

PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/78385>

Please be advised that this information was generated on 2020-10-22 and may be subject to change.

Duurzame binnenstedelijke distributie nader bekeken

Een onderzoek naar gebruikershoudingen en
maatschappelijke en bedrijfsmatige effecten van
Binnenstadservice

D.J.B. Hofenk, MSc (Open Universiteit Nederland)
Dr. M.J.H. van Birgelen (Radboud Universiteit Nijmegen)
Prof. Dr. J.M.M. Bloemer (Radboud Universiteit Nijmegen)

1 november 2009



Radboud University Nijmegen



OpenUniversiteitNederland



Dit onderzoek maakt deel uit van het project 'Transitie naar duurzame stedelijke distributie' en is uitgevoerd in opdracht van:



Dit onderzoek is uitgevoerd door:

Radboud University Nijmegen



OpenUniversiteitNederland



Contactgegevens:

Dianne Hofenk
Faculteit der Managementwetenschappen
Open Universiteit Nederland
Postbus 2960
6401 DL Heerlen
Tel: 045-5762791
E-mail: dianne.hofenk@ou.nl

Marcel van Birgelen
Institute for Management Research
Radboud Universiteit Nijmegen
E-mail: m.vanbirgelen@fm.ru.nl

José Bloemer
Institute for Management Research
Radboud Universiteit Nijmegen
E-mail: j.bloemer@fm.ru.nl

Samenvatting

De Radboud Universiteit Nijmegen en de Open Universiteit Nederland hebben werkpakket 1 van het Transumo-project '*Transitie naar duurzame stedelijke distributie*' uitgevoerd. Dit project heeft tot doel te komen tot (aanzetten voor) een nieuwe en duurzame wijze van stedelijke distributie, door het toepassen van inzichten vanuit revenuemanagement, bestuurs- en bedrijfskunde en ICT in nieuwe vormen van stedelijke distributie. Het gaat primair om het organiseren van nieuwe samenwerkingsverbanden of arrangementen. Centraal binnen het project staat de pilot die Binnenstadservice uitvoert in Nijmegen. Hier wordt op lokale schaal geëxperimenteerd met het toepassen van een nieuwe manier van stedelijke distributie. In werkpakket 1 van het Transumo-onderzoek '*Transitie naar duurzame stedelijke distributie*' staat de volgende vraag centraal:

Wat is de houding van winkeliers, vervoerders en consumenten ten aanzien van Binnenstadservice en welke bedrijfsmatige en/of maatschappelijke effecten heeft Binnenstadservice volgens deze partijen?

Het onderzoek is toegespitst op twee gebruikersplatforms: A) winkeliers en B) (eigen) vervoerders. Daarnaast is er een onderzoek gehouden onder het winkelend publiek (consumenten) in de Nijmeegse binnenstad. Het onderzoek onder winkeliers is op twee momenten uitgevoerd (wave 1 en 2).

De houding ten aanzien van BSS is gemengd onder de verschillende stakeholders (winkeliers, vervoerders en consumenten). De resultaten uit wave 1 en 2 laten zien dat vrijwel alle deelnemende winkeliers zeer positief zijn over het initiatief. Ze denken dat BSS leidt tot minder verkeer in de binnenstad en een verbetering van de luchtkwaliteit. Van de niet-deelnemers is 35 tot 38% (resultaten uit wave 1 en 2) positief en nog eens 17 tot 22% vindt het een goed initiatief, hoewel deze winkeliers wel hun bedenkingen hebben: langere levertijden, kans op fouten, extra schakel in de keten. Zestien procent van de niet-deelnemers is negatief. De helft (50%) van de vervoerders is (zeer) positief over BSS, omdat het initiatief in hun ogen kan leiden tot een oplossing voor de problemen die ze ervaren in binnensteden (met name venstertijden en congestie). Ongeveer 10% is negatief en de rest is neutraal. Een groot deel (94%) van de consumenten vindt BSS een (zeer) goed initiatief. Het leidt volgens hen tot een beter milieu, minder verkeer in de binnenstad, een verbetering van de leefbaarheid van de binnenstad en meer winkelplezier.

De effecten van BSS zijn onder te verdelen in maatschappelijke effecten en bedrijfsmatige effecten. Alle stakeholders denken dat BSS kan leiden tot maatschappelijke effecten zoals minder vrachtverkeer in binnensteden en een betere luchtkwaliteit. Vooral de deelnemende winkeliers en vervoerders ervaren de huidige situatie in binnensteden als problematisch (teveel verkeer) en vinden dat er iets moet veranderen. Van de groep niet-deelnemers vindt ongeveer 60% de huidige situatie goed. Dit is de belangrijkste reden om (nog) niet deel te nemen aan BSS.

De deelnemende winkeliers en vervoerders zien naast de maatschappelijke voordelen ook een aantal bedrijfsmatige voordelen van BSS. Voor de deelnemende winkeliers hebben de voordelen vooral te maken met gemak (men kan bijvoorbeeld de dag beter indelen doordat het aflevertijdstip met BSS kan worden afgesproken), voor

vervoerders zou BSS kunnen leiden tot een grotere efficiëntie (bijvoorbeeld tijdsbesparingen doordat ze niet meer de binnenstad in hoeven). Belangrijke nadelen van BSS die deelnemers noemen zijn mogelijke kosten in de toekomst en langere levertijden. Niet-deelnemers noemen daarnaast nog de extra schakel die BSS vormt in de keten. Vervoerders zijn bang voor langere levertijden en de kwaliteit van het vervoer als het speciale producten betreft. Bovendien vragen ze zich af wie er verantwoordelijk is bij eventuele schade en wie voor het initiatief gaat betalen als het niet meer gesubsidieerd wordt door de overheid. De bereidheid tot betalen onder zowel deelnemende als niet-deelnemende winkeliers is erg laag. Ze zien niet direct financiële voordelen van BSS voor hun eigen zaak, waardoor ze er ook niet voor willen betalen. Vervoerders zien wel financiële voordelen, maar dan moet wel aan enkele voorwaarden zijn voldaan: in een stad zouden alle winkeliers waaraan ze leveren deel moeten nemen aan BSS en BSS zou in meerdere steden moeten opereren. Als afleveren bij BSS de vervoerders kostenbesparingen zou opleveren, dan zou 45% bereid zijn om een deel van die besparingen aan BSS te betalen. Nog eens 25% zou bereid zijn om de volledige besparingen aan BSS te betalen.

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	3
1. Introductie.....	6
1.1 Problematiek rondom stedelijke distributie	6
1.2 Binnenstadservice	7
1.3 Onderzoeksopzet.....	7
2. Winkeliers.....	9
2.1 Interviews met winkeliers.....	9
2.1.1 <i>Interviews met deelnemende winkeliers</i>	9
2.1.2 <i>Interviews met niet-deelnemende winkeliers</i>	11
2.2 Vragenlijstonderzoek onder winkeliers	12
2.2.1 <i>Wave 1: Achtergrondkenmerken winkeliers</i>	14
2.2.2 <i>Wave 1: Resultaten van deelnemende winkeliers</i>	15
2.2.3 <i>Wave 1: Resultaten van niet-deelnemende winkeliers</i>	19
2.2.4 <i>Wave 1: Vergelijking deelnemende en niet-deelnemende winkeliers</i>	22
2.2.5 <i>Wave 2: Achtergrondkenmerken winkeliers</i>	24
2.2.6 <i>Wave 2: Resultaten van deelnemende winkeliers</i>	26
2.2.7 <i>Wave 2: Resultaten van passief deelnemende winkeliers</i>	30
2.2.8 <i>Wave 2: Resultaten van niet-deelnemende winkeliers</i>	33
2.2.9 <i>Wave 2: Vergelijking deelnemende, passief deelnemende en niet-deelnemende winkeliers</i>	36
2.2.10 <i>Vergelijking wave 1 en 2: Actief deelnemende winkeliers</i>	40
2.2.11 <i>Vergelijking wave 1 en 2: Niet-deelnemende winkeliers</i>	41
3. Vervoerders.....	43
3.1 Chauffeursenquête	43
3.2 Interviews met vervoerders.....	43
3.2.1 <i>Interviews met leveranciers met eigen vervoer</i>	44
3.2.2 <i>Interviews met transporteurs</i>	45
3.2.3 <i>Interviews met pakketdiensten</i>	47
3.3 Vragenlijstonderzoek onder vervoerders	48
4. Consumenten.....	54
5. Conclusies en aanbevelingen	58
5.1 Conclusies.....	58
5.2 Aanbevelingen voor Binnenstadservice.....	59
Referenties	62

1. Introductie

De Radboud Universiteit en de Open Universiteit Nederland hebben werkpakket 1 van het Transumo-project '*Transitie naar duurzame stedelijke distributie*' uitgevoerd. Dit project heeft tot doel te komen tot (aanzetten voor) een nieuwe en duurzame wijze van stedelijke distributie, door het toepassen van inzichten vanuit revenuemanagement, bestuurs- en bedrijfskunde en ICT in nieuwe vormen van stedelijke distributie. Het gaat primair om het organiseren van nieuwe samenwerkingsverbanden of arrangementen. Centraal binnen het project staat de pilot die Binnenstadservice uitvoert in Nijmegen. Hier wordt op lokale schaal geëxperimenteerd met het toepassen van een nieuwe manier van stedelijke distributie.

1.1 Problematiek rondom stedelijke distributie

Goederentransport is essentieel voor binnensteden als ze willen functioneren als het kloppend hart van stedelijke gebieden. Winkels en horecagelegenheden moeten bevoorrad worden om klanten te kunnen bedienen. Naast het belang van binnensteden voor de economie - ze fungeren immers als knooppunten voor handel en industriële activiteiten, waardoor welvaart wordt gegenereerd (Browne et al., 2007) - hebben binnensteden ook een belangrijke rol met betrekking tot vrijetijdsbesteding (Quak en De Koster, 2007).

Om deze industriële, handels- en vrijetijdsactiviteiten mogelijk te maken op een manier die duurzaam is voor *people*, *planet* en *profit* is lastig. Stedelijke distributie tast de duurzaamheid van stedelijke gebieden aan (May et al., 2003). Het is verantwoordelijk voor het verbruik van fossiele brandstoffen, voor de opwarming van de aarde en verzuring door het uitstoten van vervuilende emissies. Daarnaast vallen er gewonden en doden door verkeersongelukken en hebben de emissies consequenties voor de publieke gezondheid. Ook veroorzaakt stedelijke distributie geluidsoverlast, congestie en een verminderde toegankelijkheid van de stad (Quak en De Koster, 2007). Deze negatieve externe effecten zorgen ervoor dat stedelijke distributie niet duurzaam is voor *people* en *planet*.

Er zijn veel initiatieven ontplooid om de negatieve effecten van stedelijke distributie te verminderen. Een groot deel van die initiatieven heeft zich gericht op het consolideren van goederen in stadsdistributiecentra (SDC's) (Browne et al., 2005). Volgens Ljunberg en Gebresenbet (2004) kan er veel gewonnen worden door goederendistributie te coördineren. Browne et al. (2005) geven aan dat er onder de juiste omstandigheden realistische mogelijkheden zijn voor stadsdistributiecentra en dat het concept daarom voortgezet moet worden in gebieden met het grootste potentieel. In de praktijk zijn veel stadsdistributiecentra echter niet van de grond gekomen. Eén van de redenen hiervoor is dat de voordelen voor de verschillende vervoerders die goederen in de binnenstad afleveren niet voldoende duidelijk werden, waardoor vervoerders geen gebruik wilden maken van de SDC's. Opvallend is ook dat een belangrijke actor in stedelijke distributie, de winkeliers in binnensteden, vrijwel nooit betrokken is geweest bij de initiatieven om stedelijke distributie anders in te richten. Dit terwijl zij als ontvangers van de goederen in binnensteden een belangrijke rol (kunnen) vervullen in het aansturen van stedelijke distributie.

1.2 Binnenstadservice

Binnenstadservice verschilt van voorgaande initiatieven op het gebied van stedelijke distributie in die zin dat zij de winkelier als uitgangspunt nemen. Winkeliers in de binnenstad die zich aansluiten bij Binnenstadservice wijzigen hun afleveradres van de binnenstad naar het adres van Binnenstadservice. Daarmee geven zij hun leveranciers/vervoerders opdracht om de goederen voor hun winkels af te leveren bij een Binnenstadservice dat een gezamenlijk magazijn net buiten de binnenstad heeft. Daar worden de goederen van meerdere winkels bij elkaar gevoegd (gebundeld) en in een 'schone' (aardgas of elektrische) vrachtauto of per transportfiets naar de winkels gebracht.

Het doel van Binnenstadservice is het aantal vrachtwagens in de binnenstad te verminderen en hierdoor de leefbaarheid, luchtkwaliteit en bereikbaarheid van de Nijmeegse binnenstad te verbeteren. In de huidige situatie in Nederlandse binnensteden krijgen veel winkeliers per week een groot aantal vervoerders aan de deur die ieder maar een kleine hoeveelheid goederen komen bezorgen. Die vervoerders hebben vaak maar weinig afleveradressen in de binnenstad waar ze (bij elkaar genomen) slechts een deel van de lading in hun vrachtwagen afleveren. De rest van de lading gaat weer mee de binnenstad uit en wordt ergens anders afgeleverd. Door de ladingen voor de binnenstad te bundelen en met één (volle) vrachtwagen de binnenstad in te rijden, kan het aantal vrachtwagens in de binnenstad worden verminderd. Bovendien hoeven vervoerders de binnenstad niet meer in en lopen ze daardoor niet tegen problemen rondom venstertijden en milieuzonering aan.

Naast het in ontvangst nemen, bundelen en doorleveren van de goederen aan de winkelier (de basisservice), kan Binnenstadservice ook goederen die door consumenten gekocht zijn bij deelnemende winkels direct bezorgen bij de consument, zodat goederen de binnenstad helemaal niet meer in hoeven. Tot slot biedt Binnenstadservice winkeliers ook andere diensten aan, zoals opslag van goederen, beprijzing of labeling van goederen, het versturen van pakketten of het retour nemen van verpakkingsmateriaal.

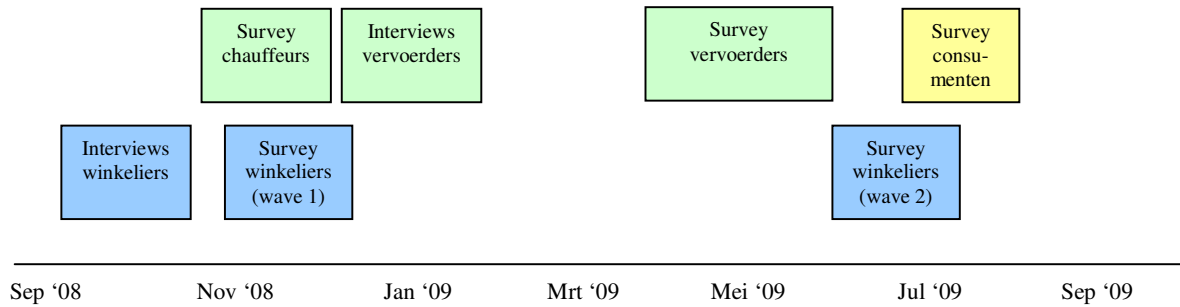
1.3 Onderzoeksopzet

Dit onderzoek (werkpakket 1) heeft als doel het inzichtelijk maken van de houding van (potentiële) gebruikers ten aanzien van Binnenstadservice en de maatschappelijke en/of bedrijfsmatige effecten die Binnenstadservice volgens deze gebruikers heeft. De onderzoeksvraag voor werkpakket 1 luidt dan ook:

Wat is de houding van winkeliers, vervoerders en consumenten ten aanzien van Binnenstadservice en welke bedrijfsmatige en/of maatschappelijke effecten heeft Binnenstadservice volgens deze partijen?

