogelijk laten vastleggen door regels, vaste patronen of verwachtingen van anderen. Werk is belangrijk, maar vooral zolang het past bij hun levensstijl. Een vast carrièrepad of steeds verder omhoogklimmen is geen doel op zich. Ze werken liever in een omgeving waarin ze kunnen meebewegen met hun leven en hun keuzes kunnen aanpassen wanneer dat nodig is.

Ook financieel staat vrijheid centraal. Geld is voor hen vooral een middel om het leven te kunnen leven zoals zij dat willen, bijvoorbeeld door te reizen, uit te gaan of nieuwe ervaringen op te doen. Financiële keuzes zijn daarom vaak gericht op het hier en nu. Sparen gebeurt vooral voor concrete plannen of aankomende ervaringen. Het regelen van geldzaken krijgt geen prioriteit zolang het dagelijkse leven kan blijven doorlopen. Overzicht en eenvoud werken beter dan ingewikkelde systemen of langetermijnplanning.

Wat verwachten ze van een notaris?

Postmoderne hedonisten staan wat ambivalent tegenover de notaris. Zij zien wel dat een notaris soms nodig is, maar ervaren notariële zaken ook relatief vaak als complex, formeel of weinig relevant. Het vastleggen van financiële of juridische afspraken heeft voor hen minder prioriteit dan voor veel andere milieus.

Wanneer zij wel met een notaris te maken krijgen, is het belangrijk dat het proces toegankelijk en eenvoudig is. Een persoonlijke benadering, duidelijke uitleg en zo min mogelijk gedoe helpen om de drempel te verlagen. De ligging van het kantoor is dan ook belangrijk. De notaris wordt voor hen vooral gezien als iemand die praktische zaken regelt wanneer dat nodig is, minder als een adviseur die actief betrokken is bij financiële keuzes.

Ervaring met een notaris

38% van de postmoderne hedonisten heeft ervaring met een notaris of is van plan om er naartoe te gaan. 28% behoort tot de groep die wel baat zou hebben bij een notaris. De overige 33% heeft geen ervaring met een notaris en ook geen directe aanleiding om er een te bezoeken. Dit wijkt niet significant af van de andere milieus.

Vergelijking 2019

Bij postmoderne hedonisten wordt de locatie van het kantoor in 2026 vaker dan in 2019 als doorslaggevend in de keuze voor een notaris genoemd (35% vs. 19%). Tegelijkertijd wordt begrijpelijke taal minder vaak dan in 2019 als belangrijk kenmerk van een notaris genoemd (40% vs. 54%). Ook geven zij aan in 2026 minder vaak dan in 2019 een notaris te zullen inschakelen. In de afgelopen vijf jaar bezochten zij bovendien vaker dan in 2014–2019 een notaris omdat zij zijn gaan trouwen (12% vs. 3%).

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

Top 5

1. Correct en zorgvuldig (50%)
2. Gebruikt begrijpelijke taal en legt uit (40%)
3. Juiste prijs (36%)
4. Heeft up-to-date kennis (23%)
5. Neemt zorgen uit handen (18%)

Bottom 5

1. Geeft praktische tips (16%)
2. Vertrouwensrelatie (15%)
3. Houdt me op de hoogte (13%)
4. Specialist (10%)
5. Is sociaal betrokken (9%)

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

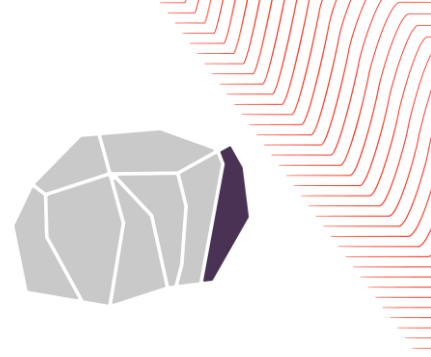
Top 5

1. Deskundigheid (39%)
2. **Locatie/ligging van het kantoor (35%)**
3. Goed aangeschreven (28%)
4. Te vertrouwen (27%)
5. Lage prijs (26%)

Bottom 5

1. Specialisatie (11%)
2. Onpartijdigheid (9%)
3. Parkeermogelijkheden (4%)
4. Bereikbaarheid buiten kantooruren (3%)
5. De uitstraling van het pand (1%)

Resultaten | Postmoderne hedonisten



Communicatie

Dit milieu is snel afgeleid en is dan ook niet merktrouw. Een boodschap dient direct, functioneel en eerlijk te zijn. Een grensverleggende of provocerende presentatie van de boodschap spreekt aan. Omdat ze vaak vooroplopen, is het belangrijk dat de boodschap altijd up-to-date is.

