

De waarde van klantonderzoek: een studie naar de betalingsbereidheid van drinkwaterklanten

Stijn Brouwer, Rosa Sjerps (KWR Watercycle Research Institute), Rian Kloosterman, Carolien Koopman (Vitens)

Het wordt steeds duidelijker dat de wensen, zorgen en verwachtingen van drinkwaterklanten sterk verschillen en dat 'de drinkwaterklant' niet bestaat. De vraag was nu of klanten ook bereid zijn om voor gewenste verbeteringen de portemonnee te trekken. Dit betalingsbereidheidsonderzoek laat zien dat klanten veelal een nóg hogere kwaliteit prefereren boven een korting op hun rekening. Voor specifieke verbeteringen zijn zij vaak zelfs bereid extra te betalen, met name voor minder kalk en duurzamer geproduceerd water. Tegelijkertijd zijn de verschillen tussen uiteenlopende klanten groot. Drinkwaterbedrijven kunnen deze kennis gebruiken in hun streven de klant een centralere positie te geven.

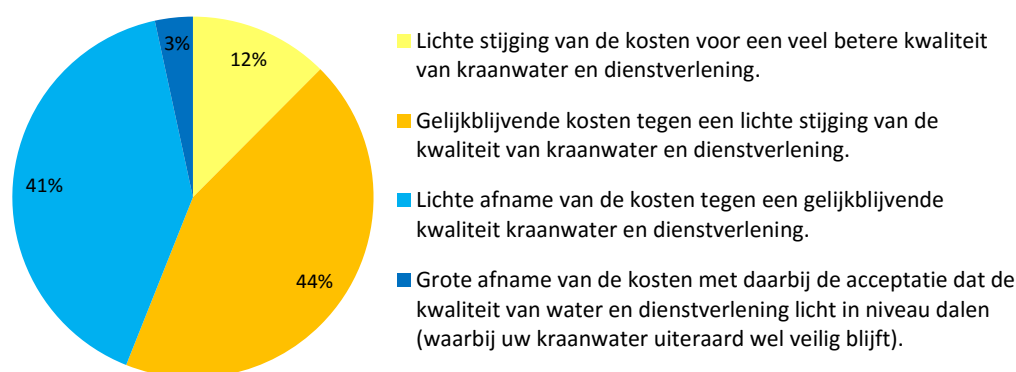
Drinkwaterbedrijven streven ernaar de klant steeds centraler te zetten en dus beter te leren kennen. Hierbij begint het beeld van een uniforme drinkwaterklant, die zich bij voorkeur laat ontzorgen en voor de rest geen interesse in drinkwater zou hebben, steeds meer te kantelen. Recent onderzoek, waarin de subjectieve belevingswereld van drinkwaterklanten systematisch in kaart is gebracht, laat zien dat mensen grote verschillen vertonen in hun wensen, behoeften en verwachtingen. Deze belevingswerelden van drinkwaterklanten zijn zelfs zo divers dat gesproken wordt over vier verschillende klantperspectieven [1]. Zo is er een groep klanten die zich kenmerkt door betrokkenheid en zorg voor de ander en zich het beste laat omschrijven als klanten met een 'egalitair & solidair' ofwel een 'zij'-perspectief. Weer een andere groep klanten is vooral betrokken bij het milieu en gelooft sterk in de kracht van het individu. Deze groep klanten valt onder het bewust & betrokken oftewel 'wij'-perspectief. Een derde groep klanten wordt gekenmerkt door hun primaire zorg rondom de kwaliteit van water in relatie tot hun eigen gezondheid. Deze groep klanten valt onder het egocentrische & kwaliteitsgerichte oftewel het 'ik'-perspectief. Tot slot is er een groep klanten die vooral het liefst ontzorgd wil worden. Deze klanten met dit zogenaamde nuchter & vol vertrouwen oftewel 'jullie'-perspectief komen het dichtst in de buurt van het traditionele beeld van de drinkwaterklant, maar vormen, als ze dat al ooit hebben gedaan, allang de grootste groep niet meer. De klanten van Vitens vinden significant de grootste aansluiting bij de profielen 'wij' en 'zij' - meer dan 30 procent voor elk profiel. Een kwart van de klanten vindt de meeste aansluiting bij profiel 'jullie' en het kleinste deel van de klanten van Vitens vindt de meeste aansluiting bij profiel 'ik' [1].