In werkpakket 1 staan twee gebruikersplatforms centraal: A) winkeliers en B) (eigen) vervoerders. Daarnaast is er een onderzoek gehouden onder het winkelend publiek (consumenten) in de Nijmeegse binnenstad. In werkpakket 1 is gebruik gemaakt van kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden om inzicht te krijgen in mogelijke effecten van Binnenstadservice. De informatie is enerzijds verkregen door middel van persoonlijke interviews en anderzijds door middel van het uitdelen van vragenlijsten (surveys).

Het onderzoek liep van september 2008 tot en met augustus 2009 (zie figuur 1). Om een betrouwbaar beeld te kunnen vormen van de attitudes van winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice is er op twee momenten (zogenaamde ‘waves’) tijdens en vlak na de pilot van Binnenstadservice onderzoek gedaan.



Figuur 1: Tijdbalk onderzoek werkpakket 1

Bevindingen zullen voor beide gebruikersplatforms afzonderlijk aan de orde komen. Allereerst worden de werkwijze en resultaten van gebruikersplatform A (winkeliers) besproken. Vervolgens komt gebruikersplatform B (vervoerders) aan bod. Tot slot wordt ingegaan op de resultaten van de consumentensurvey.

2. Winkeliers

Om een goed beeld van de houding van winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice (BSS) en de maatschappelijke en/of bedrijfsmatige effecten van BSS volgens winkeliers te krijgen, zijn persoonlijke interviews en enquêtes afgenomen onder zowel winkeliers die deelnemen aan BSS, als winkeliers die (nog) niet deelnemen. Dit is gedaan om inzicht te krijgen in onder andere mogelijke verschillen in houding tussen beide groepen met betrekking tot BSS. Het onderzoek is gestart met persoonlijke interviews met winkeliers die gevestigd zijn in het centrum van Nijmegen. De interviews vonden plaats in september en oktober 2008. Daarbij zijn horecagelegenheden en winkels met voornamelijk verse voedingsproducten buiten beschouwing gelaten. De reden hiervoor is dat deze bedrijven (nog) niet tot de doelgroep van Binnenstadservice behoren, doordat verse producten andere manieren van transport vereisen (zoals koelcontainers).

2.1 Interviews met winkeliers

In deze paragraaf wordt verslag gedaan van de interviews met deelnemende en niet-deelnemende winkeliers.

2.1.1 Interviews met deelnemende winkeliers

Er zijn persoonlijke interviews gehouden met tien deelnemende winkeliers. Ieder interview duurde een half uur tot anderhalf uur. Alle winkeliers met wie is gesproken zijn deelnemers 'van het eerste uur'. Dit is de groep winkeliers waarmee BSS in april 2008 is gestart. De groep deelnemende winkeliers die benaderd is, verschilde onderling op een aantal punten, zoals assortiment, locatie en grootte. Op deze manier hebben we inzicht gekregen in een brede groep van winkeliers uit de binnenstad, die mogelijk verschillen qua behoeftes. Negen van de tien winkeliers die benaderd zijn, zijn gevestigd in het zogenaamde 'road barrier' gebied, waarbinnen venstertijden gelden. Winkels uit de volgende branches waren vertegenwoordigd: food (2x), drogisterijen (1x), mode (2x), boekhandel en repro (2x), woninginrichting (1x) en overig (2x). Bij elke winkel is gesproken met de eigenaar. De winkeloppervlakte (excl. opslagruimte) liep uiteen van 38 tot 120m² (gemiddeld 78m²) en de meeste winkels werden gerund door de eigenaren. Drie winkels hadden personeel in dienst (uiteenlopend van 1 parttimer tot 12 parttimers). De bevindingen die voortkomen uit de interviews zijn hieronder gerangschikt naar de kennisvragen die centraal stonden in het onderzoek.

▪ *Wat is de houding van deelnemende winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice?*

Uit de interviews kwam duidelijk naar voren dat vrijwel iedereen tevreden en enthousiast is over BSS. Afgezien van wat opstartproblemen (zoals miscommunicatie), ondervinden vrijwel alle winkeliers meerdere voordelen van hun deelname aan BSS. Dit komt duidelijk terug in de punten waarop hun bedrijfsvoering verbeterd is (zoals uiteengezet wordt onder de kennisvraag over de bedrijfsvoering). Veel winkeliers raden BSS aan aan hun collega-winkeliers, al stuiten ze nogal eens op starheid bij niet-deelnemende winkeliers. Vrijwel alle winkeliers zijn van plan in de toekomst deel te blijven nemen aan BSS, mits het niet te veel gaat kosten. De basisservice (het doorleveren van goederen) moet gratis blijven volgens bijna alle winkeliers. Voor de extra diensten overwegen

sommige winkeliers een (kleine) financiële bijdrage te doen, afhankelijk van wat deze diensten nu bij een andere dienstverlener kosten.

Meerdere winkeliers geven aan dat ze vinden dat de gemeente de deelname aan BSS moet stimuleren. Dit zou volgens deze winkeliers kunnen door de 'road barriers' eerder omhoog te doen (bijv. 10.30 uur), door financieel bij te dragen en door de busbaan beschikbaar te stellen voor BSS.

- *Welke kwaliteit van dienstverlening moet Binnenstadservice leveren om winkeliers als klant te kunnen aantrekken en behouden?*

Winkeliers zijn tevreden met de diensten die BSS nu biedt en hebben geen behoefte aan andere (nieuwe) diensten. Sommige winkeliers zijn geïnteresseerd in een specifieke dienst van BSS, zoals het verzorgen van een webwinkel.

Een punt van kritiek dat blijkt uit de interviews, is dat de communicatie naar de winkeliers toe niet altijd voldoende is. Zo waren meerdere winkeliers niet op de hoogte van de extra diensten die BSS biedt. Enkele winkeliers hadden te maken gehad met miscommunicatie met BSS, bijvoorbeeld doordat ze niet de goede persoon hadden kunnen bereiken. Overigens wordt het contact met de medewerkers van BSS over het algemeen als goed ervaren en vinden veel winkeliers een goed contact ook zeer belangrijk.

Verder zijn er winkeliers die hun goederen nu later ontvangen dan voor hun deelname aan BSS. Dit wordt door deze winkeliers als nadelig ervaren, omdat de tijdigheid van goederen voor sommige winkeliers van groot belang is. Dit geldt niet voor alle winkeliers; anderen zijn tevreden over het feit dat ze nu aflevertijdstoppen voor leveringen kunnen afspreken. Meerdere winkeliers zijn zich ervan bewust dat BSS weinig invloed heeft op de aflevertijden van de vervoerders. Daarentegen vinden sommige winkeliers dat BSS actief moet onderhandelen met de vervoerders over de aflevertijden. Vrijwel alle winkeliers zijn tevreden over de conditie waarin de goederen aankomen. Als er fouten zitten in de levering, is dit nagenoeg altijd een fout van de leverancier en/of vervoerder.

- *Welke veranderingen in de bedrijfsvoering van winkeliers worden gegenereerd door Binnenstadservice?*

Het tijdstip van afleveren kan worden afgesproken met BSS waardoor de winkeliers weten waar ze aan toe zijn. Dit leidt voor sommige winkeliers tot tijds winst, omdat ze het personeel op de juiste tijden kunnen inzetten. Andere winkeliers openen om 12.00 uur, als de 'road barriers' naar boven gaan. Voordat ze aan Binnenstadservice gingen deelnemen, moest er dus iemand aanwezig zijn voor openingstijd om mogelijke leveringen te ontvangen. Nu hoeft dat niet meer. Daarnaast worden leveringen door BSS gebundeld wat ertoe leidt dat winkeliers minder vaak vervoerders aan de deur krijgen. Verder zijn er enkele winkeliers met onvoldoende opslagcapaciteit. BSS heeft hun bedrijfsvoering verbeterd door hun goederen op te slaan.

▪ *Speelt het maatschappelijk belang van Binnenstadservice een rol voor winkeliers?*

Veel winkeliers vinden het belangrijk dat het verkeer in de binnenstad van Nijmegen vermindert, zodat de stad aantrekkelijker, schoner en veiliger wordt. Meerdere winkeliers zijn zeer ontevreden met de huidige transportsituatie in de Nijmeegse binnenstad, omdat er volgens hen teveel vrachtwagens in de binnenstad komen. Het blijkt dat maatschappelijke overwegingen zeker een rol spelen bij de keuze van deze winkeliers om deel te nemen aan BSS.

▪ *Wat is het de winkeliers waard dat Binnenstadservice bestaat?*

Winkeliers zijn over het algemeen niet bereid te betalen voor de basisservice (het doorleveren van goederen) en willen tevens niet veel betalen voor extra diensten (bijvoorbeeld opslag van goederen, het ophalen van verpakkingsmateriaal of bezorging aan de klant). Deze lage bereidheid tot betalen lijkt voort te komen uit twee oorzaken. Ten eerste hoeven de meeste winkeliers geen afleveringskosten te betalen, doordat ze franco leveringen ontvangen. Zij stellen de vraag waarom ze bij BSS wel zouden moeten gaan betalen voor het afleveren, terwijl ze dat daarvoor niet hoefden. Ten tweede zien meerdere winkeliers de voordelen van BSS vooral aan de kant van de vervoerders liggen. Die zouden in hun ogen dan ook moeten betalen.

2.1.2 Interviews met niet-deelnemende winkeliers

Naast deelnemende winkeliers zijn ook tien niet-deelnemende winkeliers benaderd voor interviews. De geselecteerde niet-deelnemende winkeliers verschilden, net als de deelnemers, onderling op een aantal punten, zoals assortiment, locatie en grootte. Daarbij zijn vijf bedrijven geselecteerd die op de punten assortiment, locatie of grootte afwaken van de deelnemers. Dit heeft inzicht verschaft in verschillen die mogelijk een deelname aan BSS in de weg staan. Zo is er bijvoorbeeld gesproken met bedrijfsleiders van winkels die deel uitmaken van winkelketens en eigenaars van winkels die breekbare goederen verkopen. Daarnaast zijn vijf bedrijven geselecteerd die zoveel mogelijk overeenkwamen met de deelnemers, wat heeft geleid tot inzichten in andere, meer individuele redenen die een deelname aan BSS in de weg staan.

De winkeliers die geïnterviewd zijn, zijn binnen of aan de rand van het 'road barrier' gebied gevestigd. Ieder interview duurde een half tot anderhalf uur. Er waren winkels uit de volgende branches vertegenwoordigd: woninginrichting, boekhandel en repro, food, persoonlijke verzorging, apparatuur, mode en overige (4x). Bij acht winkels is gesproken met de eigenaar, bij twee winkels met de filiaalmanager. De winkeloppervlakte (excl. opslagruimte) liep uiteen van 18 tot 350m² (gemiddeld 158m²). Eén winkel werd gerund door alleen de eigenaar, de rest van de winkels had personeel in dienst (uiteenlopend van 1 tot 15 fulltimers). Enkele winkeliers waren voor het interview niet op de hoogte van BSS. Zij werden tijdens het interview voorzien van informatie over BSS. Wederom stonden in de interviews enkele kennisvragen centraal, waarvan de resultaten hieronder worden gerapporteerd.

▪ *Wat is de houding van niet-deelnemende winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice?*

De meeste winkeliers vinden BSS een goed initiatief, maar ze hebben duidelijk hun redenen om niet deel te nemen (die redenen worden onder de volgende kennisvraag

uiteengezet). Net als de meeste deelnemende winkeliers, ondervinden de meeste niet-deelnemende winkeliers hinder van het verkeer in de Nijmeegse binnenstad. Een vermindering van het verkeer wordt als een mogelijk voordeel van BSS gezien door deze winkeliers. Enkele winkeliers hebben geen last van de transportsituatie in de Nijmeegse binnenstad. Een ander mogelijk voordeel van BSS dat enkele malen is genoemd, is een verbetering van de luchtkwaliteit en daardoor een verbetering van het milieu. Kennelijk denken niet-deelnemende winkeliers net als de deelnemende winkeliers na over (mogelijke) maatschappelijke effecten van BSS.

Daarnaast zien de niet-deelnemende winkeliers mogelijke nadelen van BSS. Net als bij de deelnemende winkeliers, worden de kosten van BSS als een mogelijk nadeel gezien. De helft van de winkeliers verwacht dat BSS hen meer gaat kosten dan de huidige transportsituatie. Andere mogelijke nadelen van BSS die genoemd worden, zijn de kans dat er iets misgaat (zoals diefstal en beschadiging), een langere levertijd en andere problemen die kunnen ontstaan door een extra schakel in de keten (bijv. met verzekering van de goederen). Verder denken enkele winkeliers dat BSS te kleinschalig is en verwachten ze dat het weinig effect zal hebben.

- *Wat zijn de redenen voor winkeliers om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice?*

De meeste winkeliers geven aan dat hun huidige situatie goed is en zien daarom geen reden om deel te gaan nemen aan BSS. Daarnaast denken enkele winkeliers dat ze te weinig leveringen ontvangen om deel te gaan nemen aan BSS. Sommige winkeliers zijn bang dat er door BSS iets misgaat met hun goederen of dat de levertijd langer zal zijn. Enkele winkeliers die deel uitmaken van winkelketens denken dat het hoofdkantoor niet zou instemmen met een deelname aan BSS.

- *Wat is het de winkeliers waard dat Binnenstadservice bestaat?*

De geïnterviewde winkeliers zijn over het algemeen niet bereid te gaan betalen voor BSS als ze zouden gaan deelnemen. Een belangrijke voorwaarde voor een mogelijke deelname aan BSS is dat de deelname gratis, dan wel kostenneutraal zou moeten zijn. De winkeliers verwachten echter dat de kosten voor deelname aan BSS hoog zullen zijn en zien dit als een mogelijk nadeel.

2.2 Vragenlijstonderzoek onder winkeliers

De persoonlijke interviews met deelnemende en niet-deelnemende winkeliers vormden de basis voor het vragenlijstonderzoek. Het doel van de vragenlijst was om op grotere schaal inzicht te krijgen in de houding van winkeliers ten aanzien van BSS en de (potentiële) effecten van BSS volgens winkeliers. De onderwerpen in de vragenlijst waren gelijk aan de onderwerpen in de interviews. Het vragenlijstonderzoek is uitgevoerd in de vorm van een papieren enquête die door de onderzoekers persoonlijk is uitgedeeld en opgehaald. De enquête is opgesteld in drie verschillende versies. Tijdens de interviews bleek namelijk dat er in feite twee groepen deelnemers aan Binnenstadservice waren te onderscheiden. Er was een groep winkeliers die daadwerkelijk (een deel van) hun leveringen via Binnenstadservice ontvingen. Daarnaast was er een groep winkeliers die ooit toegezegd hadden deel te gaan nemen aan Binnenstadservice, maar nooit daadwerkelijk hun leveringen hadden omgezet (passieve deelnemers). Deze twee groepen

kregen elk een andere versie van de enquête, omdat de winkeliers die de leveringen niet hadden omgezet ook nog geen ervaring hadden met Binnenstadservice. De derde versie van de enquête was voor de niet-deelnemende winkeliers, omdat zij nog geen ervaring met Binnenstadservice hadden en niet hadden toegezegd deel te gaan nemen. Overigens maken enkele bedrijven (o.a. een hotel) geen gebruik van de basisservice van Binnenstadservice, maar wordt bij deze groep alleen de was gehaald en gebracht door Binnenstadservice. Deze groep is buiten beschouwing gelaten in dit onderzoek, omdat zij geen ervaring hebben met de basisservice en daardoor veel vragen niet van toepassing zijn.

