



BTO 2016.006 | Januari 2016

BTO rapport

Van Klantbeleving tot
Handelingsopties: fase 2

BTO

Van Klantbeleving tot Handelingsopties: fase 2

BTO 2016.006 | Januari 2016

Opdrachtnummer

400872/001/002

Projectmanager

Jos Frijns

Opdrachtgever

BTO – Speerpuntonderzoek Vitens

Kwaliteitsborger(s)

Jos Frijns

Auteur(s)

Stijn Brouwer, Miranda Pieron, Rosa Sjerps, Bart Schalkwijk

Verzonden aan

Dit rapport is verspreid onder BTO-participanten en is na een jaar openbaar.

Jaar van publicatie
2015

Meer informatie
Stijn Brouwer, MA MSc PhD
T 030 6069 658
E stijn.brouwer@kwrwater.nl

Keywords Betalingsbereidheid
Burgers, Klanten, Willingness-to-pay, Q-methodologie

PO Box 1072
3430 BB Nieuwegein
The Netherlands

T +31 (0)30 60 69 511
F +31 (0)30 60 61 165
E info@kwrwater.nl
I www.kwrwater.nl



Watercycle
Research
Institute

BTO 2006.006 | Januari 2016 © KWR

Alle rechten voorbehouden.

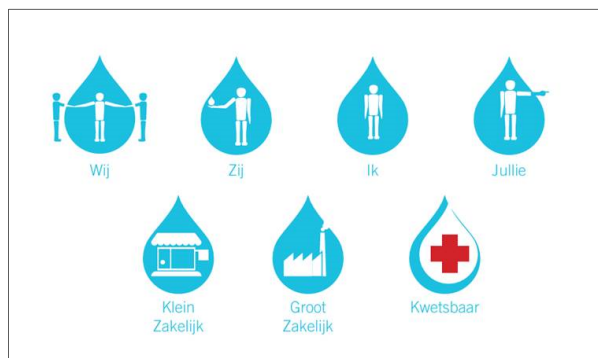
Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

BTO Managementsamenvatting

De klant beter leren kennen om aan zijn wensen te kunnen voldoen: wensen, behoeften en betalingsbereidheid van diverse klantengroepen

Auteur(s) Stijn Brouwer, MA MSc PhD; Miranda Pieron, MSc, Rosa Sjerps, MSc; Bart Schalkwijk, MSc

Vitens excelleert al jarenlang in het ontzorgen van de klant door deze te voorzien van onberispelijk water. Onder de noemer *customer excellence* heeft Vitens recentelijk aangekondigd nog een stap verder te willen gaan in het centraal stellen van de klant, onder meer door ook actief naar zijn wensen en behoeften te luisteren. Binnen het Speerpuntonderzoek voor Vitens is onderzocht hoe het bedrijf zo goed mogelijk kan aansluiten op de subjectieve belevingswereld van klanten, met een bijzondere aandacht voor het assetmanagementproces. Met kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksmethodieken zijn onder meer vier verschillende huishoudelijke klantgroepen in kaart gebracht, evenals de wensen en behoeften van ook de zakelijke en kwetsbare klanten. Ook is over de volle linie gekeken naar de betalingsbereidheid van klanten. De onderzoeksresultaten bieden niet alleen handvatten waarmee Vitens de nieuwe Lange Termijn Visie (LTV) mede kan vormgeven, maar ook richting hoe de infrastructuur en het assetmanagementproces kan worden ingericht, waarbij expliciet rekening wordt gehouden met de klant.



De verschillende klantprofielen die door KWR zijn uitgewerkt in iconen uitgedrukt

Belang: maximaal aansluiten op de subjectieve belevingswereld van de klant

Customer excellence staat hoog in het vaandel bij Vitens: het bedrijf wil excellent drinkwater produceren en hierin tegemoetkomen aan wensen en behoeftes van zijn klanten. Doel van het Speerpuntonderzoek *Klantbeleving & Infrastructuur* was het verkennen van manieren waarop Vitens zo goed mogelijk kan aansluiten op de subjectieve belevingswereld van de klant. Het assetmanagementproces en de inrichting van de infrastructuur kregen daarbij bijzondere aandacht, van ontwerp, bouw, beheer tot onderhoud van bron tot tap, omdat juist daar kansen liggen om *customer excellence* verder vorm te geven.

Aanpak: Q-methodologie, enquêtes, interviews, en willingness-to-pay

Voor het onderzoek naar de subjectieve belevingswereld van de klant zijn methodologische triangulatie en een scala aan zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoekstechnieken ingezet. Voor het identificeren en analyseren van mogelijk verschillende profielen van huishoudelijke klanten is de Q-methodologie gebruikt, een onderzoeksmethode die kwalitatieve en kwantitatieve onderzoekstechnieken in zich verenigt en bij uitstek geschikt is om nuance en complexiteit van subjectieve onderwerpen te onderzoeken. Met een grote online kwantitatieve vragenlijst is vervolgens geanalyseerd hoe

representatief de gevonden perspectieven zijn in het Vitens verzorgingsgebied. Bovendien is met de willingness-to-pay methodiek in kaart gebracht welke relatieve betalingsbereidheid klanten hebben voor verschillende verbeteringen of veranderingen. Naast de 30+ interviews met huishoudelijke klanten binnen de Q-methodologie zijn bovendien tien semi-gestructureerde interviews gehouden met zakelijke en kwetsbare klanten.

Resultaten: inzicht in beleving en betalingsbereidheid van huishoudelijke, zakelijke en kwetsbare klanten

Met de Q-methodologie zijn de verschillende perspectieven van de huishoudelijke klant tastbaar gemaakt en gevangen binnen vier verschillende profielen, die statistisch significant van elkaar te onderscheiden zijn:

- (1) egalitair & solidair, ofwel het 'zij' perspectief;
- (2) bewust & betrokken, ofwel het 'wij' perspectief;
- (3) egocentrisch & kwaliteitsgericht, ofwel het 'ik' perspectief; en
- (4) nuchter & vol vertrouwen, ofwel het 'jullie' perspectief.

Analyse van een breed uitgezette survey leert dat de klanten van Vitens de grootste aansluiting vinden bij de profielen 'wij', 'zij', en in iets mindere mate bij 'jullie'. Het kleinste deel van de klanten van Vitens pas het best bij profiel 'ik'.

Betalingsbereidheid huishoudelijke klanten

Onderzoek naar de willingness-to-pay laat zien dat een meerderheid van de klanten van Vitens een gelijkblijvende of zelfs stijgende kosten met een betere kwaliteit van kraanwater en dienstverlening prefereert boven een lichte of grote afname van de kosten bij gelijkblijvende of afnemende kwaliteit van kraanwater en dienstverlening. Voor eventuele toekomstige veranderingen zijn de respondenten het meest bereid een kostenstijging te accepteren voor een zo natuurlijk mogelijke inrichting van waterwingebieden, het verbeteren van de drinkwatervoorziening in ontwikkelingslanden en het stimuleren van waterhergebruik. De betalingsbereidheid voor de aspecten minder kalk in het kraanwater, de productie van kraanwater met 100% duurzame energie en een betere kwaliteit kraanwater is significant hoger dan de betalingsbereidheid voor een hogere druk uit de

leidingen en minder storingen in de kraanwaterlevering.

Wensen en verbeterpunten (groot)zakelijke klanten

(Groot)zakelijke klanten zijn over het algemeen zeer tevreden over Vitens en de instelling en professionaliteit van de Vitens relatiemanagers. De wensen en verbeterpunten van (groot)zakelijke klanten gaan met name over afname van het kalkgehalte en – geheel in lijn met een belangrijke conclusie uit het huishoudelijke segment - meer duurzaam geproduceerd water. Anders dan de meeste huishoudelijke klanten zijn zakelijke klanten echter veel minder bereid extra te betalen voor deze door hen gewenste vergroening. Betalen willen zij vooral voor verbeteringen die hen uiteindelijk ook geld kunnen besparen, zoals minder kalk in het water.

Verbeteringen voor kwetsbare klanten

Voor kwetsbare klanten zijn mogelijk verbeteringen te realiseren in de informatievoorziening en de infrastructuur rondom het melden van veranderingen of verstoringen in de drinkwaterlevering, bijvoorbeeld naar thuisdialysepatiënten.

Implementatie: handvatten voor de Lange Termijn Visie en de assetmanagementproces infrastructuur

Dit onderzoek biedt Vitens handvatten om zijn nieuwe Lange Termijn Visie (LTV) mede vorm te geven, zoals de duidelijke definiëring van vier profielen huishoudelijke klanten, een verhelderd beeld van de belevingswereld van de zakelijke en kwetsbare klanten, inclusief hun wensen, behoeften en betalingsbereidheid. Bovendien kunnen deze nieuwe inzichten richting geven aan een (toekomstige) inrichting van de infrastructuur van het assetmanagementproces waardoor de klanttevredenheid kan toenemen.

Rapport

Dit onderzoek is beschreven in rapport *Van Klantbeleving tot Handelingsopties: fase 2* (BTO-2016.006). Dit rapport bouwt voort op - en is voorafgegaan door - het rapport *Van Klantbeleving tot Handelingsopties: fase 1* (BTO 2015.036) met daarin de resultaten van een inventarisatie en integratie van de klantbeleving met betrekking tot Vitens infrastructuur, benaderd vanuit zowel het perspectief van de klant als het perspectief van het drinkwaterbedrijf.

Inhoud

Inhoud	1
1 Introductie	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Voortbouwen op kennis	3
2 Klantperspectieven huishoudelijke klant	5
2.1 Inleiding	5
2.2 Q-methodologie	5
2.3 Vier profielen	10
2.4 Representativiteit perspectieven in het Vitens verzorgingsgebied	20
2.5 Conclusie	25
3 Willingness to pay huishoudelijke klant	27
3.1 Inleiding	27
3.2 De mening van de klant	28
3.3 Betalingsbereidheid	32
3.4 Conclusie	40
4 Klantperspectieven zakelijke klant	42
4.1 Inleiding	42
4.2 Groot- en middelgrootzakelijke klant	42
4.3 Kleinzakelijke klant	55
4.4 Kwetsbare klant	58
4.5 Conclusies	60
5 Handelingsopties	61
5.1 Van klantbeleving tot handelingsopties	61
5.2 Robuuste oplossingen	64
6 Conclusies	65
Bijlage I Q stellingen	67
Bijlage II Correlatiematrix	69
Bijlage III Factormatrix	70
Bijlage IV Q-sortering per factor	71
Bijlage V Algemene inzichten Q-sortering	73
Bijlage VI Q-sortering per profiel	75
Bijlage VII Aanvullende zorgen	78

Bijlage VIII Vragenlijst zakelijke klant	81
Bijlage IX Handelingsopties	84
Bijlage X Legenda grafische weergave perspectieven	90

1 Introductie

1.1 Aanleiding

‘Customer excellence’ staat hoog in het vaandel in de Vitens strategie. De klant centraal stellen ziet Vitens als haar verantwoordelijkheid als publieke organisatie: excellent drinkwater produceren, tegemoet komen aan wensen en behoeftes van klanten. Concrete plannen om hier in de toekomst nog meer handen en voeten aan te geven worden volop ontwikkeld binnen onder meer de afdelingen Netbeheer & Leveren en Klant & Facturatie, afdelingen die een directe lijn met de klant hebben (respectievelijk m.b.t. storingen en facturatie). In het licht van de ontwikkeling van een nieuwe Lange Termijn Visie (LTV), en met als doel om het thema customer excellence ook tastbaar te maken voor Vitens assetmanagement processen is in nauwe samenwerking tussen Vitens (Assetmanagement en Business Development) en het wetenschappelijk onderzoeksinstituut KWR in het najaar van 2014 een Speerpuntonderzoek (SPO) voorstel ontwikkeld. De eerste opbrengst van dit onderzoek is in het voorjaar van 2015 opgeleverd (BTO 2015.036). Het voorliggende rapport is de tweede en tevens laatste opbrengt binnen het project, en bouwt voort op de resultaten en inzichten uit het eerste deel. Doel van het gehele onderzoeksproject is het verkennen van manieren waarop Vitens zo goed mogelijk kan aansluiten op de subjectieve belevingswereld van de klant. Hiertoe zijn onder meer verschillende klantgroepen in kaart gebracht. Dit project beoogt daarmee handvatten aan te reiken met betrekking tot de inrichting van de infrastructuur om het assetmanagement proces zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij de wensen en behoeften van de klant, waarbij een brede definitie van “infrastructuur” wordt gehanteerd, d.w.z. omvattende zowel het ontwerp, de bouw, het beheer en het onderhoud van Vitens infrastructuur van bron tot tap.

1.2 Voortbouwen op kennis

Het SPO voorstel is opgebouwd uit verschillende stappen en opeenvolgende onderzoeksfases. De eerste fase, waarvan de resultaten reeds zijn gerapporteerd in BTO 2015.036, had onder meer tot doel te komen tot een inventarisatie en integratie van de klantbeleving met betrekking tot Vitens infrastructuur, benaderd vanuit zowel het perspectief van de klant als het perspectief van het drinkwaterbedrijf. Hiertoe is allereerst de reeds bestaande wetenschappelijke en bedrijfsspecifieke kennis in kaart gebracht, is gesproken met diverse klant- en assetmanagement experts binnen Vitens, en is middels een focusgroep met 22 klanten uit het Vitens voorzieningsgebied een eerste verkenning gemaakt van de beleving van burgers m.b.t. drinkwater en de drinkwatervoorziening.

Leeswijzer

Deze brede theoretische en empirische inventarisatie heeft in belangrijke mate “voeding” en input gegeven voor respectievelijk de tweede en derde fase van het SPO onderzoek, waarover voorliggend rapport handelt. Zo zijn uit de eerste fase, met name de focusgroep met burgers, een reeks van thema’s en daaruit volgend tientallen stellingen gedestilleerd, waarmee in fase twee, waar de Q-methodologie het hart van vormde, uitvoerig is gewerkt. Doel van het gebruik van de Q-methodologie binnen deze studie was het identificeren van verschillende klantperspectieven. Hoofdstuk 2 beschrijft de achtergrond van deze methode, alsook de resultaten van het gebruik hiervan; vier perspectieven, uniek en volledig gebaseerd op de subjectieve belevingswereld rondom kraanwater. In de laatste sectie van Hoofdstuk 2 wordt bovendien in kaart gebracht hoe representatief de perspectieven zijn voor de klanten in het

Vitens verzorgingsgebied, alsmede gerapporteerd wat de (demografische) achtergrond van de klanten binnen de verschillende profielen is.

De resultaten van de Q methode zijn in het onderzoeksproces vervolgens als input gebruikt binnen een expertsessie waarin door experts van zowel Vitens als KWR is nagedacht over concrete handelingsopties binnen het assetmanagement proces, passend bij de vier gevonden perspectieven. De uitkomsten van deze sessie, in dit rapport weergegeven in Hoofdstuk 5, zijn vervolgens weer meegenomen in de derde fase van dit onderzoek. In deze fase is toegewerkt naar onder meer de kwantificering van perspectieven en een inventarisatie van de (relatieve) betalingsbereidheid van klanten voor, onder meer, de in fase 2 geïdentificeerde handelingsopties doormiddel van de willingness-to-pay methodiek binnen een uitgebreide online kwantitatieve vragenlijst. Hoofdstuk 3 presenteert de resultaten van deze vragenlijst en de willingness-to-pay, waarbij bovendien een koppeling wordt gemaakt met de vier profielen.

Parallel - en nauw afgestemd met de studie naar de belevingswereld, de wensen en de behoeften van de huishoudelijke klant - is in dit onderzoek, middels een reeks interviews en wederom de inzet van een online vragenlijst, ook een verkenning gemaakt naar de wensen en behoeften van de zakelijke klanten van Vitens. Hierbij is zeer breed gekeken, van de allergrootste klanten met een verbruik van meer dan 10.000 m³ tot en met de kapper op de hoek. Hoofdstuk 4 bevat de inzichten uit deze zakelijke verkenning.

Dit rapport wordt afgesloten met de inzichten uit de reeds genoemde expertsessie in Hoofdstuk 5 en een serie overkoepelende conclusies in Hoofdstuk 6.

2 Klantperspectieven huishoudelijke klant

2.1 Inleiding

In lijn met het streven naar 'customer excellence' is een belangrijk doel het Vitens assetmanagement proces, van bron tot watermeter, zo in te richten dat het optimaal aansluit bij wensen en behoeften van de klanten. Die wensen en behoeften zijn onderdeel van wat we in deze studie noemen de 'perspectieven' van klant: het geheel van overtuigingen, waarden en vooronderstellingen van een individu die gezamenlijk de 'bril' vormen waardoor men kijkt en de wereld om zich heen beleeft en beoordeelt. Verschillende huishoudelijke klanten hebben – zoals uit de eerste fase van dit onderzoek is gebleken – verschillende perspectieven op drinkwater, onder meer afhankelijk van kennis, ervaringen en gedragspraktijken.

Om de inrichting van het assetmanagement proces optimaal aan te laten sluiten bij de beleving van de klant is het daarom erg waardevol om te achterhalen welke verschillende perspectieven op zowel de huidige kraanwatervoorziening als (wanneer het gaat over het assetmanagement proces minstens zo belangrijk) de toekomstige drinkwatervoorziening bestaan. Het belangrijkste doel van fase twee van dit onderzoek was derhalve dan ook het systematisch in kaart brengen van verschillende klantperspectieven m.b.t. aspecten die gerelateerd zijn aan de huidige en mogelijk toekomstige inrichting van het assetmanagement proces. In de zoektocht naar, en analyse van, mogelijk verschillende profielen van huishoudelijke klanten op basis van wensen en behoeften m.b.t. de kraanwatervoorziening is in deze studie gebruikt gemaakt van de Q-methodologie. De achtergrond en uitkomsten van deze exercitie worden uitvoerig gerapporteerd in de paragrafen 2.2-2.4. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk (2.5) worden, vooruitlopend op een uitgebreide rapportage in Hoofdstuk 3, enkele resultaten gepresenteerd van de derde fase van dit onderzoek, met in het hart een kwantitatieve survey, waarmee de in fase 2 verkregen resultaten zijn gekwantificeerd, en onder meer is nagegaan hoe representatief de gevonden perspectieven zijn in het Vitens verzorgingsgebied.

2.2 Q-methodologie

In de zoektocht naar en analyse van mogelijk verschillende profielen van huishoudelijke klanten op basis van wensen en behoeften m.b.t. de kraanwatervoorziening is in deze studie gebruikt gemaakt van de Q-methodologie. De Q-methodologie is een relatief onbekende onderzoeksmethode die de mogelijkheid biedt om de nuance en complexiteit van subjectieve onderwerpen te onderzoeken en typologieën van verschillende meningen en houdingen te construeren. Hierdoor is deze methode met name geschikt in onderzoek naar opvattingen, belevingen en interpersoonlijke relaties. Belangrijk kenmerk van de Q-methodologie is dat het kwalitatieve en kwantitatieve onderzoekstechnieken in zich verenigt, en daarmee diepgaande inzichten verschaft in heersende perspectieven (kwalitatieve aspect) die statistisch significant van elkaar te onderscheiden zijn (kwantitatieve aspect). Hiermee wijkt deze methode niet enkel af van onderzoek ingestoken vanuit ofwel kwalitatieve of kwantitatieve methoden, maar is ook anders dan kwalitatief onderzoek naast, of in combinatie met, kwantitatief onderzoek.

In de woorden van Brown (1980), een bekende politicoloog die voortbouwend op het werk van Stephenson (1935) de praktijk van de Q-methodologie in belangrijke mate heeft verfijnd, gaat het in dit soort onderzoek om *“the representation of different points of view about the topic of study”*. Het doel in een Q-studie is, met andere woorden, het achterhalen van verschillende gedachtepatronen en niet de prevalentie daarvan in een grote populatie. Het gaat dus niet om het aantal deelnemers, niet om de generaliseerbaarheid naar een bredere populatie, en niet om te achterhalen wat een bepaalde groep gemiddeld ergens van vindt. Waar het wel over gaat is inhoudelijke generaliseerbaarheid en om het zoeken naar verschillende perspectieven op de kraanwatervoorziening.

Belangrijk kenmerk van de Q-methodologie is dat respondenten gevraagd wordt om een set van stellingen betreffende het onderwerp van studie te rangschikken aan de hand van individuele voorkeur, meestal, en zo ook in deze studie, van stellingen waar men het minst tot het meest mee eens is. Tegelijkertijd wordt aan de respondenten gevraagd hun persoonlijke rangordening toe te lichten. Typisch voor Q-methodologie is dat niet de stellingen op zich beschouwd worden als variabelen, maar de respondenten, of nog preciezer de sorteringen van de respondenten. Deze sorteringen zijn namelijk representatief voor de zienswijze op het onderwerp van de respondenten. Middels statistische analyses worden vervolgens correlaties tussen de sorteringen van respondenten uitgerekend, in plaats van correlaties tussen individuele stellingen. Het resultaat bestaat daardoor uit verschillende categorieën van respondenten die er ongeveer hetzelfde perspectief op na houden als het gaat om de kraanwatervoorziening. De statistische gegevens en kwalitatieve toelichtingen worden gebruikt voor het beschrijven en omvormen van de gevonden factoren tot bijvoorbeeld typologieën, discoursen, frames, of in het geval van deze studie, profielen. In de nu volgende paragrafen worden al deze doorlopen Q-methodologische stappen, van het formuleren van de stellingen tot uiteindelijk de vertaling van de factoren naar profielen, kort beschreven.

2.2.1 Het formuleren van de stellingen

Een van de eerste stappen in dit onderzoek was een brede verkenning van de belevingswereld van burgers m.b.t. de drinkwatervoorziening. Hierbij zijn de belangrijkste thema's en de reikwijdte van wensen en behoeften m.b.t. drinkwater achterhaald, onder meer via een focusgroep met burgers (hierover is uitgebreid gerapporteerd in BTO/KWR 2015.036). Vervolgens zijn rond de belangrijkste thema's die naar voren zijn gekomen tijdens de focusgroep en die raken aan de Vitens infrastructuur stellingen geformuleerd die de waaier aan bijbehorende wensen en behoeften maximaal weerspiegelen, niet zelden door letterlijke uitspraken van focusgroepeelnemers te herschrijven. Na afstemming en waarborging door de Vitens-projectgroep zijn uiteindelijk 47 stellingen geformuleerd. Als extra waarborg voor de kwaliteit, helderheid en compleetheid van de stellingen zijn vervolgens een aantal testrondes georganiseerd met een negental Vitens medewerkers.¹ Op basis van deze testrondes zijn nog een aantal (formuleringen van) stellingen aangepast. Een overzicht van de uiteindelijke Q-stellingen is te vinden in Bijlage I.

2.2.2 Selectie respondenten

Binnen de Q-methode is een aantal van 30 tot 40 een gangbare hoeveelheid respondenten om de diversiteit in perspectieven te achterhalen, mits de respondenten goed zijn geselecteerd en de diversiteit binnen de groep onder studie goed is vertegenwoordigd (Watts

¹ Belangrijke nevendoelen van de testrondes waren i) het van creëren van betrokkenheid en kennis over het onderzoek binnen de organisatie Vitens, en ii) het stroomlijnen van het Q-protocol voor de onderzoekers.

& Stenner, 2012).² In deze studie komt een goede selectie hierbij aldus neer op de betrokkenheid van deelnemers die de diversiteit van perspectieven op de kraanwatervoorziening in Nederland, en dus het Vitens-verzorgingsgebied, maximaal representeren. Om tot deze brede afspiegeling te komen is allereerst een lijst opgesteld van verschillende dimensies waarop we zochten – inclusief lifestyle, politieke voorkeur, opleidingsniveau, geslacht, woonomstandigheden, en leeftijd – met daarbij altijd oog voor maximale diversiteit. Vervolgens is een selectie gemaakt van een aantal personen binnen de eigen sociale kringen die combinaties van deze dimensies vertegenwoordigen. Door gebruik te maken van de sneeuwbalmethode is deze eerste selectie net zo lang aangevuld totdat de inschatting werd gemaakt dat we de diversiteit in voldoende mate hadden kunnen ‘vangen’. In het totaal hebben we 33 respondenten geselecteerd waarbij uiteindelijk 32 respondenten bereid waren mee te werken aan een interview en het maken van de Q-sortering.³

2.2.3 Verloop – Interviews en sorteringen

De interviews en de begeleiding van de sorteringen zijn door drie onderzoekers uitgevoerd, bijna altijd in de veiligheid en vertrouwde van de thuis- of een enkele keer werkomgeving. Dit geschiedt volgens een vast protocol bestaand uit vier stappen: 1) introductie, 2) ruwe sortering, 3) gedetailleerde sortering, 4) reflectie. Alle sorteringen zijn (fotografisch) vastgelegd, alle interviews zijn opgenomen en per stelling uitgewerkt.

Verloop in detail

In de eerste plaats werd het doel en de procedure van het onderzoek toegelicht, en toestemming gevraagd om het gesprek op te nemen. Vervolgens werd de respondent gevraagd de 47 stellingen voor zichzelf door te lezen en in drie stapels te sorteren: ‘ja, wel mee eens’, ‘nee, niet mee eens’ en ‘weet ik niet/maakt me niet uit’. Dit nam gemiddeld tussen de 5 en 15 minuten in beslag. Na voltooiing van deze stap werden de respondenten gevraagd om de stapels één voor één verder uit te sorteren conform wat genoemd wordt een ‘forced distribution’, ofwel een geforceerde distributie, op een schaal van -4 (minst mee eens) tot +4 (meest mee eens), weergegeven in Tabel 1.

Positie	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4
Aantal stellingen	2	4	6	7	9	7	6	4	2

TABEL 1 Q-SORTERINGSSCHEMA

In het maken van de sortering werd altijd gestart met de stellingen die de respondent als ‘mee eens’ ofwel ‘niet mee eens’ had bestempeld, in de volgorde afhankelijk van de voorkeur van de respondent. De laatste te sorteren stapel stellingen was altijd de ‘weet ik niet/maakt me niet uit’ stapel. Bij de sortering van de stellingen werden de respondenten altijd gestimuleerd hardop na te denken en zijn of haar keuze toe te lichten, zodat de motivatie ten grondslag aan de sortering immer helder werd. Hoewel het uiteindelijke schema aan de start van de exercitie altijd werd toegelicht, werd gevraagd in deze fase hier nog niet nadrukkelijk rekening mee te houden, en puur op gevoel de kaartjes te sorteren. Pas wanneer alle kaartjes met stellingen een plek hebben gekregen werd de respondent gevraagd verder te prioriteren, en de stellingen zodanig neer te leggen dat de aantallen voldoen aan de voorgeschreven aantallen per kolom, waarbij van buiten (zeer mee (on)eens) naar binnen (neutraal) wordt gewerkt. In de praktijk kwam dit er meestal op neer dat de

² Watts, S. & P. Stenner (2012). *Doing Q Methodological Research: Theory, Method and Interpretation*. CA: Sage Publications.

³ Als blijk van waardering hebben alle respondenten een VVV-bon ter waarde van €30 ontvangen.

respondent één of meerdere kaartjes per +/-4 kolom naar de +/-3 kolom moest doorschuiven, waarna één of meerdere kaartjes uit de +/-3 kolom naar de +/-2 kolom moesten doorschuiven, ect.



FIGURE 1 WEERGAVE VAN DE Q-SORTS VAN ZES VERSCHILLENDE DEELNEMERS

Zodra alle kaartjes een plek hebben en de omgekeerde piramide is gevormd, werd de respondent gevraagd om te reflecteren op het door hem/haar gelegde patroon; welke thema's bevinden zich aan de uiteinden, en waarom is dat? Daarnaast werd hen in deze laatste stap nogmaals de mogelijkheid gegeven om desgewenst stellingen van positie te wisselen om het eigen perspectief nog beter weer te geven. Helemaal aan het einde werd de respondent gevraagd middels de plaatsing van een rode en groene pijl aan te geven hoe breed voor hen werkelijk de neutrale kolom was, en dus aan te geven vanaf waar in de sortering men het echt oneens resp. eens was met de stellingen.

2.2.4 Analyse

De statistische analyse die onderdeel is van de Q-methodologie is tot op zekere hoogte weinig afwijkend dan dat gebruikelijk in traditionele analyses op één cruciaal onderdeel na. Waar traditionele of gebruikelijke statistische analyses zoeken naar correlaties tussen variabelen als eigenschappen, gaat het bij de Q-methodologie om de correlaties tussen de sorteringen van individuen. Met andere woorden, de variabelen die beschouwd worden zijn de deelnemers aan de Q-sortering, en dus niet de losse Q stellingen. Het gaat dus om de correlatie tussen personen en de analyse van hoe hun perspectieven op elkaar lijken en wat de inhoud ervan is.

Ten behoeve van het maken van deze analyse zijn allereerst alle 32 sorteringen in de PQMethod software ingevoerd, waarna een zogenaamde 'centroïde' factoranalyse is uitgevoerd om de correlatie tussen de sorteringen te bepalen.⁴ Om de gedeelde perspectieven te achterhalen is in de eerste plaats de mate waarin de verschillende sorteringen overeenkomsten vertonen berekend middels een correlatiematrix (welke is weergegeven in Bijlage II).

⁴ De PQMethod is een gratis beschikbaar softwarepakket voor statistische analyses ontwikkeld door Peter Schmolck.

Door de correlatiematrix vervolgens te onderwerpen aan een factoranalyse (met dus de individuen als 'variabelen') zijn het aantal gedeelde factoren ofwel perspectieven geëxtraheerd dat significant van elkaar onderscheiden kan worden in deze studie.⁵ Concreet betekent dat dat in deze stap het aantal categorieën van mensen die er ongeveer dezelfde kraanwater 'viewpoints' op na houden wordt vastgesteld. Deze studie laat zien dat van de 7 factoren die de PQMethod maximaal uitrekt 4 significante factoren - ofwel perspectieven op de drinkwatervoorziening - kunnen worden geëxtraheerd.

De volgende stap is het roteren van de factoren. Om de betekenis van deze stap zo goed mogelijk toe te lichten kunnen de vier factoren worden voorgesteld als vier assen die de (in dit geval 4-dimensionale) ruimte van perspectieven doorkruisen, waarin de perspectieven van de respondenten kunnen worden ingetekend op basis van hun 'score' op ieder van de assen. Om de factoren elk een zo onafhankelijk mogelijk 'profiel' te laten representeren is het van belang om de assen zodanig door de ruimte te roteren dat ze zo goed mogelijk door de 'wolken' of 'groepjes' sorteringen van respondenten lopen. De assen worden dus op zo'n manier door de ruimte gedraaid dat de afstand tussen de positie van de respondenten en de positie van de assen zo klein mogelijk wordt gehouden. Het resultaat van zo'n rotatie zijn vier factoren die vier verschillende verhaallijnen/profielen representeren welke ieder een aantal van de respondenten in mindere of meerdere mate representeren. Omdat alle respondenten even 'belangrijk' waren en we geen reden hadden om aan te nemen dat bepaalde sorteringen meer representatief of 'waar' zouden zijn dan anderen (dit wilden we juist onderzoeken) is besloten om gebruik te maken van de automatische Varimax rotatie module die door PQMethod wordt geboden. Deze module kiest zelf de beste configuratie van de 4 assen. De factormatrix in Bijlage III geeft het resultaat van deze exercitie weer, waarbij duidelijk is dat deze 4 factoren samen ruim 51% van de variatie verklaren. Dat betekent dat het aanhouden van deze factoren dus meer dan de helft van de diversiteit tussen de perspectieven van de verschillende personen verklaart. Dat is een hoog getal, gezien de enorme diversiteit tussen persoonlijke achtergronden en dagelijkse variatie tussen 'hoe de pet staat van mensen'. De factoren zijn dus een goede basis voor het verklaren van en betekenisgeven aan de verschillende 'profielen'.

2.2.5 Van factoren naar profielen

De laatste stap in de analyse is het betekenis geven aan deze factoren en ze te vertalen naar de gewenste profielen. Hiertoe is een visualisatie gemaakt van de 'gemiddelde' sortering per factor, in de eerste plaats door te berekenen wat voor iedere stelling de positie zou zijn wanneer een ideaaltypische vertegenwoordiger per factor zijn of haar Q-sortering zou maken (de uitkomsten van deze berekening zijn weergegeven in Bijlage IV). Vervolgens is, wederom gebruikmakend van de PQMethod, berekend wat de meest karakteristieke/onderscheidende stellingen zijn per profiel, alsmede waar de grootste verschillen tussen de verschillende profielen zitten. Ter illustratie van deze stap is in Figuur 2-1 de sortering van de ideaaltypische typische representant binnen het 'Bewust en Betrokken' profiel opgenomen (in Bijlage VI zijn de ideaaltypische sorteringen van alle vier de profielen weergegeven). Door het analyseren van het patroon van stellingen in de 'gemiddelde' sortering, en de samenhang daartussen te bekijken, en door daarna de motivatie van de personen die door

⁵ Het aantal 'perspectieven' is bepaald aan de hand van meerdere testen (Watts & Stenner, 2012): i) door na te gaan of de factorladingen groter zijn dan 0,38, ii) door de vuistregel toe te passen dat de eigenwaarde van de factor > 1 is, iii) door te zorgen dat de door de factoren verklaarde variantie > 45 is, en iv) door te controleren of het product van de twee (absoluut) hoogste waarden binnen de factor groter is dan twee keer de standard error.

deze factor worden gerepresenteerd (van hoge correlatie tot lage correlatie) te bestuderen is tot slotte een holistische vertaling gemaakt van factoren naar profielen.⁶

Bewust & Betrokken						
-4	-3	-2	...	+2	+3	+4
37. De waterkwaliteit (kleur, geur, smaak) mag van mij wel ietsje minder (nog wel veilig) als het dan goedkoper kan	15. Ook in extreem warme/droge periodes wil ik altijd zo veel water kunnen gebruiken als ik wil, zonder opgeleide beperkingen van mijn drinkwaterbedrijf	30. Mocht het vanuit een publiek gezondheidsperspectief goed zijn om extra stoffen (zoals bijv. vitamines of fluor) aan het kraanwater toe te voegen, vind ik dat een goed idee		45. Ik vind dat kraanwater in de openbare ruimte gratis aangeboden moet worden (op straat, pleinen, strand, stations, festivals...)	32. Ik vind de kwaliteit van mijn kraanwater véél belangrijker dan de kosten, de kosten mogen best wat omhoog als dat de kwaliteit ten goede komt	9. Ik vind dat er een tweede leidingnetwerk zou moeten komen voor gerecycled water (bijv. voor toilet doorspoelen, tuin sproeien etc.)
2. Ik denk dat we in Nederland de komende 25 jaar niet zuinig met water om hoven te gaan	29. Ik vind dat kraanwater een vast bedrag per persoon zou moeten kosten (i.p.v. naar verbruiksvolume)	1. Ik voorzie geen toekomstige problemen in de kraanwatervoorziening		21. Ik zou meer inzicht willen hebben in mijn waterverbruik, bijvoorbeeld d.m.v. een slimme meter	28. Ik vind dat de prijs van kraanwater omhoog zou moeten gaan naarmate men meer water verbruikt	31. Ik vind het belangrijk dat mijn drinkwaterbedrijf op een duurzame manier opereert, zelfs als daardoor de prijs van water iets zou stijgen
	13. Thuis water besparen heeft volgens mij alleen zin als iedereen het doet	33. Ik vind het belangrijk dat de kosten van de kraanwatervoorziening zo laag mogelijk worden gehouden, ook als dat betekent dat ik soms iets meer last heb van storingen of lage waterdruk		27. Ik vind het een goed idee als water een piek- en daltarief zou krijgen, net als elektriciteit	36. Ik zou 'groen'/milieuvriendelijk kraanwater willen afdemen	
	19. Ik vind het een vervelend idee als mijn drinkwaterbedrijf inzicht krijgt in mijn persoonlijk waterverbruik (wanneer, waarvoor, hoeveel)	10. Ik vind het een prettig idee als mijn kraanwater gerecycled afvalwater is		14. Zuinig omgaan met water moet centraal worden georganiseerd, bijvoorbeeld vanuit het drinkwaterbedrijf of de overheid	41. Naar mijn mening mogen gebieden waar drinkwater wordt gewonnen niet worden gebruikt voor industrie, stedenbouw of landbouw	
		44. Ik zou mijn vertrouwen in mijn kraanwater verliezen als mijn drinkwaterbedrijf geprivatiseerd zou worden		8. Ik vind het belangrijk om thuis mijn eigen afval- en/of regenwater makkelijk te kunnen hergebruiken		Legenda: • Cel in groen: typerende stellingen voor dit profiel (posities van deze stellingen verschillen significant met de posities van deze stellingen in de andere profielen) • Tekst in groen: stellingen die gemiddeld het hoogst (meest mee eens) gelegd zijn • Tekst in rood: stellingen die gemiddeld het en laagst (minst mee eens) gelegd zijn
		7. Ik vrees dat door vergaande automatisering van de kraanwatervoorziening het aantal storingen fors zal toenemen		20. Ik wil dat mijn waterbedrijf open en real-time inzicht geeft in de kwaliteit van mijn kraanwater		

FIGUUR 2-1: IDEEAALTYPISCHE SORTERING VAN DE 'BEWUST EN BETROKKEN' REPRESENTANT, WAARBIJ TEN BATE VAN DE OVERZICHTELIJKHEID DE 'NEUTRALE' KOLOMMEN (-1; 0; +1) ZIJN WEGGELATEN. IN BIJLAGE VI ZIJN OOK DE IDEEAALTYPISCHE SORTERINGEN VOOR DE OVERIGE DRIE PROFIELEN WEERGEGEVEN.