Met het in kaart brengen van de subjectieve belevingswereld van de klant is een belangrijke stap gezet om meer inzicht te krijgen in de moderne drinkwaterklant: vaak mondig en kritisch, soms bezorgd of juist onverschillig, veelal tevreden, maar bovenal gekenmerkt door diversiteit. Om dit inzicht in de drinkwaterklant nog weer een stap verder te brengen heeft KWR Watercycle Research Institute, in nauwe samenwerking met drinkwaterbedrijf Vitens, de relatieve betalingsbereidheid van klanten voor verschillende optionele verbeteringen/veranderingen in kaart gebracht. Daarvoor hebben ze de willingness-to-pay-methodiek toegepast. Hierbij gaat het nadrukkelijk om het in kaart brengen van de relatieve betalingsbereidheid. Uit de literatuur is immers bekend dat de

daadwerkelijke betalingsbereidheid van respondenten kan afwijken en vaak minder is dan in dergelijke onderzoeken wordt aangegeven. Desalniettemin kan onderzoek naar de betalingsbereidheid van mensen van grote waarde zijn. Bovendien kan het, zoals in het voorbeeld van deze studie, inzichtelijk maken op welke manier bepaalde types interventies in de infrastructuur aansluiten bij de wensen en behoeften van klanten, in zijn totaliteit en uitgesplitst voor de verschillende perspectieven. Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een online vragenlijst onder een representatieve steekproef van meer dan duizend klanten, verspreid over het verzorgingsgebied van Vitens.

Focus op kwaliteit, niet de prijs

In lijn met voorgaand onderzoek laat ook deze studie zien dat drinkwaterklanten zeer tevreden zijn met de kwaliteit van hun kraanwater (gemiddeld rapportcijfer: 8,6), en het drinkwaterbedrijf in zijn algemeenheid (gemiddeld rapportcijfer: 8,3). Ook over de prijs/kwaliteitverhouding van het kraanwater zijn ze tevreden (gemiddeld rapportcijfer: 7,8). Onderlinge correlatie van deze rapportcijfers laat zien dat de weinige mensen (4% van alle respondenten) die überhaupt de prijs/kwaliteitverhouding een onvoldoende geven, vaak wel tevreden zijn met de kwaliteit van hun kraanwater en het drinkwaterbedrijf. Deze resultaten kunnen erop duiden dat deze mensen vooral ontevreden zijn met de prijs. Wordt deze dan als te hoog ervaren? Nee, voor veruit de meeste mensen beslist niet. Sterker nog, wanneer respondenten gevraagd wordt wat ze belangrijk vinden als het gaat om de hoogte van de rekening in relatie tot de kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening van het drinkwaterbedrijf, blijkt dat de meeste klanten liever hebben dat de kosten gelijk blijven of zelf stijgen als de kwaliteit van het kraanwater daardoor verbetert, dan dat ze lichte dan wel grote afname van de kosten willen voor respectievelijk een gelijkblijvende kwaliteit en dienstverlening of een lichte afname daarvan.