Winkeliers ontvingen bij de enquête een begeleidende brief waarin het onderzoek toegelicht werd. De enquête werd waar mogelijk aan de eigenaar of filiaalleider afgegeven. Indien deze persoon niet aanwezig was, werd gevraagd de enquête aan de eigenaar of filiaalleider door te geven. De enquêtes werden na ongeveer een week weer opgehaald bij de winkelier

Bij wave 1 (november 2008) kregen in totaal 255 winkeliers een enquête. Van de 25 deelnemende winkeliers die de leveringen (deels) hadden omgezet, ontving iedereen een enquête. Onder de winkeliers die wel hadden toegezegd deel te nemen aan Binnenstadservice, maar de leveringen niet hadden omgezet (passieve deelnemers), werden 30 enquêtes uitgedeeld (dit waren bijna alle leden van deze groep). Verder kregen 200 niet-deelnemende winkeliers in de Nijmeegse binnenstad een enquête uitgereikt. Het aantal ingevulde enquêtes was hoog onder deelnemende winkeliers die de leveringen hadden omgezet; van de 25 winkeliers hebben 18 de enquête ingevuld (72%). Ook onder de niet-deelnemende winkeliers zijn veel enquêtes ingevuld, van de 200 enquêtes zijn er 129 ingevuld (65%). De bereidheid tot invullen was lager onder de deelnemende winkeliers die de leveringen nog niet omgezet hadden: 8 van de 30 winkeliers hebben de enquête ingevuld (27%). De reden die sommigen van deze laatste groep winkeliers gaven voor het niet invullen, was het gegeven dat ze nog geen ervaring hadden met Binnenstadservice. Ze hadden ooit hun naam laten invullen op de lijst van deelnemers, maar hadden er verder nooit iets mee gedaan. Veel winkeliers uit deze groep zagen zichzelf niet als deelnemer aan Binnenstadservice. Door het lage aantal ingevulde enquêtes dat we van deze groep terug hebben gekregen, zijn deze winkeliers niet meegenomen in de analyses van wave 1.

Bij wave 2 (juni 2009) kregen in totaal 258 winkeliers een enquête. De werkwijze in wave 2 was hetzelfde als in wave 1. De enquête voor deelnemers en niet-deelnemers was vrijwel gelijk aan die van wave 1, zodat de resultaten uit beide waves goed met elkaar vergeleken konden worden. Er is getracht om diegenen die de survey in wave 1 hadden ingevuld weer een survey te geven. Wederom is ook aan de groep passieve deelnemers een enquête gegeven. Wel is voor deze enquête als basis dit keer de niet-deelnemers enquête genomen in plaats van de deelnemersenquête, dit in tegenstelling tot wave 1. De respons ligt dit keer beduidend hoger voor de passieve deelnemers, namelijk 17 van de 27 uitgedeelde enquêtes werden ingevuld (63%). Van de 40 deelnemende winkeliers die een enquête ontvingen, gaven 30 deze weer ingevuld terug (75%). Verder kregen 191 niet-deelnemende winkeliers een enquête uitgereikt en daarvan vulden 103 deze in (54%).

De resultaten van de enquêtes van deelnemende, passief deelnemende en niet-deelnemende winkeliers zullen hieronder per wave apart behandeld en met elkaar

vergeleken worden. Aan het eind zullen de uitkomsten van wave 1 en 2 worden vergeleken om te zien of er een verandering is opgetreden in de manier waarop winkeliers tegen BSS aan kijken.

2.2.1 Wave 1: Achtergrondkenmerken winkeliers

In tabel 2.1 zijn de achtergrondkenmerken (branche en functie respondent) te zien van de deelnemende en niet-deelnemende winkeliers die hebben meegedaan aan het onderzoek.

Branche	# deelnemers	# niet-deelnemers	Functie respondent	# deelnemers	# niet-deelnemers
Mode	2	55	Eigenaar	13	52
Luxe goederen	2	12	Filiaalleider	1	42
Woninginrichting	1	11	Directeur	2	5
Apparatuur	0	11	Assistent filiaalleider	0	5
Drogisterijen	1	4	Verkoper	0	3
Persoonlijke verzorging	0	5	Assistent verkoper	0	1
Food	0	4	Magazijnmedewerker	0	1
Boekhandel en repro	2	4	Stagiair	0	1
Supermarkten	0	1	Educatief medewerker	1	0
Gezondheids- en welzijnszorg	0	1	Apotheker	0	1
Overige	9	21	Niet ingevuld	1	18
Niet ingevuld	1	0			
<i>Totaal</i>	<i>18</i>	<i>129</i>	<i>Totaal</i>	<i>18</i>	<i>129</i>

Tabel 2.1: Achtergrondkenmerken winkeliers: branche en functie respondent

De meeste winkeliers ontvangen hun goederen in losse dozen of op pallets. Soms worden rolcontainers of kledingrekken gebruikt. Leveringen variëren van één doos tot vijftien dozen voor deelnemers en van één doos tot een volle trailer voor niet-deelnemers.

Het aantal leveringen per week is te zien in tabel 2.2.

# leveringen per week	Deelnemers voor deelname aan BSS		Deelnemers nu (incl. leveringen van BSS)		Niet-deelnemers	
	Frequentie	Cum. %	Frequentie	Cum. %	Frequentie	Cum. %
< 1	0	0,0	1	5,6	10	7,8
1	1	5,6	3	22,2	17	20,9
2	2	16,7	2	33,3	31	45,0
3	4	38,8	3	50,0	15	56,6
4	1	44,4	1	55,6	12	65,9
5	1	50,0	0	55,6	12	75,2
6	5	77,8	4	77,8	15	86,8
> 6	4	100,0	3	94,4	14	97,7
Overig	0		0		2	99,2
Niet ingevuld	0		1	100,0	1	100,0
<i>Totaal</i>	<i>18</i>	<i>100,0</i>	<i>18</i>	<i>100,0</i>	<i>129</i>	<i>100,0</i>

Tabel 2.2: Aantal leveringen per week

Het gemiddelde aantal leveringen per week van deelnemers voordat ze deelnamen aan BSS was 5,9. Nu is het 4,8 (incl. de leveringen van BSS). Er is dus een daling opgetreden van het aantal leveringen per week die toegeschreven kan worden aan de bundeling van

goederen door BSS. Het gemiddelde aantal leveringen per week voor niet-deelnemers is 4,4.

2.2.2 Wave 1: Resultaten van deelnemende winkeliers

Hieronder worden de resultaten van de enquête die in wave 1 onder deelnemende winkeliers gehouden is per kennisvraag die centraal stond in het onderzoek behandeld.

▪ *Wat is de houding van deelnemende winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice?*

Van de 18 deelnemende winkeliers die een enquête hebben ingevuld, krijgt de helft vanaf de start van de pilot zijn goederen geleverd via BSS. Als belangrijke voordelen van BSS voor hun eigen zaak (zie tabel 2.3) noemen deelnemers (1) de mogelijkheid tot het afspreken van een aflevertijdstip en (2) de bundeling van bestellingen. Meest genoemde minpunten/nadelen (zie tabel 2.4) zijn (1) de mogelijke kosten voor deelname in de toekomst en (2) het later afleveren van de goederen.

Voordelen van Binnenstadservice voor de eigen zaak	# respondenten* (N=18)	%*
Tijdstip van afleveren kan worden afgesproken.	13	72%
Bestellingen worden gebundeld.	7	39%
Mogelijkheid tot opslag.	5	28%
Goederen kunnen bij klanten worden afgeleverd.	5	28%
Verpakkingsmateriaal wordt retour genomen.	5	28%
Tijdwinst voor mij / mijn personeel.	4	22%
Ik / mijn personeel hoeft(t) minder te sjouwen met goederen.	3	17%

* Aantal/percentage respondenten dat vindt dat het betreffende punt een voordeel van BSS voor de eigen zaak is.

Tabel 2.3: Voordelen van Binnenstadservice voor de eigen zaak

Minpunten/nadelen van Binnenstadservice	# respondenten* (N=18)	%*
Mogelijke kosten in de toekomst.	11	61%
De goederen komen later bij mijn zaak aan.	6	33%
Het kost veel moeite om ervoor te zorgen dat de <i>leverancier</i> mijn goederen ook daadwerkelijk bij BSS aflevert in plaats van bij mijn zaak.	3	17%
Het kost veel moeite om een wijziging in mijn afleveradres aan leveranciers/transporteurs door te geven.	2	11%
Het kost veel moeite om ervoor te zorgen dat de <i>transporteur</i> mijn goederen ook daadwerkelijk bij BSS aflevert in plaats van bij mijn zaak.	2	11%
De communicatie vanuit BSS is niet altijd voldoende.	1	6%

* Aantal/percentage respondenten dat vindt dat het betreffende punt een nadeel van BSS is.

Tabel 2.4: Minpunten/nadelen van Binnenstadservice

De deelnemende winkeliers zijn erg tevreden over BSS (gemiddelde score van 4,4 op een schaal van 1 ('zeer ontevreden') tot 5 ('zeer tevreden')). De deelnemers zijn van plan in de toekomst deel te blijven nemen aan BSS en ze bevelen BSS aan bij andere winkeliers.

Dit duidt op gevoelens van loyaliteit aan BSS. De winkeliers hebben vertrouwen in BSS en voelen zich betrokken bij BSS. Dit uit zich onder andere in gevoelens van trots dat BSS goederen bij hen aflevert. De betrokkenheid komt duidelijk niet voort uit 'berekende' gevoelens: deelnemers zien voor zichzelf geen duidelijke financiële voordelen van deelname aan BSS of nadelen mochten ze weggaan bij BSS.

- *Hoe beoordelen deelnemende winkeliers de kwaliteit van dienstverlening door Binnenstadservice?*

Kwaliteit van dienstverlening is gemeten op vijf factoren: kwaliteit van contact met personeel, accuratesse van leveringen, conditie van leveringen, de manier waarop leveringen die niet kloppen worden afgehandeld en tijdigheid. BSS scoort op alle factoren goed (tussen de 4,2 en 4,6 op een schaal van 1 tot 5 (zie tabel 2.5)). De algehele kwaliteit van dienstverlening (het gemiddelde over de vijf factoren) scoort een 4,4. De kwaliteit die geleverd wordt door BSS, is dus hoog te noemen en draagt ertoe bij dat bestaande klanten behouden blijven en nieuwe klanten aangetrokken kunnen worden.

Factoren	n	Gemiddelde
Contact met personeel	18	4,4
Accuratesse van de leveringen	17	4,6
Conditie van de leveringen	17	4,5
Afhandeling van leveringen die niet kloppen	15	4,5
Tijdigheid van de leveringen	18	4,2
<i>Algehele kwaliteit van dienstverlening</i>	<i>14</i>	<i>4,4</i>

Tabel 2.5: Kwaliteit van dienstverlening

- *Welke veranderingen in de bedrijfsvoering van deelnemende winkeliers worden gegenereerd door Binnenstadservice?*

Deelname aan BSS heeft op enkele gebieden tot (lichte) veranderingen in de bedrijfsvoering geleid. Allereerst komen er minder vaak leveranciers/transporteurs aan de deur. Het gemiddeld aantal keren per week dat er een vervoerder aan de deur komt bij deelnemende winkeliers is gedaald van 5,9 keer naar 4,8 keer, ondanks dat 61% van de winkeliers niet al zijn goederen via BSS laat leveren. De leveringen die (nog) niet via Binnenstadservice lopen betreffen onder andere goederen uit het buitenland, poststukken, breekbare goederen waarvan de ondernemer ze liever direct bij de winkel afgeleverd ziet worden en goederen die geen vertraging mogen oplopen. Soms wordt een product door de vervoerder toch bij de winkel afgeleverd (ondanks dat het afleveradres is gewijzigd) of is een ondernemer vergeten door te geven dat het via Binnenstadservice geleverd had moeten worden. Tot slot willen sommige winkeliers eerst kijken of alles goed verloopt voordat ze al hun leveringen omzetten.

In tabel 2.6 is te zien wat de scores van winkeliers zijn op een aantal stellingen die gaan over veranderingen in de bedrijfsvoering. Hierbij geldt dat een score van 1 betekent 'helemaal mee oneens' en 5 'helemaal mee eens'. Het retour nemen van verpakkingsmaterialen door BSS lijkt de meeste impact te hebben. Dit leidt namelijk tot concrete voordelen, zoals meer ruimte in de zaak en kostenbesparingen. Een andere verandering in de bedrijfsvoering is een verbeterde dagindeling, doordat de goederen op een gunstiger tijdstip worden afgeleverd. Tot slot vinden winkeliers niet dat deelname aan BSS leidt tot kostenbesparingen voor hun zaak. Uit nadere analyse blijkt dat alle

stellingen kunnen worden samengevat in één factor die betrekking heeft op verbeteringen in de bedrijfsvoering. De gemiddelde score op deze factor is een 3,2 (zie onderaan in de tabel). Dit geeft aan dat BSS slechts tot lichte verbeteringen in de bedrijfsvoering leidt voor winkeliers.

Stellingen	n	Gemiddelde
Het retour nemen van verpakkingsmaterialen door Binnenstadservice levert mij concrete voordelen op (meer ruimte in mijn zaak, kostenbesparingen, etc.).	16	3,8
Ik/mijn personeel kan de dag beter indelen doordat Binnenstadservice mijn goederen op een gunstiger tijdstip aflevert dan leveranciers/transporteurs dat doen.	17	3,4
Ik/mijn personeel bespaar(t) tijd doordat ik, door mijn deelname aan Binnenstadservice, minder vaak leveranciers/transporteurs aan de deur krijg.	17	3,3
Deelname aan Binnenstadservice maakt voor mij een betere service naar mijn klanten mogelijk.	17	3,1
Door deelname aan Binnenstadservice heb ik de bedrijfsvoering van mijn zaak kunnen verbeteren.	17	3,1
Ik/ mijn personeel hoeft(t) minder met goederen te sjouwen door Binnenstadservice.	17	2,9
Deelname aan Binnenstadservice levert voor mijn zaak kostenbesparingen op.	17	2,4
<i>Factor 'verbeteringen in bedrijfsvoering'</i>	<i>16</i>	<i>3,2</i>

Tabel 2.6: Stellingen veranderde bedrijfsvoering

▪ *Wat is het de deelnemende winkeliers waard dat Binnenstadservice bestaat?*

Twaalf van de achttien deelnemende winkeliers (67%) geven aan dat ze niet bereid zijn te betalen voor de basisservice van Binnenstadservice. Vier van de achttien winkeliers (22%) zijn wel bereid tot betalen voor de service, waarbij de bedragen uiteenlopen van 10 euro tot 50 euro per maand. Eén deelnemer geeft aan misschien te willen betalen en een andere deelnemer geeft aan dat hij het niet weet. In tabel 2.7 staat een aantal stellingen die gemeten hebben of deelnemers onder bepaalde omstandigheden bereid zouden zijn om voor de diensten van BSS te betalen. Als leveranciers/transporteurs de winkeliers minder transportkosten zouden berekenen voor het afleveren van goederen bij BSS in plaats van bij hun zaak, dan zou een groot deel van de winkeliers (72%) bereid zijn om dit kostenvoordeel (deels) te laten toekomen aan BSS. Op dit moment rekenen de vervoerders echter (nog) hetzelfde bedrag aan transportkosten aan de winkelier voor het bezorgen bij BSS als bij de winkel in de binnenstad of ze rekenen geen transportkosten

aan de winkelier. In de toekomst zou BSS op deze manier echter misschien wel de benodigde inkomsten kunnen genereren, mits zij (en/of de winkeliers) in staat zijn de vervoerders er van te overtuigen dat afleveren bij BSS kostenbesparingen oplevert voor de vervoerders en dat deze kostenbesparingen dienen te leiden tot lagere transportkosten voor winkeliers. Mogelijk alternatief voor deze constructie via de winkeliers is een directe geldstroom van vervoerders naar BSS.