Tone of voice

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

Persuasion tactics

- 1. Disrupt**
Verrassende of onverwachte info geven of verwarring creëren om aandacht te krijgen
- 2. Keuzevrijheid benadrukken**
Keuzes bieden of keuzevrijheid benadrukken, speelt in op autonomiebehoefte en voorkomt weerstand
- 3. Storytelling**
Mensen afleiden van weerstand door te boeien met storytelling, waarbij men zich vaak kan identificeren met een held, die een conflict ervaart en tot een oplossing komt
- 4. Humor**
Positieve gevoelens associëren met de boodschap of boodschapper via grappige, vaak onverwachte situaties waarbij iemand eerst op het verkeerde been wordt gezet
- 5. Transparantie voor- en tegenargumenten**
Transparant zijn over voor- en nadelen vergroot betrouwbaarheid en verkleint weerstand

Digitaliteit

Postmoderne hedonisten zijn digitaal vaardig en gewend om veel zaken online en via apps te regelen. Digitale technologie past goed bij hun flexibele en dynamische levensstijl: zaken moeten snel, eenvoudig en op het moment dat het hen uitkomt geregeld kunnen worden.

Tegelijkertijd hebben zij weinig geduld voor ingewikkelde processen. Digitale dienstverlening werkt voor hen vooral wanneer deze overzichtelijk, snel en intuïtief is. Als systemen complex of tijdrovend worden, verliezen zij al snel hun interesse. Digitale toegankelijkheid kan daarom helpen om de drempel tot notariële dienstverlening te verlagen, mits het proces eenvoudig en gebruiksvriendelijk blijft.

Mediagebruik



Achtergrondkenmerken

- 9% van de bevolking
- Evenveel vrouwen als mannen
- Verspreid over alle leeftijden
- Vaker hoog opgeleid
- Alle inkomensniveaus
- Verspreid over Nederland
- Vaker alleenstaand/samenwonend

Bijlagen

Onderzoekstechnische informatie

Kwantitatief onderzoek

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 4 t/m 25 februari 2026.

Methode respondentenselectie

Uit het StemPunt-panel van Motivaction en het panel van Dynata.

Incentives

De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek 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.

Inschakelen externe leveranciers

Motivaction heeft voor dit onderzoek gebruik gemaakt van het panel van Dynata voor voldoende response.

Responsverantwoording online onderzoek

In de veldwerkperiode is aan 13.417 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 tot tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Hetzelfde geldt voor schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten. Een uitzondering vormen beeld- en geluidsopnames van respondenten, deze worden ten hoogste 6 maanden bewaard.

Overige onderzoekstechnische informatie

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

Gewogen en ongewogen data

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Geslacht				
Man	979	43%	1098	48%
Vrouw	1296	57%	1177	52%

Leeftijd				
18 t/m 24	109	5%	283	13%
25 t/m 34	334	15%	456	20%
35 t/m 44	456	20%	426	19%
45 t/m 54	592	26%	493	22%
55 t/m 67	784	35%	617	27%

Opleidingsniveau				
Hoog	985	43%	780	34%
Midden	1075	47%	1121	49%
Laag	215	10%	374	17%

Regio				
3 grote steden plus randgemeenten	346	15%	387	17%
West	688	30%	645	28%
Noord	215	10%	223	10%
Oost	460	20%	475	21%
Zuid	566	25%	544	24%

Mentality				
Moderne burgerij	501	22%	496	22%
Opwaarts mobielen	245	11%	242	11%
Postmaterialisten	251	11%	261	12%
Nieuwe conservatieven	164	7%	166	7%
Traditionele burgerij	171	8%	168	7%
Kosmopolieten	395	17%	416	18%
Postmoderne hedonisten	229	10%	216	10%
Impulsieve individualisten	319	14%	310	14%

Mentality-milieus



Traditionele burgerij

De plichtsgetrouwe en op fatsoen gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities, gewoonten en materiële bezittingen.

Omdat het zo hoort, fatsoen, veiligheid, rust, reinheid en regelmaat

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...

Nieuwe conservatieven

De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die technologische ontwikkeling omarmt, maar tegelijk hecht aan tradities en etiquette.

Familietradities, verantwoordelijk, kwaliteit, betrouwbaar, rationeel

Impulsieve individualisten*

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

Leef met de dag, plezier maken, gericht op consumptie en vermaak

*Voorheen de gemaksgoeroë. Met de update van het Mentality-model in 2024 is deze benaming aangepast.

Kosmopolieten

Kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als succes, materialisme en genieten.

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

Opwaarts mobilen

De carrièregerichte doeners met een fascinatie voor status, technologie en presentatie, die ook gericht zijn op gezin en familie.

Work hard, play hard, iets bereiken, spanningszoekers, if you've got it, flaunt it

Postmaterialisten

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

Bewust leven, betrokken, balans lichaam en geest, verbeter de wereld, begin bij jezelf, cultuur

Postmoderne hedonisten

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

Uniciteit, vrijheid en onafhankelijkheid, tolerantie, ervaring belangrijker dan bezit

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage – anders dan integrale publicatie – is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv

Zie ook ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.