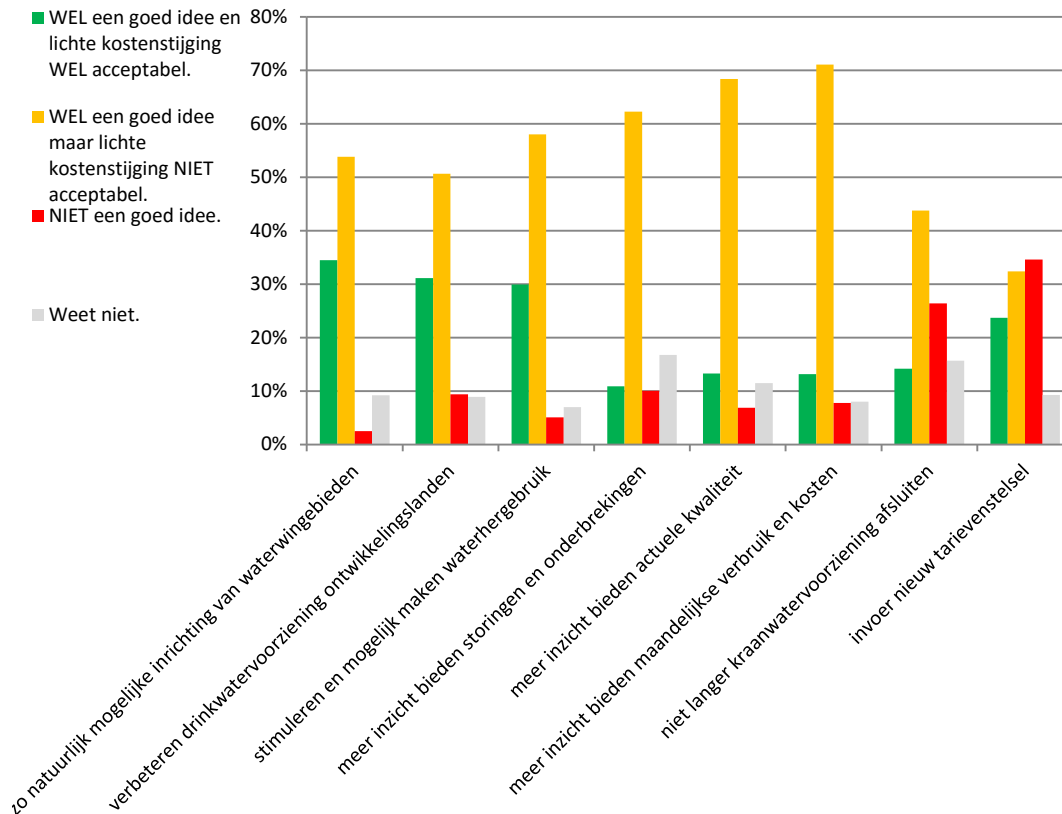
Afbeelding 1. De voorkeur van klanten voor de ontwikkeling van de rekening in relatie tot de kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening van het drinkwaterbedrijf

Bovenstaande cijfers over de gewenste ontwikkeling van de rekening in relatie tot de kwaliteit van het kraanwater komen overeen met resultaten uit eerdere focusgroepen en interviews. Dit duidt erop dat een hele grote groep klanten, ondanks het hoge rapportcijfer dat zij nu reeds geven aan de kwaliteit, liever een nóg hogere kwaliteit ontvangt dan een korting op hun rekening. Zelfs van de groep mensen die aangeeft het soms moeilijk te vinden de kraanwaterrekening te betalen (toch nog altijd 11% van de Nederlanders), prefereert slechts iets meer dan de helft (51%) een lichte daling van de kosten tegen gelijkblijvende kwaliteit, 8% een grote afname van kosten, en nog steeds 41%

gelijkblijvende of stijgende kosten tegen een stijging van de kwaliteit. Enkel voor de hele kleine groep klanten (1%), die heel vaak moeite heeft de drinkwaterrekening te betalen, zien we dat iedereen een afname van kosten prefereert.