Stellingen	N	Gemiddelde
Ook al zou Binnenstadservice haar tarieven voor extra services (zoals opslag) met 10% verhogen, dan nog zou ik gebruik willen maken van deze diensten.	16	3,1
Ik zou het accepteren als ik zou moeten gaan betalen voor het retour nemen van verpakkingsmateriaal door Binnenstadservice, mits het tarief hiervoor lager zou zijn dan mijn huidige kosten hiervoor.	18	3,1
<i>Stel uw leverancier/transporteur berekent u minder transportkosten voor het afleveren van uw goederen bij Binnenstadservice in plaats van bij uw zaak. Ik zou bereid zijn dit kostenvoordeel (deels) te laten toekomen aan Binnenstadservice.</i>	18	4,1

Tabel 2.7: Stellingen bereidheid tot betalen

▪ *Speelt het maatschappelijk belang van Binnenstadservice een rol voor winkeliers?*
Het maatschappelijk belang van BSS speelt een grote rol voor de winkeliers. Dit blijkt uit de redenen om mee te doen aan BSS. In tabel 2.8 staan de genoemde redenen om mee te doen aan BSS met een score die aangeeft hoe belangrijk ze worden gevonden door deelnemers (hoogst haalbare score is 8 (= 'zeer belangrijke reden') en de laagst haalbare score is 0 (= 'onbelangrijke reden')). De top 3 van belangrijke redenen heeft te maken met het maatschappelijk belang van BSS. Pas daarna worden factoren genoemd die (direct) te maken hebben met het eigenbelang van de winkeliers. Natuurlijk kan een vermindering van het verkeer in de binnenstad en een aantrekkelijkere binnenstad voor het winkelend publiek naast een maatschappelijk voordeel ook voordelen opleveren voor de winkelier (bijv. meer klanten in zijn winkel, waardoor de omzet stijgt).

Ik doe mee aan Binnenstadservice, omdat:	Gemiddelde score
...daardoor het verkeer in de binnenstad vermindert.	6,7
...daardoor de luchtkwaliteit in de binnenstad verbetert.	4,3
...daardoor de binnenstad aantrekkelijker wordt voor het winkelend publiek.	3,7
...ik daardoor minder leveranciers/transporteurs aan de deur krijg.	3,6
...dit gemak oplevert voor mijn eigen zaak.	2,9
...BSS verpakkingsmateriaal retour neemt.	1,1
...ik daardoor de opslagcapaciteit van mijn zaak kan vergroten.	1,1

Tabel 2.8: Redenen om mee te doen aan Binnenstadservice

- *Wat is het effect van de kwaliteit van dienstverlening, verbeteringen in de bedrijfsvoering en het maatschappelijk effect van BSS op de tevredenheid en loyaliteit van winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice?*

Uit een zogenaamde regressieanalyse blijkt dat de ervaren kwaliteit van dienstverlening door BSS (gemeten op de vijf eerder genoemde factoren: kwaliteit van contact met personeel, accuratesse van leveringen, conditie van leveringen, de manier waarop leveringen die niet kloppen worden afgehandeld en tijdigheid) een zeer sterk (significant) positief effect heeft op de tevredenheid en loyaliteit van winkeliers ten aanzien van BSS. Verbeteringen in de bedrijfsvoering (gemeten met de stellingen in tabel 2.6) hebben een minder sterk (significant) positief effect op tevredenheid, maar niet op loyaliteit. Het maatschappelijk effect van BSS heeft slechts een zwak positief effect (zwak significant) op zowel tevredenheid als loyaliteit van winkeliers t.a.v. BSS. Het maatschappelijk effect van BSS is gemeten met de volgende twee stellingen (gebruikte schaal: 1 'helemaal mee oneens' tot en met 5 'helemaal mee eens')

- Ik merk dat er minder vrachtverkeer bij mij in de straat komt als gevolg van BSS.
- Ik zie dat de binnenstad aantrekkelijker wordt door BSS.

In conclusie: tevredenheid en loyaliteit van winkeliers ten aanzien van BSS worden met name bepaald door de kwaliteit van dienstverlening die BSS levert. Om winkeliers als klant te behouden, is het dus belangrijk voor BSS om die kwaliteit hoog te houden. Voor de toekomst is het echter ook belangrijk om de andere twee aspecten, met name het maatschappelijk effect van BSS, in de gaten te houden, aangezien het belang hiervan voor tevredenheid en loyaliteit zou kunnen toenemen naarmate er meer effect van BSS zichtbaar wordt. Deze resultaten dienen met enige voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden, aangezien het aantal ingevulde enquêtes waarmee de analyses zijn uitgevoerd erg klein is (18 respondenten).

2.2.3 Wave 1: Resultaten van niet-deelnemende winkeliers

Hieronder worden de resultaten van de enquête die in wave 1 onder niet-deelnemende winkeliers gehouden is per kennisvraag die centraal stond in het onderzoek behandeld.

- *Wat is de houding van niet-deelnemende winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice?*

Van de 129 respondenten die niet deelnemen aan BSS is 48% niet bekend met BSS; 40% is wel bekend met BSS. Na het lezen van de uitleg over BSS is 35% van de winkeliers positief over BSS. Daarnaast vindt nog eens 22% het een goed initiatief, hoewel deze winkeliers wel hun bedenkingen hebben: langere levertijden, kans op fouten, extra schakel in de keten. Ook geeft een groot deel van deze groep aan dat het initiatief niet relevant/buikbaar is voor hen, omdat ze naar eigen zeggen te veel of juist te weinig leveringen ontvangen, omdat het transport vanuit het hoofdkantoor wordt geregeld of omdat ze geen problemen ervaren met laden en lossen. Verder is 16% negatief over BSS. Ze vinden het omslachtig en zien meer nadelen dan voordelen. Ze willen graag dat de situatie blijft zoals hij is. Tot slot heeft 14% geen mening en heeft 13% de vraag niet ingevuld.

Van de niet-deelnemende winkeliers typeert 21% de diensten die BSS levert als (redelijk) onaantrekkelijk, 32% geeft aan neutraal hier tegenover te staan en 22% typeert

de diensten als (redelijk) aantrekkelijk. Tot slot heeft 26% de vraag niet ingevuld (missing).

Volgens de niet-deelnemende winkeliers zou BSS mogelijke voordelen kunnen opleveren (zie tabel 2.9). De meest genoemde voordelen zijn 1) de vermindering van verkeer in de binnenstad en 2) de verbetering van de luchtkwaliteit / het milieu.

Ook zien de winkeliers mogelijke nadelen (zie tabel 2.10). De meest genoemde zijn de kans op langere levertijden en de mogelijk hoge kosten.

Mogelijke voordelen van Binnenstadservice	%*
Vermindering van verkeer in de binnenstad.	67%
Verbetering luchtkwaliteit / milieu.	49%
Vervoerders zijn niet beperkt door venstertijden, maar kunnen goederen de hele dag afleveren bij Binnenstadservice.	29%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering door afvoer verpakkingsmateriaal.	11%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering door gebundelde leveringen.	6%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering door het opslaan van goederen bij BSS.	4%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering doordat BSS de bezorgservice aan mijn klanten kan verzorgen.	1%

* Percentage respondenten dat vindt dat het betreffende punt een mogelijk voordeel is van BSS .

Tabel 2.9: Mogelijke voordelen van Binnenstadservice

Mogelijke nadelen van Binnenstadservice	%*
Kans op langere levertijd.	57%
Hoge kosten.	57%
Kans dat er tijdens het proces iets misgaat met de goederen.	53%
Extra schakel in de keten.	53%
Door bundeling krijg ik een grote aanvoer van goederen in één keer.	25%
Kleinschalig / heeft weinig effect.	19%

* Percentage respondenten dat vindt dat het betreffende punt een mogelijk nadeel is van BSS.

Tabel 2.10: Mogelijke nadelen van Binnenstadservice

- *Wat zijn de redenen voor winkeliers om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice?*

De redenen om (nog) niet deel te nemen aan BSS lopen uiteen (zie tabel 2.11). De belangrijkste reden is dat winkeliers hun huidige situatie goed vinden (60%) en dus geen noodzaak zien tot veranderen. Op nummer twee staat dat ze denken dat de levertijd langer zal zijn als ze laten leveren via BSS (37%). Op de vraag 'Bent u van plan in de toekomst deel te gaan nemen aan BSS?' antwoordt 5% van de niet-deelnemende winkeliers 'ja', 56% 'nee' en 32% 'misschien'. Op de vervolgvraag: 'Wat zou er moeten veranderen voordat u wel zou gaan deelnemen?' zijn de volgende antwoorden minstens twee keer genoemd: meer informatie over verantwoordelijkheid bij schade, over de kosten (zou geen extra geld mogen kosten) en de levertijd (zou niet langer mogen worden), alle steden in Nederland zouden moeten meedoen, en het hoofdkantoor zou moeten instemmen. Ongeveer 29% van de winkeliers noemt één of meerdere van voorgenoemde aspecten, 7% noemt meer individuele redenen (bijv. ik zou meer goederen moeten bestellen). Ruim 53% van de winkeliers heeft de vraag niet ingevuld en de

overige respondenten (11%) geven aan dat er niets hoeft te veranderen, omdat ze toch niet gaan deelnemen.

Redenen om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice	%*
Ik vind mijn huidige situatie goed.	60%
Ik denk dat de levertijd langer zal zijn.	37%
Ik ben nog niet bekend met BSS.	35%
Ik heb zelf voldoende opslagcapaciteit.	30%
Ik ben bang dat er tijdens het proces iets misgaat met de goederen.	29%
Ik denk dat de kosten hoog zullen zijn.	28%
Het hoofdkantoor stemt niet in.	25%
Ik heb te weinig leveringen om deel te nemen.	21%
Ik heb weinig vertrouwen in BSS.	5%

* Percentage respondenten dat vindt dat het betreffende punt een reden is om nog niet deel te nemen aan BSS.

Tabel 2.11: Redenen om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice

▪ *Wat is het de niet-deelnemende winkeliers waard dat Binnenstadservice bestaat?*

De bereidheid tot betalen is laag; 47% van de niet-deelnemende winkeliers zou niet bereid zijn om te betalen voor de basisservice, terwijl 5% 'ja' antwoordt en 11% 'misschien'. Verder zegt 5% dat ze niet zelf kunnen beslissen over de betaling (hoofdkantoor gaat erover) en 9% zegt niet te weten of ze bereid zouden zijn ervoor te betalen of geeft aan 'niet van toepassing'. Tot slot heeft 24% van de winkeliers de vraag niet ingevuld. Van de zes niet-deelnemende ondernemers die bereid zouden zijn te betalen voor BSS, hebben slechts drie mensen aangegeven welk bedrag de basisservice van BSS hen per maand waard zou zijn: één ondernemer zegt 10 euro, een andere 30 euro en de laatste 100 euro.

De niet-deelnemers kregen de volgende situatie voorgelegd: "Stel uw leverancier/transporteur zou u minder transportkosten berekenen voor het afleveren van uw goederen bij Binnenstadservice in plaats van bij uw zaak." Daarbij hoorde de stelling: "Ik zou bereid zijn dit kostenvoordeel (deels) te laten toekomen aan Binnenstadservice." De gemiddelde score op deze stelling was 2,8 op een schaal van 1 ('helemaal mee oneens') tot 5 ('helemaal mee eens'), wat aangeeft dat de bereidheid tot betalen aan BSS laag is, zelfs wanneer de winkelier door BSS een kostenvoordeel zou hebben.

▪ *Wat is de gepercipieerde kwaliteit van dienstverlening door huidige vervoerders?*

Niet-deelnemers is gevraagd de kwaliteit van dienstverlening van hun huidige belangrijkste vervoerder te beoordelen op vijf factoren: kwaliteit van contact met personeel, accuratesse van leveringen, conditie van leveringen, de manier waarop leveringen die niet kloppen worden afgehandeld en tijdigheid. De huidige vervoerders scoren op alle factoren redelijk goed tot goed (tussen de 3,8 en 4,2 op een schaal van 1 tot 5 (zie tabel 2.12)). De algehele kwaliteit van dienstverlening (het gemiddelde over de vijf factoren) scoort een 4,0. De niet-deelnemende winkeliers zijn dan ook tevreden over hun belangrijkste vervoerder (gemiddelde score: 4,1 op een schaal van 1 ('zeer ontevreden') tot 5 ('zeer tevreden')).

Factoren	n	Gemiddelde
Tevredenheid over huidige belangrijkste vervoerder	116	4,1
Algehele kwaliteit van dienstverlening	108	4,0
<i>Contact met personeel</i>	116	4,0
<i>Accuratesse van de leveringen</i>	115	4,2
<i>Conditie van de leveringen</i>	115	4,1
<i>Afhandeling van leveringen die niet kloppen</i>	115	3,8
<i>Tijdigheid van de leveringen</i>	115	3,9

Tabel 2.12: Kwaliteit van dienstverlening huidige belangrijkste vervoerder

2.2.4 Wave 1: Vergelijking deelnemende en niet-deelnemende winkeliers

Houding ten aanzien van Binnenstadservice

Alle deelnemende winkeliers zijn positief over BSS, terwijl van de niet-deelnemers ruim één derde positief is en nog eens 22% gematigd positief (ze hebben enkele bedenkingen bij het initiatief). De belangrijkste redenen om deel te nemen aan Binnenstadservice zijn vermindering van het verkeer in binnenstad en de verbetering van de luchtkwaliteit. De niet-deelnemende winkeliers zien ook deze twee punten als mogelijke voordelen van Binnenstadservice. Tevens liggen de genoemde nadelen in dezelfde lijn. Zowel de deelnemende als niet-deelnemende winkeliers noemen de mogelijke kosten (in de toekomst) en de (kans op) langere levertijden als de grootste nadelen.

Bereidheid tot betalen

Van de 18 deelnemende winkeliers zijn er 4 (22%) bereid om te betalen voor de basisservice, tegenover 5% van de niet-deelnemende winkeliers. De deelnemende winkeliers zijn meer bereid om het mogelijke kostenvoordeel (dat kan ontstaan als de leverancier of transporteur minder transportkosten berekent voor het afleveren bij Binnenstadservice) (deels) toe te laten komen aan Binnenstadservice dan de niet-deelnemers (gemiddelde score van 4,1 ten opzichte van 2,8 op een 5-punts schaal).

Meningen over de Nijmeegse binnenstad

In tabel 2.13 staan de meningen van de deelnemende en niet-deelnemende winkeliers over de situatie in de Nijmeegse binnenstad. De gebruikte schaal is wederom een 5-puntsschaal, waarbij 1 staat voor helemaal mee oneens en 5 voor helemaal mee eens. De verschillen in meningen tussen de twee groepen blijken op drie na allemaal significant. De deelnemende winkeliers zijn het meer eens met de stellingen dat er teveel verkeer is in de binnenstad en dat daardoor het winkelend publiek 's ochtends de binnenstad mijdt. Ook zijn ze van mening dat de bewoners van de binnenstad hinder ondervinden van het vele verkeer. De transportsituatie in de binnenstad wordt door de deelnemers als een groter probleem ervaren dan door de niet-deelnemende winkeliers. Ook vinden de deelnemers het belangrijker dat de luchtkwaliteit in de binnenstad verbetert en is de leefbaarheid van de binnenstad belangrijker voor hen. De venstertijden moeten door de gemeente strenger gehandhaafd worden volgens de deelnemende winkeliers, maar de niet-deelnemende winkeliers zijn het hier lichtelijk mee oneens. Beiden verschillen niet significant van mening over de venstertijden, deze zijn niet te krap. Ook vinden ze het

beiden even belangrijk dat de bereikbaarheid van de Nijmeegse binnenstad verbetert. Tot slot zien niet-deelnemers (nog) geen effect van BSS op de hoeveelheid vrachtverkeer in de straat en de aantrekkelijkheid van de binnenstad. Deelnemers zijn hierover iets positiever, maar echt duidelijk zijn de effecten ook voor hen (nog) niet.