2.3 Vier profielen

In de volgende vier secties worden de vier profielen geschetst, waarbij gebruik gemaakt is van zowel de kwalitatieve interviewdata als de sortering die geogst zijn binnen de Q-methodologie.

⁶ Hoewel je bij toepassing van de Q-methodologie vooral tracht de diversiteit van belevingswerelden te vangen, en dus niet op zoek bent naar consensus, is het toch interessant te kijken welke stellingen nu gemiddeld het hoogste dan wel laagste "scoren" in de sorteringen van alle deelnemers. De resultaten van deze exercitie zijn weergegeven in Bijlage V.

Factor 1

2.3.1 Bewust & Betrokken: het 'wij' perspectief

Deze groep bestaat uit idealistische burgers met een groot vertrouwen in de mensheid en in 'groene' technologie. Het zijn mensen die geloven in de kracht van het collectief waar ieder individu de verantwoordelijkheid heeft zijn of haar bijdrage aan te leveren. Duurzaam handelen staat ontzettend hoog in het vaandel, met oog voor mens en natuur, op een zodanige manier dat we gezamenlijk naar een houdbaar systeem toewerken, door bijvoorbeeld afvalwater te recyclen, zo min mogelijk energie te gebruiken in de productie van water en zo zuinig mogelijk te zijn in het gebruik van water. Door meer bewustwording en inzicht op dit gebied in de hele maatschappij zullen mensen steeds meer de juiste beslissingen gaan maken om hun 'voetafdruk' op onze aarde zo laag beperkt mogelijk te houden; een betere wereld begint immers bij jezelf.

Rissa: Zeker in deze tijd waarin we te maken hebben met global warming en alle zorgen moet ieder bedrijf aan duurzaamheid denken, en een waterbedrijf al helemaal. We kunnen ons niet meer veroorloven om niet bewust om te gaan met dit soort dingen. (...) Dat verwacht ik ook [van mijn drinkwaterbedrijf] (...) dat zij denken aan gezondheid, maar ook milieuvriendelijkheid. Niet alleen mens, maar ook milieu en duurzaamheid.

Naar een duurzame wereld

De duurzaamheidsidealen van mensen binnen deze groep gaan samen met een

Merel S: ["groen" water?] Dat zou ik heel graag willen, ik heb bijvoorbeeld ook Greenchoice, en dan kies ik heel expliciet voor stroom waarvan ik weet dat het van hernieuwbare energiebronnen komt. Hier zou ik dat kiezen voor kraanwater waarvan ik weet bijvoorbeeld dat het gerecycled afvalwater is, of van een wingebed dat heel erg goed beheerd wordt of van een natuurlijke zuivering (...) wat ook nog een mooi natuurgebied is, dat ik daar ook nog lekker doorheen kan fietsen.. Ja, heel lekker!

optimistische kijk en het gevoel dat er nog veel mogelijkheden zijn om de drinkwatervoorziening te verbeteren. Men is zich bewust van grondstoffenschaarste, maar heeft er ook vertrouwen in dat we als maatschappij gezamenlijk met oplossingen kunnen komen om met toekomstige uitdagingen op dat gebied om te kunnen gaan. Daarvoor is het nodig dat we bewust handelen,

en dat het drinkwaterbedrijf op een duurzame manier opereert en water op een 'groene' en milieuvriendelijke manier produceert. Zelfs als dat betekent dat kraanwater duurder wordt, maar zonder in te boeten op de huidige kwaliteit van de watervoorziening. Een duurzaamheidsideaal ligt ook hier weer aan de basis van deze opvatting. Een afname van de kwaliteit zou, zo is het idee, resulteren in een toenemende vraag naar flessenwater, en hiermee meer druk op het milieu.

Sam: De kwaliteit die we nu hebben vind ik wel belangrijk om te behouden (...) anders gaan mensen flesjes drinken.

Rissa: [water hergebruik?] Dat zou ik fantastisch vinden (...) Sommige mensen vinden het vies, al vind ik dat heel gek (...) Hoeveel zouden we wel niet kunnen besparen door dat te doen?

Sam: [water hergebruik?] ik denk dat dit super veel water kan besparen, want we hoeven het toch allemaal niet te drinken? Dat daar dan hele goede kwaliteit [water] voor gebruikt wordt is eigenlijk echt bizar (...) als dat kan veranderen zou het echt een enorme vooruitgang zijn.

Eén van de oplossingsrichtingen is het hergebruiken van water. Mensen binnen deze groep vinden het een zeer aantrekkelijk idee dat regen- en afvalwater wordt hergebruikt voor allerlei doeleinden, inclusief consumptie. Een tweede leidingnetwerk zou door deze groep wat dat betreft fantastisch gevonden worden (alhoewel men tegelijkertijd inziet dat het nog maar de vraag is of

het aanleggen daarvan rendabel is). Ook vindt men het belangrijk om thuis een steentje bij te dragen en eigen afval- of regenwater gemakkelijk te kunnen hergebruiken. Hierbij is van groot belang dat de waterkwaliteit er niet minder op wordt, maar mensen binnen deze groep hebben enorm veel vertrouwen in waterzuiveringstechnologieën.

Daarnaast is het voor deze groep belangrijk om altijd zuinig om te gaan met water. Ieder individu heeft hierin een eigen verantwoordelijkheid, maar ook het centraal organiseren van besparing zou worden verwelkomd. Zo wordt het als logisch gezien dat drinkwaterbedrijven verzoeken om minder water te

Rieke: [Ook in extreem warme/droge periodes onbeperkt water kunnen gebruiken?] Nou, dat wil ik helemaal niet. Ik vind dit zó belachelijk. Op die momenten moeten we gewoon een beetje inleveren.

Merel S: Ik denk dat we altijd zuinig met water om moeten gaan (...) waterzuivering kost volgens mij heel veel energie, dus hoe minder water je gebruikt hoe minder energie er in die hele waterzuivering hoeft te gaan.

gebruiken in perioden van droogte, en ziet men een progressief tariefstelsel of een verhoogd piektarief als bruikbare incentives om ook anderen zuiniger met

water om te laten gaan. Alle kleine beetje's helpen, ook een stopknop op openbare tappunten; het wordt als belangrijk gezien dat kraanwater in de openbare ruimte beschikbaar is, maar daarbij moet wel heel duidelijk worden dat het niet 'oneindig' is.

Inzicht leidt tot bewustzijn en positief gedrag

Deze groep is ervan overtuigd dat mensen de juiste beslissingen zullen maken met het oog op duurzaamheid als zij maar toegang hebben tot de juiste informatie. Informatie en inzicht

Merel S: [slimme meter?] Dat zou ik heel graag willen! Ik zou het leuk vinden om te kijken wat bijvoorbeeld de burens verbruiken en dan kijken wie het meeste waterzuinig is (...) of gewoon voor mezelf, dat ik weet hoeveel water de douche en wc verbruiken. Het lijkt me ook heel leuk als je dan verhalen kan lezen van hoe zij het dan hebben ingericht, die zuinigere mensen, met welke kranen je het beste kan doen, ik zou dat heel leuk vinden, dat ik dat lekker op mijn telefoon zou kunnen doen, ja!

leiden tot bewustwording rond de uitdagingen waar we voor staan en tot beter gedrag (bijvoorbeeld m.b.t. zuinigheid en hergebruik). Men vindt het daarom een goed idee dat het waterbedrijf open en real-time inzicht geeft in de kwaliteit van het kraanwater. Ook geeft deze groep aan meer inzicht te willen hebben in het eigen waterverbruik, en zo mogelijk ook in het waterverbruik van anderen, zodat zij hun eigen gedrag verder kunnen verbeteren en weten bij wie ze te rade kunnen gaan voor tips over een meer duurzame omgang met water in en om het huis.

Daarnaast is beter inzicht in het waterverbruik waardevol omdat drinkwaterbedrijven de eigen operatie dan efficiënter af kunnen stellen (waardoor weer energie bespaard kan worden) en tips kunnen geven om thuis duurzamer met water om te gaan.

Rieke: Als er open en duidelijk inzicht is kun je weten wanneer je je zorgen moet maken en zelf in moet grijpen - dit is dus een randvoorwaarde voor zelf verbeteren.

FIGUUR 2-2 HET 'WIJ' PERSPECTIEF GRAFISCH WEERGEGEVEN⁷

FIGUUR 2-3 HET 'IK' PERSPECTIEF GRAFISCH WEERGEGEVEN

⁷ De grafische weergave van de vier profielen zijn een product van het communicatieadviesbureau Elba-Rec gevestigd te Amersfoort. In Bijlage X is de bijbehorende legenda opgenomen.

2.3.2 Egocentrisch & kwaliteitsgericht: het 'ik' perspectief

Factor 4

Deze groep burgers redeneert vooral vanuit de eigen wensen en behoeften. Als het over de kraanwatervoorziening gaat staat de eigen gezondheid ontzettend hoog in het vaandel. Men maakt zich dan ook zorgen over of de kwaliteit in de toekomst wel gewaarborgd kan worden. De waterkwaliteit moet voor deze groep centraal staan en daar moet in geïnvesteerd worden, maar aan allerlei 'extra' producten en diensten waar zij persoonlijk niet direct baat bij hebben besteden ze liever geen geld. Intuïtief weet deze groep dat het belangrijk is om zuinig met water om te gaan, maar in de dagelijkse praktijk zijn individuele wensen en behoeften vaak meer bepalend voor het gedrag.

Suzanne: Wat je ziet is dat ik gezondheid heel erg belangrijk vind. Dan gaat het me meer om mijn eigen gezondheid dan het milieu in het algemeen

Bezorgd over de waterkwaliteit en effect op gezondheid

Men voorziet toekomstige problemen in de kraanwatervoorziening, vooral daar waar het de

Wil: Fenomenologie gaat er vanuit dat water veel meer is dan dat je onder een microscoop kunt zien (...) Geen fluor in het water! Toen ze daar vroeger mee bezig waren, deed ik mee met het protest daartegen. Niets in het drinkwater wat er niet in hoort. Nee dat vind ik verschrikkelijk. (...) Niks trouwens waarvan ze denken dat het gezond is.

Frans: Hier maak ik me echt zorgen over, drugs en medicijnresten.

Lidwien: Dat er vaak medicijnresten in water blijven zitten, dat vind ik heel griezelig.

Wil: Wat die boeren allemaal doen! Ik heb het gezien, al die kannen vergif die ze niet mochten gebruiken maar het wel deden. Daarom ben ook steeds kritischer geworden. Dan moet je ongelooflijk veel zuiveren de hele tijd, en dan wordt voor mijn gevoel het water steeds doder, dan blijft er niets van levenskracht over.

kwaliteit van kraanwater betreft. Men is zich zeer bewust van de gevaren van drugs- en medicijnresten in het water en heeft een diepe zorg als het gaat om de effecten daarvan op de eigen gezondheid. Het is uiterst belangrijk dat er geen enkel risico wordt genomen als het gaat om stoffen die in de toekomst wellicht schadelijk blijken voor de gezondheid, en het is een afschuwelijk idee als er stoffen die niet van nature in water voorkomen aan het kraanwater zouden worden toegevoegd. 'Gezond' betekent voor deze groep dan ook 'zo natuurlijk mogelijk'. In het verlengde hiervan vinden mensen binnen deze groep het geen aantrekkelijk idee dat kraanwater gerecycled water zou zijn – of in de toekomst zal worden – en ziet men ook liever niet dat drinkwater wordt gewonnen op locaties waar industrie, landbouw of stedenbouw overheerst.

Suzanne: Ik wil graag zo natuurlijk mogelijk [water]. Ik heb de wens zo natuurlijk mogelijk te eten en te drinken, zo min mogelijk kunstmatig beïnvloed. Ik ben er van overtuigd dat dat gezonder is, beter voor de mens.

Deze groep vindt de kwaliteit (gezondheid, maar ook kleur, geur, smaak) van hun kraanwater véél belangrijker dan de kosten. Het is geen probleem als de kosten iets zouden stijgen, als dat nodig is om de huidige kwaliteit te behouden, en men is zelfs bereid om iets meer te betalen voor een nog betere kwaliteit water. De levering van geïtaliseerd water vindt men dan ook een aantrekkelijk idee. Besparen op de kraanwaterkwaliteit is voor deze groep absoluut taboe.

Lettend op de centjes

Alhoewel mensen binnen deze groep best graag wat meer betalen voor een betere waterkwaliteit, houden zij verder de hand op de knip. Zo is men niet bereid om te investeren in het verminderen van het aantal storingen of onderbrekingen, in een verbeterde informatievoorziening, of in het beter afstemmen van werkzaamheden in de straat. Ook is men niet geïnteresseerd in het ondersteunen van bredere maatschappelijke activiteiten van waterbedrijven of in het aanschaffen van producten die meer inzicht

Han: [water een vast bedrag per persoon?] Dat vind ik gewoon belachelijk (...) de één doet heel zuinig, de ander laat z'n bad tien keer vollopen en daar kunnen wij dan voor betalen, slecht idee.

Wil: Als er gifstoffen in de kraanwater zitten is dat echt niet goed, die moeten eruit (...) negatieve effecten voor de gezondheid dat komt pas over 20 jaar tevoorschijn.

Han: Giftige stoffen, ja... nee, toch link hè, mensen worden misschien immuun voor bepaalde dingen dat het uiteindelijk toch je lichaam aantast; gewoon geen risico's nemen!

geven in waterverbruik (zoals een slimme meter) of die de duurzaamheid thuis bevorderen; dat brengt alleen maar extra onnodige

kosten met zich mee. Daarnaast wenst men absoluut niet te betalen voor het (buitensporige) waterverbruik van de buurman, en is men dus fel tegen een tariefstructuur waarbij kraanwater een vast bedrag per persoon zou kosten – dat zou oneerlijk zijn.

Gericht op persoonlijke wensen en behoeften

Intuïtief heeft deze groep het gevoel dat het belangrijk is om zuinig om te gaan met water,

Suzanne: Ik heb het idee dat er wel een tekort is, dus dat we zuinig om moeten gaan (...) [maar] ik kan het wel lekker vinden om best lang te douchen, en daar kan ik me dan ook wel schuldig over voelen. Ook de kindjes gaan iedere dag in bad. Ik ben me er wel van bewust dat dat heel luxe is, maar ik permitteer me dat wel.

maar in de dagelijkse praktijk komen voorkeuren en gedrag met betrekking tot de watervoorziening bij deze groep burgers vooral tot stand vanuit persoonlijke wensen en behoeften. Betrokken worden bij – en invloed hebben op – het beleid van het drinkwaterbedrijf is zeker niet iets dat tot deze wensen en behoeften behoort. Ieder heeft zijn eigen taak en men verwacht van het drinkwaterbedrijf dat zij hun eigen taak – in dienst van de maatschappij – naar behoren uitvoeren.

Frans: [wilt u betrokken worden?] Nee helemaal niet, ieder heeft zijn eigen taak.

2.3.3 Egalitair & Solidair: het 'zij' perspectief

Factor 3

Centraal voor deze groep burgers staat gelijkheid en zorg voor de ander. Kraanwater is als basisbehoefte en mensenrecht van een zodanig groot belang in het dagelijks leven, dat het voor iedereen in gelijke mate toegankelijk moet zijn. Het is volgens deze groep van groot belang om een nutsvoorziening als kraanwater publiek te blijven organiseren, omdat dat de enige manier is om solidair te zijn met de financieel minderbedeelden in ons eigen land, met minderontwikkelde landen en met toekomstige generaties.

Solidariteit met de financieel minder draagkrachtigen

Privatisering van de drinkwaterbedrijven is de grootste nachtmerrie van deze groep burgers.

Het feit dat ons drinkwater in Nederland als een publieke service is georganiseerd, is een ontzettend groot goed. Eventuele privatisering zal leiden tot minder kwaliteit tegen hogere kosten en daarmee wordt een goede betrouwbare watervoorziening minder toegankelijk voor de minder draagkrachtigen onder ons. In het verlengde hiervan is het afsluiten van mensen die de waterrekening niet (kunnen) betalen absoluut ontoelaatbaar; toegang tot veilig kraanwater is een

Lodewijk: Dat vind ik erg in strijd met de gedachte van solidariteit. Dat rijke mensen beter/ander water krijgen dan armere.

Merel B: Ik denk dat als het [de drinkwatervoorziening] niet meer in publieke, of wellicht nationale handen is, dit niet alleen heel gevaarlijk is voor de kwaliteit van drinkwater, maar zeker ook de toegankelijkheid (...) In heel veel landen in Latijns Amerika is water geprivatiseerd waardoor heel veel mensen geen toegang meer hebben tot water. Mensen moesten veel meer gaan betalen voor water (...). Het lijkt me echt iets van de ergste dingen die zou kunnen gebeuren.

mensenrecht en moet dus voor iedereen beschikbaar zijn in gelijke mate en van gelijke kwaliteit, liefst ook gratis in de openbare ruimte. Men geeft dan ook de

voorkeur aan iets goedkoper water dat voor iedereen betaalbaar is, ook als dat betekent dat er iets vaker sprake zal zijn van een storing of lage waterdruk. Echter, op de kwaliteit mag liever niet (merkbaar) worden ingeleverd. Mensen die denken vanuit het Egalitair & Solidair profiel ervaren het uitblijven van storingen of het altijd hebben van een hoge waterdruk dan ook veel meer dan de andere perspectieven als een luxe. De kwaliteit van water is dat niet, dat is voor iedereen een basis.

Edith: Nee, want dan krijg je weer die scheiding tussen arm en rijk.

Merel B: Ik vind juist het mooie dat op dit moment kraanwater voor iedereen toegankelijk is, en dat iedereen dezelfde kwaliteit heeft. Ik vind dat we dat moeten behouden, dat er geen verschillen gaan ontstaan.

Men ziet liever geen ontwikkelingen die het verschil tussen arm en rijk in de maatschappij kunnen vergroten. Het leveren van extra service tegen extra betaling is als het gaat om de watervoorziening dan ook taboe voor deze groep; het mag niet zo zijn dat rijke mensen dankzij een grotere bestedingsruimte toegang krijgen tot betere kwaliteit kraanwater.

Ook een progressief tariefstelsel op basis van waterverbruik (hogere kosten per volume

naarmate meer water wordt verbruikt) vindt men geen goed idee. Hoewel men inziet dat hierdoor mogelijk water bespaard zou kunnen worden, een ontwikkeling die men zou toejuichen, ziet men zo een stelsel niet zitten omdat hierdoor de toegang tot water voor bijvoorbeeld grote gezinnen of hulpbehoevende ouderen met een klein inkomen

Pierre: Oudere mensen hebben misschien meer water nodig, of mensen met een hernia die in bad moeten.

in gevaar kan brengen. Een progressief stelsel, waarbij de kosten van kraanwater bepaald worden op basis van inkomen is een idee wat vanuit het egalitair & solidair perspectief wel als een serieuze optie wordt beschouwd.

Solidariteit met de rest van de wereld

De sociale betrokkenheid van deze groep burgers houdt niet op bij de landsgrenzen; men is er in principe van overtuigd dat de toegang tot grondstoffen als water wereldwijd eerlijk verdeeld zou moeten zijn. Het vinden van de beste plek om water te winnen mag dus niet worden belemmerd door landsgrenzen, op voorwaarde dat het zodanig wordt georganiseerd dat de situatie in ontwikkelingslanden zal verbeteren. De watersector heeft hier dus een bredere maatschappelijke taak dan enkel het verzorgen van schoon en betrouwbaar kraanwater in Nederland.

Merel S: ik vind wel dat iedereen op de wereld recht heeft op schoon drinkwater.

Solidariteit met toekomstige generaties

Ook maakt deze groep zich zorgen over of er wel voldoende water beschikbaar zal zijn voor toekomstige generaties. Het is daarom belangrijk om zuinig om te gaan met water – zeker in warme en droge periodes – en om de watervoorziening op een duurzame manier te organiseren, met oog voor natuur en milieu. Men zou graag ‘groen’/milieuvriendelijk geproduceerd kraanwater afnemen en ziet een noodzaak tot het centraal recycleren van afvalwater (met name voor secundaire gebruiksdoeleinden, liever niet als drinkwater) in verband met het verwachte watertekort in de toekomst.



FIGUUR 2-4 HET 'ZIJ' PERSPECTIEF GRAFISCH WEERGEGEVEN

Factor 2

2.3.4 Nuchter & Vol vertrouwen: het 'jullie' perspectief

Burgers in deze groep zijn gesteld op hun gemak, houden niet van gedoe en willen vooral graag ontzorgd worden als het gaat om de drinkwatervoorziening. Zij zijn van mening dat drinkwaterbedrijven zich vooral bij hun kerntaak moeten houden: zorgen voor voldoende, gezond water van hoge kwaliteit op een zo efficiënt mogelijke manier, binnen de 'normale' grenzen. Er hoeft eigenlijk niets te veranderen. Men heeft vertrouwen in het waterbedrijf en heeft weinig zorgen als het gaat om de watervoorziening in de toekomst; dankzij technologische vooruitgang kunnen eventuele water-gerelateerde problemen worden opgelost.

Focus op de kerntaak

Voor deze groep is vooral van belang dat drinkwaterbedrijven hun focus houden op de kerntaak: zorgen dat er op ieder moment voldoende

Ben: Nou, ik hoef geen producten te kopen, ze moeten zich gewoon bezig houden met hun kerntaak.

water van goede kwaliteit uit de kraan komt. 'Van goede kwaliteit' betekent dat het zo natuurlijk mogelijk moet zijn – wellicht met wat toevoegingen die nodig zijn voor de zuivering – en dat er absoluut geen risico wordt genomen als het gaat om stoffen die mogelijk negatieve effecten zullen hebben op de gezondheid. Water hergebruik vindt men dan ook geen prettig idee. De kwaliteit van kraanwater mag zeker niet minder worden – en het is al goedkoop, dus hierop besparen is ook helemaal niet nodig. Mocht het zo zijn dat de kwaliteit verder verbeterd kan worden tegen een kleine meerprijs vindt men dat een goed idee. In de basis moet schoon kraanwater verder altijd voor

Maarten: Ik maak me helemaal geen zorgen.

iedereen toegankelijk zijn, alhoewel het ook niet meer dan normaal is dat iedereen daar naar verbruik een financiële bijdrage aan levert. In principe hoeft er dus niets te veranderen. Deze groep gaat in zeker hoogte mee in actuele maatschappelijke trends, zoals

Ewout: [extra communicatie over winning en distributie?] Dit is dan wat er achter de schermen gebeurt, dat maakt me niet zo veel uit.

Ben: Ik wil gewoon goed water voor mezelf, ik heb niet zo veel met het milieu en duurzaam.

'duurzaam ondernemen', maar ziet dit meer als bijzaken voor drinkwaterbedrijven, waar optioneel rekening mee gehouden kan worden en niet te veel geld aan besteed moet worden. Allerlei extra diensten, van producten voor een duurzaam huishouden tot geïtaliseerd water, worden dan ook bestempeld als niet nodig, 'onzin' en 'flauwekul'.

Geen problemen dankzij technologische vooruitgang

Mensen in deze groep zien geen toekomstige problemen in de kraanwatervoorziening. Zij hebben zodanig veel vertrouwen in de technologische vooruitgang en de kennis en kunde van de drinkwaterbedrijven dat eventuele uitdagingen met betrekking tot de waterkwaliteit of -kwantiteit volgens hen goed opgelost kunnen worden zodra dat nodig is.

Janneke: Ik maak me geen zorgen (...) Ik denk dat het met nieuwe technieken misschien alleen nog maar beter gaat worden.

Indien dat wat extra kosten met zich mee zal brengen is dat geen probleem. Die technologie maakt het bijvoorbeeld ook mogelijk om real-time inzicht te ontwikkelen in de waterkwaliteit; meer transparantie op dat gebied zal voor drinkwaterbedrijven een aanmoediging zijn om de aandacht te vestigen op dat wat belangrijk is: of de kwaliteit gewaarborgd is.

Ontzorgd worden: gemak en geen gedoe

Mensen die denken vanuit het nuchter & vol vertrouwen profiel hebben een ontzettend groot vertrouwen in het drinkwaterbedrijf en willen graag ontzorgd worden. Zo willen mensen in deze groep bijvoorbeeld ook het liefst altijd zo veel water gebruiken als zij willen, zonder opgelegde beperkingen vanuit het drinkwaterbedrijf (ook in tijden van warmte/droogte, alhoewel men beseft dat dit een

Han: [Ook in extreem warme/droge periodes onbeperkt water kunnen gebruiken?] Heel hebbertig hoor ben ik. Ja, dat wil ik gewoon, heel erg belangrijk. Juist 's zomers heb je veel water nodig, voor de tuin, lekker het bad in.

Lisette: [wilt u betrokken worden?] Nee hoor, niet boeiend. Ik ga er van uit dat ze zich aan de regels houden; ik hoef daar geen energie in te steken, liever niet. Zij hebben ervoor gestudeerd, dus zij moeten het weten, ik niet.

luxe is). Betrokkenheid vanuit de maatschappij is hierbij ongewenst, enerzijds vanwege het gebrek aan kennis op dit gebied (drinkwaterbedrijven weten wat ze doen en wat goed voor ons is), anderzijds vanwege persoonlijke desinteresse om zich hiermee te bemoeien.

Burgers binnen deze groep houden

Ben: Ik wil gewoon dat ik water kan tappen, dat het wegl loopt en dat het allemaal goed wordt geregeld.

van gemak en hebben liever geen gedoe. Zij zouden geen zin hebben in het vergelijken van verschillende wateraanbieders als de mogelijkheid tot wisselen aanwezig was, en vinden het een goed idee om drinkwater in de openbare ruimte beschikbaar te maken zodat zij probleemloos water kunnen tappen zodra ze daar behoefte aan hebben. Initiatieven in en om het huis (zoals het hergebruiken van regenwater) vindt deze groep onaantrekkelijk vanwege het gedoe dat daarbij komt kijken.



FIGUUR 2-5 HET 'JULLIE' PERSPECTIEF GRAFISCH WEERGEGEVEN

2.4 Representativiteit perspectieven in het Vitens verzorgingsgebied

2.4.1 Introductie

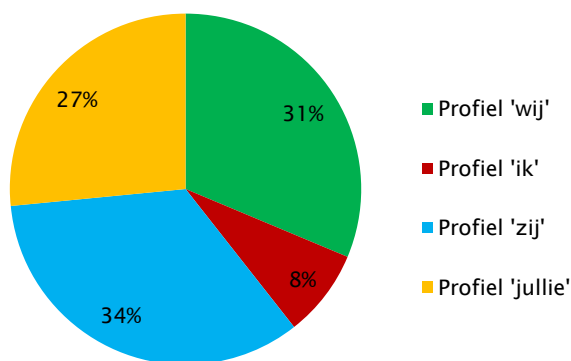
Het voorkomen van de vier profielen onder de klanten binnen het verzorgingsgebied van Vitens is nader ingevuld met behulp van een enquête, waarvan de achtergrond verder is gedetailleerd in het volgende hoofdstuk. In de enquête konden de >1000 respondenten onder meer aangeven welke van de vier profielbeschrijving de eigen beleving van kraanwater het beste weergeeft.

De verdeling van de klanten over de vier profielen is getoetst met de Chi-kwadraat toets (χ^2). De toets gaat na of de waargenomen verdeling afwijkt van een gelijke verdeling (in kwarten). Tevens is met de Chi-kwadraat toets (χ^2) getoetst of de profielen ten opzichte van elkaar significant in grootte verschillen.

Vervolgens is nader bekeken of de klanten binnen de profielen verschillend kunnen worden getypeerd. Met de Chi-kwadraat toets (χ^2) is gekeken of de klanten binnen de profielen typerende eigenschappen bezitten, oftewel of de klanten binnen de profielen significant verschillende eigenschappen hebben vergeleken met de gemiddelde eigenschappen van alle respondenten. Eigenschappen worden pas als typerend geïdentificeerd als de verdeling significant afwijkt van de gemiddelde verdeling wanneer de kans op toeval klein is binnen deze steekproef ($p < 0.05$).

2.4.2 De perspectieven in het verzorgingsgebied

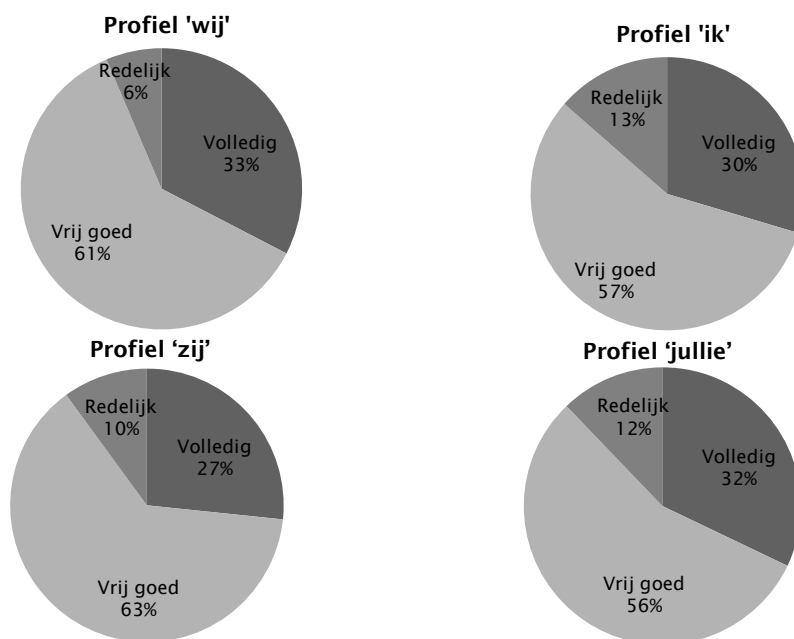
De respondenten konden in de enquête aangeven welke van de vier profielbeschrijvingen de eigen beleving van kraanwater het beste weergeeft (zie Figuur 2-1). De klanten van Vitens vinden significant de grootste aansluiting bij de profielen 'wij' en 'zij', meer dan 30% voor elk profiel. Onderling zijn deze twee groepen vrijwel gelijk verdeeld ($p > 0.05$, χ^2 -toets). Een kwart van de klanten vindt de meeste aansluiting bij profiel 'jullie'. Het kleinste deel van de klanten van Vitens vindt de meeste aansluiting bij profiel 'ik' ($p < 0.05$, χ^2 -toets).



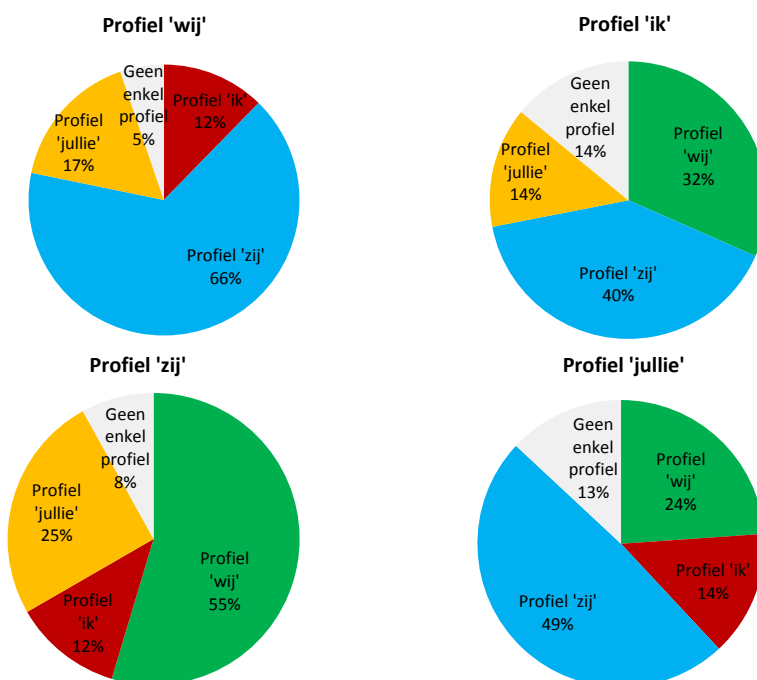
FIGUUR 2-6 DE VERDELING VAN HET AANTAL RESPONDENTEN OVER DE PROFIELEN.

Daarnaast hebben de respondenten aangegeven in hoeverre ze zich kunnen vinden in het profiel dat het beste aansluit bij de eigen beleving van kraanwater: volledig, vrij goed of redelijk (zie Figuur 2-2). De keuze voor vrij goed of redelijk betekent dat van alle profielen het gekozen profiel het meest in de buurt komt van de beleving. De verdeling tussen de respondenten die zich volledig, vrij goed en redelijk in het gekozen profiel konden vinden is constant tussen de profielen (respectievelijk 30%, 60% en 10%).

De respondenten die aangaven zich niet volledig in het gekozen profiel te kunnen vinden, konden een aanvullend profiel kiezen om de beleving van kraanwater zo goed mogelijk te omschrijven (Figuur 2-3). Het profiel 'zij' is het vaakst als aanvullend profiel opgegeven. Voor mensen met een eerste keuze voor profiel 'wij' geeft meer dan de helft het profiel 'zij' op als aanvullend profiel, en *visa versa*. Een dergelijk verband is er niet voor de profielen 'ik' en 'jullie': de klanten met een eerste keuze voor één van deze profielen gaven als aanvullend profiel het vaakst 'zij' op gevolgd door 'wij'.



FIGUUR 2-7 HERKENBAARHEID VAN DE PROFIELEN.



FIGUUR 2-8 TWEDE KEUZE VOOR EEN VAN DE PROFIELEN.

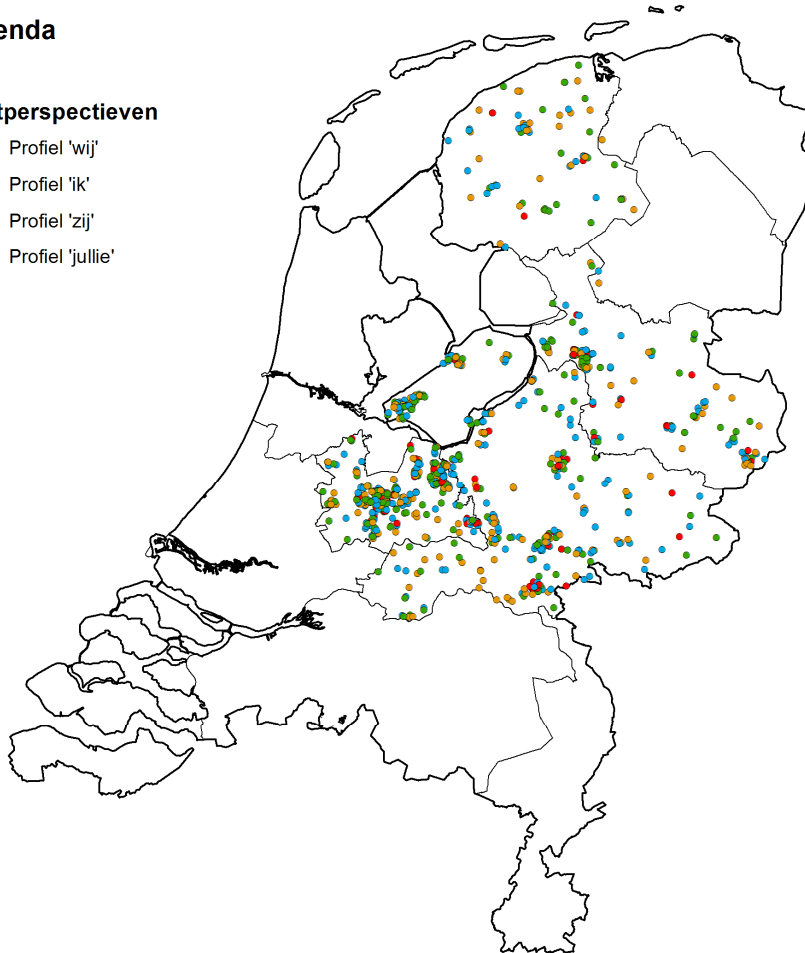
Aan de hand van de gegeven postcodes is de geografische verspreiding van de klantperspectieven bestudeerd. Figuur 2-4 laat echter zien dat er geen onderscheid valt te maken tussen het voorkomen van klantperspectieven in bepaalde delen van het Vitens verzorgingsgebied.

Van alle respondenten zijn de meeste respondenten afkomstig uit Utrecht (43%), gevolgd door Gelderland (25%) en Overijssel (16%) en het kleinste aantal respondenten is afkomstig uit Flevoland (9%) en Friesland (7%). De vijf provincies zijn gelijk verdeeld over de profielen, zie Figuur 2-5. Van alle respondenten woont 37% in een stad met meer dan 100.000 inwoners (Amersfoort, Utrecht, Almere, Arnhem, Apeldoorn, Nijmegen, Enschede en Ede). Klanten met een beleving volgens profiel 'wij' en 'ik' lijken vaker afkomstig te zijn uit de stad dan klanten met een beleving volgens profiel 'jullie', zie Figuur 2-6, deze verschillen zijn echter niet significant ($p > 0.05$, χ^2 -toets).