Ruimte voor verbetering

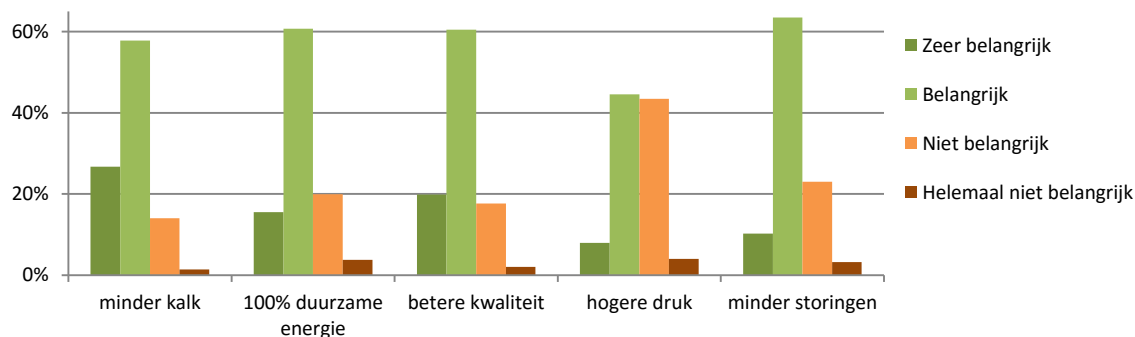
Ondanks de huidige hoge waardering voor de kwaliteit van kraanwater, geeft 28% van de respondenten aan zich wel eens zorgen te maken over de (toekomstige) kraanwatervoorziening. Uit de analyse blijkt dat deze zorgen met name gaan over een tekort aan beschikbare bronnen en over de kwaliteit, bijvoorbeeld in verband met berichtgeving over drugs- of medicijnresten in water. Ook zijn er zorgen over de mogelijkheid van een terroristische aanval, waardoor kraanwater verontreinigd zou kunnen worden. Behalve vragen over mogelijke zorgen is in de vragenlijst vooral uitgebreid stilgestaan bij welke mogelijke veranderingen in de drinkwatervoorziening mensen zouden willen. Hieruit blijkt dat vooral ideeën voor het stimuleren en mogelijk maken van waterhergebruik en een natuurlijke inrichting van waterwingebieden op veel steun kunnen rekenen. Het niet langer afsluiten van de kraanwatervoorziening bij mensen die de rekening niet meer kunnen betalen en het invoeren van een nieuw tarievenstelsel waarbij de kosten zouden oplopen naarmate men meer water verbruikt, kan relatief op minder steun rekenen. Wanneer respondenten gevraagd werd of men ook bereid zou zijn een kostenstijging te accepteren voor de eventuele invoering van bovenstaande ideeën, blijkt dat maar liefst rond de 30% aangeeft daadwerkelijk te willen betalen voor een zo natuurlijk mogelijke inrichting van waterwingebieden, het verbeteren van de drinkwatervoorziening in ontwikkelingslanden en het stimuleren van waterhergebruik. Deze resultaten zijn in lijn met eerder onderzoek naar de drinkwaterklant [1]. Ook hierin kwam naar voren dat veel klanten vinden dat drinkwaterbedrijven natuurvriendelijk of groen zouden moeten opereren, en dat het gebruik van drinkwater voor bijvoorbeeld het doorspoelen van het toilet als verspilling wordt ervaren. Voorts blijkt dat veel respondenten het een goed idee zouden vinden als zij meer inzicht in de kwaliteit, het verbruik en het voorkomen van storingen zouden ontvangen. Anders dan voor de ideeën gerelateerd aan de natuur, het hergebruik van water en een rol in ontwikkelingslanden, zijn klanten voor het verkrijgen van dit inzicht echter veel minder bereid om een kostenstijging te accepteren. We kunnen hieruit opmaken dat klanten van mening zijn dat het bieden van inzicht hoort bij de basistaken van het waterbedrijf en men dit derhalve niet ziet als een extra service waar men meer voor zou willen betalen.



Afbeelding 2. Mening van de respondenten over de acht ideeën voor toekomstige veranderingen met al dan niet een acceptabele kostenstijging

De wens van duurzaam water

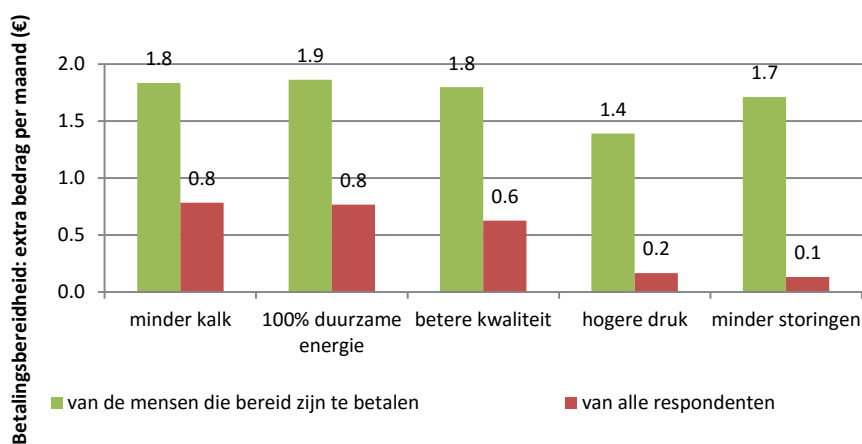
Voor vijf heel concrete aanpassingen in de drinkwatervoorziening konden respondenten hun betalingsbereidheid in een exact bedrag uitdrukken. Om de betekenis van deze betalingsbereidheid te duiden is respondenten eerst gevraagd aan te geven hoe (on)belangrijk zij deze verbeteringen voor kraanwater vinden. Analyse van deze data laat zien dat een groot deel van de drinkwaterklanten met name minder kalk (85%), water geproduceerd met volledig duurzame energie (76%), hogere kwaliteit (80%) en minder storingen (74%) belangrijk of zeer belangrijk vindt (zie afbeelding 3). Een hogere druk vindt maar 53 procent van de respondenten belangrijk of zeer belangrijk.