Stellingen over de situatie in de Nijmeegse binnenstad	n	D	n	ND
Er is teveel verkeer in de binnenstad.	17	4,7	124	3,0*
Ik denk dat het winkelend publiek de binnenstad 's ochtends mijdt door het vele verkeer in de binnenstad.	18	3,9	123	2,3*
De venstertijden zijn te krap.	18	2,6	113	3,0
De gemeente moet de venstertijden strenger handhaven.	17	3,5	117	2,6*
De huidige transportsituatie in de binnenstad is een probleem.	17	4,2	120	2,8*
Ik denk dat bewoners in de binnenstad hinder ondervinden van het vele verkeer in de binnenstad.	17	4,3	121	2,8*
Winkeliers houden te weinig rekening met elkaar.	17	3,7	123	2,6*
De leefbaarheid van de Nijmeegse binnenstad is erg belangrijk voor mij.	17	4,6	122	3,7*
De leefbaarheid van de Nijmeegse binnenstad betekent veel voor me.	18	4,3	123	3,8
Het is belangrijk dat de luchtkwaliteit in de Nijmeegse binnenstad verbetert.	18	4,4	122	3,5*
Het is belangrijk dat de bereikbaarheid van de Nijmeegse binnenstad verbetert.	18	4,6	123	4,2
Ik merk dat er minder vrachtverkeer bij mij in de straat komt als gevolg van Binnenstadservice.	16	3,1	116	2,1*
Ik zie dat de binnenstad aantrekkelijker wordt door Binnenstadservice.	16	3,4	116	2,3*
Tevredenheid met huidige transportsituatie in de Nijmeegse binnenstad.	16	2,4	126	3,2*

* Significant verschil tussen deelnemers en niet-deelnemers (gehanteerd significantieniveau: 0,05)

Tabel 2.13: *Situatie in de Nijmeegse binnenstad: vergelijking tussen deelnemers (D) en niet-deelnemers (ND)*

Kwaliteit van dienstverlening door Binnenstadservice of belangrijkste vervoerder

Als de kwaliteit van dienstverlening door BSS (beoordeeld door deelnemers) vergeleken wordt met de kwaliteit van dienstverlening door de belangrijkste vervoerder (beoordeeld door niet-deelnemers; elke niet-deelnemer heeft zijn eigen belangrijkste vervoerder beoordeeld), dan zijn er op twee punten significante verschillen: de kwaliteit van het contact met het personeel en de afhandeling van leveringen die niet kloppen. BSS scoort in de ogen van deelnemers hierop beter dan de belangrijkste vervoerder in de ogen van de niet-deelnemers. Op de overige punten zijn de verschillen niet significant (zie tabel 2.14).

Factoren	<i>n</i>	BSS	<i>n</i>	Belangrijkste vervoerder
Tevredenheid	18	4,3	116	4,1
Algehele kwaliteit van dienstverlening	14	4,4	108	4,0
<i>Kwaliteit van het contact met het personeel</i>	18	4,4	116	4,0*
<i>Accuratesse van de levering</i>	17	4,6	115	4,2
<i>Conditie van de levering</i>	17	4,5	115	4,1
<i>Afhandeling van leveringen die niet kloppen</i>	15	4,5	115	3,8*
<i>Tijdigheid van de levering</i>	18	4,2	115	3,9

* Significant verschil tussen scores voor BSS en belangrijkste vervoerder (gehanteerd significantieniveau: 0,05)

Tabel 2.14: *Kwaliteit van dienstverlening*

Bovenstaande factoren zijn gebaseerd op eerder onderzoek naar relaties tussen vervoerders en klanten (Mentzer et al., 2001). Uit de interviews met winkeliers kwamen de volgende factoren naar voren als zijnde belangrijk in een relatie met een vervoerder: snelheid, betrouwbaarheid, voorzichtigheid, communicatie en vriendelijkheid. De scores op deze factoren zijn te zien in tabel 2.15. BSS (beoordeeld door deelnemers) scoort significant beter op betrouwbaarheid, voorzichtigheid, communicatie en vriendelijkheid dan de belangrijkste vervoerder (beoordeeld door niet-deelnemers). Op snelheid is het verschil niet significant.

Factoren	<i>n</i>	BSS	<i>n</i>	Belangrijkste vervoerder
Snelheid van leveren	17	4,2	112	4,0
Betrouwbaarheid	16	4,5	113	4,1*
Voorzichtigheid met goederen	15	4,5	108	3,9*
Communicatie	16	4,5	102	3,8*
Vriendelijkheid	15	4,7	101	4,3*

* Significant verschil tussen scores voor BSS en belangrijkste vervoerder (gehanteerd significantieniveau: 0,05)

Tabel 2.15: *Belangrijke factoren in relatie met vervoerder*

2.2.5 Wave 2: *Achtergrondkenmerken winkeliers*

In tabel 2.16 zijn de achtergrondkenmerken (branche en functie respondent) te zien van de deelnemende (D), passief deelnemende (PD) en niet-deelnemende winkeliers (ND) die hebben meegedaan aan het onderzoek. De meeste winkeliers ontvangen hun goederen in losse dozen of op pallets. Soms worden rolcontainers of kledingrekken gebruikt. Leveringen variëren van één doos tot zestig dozen voor deelnemers, van één doos tot tien dozen voor passief deelnemers en van één doos tot een volle trailer voor niet-deelnemers. Het aantal leveringen per week is te zien in tabel 2.17 en 2.18.

Branche	# D	# PD	# ND	Functie respondent	# D	# PD	# ND
Mode	4	3	47	Eigenaar	21	14	34
Luxe goederen	3	2	8	Filiaalleider	5	2	41
Woninginrichting	3	3	2	Directeur	3	0	1
Apparatuur	1	1	10	Assistent filiaalleider	0	0	4
Drogisterijen	2	0	2	Verkoper	0	0	4
Persoonlijke verzorging	0	2	2	Administratief medewerker	1	0	0
Food	2	0	2	ICT medewerker	0	0	1
Boekhandel en repro	4	0	0	Apotheker	0	0	1
Supermarkten	0	0	2	Niet ingevuld	0	1	17
Gezondheids- en welzijnszorg	0	0	1				
Horeca	1	0	0				
Overige	10	4	19				
Niet ingevuld	0	2	8				
<i>Totaal</i>	<i>30</i>	<i>17</i>	<i>103</i>	<i>Totaal</i>	<i>30</i>	<i>17</i>	<i>103</i>

Tabel 2.16: Achtergrondkenmerken winkeliers: branche en functie respondent

# leveringen per week	Deelnemers voor deelname aan BSS		Deelnemers nu (incl. leveringen van BSS)	
	# respondenten	Cum. %	# respondenten	Cum. %
< 1	2	6,7	3	10,0
1	1	10,0	4	23,3
2	4	23,3	1	26,7
3	4	36,7	5	43,3
4	1	40,0	4	56,7
5	3	50,0	3	66,7
6	2	56,7	1	70,0
> 6	12	96,7	6	90,0
Overig	1	100,0	3	100,0
<i>Totaal</i>	<i>30</i>	<i>100,0</i>	<i>30</i>	<i>100,0</i>

Tabel 2.17: Aantal leveringen per week voor deelnemers

# leveringen per week	Passieve deelnemers		Niet-deelnemers	
	# respondenten	Cum. %	# respondenten	Cum. %
< 1	3	17,6	9	8,7
1	4	41,2	10	18,4
2	4	64,7	25	42,7
3	2	76,5	16	58,3
4	0	76,5	15	72,8
5	1	82,4	8	80,6
6	1	88,2	7	87,4
> 6	1	94,1	10	97,1
Overig	0	94,1	3	100,0
Niet ingevuld	1	100,0	0	
<i>Totaal</i>	<i>17</i>	<i>100,0</i>	<i>103</i>	<i>100,0</i>

Tabel 2.18: Aantal leveringen per week passieve deelnemers en niet-deelnemers

Het gemiddeld aantal leveringen per week van deelnemers voordat ze deelnamen aan BSS was 7,4. Nu is het 5,4 (incl. de leveringen van BSS). Er is dus een daling opgetreden van het aantal leveringen per week die toegeschreven kan worden aan de bundeling van goederen door BSS. Het gemiddelde aantal leveringen per week voor niet-deelnemers is 4,9. Voor passieve deelnemers is het gemiddelde aantal leveringen per week opvallend laag ten opzichte van de andere twee groepen: 2,4.

2.2.6 Wave 2: Resultaten van deelnemende winkeliers

Hieronder worden de resultaten van de enquête in wave 2 voor de deelnemende winkeliers behandeld.

▪ *Wat is de houding van deelnemende winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice?*

Van de 30 deelnemers die de enquête hebben ingevuld, krijgen er 11 (37%) vanaf de start van de pilot hun goederen geleverd via BSS. Als belangrijke voordelen van BSS voor hun eigen zaak (zie tabel 2.19) noemen deelnemers (1) de mogelijkheid tot het afspreken van een aflevertijdstip en (2) verpakkingsmateriaal wordt retour genomen. Meest genoemde minpunten/nadelen (zie tabel 2.20) zijn (1) de mogelijke kosten voor deelname in de toekomst en (2) het later afleveren van de goederen.

Voordelen van BSS voor de eigen zaak	# respondenten* (N=30)	%*
Tijdstip van afleveren kan worden afgesproken.	20	67%
Verpakkingsmateriaal wordt retour genomen.	13	43%
Bestellingen worden gebundeld.	12	40%
Mogelijkheid tot opslag.	10	33%
Tijdwinst voor mij / mijn personeel.	7	23%
Goederen kunnen bij klanten worden afgeleverd.	5	17%
Ik / mijn personeel hoeft minder te sjouwen met goederen.	3	10%

*Aantal/percentage respondenten dat het betreffende punt als een voordeel van BSS voor de eigen zaak ziet.

Tabel 2.19: Voordelen van BSS voor de eigen zaak

Minpunten/nadelen van BSS	# respondenten* (N=30)	%*
Mogelijke kosten in de toekomst.	22	73%
De goederen komen later bij mijn zaak aan.	9	30%
Het kost veel moeite om een wijziging in mijn afleveradres aan leveranciers/transporteurs door te geven.	6	20%
Het kost veel moeite om ervoor te zorgen dat de <i>leverancier</i> mijn goederen ook daadwerkelijk bij BSS aflevert in plaats van bij mijn zaak.	5	17%
Het kost veel moeite om ervoor te zorgen dat de <i>transporteur</i> mijn goederen ook daadwerkelijk bij BSS aflevert in plaats van bij mijn zaak.	1	3%
De communicatie vanuit BSS is niet altijd voldoende.	1	3%

*Aantal/percentage respondenten dat het betreffende punt als een nadeel van BSS ziet.

Tabel 2.20: Minpunten/nadelen van BSS

De deelnemende winkeliers zijn erg tevreden over BSS (gemiddelde score van 4,6 op een schaal van 1 ('zeer ontevreden') tot 5 ('zeer tevreden')). De deelnemers zijn van plan in de toekomst deel te blijven nemen aan BSS en ze bevelen BSS aan bij andere winkeliers. Dit duidt op gevoelens van loyaliteit aan BSS. De winkeliers hebben vertrouwen in BSS en voelen zich betrokken bij BSS. Dit uit zich onder andere in gevoelens van trots dat BSS goederen bij hen aflevert. De betrokkenheid komt duidelijk niet voort uit 'berekende' gevoelens: deelnemers zien voor zichzelf geen duidelijke financiële voordelen van deelname aan BSS of nadelen mochten ze weggaan bij BSS.

▪ *Hoe beoordelen deelnemende winkeliers de kwaliteit van dienstverlening door Binnenstadservice?*

Kwaliteit van dienstverlening is gemeten op vijf factoren: kwaliteit van contact met personeel, accuratesse van leveringen, conditie van leveringen, de manier waarop leveringen die niet kloppen worden afgehandeld en tijdigheid. BSS scoort op alle factoren goed (tussen de 4,5 en 4,7 op een schaal van 1 tot 5 (zie tabel 2.21)). De algehele kwaliteit van dienstverlening (het gemiddelde over de vijf factoren) scoort een 4,6. De kwaliteit die geleverd wordt door BSS, is dus hoog te noemen en draagt ertoe bij dat bestaande klanten behouden blijven en nieuwe klanten aangetrokken kunnen worden.

Factoren	n	Gemiddelde
Contact met personeel	29	4,6
Accuratesse van de leveringen	29	4,7
Conditie van de leveringen	28	4,6
Afhandeling van leveringen die niet kloppen	26	4,6
Tijdigheid van de leveringen	27	4,5
<i>Algehele kwaliteit van dienstverlening</i>	26	4,6

Tabel 2.21: Kwaliteit van dienstverlening

▪ *Welke veranderingen in de bedrijfsvoering van deelnemende winkeliers worden gegenereerd door Binnenstadservice?*

Deelname aan BSS heeft op enkele gebieden tot (lichte) veranderingen in de bedrijfsvoering geleid. Allereerst komen er minder vaak leveranciers/transporteurs aan de deur. Het gemiddeld aantal keren per week dat er een vervoerder aan de deur komt bij deelnemende winkeliers is gedaald van 7,4 keer naar 5,4 keer, ondanks dat 73% van de winkeliers niet al zijn goederen via BSS laat leveren. De leveringen die (nog) niet via Binnenstadservice lopen betreffen onder andere goederen uit het buitenland, rembourszendingen en goederen die geen vertraging mogen oplopen. Soms wordt een product door de vervoerder toch bij de winkel afgeleverd (ondanks dat het afleveradres is gewijzigd) of is een ondernemer vergeten door te geven dat het via Binnenstadservice geleverd had moeten worden. Tot slot willen sommige winkeliers eerst kijken of alles goed verloopt voordat ze al hun leveringen omzetten.

In tabel 2.22 is te zien wat de scores van winkeliers zijn op een aantal stellingen die gaan over veranderingen in de bedrijfsvoering. Hierbij geldt dat een score van 1 betekent 'helemaal mee oneens' en 5 'helemaal mee eens'. Het retour nemen van verpakkingsmaterialen door BSS lijkt de meeste impact te hebben. Dit leidt namelijk tot concrete voordelen, zoals meer ruimte in de zaak en kostenbesparingen. Een andere verandering in de bedrijfsvoering is een verbeterde dagindeling, doordat de goederen op

een gunstiger tijdstip worden afgeleverd. Tot slot vinden winkeliers niet dat deelname aan BSS leidt tot kostenbesparingen voor hun zaak. Uit nadere analyse blijkt dat alle stellingen kunnen worden samengevat in één factor die betrekking heeft op verbeteringen in de bedrijfsvoering. De gemiddelde score op deze factor is een 3,3 (zie onderaan in de tabel). Dit geeft aan dat BSS slechts tot lichte verbeteringen in de bedrijfsvoering leidt voor winkeliers.