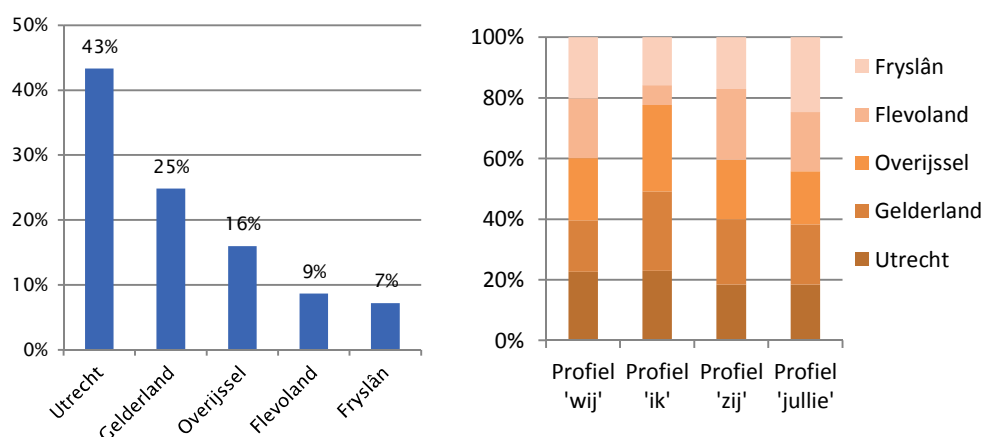
Legenda

Klantperspectieven

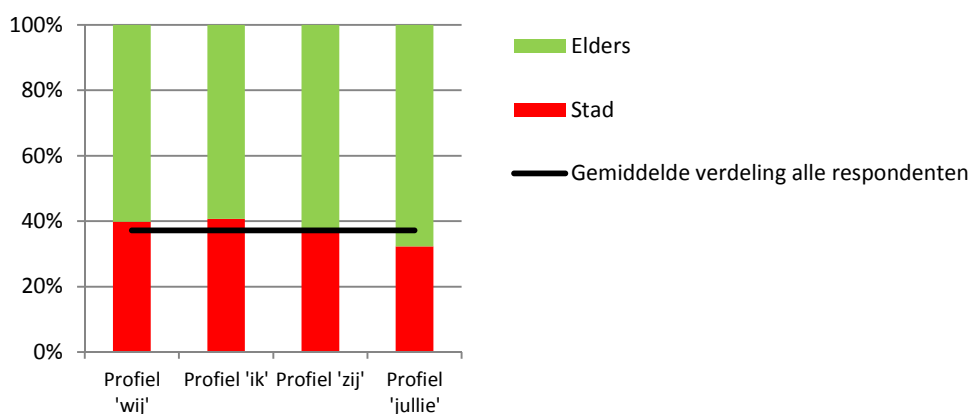
- Profiel 'wij'
- Profiel 'ik'
- Profiel 'zij'
- Profiel 'jullie'



FIGUUR 2-9 VERSPREIDING VAN DE PROFIELN BINNEN HET VERZORGINGSGEBIED VAN VITENS.



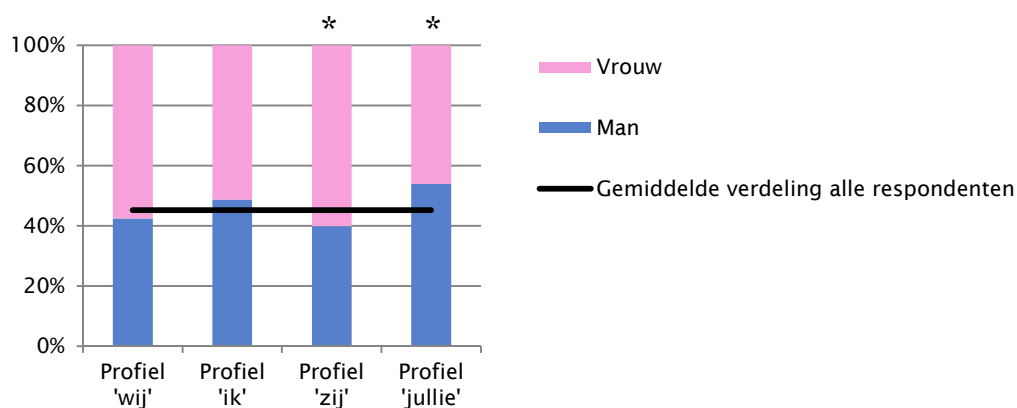
FIGUUR 2-10 VERDELING VAN HET AANTAL RESPONDENTEN OVER DE PROVINCIES EN HET VERSCHIL TUSSEN DE PROFIELEN.



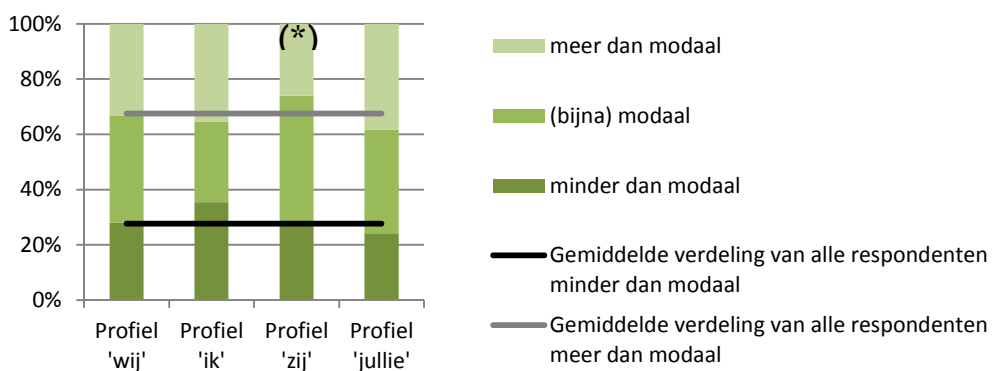
FIGUUR 2-11 VERDELING VAN HET AANTAL RESPONDENTEN WONEND IN EEN STAD (>100.000 INWONERS) OF ELDERS PER PROFIEL EN DE GEMIDDELDE VERDELING VOOR ALLE RESPONDENTEN.

2.4.3 Nadere inkleuring perspectieven

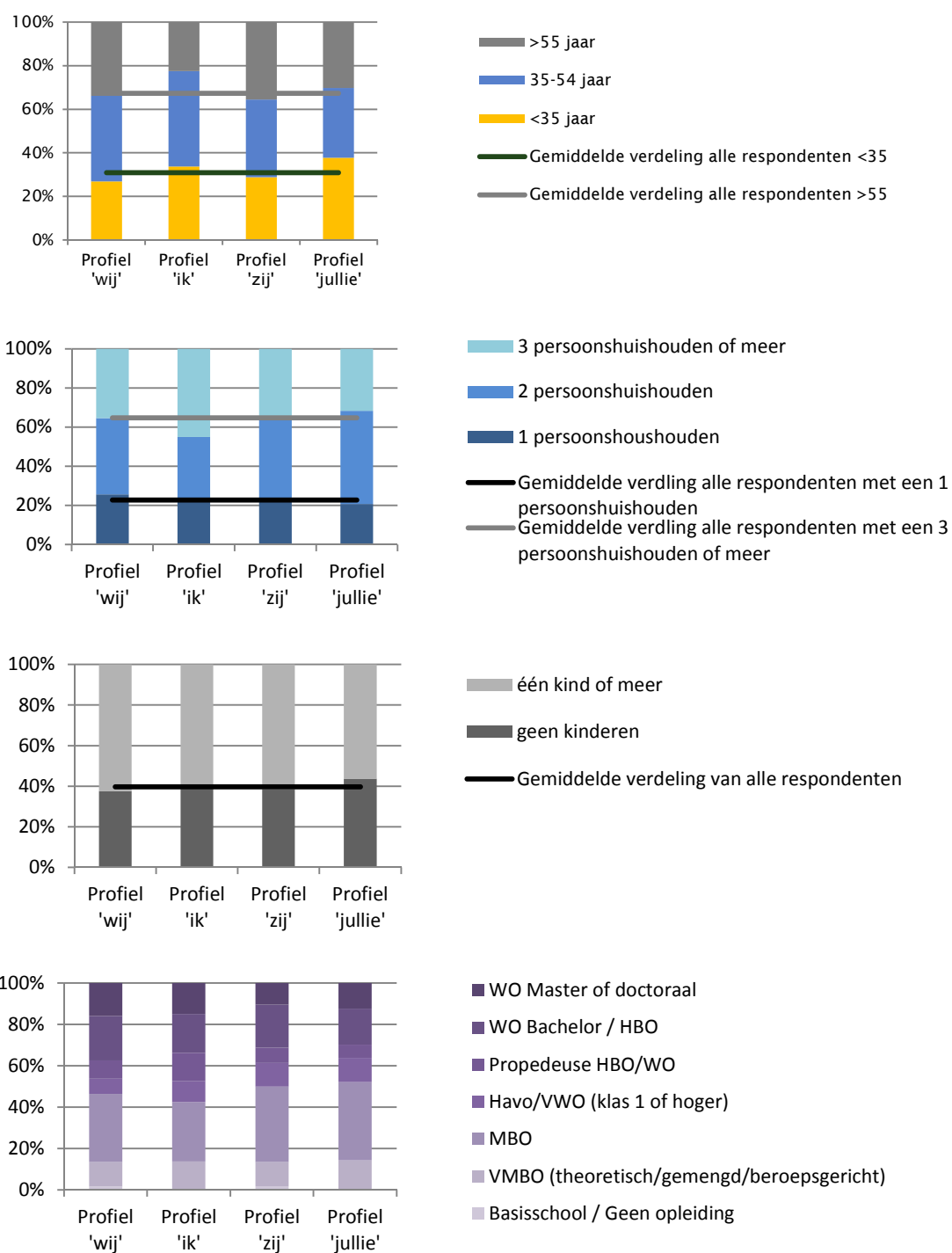
De klantperspectieven zijn nader getypeerd door aanvullende informatie over geslacht, leeftijd, opleiding en inkomen van de respondenten. Slechts het geslacht blijkt typerend voor de profielen te zijn. Significant meer vrouwen kunnen zich vinden in de beleving van profiel 'zij' ($p=0.05$) en significant meer mannen zich vinden in de beleving van profiel 'jullie' ($p<0.01$), zie Figuur 2-7. Voor de profielen 'wij' en 'ik' is het aantal mannen en vrouwen gelijk verdeeld. Daarnaast kunnen mensen met een hoog inkomen (meer dan modaal) zich minder goed vinden in profiel 'zij', maar dit is net niet significant ($p=0.06$), zie Figuur 2-8. De overige, niet-significant onderscheidende eigenschappen staan in Figuur 2-9.



FIGUUR 2-12 VERDELING VAN HET AANTAL MANNEN EN VROUWEN BINNEN DE PROFIELEN EN DE GEMIDDELTE VERDELING VAN ALLE RESPONDENTEN. DE PROFIELEN MET EEN SIGNIFICANT ANDERE MAN/VROUW-VERDELING T.O.V. DE VERDELING VAN ALLE RESPONDENTEN ZIJN AANGEGEVEN MET EEN *.



FIGUUR 2-13 VERDELING VAN DE INKOMENSGROEPEN BINNEN DE PROFIELEN EN DE GEMIDDELTE VERDELING VAN ALLE RESPONDENTEN. DE PROFIELEN MET EEN SIGNIFICANT ANDERE INKOMENSVERDELING T.O.V. DE VERDELING VAN ALLE RESPONDENTEN ZIJN AANGEGEVEN MET EEN (*).



FIGUUR 2-14 VERDELING VAN DE VERSCHILLENDE EIGENSCHAPPEN BINNEN DE PROFIELEN EN DE GEMIDDELTE VERDELING VAN ALLE RESPONDENTEN.

2.5 Conclusie

Middels de Q-methodologie zijn de verschillende klantperspectieven tastbaar gemaakt en gevangen binnen vier verschillende profielen: (1) egalitair & solidair, ofwel het 'zij' perspectief; (2) bewust & betrokken, ofwel het 'wij' perspectief; (3) egocentrisch &

kwaliteitsgericht, ofwel het 'ik' perspectief; en (4) nuchter & vol vertrouwen, ofwel het 'jullie' perspectief.

De klanten van Vitens vinden significant meer aansluiting voor de beleving van kraanwater bij de profielen 'wij' en 'zij' (meer dan 30% voor elk profiel). Onderling zijn deze twee groepen vrijwel gelijk verdeeld. Voor een kwart van de respondenten sluit profiel 'jullie' het beste aan bij de beleving van kraanwater. De klanten van Vitens vinden significant minder aansluiting bij profiel 'ik'.

De klantperspectieven konden niet worden getypeerd op basis van geografie, leeftijd, opleiding, grootte van het huishouden en het wel of niet hebben van kinderen. Slechts het geslacht is typerend voor de profielen. Significant meer vrouwen kunnen zich vinden in de beleving van profiel 'zij' en significant meer mannen kunnen zich vinden in de beleving van profiel 'jullie'. Voor de profielen 'wij' en 'ik' is het aantal mannen en vrouwen gelijk verdeeld. Daarnaast kunnen mensen met een hoog inkomen (meer dan modaal) zich minder goed vinden in profiel 'zij' (net niet significant).

3 Willingness to pay huishoudelijke klant

3.1 Inleiding

Waarbij in fase 2 door gebruik te maken van de Q-methodiek de subjectieve belevingswerelden van klanten systematisch in kaart zijn gebracht, is in fase 3 middels een grote online kwantitatieve vragenlijst onder meer een analyse gemaakt hoe representatief de gevonden perspectieven zijn in het Vitens verzorgingsgebied. Een minstens zo belangrijk doel van de survey, die met behulp van een professioneel selectiebureau breed is uitgezet onder een representatieve groep klanten binnen het verzorgingsgebied van Vitens, was het in kaart brengen van de relatieve betalingsbereidheid van klanten voor verschillende verbeteringen/veranderingen middels de willingness-to-pay methodiek. Het gaat hier nadrukkelijk om het in kaart brengen van de relatieve betalingsbereidheid, uit de literatuur is immers bekend dat de daadwerkelijke betalingsbereidheid van klanten in de praktijk kan afwijken en vaak minder is dan in dergelijke onderzoeken wordt aangegeven. Desalniettemin kan willingness-to-pay onderzoek van grote waarde zijn, in deze studie bijvoorbeeld doordat daarmee hele concrete informatie verkregen kan worden over welke type interventies in de infrastructuur hoezeer aansluiten bij de wensen en behoeften van klanten, in zijn totaliteit en uitgesplitst voor de verschillende perspectieven.

3.1.1 Van design tot analyse

Zoals kenmerkend voor deze studie is ook in het ontwerp van de enquêtevragen sterk gebouwd op de kennis en inzichten uit de voorgaande fases binnen het onderzoek, met name de resultaten van de Q-methodologie, alsmede bestaand onderzoek, met uiteraard een bijzondere aandacht voor reeds bestaande Vitens rapporten en methodieken. Zo zijn een aantal vragen over tevredenheid letterlijk overgenomen van vragenlijsten die Vitens vaker uitzet, zijn meerdere scenario's het resultaat van de expertsessie, en worden wensen en zorgen getoetst op basis van de inzichten van de Q-methode, alsmede de focusgroep. Behalve de voor vragenlijsten vaak gebruikte Likertschaal vragen, een aantal open vragen, en een aantal meerkeuzenvragen, werd de vragenlijst in deze studie gekenmerkt door een reeks willingness-to-pay vraagstukken, waarmee de relatieve betalingsbereidheid voor verschillende interventies in de drinkwaterinfrastructuur in kaart is gebracht. In zijn totaliteit omvatte de vragenlijst ongeveer 50 vragen, waarvan afhankelijke van de specifieke routing gemiddeld 40 vragen aan iedere respondent zijn voorgelegd. Voordat de vragenlijsten door een gespecialiseerd selectiebureau zijn uitgezet binnen een representatieve groep klanten binnen het Vitens voorzieningsgebied is de vragenlijst uitgebreid getest, aangescherpt en verbeterd door een vruchtbare coproductie tussen de KWR onderzoekers en de betrokken Vitens begeleidingsgroep.⁸ Om tot een representatieve afspiegeling te komen binnen het Vitens verzorgingsgebied hadden we tot doel 1000 ingevulde vragenlijsten, uiteindelijk (om tot een mooie verdeling man/vrouw te komen) hebben we in overleg met het selectiebureau de survey "open" laten staan totdat we 1031 ingevulde vragenlijsten retour hadden, dit was het geval binnen ongeveer 10 dagen. Voor we uiteindelijk zijn overgegaan tot analyse, zijn

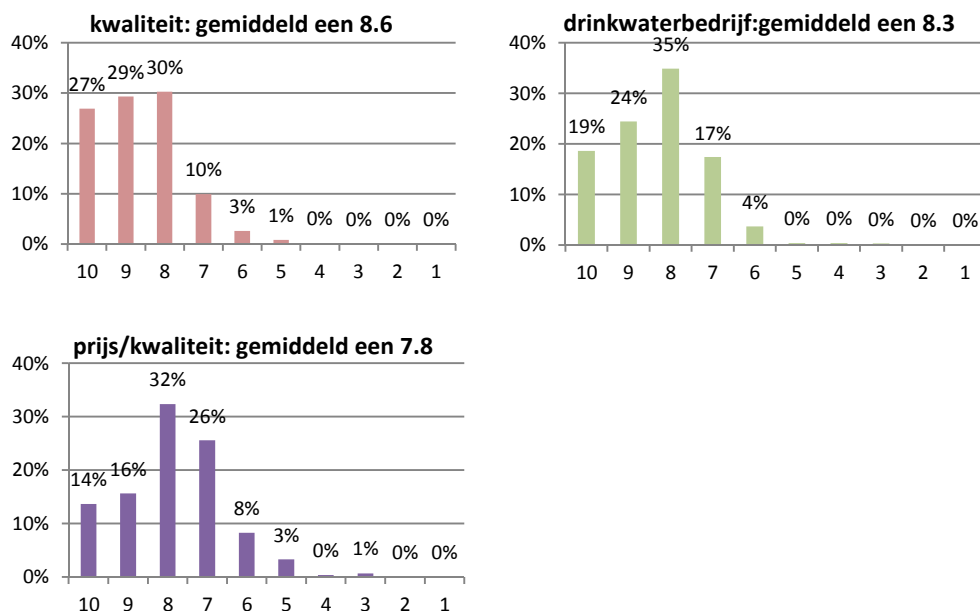
⁸ De gehele vragenlijst is met behulp van online survey software (FluidSurveys) online beschikbaar gemaakt. Behalve dat dit het voor het werven van respondenten zeer waardevol is, zijn belangrijke voordelen van het werken in een online omgeving onder meer dat afhankelijk van de gegeven antwoorden respondenten automatisch (en dus foutloos) een individuele "route" kunnen afleggen, dat antwoorden kunnen worden gerandomiseerd en dat de data eenvoudig te exporteren zijn in, voor deze studie, bijvoorbeeld een Excel sheet.

eerst de data “opgeschoond”. Zo vielen, afgaand op de ingevulde postcodes, twee respondenten buiten het verzorgingsgebied van Vitens (mogelijk te verklaren doordat zij recentelijk zijn verhuisd, en de nieuwe adresgegevens nog niet bekend waren bij het selectiebureau). De antwoorden van deze respondenten zijn in de analyse niet meegenomen. Voorts hebben we gekeken naar de invultijd van respondenten. Gemiddeld lag deze op 11 minuten. Respondenten met een invultijd onder de 3 minuten hebben we vanuit betrouwbaarheidsoverwegingen niet in de analyse meegenomen. Immers, met zo een snelle invultijd is het zeer onwaarschijnlijk dat respondenten de vragen goed hebben gelezen. Uit de analyse van de antwoorden op een aantal vragen bleken de antwoorden van de <3 minuten groep bovendien significant anders te zijn dan de antwoorden van de overige respondenten. In totaal zijn 1003 van de 1031 volledig ingevulde enquêtes meegenomen in het onderzoek. In het vervolg van dit hoofdstuk worden de resultaten van de analyse van de vragenlijst uitgebreid besproken.

3.2 De mening van de klant

3.2.1 Tevredenheid

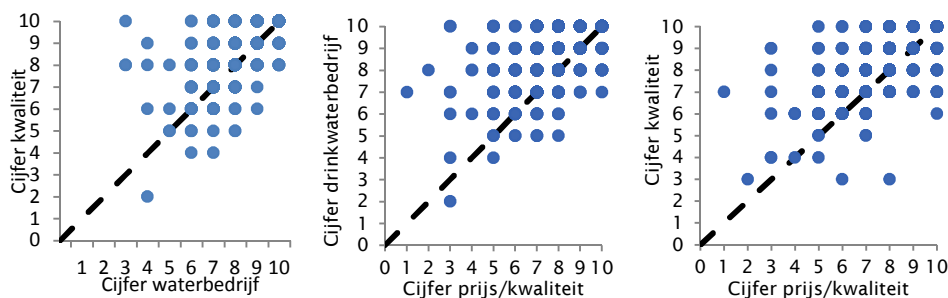
Op basis van de enquêteresultaten kunnen we concluderen dat de klanten van Vitens zeer tevreden zijn met de kwaliteit van het kraanwater, het drinkwaterbedrijf in het algemeen en de prijs/kwaliteitverhouding van het kraanwater (Figuur 3-1). De gemiddelde rapportcijfers zijn een 8.6 voor de kwaliteit, een 8.3 voor het drinkwaterbedrijf en een 7.8 voor de prijskwaliteitverhouding. Meer dan 87% van de respondenten geeft voor de kwaliteit van het kraanwater een dikke voldoende (het cijfer 8 of hoger) en 99% een voldoende (het cijfer 6 of hoger). Voor het drinkwaterbedrijf geeft 78% van de respondenten het drinkwaterbedrijf een dikke voldoende en tevens 99% een voldoende. Afgerond geeft 5% van de respondenten de prijs/kwaliteitverhouding een onvoldoende (het cijfer 5 of lager).



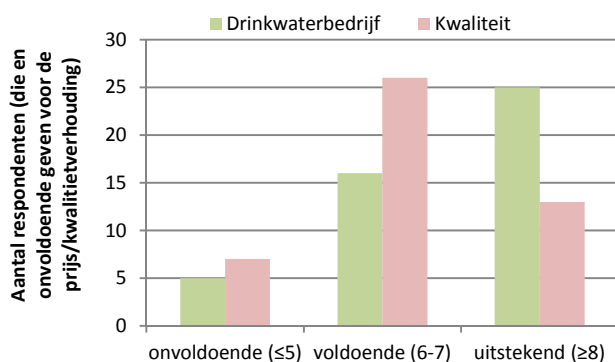
FIGUUR 3-1 RAPPORTCIJFERS VOOR DE KWALITEIT VAN HET KRAANWATER, HET DRINKWATERBEDRIJF IN HET ALGEMEEN EN DE PRIJS/KWALITEITVERHOUDING. OP DE Y-AS STAAT HET PERCENTAGE VAN HET AANTAL RESPONDENTEN.

Vervolgens is gekeken of de rapportcijfers onderling correleren. In Figuur 3-2 zien we de rapportcijfers tegen elkaar geplot met daarbij de 1:1 verhouding (de onderbroken zwarte lijn). De gegeven rapportcijfers volgen niet allemaal op deze 1:1 lijn. Dit wordt bevestigd door de lage correlatiecoëfficiënten, $R^2=0.47$ voor drinkwaterbedrijf- kwaliteit (links in Figuur 3-2), $R^2=0.32$ voor prijs/kwaliteitverhouding-drinkwaterbedrijf (midden), $R^2=0.42$ voor prijs/kwaliteitverhouding-kwaliteit (rechts). Deze lage correlatiecoëfficiënten wijzen erop dat als er een laag cijfer gegeven wordt voor één onderwerp er geen laag cijfer wordt gegeven voor het andere onderwerp.

Als er een onvoldoende wordt gegeven voor het waterbedrijf worden er toch hoge cijfers gegeven voor de kwaliteit (links in Figuur 3-2). Ook als er ontevredenheid is voor de prijs/kwaliteitverhouding, is er wel tevredenheid met het drinkwaterbedrijf of met de kwaliteit (midden en rechts in Figuur 3-2). Dit zien we nogmaals in Figuur 3-3. In deze figuur zien we hoe de mensen die de prijs/kwaliteitverhouding een onvoldoende gaven toch vaak tevreden zijn over de kwaliteit van het kraanwater en hun drinkwaterbedrijf. Deze resultaten kunnen er op duiden dat deze mensen vooral ontevreden zijn met de prijs.

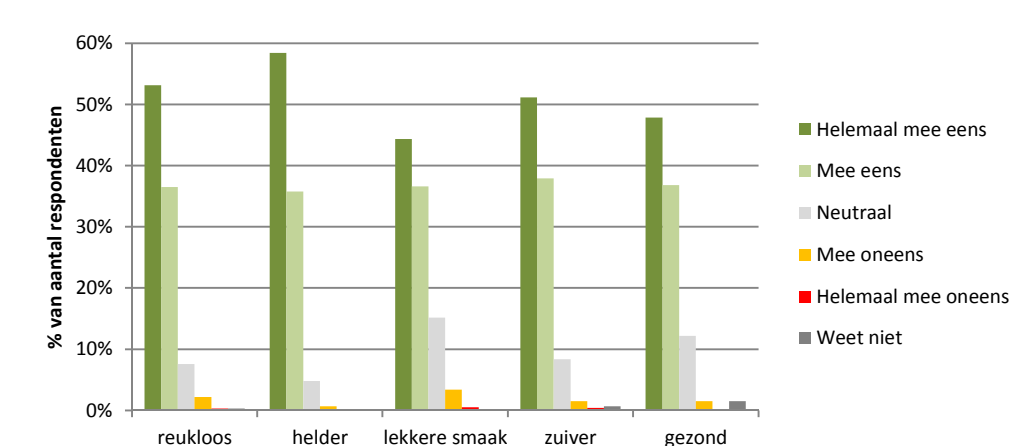


FIGUUR 3-2 CORRELATIE TEVREDENHEID KWALITEIT VAN HET KRAANWATER, HET WATERBEDRIJF EN DE PRIJS/KWALITEITVERHOUDING. DE ONDERBROKEN LIJN IS DE 1:1 LIJN.



FIGUUR 3-3 CORRELATIE PRIJS/KWALITEIT MET TEVREDENHEID OVER DE WATERKWALITEIT EN HET DRINKWATERBEDRIJF.

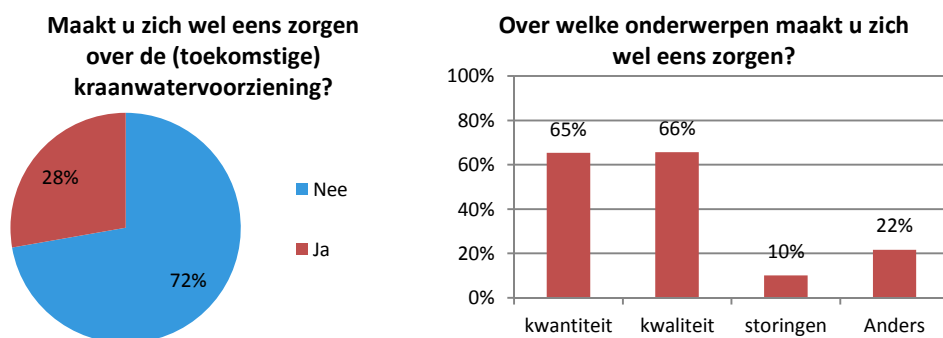
Verder zijn de mensen het vaak eens met de stellingen dat kraanwater reukloos (90%), helder (94%), zuiver (89%) en gezond is (85%) en een lekkere smaak heeft (81%), zie Figuur 3-4.



FIGUUR 3-4 MENING OVER DE EIGENSCHAPPEN VAN KRAANWATER.

3.2.2 Zorgen

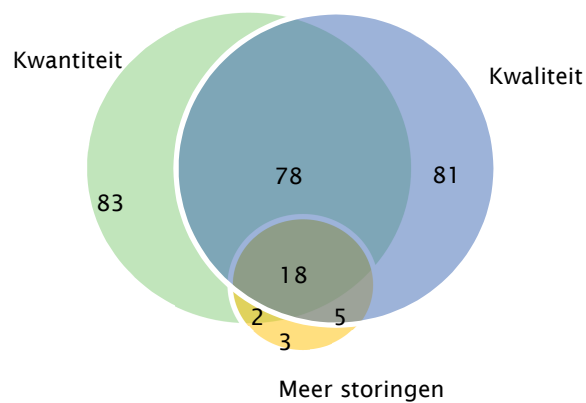
Van alle respondenten maakt 28% zich weleens zorgen over de (toekomstige) kraanwatervoorziening (Figuur 3-5). De onderwerpen waarover men zich zorgen maakt zijn voornamelijk de kwantiteit, een tekort aan beschikbare bronnen, of de kwaliteit, bijvoorbeeld door drugs- of medicijnresten. Van de mensen die zich zorgen maken (277 in totaal) maakt het overgrootste deel zich zowel zorgen over de kwantiteit en/of de kwaliteit (Figuur 3-4). Voor beide onderwerpen maakt 65% zich zorgen van het aantal respondenten dat zich wel eens zorgen. Voor een toename van het aantal storingen in de kraanwaterlevering maakt 10% zich wel eens zorgen (Figuur 3-5). Hoe deze zorgen zich tot elkaar verhouden is weergegeven in Figuur 3-6.



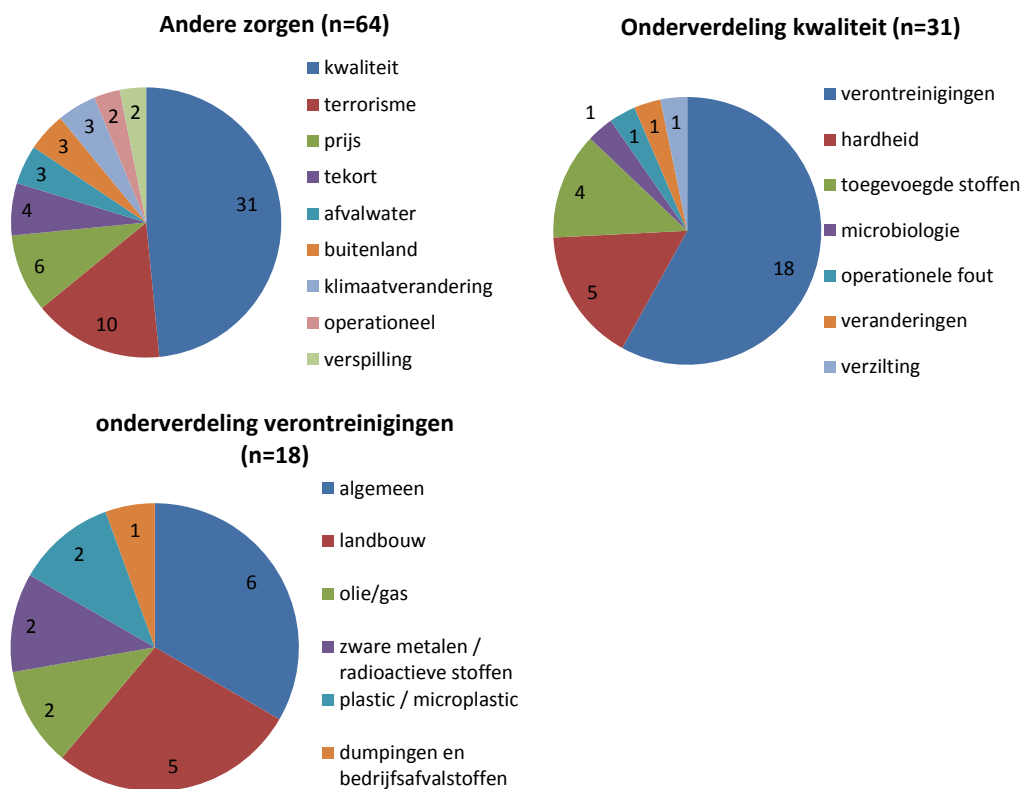
FIGUUR 3-5 RESPONDENTEN DIE ZICH ZORGEN MAAKT OVER DE KRAANWATERVOORZIENING EN DE ONDERWERPEN.

Daarnaast maakt 22% wel eens zorgen over andere onderwerpen zie zelf ingevuld mochten worden (Figuur 3-7). Van deze extra zorgen valt het grootste deel onder zorgen over de kwaliteit. Opvallend genoeg zijn er veel zorgen over de mogelijkheid van een terroristische aanslag op het waterbedrijf zodat het water verontreinigt raakt met giftige stoffen.⁹ De zorgen die te maken hebben met de kwaliteit zijn tevens onderverdeeld in subcategorien (Figuur 3-7). De meeste zorgen over de kwaliteit hebben te maken met verontreinigingen, bijvoorbeeld uit de landbouw. Ook zijn er enkele zorgen over de hardheid van het water en het toevoegen van stoffen aan het kraanwater. Alle genoemde zorgen zijn opgenomen in Bijlage VII.

⁹ Deze angst is mogelijk mede veroorzaakt door de aanslagen in Parijs van 12 november 2015 (de enquête is ingevuld van 25 november tot 6 december).



FIGUUR 3-6 VERDELING VAN DE HOEEVEELHEID RESPONDENTEN DIE ZICH ZORGEN MAAKT OVER DE VERSCHILLENDE ONDERWERPEN.

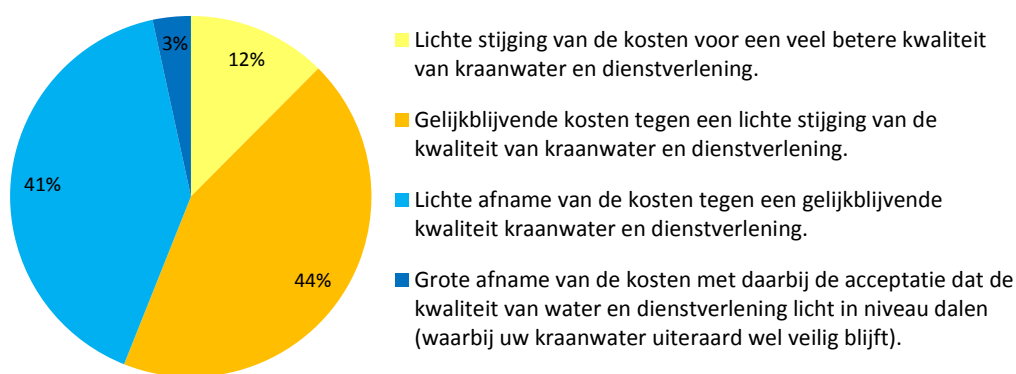


FIGUUR 3-7 AANVULLENDE ZORGEN VAN DE RESPONDENTEN.

3.3 Betalingsbereidheid

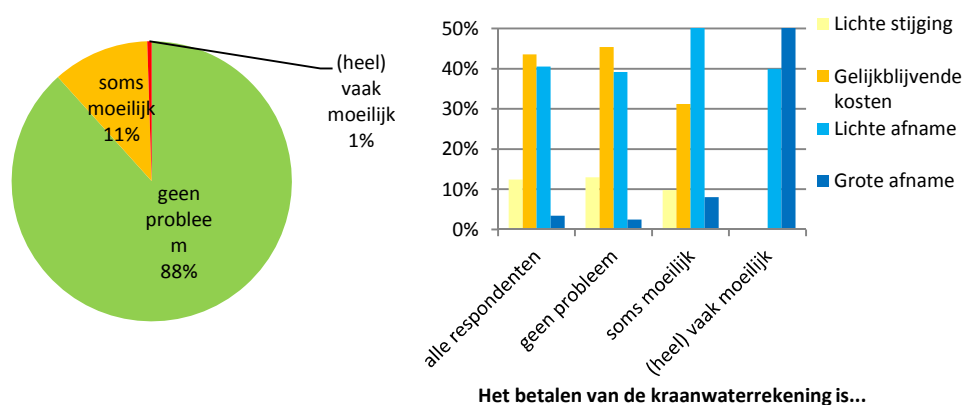
3.3.1 Algemeen

In Figuur 3-8 staat de verdeling van de geprefereerde ontwikkelingen van de hoogte van de rekening in relatie tot de kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening van het drinkwaterbedrijf. Het merendeel van de respondenten prefereert gelijkblijvende kosten tegen een lichte stijging van de kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening of een lichte afname van de kosten tegen een gelijkblijvende kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening. Het verschil tussen de twee groepen is niet significant ($p > 0.05$, χ^2 -toets). Wel kunnen we zeggen dat een meerderheid van de klanten gelijkblijvende of een stijging van de kosten prefereert ten opzichte van een lichte dan wel grote afname van de kosten ($p < 0.05$, χ^2 -toets).



FIGUUR 3-8 DE ONTWIKKELING VAN DE REKENING IN RELATIE TOT DE KWALITEIT VAN HET KRAANWATER EN DE DIENSTVERLENING VAN HET DRINKWATERBEDRIJF.

De geprefereerde ontwikkeling van de hoogte van de rekening wordt waarschijnlijk beïnvloed door de financiële situatie (Figuur 3-9). Voor 12% van de respondenten is het betalen van de rekening soms tot vaak moeilijk. De mensen die het soms moeilijk vinden de rekening te betalen prefereren vaker een lichte afname van de kosten. Voor de mensen die het (heel) vaak moeilijk vinden de rekening te betalen (1% van de respondenten) prefereren voornamelijk een grote afname van de kosten.