Afbeelding 3. Het belang dat klanten van een waterbedrijf hechten aan vijf voorgestelde verbeteringen

Interessant is dat een verbetering die belangrijk wordt gevonden zich lang niet altijd ook vertaalt in een hogere betalingsbereidheid. Voor elke verbetering waarvan de respondent had aangegeven deze

(zeer) belangrijk te vinden, werd hen stapsgewijs gevraagd welk extra bedrag per maand ze bereid waren te betalen bovenop hun reguliere kraanwaterrekening. Aangezien lang niet iedereen weet hoe hoog de drinkwaterrekening eigenlijk is, werd eerst de gemiddelde kraanwaterrekening per maand voor hun gezinssamenstelling aangegeven. Het blijkt dat mensen best een bedrag van €1 of meer willen betalen voor bijvoorbeeld minder kalk in het kraanwater, het gebruik van 100% duurzame energie bij de productie van kraanwater en een betere kwaliteit van het kraanwater, maar dat die bereidheid duidelijk minder is als het gaat om een hogere druk op de leidingen en minder storingen in de kraanwaterlevering. Kijken we naar de precieze bedragen, dan zien we dat klanten die bereid zijn extra te betalen voor minder kalk en een betere kwaliteit, er gemiddeld €1,80 per maand extra voor over hebben. Voor kraanwater geproduceerd met 100% duurzame energie is dit zelfs €1,90. Voor minder storingen en een hogere druk zijn deze bedragen lager, respectievelijk €1,70 en €1,40. Kijken we naar de betalingsbereidheid van alle respondenten samen, dan dalen vanzelfsprekend de gemiddelde bedragen, maar worden wel de onderlinge verschillen groter. Zo is de gemiddelde betalingsbereidheid van alle respondenten voor zowel minder kalk als het gebruik van volledig duurzame energie €0,80 en voor een betere kwaliteit €0,60. Zeker in vergelijking met de betalingsbereidheid voor een hogere druk (€0,20) of en een afname van storingen (€0,10) zijn deze bedragen veelzeggend. Dat drinkwaterklanten over het algemeen vaak bereid zijn extra te betalen voor verbeteringen als meer mogelijkheden rondom hergebruik, een zo natuurlijk mogelijke inrichting van waterwingebieden en water geproduceerd met volledig duurzame energie, duidt erop dat veel klanten 'groen' of duurzaam geproduceerd water erg belangrijk vinden.



Afbeelding 4. Gemiddelde betalingsbereidheid uitgedrukt als extra bedrag per maand (€)

Diversiteit

Gegeven de verschillen in verwachtingen, wensen en zorgen is het aannemelijk dat er verschillen bestaan in de betalingsbereidheid van klanten. Om dit te toetsen is middels de Chi-kwadraattoets (χ^2) gekeken wat de verschillen zijn tussen de vier hierboven geschetste profielen in vergelijking met de gemiddelde betalingsbereidheid van alle respondenten. Hieruit blijkt dat de zogenaamde 'bewust & betrokken' klanten (het 'wij'-perspectief) gemakkelijker een kostenstijging accepteren ten opzichte van klanten van de andere profielen. Dit geldt voor zes van de acht verbeteringen: zo natuurlijk mogelijke inrichting van waterwingebieden, het verbeteren van de drinkwatervoorziening in

ontwikkelingslanden, het stimuleren van waterhergebruik, meer inzicht in maandelijks verbruik en kosten, meer inzicht in de actuele kwaliteit en de invoer van een nieuw tarievenstelsel. Klanten met het 'ik'-, 'zij'- of 'jullie'-perspectief zijn in zijn algemeenheid minder geneigd een lichte kostenstijging te accepteren, wat echter zeker niet wil zeggen dat zij niet ook extra willen betalen voor bepaalde verbeteringen. Zo accepteren de meer 'egalitaire & solidaire' klanten (het 'zij'-perspectief) bijvoorbeeld wel een lichte kostenstijging voor het verbeteren van de drinkwatervoorziening in ontwikkelingslanden., Klanten die meer 'egocentrisch & kwaliteitsgericht' zijn (het 'ik'-perspectief) zijn voornamelijk minder bereid te betalen voor het stimuleren van waterhergebruik.