Stellingen	n	Gemiddelde
Het retour nemen van verpakkingsmaterialen door Binnenstadservice levert mij concrete voordelen op (meer ruimte in mijn zaak, kostenbesparingen, etc.).	27	3,9
Ik/mijn personeel kan de dag beter indelen doordat Binnenstadservice mijn goederen op een gunstiger tijdstip aflevert dan leveranciers/transporteurs dat doen.	27	3,5
Ik/mijn personeel bespaar(t) tijd doordat ik, door mijn deelname aan Binnenstadservice, minder vaak leveranciers/transporteurs aan de deur krijg.	29	3,3
Deelname aan Binnenstadservice maakt voor mij een betere service naar mijn klanten mogelijk.	28	3,3
Ik/ mijn personeel hoeft(t) minder met goederen te sjouwen door Binnenstadservice.	28	3,0
Door deelname aan Binnenstadservice heb ik de bedrijfsvoering van mijn zaak kunnen verbeteren.	27	2,9
Deelname aan Binnenstadservice levert voor mijn zaak kostenbesparingen op.	28	2,5
<i>Factor 'verbeteringen in bedrijfsvoering'</i>	25	3,3

Tabel 2.22: Stellingen veranderde bedrijfsvoering

▪ *Wat is het de deelnemende winkeliers waard dat Binnenstadservice bestaat?*

Negentien van de dertig deelnemende winkeliers (63%) geven aan dat ze niet bereid zijn te betalen voor de basisservice van Binnenstadservice. Acht van de dertig winkeliers (27%) zijn wel bereid tot betalen voor de service, waarbij de bedragen uiteenlopen van 1 euro tot 40 euro per maand. Eén deelnemer geeft aan misschien te willen betalen en twee deelnemers hebben de vraag niet ingevuld. In tabel 2.23 staat een aantal stellingen die gemeten hebben of deelnemers onder bepaalde omstandigheden bereid zouden zijn om voor de diensten van BSS te betalen. Als leveranciers/transporteurs de winkeliers minder transportkosten zouden berekenen voor het afleveren van goederen bij BSS in plaats van bij hun zaak, dan zouden 14 van de 30 winkeliers (47%) bereid zijn om dit kostenvoordeel (deels) te laten toekomen aan BSS. Op dit moment rekenen de vervoerders echter (nog) hetzelfde bedrag aan transportkosten aan de winkelier voor het bezorgen bij BSS als bij de winkel in de binnenstad of ze rekenen geen transportkosten

aan de winkelier. In de toekomst zou BSS op deze manier echter misschien wel de benodigde inkomsten kunnen genereren, mits zij (en/of de winkeliers) in staat zijn de vervoerders er van te overtuigen dat afleveren bij BSS kostenbesparingen oplevert voor de vervoerders en dat deze kostenbesparingen dienen te leiden tot lagere transportkosten voor winkeliers. Mogelijk alternatief voor deze constructie via de winkeliers is een directe geldstroom van vervoerders naar BSS (zie voor meer informatie hierover hoofdstuk 3 over de vervoerders).

Stellingen	n	Gemiddelde
Ook al zou Binnenstadservice haar tarieven voor extra services (zoals opslag) met 10% verhogen, dan nog zou ik gebruik willen maken van deze diensten.	28	2,3
Ik zou het accepteren als ik zou moeten gaan betalen voor het retour nemen van verpakkingsmateriaal door Binnenstadservice, mits het tarief hiervoor lager zou zijn dan mijn huidige kosten hiervoor.	29	3,1
<i>Stel uw leverancier/transporteur berekent u minder transportkosten voor het afleveren van uw goederen bij Binnenstadservice in plaats van bij uw zaak. Ik zou bereid zijn dit kostenvoordeel (deels) te laten toekomen aan Binnenstadservice.</i>	28	3,6

Tabel 2.23: Stellingen bereidheid tot betalen

▪ *Speelt het maatschappelijk belang van Binnenstadservice een rol voor winkeliers?*
 Het maatschappelijk belang van BSS speelt een grote rol voor de winkeliers. Dit blijkt uit de redenen om mee te doen aan BSS. In tabel 2.24 staan de genoemde redenen om mee te doen aan BSS met een score die aangeeft hoe belangrijk ze worden gevonden door deelnemers (hoogst haalbare score is 8 (= 'zeer belangrijke reden') en de laagst haalbare score is 0 (= 'onbelangrijke reden')). De top 3 van belangrijke redenen heeft te maken met het maatschappelijk belang van BSS. Pas daarna worden factoren genoemd die (direct) te maken hebben met het eigenbelang van de winkeliers. Natuurlijk kan een vermindering van het verkeer in de binnenstad en een aantrekkelijker binnenstad voor het winkelend publiek naast een maatschappelijk voordeel ook voordelen opleveren voor de winkelier (bijv. meer klanten in zijn winkel, waardoor de omzet stijgt).

Ik doe mee aan Binnenstadservice, omdat:	Gemiddelde score
...daardoor het verkeer in de binnenstad vermindert.	7,1
...daardoor de binnenstad aantrekkelijker wordt voor het winkelend publiek.	6,6
...daardoor de luchtkwaliteit in de binnenstad verbetert.	6,4
...dit gemak oplevert voor mijn eigen zaak.	6,0
...ik daardoor minder leveranciers/transporteurs aan de deur krijg.	5,5
...BSS verpakkingsmateriaal retour neemt.	5,1
...ik daardoor de opslagcapaciteit van mijn zaak kan vergroten.	4,6

Tabel 2.24: Redenen om mee te doen aan Binnenstadservice

- *Wat is het effect van de kwaliteit van dienstverlening, verbeteringen in de bedrijfsvoering en het maatschappelijk effect van BSS op de tevredenheid en loyaliteit van winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice?*

Uit een zogenaamde regressieanalyse blijkt dat de ervaren kwaliteit van dienstverlening door BSS (gemeten op de vijf eerder genoemde factoren: kwaliteit van contact met personeel, accuratesse van leveringen, conditie van leveringen, de manier waarop leveringen die niet kloppen worden afgehandeld en tijdigheid) een zeer sterk (significant) positief effect heeft op de tevredenheid van winkeliers ten aanzien van BSS, maar geen effect op de loyaliteit van winkeliers aan BSS. Verbeteringen in de bedrijfsvoering (gemeten met de stellingen in tabel 2.22) hebben een minder sterk positief effect (zwak significant) op tevredenheid, maar wel een sterk (significant) positief effect op loyaliteit. Het maatschappelijk effect van BSS heeft eveneens een positief effect (zwak significant) op tevredenheid, maar geen effect op de loyaliteit van winkeliers t.a.v. BSS. Het maatschappelijk effect van BSS is gemeten met de volgende twee stellingen (gebruikte schaal: 1 ‘helemaal mee oneens’ tot en met 5 ‘helemaal mee eens’)

- Ik merk dat er minder vrachtverkeer bij mij in de straat komt als gevolg van BSS.
- Ik zie dat de binnenstad aantrekkelijker wordt door BSS.

In conclusie: de mate waarin winkeliers tevreden zijn over BSS wordt met name bepaald door de kwaliteit van dienstverlening die BSS levert. Het is dus belangrijk om die kwaliteit hoog te houden. Ook de andere factoren (verbeteringen in de bedrijfsvoering en maatschappelijk effect) zijn echter van invloed op tevredenheid, dus BSS dient ook die factoren op peil te houden en zo mogelijk te verbeteren (meer verbeteringen in de bedrijfsvoering van winkeliers bewerkstelligen door BSS en het maatschappelijk effect van BSS vergroten). Voor het creëren van loyaliteit van deelnemende winkeliers aan BSS blijken alleen de verbeteringen in de bedrijfsvoering van winkeliers (die ontstaan door deelname aan BSS) van belang te zijn. Deze resultaten dienen met enige voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden, aangezien het aantal ingevulde enquêtes waarmee de analyses zijn uitgevoerd erg klein is (30 respondenten).

2.2.7 Wave 2: Resultaten van passief deelnemende winkeliers

Hieronder worden de resultaten van de enquête die in wave 2 onder passief deelnemende winkeliers gehouden is per kennisvraag die centraal stond in het onderzoek behandeld. Onder passief deelnemende winkeliers wordt verstaan: winkeliers die wel als deelnemer bij BSS staan geregistreerd, maar hun leveringen (nog) niet daadwerkelijk via BSS ontvangen.

- *Wat is de houding van passief deelnemende winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice?*

Van de 17 respondenten die te karakteriseren zijn als passieve deelnemers aan BSS, zijn er 16 bekend met BSS en één heeft de vraag niet ingevuld. Tien winkeliers zijn positief over BSS, één zegt ‘het is een goed idee, maar als ik de mensen in de stad aan het werk zie, zie ik gestuntel en omslachtige handelingen. Ik vertrouw meer op mijn normale leveranciers’ en twee winkeliers geven aan (nog) geen mening te hebben. Vier winkeliers hebben de vraag niet ingevuld.

Van de passief deelnemende winkeliers typeert één winkelier de diensten die BSS levert als redelijk onaantrekkelijk, vijf winkeliers geven aan neutraal hier tegenover te staan en 11 winkeliers typeren de diensten als (redelijk) aantrekkelijk.

Volgens de passief deelnemende winkeliers zou BSS mogelijke voordelen kunnen opleveren (zie tabel 2.25). De meest genoemde voordelen zijn 1) de vermindering van verkeer in de binnenstad en 2) de verbetering van de luchtkwaliteit / het milieu.

Ook zien de winkeliers mogelijke nadelen (zie tabel 2.26). De meest genoemde zijn 1) extra schakel in de keten en 2) de kans dat er tijdens het proces iets misgaat met de goederen.

Mogelijke voordelen van Binnenstadservice	# respondenten* (N=17)	%*
Vermindering van verkeer in de binnenstad.	17	100%
Verbetering luchtkwaliteit / milieu.	11	65%
Vervoerders zijn niet beperkt door venstertijden, maar kunnen goederen de hele dag afleveren bij Binnenstadservice.	9	53%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering door afvoer verpakkingsmateriaal.	4	24%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering doordat BSS de bezorgservice aan mijn klanten kan verzorgen.	4	24%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering door gebundelde leveringen.	2	12%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering door het opslaan van goederen bij BSS.	2	12%

*Aantal/percentage respondenten dat het betreffende punt als een mogelijk voordeel van BSS ziet.

Tabel 2.25: Mogelijke voordelen van Binnenstadservice

Mogelijke nadelen van Binnenstadservice	# respondenten* (N=17)	%*
Extra schakel in de keten.	9	53%
Kans dat er tijdens het proces iets misgaat met de goederen.	6	35%
Kans op langere levertijd.	5	29%
Hoge kosten.	3	18%
Door bundeling krijg ik een grote aanvoer van goederen in één keer.	2	12%

*Aantal/percentage respondenten dat het betreffende punt als een mogelijk nadeel van BSS ziet.

Tabel 2.26: Mogelijke nadelen van Binnenstadservice

- *Wat zijn de redenen voor winkeliers om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice?*

Twaalf van de 17 winkeliers geven aan deel te nemen aan BSS. Toch heeft deze groep in de maanden maart tot en met mei 2009 geen goederen via BSS ontvangen (gebaseerd op gegevens van BSS). De overige vijf winkeliers geven aan niet deel te nemen aan BSS. De redenen om (nog) niet deel te nemen aan BSS voor deze vijf winkeliers staan in tabel 2.27. Alle 17 winkeliers staan overigens wel als deelnemer geregistreerd bij BSS.

Redenen om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice	# respondenten* (N=5)
Ik vind mijn huidige situatie goed.	3
Ik heb te weinig leveringen om deel te nemen.	2
Ik denk dat de levertijd langer zal zijn.	1
Ik ben bang dat er tijdens het proces iets misgaat met de goederen.	1
Ik denk dat de kosten hoog zullen zijn.	1

*Aantal respondenten dat het betreffende punt als reden om (nog) niet deel te nemen aan BSS ziet.

Tabel 2.27: Redenen om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice

Van de 12 winkeliers die naar eigen zeggen wel deelnemen aan BSS, geven vijf winkeliers aan dat ze hun goederen op dat moment al daadwerkelijk via BSS laten leveren. De overige zeven zeggen dit niet te doen en geven daarvoor de redenen die in tabel 2.28 staan.

Redenen om goederen (nog) niet via BSS te laten leveren	# respondenten* (N=7)
Ik heb nog geen wijziging van mijn afleveradres doorgegeven aan mijn leveranciers en/of transporteurs.	7
Ik heb ooit een handtekening voor deelname gezet, maar er is daarna geen opvolging aan gegeven door BSS.	1
Ik vind mijn huidige situatie goed.	1
Mijn leveringen bevatten breekbare goederen en die laat ik liever niet via BSS leveren.	1

*Aantal respondenten dat het betreffende punt als reden om goederen (nog) niet via BSS te laten leveren ziet.

Tabel 2.28: Redenen om goederen (nog) niet via BSS te laten leveren

Elf van 17 winkeliers geven aan hun goederen in de toekomst misschien via BSS te laten leveren. Eén van de winkeliers zegt dit zeker van plan te zijn en één winkelier zegt dit zeker niet van plan te zijn. De overige vier hebben de vraag niet ingevuld.

- *Wat is het de passief deelnemende winkeliers waard dat Binnenstadservice bestaat?*
De bereidheid tot betalen is laag; 11 van de 17 passief deelnemende winkeliers zouden niet bereid zijn om te betalen voor de basisservice, terwijl één winkelier 'ja' antwoordt en drie 'misschien'. Twee winkeliers hebben de vraag niet ingevuld. De vier winkeliers die wel of misschien bereid zijn te betalen voor de basisservice van BSS hebben aangegeven dat de basisservice hen respectievelijk 1, 2, 10 en 100 euro per maand waard is. De passief deelnemende winkeliers kregen de volgende situatie voorgelegd: "Stel uw leverancier/transporteur zou u minder transportkosten berekenen voor het afleveren van uw goederen bij Binnenstadservice in plaats van bij uw zaak." Daarbij hoorde de stelling: "Ik zou bereid zijn dit kostenvoordeel (deels) te laten toekomen aan Binnenstadservice." De gemiddelde score op deze stelling was 2,9 op een schaal van 1 ('helemaal mee oneens') tot 5 ('helemaal mee eens'), wat aangeeft dat de bereidheid tot betalen aan BSS niet erg hoog is, zelfs niet wanneer de winkelier door BSS een kostenvoordeel zou hebben.

▪ *Wat is de gepercipieerde kwaliteit van dienstverlening door huidige vervoerders?*

Passieve deelnemers is gevraagd de kwaliteit van dienstverlening van hun huidige belangrijkste vervoerder te beoordelen op vijf factoren: kwaliteit van contact met personeel, accuratesse van leveringen, conditie van leveringen, de manier waarop leveringen die niet kloppen worden afgehandeld en tijdigheid. De huidige vervoerders scoren op alle factoren redelijk goed tot goed (tussen de 3,5 en 4,4 op een schaal van 1 tot 5 (zie tabel 2.29)). De algehele kwaliteit van dienstverlening (het gemiddelde over de vijf factoren) scoort een 3,9. De passief deelnemende winkeliers zijn dan ook tevreden over hun belangrijkste vervoerder (gemiddelde score: 4,3 op een schaal van 1 ('zeer ontevreden') tot 5 ('zeer tevreden')).

Factoren	n	Gemiddelde
Tevredenheid over huidige belangrijkste vervoerder	17	4,3
Algehele kwaliteit van dienstverlening	17	3,9
<i>Contact met personeel</i>	17	3,7
<i>Accuratesse van de leveringen</i>	17	4,4
<i>Conditie van de leveringen</i>	17	4,1
<i>Afhandeling van leveringen die niet kloppen</i>	17	3,9
<i>Tijdigheid van de leveringen</i>	17	3,5

Tabel 2.29: Kwaliteit van dienstverlening

2.2.8 Wave 2: Resultaten van niet-deelnemende winkeliers

Hieronder worden de resultaten van de enquête die in wave 2 onder niet-deelnemende winkeliers gehouden is per kennisvraag die centraal stond in het onderzoek behandeld.