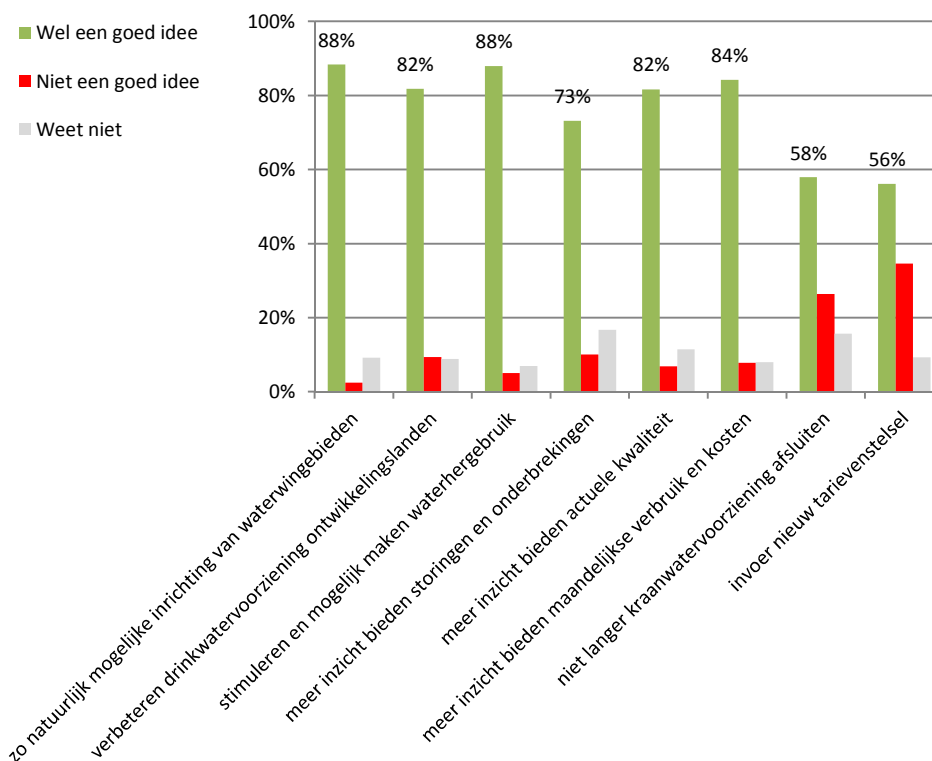
FIGUUR 3-9 DE MOEILIKHEID VOOR HET BETALEN VAN DE KRAANWATERREKENING EN HET EFFECT OP DE KEUZE VOOR DE ONTWIKKELING VAN DE REKENING IN RELATIE TOT DE KWALITEIT VAN HET KRAANWATER EN DE DIENSTVERLENING VAN HET DRINKWATERBEDRIJF.

3.3.2 Aanpassingen en verbeteringen

In de enquête zijn acht ideeën opgenomen voor toekomstige veranderingen waarbij de respondenten konden aangeven of ze het:

- (1) Wel/niet een goed idee vinden, en het
- (2) Wel/niet acceptabel vindt dat dit resulteert in een lichte kostenstijging van de kraanwaterrekening.

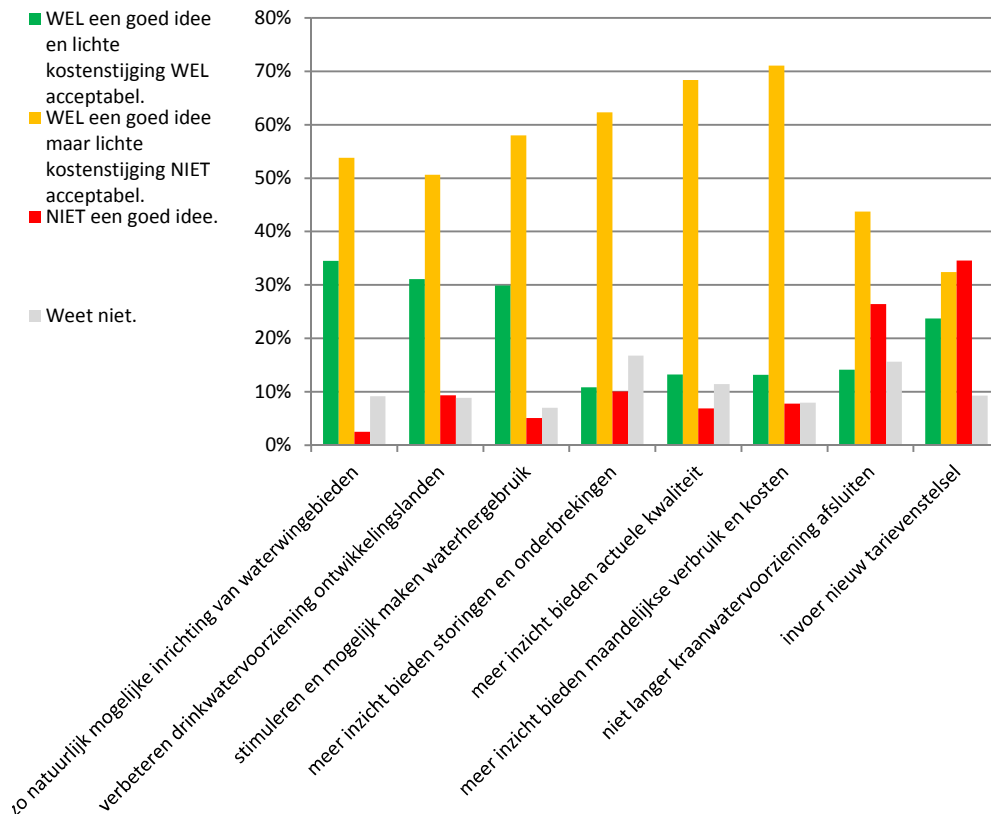
De resultaten van punt (1) zijn weergegeven in Figuur 3-10. Bijna alle mogelijke veranderingen worden als goed idee omschreven en de meeste animo ligt bij het stimuleren en mogelijk maken van waterhergebruik en een natuurlijke inrichting van de waterwingebieden. Het niet langer meer afsluiten van de kraanwaterrekening bij mensen die de rekening niet langer kunnen betalen en het invoeren van een nieuw tarievenstelsel waarbij de kosten oplopen naarmate men meer water verbruikt zijn het vaakst als 'geen goed idee' aangemerkt.



FIGUUR 3-10 MENING VAN DE RESPONDENTEN OVER DE ACHT IDEEËN VOOR TOEKOMSTIGE VERANDERINGEN MET AL DAN NIET EEN ACCEPTABELE KOSTENSTIJGING.

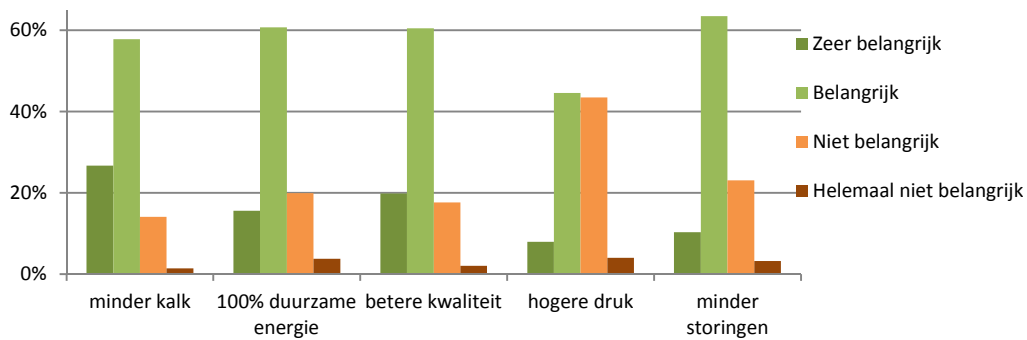
De resultaten op beide punten (1) en (2) zijn weergegeven in Figuur 3-11. De respondenten zijn het meest bereid een kostenstijging te accepteren voor een zo natuurlijk mogelijke inrichting van waterwingebieden, het verbeteren van de drinkwatervoorziening in ontwikkelingslanden en het stimuleren van waterhergebruik. Voor de verbeteringen die leiden tot meer inzicht (over storingen, kwaliteit en watergebruik) zijn de respondenten minder bereid om een kostenstijging te accepteren. We kunnen hier uit 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.

De meningen over de invoer van een nieuw tarievenstelsel zijn zeer verdeeld, waar het merendeel het geen goed idee vindt (35%) is tevens een groot deel van de respondenten bereid te betalen voor deze invoer (24%).



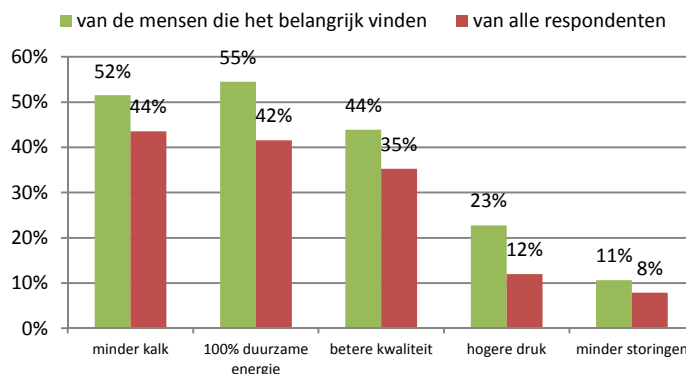
FIGUUR 3-11 MENING VAN DE RESPONDENTEN OVER DE ACHT IDEEËN VOOR TOEKOMSTIGE VERANDERINGEN MET AL DAN NIET EEN ACCEPTABELE KOSTENSTIJGING.

Vervolgens zijn vijf scenario's opgenomen in de enquête waarbij de respondenten de betalingsbereidheid voor bepaalde verbeteringen in een exact bedrag konden uitdrukken. Ten eerste gaven de respondenten aan of ze bepaalde aspecten gerelateerd aan kraanwater al dan niet belangrijk vinden. Een groot deel van de respondenten vindt minder kalk (85%), 100% duurzame energie (76%), beter kwaliteit (80%) en minder storingen (74%) belangrijk of zeer belangrijk, zie Figuur 3-12. Een hogere druk vindt maar 53% van de respondenten belangrijk of zeer belangrijk.



FIGUUR 3-12 BELANG VAN VIJF VERBETERINGEN GERELATEERD AAN KRAANWATER.

Vervolgens werd geïnventariseerd wat de betalingsbereidheid is voor elk aspect die de respondent had aangegeven (zeer) belangrijk te vinden. De respondenten werden gevraagd welk extra bedrag per maand ze bereid waren om te betalen bovenop de kraanwaterrekening (afgerond op hele bedragen tot maximaal €50 per maand). De betalingsbereidheid (een bedrag van €1 of hoger) is het grootst voor minder kalk in het kraanwater en de productie van kraanwater met 100% duurzame energie, gevolgd door een beter kwaliteit van het kraanwater (zie Figuur 3-13). Voor hogere druk uit de leidingen en minder storingen in de kraanwaterlevering zijn de respondenten het minst bereid om te betalen.

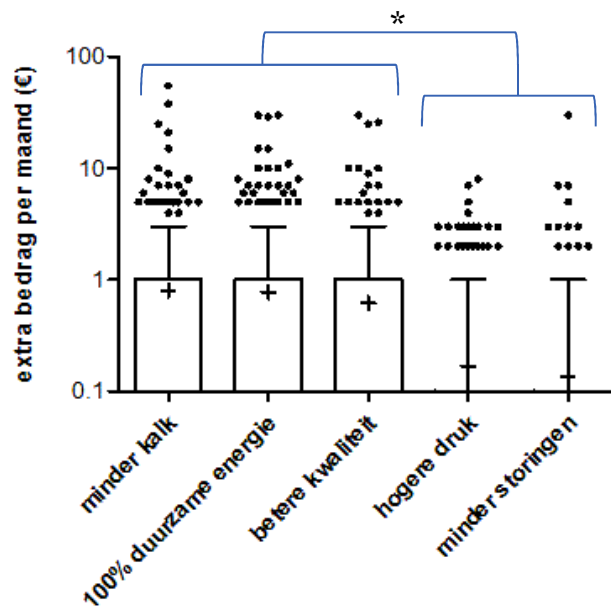


FIGUUR 3-13 BETALINGSBEREIDHEID OM €1 OF MEER EXTRA PER MAAND TE BETALEN VOOR VIJF MOGELIJKE VERBETERINGEN.

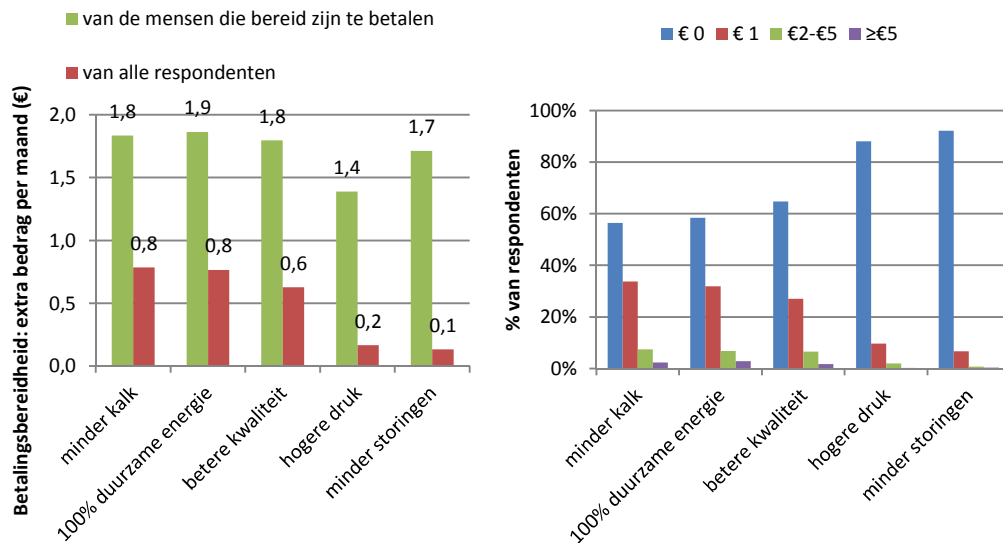
De bedragen gepaard met de betalingsbereidheid zijn weergegeven in Figuur 3-14. Deze figuur heeft echter extra uitleg. De zogenaamde boxplots geven de distributie weer van alle bedragen die de respondenten bereid zijn om per maand extra te bepalen voor de verschillende aspecten. Let op, de y-as is een log-schaal met stapjes van 1, 10 en 100. De plustekens zijn de gemiddelde bedragen per aspect (zie ook Figuur 3-15). Bijvoorbeeld, voor kalk is de gemiddelde betalingsbereidheid van alle respondenten €0,80 en voor een hogere druk €0,20. De box van de boxplot geeft het 25e en 75e percentiel weer (50% van de antwoorden komen voor tussen deze twee bedragen). Voor kalk zijn de meest voorkomende bedragen €0 en €1. Voor hogere druk en minderen storingen is het meest voorkomende bedrag €0. De distributie van deze bedragen is tevens te zien in Figuur 3-15. De horizontale

lijn geeft het 95e percentiel weer: 95% van alle genoemde bedragen is kleiner of gelijk aan dit bedrag. Alle punten daarboven zijn uitschieters boven het 95e percentiel.

De betalingsbereidheid voor de aspecten minder kalk in het kraanwater, de productie van kraanwater met 100% duurzame energie en een beter kwaliteit van het kraanwater is significant hoger dan de betalingsbereidheid voor een hogere druk uit de leidingen en minder storingen in de kraanwaterlevering ($p < 0.01$).

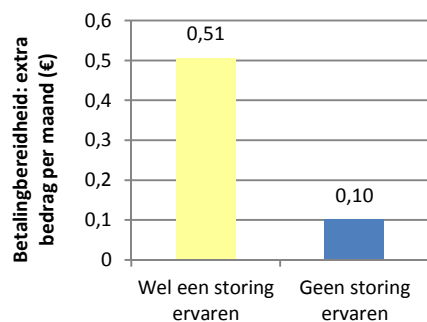


FIGUUR 3-14 BOXPLOT VAN DE BETALINGSBEREIDHEID VOOR DE VIJF ASPECTEN GERELATEERD AAN KRAANWATER. LET OP: Y-AS IN LOG-SCHAAL. (+)= GEMIDDELDE BEDRAGEN, BOX=25e EN 75e PERCENTIEL, WHISKER (HORIZONTALE LIJN)=95e PERCENTIEL, RONDJES=BEDRAGEN > 95e PERCENTIEL. ZIE VOOR MEER UITLEG DE PARAGRAAF HIERBOVEN. DE BEDRAGEN GEPAARD MET DE ASPECTEN MINDER KALK, 100% DUURZAME ENERGIE EN EEN BETERE KWALITEIT ZIJN SIGNIFICANT HOGER VREGELEKEN MET DE BEDRAGEN GEPAARD MET EEN HOGERE DRUK EN MINDER STORINGEN ($P < 0.01$).



FIGUUR 3-15 GEMIDDELTE BETALINGSBEREIDHEID (LINKS) UITGEDRUKT ALS EXTRA BEDRAG PER MAAND (€) VOOR DE VERSCHILLENDE ASPECTEN EN DE DISTRIBUTIE VAN DE GENOEMDE BEDRAGEN (RECHTS).

Van de 87 mensen die de afgelopen 6 maanden een storing hebben ervaren lijkt de betalingsbereidheid voor minder storingen in de kraanwaterlevering groter (Figuur 3-16), echter dit verschil is niet significant ($p=0.25$). Eén van de mensen die de afgelopen 6 maanden een storing heeft ervaren geeft aan bereid te zijn €30 per maand extra betalen voor minder storingen, waardoor de gemiddelde betalingsbereidheid flink omhoog wordt getrokken. Zonder deze uitbijter komt het gemiddelde bedrag van de mensen die de afgelopen 6 maanden een storing hebben ervaren op 16 cent per maand.



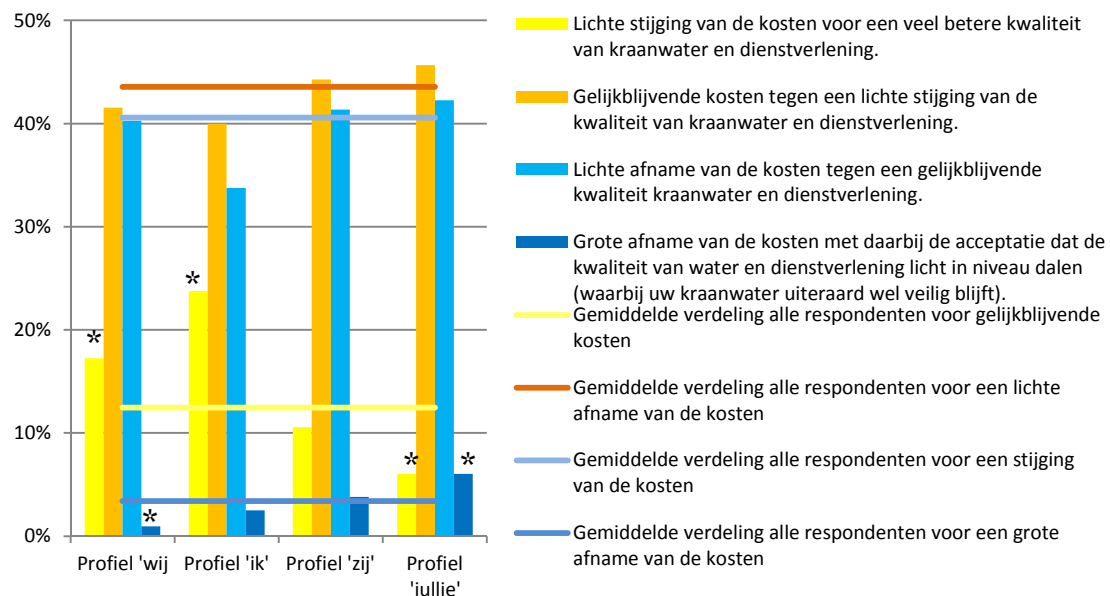
FIGUUR 3-16 DE BETALINGBEREIDHEID VOOR MINDER STORINGEN IN DE KRAANWATERLEVERING VOOR DE RESPONDENTEN DIE DE AFGELOPEN 6 MAANDEN EEN STORING HEBBEN ERVAREN EN DE RESPONDENTEN DIE GEEN STORING HEBBEN ERVAREN.

3.3.3 Betalingsbereidheid: onderscheid tussen de klantperspectieven

De algemene betalingsbereidheid verschilt tussen de profielen. Met de Chi-kwadraat toets (χ^2) is gekeken in hoeverre de klanten binnen de profielen bereid zijn om meer of minder te

betalen vergeleken met de gemiddelde betalingsbereidheid van alle respondenten. De betalingsbereidheid binnen de profielen vergeleken met de gemiddelde betalingsbereidheid wijkt pas significant af wanneer de kans op toeval klein is binnen deze steekproef ($p < 0.05$).

In Figuur 3-17 zijn per profiel de verdeling voor de geprefereerde ontwikkelingen van de hoogte van de rekening in relatie tot de kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening van het drinkwaterbedrijf weergegeven. De profielen die significant anders bereid zijn te betalen zijn aangegeven met een (*). In Figuur 3-17 is te zien dat profiel 'wij', profiel 'ik' en profiel 'jullie' significant verschillende scenario's prefereren ten opzichte van de gemiddelde keuzes van alle respondenten. De mensen uit profiel 'wij' en profiel 'ik' hebben een significant grotere voorkeur voor een lichte stijging van de kosten ten opzichte van alle respondenten. Daarnaast hebben de mensen uit profiel 'wij' een significant kleinere voorkeur voor een afname van de kosten. Daarentegen, prefereren mensen uit profiel 'jullie' significant vaker een afname van de kosten ten opzichte van alle respondenten, terwijl ze significant minder vaak een lichte stijging van de kosten prefereren. De mensen die ofwel het scenario met gelijkblijvende kosten of een lichte afname van de kosten prefereren zijn gelijk verdeeld over de profielen.



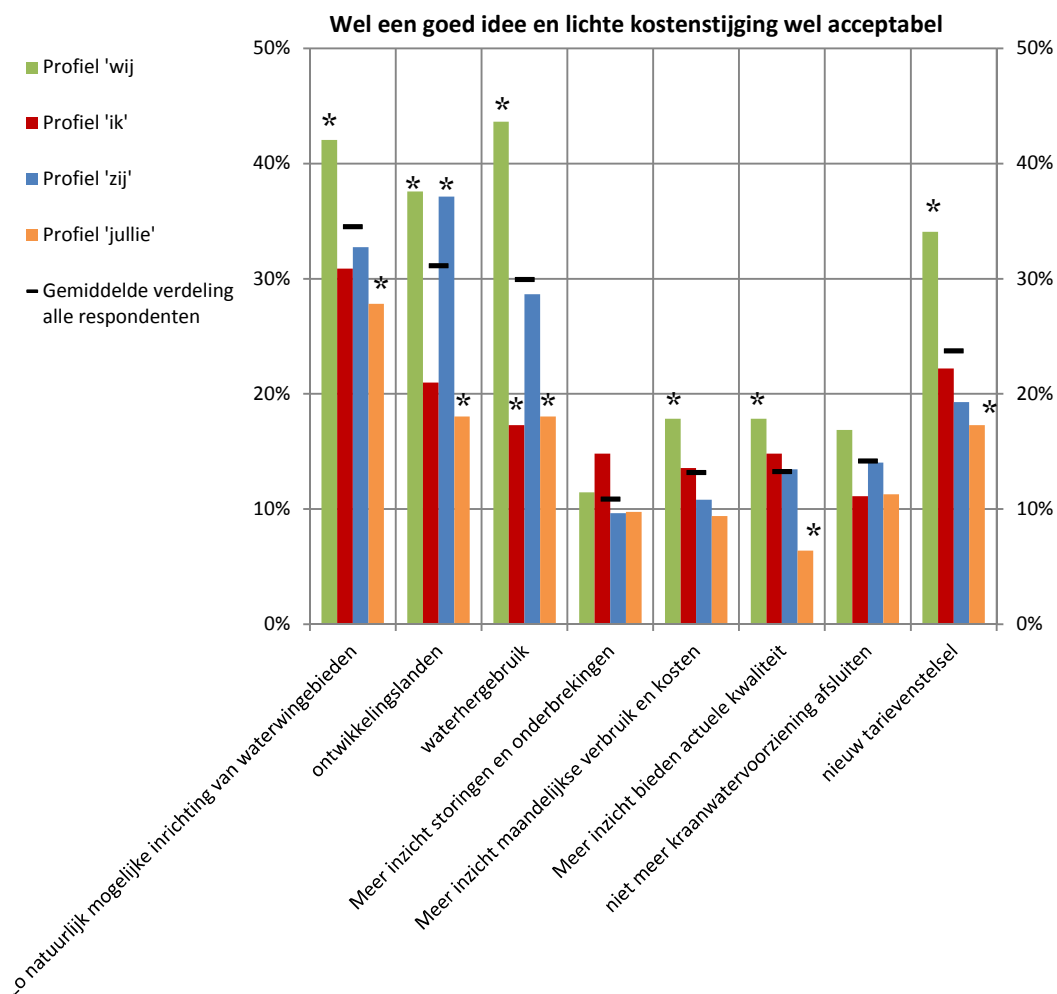
FIGUUR 3-17 ONDERSCHIED ALGEMENE BESTALINGSBEREIDHEID TUSSEN DE PROFIELN: DE ONTWIKKELING VAN DE REKENING IN RELATIE TOT DE KWALITEIT VAN HET KRAANWATER EN DE DIENSTVERLENING VAN HET DRINKWATERBEDRIJF. DE PROFIELN MET EEN SIGNIFICANT ANDERE BETALINGSBEREIDHEID T.O.V. ALLE RESPONDENTEN ZIJN AANGEGEVEN MET EEN (*).

In Figuur 3-18 staan de percentages van alle respondenten (plat streepje) en van de profielen (gekleurde staven) in relatie tot toekomstige verbeteringen die men (1) wel een goed idee vindt, en (2) waarvan men het wel acceptabel zou vinden dat dit resulteert in een lichte kostenstijging van de kraanwaterrekening. De sterretjes geven aan of de mensen uit het profiel een significant andere mening hebben ten opzichte van alle respondenten.

De mensen uit profiel 'wij' accepteren gemakkelijker een kostenstijging ten opzichte van alle respondenten. Dit geldt voor zes van de acht verbeteringen: zo natuurlijk mogelijke inrichting

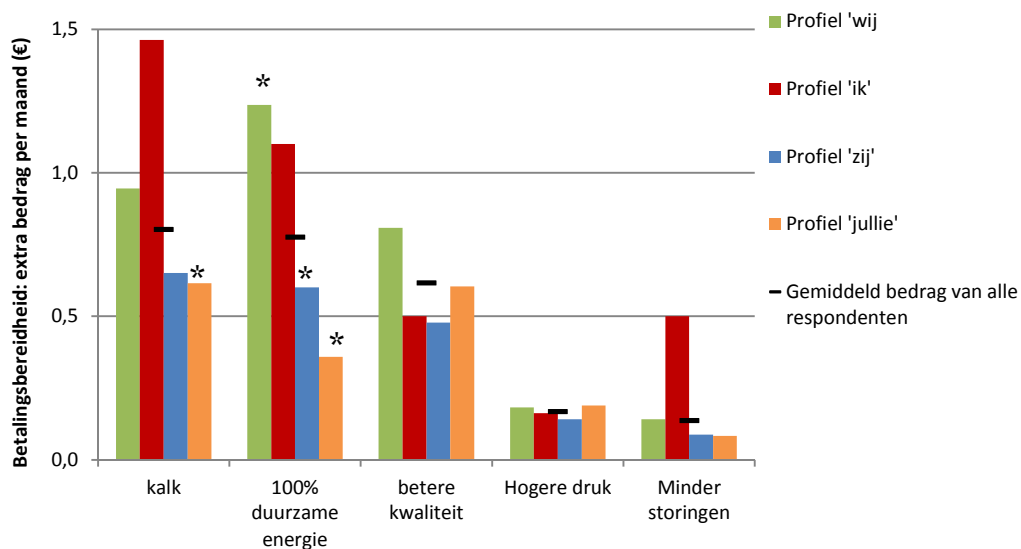
van waterwingebieden, het verbeteren van de drinkwatervoorziening in ontwikkelingslanden, het stimuleren van waterhergebruik, meer inzicht bieden in maandelijks verbruik en kosten, meer inzicht bieden in de actuele kwaliteit en de invoer van een nieuw tarievenstelsel.

De mensen uit de profielen 'ik', 'zij' en 'jullie' zijn minder geneigd een lichte kostenstijging te accepteren. De mensen uit profiel 'zij' accepteren enkel een lichte kostenstijging voor het verbeteren van de drinkwatervoorziening in ontwikkelingslanden. De mensen met profiel 'jullie' zijn minder geneigd een lichte kostenstijging te accepteren voor vijf van de acht ideeën. Profiel 'ik' is voornamelijk minder bereid te betalen voor het stimuleren van waterhergebruik.



FIGUUR 3-18 ONDERSCHIED BESTALINGSBEREIDHEID VOOR DE ACHT IDEEËN TUSSEN DE PROFIELEN. HIERBIJ IS ALLEEN GEKEKEN HOEVEEL RESPONDENTEN HET IDEE GOED VINDEN EN WAARVOOR ZE BEREID ZIJN TE BETALEN. DE PROFIELEN MET EEN SIGNIFICANT ANDERE BETALINGSBEREIDHEID VOOR DE VERSCHILLENDE IDEEËN T.O.V. ALLE RESPONDENTEN ZIJN AANGEGEVEN MET EEN (*).

In Figuur 3-19 is het onderscheid weergegeven tussen de profielen voor de betalingsbereidheid voor vijf scenario's uitgedrukt in een extra bedrag per maand. Enkel voor de productie van kraanwater met 100% duurzame energie zijn de mensen met profiel 'wij' bereid een significant hoger bedrag te betalen ($p=0.01$) en mensen met profiel 'jullie' een significant lager bedrag te betalen ($p<0.01$) ten opzichte van alle respondenten. Dit is in lijn met de subjectieve belevingswereld van deze klantgroepen, zoals gepresenteerd in Hoofdstuk 2.



FIGUUR 3-19 ONDSCHIED BETALINGSBEREIDHEID VOOR DE VIJF SCENARIO'S TUSSEN DE PROFIELN. DE PROFIELN MET EEN SIGNIFICANT ANDERE BETALINGSBEREIDHEID T.O.V. ALLE RESPONDENTEN ZIJN AANGEGEVEN MET EEN (*).

3.4 Conclusie

In lijn met eerdere onderzoeken van Vitens komt uit deze studie duidelijk naar voren dat het overgrote deel van de klanten erg tevreden is met de kwaliteit van het drinkwater (8.6), het drinkwaterbedrijf in het algemeen (8.3) en de prijs/kwaliteitverhouding (7.8). 5% van alle respondenten geven de prijs/kwaliteitverhouding een onvoldoende; toch zijn deze mensen vaak tevreden over de kwaliteit van het kraanwater en hun drinkwaterbedrijf.

Van alle respondenten maakt 28% zich weleens zorgen over de (toekomstige) kraanwatervoorziening, voornamelijk over de kwantiteit en de kwaliteit.

Een meerderheid van de klanten van Vitens prefereert een gelijkblijvende of stijging van de kosten tegen een betere kwaliteit van kraanwater en dienstverlening ten opzichte van een lichte dan wel grote afname van de kosten tegen een gelijkblijvende of afnemende kwaliteit van kraanwater en dienstverlening. De mensen die het soms of vaak moeilijk vinden de rekening te betalen prefereren vaker een afname van de kosten.

Voor eventuele toekomstige veranderingen zijn de respondenten het meest bereid een kostenstijging te accepteren voor 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 (over

storingen, kwaliteit en watergebruik) worden wel aangemerkt als goed idee, maar de respondenten zijn hiervoor minder bereid om een kostenstijging te accepteren. Het niet langer afsluiten van de kraanwaterrekening bij mensen die de rekening niet kunnen betalen en invoer van een nieuw tarievenstelsel worden vaker aangemerkt als geen goed idee.

De betalingsbereidheid voor de aspecten minder kalk in het kraanwater, de productie van kraanwater met 100% duurzame energie en een betere kwaliteit kraanwater is significant hoger dan de betalingsbereidheid voor een hogere druk uit de leidingen en minder storingen in de kraanwaterlevering.

De betalingsbereidheid verschilt tussen de profielen. De profielen 'wij' en 'ik' hebben een grotere voorkeur voor het scenario een lichte stijging van de kosten tegen een betere kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening terwijl profiel 'jullie' dit scenario juist minder prefereert.

De mensen uit de profielen 'ik', 'zij' en 'jullie' zijn minder geneigd een lichte kostenstijging te accepteren. De mensen uit profiel 'zij' accepteren enkel een lichte kostenstijging voor het verbeteren van de drinkwatervoorziening in ontwikkelingslanden. De mensen met profiel 'jullie' zijn minder geneigd een lichte kostenstijging te accepteren voor vijf van de acht ideeën. Profiel 'ik' is voornamelijk minder bereid te betalen voor het stimuleren van waterhergebruik.

Voor zes van de acht ideeën voor verbeteringen accepteren de mensen uit profiel 'wij' gemakkelijker een lichte kostenstijging ten opzichte van alle respondenten. Ten opzichte van gemiddeld zijn mensen met profiel 'ik', 'zij' en 'jullie' minder geneigd een lichte kostenstijging te accepteren. Voor de mensen met profiel 'jullie' geldt dit voor vijf van de acht ideeën.

Voor de productie van kraanwater met 100% duurzame energie zijn daarnaast de mensen met profiel 'wij' bereid een hoger, en mensen met profiel 'jullie' een lager bedrag te betalen ten opzichte van alle respondenten.

4 Klantperspectieven zakelijke klant

4.1 Inleiding

Naast dat Vitens water levert aan de particuliere huishoudens in de provincies Friesland, Overijssel, Flevoland, Gelderland en Utrecht en een aantal gemeenten in Noord-Holland en Drenthe, levert zij ook water aan de zakelijke klanten in deze gebieden. Hoewel, in vergelijking met de aandacht die er in dit onderzoek is uitgegaan naar de huishoudelijke klant, de focus op de zakelijke klant in deze studie slechts gezien kan worden als een verkenning, zou een analyse naar customer excellence en klantbeleving niet compleet zijn zonder ook goed naar deze zakelijke klant te luisteren.

Om te verkennen wat zakelijke klanten belangrijk vinden i.r.t. de activiteiten binnen het assetmanagement proces van Vitens hebben acht semi-gestructureerde interviews plaatsgevonden bij vier grootzakelijke klanten (met een afname van >10.000 m³) en vier interviews bij middelgrootzakelijke klanten.¹⁰ Achtergrond van deze keuze is met name dat de grootzakelijke klanten met Vitens “persoonlijk” contact onderhouden middels een relatiemanager. Van deze groep klanten, zo is althans het idee, heeft Vitens een vrij aardig beeld over hun wensen en behoeften en wordt al jaren, zelfs voordat het als concept omarmd werd door de gehele organisatie, volop ingezet op customer excellence. Voor de overige zakelijke klanten (met een afname van <10.000 m³) is het echter veel minder helder wat zij wensen en verwachten. De gecombineerde resultaten van de interviews met de groot- en middelgrootzakelijke klanten zijn beschreven in sectie 4.2. Omdat het beeld van wat klanten belangrijk vinden zo mogelijk nog minder scherp is wanneer het gaat om klein-zakelijke klanten, zoals kappers, tandartsen en horecaondernemers, zijn ook de wensen en zorgen van deze groep klanten expliciet onderzocht. Daar vanwege praktische beperkingen het uiteindelijk niet mogelijk bleek deze klanten face-to-face te bevragen, is er voor gekozen deze verkenning uit te voeren middels een online survey, waarvan de resultaten zijn opgenomen in sectie 4.3. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met een verkenning hoe customer excellence handen en voeten zou kunnen krijgen bij nog een aparte klantengroep, de zogenaamde kwetsbare klant. De resultaten van twee additionele interviews met deze groep klanten zijn gerapporteerd in sectie 4.4.

4.2 Groot- en middelgrootzakelijke klant

In het totaal zijn vier grootzakelijke klanten geïnterviewd: (I) een groothandel in levende vissen, waarbij het Vitens water onder meer gebruikt wordt voor het vullen en verversen van 3000 aquaria; (II) een groot voedingsmiddelenbedrijf, waarbij water voor allerlei procesdoeleinden gebruikt wordt; (III) een ziekenhuis, waar Vitens water behalve voor wassen, spoelen, en stoomopwekking (na extra zuiveringsstappen behandeling, inclusief Reverse Osmosis ofwel RO) ook gebruikt wordt voor onder meer de dialyseafdeling, en de sterilisatie; en (IV) een groot verpakkingsbedrijf waarbij water onder meer gebruikt wordt voor het aanmaken van lijm.¹¹ Naast deze vier grootverbruikers (in onderstaande figuren

¹⁰ De vragenlijst voor de zakelijke klant is opgenomen in Bijlage VIII.

¹¹ Alle interviews zijn op locatie afgenomen, en voor het maximaliseren van de betrouwbaarheid allen opgenomen en getranscribeerd. Deze transcripties zijn vanwege de beloofde vertrouwelijkheid niet openbaar. Om dezelfde reden zijn alle citaties en gegevens over de betrokken partijen in dit rapport geanonimiseerd.

weergegeven door de toevoeging van een *) van water is gesproken met een viertal middelgrote Vitens klanten. Ook hier is weer getracht verschillende typen klanten te spreken, waarbij water in de bedrijfsvoering hele verschillende plekken inneemt. In de uiteindelijke selectie zijn in dit onderzoek betrokken: (I) een middelgroot voedingsmiddelenbedrijf, waarbij naast schoonmaak en technisch gebruik (zoals spoel- en sperwater) Vitens water onder meer terecht komt in hun producten zelf; (II) een theater waarbij het water vooral gebruikt wordt tijdens toiletgebruik; (III) een sauna waarbij water gebruikt wordt voor het vullen en verversen van onder meer zwembaden, bubbelbaden, koude en warme douches; en (IV) een bloemenveiling waarbij een deel van het water gebruikt wordt voor het op water zetten van bloemen, de rest voor schoonmaak, toiletten en overige meer normale doeleinden binnen een kantooromgeving.