Ook de zakelijke klant kiest voor duurzaam

Middels een reeks interviews met zowel groot- (met een afname van >10.000 m³) als middelgrootzakelijke klanten van Vitens zijn ook hun verwachtingen verkend. Over het algemeen zijn deze klanten zeer tevreden en maken zij zich weinig tot geen zorgen over de levering van goed en betrouwbaar kraanwater, zowel wanneer het gaat over het heden als over de toekomst. Uiteraard leven er ook onder deze groep klanten wensen en ideeën voor verbeterpunten, met name waar het gaat over minder kalk en meer duurzaam geproduceerd water. Dit is hetzelfde beeld als we zagen bij de huishoudelijke klant. Hoewel de zakelijke klanten aangeven een lagere prijs uiteraard altijd te waarderen, is het algemene beeld dat naar voren komt heel duidelijk dat men de prijs van water nu reeds als (zeer) redelijk of zelfs laag ervaart. In zijn algemeenheid lijken zakelijke klanten dan ook best bereid om voor deze gewenste verbeteringen te betalen. Dit is echter met name het geval wanneer het verbeteringen betreft die hen uiteindelijk ook geld kunnen besparen, zoals bijvoorbeeld de afname van de hardheid. Anders dan de huishoudelijke klant is de zakelijke klant veel minder bereid extra te betalen voor de ook door hen zo gewenste verduurzaming. Deze verbeteringslag wordt veel meer beschouwd als ketenverantwoordelijkheid en dus als de verantwoordelijkheid van Vitens zelf.

Conclusie

Het hier beschreven betalingsonderzoek laat zien dat een meerderheid van de drinkwaterklanten de voorkeur geeft aan gelijkblijvende of zelfs iets hogere kosten voor een betere kwaliteit van kraanwater en dienstverlening, ten opzichte van een lichte of grote afname van de kosten bij een gelijkblijvende of afnemende kwaliteit. Dit is anders dan het soms dominante beeld doet vermoeden, Voor een groot aantal verbeteringen zijn veel klanten zelfs bereid extra te betalen, al zijn de verschillen tussen klanten met verschillende perspectieven groot. Het meest acceptabel vindt men een kostenstijging voor de realisatie van een zo natuurlijk mogelijke inrichting van waterwingebieden, het verbeteren van de drinkwatervoorziening in ontwikkelingslanden en het stimuleren van waterhergebruik. Verbeteringen die leiden tot meer inzicht in de kwaliteit, storingen, of het individueel watergebruik worden veelal wel aangemerkt als goede ideeën, maar hiervoor is men duidelijk minder bereid extra te betalen. Kijken we naar de betalingsbereidheid voor concrete verbeteringen als minder kalk in het kraanwater, de productie van kraanwater met 100% duurzame energie en een hogere kwaliteit, dan zien we dat deze significant hoger is dan de betalingsbereidheid voor een hogere druk uit de leidingen of minder storingen in de kraanwaterlevering. De wens voor met name minder kalk en meer duurzaam water leeft niet alleen bij huishoudelijke klanten, maar ook

bij (groot)zakelijke. Anders dan de huishoudelijke klant zijn zij in de regel echter enkel bereid extra te betalen voor verbeteringen die hen uiteindelijk ook geld kunnen besparen.

Referenties:

1. Pieron, M., Brouwer, S., Kloosterman, R., Koopman, C. (2016), *De belevingswereld van de drinkwaterklant in perspectief*. H2O-Online, 30 maart 2016, <http://vakbladh2o.nl/index.php/h2o-online/recente-artikelen/entry/de-belevingswereld-van-de-drinkwaterklant-in-perspectief>