▪ *Wat is de houding van niet-deelnemende winkeliers ten aanzien van Binnenstadservice?*

Van de 103 respondenten die niet deelnemen aan BSS is 48% niet bekend met BSS; 43% is wel bekend met BSS. Na het lezen van de uitleg over BSS is 38% van de winkeliers positief over BSS. Daarnaast vindt nog eens 17% het een goed initiatief, hoewel deze winkeliers wel hun bedenkingen hebben: langere levertijden, kans op fouten, extra schakel in de keten. Ook geeft een deel van deze groep aan dat het initiatief niet relevant/buikbaar is voor hen, omdat ze naar eigen zeggen te veel of juist te weinig leveringen ontvangen, omdat het transport vanuit het hoofdkantoor wordt geregeld of omdat ze geen problemen ervaren met laden en lossen. Verder is 15% negatief over BSS. Ze vinden het omslachtig en zien meer nadelen dan voordelen. Ze willen graag dat de situatie blijft zoals hij is. Tot slot zegt 8% dat BSS niet op hen van toepassing is (zonder een waardeoordeel over BSS te geven), heeft 12% geen mening en tot slot heeft 12% de vraag niet ingevuld.

Van de niet-deelnemende winkeliers typeert 29% de diensten die BSS levert als (redelijk) onaantrekkelijk, 27% geeft aan neutraal hier tegenover te staan en 21% typeert de diensten als (redelijk) aantrekkelijk. Tot slot heeft 22% de vraag niet ingevuld (missing).

Volgens de niet-deelnemende winkeliers zou BSS mogelijke voordelen kunnen opleveren (zie tabel 2.30). De meest genoemde voordelen zijn 1) de vermindering van verkeer in de binnenstad en 2) de verbetering van de luchtkwaliteit / het milieu.

Ook zien de winkeliers mogelijke nadelen (zie tabel 2.31). De meest genoemde zijn de extra schakel in de keten en de kans op langere levertijden.

Mogelijke voordelen van Binnenstadservice	%*
Vermindering van verkeer in de binnenstad.	63%
Verbetering luchtkwaliteit / milieu.	45%
Vervoerders zijn niet beperkt door venstertijden, maar kunnen goederen de hele dag afleveren bij Binnenstadservice.	30%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering door afvoer verpakkingsmateriaal.	9%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering door gebundelde leveringen.	5%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering doordat BSS de bezorgservice aan mijn klanten kan verzorgen.	5%
Mogelijkheid tot verbeterde bedrijfsvoering door het opslaan van goederen bij BSS.	1%

*Percentage respondenten dat het betreffende punt als mogelijk voordeel van BSS ziet.

Tabel 2.30: Mogelijke voordelen van Binnenstadservice

Mogelijke nadelen van Binnenstadservice	%*
Extra schakel in de keten.	53%
Kans op langere levertijd.	51%
Kans dat er tijdens het proces iets misgaat met de goederen.	50%
Hoge kosten.	43%
Door bundeling krijg ik een grote aanvoer van goederen in één keer.	25%
Kleinschalig / heeft weinig effect.	17%

*Percentage respondenten dat het betreffende punt als mogelijk nadeel van BSS ziet.

Tabel 2.31: Mogelijke nadelen van Binnenstadservice

- *Wat zijn de redenen voor winkeliers om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice?*

De redenen om (nog) niet deel te nemen aan BSS lopen uiteen (zie tabel 2.32). De belangrijkste reden is dat winkeliers hun huidige situatie goed vinden (57%) en dus geen noodzaak zien tot veranderen. Op nummer twee staat dat ze denken dat de levertijd langer zal zijn als ze laten leveren via BSS (37%). Op de vraag 'Bent u van plan in de toekomst deel te gaan nemen aan BSS?' antwoordt 2% van de niet-deelnemende winkeliers 'ja', 63% 'nee' en 23% 'misschien'. Op de vervolgvraag: 'Wat zou er moeten veranderen voordat u wel zou gaan deelnemen?' zijn de volgende antwoorden minstens twee keer genoemd: meer informatie over de kosten (zou geen extra geld mogen kosten) en de levertijd (zou niet langer mogen worden) en het hoofdkantoor zou moeten instemmen. Ongeveer 12% van de winkeliers noemt één of meerdere van voorgenoemde aspecten, 10% noemt meer individuele redenen (bijv. ik zou mijn zaak moeten uitbreiden). Ruim 54% van de winkeliers heeft de vraag niet ingevuld en de overige respondenten (24%) geven aan dat er niets hoeft te veranderen, omdat ze toch niet gaan deelnemen.

Redenen om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice	%*
Ik vind mijn huidige situatie goed.	57%
Ik denk dat de levertijd langer zal zijn.	37%
Ik ben bang dat er tijdens het proces iets misgaat met de goederen.	33%
Het hoofdkantoor stemt niet in.	29%
Ik ben nog niet bekend met BSS.	26%
Ik denk dat de kosten hoog zullen zijn.	23%
Ik heb zelf voldoende opslagcapaciteit.	19%
Ik heb te weinig leveringen om deel te nemen.	18%
Ik heb weinig vertrouwen in BSS.	8%

*Percentage respondenten dat het betreffende punt als een reden om (nog) niet deel te nemen aan BSS ziet.

Tabel 2.32: Redenen om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice

▪ *Wat is het de niet-deelnemende winkeliers waard dat Binnenstadservice bestaat?*

De bereidheid tot betalen is laag; 57% van de niet-deelnemende winkeliers zou niet bereid zijn om te betalen voor de basisservice, terwijl 7% 'ja' antwoordt en 4% 'misschien'. Verder zegt 4% dat ze niet zelf kunnen beslissen over de betaling (hoofdkantoor gaat erover) en 6% zegt niet te weten of ze bereid zouden zijn ervoor te betalen of geeft aan 'niet van toepassing'. Tot slot heeft 22% van de winkeliers de vraag niet ingevuld. Van de zeven niet-deelnemende ondernemers die bereid zouden zijn te betalen voor BSS, hebben slechts vier mensen aangegeven welk bedrag de basisservice van BSS hen per maand waard zou zijn: één ondernemer zegt 5 euro, een andere 10 euro, één noemt 20 euro en de laatste 50 euro.

De niet-deelnemers kregen de volgende situatie voorgelegd: "Stel uw leverancier/transporteur zou u minder transportkosten berekenen voor het afleveren van uw goederen bij Binnenstadservice in plaats van bij uw zaak." Daarbij hoorde de stelling: "Ik zou bereid zijn dit kostenvoordeel (deels) te laten toekomen aan Binnenstadservice." De gemiddelde score op deze stelling was 2,6 op een schaal van 1 ('helemaal mee oneens') tot 5 ('helemaal mee eens'), wat aangeeft dat de bereidheid tot betalen aan BSS laag is, zelfs wanneer de winkelier door BSS een kostenvoordeel zou hebben.

▪ *Wat is de gepercipieerde kwaliteit van dienstverlening door huidige vervoerders?*

Niet-deelnemers is gevraagd de kwaliteit van dienstverlening van hun huidige belangrijkste vervoerder te beoordelen op vijf factoren: kwaliteit van contact met personeel, accuratesse van leveringen, conditie van leveringen, de manier waarop leveringen die niet kloppen worden afgehandeld en tijdigheid. De huidige vervoerders scoren op alle factoren redelijk goed tot goed (tussen de 3,7 en 4,2 op een schaal van 1 tot 5 (zie tabel 2.33)). De algehele kwaliteit van dienstverlening (het gemiddelde over de vijf factoren) scoort een 3,9. De niet-deelnemende winkeliers zijn dan ook tevreden over hun belangrijkste vervoerder (gemiddelde score: 4,0 op een schaal van 1 ('zeer ontevreden') tot 5 ('zeer tevreden')).

Factoren	n	Gemiddelde
Tevredenheid over huidige belangrijkste vervoerder	91	4,0
Algehele kwaliteit van dienstverlening	86	3,9
<i>Contact met personeel</i>	92	3,8
<i>Accuratesse van de leveringen</i>	93	4,1
<i>Conditie van de leveringen</i>	92	4,2
<i>Afhandeling van leveringen die niet kloppen</i>	89	3,7
<i>Tijdigheid van de leveringen</i>	91	3,8

Tabel 2.33: Kwaliteit van dienstverlening huidige belangrijkste vervoerder

2.2.9 Wave 2: Vergelijking deelnemende, passief deelnemende en niet-deelnemende winkeliers

Houding ten aanzien van Binnenstadservice

Alle (actief) deelnemende winkeliers zijn positief over BSS, terwijl van de niet-deelnemers 38% positief is en nog eens 17% gematigd positief (ze vinden het een goed idee, maar hebben enkele bedenkingen bij het initiatief). Ongeveer 15% van de niet-deelnemers is negatief. Voor de passieve deelnemers geldt dat de meerderheid positief is (10 van de 17 winkeliers) en dat één winkelier het een goed idee vindt, maar ook bedenkingen heeft. Geen van de passieve deelnemers denkt negatief over BSS. De passieve deelnemers zitten qua attitude dus tussen de deelnemers en de niet-deelnemers in.

De belangrijkste redenen voor deelnemers om deel te nemen aan Binnenstadservice zijn vermindering van het verkeer in binnenstad, een aantrekkelijker binnenstad voor het winkelend publiek en de verbetering van de luchtkwaliteit. De passief deelnemende en de niet-deelnemende winkeliers zien een vermindering van het verkeer in de binnenstad en een verbetering van de luchtkwaliteit ook als mogelijke voordelen van Binnenstadservice.

Tevens komen de genoemde nadelen gedeeltelijk overeen tussen de groepen. De actieve deelnemers noemen de mogelijke kosten in de toekomst en de langere levertijd als nadelen. De passieve deelnemers noemen de extra schakel in de keten die BSS vormt en de kans dat er tijdens het proces iets misgaat met de goederen. De niet-deelnemers tot slot noemen eveneens de extra schakel in de keten en daarnaast de kans op langere levertijden.

Bereidheid tot betalen

Van de 30 actief deelnemende winkeliers zijn er 8 (27%) bereid om te betalen voor de basisservice, tegenover 1 van de 17 (6%) passief deelnemende winkeliers en 7% van de niet-deelnemende winkeliers. De actief deelnemende winkeliers zijn meer bereid om het mogelijke kostenvoordeel (dat kan ontstaan als de leverancier of transporteur minder transportkosten berekent voor het afleveren bij Binnenstadservice) (deels) toe te laten komen aan Binnenstadservice dan de passieve deelnemers en niet-deelnemers (gemiddelde score van 3,6 ten opzichte van respectievelijk 2,9 en 2,6 op een 5-punts schaal).

Meningen over de Nijmeegse binnenstad

In tabel 2.34 staan de meningen van de actief deelnemende, passief deelnemende en niet-deelnemende winkeliers over de situatie in de Nijmeegse binnenstad. De gebruikte schaal is wederom een 5-puntsschaal, waarbij 1 staat voor 'helemaal mee oneens' en 5 voor 'helemaal mee eens'. De verschillen in meningen tussen actieve deelnemers en niet-deelnemers blijken op één na allemaal significant. De actief deelnemende winkeliers zijn het meer eens met de stelling dat er teveel verkeer is in de binnenstad. Daarnaast zijn ze eens met de stelling dat het winkelend publiek de binnenstad 's ochtends mijdt door het vele verkeer in de binnenstad, terwijl de niet-deelnemers het met deze stelling oneens zijn. Hetzelfde geldt voor de stellingen dat de gemeente de venstertijden strenger moet handhaven, dat de huidige transportsituatie in de binnenstad een probleem is, dat de bewoners hinder ondervinden van het verkeer in de binnenstad en dat winkeliers te weinig rekening houden met elkaar. Actieve deelnemers zijn ontevreden met de huidige transportsituatie in de Nijmeegse binnenstad, terwijl niet-deelnemers tevreden zijn. De leefbaarheid van de Nijmeegse binnenstad is belangrijker voor deelnemers dan voor niet-deelnemers, net als het verbeteren van de luchtkwaliteit in en de bereikbaarheid van de Nijmeegse binnenstad. Beide groepen verschillen niet significant van mening over de venstertijden, deze zijn niet te krap. Tot slot zien niet-deelnemers (nog) geen effect van BSS op de hoeveelheid vrachtverkeer in de straat en de aantrekkelijkheid van de binnenstad. Actieve deelnemers staan neutraal tot licht positief tegenover deze stellingen, maar echt duidelijk zijn de effecten ook voor hen (nog) niet.

De meningen van de passieve deelnemers zitten voor vrijwel alle stellingen tussen die van de actieve deelnemers en de niet-deelnemers in. Er is echter één uitzondering waarbij de gemiddelde score van de passieve deelnemers significant hoger is dan de scores van zowel de actieve deelnemers als de niet-deelnemers: passieve deelnemers zijn in tegenstelling tot beide andere groepen eens met de stelling dat de venstertijden te krap zijn.

Stellingen over de situatie in de Nijmeegse binnenstad	n	D	n	ND	n	PD
Er is teveel verkeer in de binnenstad.	30	4,5	95	3,1*	17	3,8****
Ik denk dat het winkelend publiek de binnenstad 's ochtends mijdt door het vele verkeer in de binnenstad.	29	3,6	95	2,3*	17	3,1**
De venstertijden zijn te krap.	29	2,8	93	2,9	17	3,5****
De gemeente moet de venstertijden strenger handhaven.	28	3,4	94	2,7*	17	3,2**
De huidige transportsituatie in de binnenstad is een probleem.	29	3,9	94	2,9*	17	3,4
Ik denk dat bewoners in de binnenstad hinder ondervinden van het vele verkeer in de binnenstad.	29	3,8	93	2,8*	17	3,5**
Winkeliers houden te weinig rekening met elkaar.	29	3,4	93	2,7*	17	3,2
De leefbaarheid van de Nijmeegse binnenstad is erg belangrijk voor mij.	30	4,1	94	3,3*	17	3,7
De leefbaarheid van de Nijmeegse binnenstad betekent veel voor me.	30	4,1	95	3,3*	17	3,7
Het is belangrijk dat de luchtkwaliteit in de Nijmeegse binnenstad verbetert.	30	4,5	94	4,0*	17	3,6***
Het is belangrijk dat de bereikbaarheid van de Nijmeegse binnenstad verbetert.	30	4,5	91	3,5*	17	4,1
Ik merk dat er minder vrachtverkeer bij mij in de straat komt als gevolg van Binnenstadservice.	30	3,0	92	2,0*	17	2,7**
Ik zie dat de binnenstad aantrekkelijker wordt door Binnenstadservice.	29	3,2	93	2,3*	16	3,0**
Tevredenheid met huidige transportsituatie in de Nijmeegse binnenstad.	29	2,6	100	3,3*	16	3,4***

* Significant verschil tussen actieve deelnemers en niet-deelnemers (gehanteerd significantieniveau: 0,05)

** Significant verschil tussen niet-deelnemers en passieve deelnemers

*** Significant verschil tussen actieve deelnemers en passieve deelnemers

**** Significant verschil tussen actieve deelnemers en passieve deelnemers én tussen niet-deelnemers en passieve deelnemers

Tabel 2.34: *Situatie in de Nijmeegse binnenstad: vergelijking tussen deelnemers (D), niet-deelnemers (ND) en passieve deelnemers (PD)*

Kwaliteit van dienstverlening door Binnenstadservice of belangrijkste vervoerder

Als de kwaliteit van dienstverlening door BSS (beoordeeld door actieve deelnemers) vergeleken wordt met de kwaliteit van dienstverlening door de belangrijkste vervoerder (beoordeeld door niet-deelnemers en passieve deelnemers; elke niet-deelnemer en passieve deelnemer heeft zijn eigen belangrijkste vervoerder beoordeeld), dan scoort BSS in de ogen van actieve deelnemers op alle punten beter dan de belangrijkste vervoerder in de ogen van de niet-deelnemers (zie tabel 2.35). Daarnaast scoort BSS in de ogen van actieve deelnemers op vijf punten beter dan de belangrijkste vervoerder in de ogen van de passieve deelnemers. Tussen niet-deelnemers en passieve deelnemers bestaan geen significante verschillen.