Veel van de bij dit onderzoek betrokken spelers, zowel de grote als de middelgrote klanten, verbeteren ook zelf de aanvoer en/of kwaliteit van water. Zo past bijvoorbeeld de groothandel in levende vissen het Vitens water onder meer aan door het te beluchten voor meer zuurstof, door het terugbrengen van PH-waarden, en door de installatie van bassins waarin het water voor gebruik wordt opgewarmd om het geschikt te maken voor het verblijf van tropische vissen. Andere vormen van eigen aanpassingen/verbeteringen zijn filters, UV-behandelingen, waterontharders, de installatie van reinwaterkelders om piekverbruiken op te vangen, en bijvoorbeeld het toevoegen van chloor en zuren om het geschikt te maken voor het vullen van zwembaden en whirlpools. Tot slot heeft een deel van de partijen naast Vitens water ook een eigen installatie voor het oppompen van water. Dit water wordt bijvoorbeeld gebruikt voor het koelen, voor stoomopwekking en proceswater. Geen enkele van de betrokken partijen ziet het echter als serieuze optie om Vitens water in de toekomst af te stoten. Zo stelde bijvoorbeeld het grote voedingsmiddelenbedrijf: *“Je leunt wel op de kwaliteit van Vitens water, dat is een garantie dat je minimaal binnen de drinkwatereisen geleverd krijgt (...) zeker als het water in contact komt met onze producten.”*

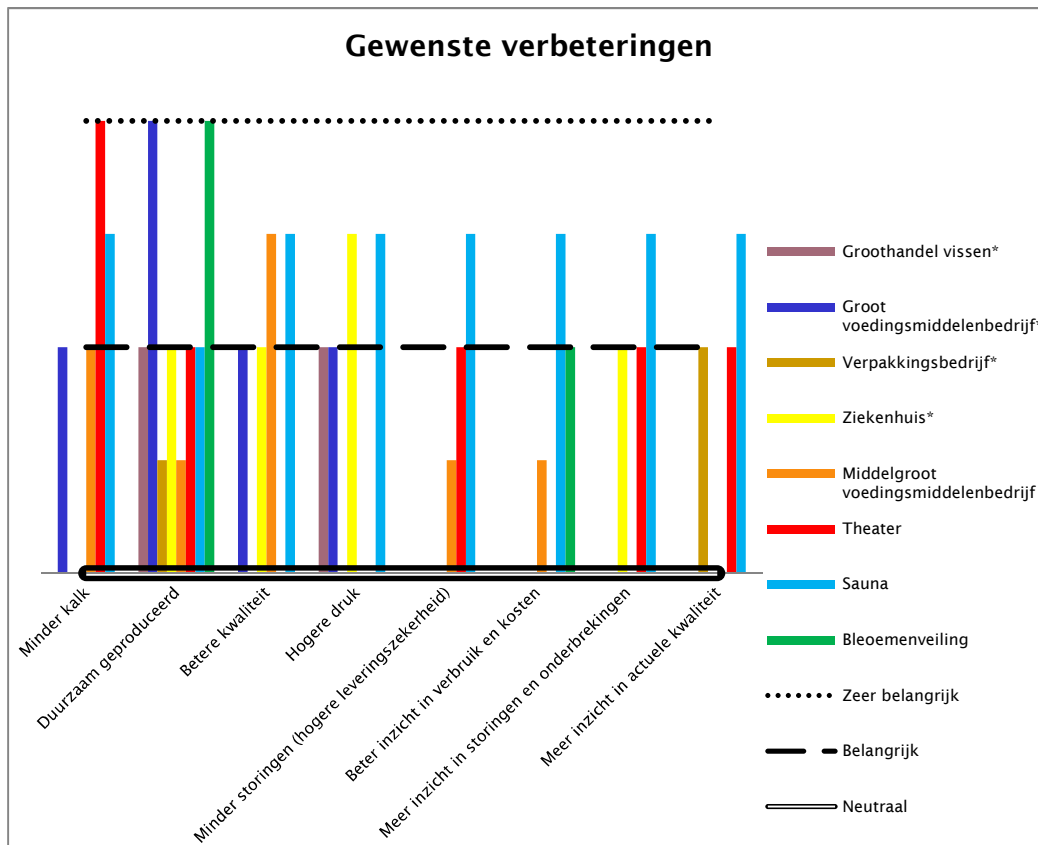
4.2.1 Zorgen

Over het algemeen komt uit de interviews het beeld naar voren dat de (middel)grootzakelijke klant zich weinig tot geen zorgen maken over de levering van goed en betrouwbaar kraanwater, zowel wanneer het gaat over het heden als over de toekomst. Als er al zorgen zijn gaat het meestal over de hele lange termijn, of ontwikkelingen rondom de watercyclus die men waarneemt in het buitenland die al dan niet uiteindelijk ook de eigen bedrijfsvoering zouden kunnen raken. Uitzondering daarop is de zorg over microbiële verontreiniging, al dan niet in het binnensysteem. Dit is een zorg die ook in het heden speelt, zowel bij grote als middelgrote klanten. Naast deze zorg sprak een enkele klant zijn zorg uit over de mogelijke invloed van de intensieve landbouw, voornamelijk op de nitrietwaardes van het water. Een andere klant refereerde in de context van zorgen aan de kwaliteit van het leidingnet, en specifiek naar de risico's van asbestleidingen bij breuken en spoedreparaties, waarbij naar zijn inzicht het niet altijd mogelijk zou zijn alle deeltjes uit het water te halen. Tot slot sprak de respondent binnen het bij dit onderzoek betrokken grote voedingsmiddelenbedrijf specifiek zijn zorg uit over de grote afhankelijkheid van water vanuit één enkele bron, en de gevolgen van bijvoorbeeld een mogelijke leidingbreuk op de bedrijfsvoering. Hoewel dit bedrijf zeker niet de enige partij is met ook een eigen watervoorziening en/of buffers, plaatsen zij keuzes rondom de instandhouding, sanering dan wel uitbreiding van dit soort “alternatieven” heel duidelijk in deze discussie rondom de bedrijfszekerheid bij mogelijk grote storingen.

4.2.2 Wensen

Op meerdere momenten is tijdens de interviews gevraagd naar mogelijke verbeteringen die Vitens zou kunnen doorvoeren, in de service en communicatie, maar zeker ook waar dit het

aangeboden water zelf betreft. Onderstaande Figuur 4-1 geeft een overzicht weer van de uitkomsten van verschillende spindigrammen die tijdens de interviews gebruikt werden om mogelijke gewenste verbeteringen te begrijpen.

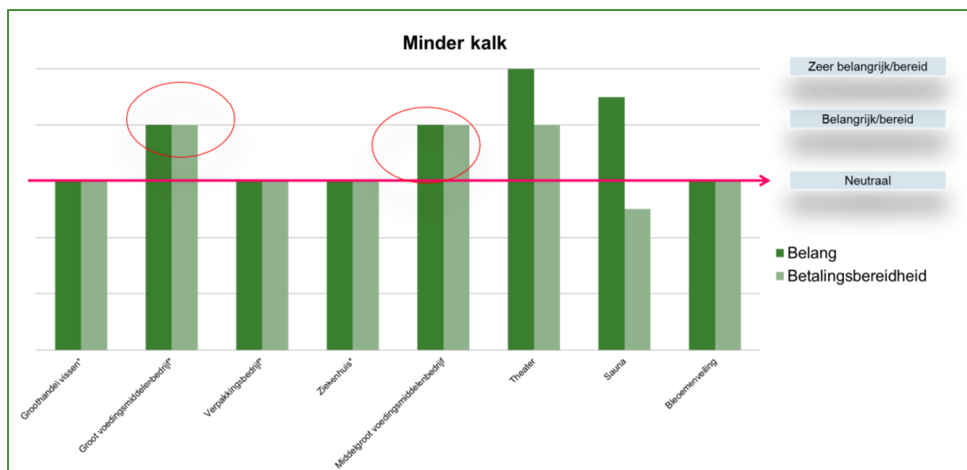


FIGUUR 4-1 GEWENSTE VERBETERINGEN DOOR DE VERSCHILLENDE (MIDDEL)GROOT ZAKELIJKE KLANTEN

In de onderstaande secties worden alle gewenste verbeteringen kort besproken, maar ook in algemene zin zijn er al een aantal zaken die opvallen. Kijkend naar bovenstaande figuur valt bijvoorbeeld op dat klanten vooral verbeteringen wensen waar het gaat over (i) de afname van kalk, en (ii) meer duurzaam geproduceerd water. Ook valt op dat de grootzakelijke klanten relatief minder wensen voor verbetering hebben dan de middelgroot zakelijke klanten. Hoewel harde uitspraken doen op basis van het relatief kleine aantal betrokken partijen lastig is, zou dit er op kunnen duiden dat door de intensieve contacten die deze grootzakelijke klanten met Vitens hebben, voor een deel reeds voldaan is aan hun wensen.

Minder kalk

De helft van de betrokken partijen, waaronder een grootzakelijke klant, acht een afname van kalk belangrijk tot zeer belangrijk. Deze partijen ervaren last van teveel kalk. Vaak lost men dit op door het plaatsen van eigen ontkalkers, maar dit brengt kosten en zorg met zich mee. Minder kalk in het aangeboden Vitens water zien deze partijen dan ook als gewenst.



FIGUUR 4-2 DE GEWENSTE AFNAME VAN & BETALINGSBEREIDHEID VOOR MINDER KALK

Veelal zijn de bedrijven die een afname van kalk wensen ook bereid voor deze verbetering te betalen. De motivatie voor deze betalingsbereidheid komt voort uit het gegeven dat ook het zelf ontharden van water geld kost en/of dat zachter water uiteindelijk in een kostenbesparing kan resulteren doordat apparatuur langer meegaat of omdat storingen in interne bedrijfsprocessen zullen afnemen. Zo stelde de respondent van het theater: *“Minder kalk levert minder kosten op. Dat [kostenstijging van water bij minder kalk] kun je tegen elkaar afwegen. Dus ik denk dat we daar wel toe bereid zijn”*. De respondent van het middelgrote voedingsmiddelenbedrijf motiveerde hun betalingsbereidheid op vergelijkbare wijze:

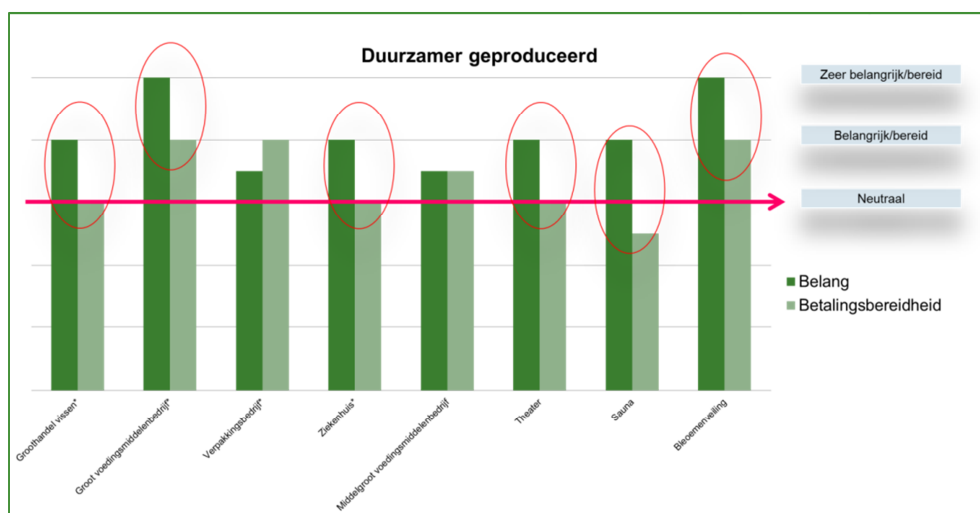
Laatst zat er klepje vast in een machine. Toen moest die stil. Dan haal je de boel uit elkaar en zie je kalk. De productie ligt een half uur, drie kwartier stil, één keer ook ruim een uur. Dat geldt ook voor reinigingssystemen. In die zin is dat wat waard als ik dat een keer per jaar minder heb, dan ben ik al blij.

Duurzaam geproduceerd water

Van alle mogelijke gewenste verbeteringen is er één element wat er heel duidelijk bovenuit steekt, en dat betreft de wens om duurzamer ofwel “groener” water af te nemen. Dit is een wens die leeft bij zowel grootzakelijke als middel-grootzakelijke klanten, en opvallend genoeg niet enkel bij bedrijven die zich ook naar buiten toe heel duidelijk als groen profileren. Hoewel klanten aangeven op dit moment vaak nog niet zo te sturen op meer duurzaam geproduceerd water, geven zij veelal aan dit in de nabije toekomst mogelijk wel te zullen gaan doen. Soms omdat zij duurzaamheid vanuit een ideaal belangrijk achten; anderen omdat zij aangeven mee te gaan met de algemeen maatschappelijke trend richting vergroening; weer anderen omdat bijvoorbeeld hun eigen aandeelhouders daar om vragen. Meerdere malen werd ook als motivatie gegeven dat milieu of duurzaamheid in de kernwaarden van hun eigen bedrijf zit en zij daar op dit moment als voortrekker handen en voeten aan trachten te geven. Na interne verbeterlagen, zo geven zij aan, is een volgende logische stap ook van hun leveranciers in de keten, waaronder Vitens, te vragen dezelfde stappen te zetten. Zo vertelde bijvoorbeeld de respondent van de bloemenveiling dat in hun eigen duurzaamheidsambitie op een gegeven moment ook hun leveranciers gevraagd zal worden mee te doen: *“Wij willen graag duurzaam zijn, dus onze leveranciers ook graag, maar daar zijn we nog niet druk mee”*. Deze motivatie kwam tijdens de gesprekken veel

vaker terug, zo ook bij een groot voedingsmiddelenbedrijf dat aangeeft duurzaamheid hoog in het vaandel te hebben staan:

Daar [in de ambitie om klimaatneutraal groei te realiseren] is waterwinning, of je het nu zelf doet of een 3^e partij, een belangrijke factor in. Ik zou het niet goed aangeven als wij het zelf hoog in het vaandel hebben staan, en onze leveranciers op een gegeven moment op een lager niveau willen inschakelen. Die moeten mee op hetzelfde niveau.



FIGUUR 4-3 DE GEWENSTE WENS TOT & BETALINGSBEREIDHEID VOOR DUURZAMER WATER

Opvallend is dat bedrijven, anders dan bij bijvoorbeeld de gewenste verbetering rondom de afname van kalk, veelal niet bereid zijn voor deze gewenste vergroening te betalen, zoals duidelijk weergegeven in Figuur 4-3. Reden is dat deze verbetering wordt gezien als een verantwoordelijkheid van Vitens zelf. Wat ook meespeelt is dat, anders dan minder kalk of bijvoorbeeld een hogere druk, ofwel verbeteringen die bedrijven geld kan besparen, dit veel minder geldt voor meer duurzaam water. Bovendien geven bedrijven aan vaak ook zelf in een situatie te zitten waarbij hun eigen klanten meer duurzaamheid vragen zonder daar extra voor te willen betalen. Zo stelde de respondent van de groothandel in vissen: *“Mijn leverancier verwacht ook dat ik duurzaam werk. Daar kan ik echt niet een meerprijs voor vragen. Ik moet dat op andere manieren oplossen”*. De respondent van het ziekenhuis motiveerde zijn (niet) bereidheid tot extra betalen op een vergelijkbare wijze toe:

Dat is niet iets waarvoor de klant zou moeten betalen (...) wij moeten onze processen op orde hebben, wij moeten milieuverantwoord werken, denken aan onze afvalstromen, en verbeteringen kunnen doorvoeren. Dat is dus een verantwoordelijkheid van Vitens zelf.

De enige klant die bereid is extra te betalen voor de gewenste vergroening van kraanwater is een verpakkingenbedrijf. Anders dan de andere bedrijven zien zij vergroening als een win-win situatie, waar ook zij als bedrijf beter van kunnen worden: *“Als wij hier nu een MVO certificaat hebben, dan moet je ook bereid zijn om daar wat voor te doen”*. Opvallend is overigens dat ondanks de sterke wens tot vergroening, maar zeer weinig klanten weten wat Vitens op dit moment reeds doet aan verduurzaming en dus wat nog mogelijke stappen tot

verdere verbetering zouden kunnen zijn. Een aantal bedrijven is in het kader van duurzaamheid intern wel op allerlei manieren bezig om zuinig met water om te gaan, inclusief waterhergebruik. Een klant (het theater) sprak heel duidelijk de wens uit dat Vitens ook zelf de mogelijkheid zou aanbieden gerecycled of grijs water af te nemen: *“Het zou me heel wat waard zijn om hier een grijswatersysteem voor de toiletten te hebben”*.

Betere kwaliteit

Vier partijen, waaronder twee grootzakelijke klanten, geven aan graag een betere kwaliteit water te willen afnemen. Bij geen enkele klant komt deze wens echter voort uit het idee dat op dit moment het water van onvoldoende kwaliteit zou zijn. Van de bij dit onderzoek betrokken partijen had slechts een speler, hoewel over het algemeen zeer tevreden, een opmerking over de kwaliteit van het Vitens water:

Omdat wij het [water] rechtstreeks in levensmiddelen verwerken (...) is kwaliteit voor ons heel belangrijk (...) het moet eigenlijk gewoon onberispelijk zijn (...) Er zijn dingen die Vitens ons levert waar we last van hebben, dan gaat het met name om ijzer en kalk. We hebben ons genoodzaakt gezien om filters in de leidingen te zetten omdat er wel eens wat stukjes – het zijn maar speldenprikjes – maar stukjes roest of dergelijke dingen aangetroffen in ons product. (...) We hebben ook een keer beestjes aangetroffen in het water (...) aan de aanvoerzijde van een filter zagen we zweepstaartjes en radardieltjes e.d. onder de microscoop bewegen. Dat gaf wat gegil in het lab, dat werd niet verwacht. Toen hebben we wel gebeld, en het antwoord gekregen dat dat normaal was (respondent middelgroot voedingsmiddelenbedrijf).

De overige motivaties voor beter water klinken veelal als *“Hoe beter, hoe mooier”* (respondent groot voedingsmiddelenbedrijf), of *“Je moet altijd aandacht blijven houden voor kwaliteit, wat heb je en hoe kan het beter”* (respondent ziekenhuis). Behalve de hierboven apart besproken wens tot minder kalk gaat voor meerdere partijen een betere kwaliteit over minder bacteriën.

De grootste boosdoener in waterleidingen zijn natuurlijk bacteriën, en met name de legionella bacteriën. Vitens kan mij niet beloven – en gaat mij ook niet beloven – dat die er niet meer in zitten, maar dat zou het ideaal zijn (respondent sauna).

Wij als ziekenhuis, maar ook een hele hoop verzorg- en verpleeghuizen moeten een heel streng beleid voeren op het gebied van legionellabeheersing. Wat zou het toch mooi zijn als we in het aangeleverde water geen legionella zouden hebben (...) Of dat kan dat weet ik niet, maar dat zou een wens zijn (respondent ziekenhuis).

Net zoals we zagen bij de betalingsbereidheid rondom minder kalk, is ook hier het beeld dat de partijen die een betere kwaliteit verlangen, hier ook bereid zijn voor te betalen. De uitzondering is de sauna, hierbij moet echter worden aangetekend dat zij op alle punten verbeteringen willen, maar nergens bereid zijn extra voor te betalen.

Hogere druk

Opvallend is dat, behalve de sauna, drie van de vier betrokken grootzakelijke klanten aangeven een hogere druk op prijs te stellen. Dit zijn partijen die op dit moment veelal werken met drukverhogers om binnen de eigen bedrijfsvoering toch de gewenste druk te realiseren. Zo vertelde bijvoorbeeld de respondent van de groothandel van vissen dat extra pompen in hun eigen bedrijf onmisbaar zijn: *“Er zitten twee pompen achter die de druk opvoeren binnen dit bedrijf, om de druk hoog genoeg te houden om die bakken op tijd te vullen, anders red ik het niet in de tijd”*. Ook de andere bedrijven geven aan intern

oplossingen te hebben gevonden om de druk op te voeren. Echter, wanneer Vitens zelf een hogere druk zou kunnen leveren, zouden deze interne aanpassingen overbodig worden, en dus zouden zij een hogere druk van Vitens kunnen waarderen. Deze motivatie werd bijvoorbeeld door de respondent van het betrokken ziekenhuis heel helder verwoord:

We hebben op dit moment behoorlijk wat verdiepingen, en om daar water bovenin te laten komen hebben we pompen die het water naar boven pompen. Dat zijn technische dingetjes die kapot kunnen. Zoals afgelopen donderdag hebben we een noodstroomtest gedaan, en twee frequentieregelaars van die pompen hebben het begeven. Dat geeft best wel een zorg voor dat moment. Als Vitens hogere druk zou leveren, kunnen die er uit. Dat betekent minder onderhoud, minder kans op storingen, dat geeft rust.

Het zou echter te simpel zijn om te stellen dat alle bedrijven die drukverhogers gebruiken een hogere druk van Vitens zouden waarderen. Zo geeft het middelgrote voedingsmiddelenbedrijf ook aan drukverhogers te gebruiken, maar tegelijkertijd tevreden te zijn met de druk geleverd door Vitens: *"Wij gebruiken ook nog wel drukverhogers, naar 5bar bijvoorbeeld, maar de aanvoerbar van 3 bar is eigenlijk wel goed"*.

Hoewel de grootzakelijke klanten die een verbetering wensen over het algemeen bereid zijn hiervoor extra te betalen, is deze minder groot dan de betalingsbereidheid waar het gaat om minder kalk en een betere kwaliteit.

Meer inzicht in verbruikskosten

Grootzakelijke klanten zijn heel tevreden over het inzicht dat zij hebben in hun verbruikskosten. Zo stelt het verpakkingsbedrijf: *"Ik zie de uurverbruiken netjes per maand, dat wordt netjes gemaaild, dus ik kan perfect mijn inzicht zien en ik hou dat ook bij"*. Dat dit niet enkel aardig is voor de statistieken wordt door alle betrokken partijen gevoeld, onder meer door datzelfde verpakkingsbedrijf:

Ik had pas even een probleem dat niet herkend werd door het productiepersoneel, maar door het verbruik zag ik direct 'daar is iets niet goed'. Dus toen ben ik dieper gaan zoeken, en toen kwam ik er al snel achter dat er gewoon in het proces wat fout ging.

Middelgrootzakelijke klanten hebben veel minder inzicht, maar zouden dit wel kunnen appreciëren. Tegelijkertijd lijkt meer inzicht in de verbruikskosten niet een must te zijn, en zijn bedrijven, op een uitzondering na (het theater), er ook niet bereid voor te betalen. De reactie van het middelgrote voedingsmiddelenbedrijf geeft een heldere kijk op de algemene redeneerlijn rondom de wens van meer inzicht in de verbruikskosten:

[Meer inzicht] heb ik daar behoefte aan? Niet heel sterk. Ook omdat water niet duur is. Onze producten hebben een verkoopprijs van 3 tot 5 euro per kilo, dus die watercomponent valt in onze calculaties gewoon volledig weg. (...) Dus meer inzicht is wel aardig, maar ook niet heel veel meer dan dat.

(Inzicht in) storingen en onderbrekingen

Drie van de vier middelgrootzakelijke klanten geven aan minder storingen te willen, waarbij moet worden aangetekend dat ze dit alle zeggen niet omdat ze storingen ervaren, maar vooral omdat ze voelen hoe kwetsbaar ze zijn mocht er een keer iets misgaan.

Als je een brief krijgt dat je misschien bruin water krijgt vind ik dat heel vervelend. Het is not-done dat wij bruin water in onze systemen hebben waar wij

levensmiddelen van produceren. Wat heb ik nu aan zo een brief? Ik wil helemaal geen bruin water, misschien. Weg ermee, los je eigen probleem op. Dat is makkelijk gezegd, maar dat is eigenlijk wel wat ik verwacht. Als er een kraan wordt doorgegraven dan snap ik het, dat is overmacht (respondent middelgroot voedingsmiddelen bedrijf).

Wat bovenstaande quote onder meer weergeeft is dat de tolerantie voor het hebben van storingen en onderbrekingen deels samenhangt met de communicatie rondom dit soort gebeurtenissen. Een drietal klanten geeft zelfs heel specifiek aan meer inzicht in storingen en onderbrekingen te waarderen. De grootzakelijke klanten geven aan dat hier in principe de relatiemanager voor aan de lat staat, en dat wordt gewaardeerd. Tegelijkertijd leeft bij het ziekenhuis bijvoorbeeld de wens als klant ook automatisch, en dus zonder de “omweg” via de relatiemanager, informatie over storingen door te willen krijgen.

Ik zou het heel fijn vinden als er storingen zijn rondom [het ziekenhuis], dat dat ook geautomatiseerd tot ons komt en dat wij dan afhankelijk daarvan leidingen dicht kunnen zetten. Dat die systemen met elkaar gaan praten. Nu gaat er een melding naar Vitens, iemand moet die melding zien, die moet gaan bellen, die moet ergens uitkomen, en dan gaan we de kraan dicht draaien.

Van de middelgrootzakelijke klanten, die het zonder relatiemanager moeten stellen, is er een partij die aangeeft er relatief slecht vanaf te komen als het om de communicatie rondom storingen gaat, hoewel niet helemaal duidelijk is of Vitens aan dit gebrek debet is, of dat dit intern beter afgestemd zou moeten worden. Feit is dat het theater betrokken bij dit onderzoek, waarbij niet het theater zelf maar de gemeente eigenaar is van het pand, aangeeft informatie over onderbrekingen niet adequaat te ontvangen. De wens van deze partij zou zijn dat zij ook als gebruiker van het pand direct van Vitens informatie zouden kunnen ontvangen.

De gemeente is eigenaar van het pand, dus als er lekkages zijn komt dat daar ook terecht (...) Bij huishoudens komt vaak een briefje in de bus, maar dat heb ik hier nog nooit gezien. (...) vooral een e-mail zou heel fijn zijn. Van let op: het water kan bruin zijn omdat er werkzaamheden zijn.

De bereidheid om extra te betalen voor minder storingen, of een betere informatievoorziening rondom storingen of onderbrekingen is zeer beperkt. Klanten vinden dit behoren tot de kerntaken van Vitens, en niet een extra service waarvoor zij extra in de buidel willen tasten. In een enkel geval werd zelfs aangegeven dat Vitens niet zou moeten willen investeren in een uitgebreide infrastructuur rondom de informatievoorziening rondom storingen, vooral daar deze toch nauwelijks zouden (moeten) voorkomen.

Ik vind het echt zo, dat als ik iets belangrijk vind, ik daar bereid voor ben extra te betalen (...) [Maar] ik zou het wel dubieus vinden als Vitens een mooie website gaan bouwen waar ik de storingen kan opzoeken. Dan denk ik van jullie zoeken naar fancy eigentijdse dingen waar, ik denk, geen hond op kijkt. Volgens mij hebben bedrijven als Vodafone en Ziggo dat wel, maar bij water vind ik dat eigenlijk niet aan de orde. Water moet er gewoon zijn, ik verwacht helemaal geen storingen, en als er dan eens in de 50 jaar een storing voorkomt, dan ga ik niet op zo een website kijken (respondent middelgroot voedingsmiddelenbedrijf).

Het ziekenhuis geeft aan, zeker na de storing die zij ervaren hebben, het op prijs te stellen wanneer zij ook geïnformeerd zouden worden over de maatregelen die er genomen worden

om storingen in de toekomst te voorkomen, inclusief bijvoorbeeld de staat van, en het onderhoud aan, de leidingen:

Voor klanten als ons is het gewoon heel belangrijk om te weten wat er gebeurt (...) en ik denk (...) dat er ten aanzien van onderhoud aan het leidingstelsel rondom het ziekenhuis wat minder aandacht is geweest, onvoldoende misschien zelfs (...). In Nederland gaan we er van uit dat het drinkwater eigenlijk altijd goed is, het is ook wel fijn als het aangetoond wordt. Als er bijvoorbeeld een onderhoudsfrequentie is van eens in de drie jaar, het is hartstikke mooi als je dat ook aantoont, net als wij ons onderhoud ook moeten aantonen. Als er een accrediterende instantie hier binnen komt moeten wij het ook aan kunnen tonen dat we onderhoud hebben gedaan (respondent ziekenhuis).

Meer inzicht in actuele kwaliteit

Drie van de acht betrokken partijen geeft tot slot aan meer inzicht in de actuele kwaliteit van het water te waarderen. Ondanks dat andere grootzakelijke klanten aangeven deze data makkelijk te kunnen downloaden, en hier heel tevreden over zijn, is er ook een grootzakelijke klant die aangeeft meer inzicht op dit gebied te waarderen. Ter nuancering is het hierbij wel belangrijk op te merken dat het hier informatie betreft over de kwaliteit van kraanwater in het algemeen, en niet zozeer over het water wat zij op dit moment van Vitens afnemen. De desbetreffende respondent had recentelijk in de krant een bericht gelezen over de gevaren rondom bacteriologische vervuiling, en geeft aan het te waarderen wanneer Vitens zelf met dit soort informatie zou komen.

Lagere prijs

Hoewel 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 buitengewoon laag ervaart. Zo stelde de middelgrote voedingsmiddelenproducent, waarbij Vitens water voor een deel ook direct in hun product komt, bijvoorbeeld: *“Wij verkopen het water, en krijgen daar meer voor dan Vitens. Al zouden ze het verdubbelen, dan vinden we het nog steeds extreem goedkoop”*. Maar ook voor bedrijven waarvoor dat niet geldt, dus waar het Vitens water niet direct wordt doorverkocht, komt het beeld naar voren dat kwaliteit en betrouwbaarheid vele malen belangrijker wordt gevonden. Zo stelde de respondent van een theater: *“[lagere kosten] vind ik niet zo belangrijk. Veel belangrijker is kwaliteit en zekerheid”*. Eenzelfde boodschap werd verwoord door de respondent van de vissengroothandel: *“Als het ineens 1000 euro in het jaar duurder is, dat interesseert me niks. Het moet kwalitatief goed zijn en betrouwbaar.”* Hierbij moet overigens niet het beeld ontstaan dat bedrijven de kosten voor water, zeker wanneer het gaat over grote volumes, volledig negeren en niet nadenken of deze, bijvoorbeeld door het zelf oppompen van water, eventueel zouden kunnen dalen.

Vorig jaar was er even een crisismaatregel om de belasting te verhogen, en dat was wel een behoorlijke belastingverhoging (...) en de prijs van een liter water werd gewoon een derde duurder, of 20-25% duurder, dat vond ik fors. Dat triggerde me wel op dat moment om te denken ja, dan ga ik de afweging [van zelf water oppompen] nog maar eens een keer maken. (...) Vooralsnog heb ik dat nog steeds niet gedaan om de stabiliteit van de watervoorziening van Vitens (...) De kwaliteit ervan heeft een dusdanig lage kostprijs, dat dat voor ons nog steeds rendabel is om het op deze manier te doen.

Naast dat deze houding verklaard kan worden doordat de huidige kosten als laag worden ervaren, heeft het er ook zeker mee te maken dat de kosten voor het uitvallen van de

voorziening van (kwalitatief goed) water wel enorme kostenposten kan veroorzaken. Zo zal op de korte termijn bijvoorbeeld de sauna moeten sluiten, zullen productielijnen stil komen te liggen, en kunnen patiënten grote last ondervinden. Behalve reputatieschade kunnen op de lange termijn ook kosten optreden doordat kwetsbare apparatuur door storingen in de aanvoer van kwalitatief goed water schade op kan lopen. Zo stelde bijvoorbeeld de respondent van het ziekenhuis dat tijdens de storing daar veel zorg uitging naar het lange termijn effect van spoeling: *“Voor bepaalde processen wisten we niet wat de gevolgen zouden zijn. Zou het bij spoelen van bepaalde instrumenten niet slijtage tot gevolg kunnen hebben? Elk instrument is €100.000, dus dat wil je ook niet”*.

Customer Excellence

Vooraf de bij dit onderzoek betrokken grootzakelijke klanten zijn zeer tevreden over de klantgerichtheid van Vitens. Meerdere malen werd aangegeven dat zij hier de afgelopen jaren echt een verandering in hebben ervaren, altijd in de positieve richting. Waar die ervaren klantgerichtheid in zit? Een proactieve benadering, meedenken met de klant, met als toppunt advisering aan de klant wat zelfs in het nadeel van Vitens zou zijn, met andere woorden, een advies waardoor de klant op zijn waterrekening kan besparen. Zo stelde bijvoorbeeld de respondent van een groot verpakkingsbedrijf:

Op een gegeven moment komt er een man en die verteld ik ben van Vitens, relatiebeheer en of we eens een gesprek willen hebben. (...) Ze hebben me echt proactief benaderd aangaande capaciteit, piekvermogen, waterbehoefte. En met hun [Vitens] hebben we toen een heel nieuw contract afgesloten, wat eigenlijk haast ten nadele van Vitens is, maar ten gunste van de klant (...) Dat was voor mij natuurlijk een openbaring. (...) Dat was ik gewoon niet gewend, dat ze zo proactief kwamen. (...) Vitens is gewoon echt goed, prima. 100% resultaat, heel klantvriendelijk. (...) Ja je komt van 0 naar een heel goed niveau in de klantbeleving. (...) Ik ben daar super gecharmeerd van (...) Het is een voorbeeld van hoe de toeleveranciers, vooral op de openbare voorzieningen, zouden moeten denken (...) Vitens kan niet meer kapot wat dat betreft.

Wanneer de grootzakelijke klanten gevraagd werd invulling te geven aan wat zij verstaan onder Vitens customer excellence, kwam heel duidelijk naar voren dat zij dat zien als een beleid waarbij Vitens met de belangen en de interesses van de klant zelf kijkt naar hun waterhuishouding en daarin tracht te assisteren dan wel adviseren. Dit goed doen vereist een individuele aanpak, en inzicht in de unieke processen achter de watermeter. Bovendien gaat het over communicatie en direct contact. Niet enkel bij calamiteiten, maar ook bij veranderingen die de klant zouden kunnen raken, zowel in de kwaliteit als de capaciteit. Welke veranderingen de klant kunnen raken is per bedrijf verschillend. Waar voor sommige partijen een verbetering van de waterkwaliteit, inclusief bijvoorbeeld de afname van kalk in het water, altijd als positief wordt ervaren, is voor andere bedrijven stabiliteit nog veel belangrijker, ook als dit betekent dat de waardes wellicht iets lager dan wel hoger zullen zijn. Dit geldt bijvoorbeeld voor bedrijven die achter de meter ook nog aan de kwaliteit van water sleutelen, om ze hiermee een bedrijfsspecifieke optimalisatieslag te maken. Customer excellence zou volgens de respondenten betekenen dat Vitens hier weet van heeft en daar expliciet rekening mee houdt. Tevens wordt het als zeer belangrijk ervaren dat mochten er vragen zijn, men snel en direct ergens terecht kan voor een deskundig antwoord. Op al deze punten zijn de klanten, zeker wanneer gevraagd werd naar de ervaringen van de afgelopen jaren, zeer positief. Zo vertelde de respondent van een groot ziekenhuis over de communicatie het volgende:

Als er wat is, gelijk melding maken, dat brengt ook een stukje rust. Projecten waar ze bezig zijn met het ontwikkelen van sensoren in het leidingwerk om vroegtijdig afwijkingen vast te stellen en hun gebruikers daarvan op de hoogte te stellen, dat is natuurlijk ook een super actie. Dat zijn ontwikkelingen waar wij graag bij aangesloten zijn, en misschien ook wel gebruik van kunnen maken.

Tot slot gaat customer excellence volgens de respondenten ook over adequaat optreden mocht er onverhoopt toch een keer iets mis gaan. Het bij het onderzoek betrokken ziekenhuis heeft in de afgelopen paar jaar te maken gehad met een verontreiniging in het aangeboden water en dus met het handelen van Vitens na een melding hiervan. Ook hier is men positief over.

Eerst hebben wij op internet gekeken of er meldingen waren van werkzaamheden, breuken of wat dan ook. Daar was eerst niets zichtbaar. Toen heb ik contact gelegd met Vitens (...) en zij wisten ook niet precies de oorzaak op dat moment, maar ze hebben vanaf het eerste moment wel heel goed meegewerkt (...) Vitens is gelijk hier naar toe gekomen met monteurs, om te kijken 'wat is het?' en 'hoe veel is het?' en ze zijn enorm veel water gaan spuien op de straten rondom [het ziekenhuis] om te zorgen dat die verontreiniging verdween. Daarna is uit voorzorg een tijdelijk filter geplaatst, die fijne deeltjes op zou vangen, en daarna wordt het water ook nog gedesinfecteerd met UV.

Middelgrote bedrijven, die het zonder relatiemanager moeten stellen, zijn ook tevreden over Vitens. Tegelijkertijd ervaren zij hun relatie met Vitens in vergelijking met de grootzakelijke klanten als een afstandelijke relatie. Zo omschreef de respondent van een sauna de relatie met Vitens als volgt: *"de factuur komt en that's it"*. Geen van de betrokken middelgrote bedrijven ervaart deze relatief afstandelijke relatie met Vitens overigens als een probleem. Zij geven aan in Vitens een betrouwbare partij te zien die in staat is met een hoge leveringszekerheid water van goede kwaliteit te leveren. Waar grootzakelijke klanten echter spreken over een voorbeeldfunctie of een kentering in het gevoel van serviceverlening in de afgelopen jaren, is er in de perceptie van de middelgrote klanten op dit gebied weinig tot niets veranderd. Zo stelde bijvoorbeeld de respondent van een middelgroot voedingsmiddelenbedrijf:

Wat ze goed doen is dat ze binnen de wettelijke eisen leveren. Eigenlijk verwacht je ook dat precies. Dus het voldoet. Welke management ideeën er ook veranderd mogen zijn, dit deden 30 jaar geleden waarschijnlijk gewoon ook al. Nu hebben we het over customer excellence, maar feitelijk is er niets veranderd. Er komt gewoon water uit de kraan. Dat is heel fijn, misschien ook heel normaal.

Wanneer de middelgrote klanten gevraagd werd na te denken over wat Vitens customer excellence voor hen zou kunnen betekenen, ging het met name over het aanbieden van eventuele services achter de meter, of – wat we ook zien bij de grootzakelijke klanten – een bedrijfsspecifieke advisering over de optimalisering van efficiëntie en verbruik(skosten).

Relatiemanager

Waar alle grootzakelijke klanten het unaniem over eens zijn is hun grote tevredenheid met het hebben, en nog veel belangrijker, het functioneren van de Vitens relatiemanager. Ook na aandringen en de herbevestiging dat de rapportage anoniem zou geschieden en dat men dus vrijuit kon spreken, bleef men vol lof over hun eigen relatiemanager. Zo noemde de respondent van de visgroothandel bijvoorbeeld het contact heel markt- en klantgericht. Ook de andere grootzakelijke klanten zijn uitermate positief over het contact dat zij hebben met hun relatiemanager:

Het contact is heel erg goed. Wij hebben een accountmanager en ik zou bijna zeggen van we kunnen elkaar dag en nacht bellen als het nodig is. Dat is gewoon hartstikke goed (...) Ik hoef maar te bellen en er komt actie. Dat is gewoon flexibel, meedenkend, en een proactieve houding. Een open houding (respondent groot voedingsmiddelenbedrijf).

Heel goed contact, we weten elkaar blind te vinden, dat is heel mooi en zinvol (...) Als hij me belt dan is het ook gelijk van 'er is niks met het water aan de hand' en dan gaan we verder praten (...) Als ik een vraag stel dan zoekt hij (de relatiemanager) dat uit en komt er netjes op terug. Dat vind ik echt professioneel (...) Voor mij is het heel prettig werken, omdat ik een paar telefoonnummers heb, en ik heb er ook echt vertrouwen in dat het opgepakt wordt en serieus behandeld wordt (respondent groot ziekenhuis).

Interessant is dat de grootzakelijke klanten de houding en de benadering naar hen toe, met de relatiemanager als het gezicht van deze aanpak, ervaren als heel marktgericht en "dus" positief. Zo stelde de respondent van een ziekenhuis bijvoorbeeld: *"Als ik nu wil bellen en ik zeg 'er is iets aan de hand' dan weet ik zeker dat ze binnen een uur hier zijn (...) Ik zie het niet als een soort overheid waar je echt verzuipt in de telefoonnummers"*. Tegelijkertijd, en ook dat wordt als zeer positief ervaren, hebben zij het beeld dat wanneer het gaat over de bedrijfsvoering van Vitens zelf, ze te maken hebben met een partij die zich voornamelijk manifesteert als een overheidspartij, een partij die winst maken niet als het belangrijkste doel ziet.

Als ik meer vissen kan verkopen dan zal ik het niet laten natuurlijk. Energiebedrijven en waterbedrijven denken tegenwoordig toch wel anders (...) met de milieugedachte natuurlijk in het achterhoofd. (...) En dat is natuurlijk nog wel overheid denken. Nou denk ik dat dat goed is (respondent groothandel vissen).

Niet geheel onverwacht kwam in dit soort gesprekken over de dienstverlening en opstelling van Vitens ook meerdere malen aan de orde dat bedrijven helemaal geen keuze hebben eventueel te kiezen voor een andere drinkwaterleverancier. Juist vanwege deze unieke omstandigheid wordt de proactieve en klantgerichte houding van Vitens extra gewaardeerd. Zo stelde de respondent van een groot voedingsmiddelenbedrijf:

Je kunt maar met één partij praten (...) je concurrentiepositie is nul, en je mogelijkheden om een prijs vergelijkend onderzoek te doen, of verschillende leveranciers te vragen van doe mij een offerte, die is er niet. Als klant zijnde voelt dat geïsoleerd. Maar aan de andere kant is het ook zo dat Vitens al geruime tijd zegt van wij willen een proactieve houding, een klant gerichte houding, dus wat kunnen we doen? hoe ziet het er uit? We willen meedoen met de markt, ook al weten we dat we in een uitzonderingspositie zitten. Vanuit die positie denk ik dat ze zich prima opstellen.

Ondanks dat in het huidige Vitens beleid enkel grootzakelijke klanten contact hebben met een relatiemanager is ook aan de middelgrote klanten gevraagd hoe zij idealiter de contacten met Vitens zouden willen invullen, inclusief de optie van bijvoorbeeld een jaarlijks bezoek van een relatiemanager. Bij de partijen betrokken bij dit onderzoek was deze wens er niet. Hoewel zij vrij minimaal contact hebben en enkel communiceren via de rekening of via de algemene klantenservice, ervaren zij dat als prima en als een manier van contact die goed aansluit bij hun eigen behoeften. Zo stelde de respondent van een sauna: *"Als het gewoon*

goed loopt hoeft er niet iemand langs te komen om een kop koffie te drinken, dat heeft dan weinig zin”.

Service achter de meter

Wanneer de betrokken partijen gevraagd werd mee te denken over hoe Vitens binnen de gedachte van customer excellence nog dichter op de wensen en behoeften van de klant zou kunnen aansluiten, is meerdere malen een discussie ontstaan over de wenselijkheid van een grotere betrokkenheid van Vitens achter de meter. Zoals in de inleiding van dit hoofdstuk beschreven, wordt door veel zakelijke klanten het Vitens water nog op de een of andere manier aangepast aan de specifieke wensen van de klant (drukaanpassing, ontharding etc.) en/of pompt men ook zelf water op. Op dit moment is daar over het algemeen geen of weinig contact over met Vitens, niet als het gaat om advies, ook niet als het gaat om bijvoorbeeld een stuk dienstverlening. Op de vraag in hoeverre Vitens betrokkenheid achter de meter gewenst zou zijn lopen de meningen sterk uiteen. Een aantal partijen geeft aan het mogelijk een interessante optie te vinden als Vitens ook dit soort services zou aanbieden. Zo stelt bijvoorbeeld de respondent van het verpakkingsbedrijf hier mogelijk geïnteresseerd in te zijn. *“Misschien dat ze dat [services achter de meter] ook wel kunnen aanbieden. Ik zou daar wel voor willen betalen, dan heb ik het helemaal goed voor elkaar”.* Ook het grote voedingsmiddelenconcern kwam met het idee dat het voor hen mogelijk interessant zou zijn als Vitens een deel van de zorg van bijvoorbeeld de eigen winning zou overnemen.

Heel simpel gezegd, wij hebben een eigen waterwinning. Dat is geen corebusiness. Natuurlijk gaat dat goed. Maar wil je daar veel aandacht op hebben, of kan je dat beter aan een specialist overlaten? Vitens is een specialist. (...) Het is een gedachte, geen must.

Andere partijen zien “bemoeienis” van Vitens achter de meter veel minder zitten. Hierbij speelt bijvoorbeeld het idee dat Vitens als een onafhankelijke partij en expert niet zou moeten adviseren over andermans producten achter de meter, bijvoorbeeld omdat hiermee diezelfde onafhankelijkheid op het spel zou kunnen komen te staan.

Ik denk niet dat dat [Vitens] de partij is om dat soort vragen aan te stellen (...) er zijn leveranciers van waterontharders, er zijn leveranciers van UV-lampen, van chemicaliën om een waterleiding te reinigen (...) Als zij gaan adviseren van koop bij dat bedrijf dat product zou dat direct de onafhankelijkheid van Vitens aantasten. Ik denk dat dat moeilijk is, dat het dubieus wordt, tenzij Vitens misschien zelf die service zou leveren. Maar dan zitten ze misschien andere marktpartijen weer in de wielen die dat nu doen (...) Er zijn marktpartijen die er hun brood mee verdienen. Ik zie een drinkwaterbedrijf als een nutsbedrijf die heel veel geld binnenhaalt door simpelweg het leveren van water vanuit een monopolypositie. Ik zou het heel dubieus vinden als daar dan een soort commercieel hoekje is (...) omdat je publiek geld gaat mengen met geld op de markt. (...) Als je monopolyposities inneemt dan moet je wegblijven van de markt (representant middelgroot voedingsmiddelenbedrijf).

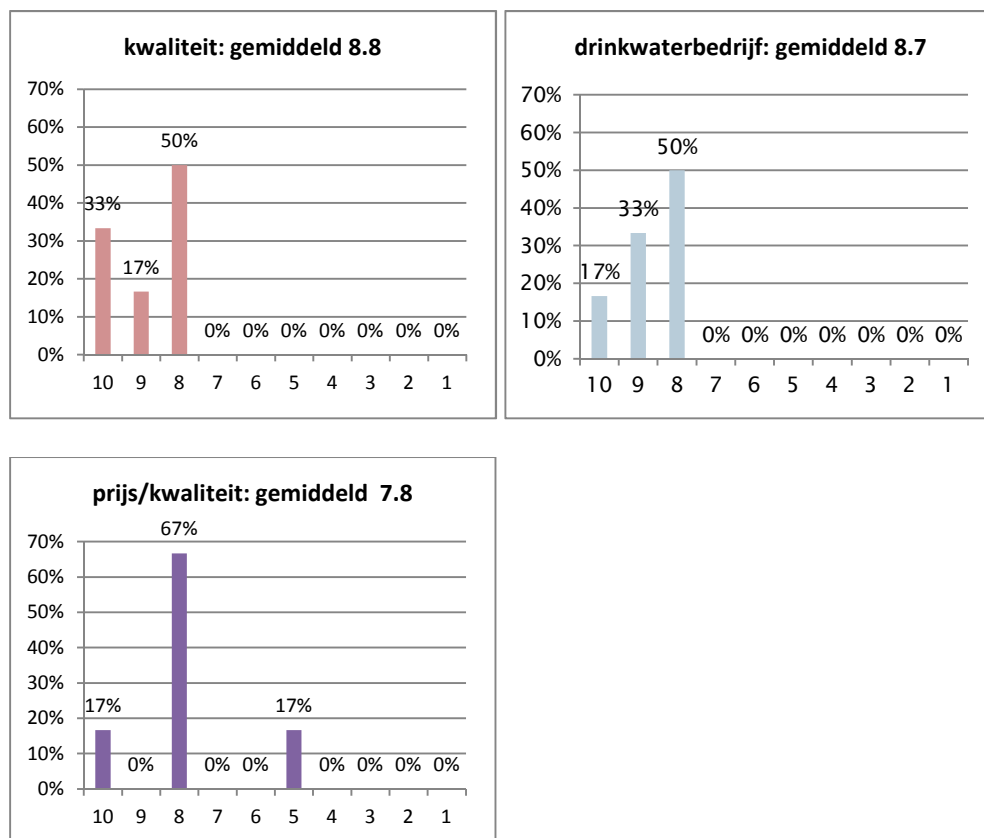
Bovenstaand fragment uit het interview met het middelgroot voedingsmiddelenbedrijf staat niet op zichzelf. Ook andere bedrijven hebben aangegeven te twifelen of Vitens wel de aangewezen partij is om zich met services achter de meter bezig te houden. Zo stelde bijvoorbeeld de representant van het ziekenhuis in relatie tot legionellabeheer het volgende: *“Er zijn ontzettend veel partijen die dat aanbieden, ik zie daar niet echt een rol als kerntaak voor Vitens in. Omdat het achter de meter is. Wat zij moeten is voornamelijk focussen op wat vóór de meter is, en dat in principe goed doen”.*

4.3 Kleinzakelijke klant

Om een beeld te krijgen wat kleinzakelijke klanten, zoals kappers, tandartsen en horecaondernemers, belangrijk vinden waar het hun kraanwater aangaat was in dit onderzoek oorspronkelijk voorzien om met deze klanten een focusgroep te organiseren. Ondanks inspanningen van de onderzoekers en de wil om hiervoor een selectiebureau in te schakelen, is dit vanwege een gebrek aan interesse van deze groep niet gelukt. Uiteindelijk is er voor gekozen om de wensen en de behoeften van deze groep te verkennen middels een online survey, die, wederom vanwege de moeilijkheid deze doelgroep warm te krijgen voor kraanwateronderzoek, door de Vitens projectroep is uitgezet binnen het eigen netwerk. Een zestal kleinzakelijke klanten heeft hier uiteindelijk gehoor aan gegeven, waaronder 2 kappers, een makelaarskantoor, een café/restaurant, een hotel, en een huidverzorgingspraktijk. De resultaten van de survey staan beschreven in onderstaande sectie, waarbij moet worden opgemerkt dat gezien het zeer kleine aantal respondenten, de resultaten enkel geïnterpreteerd kunnen worden als een eerste verkenning.

Tevredenheid

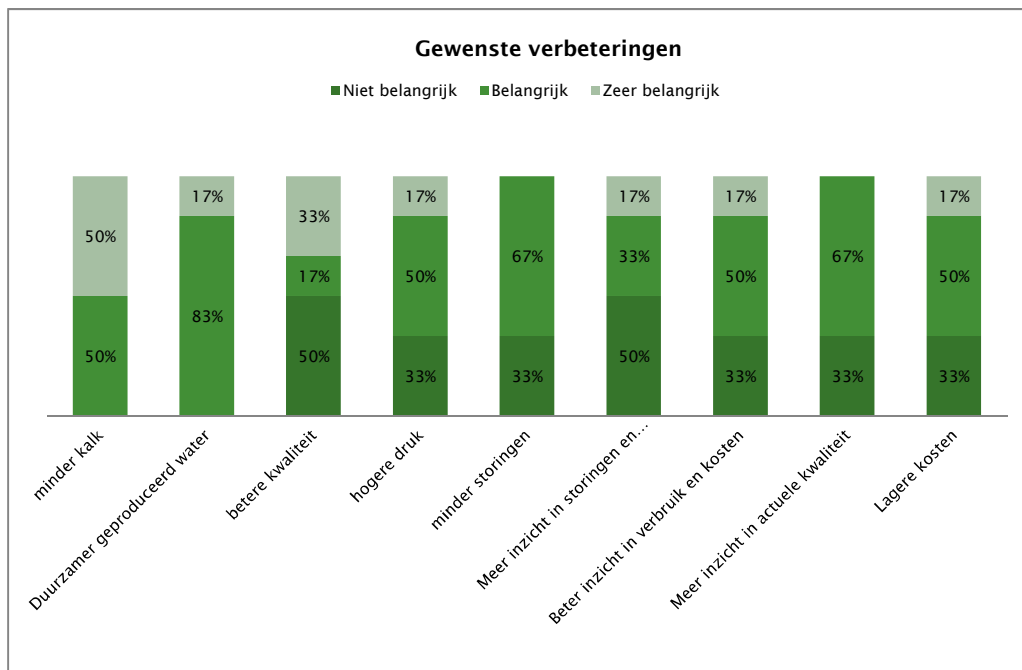
Op basis van de enquêteresultaten kunnen we, hoewel we dus gezien het kleine aantal respondenten enkel kunnen spreken van een verkenning, afleiden dat net als huishoudens en (middel)grootzakelijke klanten ook de kleinzakelijke klanten van Vitens zeer tevreden zijn met de kwaliteit van het kraanwater, het drinkwaterbedrijf in het algemeen, en de prijs/kwaliteitverhouding van het kraanwater (Figuur 4-4). De gemiddelde rapportcijfers zijn een 8.8 voor de kwaliteit, een 8.7 voor het drinkwaterbedrijf en een 7.8 voor de prijskwaliteitverhouding. Niemand van de deelnemende Kleinzakelijke klanten heeft de afgelopen 6 maanden een storing ervaren in de levering van zijn of haar kraanwater.



FIGUUR 4-4 RAPPORTCIJFERS KLEINZAKELIJKE KLANTEN VOOR DE KWALITEIT VAN HET KRAANWATER, HET DRINKWATERBEDRIJF IN HET ALGEMEEN EN DE PRIJS/KWALITEITVERHOUDING.

Zorgen en wensen

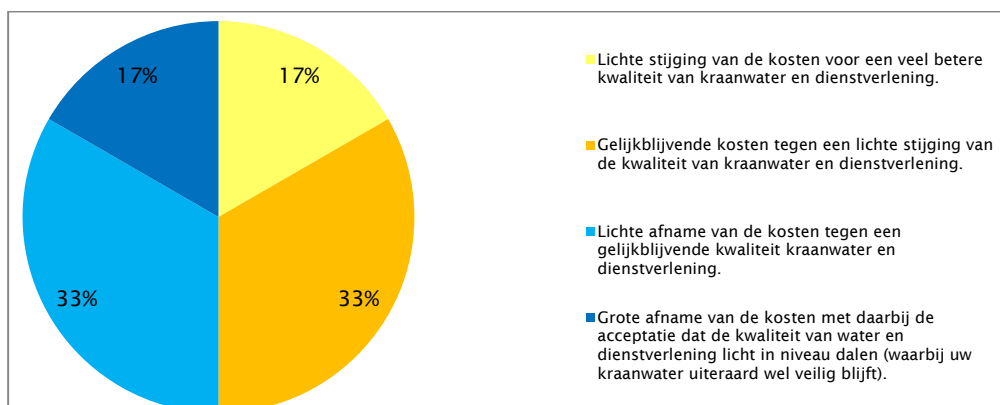
Op één klant na, die aangeeft zich wel eens zorgen te maken over zowel de kwaliteit van de beschikbare bronnen voor het maken van kraanwater (kwantiteit) als de kwaliteit van kraanwater, maakt geen van de bij dit onderzoek betrokken kleinzakelijke klanten zich zorgen rondom kraanwater. Wel geven zij aan wensen te hebben, en verlangen hierbij, in lijn met de overige klantgroepen, met name verbeteringen rondom minder kalk en meer duurzaam geproduceerd water, zie Figuur 4-5.



FIGUUR 4-5 GEWENSTE VERBETERINGEN DOOR DE KLEINZAKELIJKE KLANT

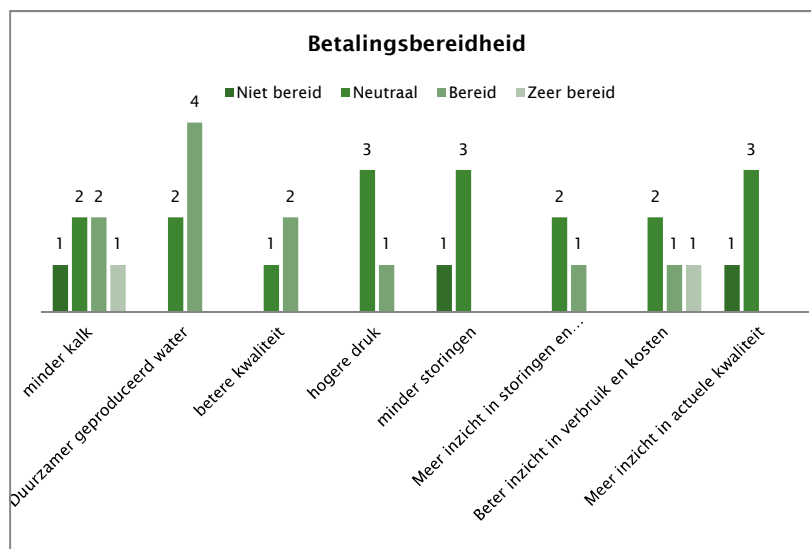
Betalingsbereidheid

In lijn met de vragen die zijn voorgelegd aan de huishoudelijke klanten is ook bij de kleinzakelijke klant verkend in hoeverre zij bereid zijn te betalen voor de door hen gewenste verbeteringen, voorafgegaan door een algemene vraag over de gewenste ontwikkelingen van de hoogte van de rekening in relatie tot de kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening van het drinkwaterbedrijf. Zoals Figuur 4-6 laat zien, prefereert een meerderheid van de respondenten ofwel gelijkblijvende kosten tegen een lichte stijging van de kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening of een lichte afname van de kosten tegen een gelijkblijvende kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening.



FIGUUR 4-6 DE ONTWIKKELING VAN DE REKENING IN RELATIE TOT DE KWALITEIT VAN HET KRAANWATER EN DE DIENSTVERLENING VAN HET DRINKWATERBEDRIJF VOOR DE KLEINZAKELIJKE KLANT

Kijken we naar de betalingsbereidheid voor de gewenste verbeteringen valt op dat, anders bij de grootzakelijke en middelgrootzakelijke klant, kleinzakelijke klanten relatief vaak bereid zijn te betalen voor meer duurzaam geproduceerd water. Gezien het geringe aantal deelnemers kunnen hier echter geenszins harde conclusies aan worden verbonden.



FIGUUR 4-7 AANTAL KLEINZAKELIJKE RESPONDENTEN DAT BEREID IS TE BETALEN VOOR GEWENSTE VERBETERINGEN

4.4 Kwetsbare klant

In het kader van de inventarisatie van de wensen en behoeften van de (groot)zakelijke klant hebben twee interviews plaatsgevonden om ook beter zicht te krijgen op de zogenaamde “kwetsbare” klanten van Vitens, ofwel klanten die speciale aandacht nodig hebben in geval van veranderingen of verstoringen in de drinkwaterlevering (kwalitatief en/of kwantitatief). Daartoe is gesproken met: (I) een patiënt die thuis drie keer per week dialyseert (hemodialyse, dialyse d.m.v. een kunstnier); en (II) Dianet, een zorginstelling en expertisecentrum voor nierfunctievervangende therapieën (onder andere) actief in het Vitens verzorgingsgebied.

Thuisdialyse

In Nederland zijn er rond de 6500 mensen die dialyseren, waarvan er 260-270 thuis. Deze laatste groep is groeiende, onder anderen door de druk vanuit zorgverzekeraars die de patiënt liever thuis ziet dialyseren. Organisaties als Dianet spelen een belangrijke rol in de zorg van dialysepatiënten, onder meer door woningen van mensen thuis in te richten voor thuisdialyse, door met patiënten contact te onderhouden in geval van calamiteiten en tevens door dialyse binnen de eigen muren te faciliteren. Voordat thuisdialyse mogelijk is, wordt gewoonlijk een lang proces doorlopen. Na aanmelding door de eigen arts wordt bekeken of de woning geschikt is voor thuisdialyse, of de patiënt getraind kan worden om zelf de dialyse uit te voeren en zal na groen licht de training gegeven worden en de installatie van de apparatuur thuis geplaatst. Dit proces kan zo’n 3-5 maanden duren, afhankelijk van de patiënt en het gekozen traject. De apparatuur die moet worden aangesloten in huis zijn een RO (met continue kwaliteitsmeter) en de daadwerkelijke dialyseapparatuur. Daarnaast moet een keerklep geplaatst worden en wordt een scheiding gemaakt in huis: de ruimte moet medisch gezien in orde zijn om veilig te kunnen dialyseren. Iedere drie maanden wordt bij de patiënten thuis een kweek bij de RO afgenomen als extra controle op de kwaliteit van het water en na werkzaamheden e.d. worden de filters van de RO vervangen.

Relatie met Vitens

Gedurende het aanmeldingstraject is in principe geen contact tussen de patiënt en het drinkwaterbedrijf. De patiënt wordt echter wel door Dianet (of een collega organisatie) aangemeld bij het betreffende drinkwaterbedrijf en hierbij op de lijst met ‘kwetsbaren’

geplaatst. Bij chloreren, spuien, werkzaamheden e.d. is het noodzakelijk de patiënt op de hoogte te brengen omdat het dialyseren door moet kunnen gaan. De patiënt is voor zijn leven afhankelijk van het dialyseren, d.w.z. sommige patiënten dialyseren 4-5 uur om de dag, anderen 4-5 uur iedere dag en weer anderen gedurende de hele nacht van iedere nacht van de week. Indien om redenen (werkzaamheden) de patiënt niet thuis kan dialyseren moet de patiënt dit in het ziekenhuis doen. De lijst met kwetsbare patiënten wordt continu bijgewerkt en ieder half jaar extra gecontroleerd en afgestemd tussen Dianet en de drinkwaterbedrijven. De patiënt wordt hiervan verder zelf niet op de hoogte gehouden, dus na de eerste aanmelding ontvangt de patiënt geen bevestiging meer dat zij (nog altijd) op deze lijst staan. Wensen voor extra bevestiging zijn niet direct bij Dianet binnen gekomen, al gaf de geïnterviewde patiënt aan een jaarlijkse bevestiging hiervan wel prettig te vinden (bijvoorbeeld door een vermelding op de factuur).

De huidige taakverdeling rondom een melding van werkzaamheden of een calamiteit, waarbij het drinkwaterbedrijf de patiënt belt, de patiënt vervolgens vaak zelf weer contact opneemt met Dianet en Dianet vervolgens weer met het drinkwaterbedrijf, lijkt omslachtig. Dianet wordt gebeld door een patiënt, terwijl Dianet zelf niet altijd op de hoogte is van hetgeen het drinkwaterbedrijf aan de patiënt gemeld heeft. Mogelijk is hier een verbeterslag te maken, Vitens en Dianet gaan hier verder over in overleg. Mede omdat de patiënten bij Dianet een vast contact hebben in de vorm van een maatschappelijk werkster welke de patiënt verder helpt is het in deze verkenning goed ook specifiek die rol mee te nemen. Direct contact met het drinkwaterbedrijf ligt wellicht minder voor de hand. Reeds nu is het zo dat in geval van calamiteiten of een ongeruste patiënt door de patiënt over het algemeen met Dianet contact wordt opgenomen, en niet met het drinkwaterbedrijf. Zodra een patiënt belt, reageert de technische dienst van Dianet door enkele gerichte vragen te stellen aan de klant om e.e.a. te checken en de eerste ongerustheid daarmee weg te nemen. Onder anderen wordt gevraagd of men bruin water heeft, echt geen brief heeft ontvangen en even navraag te doen bij de burens of desnoods bij de werklui zelf wat hun bezigheid is. In de nadere afstemming tussen Dianet en Vitens kan ook het punt privacy rondom de lijst met kwetsbare personen worden meegenomen. Thans is onduidelijk of de patiënten met toestemming op de lijst staan, welke binnen Vitens breed gedeeld wordt, juist omdat er zoveel mensen betrokken zijn bij het bestrijden van calamiteiten. Dianet heeft hierover aangegeven verantwoordelijk te zijn voor het dialyseren thuis, waarbij zij van de patiënt verwachten dat deze goedkeuring geeft voor het delen van deze gegevens omdat anders hun werk onmogelijk wordt gemaakt.

Voor de patiënt zijn in het bijzonder drie zaken van belang als het gaat om het leveren van kraanwater: leveringszekerheid, continue kwaliteit, en informatie. De apparatuur is gevoelig en indien er een calamiteit is, moet de patiënt naar het ziekenhuis toe om te dialyseren. Als je het waterverbruik en de gewenste druk bekijkt van een thuisdialysepatiënt dan verschilt deze sterk van de doorsnee particuliere klant. Tijdens de dialyse wordt gemiddeld zo'n 700-800ml water per minuut verbruikt, wat betekent 42-48 liter per uur. Een dialyse duurt 4-5 uur dus de range is 168-240L per keer dialyseren. Daarnaast wordt de RO iedere 4 uur doorgespoeld wat ook extra waterverbruik met zich mee brengt. Het devies bij het dialyseren is bovendien: hoe vaker of hoe langer, hoe beter. Gezonde mensen hebben een nier die 24 uur per dag, 7 dagen per week werkt, dus als je thuis dialyseert is vaker en langer mogelijk, om een gezonder lichaam te houden met minder (eet- en drink)beperkingen. De RO apparatuur thuis heeft ongeveer 1,4bar druk nodig om te functioneren, waarbij het plaatsen van de verplichte keerklep de eerste 0,9bar reeds wegneemt. De patiënt heeft dus een minimale druk nodig van 2,3bar om te kunnen dialyseren. Problemen met de druk bij mensen thuis wordt aangemerkt als groeiend probleem door Dianet, niet altijd is er voldoende druk aanwezig bij de mensen thuis om goed te kunnen dialyseren. Door alle

betrokkenen wordt een vast contactpersoon om deze problemen mee te bespreken gezien als wenselijk.

4.5 Conclusies

Over het algemeen komt uit de interviews het beeld naar voren dat de (middel)grootzakelijke klant zeer tevreden zijn over hun water en Vitens en zich weinig tot geen zorgen maken over de levering van goed en betrouwbaar kraanwater, zowel wanneer het gaat over het heden als over de toekomst. Vooral de grootzakelijke klanten zijn zeer tevreden over de klantgerichtheid van Vitens, inclusief de instelling en professionaliteit van de Vitens relatiemanagers. Meerdere malen werd aangegeven dat zij hier de afgelopen jaren echt een verandering in hebben ervaren, altijd in de positieve richting. Uiteraard zijn er altijd wensen en verbeterpunten, met name waar het gaat over (i) de afname van de kalk en (ii) meer duurzaam geproduceerd water. Opvallend is dat de grootzakelijke klanten relatief minder wensen voor verbetering hebben dan de middelgroot zakelijke klanten.

Hoewel 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 zijn bedrijven dan ook best bereid voor gewenste verbeteringen te betalen. Echter, dit is met name het geval voor verbeteringen die hen uiteindelijk ook geld kan besparen, zoals bijvoorbeeld de gewenste verbetering rondom een afname van kalk. Voor de gewenste vergroening is men opvallend genoeg veel minder bereid te betalen, deze verbeterslag wordt veel meer gezien als een verantwoordelijkheid van Vitens zelf.

Ook het beeld van de kleinzakelijke klant is dat zij over het algemeen zeer tevreden zijn met Vitens. Er zijn geen bijzonderheden of opvallende wensen, zorgen of behoeften geconstateerd. De zorg rondom de kwetsbare klant is echter wel een aandachtspunt. Verbeteringen zijn mogelijk te realiseren in de huidige informatievoorziening en de infrastructuur rondom het melden van veranderingen of verstoringen in de drinkwaterlevering naar bijvoorbeeld thuisdialysepatiënten.

5 Handelingsopties

5.1 Van klantbeleving tot handelingsopties

Een belangrijk doel van dit onderzoek is uiteindelijk om handvatten aan te reiken waarmee de Vitens infrastructuur binnen het assetmanagement proces op een manier kan worden ingericht dat de klanttevredenheid toeneemt. Om een eerste verkenning te maken hoe de gevonden perspectieven vertaald kunnen worden naar concrete handelingsopties, is na de afronding van de Q-methodologie (fase 2a) en voor de start van de survey (fase 3) een interactieve werksessie georganiseerd, waarbij aanwezig experts vanuit zowel KWR als Vitens.¹²

Tijdens deze sessie werden de deelnemers, geïnspireerd door de gevonden perspectieven, in twee groepen uitgedaagd na te denken over concrete handelingsopties: opties om de infrastructuur zo in te richten dat de klanttevredenheid toeneemt. Hierbij is aangegeven dat dit zowel robuuste handelingsopties kunnen zijn (waarvan wordt verwacht dat ze resulteren in een toegenomen tevredenheid vanuit meerdere perspectieven) als gedifferentieerde handelingsopties (toegespitst op specifieke perspectieven). Onderstaand een korte opsomming van de ideeën die tijdens deze sessie per perspectief naar voren zijn gekomen.¹³



FIGUUR 5-1 SFEERIMPRESSIONE EXPERTSESSIE (I)

¹² Belangrijke motivatie om de expertsessie te plannen ten tijde, en niet pas na afloop, van het onderzoek is dat op deze manier de mogelijkheid is gecreëerd om uitkomsten van de sessie in de survey mee te nemen. In de uiteindelijke vragenlijst zijn volgens plan meerdere scenario's opgenomen die ontwikkeld zijn tijdens deze sessie.

¹³ Een uitgebreide rapportage van de uitkomsten van deze sessie is opgenomen in Bijlage IX.

Handelingsopties Egalitair & Solidair: het 'zij' perspectief

Alle geïdentificeerde handelingsopties voor dit perspectief zijn te scharen onder het thema 'optimaliseren van het maatschappelijke systeem van water'. Het herindelen van de tariefstructuur is hierbij één van de meest in het oog springende ideeën om deze groep klanten te bedienen. Hiervoor zijn enkele opties aangedragen, waaronder het opzetten van een 'sociaal waterfonds' via bijvoorbeeld (gemeentelijke) belastingen, om huishoudens van water te voorzien die het echt niet voor elkaar krijgen de eindjes aan elkaar te knopen. Of anders nog, het wijzigen van de tarieven naar een progressief stelsel, waarbij de eerste kubieke meters water goedkoop of zelfs gratis zijn, en naarmate het verbruik groeit de kubieke meterprijs hoger wordt. Op deze wijze is water in beginsel voor alle huishoudens toegankelijk en kan men naar wens en draagkracht besluiten meer te verbruiken.

Naast deze wijziging van het tariefstelsel leeft bij dit profiel duidelijk het beeld dat het drinkwaterbedrijf in de ogen van deze klant vooral een nutsfunctie heeft, deze ook dient na te streven, en samenwerking dient te zoeken met andere nutsbedrijven waar mogelijk. Het doel hierachter is het omlaag halen van de maatschappelijke kosten.

Dat water voor iedereen toegankelijk moet zijn, kan het drinkwaterbedrijf, zo is het idee, verder faciliteren door tappunten op openbare plaatsen te plaatsen (Join the Pipe). Solidair is ook het importeren en exporteren van (drink)water, waarbij verder wordt gedacht dan de grenzen van het eigen verzorgingsgebied, de provincie, of zelf de landsgrenzen. Deze opties zijn mogelijk, als het ten goede komt aan de maatschappij, dat wil zeggen lagere maatschappelijke kosten, of maatschappelijk gewin door bijvoorbeeld een eerlijkere verdeling van water.

Handelingsopties Egocentrisch en Kwaliteitsgericht: het 'ik' perspectief

De 'Egocentrische en Kwaliteitsgerichte' klant werd tijdens de sessie gezien als 'de klant die bang is dat het water niet goed is'. Als drinkwaterbedrijf kun je hier volgens de deelnemers op ten minste drie fronten op inspringen.

In de eerste plaats kan deze klant tegemoet gekomen worden door het aanbieden van point-of-use applicaties voor thuis (zuivering, kwaliteitssensor bij de watermeter of tappunt), waarbij de klant kan zuiveren tot een voor zijn of haar eigen gevoel 'veilig' niveau. Een vraag voor het drinkwaterbedrijf hierbij is wie deze systemen zal leveren en de verantwoordelijkheid hierover neemt.

Daarnaast leeft het idee dat de veiligheid van de bronnen voor deze klant van belang is, waarbij geen enkel risico genomen dient te worden. Dit kan in de praktijk betekenen dat winningen niet bij industrieel of stedelijk gebied in de buurt mogen liggen, en verplaatst dienen te worden naar een meer natuurlijke omgeving. Hierbij werd aangedragen dat een interactief display zoals dat in de energiewereld wordt gebruikt (bijvoorbeeld TOON), met informatie over de waterkwaliteit en storingen van bron tot tap, een welkom middel is voor deze klant.

Deze informatievoorziening haakt aan bij het derde punt, de communicatie rond de watervoorziening. Momenteel wordt terughoudend over de waterkwaliteit gecommuniceerd en bijvoorbeeld geen stelling genomen als het gaat om waterontharders bij mensen thuis. Er leeft angst over bijvoorbeeld chemicaliën en antropogene stoffen in het water, er zou meer focus kunnen liggen op 'mijn water is top!'. Door te communiceren over de feiten en online monitoring voor de klant inzichtelijk te maken, kun je deze angst wellicht wegnemen, waarbij de vraag speelt of de angst van de klant gebaseerd is op een gevoel en of deze klant ook vatbaar is voor de feiten rond de drinkwaterwinning en productie.



FIGUUR 5-2 SFEERIMPRESSIE EXPERTSESSIE (II)

Handelingsopties Nuchter & Vol Vertrouwen: het 'jullie' perspectief

Deze groep klanten is volgens de deelnemers aan de expertsessie eigenlijk heel tevreden en houdt van een goede performance, ook onder extreme omstandigheden. Omdat de technologie het mogelijk maakt, is de wens van deze groep klanten dat ook het water steeds zuiverder wordt, blindelings vertrouwen in het functioneren van het drinkwaterbedrijf is hier aan de orde. Echter, deze klant wenst geen afvalwater als bron te gebruiken, zelfs niet als de techniek dat toelaat.

Omdat de groep zoekt naar een 24/7 levering en goede performance in zowel 'normale' als extreme omstandigheden speelt het beheer van bronnen en assets met een risico mijdende insteek hier een belangrijke rol. Dit gaat momenteel erg goed, maar in de toekomst moet het drinkwaterbedrijf meegroeien met de ontwikkelingen in de maatschappij om in de fysieke leefomgeving deze klant tevreden te houden.

Zoals ook de klanten uit het profiel Egalitair & Solidair kan deze klant mogelijk tegemoet gekomen worden door een sociaal fonds of een nieuw tarievenstelsel, zeker wanneer dat betekent dat minder of zelfs geen huishoudens meer worden afgesloten van het leidingnet, immers iedereen heeft recht op water. Naast de eerder genoemde opties kwam hier nog de mogelijkheid van een prepaid watermeter aan bod, waarmee je in zekere zin huishoudens tegen zichzelf in bescherming neemt. In het kader van 'voorkomen is beter dan genezen' kan ook de publieke taak van het drinkwaterbedrijf hier anders worden bekeken, en in samenwerking met bijvoorbeeld gemeenten en andere nutsbedrijven een vroegtijdig signaleren worden opgezet.

Handelingsopties Bewust & Betrokken: het 'wij' perspectief

De klanten binnen het profiel Bewust & Betrokken hebben een 'groene' insteek, wat te zien is in de geopperde handelingsopties. Het gebruik van duurzame energie in het productieproces,

het terugwinnen van reststoffen, drukverlaging op het leidingnet t.b.v. energiebesparing, het is in de ogen van deze klant mogelijk, mits het geen afbreuk doet aan de kwaliteit.

Ook het verstrekken van drinkwater op openbare tappunten (Join the Pipe) en meedenken van het drinkwaterbedrijf 'achter de meter' om energieverbruik terug te dringen zijn aan de orde. Een vervolgstap op dergelijke groene initiatieven is het sluiten van de waterketen (waterketenbedrijf wellicht zelfs), lokaal hergebruik van water, opvang van water voor de tuin of het aanleveren van een halffabricaat via het leidingnet om via point-of-use zuivering de 3% voor drinkwater gebruik op te waarderen en de overige 97% voor toilet e.d. minder te zuiveren behoren tot de mogelijkheden waar deze groep klanten mogelijk voor open zou kunnen staan, mits deze niet ten koste gaan van de kwaliteit.

Daarnaast is volgens de experts ook voor deze klant een nieuw tariefstelsel open voor discussie, al is het niet wegens sociale redenen, maar om een incentive te creëren voor waterbesparing. Hierbij wordt gedacht aan een gestaffeld tarief, of het tijdsafhankelijk maken van de tarieven waardoor de watervraag minder in pieken komt. Daarbij staat deze groep ook open om water te winnen op plaatsen waar het een gunstig bijeffect heeft, bijvoorbeeld nabij een stedelijk gebied met wateroverlast, waar door daar te winnen wat druk op de stad afneemt.

Een laatste idee om kosten en milieu te sparen zijn het uitrusten van monteurs (servicewagens) met een 3D printer. Dit maakt het mogelijk om altijd alle materialen bij de hand te hebben, wat veel transportkilometers en tijd zou kunnen besparen.

5.2 Robuuste oplossingen

In het laatste deel van de sessie is gezocht naar zogenaamde robuuste oplossingen, oplossingen die in meerdere profielen terugkomen. Hierbij komt naar voren dat het aanpassen van de tariefstructuur in bijna alle profielen steek lijkt te houden, zij het om verschillende redenen. Zo zijn er klanten die een wijziging in tariefstructuur zien zitten wegens een sociale incentive, terwijl andere klanten dit vooral zien om waterbesparing hoger op het prioriteitenlijstje van huishoudens te krijgen.

Om te laten zien waar je voor staat als drinkwaterbedrijf, is het verder uitrollen van het 'Join the Pipe' principe een relatief gemakkelijke en voor alle klanten te accepteren manier om te laten zien dat kraanwater altijd en overal voor iedereen beschikbaar moet zijn. Verder blijkt door de profielen heen de maatschappelijke kosten voor alle klantgroepen van belang zijn. De kwaliteit van de bronnen is belangrijk; indien deze op een nieuwe locatie gunstiger uitkomt is het verhuizen van de bronnen mogelijk of zelfs wenselijk, zolang de maatschappelijke kosten er niet hoger van worden. Hierbij wordt aangegeven dat dit een zuivere assetmanagement afweging is die continu gemaakt dient te worden door het drinkwaterbedrijf.

6 Conclusies

Dit rapport beschrijft de resultaten van de onderzoeksstappen volgend en voortbouwend op een inventarisatie van de klantbeleving met betrekking tot Vitens infrastructuur, benaderd vanuit zowel het perspectief van de klant als het perspectief van het drinkwaterbedrijf, eerder gerapporteerd in het rapport 'Van Klantbeleving tot handelingsopties: fase 1' (BTO 2015.036). De voortbouwende onderzoeksstappen beschreven in voorliggend rapport behelzen onder meer het gebruik van de Q-methodologie, een grote online kwantitatieve vragenlijst, de willingness-to-pay methodiek en een tiental semi-gestructureerde interviews. De resultaten van dit scala aan zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoekstechnieken vormen de tweede en tevens laatste stap in de beantwoording van de vraag: hoe kan Vitens zo goed mogelijk aansluiten op de subjectieve belevingswereld van de klant, met een bijzondere aandacht voor de uitdaging hoe ook het assetmanagement proces van Vitens invulling kan geven aan het bedrijfsbrede strategisch speerpunt 'customer excellence'.

Kijkend naar de huishoudelijke klant van Vitens is een heel belangrijke bevinding van deze studie dat middels het gebruik van Q-methodologie vier significante factoren - ofwel perspectieven op de drinkwatervoorziening - kunnen worden geëxtraheerd, die vertaald zijn naar de profielen: (1) egalitair & solidair, ofwel het 'zij' perspectief; (2) bewust & betrokken, ofwel het 'wij' perspectief; (3) egocentrisch & kwaliteitsgericht, ofwel het 'ik' perspectief; en (4) nuchter & vol vertrouwen, ofwel het 'jullie' perspectief. Klanten binnen deze profielen kenmerken zich door vaak heel verschillende wensen, zorgen en behoeften rondom de kraanwatervoorziening. Zo worden klanten binnen het 'zij' perspectief gekenmerkt door hun grote solidariteit met financieel minder draagkrachtigen, minder bedeelde (ontwikkelings-) landen en toekomstige generaties en zijn klanten met het 'ik' perspectief vooraleerst gericht op persoonlijke voorkeuren en behoeften, met name waar het hun eigen gezondheid betreft. Klanten binnen het 'wij' perspectief zijn daarentegen in de eerste plaats met het milieu begaan en kenmerken zich door hun duurzaamheidsidealen waar zij als collectief aan willen werken. Van die gezamenlijke taakopvatting is ten slotte bij het 'jullie' perspectief weinig te bespeuren; klanten die denken vanuit dit perspectief willen vooral ontzorgd worden door het drinkwaterbedrijf, en kenmerken zich door een groot vertrouwen dat zij daar, ook zonder hen daarmee "lastig te vallen", ook in de toekomst prima uitkomen.

Analyse van een breed uitgezette online vragenlijst leert dat de klanten van Vitens de grootste aansluiting vinden bij de profielen 'wij', 'zij', en in iets mindere mate bij het profiel 'jullie'. Het kleinste deel van de klanten van Vitens vindt aansluiting bij profiel 'ik'. De klantperspectieven konden niet worden getypeerd op basis van geografie, leeftijd, opleiding, grootte van het huishouden en het wel of niet hebben van kinderen. Wel blijkt dat significant meer vrouwen zich kunnen vinden in de beleving van profiel 'zij', en significant meer mannen kunnen zich vinden in de beleving van profiel 'jullie'. Daarnaast komt naar voren dat mensen met een hoog inkomen (meer dan modaal) zich minder goed vinden in profiel 'zij'.

Opvallende resultaten uit het willingness-to-pay deel van het onderzoek zijn dat de meerderheid van de klanten van Vitens gelijkblijvende of zelfs stijgende kosten met een betere kwaliteit van kraanwater en dienstverlening prefereert boven een lichte of grote afname van de kosten bij gelijkblijvende of afnemende kwaliteit van kraanwater en dienstverlening. Voor eventuele toekomstige veranderingen zijn de huishoudelijke klanten het meest bereid een kostenstijging te accepteren voor 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 (over storingen, kwaliteit en watergebruik) worden wel aangemerkt als goed idee, maar de respondenten zijn hiervoor minder bereid om een kostenstijging te accepteren. De betalingsbereidheid voor de aspecten minder kalk in het kraanwater, de productie van kraanwater met 100% duurzame energie en een betere kwaliteit kraanwater is significant hoger dan de betalingsbereidheid voor een hogere druk uit de leidingen en minder storingen in de kraanwaterlevering. Hierbij moet echter worden opgemerkt dat de betalingsbereidheid verschilt tussen de profielen. Zo laten klanten binnen de profielen 'wij' en 'ik' een grotere voorkeur zien voor een lichte stijging van de kosten tegen een betere kwaliteit van het kraanwater en de dienstverlening, terwijl profiel 'jullie' dit scenario juist minder prefereert. En kijken we bijvoorbeeld naar de gewenste productie van kraanwater met 100% duurzame energie zien we dat klanten binnen het profiel 'wij' bereid zijn een hoger, en mensen met profiel 'jullie' een lager bedrag bereid zijn te betalen ten opzichte van alle respondenten.

Naast dat in dit onderzoek de subjectieve belevingswereld van de huishoudelijke klant in kaart is gebracht, is ook goed geluisterd naar de wensen en behoeften van de zakelijke- en kwetsbare klant. Wat huishoudelijke en (middel)grootzakelijke klanten onder meer met elkaar gemeen hebben is dat zij over het algemeen zeer tevreden zijn over hun water en Vitens en zich weinig tot geen zorgen maken over de levering van goed en betrouwbaar kraanwater, zowel wanneer het gaat over het heden als over de toekomst. Voor de grootzakelijke klanten valt daarbij in het bijzonder op hoe tevreden zij zijn over de instelling en professionaliteit van de Vitens relatiemanagers. Kijken we naar hoe deze tevredenheid nog zou kunnen toenemen dan zien we, en ook dat is in lijn met het beeld van de huishoudelijke klant, met name een sterke wens voor een afname van kalk en meer duurzaam geproduceerd water. Anders dan de meeste huishoudelijke klanten zijn zakelijke klanten echter veel minder bereid extra te betalen voor de door hen gewenste vergroening. Voor verbeteringen die hen uiteindelijk ook geld kunnen besparen, zoals bijvoorbeeld een afname van kalk, zijn zij dit in zijn algemeenheid wel. Ook het beeld van de kleinzakelijke klant is dat zij over het algemeen zeer tevreden zijn met Vitens. Er zijn geen bijzonderheden of opvallende wensen, zorgen of behoeften geconstateerd. Waar het de zorg rondom de kwetsbare klant betreft, komt uit dit onderzoek naar voren dat verbeteringen mogelijk te realiseren zijn in de huidige informatievoorziening en infrastructuur rondom het melden van veranderingen of verstoringen in de drinkwaterlevering naar bijvoorbeeld thuisdialysepatiënten.

De resultaten van dit onderzoek bieden niet enkel handvatten waarmee Vitens de nieuwe Lange Termijn Visie (LTV) mede vorm kan worden gegeven, maar ook richting hoe de infrastructuur binnen het assetmanagement proces zo kan worden ingericht dat de klanttevredenheid kan toenemen. Een eerste verkenning hiertoe is gemaakt tijdens een interactieve expertsessie waarbij experts van Vitens en KWR samen, geïnspireerd door de gevonden perspectieven, hebben nagedacht over zowel robuuste handelingsopties (waarvan wordt verwacht dat ze resulteren in een toegenomen tevredenheid vanuit meerdere perspectieven) als gedifferentieerde handelingsopties (toegespitst op specifieke perspectieven). Hierbij is een rijkheid aan ideeën naar voren gekomen, waaronder het aanpassen van de tariefstructuur, de keuze voor andere bronnen en het verder uitrollen van het 'Join the Pipe' principe. In hoeverre deze of andere handelingsopties haalbaar en vertaalbaar zijn binnen het Vitens assetmanagementproces blijft als vanouds een afweging die ligt bij het bedrijf zelf. Wat dit onderzoek echter heel duidelijk laat zien is dat het bij dit soort toekomstige beslissingen, zeker in het streven naar customer excellence, het niet alleen haalbaar, maar veel belangrijker nog, ook waardevol is te luisteren naar de wensen en behoeften van klanten.

Bijlage I Q stellingen

1. Ik voorzie geen toekomstige problemen in de kraanwatervoorziening
2. Ik denk dat we in Nederland de komende 25 jaar niet zuinig met water om hoeven te gaan
3. Naar mijn mening kan de kraanwatervoorziening blijven zoals die nu is; er hoeft niets te veranderen
4. Ik vrees dat de kraanwatervoorziening door gebrek aan voldoende oppervlakte- of grondwater in gevaar zal komen
5. Ik maak me zorgen over de kwaliteit van kraanwater in de toekomst, bijvoorbeeld door drugs- en medicijnresten
6. Ik maak me zorgen over wat er allemaal voor stoffen aan het kraanwater worden toegevoegd door mijn drinkwaterbedrijf
7. Ik vrees dat door vergaande automatisering van de kraanwatervoorziening het aantal storingen fors zal toenemen
8. Ik vind het belangrijk om thuis mijn eigen afval- en/of regenwater makkelijk te kunnen hergebruiken
9. Ik vind dat er een tweede leidingnetwerk zou moeten komen voor gerecycled water (bijv. voor toilet doorspoelen, tuin sproeien etc)
10. Ik vind het geen prettig idee als mijn kraanwater gerecycled afvalwater is
11. Ik zou van mijn drinkwaterbedrijf producten willen kunnen kopen om thuis duurzamer met water om te gaan
12. Ik zou thuis mijn waterkwaliteit willen kunnen verbeteren
13. Thuis water besparen heeft volgens mij alleen zin als iedereen het doet
14. Zuinig omgaan met water moet centraal worden georganiseerd, bijvoorbeeld vanuit het drinkwaterbedrijf of de overheid
15. Ook in extreem warme/droge periodes wil ik altijd zo veel water kunnen gebruiken als ik wil, zonder opgelegde beperkingen van mijn drinkwaterbedrijf
16. Drinkwaterbedrijven moeten lokale initiatieven (bijv. in woonwijken) op het gebied van zuivering en hergebruik van kraanwater ondersteunen
17. Ik zou meer betrokken willen worden bij, en invloed willen hebben op, het beleid van mijn drinkwaterbedrijf
18. Om overlast te beperken, zou mijn drinkwaterbedrijf (graaf)werkzaamheden altijd moeten afstemmen met andere werkzaamheden in de straat, ook al brengt dit extra kosten met zich mee
19. Ik vind het een vervelend idee als mijn drinkwaterbedrijf inzicht krijgt in mijn persoonlijk waterverbruik (wanneer, waarvoor, hoeveel)
20. Ik wil dat mijn waterbedrijf open en real-time inzicht geeft in de kwaliteit van mijn kraanwater
21. Ik zou meer inzicht hebben in mijn waterverbruik, bijvoorbeeld d.m.v. een slimme meter
22. Ik vind dat er beter gecommuniceerd moet worden over hoe kraanwater wordt gewonnen, geproduceerd en gedistribueerd
23. Ik zou zelf de kwaliteit van mijn kraanwater willen meten
24. Ik zou beter op de hoogte willen worden gebracht van storingen in de kraanwatervoorziening, ook als dat betekent dat water duurder zou worden
25. Alle giftige stoffen uit kraanwater zouden moeten worden verwijderd, zelfs wanneer deze voor zover bekend geen negatieve effecten hebben op de gezondheid
26. Ik wil dat mijn drinkwaterbedrijf water levert met minder kalkafzetting, zelfs als daardoor de prijs van water iets zou stijgen
27. Ik vind het een goed idee als water een piek- en dalstarief zou krijgen, net als elektriciteit
28. Ik vind dat de prijs van kraanwater omhoog zou moeten gaan naarmate men meer water verbruikt
29. Ik vind dat kraanwater een vast bedrag per persoon zou moeten kosten (i.p.v. naar verbruiksvolume)
30. Mocht het vanuit een publiek gezondheidsperspectief goed zijn om extra stoffen - zoals bijvoorbeeld vitaminen of fluor - aan het kraanwater toe te voegen, vind ik dat een goed idee
31. Ik vind het belangrijk dat mijn drinkwaterbedrijf op een duurzame manier opereert, zelfs als daardoor de prijs van water iets zou stijgen
32. Ik vind de kwaliteit van mijn kraanwater véél belangrijker dan de kosten; de kosten mogen best wat omhoog als dat de kwaliteit ten goede komt
33. Ik vind het belangrijk dat de kosten van de kraanwatervoorziening zo laag mogelijk worden gehouden, ook als dat betekent dat ik soms iets meer last heb van storingen of lage waterdruk
34. Ik ben bereid om extra voor mijn kraanwater te betalen als daarmee het aantal storingen afneemt
35. Ik vind het een aantrekkelijk idee als individuele huishoudens tegen extra betaling beter kraanwater en bijbehorende dienstverlening kunnen krijgen
36. Ik zou "groen"/milieuvriendelijk kraanwater willen afnemen
37. De waterkwaliteit (kleur, geur, smaak) mag van mij wel ietsje minder (nog wel veilig) als het dan goedkoper kan
38. Ik vind dat kraanwater zo natuurlijk mogelijk moet zijn, er mogen geen chemische stoffen aan worden toegevoegd
39. Beheren van natuur in gebieden waar water wordt gewonnen vind ik een belangrijke taak van drinkwaterbedrijven
40. Drinkwaterbedrijven zouden niet enkel gezuiverd maar ook gevitalseerd water moeten aanbieden
41. Naar mijn mening mogen gebieden waar drinkwater wordt gewonnen niet worden gebruikt voor industrie, stedenbouw of landbouw

42. Ik vind dat drinkwaterbedrijven een bredere maatschappelijke taak hebben dan enkel het verzorgen van schoon en betrouwbaar kraanwater
43. Ik ben blij dat ik niet hoeft te kiezen tussen verschillende wateraanbieders
44. Ik zou mijn vertrouwen in mijn kraanwater verliezen als mijn drinkwaterbedrijf geprivatiseerd zou worden
45. Ik vind dat kraanwater in de openbare ruimte gratis aangeboden moet worden (op straat, pleinen, strand, stations, festivals...)
46. Ik vind dat het vinden van de beste plek om water te winnen niet mag worden belemmerd door landsgrenzen
47. Kraanwater moet altijd en overal voor iedereen beschikbaar zijn; mensen die de rekening niet betalen mogen door het waterbedrijf niet worden afgesloten van de watervoorziening

Bijlage II Correlatiematrix

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
1	100	4	42	32	25	5	65	r	4	19	28	9	-3	18	32	49	-6	19	23	22	13	15	-23	50	51	20	18	29	40	24	23	41
2	4	100	10	5	34	64	-1	19	63	44	54	55	53	26	44	38	35	10	45	52	25	60	-16	30	33	30	54	-22	40	66	6	42
3	42	10	100	32	15	-5	42	29	24	14	27	-3	11	1	10	19	-6	4	25	16	26	-2	-20	39	35	11	21	19	42	19	24	18
4	32	5	32	100	38	-11	38	37	-5	19	7	14	-13	19	26	26	5	26	-7	7	13	-6	2	23	22	23	-17	17	15	-3	41	28
5	25	34	15	38	100	32	15	27	39	67	44	34	43	23	27	46	27	15	36	13	26	15	-21	58	51	14	40	-7	51	34	21	58
6	5	64	-5	-11	32	100	-3	29	53	51	51	51	50	33	46	47	40	14	33	51	33	51	-8	36	44	45	60	-22	32	47	14	35
7	65	-1	42	38	15	-3	100	40	1	-1	-5	9	-3	25	44	28	21	9	33	37	36	11	-36	43	43	20	8	43	32	7	23	17
8	52	19	29	37	27	29	40	100	15	33	23	12	-6	26	31	56	1	26	13	19	10	24	-27	37	53	33	20	10	29	36	13	41
9	4	63	24	-5	39	53	1	15	100	54	63	55	66	8	25	39	28	-14	55	36	43	36	-40	24	43	35	46	-16	57	64	20	52
10	19	44	14	19	67	51	-1	33	54	100	68	46	47	22	30	45	31	22	35	22	9	37	-20	28	41	33	52	-10	44	40	25	58
11	28	54	27	7	44	51	-5	23	63	68	100	45	55	29	30	51	14	20	31	28	11	51	-13	33	31	28	60	-8	48	53	27	49
12	9	55	-3	14	34	51	9	12	55	46	45	100	57	34	38	42	52	6	52	51	41	29	-34	29	33	30	38	0	44	33	14	47
13	-3	53	11	-13	43	50	-3	-6	66	47	55	57	100	10	40	25	52	-4	51	43	46	43	-38	29	35	12	55	-13	40	49	26	37
14	18	26	1	19	23	33	25	26	8	22	29	34	10	100	32	41	4	27	15	39	17	15	-1	14	36	35	36	2	9	3	11	9
15	32	44	10	26	27	46	44	31	25	30	30	38	40	32	100	34	63	21	21	60	22	42	-18	48	26	38	36	15	26	15	40	33
16	49	38	19	26	46	47	28	56	39	45	51	42	25	41	34	100	12	23	34	25	34	19	-16	52	59	42	37	6	38	30	27	56
17	-6	35	-6	5	27	40	21	1	28	31	14	52	52	4	63	12	100	-9	31	56	29	37	-40	20	8	20	14	13	14	3	13	25
18	19	10	4	26	15	14	9	26	-14	22	20	6	-4	27	21	23	-9	100	-22	8	-32	8	26	14	12	13	16	25	-6	3	24	19
19	23	45	25	-7	36	33	33	13	55	35	31	52	51	15	21	34	31	-22	100	55	57	25	-44	35	53	13	44	-7	71	53	2	33
20	22	52	16	7	13	51	37	19	36	22	28	51	43	39	60	25	56	8	55	100	39	43	-13	21	30	27	39	9	39	31	15	26
21	13	25	26	13	26	33	36	10	43	9	11	41	46	17	22	34	29	-32	57	39	100	8	-28	34	51	14	18	-2	47	29	8	23
22	15	60	-2	-6	15	51	11	24	36	37	51	29	43	15	42	19	37	8	25	43	8	100	-21	13	15	21	43	-17	26	52	8	30
23	-23	-16	-20	2	-21	-8	-36	-27	-40	-20	-13	-34	-38	-1	-18	-16	-40	26	-44	-13	-28	-21	100	-17	-37	-15	-20	-16	-34	-28	-4	-32
24	50	30	39	23	58	36	43	37	24	28	33	29	29	14	48	52	20	14	35	21	34	13	-17	100	58	26	34	18	56	31	26	42
25	51	33	35	22	51	44	43	53	43	41	31	33	35	36	26	59	8	12	53	30	51	15	-37	58	100	38	34	9	57	54	29	44
26	20	30	11	23	14	45	20	33	35	33	28	30	12	35	38	42	20	13	13	27	14	21	-15	26	38	100	7	28	18	15	42	15
27	18	54	21	-17	40	60	8	20	46	52	60	38	55	36	36	37	14	16	44	39	18	43	-20	34	34	7	100	-37	54	51	7	45
28	29	-22	19	17	-7	-22	43	10	-16	-10	-8	0	-13	2	15	6	13	25	-7	9	-2	-17	-16	18	9	28	-37	100	-10	-16	36	-22
29	40	40	42	15	51	32	32	29	57	44	48	44	40	9	26	38	14	-6	71	39	47	26	-34	56	57	18	54	-10	100	55	26	61
30	24	66	19	-3	34	47	7	36	64	40	53	33	49	3	15	30	3	3	53	31	29	52	-28	31	54	15	51	-16	55	100	6	36
31	23	6	24	41	21	14	23	13	20	25	27	14	26	11	40	27	13	24	2	15	8	8	-4	26	29	42	7	36	26	6	100	15
32	41	42	18	28	58	35	17	41	52	58	49	47	37	9	33	56	25	19	33	26	23	30	-32	42	44	15	45	-22	61	36	15	100

Toelichting: weergegeven in deze matrix is de sterkte van een correlatie tussen twee respondenten (1 t/m 32). Een hoog getal geeft aan dat de sorteringen van de twee gekruiste respondenten veel op elkaar lijken. Een laag getal betekent dat ze juist veel van elkaar verschillen.

Bijlage III Factormatrix

	factors			
Q-sorts	1	2	3	4
1	0,09	0,67	-0,13	0,30
2	0,66	0,04	0,38	0,13
3	0,08	0,37	-0,14	0,41
4	-0,04	0,56	0,05	-0,04
5	0,53	0,34	0,09	0,15
6	0,57	0,14	0,47	0,02
7	-0,21	0,60	0,12	0,48
8	0,29	0,61	-0,11	0,11
9	0,63	-0,05	0,33	0,40
10	0,70	0,25	0,23	-0,02
11	0,73	0,25	0,17	0,02
12	0,42	0,07	0,59	0,23
13	0,54	-0,15	0,52	0,33
14	0,19	0,35	0,29	-0,12
15	0,21	0,42	0,61	0,04
16	0,43	0,56	0,14	0,15
17	0,08	-0,02	0,77	0,14
18	0,15	0,43	0,03	-0,43
19	0,38	-0,01	0,24	0,70
20	0,19	0,21	0,62	0,27
21	0,12	0,11	0,26	0,54
22	0,47	0,02	0,34	0,07
23	-0,10	-0,08	-0,18	-0,54
24	0,30	0,53	0,09	0,31
25	0,34	0,52	0,08	0,52
26	0,14	0,45	0,30	0,04
27	0,68	0,07	0,18	0,15
28	-0,48	0,42	0,18	0,10
29	0,50	0,25	0,07	0,58
30	0,67	0,07	-0,05	0,40
31	0,06	0,48	0,21	-0,01
32	0,65	0,31	0,04	0,18
Eigenwaarde	5,87	4,12	3,20	3,18
Variantie	18,33	12,89	10,00	9,93

Toelichting: weergegeven in deze matrix is de mate waarin de sorteringen van de respondenten (de Q-sorts 1 t/m 32) "scoren" op de vier factoren. Ook wordt in deze matrix de eigenwaarde en de verklarende variatie per factor weergegeven.

Bijlage IV Q-sortering per factor

		Factor arrays			
No.	Statement (first 50 characters)	1	2	3	4
1	Ik voorzie geen toekomstige problemen in de kraanwatervoorzi	-2	2	-3	-3
2	Ik denk dat we in Nederland de komende 25 jaar niet zuinig	-4	-2	-4	-3
3	Naar mijn mening kan de kraanwatervoorziening blijven zoals	-1	2	1	-1
4	Ik vrees dat de kraanwatervoorziening door gebrek aan voldoe	0	-2	3	1
5	Ik maak me zorgen over de kwaliteit van kraanwater in de toe	0	-2	-1	3
6	Ik maak me zorgen over wat er allemaal voor stoffen aan het	-1	-3	-2	2
7	Ik vrees dat door vergaande automatisering van de kraanwater	-2	-3	-1	1
8	Ik vind het belangrijk om thuis mijn eigen afval- en/of rege	2	-2	1	0
9	Ik vind dat er een tweede leidingnetwerk zou moeten komen vo	4	0	3	2
10	Ik vind het geen prettig idee als mijn kraanwater gerecycled	-2	3	-2	2
11	Ik zou van mijn drinkwaterbedrijf producten willen kunnen ko	1	0	1	-1
12	Ik zou thuis mijn waterkwaliteit willen kunnen verbeteren	1	-1	-1	0
13	Thuis water besparen heeft volgens mij alleen zin als iedere	-3	1	-1	-3
14	Zuinig omgaan met water moet centraal worden georganiseerd,	2	1	0	0
15	Ook in extreem warme/droge periodes wil ik altijd zo veel wa	-3	2	-2	-1
16	Drinkwaterbedrijven moeten lokale initiatieven (bijv. in woo	1	0	1	0
17	Ik zou meer betrokken willen worden bij, en invloed willen h	-1	-3	-1	-2
18	Om overlast te beperken, zou mijn drinkwaterbedrijf (graaf)w	0	1	0	-2
19	Ik vind het een vervelend idee als mijn drinkwaterbedrijf i	-3	0	0	0
20	Ik wil dat mijn waterbedrijf open en real-time inzicht geeft	2	2	0	1
21	Ik zou meer inzicht hebben in mijn waterverbruik, bijvoorbee	2	1	1	-2
22	Ik vind dat er beter gecommuniceerd moet worden over hoe kra	0	-1	0	0
23	Ik zou zelf de kwaliteit van mijn kraanwater willen meten	0	-1	0	0
24	Ik zou beter op de hoogte worden willen worden gebracht van	-1	0	-1	-2
25	Alle giftige stoffen uit kraanwater zouden moeten worden ver	1	4	1	4
26	Ik wil dat mijn drinkwaterbedrijf water levert met minder ka	0	1	-1	0
27	Ik vind het een goed idee als water een piek- en daltarief z	2	0	-2	-1
28	Ik vind dat de prijs van kraanwater omhoog zou moeten gaan n	3	-1	-3	1
29	Ik vind dat kraanwater een vast bedrag per persoon zou moete	-3	-4	-3	-3
30	Mocht het vanuit een publiek gezondheidsperspectief goed zij	-2	0	-3	-4
31	Ik vind het belangrijk dat mijn drinkwaterbedrijf op een duu	4	0	1	3
32	Ik vind de kwaliteit van mijn kraanwater véél belangrijker d	3	3	0	3
33	Ik vind het belangrijk dat de kosten van de kraanwatervoorzi	-2	-2	3	-1
34	Ik ben bereid om extra voor mijn kraanwater te betalen als d	0	-1	-2	-2
35	Ik vind het een aantrekkelijk idee als individuele huishoude	-1	-2	-4	-1
36	Ik zou "groen"/milieuvriendelijk kraanwater willen afnemen	3	0	2	2
37	De waterkwaliteit (kleur, geur, smaak) mag van mij wel ietsj	-4	-4	-2	-4
38	Ik vind dat kraanwater zo natuurlijk mogelijk moet zijn, er	1	4	0	4

39	Beheren van natuur in gebieden waar water wordt gewonnen vin	0	2	2	1
40	Drinkwaterbedrijven zouden niet enkel gezuiverd maar ook gev	-1	-3	0	2
41	Naar mijn mening mogen gebieden waar drinkwater wordt gewonn	3	1	2	3
42	Ik vind dat drinkwaterbedrijven een bredere maatschappelijke	1	-1	2	-2
43	Ik ben blij dat ik niet hoef te kiezen tussen verschillende	0	2	2	1
44	Ik zou mijn vertrouwen in mijn kraanwater verliezen als mijn	-2	-1	4	0
45	Ik vind dat kraanwater in de openbare ruimte gratis aanbod	2	3	3	1
46	Ik vind dat het vinden van de beste plek om water te winnen	-1	1	2	-1
47	Kraanwater moet altijd en overal voor iedereen beschikbaar z	1	3	4	2

Toelichting: deze tabel geeft de ideaaltypische positie per stelling aan voor al de vier profielen

Bijlage V Algemene inzichten Q-sortering

Hoewel bij toepassing van de Q-methodologie vooral getracht wordt de diversiteit van belevingswerelden te vangen, en je dus niet op zoek bent naar consensus, is het toch interessant te kijken welke stellingen nu gemiddeld het hoogste dan wel laagste "scoren" in de sorteringen van alle deelnemers.

Onderstaande Tabel 2 en Tabel 3 laten de top drie van respectievelijk de 3 hoogste en de drie laagste gescoorde stellingen zien, waarbij in de eerste plaats opvalt de diversiteit tussen de verschillende perspectieven. Bovendien is de motivatie waarom verschillende groepen een stelling hoog of laag plaatsen nogal eens verschillend, zie sectie 0.

Waar is men het heel erg mee eens? Gemiddelde plaatsing per profiel

Stellingen met gemiddeld de hoogste plaatsing:	Gemiddelde plaatsing stelling totaal	Gemiddelde plaatsing per profiel			
		Bewust & Betrokken: Wij	Nuchter & Vol vertrouwen : jullie	Egalitair & Solidair: zij	Egocentrisch & kwaliteitsgericht: Ik
41: Naar mijn mening mogen gebieden waar drinkwater wordt gewonnen niet worden gebruikt voor industrie, stedenbouw of landbouw	2,50	3	1	2	3
38: Ik vind dat kraanwater zo natuurlijk mogelijk moet zijn, er mogen geen chemische stoffen aan worden toegevoegd	2,04	1	4	0	4
47: Kraanwater moet altijd en overal voor iedereen beschikbaar zijn; mensen die de rekening niet betalen mogen door het waterbedrijf niet worden afgesloten van de watervoorziening	1,97	1	3	4	2

TABEL 2 STELLING DIE GEMIDDELD HET HOOGST SCOREN

Waar is men het heel erg niet mee eens? Gemiddelde plaatsing per profiel

Stellingen met gemiddeld de laagste plaatsing:	Gemiddelde plaatsing stelling totaal	Gemiddelde plaatsing per profiel			
		Bewust & Betrokken: Wij	Nuchter & Vol vertrouwen : jullie	Egalitair & Solidair: zij	Egocentrisch & kwaliteitsgericht: Ik

37: De waterkwaliteit (kleur, geur, smaak) mag van mij wel ietsje minder (nog wel veilig) als het dan goedkoper kan	-3,03	-4	-4	-2	-4
29: Ik vind dat kraanwater een vast bedrag per persoon zou moeten kosten (i.p.v. naar verbruiksvolume)	-2,48	-3	-4	-3	-3
2: Ik denk dat we in Nederland de komende 25 jaar niet zuinig met water om hoeven gaan	-2,12	-4	-2	-4	-3

TABEL 3 STELLINGEN DIE GEMIDDELD HET LAAGST SCOREN

Bijlage VI Q-sortering per profiel

Bewust & Betrokken						
-4	-3	-2	...	+2	+3	+4
37. De waterkwaliteit (kleur, geur, smaak) mag van mij wel ietsje minder (nog wel veilig) als het dan goedkoper kan	15. Onk in extreem warme/drooge periodes wil ik altijd zo veel water kunnen gebruiken als ik wil, zonder opgelegde beperkingen van mijn drinkwaterbedrijf	30. Mocht het vanuit een publiek gezondheidsperspectief goed zijn om extra stoffen (zoals bijv. vitaminen of fluor) aan het kraanwater toe te voegen, vind ik dat een goed idee		45. Ik vind dat kraanwater in de openbare ruimte gratis aangeboden moet worden (op straat, pleinen, strand, stations, festivals...)	32. Ik vind de kwaliteit van mijn kraanwater véél belangrijker dan de kosten; de kosten mogen best wat omhoog als dat de kwaliteit ten goede komt	9. Ik vind dat er een tweede leidingnetwerk zou moeten komen voor gerecycled water (bijv. voor toilet doorspoelen, tuin sproeien etc.)
2. Ik denk dat we in Nederland de komende 25 jaar niet zuinig met water om hoeven te gaan	29. Ik vind dat kraanwater een vast bedrag per persoon zou moeten kosten (i.p.v. naar verbruiksvolume)	1. Ik voorzie geen toekomstige problemen in de kraanwatervoorziening		21. Ik zou meer inzicht willen hebben in mijn waterverbruik, bijvoorbeeld d.m.v. een slimme meter	28. Ik vind dat de prijs van kraanwater omhoog zou moeten gaan naarmate men meer water verbruikt	31. Ik vind het belangrijk dat mijn drinkwaterbedrijf op een duurzame manier opereert, zelfs als daardoor de prijs van water iets zou stijgen
	13. Thuis water besparen heeft volgens mij alleen zin als iedereen het doet	33. Ik vind het belangrijk dat de kosten van de kraanwatervoorziening zo laag mogelijk worden gehouden, ook als dat betekent dat ik soms iets meer last heb van storingen of lage waterdruk		27. Ik vind het een goed idee als water een piek- en daltaarif zou krijgen, net als elektriciteit	36. Ik zou 'groen'/milieuvriendelijk kraanwater willen afnemen	
	19. Ik vind het een vervelend idee als mijn drinkwaterbedrijf inzicht krijgt in mijn persoonlijk waterverbruik (wanneer, waarvoor, hoeveel)	10. Ik vind het geen prettig idee als mijn kraanwater gerecycled afvalwater is		14. Zuinig omgaan met water moet centraal worden georganiseerd, bijvoorbeeld vanuit het drinkwaterbedrijf of de overheid	41. Naar mijn mening mogen gebieden waar drinkwater wordt gewonnen niet worden gebruikt voor industrie, stedenbouw of landbouw	
		44. Ik zou mijn vertrouwen in mijn kraanwater verliezen als mijn drinkwaterbedrijf geprivatiseerd zou worden		8. Ik vind het belangrijk om thuis mijn eigen afval- en/of regenwater makkelijk te kunnen hergebruiken		Legenda: • Cel in groen: typerende stellingen voor dit profiel (posities van deze stellingen verschillen significant met de posities van deze stellingen in de andere profielen) • Tekst in groen: stellingen die gemiddeld het hoogst (meest mee eens) gelegd zijn • Tekst in rood: stellingen die gemiddeld het en laagst (minst mee eens) gelegd zijn
		7. Ik vrees dat door vergaande automatisering van de kraanwatervoorziening het aantal storingen fors zal toenemen		20. Ik wil dat mijn waterbedrijf open en real-time inzicht geeft in de kwaliteit van mijn kraanwater		

Toelichting: Bovenstaande ideaaltypische sortering illustreert het perspectief van de typische representant binnen het 'Bewust en Betrokken' profiel, waarbij ten bate van de overzichtelijkheid de 'neutrale' kolommen (-1; 0; +1) zijn weggelaten (onderstaand zijn de sorteringen voor de overige drie profielen weergegeven).

Zoals aangegeven in de legenda staan de cellen met een groene achtergrond voor de typerende stellingen voor dit profiel (posities van deze stellingen verschillen significant met de posities van deze stellingen in de andere profielen).

De stellingen in het groen geschreven zijn de stellingen die gemiddeld (dus onder alle deelnemers) het hoogst (meest mee eens) gelegd zijn, de stellingen in rood daarentegen zijn de stellingen die gemiddeld het en laagst (minst mee eens) gelegd zijn. Voor het karakteriseren van de profielen is dus met name het ontbreken van één of meerdere van deze groene of rode stellingen belangrijk.

Nuchter & Vol vertrouwen						
-4	-3	-2	...	+2	+3	+4
17. De waterkwaliteit (kleur, geur, smaak) mag van mij wel ietsje minder (nog wel veilig) als het dan goedkoper kan	17. Ik zou meer betrokken willen worden bij, en invloed willen hebben op, het beleid van mijn drinkwaterbedrijf	8. Ik vind het belangrijk om thuis minstens afval- en/of regenwater makkelijk te kunnen hergebruiken		43. Ik ben blij dat ik niet hoeft te kiezen tussen verschillende wateraanbieders	32. Ik vind de kwaliteit van mijn kraanwater veel belangrijker dan de kosten; de kosten mogen best wat omhoog als dat de kwaliteit ten goede komt	38. Ik vind dat kraanwater zo natuurlijk mogelijk moet zijn; er mogen geen chemische stoffen aan worden toegevoegd
29. Ik vind dat kraanwater een vast bedrag per persoon zou moeten kosten (i.p.v. naar verbruiksvolume)	7. Ik vrees dat door vergaande automatisering van de kraanwatervoorziening het aantal storingen fors zal toenemen	2. Ik denk dat we in Nederland de komende 25 jaar niet zuinig met water om hoeven te gaan		3. Naar mijn mening kan de kraanwatervoorziening blijven zoals die nu is; er hoeft niets te veranderen	47. Kraanwater moet altijd en overal voor iedereen beschikbaar zijn; mensen die de rekening niet betalen mogen door het waterbedrijf niet worden afgesloten van de watervoorziening	25. Alle giftige stoffen uit kraanwater zouden moeten worden verwijderd, zelfs wanneer deze (voor zover bekend) geen negatieve effecten hebben op de gezondheid
	40. Drinkwaterbedrijven zouden niet enkel onzuiverd maar ook geïsoleerd water moeten aanbieden	33. Ik vind het belangrijk dat de kosten van de kraanwatervoorziening zo laag mogelijk worden gehouden, ook als dat betekent dat ik soms iets meer last heb van storingen of lage waterdruk		1. Ik voorzie geen toekomstige problemen in de kraanwatervoorziening	45. Ik vind dat kraanwater in de openbare ruimte gratis aangeboden moet worden (op straat, pleinen, strand, stations, festivals...)	
	6. Ik maak me zorgen over wat er allemaal voor stoffen aan het kraanwater worden toegevoegd door mijn drinkwaterbedrijf	35. Ik vind het een aantrekkelijk idee als individuele huishoudens tegen extra betaling beter kraanwater en bijbehorende dienstverlening kunnen krijgen		15. Ook in extreem warme/droge periodes wil ik altijd zo veel water kunnen gebruiken als ik wil, zonder opgelegde beperkingen van mijn drinkwaterbedrijf	10. Ik vind het geen prettig idee als mijn kraanwater gerecycled afvalwater is	
		5. Ik maak me zorgen over de kwaliteit van kraanwater in de toekomst, bijvoorbeeld door drugs- en medicijnresten		20. Ik wil dat mijn waterbedrijf open en real-time inzicht geeft in de kwaliteit van mijn kraanwater		Legenda: • Cel in groen: typerende stellingen voor dit profiel (posities van deze stellingen verschillen significant met de positie van deze stellingen in de andere profielen) • Tekst in groen: stellingen die gemiddeld het hoogst (meest mee eens) gelegd zijn • Tekst in rood: stellingen die gemiddeld het laagst (minst mee eens) gelegd zijn
		4. Ik vrees dat de kraanwatervoorziening door gebrek aan voldoende oppervlakte- of grondwater in gevaar zal komen		39. Beheren van natuur in gebieden waar water wordt gewonnen vind ik een belangrijke taak van drinkwaterbedrijven		

Egalitair & Solidair						
-4	-3	-2	...	+2	+3	+4
35. Ik vind het een aantrekkelijk idee als individuele huishoudens tegen extra betaling beter kraanwater en bijbehorende dienstverlening kunnen krijgen	1. Ik voorzie geen toekomstige problemen in de kraanwatervoorziening	37. De waterkwaliteit (kleur, geur, smaak) mag van mij wel ietsje minder (nog wel veilig) als het dan goedkoper kan		39. Beheren van natuur in gebieden waar water wordt gewonnen vind ik een belangrijke taak van drinkwaterbedrijven	45. Ik vind dat kraanwater in de openbare ruimte gratis aangeboden moet worden (op straat, pleinen, strand, stations, festivals...)	47. Kraanwater moet altijd en overal voor iedereen beschikbaar zijn; mensen die de rekening niet betalen mogen door het waterbedrijf niet worden afgesloten van de watervoorziening
2. Ik denk dat we in Nederland de komende 25 jaar niet zuinig met water om hoeven te gaan	30. Macht het vanuit een publiek gezondheidsperspectief goed zijn om extra stoffen (zoals bijv. vitaminen of fluor) aan het kraanwater toe te voegen, vind ik dat een goed idee	34. Ik ben bereid om extra voor mijn kraanwater te betalen als daarmee het aantal storingen afneemt		43. Ik ben blij dat ik niet hoeft te kiezen tussen verschillende wateraanbieders	4. Ik vrees dat de kraanwatervoorziening door gebrek aan voldoende oppervlakte- of grondwater in gevaar zal komen	44. Ik zou mijn vertrouwen in mijn kraanwater verliezen als mijn drinkwaterbedrijf geprivatiseerd zou worden
	28. Ik vind dat de prijs van kraanwater omhoog zou moeten gaan naarmate men meer water verbruikt	6. Ik maak me zorgen over wat er allemaal voor stoffen aan het kraanwater worden toegevoegd door mijn drinkwaterbedrijf		36. Ik zou "groen"/milieuvriendelijk kraanwater willen afhalen	9. Ik vind dat er een tweede leidingnetwerk zou moeten komen voor gerecycled water (bijv. voor toilet doorspoelen, tuin sproeien etc.)	
	29. Ik vind dat kraanwater een vast bedrag per persoon zou moeten kosten (i.p.v. naar verbruiksvolume)	10. Ik vind het geen prettig idee als mijn kraanwater gerecycled afvalwater is		46. Ik vind dat het vinden van de beste plek om water te winnen niet mag worden belemmerd door landsgrenzen	33. Ik vind het belangrijk dat de kosten van de kraanwatervoorziening zo laag mogelijk worden gehouden, ook als dat betekent dat ik soms iets meer last heb van storingen of lage waterdruk	
		27. Ik vind het een goed idee als water een eek- en dalstarief zou krijgen, net als elektriciteit		41. Naar mijn mening mogen gebieden waar drinkwater wordt gewonnen niet worden gebruikt voor industrie, stedenbouw of landbouw		Legenda: • Cel in groen: typerende stellingen voor dit profiel (posities van deze stellingen verschillen significant met de positie van deze stellingen in de andere profielen) • Tekst in groen: stellingen die gemiddeld het hoogst (meest mee eens) gelegd zijn • Tekst in rood: stellingen die gemiddeld het laagst (minst mee eens) gelegd zijn
		15. Ook in extreem warme/droge periodes wil ik altijd zo veel water kunnen gebruiken als ik wil, zonder opgelegde beperkingen van mijn drinkwaterbedrijf		42. Ik vind dat drinkwaterbedrijven een bredere maatschappelijke taak hebben dan enkel het verzorgen van schoon en betrouwbaar kraanwater		

Egocentrisch & Kwaliteitsgericht						
-4	-3	-2	...	+2	+3	+4
30. Mocht het vanuit een publiek gezondheidsoverzicht goed zijn om extra stoffen (zoals bijv. vitaminen of fluor) aan het kraanwater toe te voegen, vind ik dat een goed idee	29. Ik vind dat kraanwater een vast bedrag per persoon zou moeten kosten (i.p.v. naar verbruiksvolume)	34. Ik ben bereid om extra voor mijn kraanwater te betalen als daarmee het aantal storingen afneemt		40. Drinkwaterbedrijven zouden niet enkel gezuiverd maar ook geïtaliseerd water moeten aanbieden	5. Ik maak me zorgen over de kwaliteit van kraanwater in de toekomst, bijvoorbeeld door drugs- en medicijnresten	38. Ik vind dat kraanwater zo natuurlijk mogelijk moet zijn; er mogen geen chemische stoffen aan worden toegevoegd
37. De waterkwaliteit (kleur, geur, smaak) mag van mij wel ietsje minder (nog wel veilig) als het dan goedkoper kan	1. Ik voorzie geen toekomstige problemen in de kraanwatervoorziening	21. Ik zou meer inzicht willen hebben in mijn waterverbruik, bijvoorbeeld d.m.v. een slimme meter		36. Ik zou 'groen'/milieuvriendelijk kraanwater willen afnemen	32. Ik vind de kwaliteit van mijn kraanwater veel belangrijker dan de kosten; de kosten mogen best wat omhoog als dat de kwaliteit ten goede komt	25. Alle giftige stoffen uit kraanwater zouden moeten worden verwijderd, zelfs wanneer deze (voor zover bekend) geen negatieve effecten hebben op de gezondheid
	13. Thuis water besparen heeft volgens mij alleen zin als iedereen het doet	17. Ik zou meer betrokken willen worden bij, en invloed willen hebben op, het beleid van mijn drinkwaterbedrijf		10. Ik vind het geen prettig idee als mijn kraanwater gerecycled afvalwater is	31. Ik vind het belangrijk dat mijn drinkwaterbedrijf op een duurzame manier opereert, zelfs als daardoor de prijs van water iets zou stijgen	
	2. Ik denk dat we in Nederland de komende 25 jaar niet zwaar met water om hoeven te gaan	24. Ik zou beter op de hoogte willen worden gebracht van storingen in de kraanwatervoorziening, ook als dat betekent dat water duurer wordt		6. Ik maak me zorgen over wat er allemaal voor stoffen aan het kraanwater worden toegevoegd door mijn drinkwaterbedrijf	41. Naar mijn mening mogen gebieden waar drinkwater wordt gewonnen niet worden gebruikt voor industrie, stedenbouw of landbouw	
		42. Ik vind dat drinkwaterbedrijven een bredere maatschappelijke taak hebben dan enkel het verzorgen van schoon en betrouwbaar kraanwater		47. Kraanwater moet altijd en overal voor iedereen beschikbaar zijn; mensen die de rekening niet betalen mogen door het waterbedrijf niet worden afgesloten van de watervoorziening		Legenda: • Cel in groen: typerende stellingen voor dit profiel (posities van deze stellingen verschillen significant met de posities van deze stellingen in de andere profielen) • Tekst in groen: stellingen die gemiddeld het hoogst (meest mee eens) gelegd zijn • Tekst in rood: stellingen die gemiddeld het en laagst (minst mee eens) gelegd zijn
		18. Om overlast te beperken, zou mijn drinkwaterbedrijf (graafwerkzaamheden altijd moeten afstemmen met andere werkzaamheden in de straat, ook al brengt de extra kosten met zich mee		9. Ik vind dat er een tweede leidingnetwerk zou moeten komen voor gerecycled water (bijv. voor toilet doorspoelen, tuin sproeien etc.)		

Bijlage VII Aanvullende zorgen

Individuele commentaren

Onderwerp	Sub-onderwerp	Sub-subonderwerp	Commentaar
afvalwater	olie/vet		Wij zorgen dat er geen verkeerde afvalstoffen in het water. Heb al meegemaakt dat asielzoekers olie en vet in de afvoer goten.
afvalwater	Schoonmaakmiddelen		Schoonmaakmiddelen chloor bijv.
afvalwater	Schoonmaakmiddelen		Schoonmaakmiddelen
bronnen	tekort		Water raakt op
bronnen	tekort		Geen water meer/water op
bronnen	tekort		tekort aan water
bronnen	tekort		te weinig reserve water
buitenland	-		andere bedrijven buitenland bijvoorbeeld
buitenland	-		Niet speciaal voor mijzelf maar mondiaal gezien wel zorgen
buitenland	-		Het probleem is in sommige andere landen veel groter!
Klimaatverandering			klimaat verandering
Klimaatverandering			Klimaat verandering
Klimaatverandering			verandering klimaat
kwaliteit	hardheid		Hardheid van het kraanwater en de kwaliteit
kwaliteit	hardheid		veel kak in het water
kwaliteit	hardheid		Hardheid van water die funest voor wasmachine schijnt te zijn
kwaliteit	hardheid		Veel te veel kalk in het water.
kwaliteit	hardheid		de hoeveelheid kalk die er nu te veel in zit
kwaliteit	microbiologie		ziektes in het water die er niet uit kunnen worden gehaald
kwaliteit	operationele fout		vergiftiging door fout of oude apparatuur watermaatschappij
kwaliteit	toegevoegde stoffen		Er is sinds een tijd iets toegevoegd waardoor een wondje prikt als er water in komt, en dat was vroeger niet.
kwaliteit	toegevoegde stoffen		Ook andere stoffen in het water zoals chloor
kwaliteit	toegevoegde stoffen		bijvoegingen die ze toevoegen om het water te zuiveren verontrust mij wel eens
kwaliteit	toegevoegde stoffen		complot theorie: Zoals het toevoegen van fluor en meer wat de consument niet mag weten.
kwaliteit	veranderingen		Dat men te laat gaat werken aan bv twee kranen een voor huishoudelijk en een voor drinkwater, waardoor men geen garantie meer kan geven op

			kwaliteit
kwaliteit	verziltning		verziltning
kwaliteit	verontreiniging	algemeen	De kwaliteit van het kraanwater door alle luchtvervuiling en andere vervuiling!
kwaliteit	verontreiniging	algemeen	vervuiling
kwaliteit	verontreiniging	algemeen	Te grote vervuiling van het grondwater
kwaliteit	verontreiniging	algemeen	Algemene vervuiling van drinkwaterbronnen door vervuild grondwater.
kwaliteit	verontreiniging	algemeen	vervuiling van het Grondwater
kwaliteit	verontreiniging	algemeen	milieu verontreiniging
kwaliteit	verontreiniging	dumpingen en bedrijfsafvalstoffen	Algehele vervuiling van het water/milieu door dumpingen van (bedrijfs)afvalstoffen
kwaliteit	verontreiniging	landbouw	landbouw gif
kwaliteit	verontreiniging	landbouw	te veel gif
kwaliteit	verontreiniging	landbouw	Landbouwgif
kwaliteit	verontreiniging	landbouw	landbouw- en andere gifstoffen
kwaliteit	verontreiniging	landbouw	vervuiling landbouw/veeteelt
kwaliteit	verontreiniging	olie/gas	kwaliteit van kraanwater door vervuiling grondwater bijv. als gevolg van gaswinning
kwaliteit	verontreiniging	olie/gas	Benzine en olie
kwaliteit	verontreiniging	plastic / microplastic	vervuiling met kleine deeltjes plastic zoals in tandpasta
kwaliteit	verontreiniging	plastic / microplastic	te veel plastic
kwaliteit	verontreiniging	zware metalen	zware metalen/aluminium in het water
kwaliteit	verontreiniging	zware metalen en radioactieve stoffen	vervuiling met zware metalen en stoffen die radioactief zijn
operationeel	controle		zorg dat de controle minder goed wordt
operationeel	cyberaanval		Cyberaanval op netwerk
prijs	afhankelijkheid		steeds maar weer verhogen van belasting op drinkwater
prijs	belasting		de prijs
prijs	organisatiekosten		De prijs/kwaliteit en betaalbaarheid
prijs	prijs		prijs
prijs	prijs		Bestuurs en organisatiekosten
prijs	prijs/kwaliteit		misbruik als "melkkoe" ivm afhankelijkheid van water als 1e levensbehoefte
terrorisme	sabotage		dat de centrale waar het drinkwater gefilterd wordt wel genoeg beveiligd is tegen vergiftiging
terrorisme	terrorisme		vergiftiging door terroristen
terrorisme	terrorisme		Vervuiling door 'derden' vanwege oorlog/opstand
terrorisme	terrorisme		sabotage
terrorisme	vergiftiging		chemische aanval op ons drinkwater door terroristen
terrorisme	vergiftiging		Terrorisme

terrorisme	vergiftiging	Terroristische aanslag door het water chemisch te verontreinigen
terrorisme	vergiftiging	kans op misbruik voor terroristische doelen
terrorisme	vergiftiging	TERRORISTISCHE AANVAL MET CHEMISCHE WAPENS OP ONZE KRAANWATERLEVERNG
terrorisme	vergiftiging	Terroristenaanval op water
verspilling	gescheiden stelsel	Verspilling van kraanwater voor toilet. Geen grijs reservoir met regenwater om te spoelen
verspilling	-	verspilling van drinkwater

Bijlage VIII Vragenlijst zakelijke klant

Achtergrond (5 min)

- Kunt u iets vertellen over de achtergrond van uw bedrijf en uw persoonlijke rol binnen het bedrijf?
- Waar wordt kraanwater binnen uw bedrijf voornamelijk voor gebruikt? (bedrijfsproductie/agrarische productie/sanitaire voorzieningen/recreatie)
- Hoe zou u de relatie met drinkwaterbedrijf Vitens omschrijven? Hoe vaak heeft contact? Waarover? Gaat dit via een contactpersoon – relatiemanager of klantenservice?

Inleiding (5 min)

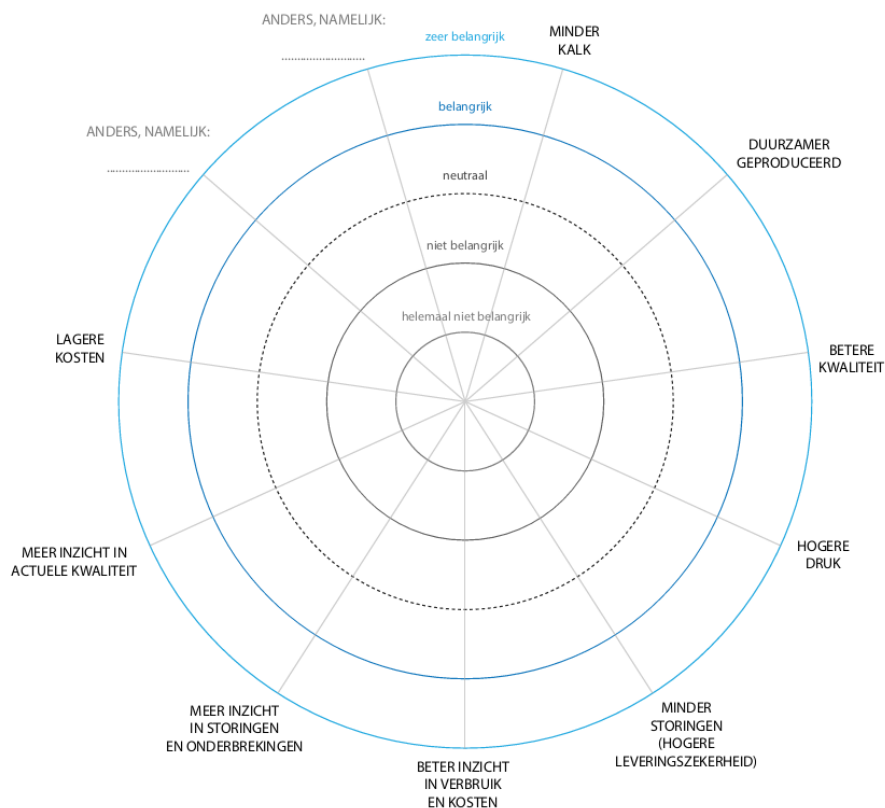
- Wanneer we kijken naar de voorziening van kraanwater, ziet ontwikkelingen die u als zorgelijk ervaart?
 - o Indien ja, wat zijn deze zorgelijke ontwikkelingen?
 - o Heeft u actie ondernomen om die ontwikkelingen/problemen op te lossen of te agenderen? Waarom (niet)?
 - o Welke rol heeft Vitens hier tot nu toe in vervuld, of wat hadden zij idealiter moeten doen?

Customer Excellence

- Zoals u wellicht weet heeft Vitens, wat zij noemen, 'customer excellence' (de klant centraal stellen) tot speerpunt gemaakt. Bent u (enigszins) bekend met deze doelstelling van Vitens, of is dat nieuw voor u? Belangrijker nog, in hoeverre wordt dit vanuit het perspectief van uw bedrijf bereikt?
 - o Wat zou het volgens u (gezien vanuit uw bedrijfsperspectief) betekenen, of moeten betekenen, wanneer een waterbedrijf zijn klant centraal wilt stellen?
 - o Wat doet Vitens op dit vlak reeds nu al goed?
 - o Wat zou er volgens u beter kunnen?
 - o Wat zouden deze verbeteringen in de praktijk voor uw bedrijf betekenen?
 - o In hoeverre heeft u het gevoel dat Vitens nu al vanuit de klant denkt?
- Los van uw ervaringen met Vitens, heeft u recentelijk een mooie klantenservice-ervaring gehad en/of is er een bedrijf die op dat vlak uw verwachtingen heeft overtroffen?
 - o Wat heeft deze dienstverlener gedaan om uw verwachtingen te overtreffen?

Belang

De volgende vragen gaan over het belang dat u voor uw bedrijf toekent aan verschillende elementen gerelateerd aan de watervoorziening. We gebruiken hiervoor dit spindigram [tonen].



Kunt u voor iedere as (element) aangeven welke belang u namens uw bedrijf hecht aan een verbetering, waarbij u kunt kiezen tussen de antwoordcategorieën: 1. Helemaal niet belangrijk; 2. Niet belangrijk; 3. Neutraal; 4. Belangrijk; 5. Zeer belangrijk

- In hoeverre is voor u als bedrijf ... van belang
 - o Minder kalk(afzettendheid)
 - o Groener (meer duurzaam) geproduceerd water
 - o Betere kwaliteit
 - o Hogere druk
 - o Minder storingen/grotere leveringszekerheid (bijv. via 2^e voorziening// levering-zekere aansluiting)
 - o Beter inzicht in verbruik en kosten
 - o Meer inzicht in/informatie over storingen/onderbrekingen
 - o Meer inzicht in actuele kwaliteit
 - o Lagere prijs
 - o [vrije keus 1, 2, etc. – is er een element gerelateerd aan watervoorziening waar u graag een verbetering ziet niet genoemd op een van de assen?

Betalingsbereidheid

Wanneer we nogmaals kijken naar de elementen waarvan we het belang hebben gekenmerkt, voor welke elementen bent u dan als bedrijf – theoretisch - bereid extra aan Vitens te betalen, waarbij u kunt kiezen tussen de antwoordcategorieën: 1. Helemaal niet bereid; 2. Niet bereid; 3. Neutraal; 4. Bereid; 5. Zeer bereid

- In hoeverre bent u als bedrijf bereid te betalen voor
 - o Zie bovenstaand [behalve lagere prijs]

Rol drinkwaterbedrijf

Reflectie om gecombineerde spindigram om een beter inzicht te krijgen in de rol voor het drinkwaterbedrijf t.o.v. eigen verantwoordelijkheid

- Voor de elementen geeft u aan deze van groot belang te achten, maar wilt u niet extra aan Vitens betalen. Wat is hiervan de betekenis/Wat verklaart het verschil?
[Liever zelf actie op ondernemen? Vinden ze dat Vitens dat al voor de huidige waterprijs moet kunnen doen? Vraag van verantwoordelijkheid bij waterbedrijf of bij afnemer?]
- Meer in zijn algemeenheid, welke rol heeft het drinkwaterbedrijf t.o.v. uw organisatie in de ideale wereld? [productverkoper of partner in het ontwikkelen van oplossingen, maatschappelijke taak?]
 - o Hoe ver staat Vitens op dit moment van dat drinkwaterbedrijf in de ideale wereld?
 - o Hoe kan ideaal en werkelijkheid dichterbij elkaar worden gebracht?

Tot slot

- Heeft u bedrijf nu of in het verleden wel eens overwogen zelf water te produceren i.p.v. water van Vitens afnemen?
 - o Waarom (niet)?
 - o [als overwogen] Waarom uiteindelijk toch niet die overstap gemaakt?
- Als u directeur van Vitens was, wat zou u onmiddellijk veranderen?
- Zijn er nog overige zaken waar we het niet over hebben gehad m.b.t. uw drinkwatervoorziening waarvan u denkt dat die mogelijk van belang zijn in dit onderzoek mee te nemen?

Bijlage IX Handelingsopties

Profiel	Groep 1	Groep 2	Plenair
Egalitair & Solidair	Uitbreiden Vitens Evides International (VEI) Tariefaanpassing: 1^e 50m3 gratis, daarna vast tarief pp/per kuub. Niemand afsluiten van water Geen dividend uitkeren Acceptatie hoger risico op uitval; meer repareren i.p.v. investeren Niet privatiseren; staatsbedrijf; netbeheerder + elektra, gas Winnen van water, ongeacht landsgrenzen (water inkopen/verkopen) Water als belasting	Sociaal waterfonds via belasting (gemeente) Evt. naar draagkracht (niet naar verbruik!) Kritisch bekijken waar investeren in infrastructuur, niet besparen op zuiveringskwaliteit Geen onderscheid tussen stad en platteland Investeer in stabiele kwaliteit "Join the Pipe" en "Kraanwater graag" voortzetten Buiten verzorgingsgebied/provincie kijken	Uitbreiden VEI Ook weer de 1e xx kuub gratis, zodat niemand wordt afgesloten. Geen dividend uitkeren. Acceptatie van een hoog risico op uitval, dus dan gaan we meer repareren dan investeren in ons net. Eén netbeheerder met water gas e.d. onder één staatsbedrijf zodat het optimaal en goedkoop kan worden ingericht. Ongeacht de landsgrenzen water winnen, dus ook inkopen en verkopen van water. De wijze van factureren via de belasting. Een waterketenbedrijf. Eigenlijk is alles gericht op het optimaliseren van het maatschappelijk systeem van water. En daarmee zo goedkoop mogelijk.

Egocentrisch & Kwaliteitsgericht	Samenwerken met andere nutsbedrijven	Lagere kwaliteit water, thuis voor consumptie zuiveren, georganiseerd door Vitens	Ontwikkelen van een sociaal waterfonds, zodat mensen die het niet kunnen betalen uit een sociaal fonds worden ondersteund.
	Waterketenbedrijf	Richt je op je nutsactiviteit	Join the pipe, komt terug, want kraanwater overal beschikbaar. En richt je vooral heel erg op de nutsactiviteit.
		Evt. op wijkniveau een tweede net	
		Zakelijke klant mag niet tot (extra) kosten leiden voor particuliere klant	
		"Douchemuntje"/chipknip voor waterlevering	
	Aanbieden van point of use applications > basiskwaliteit water, hogere kwaliteit gewenst = betalen	Kwaliteitssensor bij de watermeter	We kwamen er op uit dat dit de klant is die een beetje angstig is dat het water niet goed is, dus dat je daar als drinkwaterbedrijf op moet inzetten. Dus d.m.v. die point of use, dat men thuis kan zuiveren, winning verplaatsen naar enkel natuurgebieden dat alle gebieden waar we last hebben van antropogene stoffen niet meer gewonnen wordt.
	Geen enkel risico, winning verplaatsen naar niet stedelijke/niet industriële gebieden	Superwater	
		Nazuivering bij de deur	
	Zorg/onwetendheid wegnemen door communicatie op basis van juiste feiten	Veilige (en schone) bron, combineren met natuur	We zaten een beetje met communicatie, enerzijds hadden we zo iets van we moeten meer feitelijk vertellen dat het water hartstikke goed is, anderzijds dachten we 'is dit dan wel een klant die dat wel of niet gelooft?'
		Geen chemische maar fysieke zuivering (ook bij de klant)	Minder investeren in leveringszekerheid, meer repareren dan investeren.
	Communicatiecampagne: mijn water is top! – inspelend op gevoel	Afscheid nemen van het distributienet	Gaat heel erg over kwaliteit, dus we hadden het over een kwaliteitsmeter bij de watermeter of zelfs bij het tappunt. Dat is heel erg gericht op veilige schone bronnen. Dat proberen we te combineren met natuur.

	van evt. angsten (giftig, chemisch)	Online monitoring toegankelijk voor de klant	Online monitoring toegankelijk maken voor de klant, zodat hij/zij kan zien wat er met zijn water gebeurt en wat er allemaal inzit bij afname aan de tap.
	Niet investeren in leveringszekerheid	Houd je aan je nutstaak	Een TOON display of iets vergelijkbaars, wat gebeurt er allemaal met wat je binnen krijgt en wat is je invloed op waterverbruik, en ook de kwaliteit. Je moet alles kunnen zien van bron tot tap.
Nuchter & Vol Vertrouwen		Transparantie over proces > communicatie	Overall, de middelen die we beschikbaar krijgen aangaande communicatie kunnen we veel meer vertellen over kwaliteit. Waar we nu heel terughoudend zijn over de waterkwaliteit die we leveren en eigenlijk geen stelling durven te nemen over waterontharders e.d., laten we gewoon de feiten voorleggen, is zo'n ding wel goed, niet goed, als je dan toch zo'n ding in huis wilt, wat zijn dan de risico's.
		Gevitaliseerd water	Ook over de feiten rond de bronnen, er gaan best wel wat signalen uit via de media over onze bronnen etc. Dat moet wel op basis van feiten, en als die feiten er niet zijn dan moet die boodschap niet de deur uit. Communiceren over kwaliteit bronnen (goed) daarover is nog niet echt een Vitens brede visie lijkt het. De bronnen zijn niet van perfecte kwaliteit, maar het water wel, als je dat communiceert kan er angst ontstaan. Ze moeten vertrouwen hebben in het bedrijf dat beheer en zuivering doet.
		Communicatie moet op huisniveau	
		"TOON-display" van bron tot tap, inclusief storingen	
	Filosofie: wij maken water uit water, waterconversie is ons vak	Wil altijd water (ook groenvoorziening/tuin in zomer)	We maken water uit water, waterconverse is ons vak. Je neemt product verantwoordelijkheid in plaats van grondstof verantwoordelijkheid. Dus je gaat uit van welk gewenst product wil die klant in plaats van we hebben een grondstof, wat halen we er uit of wat voegen we toe. Dus dan kun je ook oppervlaktewater nemen, als het maar het niveau van consumptiewater bereikt. Deze klant die kan ook membraanfiltratie na zijn afvalwater weer opdrinken? Nou dat dan weer net niet, dat is een stap te ver. Een nuchter
	Synthetisch drinkwater	Reservecapaciteit en zuiveringscapaciteit omhoog (i.v.m. extreme omstandigheden) >	
	Tegen de laagst mogelijke maatschappelijke kosten	leveringscontinuïteit	

	drinkwater maken Eerste 50m3 gratis aanbieden. "Water is een recht"> niemand wordt afgesloten Niets doen, blijven doen wat we nu doen Zuiveringsprocessen uitbreiden om waterkwaliteit te borgen/hogere kosten Productverantwoordelijkheid i.p.v. grondstoffenverantwoordelijkheid Door technologie gaan we meer meten, dus meer zuiveren = onberispelijke waterkwaliteit	Minder risico's > sturen op performance "sociaal potje"/ contact met gemeenten e.d. om vroegtijdig te signaleren EAM is een uitdaging, maar belangrijk voor deze klant	iemand wil blindelings vertrouwen, geen gedoe, 'jullie maken er wel iets moois van', mits je niet afvalwater als bron neemt. Door technologie gaan we meer meten, dus voor deze mensen betekent dat meer zuiveren omdat ze onberispelijke waterkwaliteit willen, alleen daar zouden wij een grens aan kunnen stellen, wat is onberispelijk? Als je het gewenste niveau weet kun je daar je technologie op afstemmen. In essentie komt het er op neer dat deze mensen 24/ leveringszekerheid willen hebben en dat ze niet ziek willen worden van het water en de juiste hardheid tegen de laagste maatschappelijke kosten. Wij hadden bij deze ook tariefdifferentiatie, waarbij niemand wordt afgesloten, dat de eerste zoveel kuub gratis wordt aangeboden en daarna met een vast tarief. Die kwam bij beide groepen terug, bijvoorbeeld de eerste xx kuub gratis, water is een recht. Groen water past hier in principe ook bij, daar zou je ook meer voor kunnen vragen. Vanuit dit profiel zou je het vooral moeten insteken als 'iedereen heeft recht op water'. Willen afsluiten in het maatschappelijk veld bespreekbaar maken, vroeg signaleren van mensen die in de problemen komen en daarmee voorkomen dat we moeten gaan afsluiten. Overigens is dit aantal heel laag, minder dan 2000, verwachten volgend jaar rond de 1300, op 2,4mln klanten is dat niet veel ,maar wel individueel schrijnende gevallen. Wat je ziet is dat binnen 1-2 dagen is 50% weer aangesloten, maar dan heb je wel extra kosten gemaakt. Daarnaast zijn er heel veel die in een incassotraject komen, en die betalen nog meer, want incassokosten, etc. moeten zij allemaal betalen uiteindelijk. In het buitenland heb je ook prepaid kaarten voor de watermeter, dat zou je bij dit soort gevallen kunnen doen, je kunt een eerste hoeveelheid prepaid gratis geven, daarmee voorkom je dat mensen meer gaan verbruiken en dus
--	--	--	--

Bewust en betrokken	Herbestemming leidingnet voor gerecycled water	Lokaal hergebruik van water (niet voor drinkwater, maar toilet ect.)	kosten maken, daarna bijkopen indien nodig. Dan heb je in ieder geval water en is het eigen verantwoordelijkheid dat je de maand doorkomt. Of als je prepaid bedrag op is, dat het apparaat terugschakelt naar ene minimale levering van x liter wat er dan nog uit komt. Dan wordt je niet afgesloten maar heb je wel ongemak. Als je vertrouwen hebt moet je niet te veel risico's nemen, dus zorg dat je een goeie performance hebt, ook onder extreme omstandigheden, dat je nog drinkwater kunt leveren. Eigenlijk is deze groep heel tevreden zoals het nu gaat, i.v.m. maatschappelijke ontwikkelingen moet je meegaan. EAM is daarmee de juiste tool voor de toekomst.
	Point of use/ aanleveren halffabricaat in huis voor drinkwater > scheiding urine/feces	Gestaffelde tarieven, tijdsafhankelijk	Herbestemming leidingnet voor gerecycled water, we hadden bedacht dat je dan ons huidige leidingnet gebruikt voor gerecycled water en dat je dan in een kiosk je water kan kopen, drinkwater, of dat je dan een kraanwaterboer langs krijgt i.p.v. een melkboer. Of dat mensen thuis een zuiveringetje zouden hebben en dan thuis dat water kunnen zuiveren. Dan kun je de 97% ofzo voor het toilet e.d. en dan moet je die laatste 3% zelf regelen.
	Kiosk op aantal punten waar drinkwater verkocht wordt (tegen betaling)	Digitale meter	Sluiten van de waterketen heeft iedereen wel een beeld bij denk ik.
	Sluiting van de waterketen (centraal vanuit rioolwaterzuivering; lokale sanitatie oplossingen; vrijgekomen energie gebruiken voor verwarmen)	Producten die inzicht geven in verbruik	Tariefstelsel om een soort incentive te creëren dat je zuiniger omgaat met water. Slimme meters hebben hetzelfde verhaal, zuiniger omgaan bevorderen.
		Duurzaam bedrijf (zonnepanelen, etc.)	Lokale regenwateropvang, groen water, maar dat kan ook dat wij op een groene manier water maken, maar ook dat wij groene stroom gebruiken om onze energievoorziening te regelen.
		Druk verlagen op leidingnet	Vasthouden van bodemwater, van die kunstmatige, bij Rob de Tuinman heb
		3D printing om opslag en transport te beperken	

	Progressief tariefstelsel Slimme meters – in relatie tot tarifiering laag/hoog verbruik Lokale regenwateropvang Groen water > inkopen groene stroom, verschuiving locatie bronnen Reststoffen Vasthouden bodemwater > aanbieden kunstmatige bodemwater vasthouden Waterwinning daar waar het gunstig bijeffect heeft/drooglegging Communicatie (in samenhang met bovenstaande maatregelen)	Join the Pipe, mag met goedkoper onderhoudstarief Kwaliteit mag niet minder worden Inzicht in verbruik t.o.v. omgeving > Vitens mag zich hierin proactief opstellen Koppeling met energieverbruik (warm water?)	je die. Dat zijn van die dingen, die doe je in de grond en daar blijft dan water inzitten en dan hoeft je niet meer te sproeien. Een soort bekken wat je ook bij de kastuinbouw hebt, hetzelfde idee, maar dan in de grond. Water winnen waar het een gunstig bijeffect heeft, dus dat is bijvoorbeeld in natte natuurgebieden, of als je veel wateroverlast hebt in de stad, dat je dan daar je water onttrekt om te ontlasten. Join the pipe verder uitbreiden, dus kraanwater openbaar overal beschikbaar stellen, zodat we de Spa's en dat soort dingen wat minder krijgen. Wat belangrijk is voor deze klant is dat de kwaliteit goed is en die mag niet minder worden, dus goed kijken naar wat je hebt, en dat op hetzelfde niveau houden. En producten waarbij je inzicht krijgt in je verbruik van je water en de kwaliteit. En de 3D printing, dat is wel een mooi idee, wat je natuurlijk ziet is dat wij heel veel materialen onderweg gebruiken en het is hartstikke mooi als je onderweg een nieuwe hoofdkraantje of een ander afwijkend iets even kunt printen en in kunt bouwen zonder dat je steeds terug hoeft voor het juiste onderdeel.
--	--	--	---

Bijlage X Legenda grafische weergave perspectieven