Factoren	<i>n</i>	BSS (D)	<i>n</i>	Belangrijkste vervoerder (ND)	<i>n</i>	Belangrijkste vervoerder (PD)
Tevredenheid	29	4,6	91	4,0*	17	4,3
Algehele kwaliteit van dienstverlening	26	4,6	86	3,9*	17	3,9**
<i>Kwaliteit van het contact met het personeel</i>	29	4,6	92	3,8*	17	3,7**
<i>Accuratesse van de levering</i>	29	4,7	93	4,1*	17	4,4
<i>Conditie van de levering</i>	28	4,6	92	4,2*	17	4,1**
<i>Afhandeling van leveringen die niet kloppen</i>	26	4,6	89	3,7*	17	3,9**
<i>Tijdigheid van de levering</i>	27	4,5	91	3,8*	17	3,5**

* Significant verschil tussen scores van actieve deelnemers en niet-deelnemers (gehanteerd significantieniveau: 0,05)

** Significant verschil tussen scores van actieve deelnemers en passieve deelnemers

Tabel 2.35: Kwaliteit van dienstverlening door BSS en belangrijkste vervoerder

Bovenstaande factoren zijn gebaseerd op eerder onderzoek naar relaties tussen vervoerders en klanten (Mentzer et al., 2001). Uit de interviews met winkeliers kwamen de volgende factoren naar voren als zijnde belangrijk in een relatie met een vervoerder: snelheid, betrouwbaarheid, voorzichtigheid, communicatie en vriendelijkheid. De scores op deze factoren zijn te zien in tabel 2.36. BSS (beoordeeld door actieve deelnemers) scoort significant beter op betrouwbaarheid, voorzichtigheid, communicatie en vriendelijkheid dan de belangrijkste vervoerder (beoordeeld door niet-deelnemers). Op snelheid is het verschil niet significant. BSS (beoordeeld door actieve deelnemers) scoort daarnaast significant beter op voorzichtigheid en communicatie dan de belangrijkste vervoerder (beoordeeld door passieve deelnemers). Op snelheid, betrouwbaarheid en vriendelijkheid zijn de verschillen niet significant. Tussen de scores van niet-deelnemers en passieve deelnemers over hun belangrijkste vervoerder bestaan geen significante verschillen.

Factoren	<i>n</i>	BSS (D)	<i>n</i>	Belangrijkste vervoerder (ND)	<i>n</i>	Belangrijkste vervoerder (PD)
Snelheid van leveren	29	4,2	91	3,9	15	4,0
Betrouwbaarheid	30	4,5	91	4,1*	15	4,1
Voorzichtigheid met goederen	29	4,6	91	3,9*	15	4,1**
Communicatie	30	4,5	91	3,8*	15	3,8**
Vriendelijkheid	30	4,7	91	4,0*	15	4,3

* Significant verschil tussen scores van actieve deelnemers en niet-deelnemers (gehanteerd significantieniveau: 0,05)

** Significant verschil tussen scores van actieve deelnemers en passieve deelnemers

Tabel 2.36: Belangrijke factoren in relatie met vervoerder

2.2.10 Vergelijking wave 1 en 2: Actief deelnemende winkeliers

Houding ten aanzien van Binnenstadservice

In beide waves zijn alle actief deelnemende winkeliers positief over BSS. Het meest genoemde voordeel van BSS voor de eigen zaak is in beide waves dat het tijdstip van afleveren kan worden afgesproken. In vergelijking tot wave 1 heeft het retour nemen van verpakkingsmateriaal in wave 2 een opmars gemaakt (in wave 1 staat dit voordeel op nummer 5 en in wave 2 staat het op nummer 2 in het overzicht met meest genoemde voordelen voor de eigen zaak). Het voordeel dat bestellingen worden gebundeld staat op nummer 2 (wave 1) en 3 (wave 2). De meest genoemde nadelen zijn hetzelfde in wave 1 en 2: de mogelijke kosten voor deelname aan BSS in de toekomst en het later afleveren van de goederen bij de winkel. Het percentage deelnemers dat de kosten noemt is wel toegenomen: in wave 1 was dit 61%, terwijl dit in wave 2 is opgelopen tot 73%.

In beide waves zijn de deelnemers (zeer) tevreden over BSS en geven ze aan van plan te zijn om in de toekomst deel te blijven nemen aan BSS. Bovendien bevelen ze BSS aan bij andere winkeliers. De winkeliers hebben vertrouwen in BSS en voelen zich betrokken bij BSS. Er zijn hierin nauwelijks tot geen veranderingen opgetreden over de tijd.

Kwaliteit van dienstverlening door Binnenstadservice

De algehele kwaliteit van dienstverlening door BSS scoort in wave 1 een 4,4 en in wave 2 een 4,6 (op een 5-puntsschaal). Er is dus sprake van een lichte stijging van de waargenomen kwaliteit. Elk van de factoren die tezamen de algehele kwaliteit van dienstverlening vormen (kwaliteit van het contact met het personeel, accuratesse van de leveringen, conditie van de leveringen, afhandeling van leveringen die niet kloppen, tijdigheid van de leveringen) laat een iets hogere score zien in wave 2 dan in wave 1.

Verbeteringen in de bedrijfsvoering gegenereerd door Binnenstadservice

Er zijn over de tijd nauwelijks tot geen veranderingen opgetreden in de waargenomen verbeteringen in de bedrijfsvoering van deelnemende winkeliers als gevolg van hun deelname aan BSS. Het retour nemen van verpakkingsmateriaal door BSS heeft in beide waves de meeste impact op de bedrijfsvoering van deelnemende winkeliers. Deelnemers zijn het ermee eens dat het retour nemen van verpakkingsmateriaal hen concrete voordelen oplevert. In beide waves leidt BSS in het algemeen slechts tot lichte verbeteringen in de bedrijfsvoering van deelnemende winkeliers.

Bereidheid tot betalen

In wave 1 zijn vier van de achttien deelnemers (22%) bereid om te betalen voor de basisservice van BSS, terwijl in wave 2 acht van de dertig deelnemers (27%) bereid zijn te betalen. Als leveranciers/transporteurs de winkeliers minder transportkosten zouden berekenen voor het afleveren van goederen bij BSS in plaats van bij hun zaak, dan zou in wave 1 72% en in wave 2 47% van de deelnemende winkeliers bereid zijn om dit kostenvoordeel (deels) te laten toekomen aan BSS (score op 5-puntsschaal die de bereidheid meet gaat omlaag van 4,1 naar 3,6). De bereidheid om te betalen aan BSS lijkt afgenomen te zijn over de tijd.

Maatschappelijk belang van Binnenstadservice

Het maatschappelijk belang van BSS speelt zowel in wave 1 als 2 een belangrijke rol voor de winkeliers. De drie belangrijkste redenen om deel te nemen aan BSS hebben te maken met het maatschappelijk belang van BSS. Pas daarna worden factoren genoemd die (direct) te maken hebben met het eigenbelang van de winkeliers. Natuurlijk kan een vermindering van het verkeer in de binnenstad en een aantrekkelijkere binnenstad voor het winkelend publiek naast een maatschappelijk voordeel ook voordelen opleveren voor de winkelier (bijv. meer klanten in zijn winkel, waardoor de omzet stijgt). De scores die aangeven hoe belangrijk een reden om mee te doen aan BSS wordt gevonden door deelnemers verschillen wel voor wave 1 en 2 (zie tabel 2.37). De hoogst haalbare score is 8 (= 'zeer belangrijke reden') en de laagst haalbare score is 0 (= 'onbelangrijke reden').

Ik doe mee aan Binnenstadservice, omdat:	Gemiddelde score wave 1	Gemiddelde score wave 2
...daardoor het verkeer in de binnenstad vermindert.	6,7	7,1
...daardoor de luchtkwaliteit in de binnenstad verbetert.	4,3	6,4
...daardoor de binnenstad aantrekkelijker wordt voor het winkelend publiek.	3,7	6,6
...ik daardoor minder leveranciers/transporteurs aan de deur krijg.	3,6	5,5
...dit gemak oplevert voor mijn eigen zaak.	2,9	6,0
...BSS verpakkingsmateriaal retour neemt.	1,1	5,1
...ik daardoor de opslagcapaciteit van mijn zaak kan vergroten.	1,1	4,6

Tabel 2.37: Redenen om mee te doen aan Binnenstadservice

Mening over de Nijmeegse binnenstad

De mening over de Nijmeegse binnenstad is tussen wave 1 en wave 2 nauwelijks veranderd bij deelnemende winkeliers. Alleen de leefbaarheid van de Nijmeegse binnenstad is minder belangrijk geworden voor ze. In de scores op de andere stellingen (zie tabel 2.13 en 2.34) is wel wat verschil waar te nemen, maar dit verschil is minimaal.

2.2.11 Vergelijking wave 1 en 2: Niet-deelnemende winkeliers

Houding ten aanzien van Binnenstadservice

Het percentage van de niet-deelnemers dat in beide waves onbekend is met BSS is nagenoeg gelijk gebleven (48% in wave 1 en 47% in wave 2). Na het lezen van de uitleg over BSS is 35 tot 38% positief over BSS (resultaten uit wave 1 en 2) en nog eens 17 tot 22% vindt het een goed initiatief, hoewel deze winkeliers wel hun bedenkingen hebben: langere levertijden, kans op fouten, extra schakel in de keten. Ook geeft een groot deel van deze groep aan dat het initiatief niet relevant/buikbaar is voor hen, omdat ze naar eigen zeggen te veel of juist te weinig leveringen ontvangen, omdat het transport vanuit het hoofdkantoor wordt geregeld of omdat ze geen problemen ervaren met laden en lossen. Verder is 16% van de niet-deelnemers negatief. De houding ten aanzien van BSS onder niet-deelnemers is grotendeels gelijk gebleven over de tijd.

De meest genoemde voordelen van BSS door niet-deelnemers zijn in beide waves gelijk, namelijk vermindering van verkeer in de binnenstad en verbetering van de

luchtkwaliteit / het milieu. De top vier van meest genoemde nadelen wisselt in wave 2 van volgorde ten opzichte van wave 1: extra schakel in de keten gaat van plaats 4 naar 1, hoge kosten gaat van 2 naar 4, kans op langere levertijd van 1 naar 2 en kans dat er tijdens het proces iets misgaat met de goederen blijft op 3.

Redenen om (nog) niet deel te nemen aan Binnenstadservice

Veruit de belangrijkste reden om (nog) niet deel te nemen aan BSS is in beide waves gelijk, namelijk dat winkeliers hun huidige situatie goed vinden. Ze zien geen reden tot verandering. De nummer twee reden om (nog) niet deel te nemen is ook gelijk gebleven: men denkt dat de levertijd langer zal zijn. De overige redenen zijn onderling van plaats gewisseld in beide waves.

Bereidheid tot betalen

De bereidheid om te betalen voor de basisservice van BSS (gegeven dat de niet-deelnemers hier gebruik van zouden gaan maken) is in beide waves laag. In wave 1 zou 5% willen betalen voor de basisservice en 11% geeft aan misschien te willen betalen. In wave 2 zijn de percentages respectievelijk 7% (ja) en 4% (misschien). Als leveranciers/transporteurs de winkeliers minder transportkosten zouden berekenen voor het afleveren van goederen bij BSS in plaats van bij hun zaak, dan zou in wave 1 16% en in wave 2 13% van de niet-deelnemende winkeliers bereid zijn om dit kostenvoordeel (deels) te laten toekomen aan BSS (score op 5-puntsschaal die de bereidheid meet gaat omlaag van 2,8 naar 2,6). De bereidheid om te betalen aan BSS lijkt licht afgenomen te zijn over de tijd.

Kwaliteit van dienstverlening door huidige vervoerders

De gehele kwaliteit van dienstverlening door huidige vervoerders scoort in wave 1 een 4,0 en in wave 2 een 3,9 (op een 5-puntsschaal). Elk van de factoren die tezamen de gehele kwaliteit van dienstverlening vormen (kwaliteit van het contact met het personeel, accuratesse van de leveringen, conditie van de leveringen, afhandeling van leveringen die niet kloppen, tijdigheid van de leveringen) laat ongeveer dezelfde score zien in wave 1 en 2. De kwaliteit van dienstverlening door huidige vervoerders is dus ongeveer gelijk gebleven over de tijd.

Mening over de Nijmeegse binnenstad

De mening over de Nijmeegse binnenstad is tussen wave 1 en wave 2 nauwelijks veranderd bij niet-deelnemende winkeliers. Alleen de leefbaarheid van de Nijmeegse binnenstad is minder belangrijk geworden voor niet-deelnemers. In de scores op de andere stellingen (zie tabel 2.13 en 2.34) is wel wat verschil waar te nemen, maar dit verschil is minimaal.

3. Vervoerders

Het tweede gebruikersplatform dat centraal staat in dit onderzoek zijn de vervoerders. Ook onder dit gebruikersplatform zijn interviews gehouden en is een vragenlijstonderzoek uitgevoerd. Voor de interviews en het vragenlijstonderzoek zijn verschillende groepen vervoerders (dit wordt toegelicht in paragraaf 3.2) ondervraagd. Daarnaast zijn enquêtes afgenomen onder de chauffeurs van vervoersbedrijven die afleveren bij Binnenstadservice. Allereerst zal verslag worden gedaan van de werkwijze en de resultaten van deze chauffeursenquête. Daarna worden de interviews met de vervoerders besproken, gevolgd door de aanpak en resultaten van het vragenlijstonderzoek onder vervoerders.

3.1 Chauffeursenquête

Chauffeurs zijn degenen van een vervoersbedrijf die het meest direct contact hebben met Binnenstadservice. Hierdoor kunnen zij een oordeel geven over de kwaliteit van dienstverlening die BSS hun biedt. Om deze reden zijn in samenwerking met TNO in november 2008 een week lang enquêtes afgenomen onder 20 chauffeurs die afleveren bij BSS. Twaalf van de twintig chauffeurs (60%) gaven aan minstens één keer per week goederen af te leveren bij BSS.

Over de kwaliteit van dienstverlening door BSS zijn de chauffeurs over het algemeen in hoge mate tevreden. De chauffeurs vinden de openingstijden van BSS ruim genoeg (score van 4,4 op een 5-puntsschaal waarbij 1 = ‘helemaal mee oneens’ en 5 = ‘helemaal mee eens’), de locatie van BSS goed bereikbaar (score van 4,3) en de medewerkers vriendelijk (score van 4,6). Bovendien vinden ze dat als ze goederen afleveren bij BSS, dat BSS dit goed afhandelt (score van 4,6). Als het belangrijkste aspect voor het functioneren van BSS wordt een goede bereikbaarheid gezien (score van 3,1; hoogst haalbare score is 4 (= ‘zeer belangrijk aspect’) en de laagst haalbare score is 1 (= ‘onbelangrijkste aspect’)), gevolgd door een goede afhandeling als chauffeurs goederen komen afleveren (score 2,9), ruime openingstijden (score 2,7) en tot slot vriendelijke medewerkers (2,3).

Daarnaast is gevraagd naar de houding van chauffeurs ten aanzien van het afleveren van goederen bij BSS. Bij de stelling “Door goederen af te leveren bij BSS in plaats van in de binnenstad bespaar ik veel tijd” zijn de chauffeurs neutraal (score van 3 op een 5-puntsschaal waarbij 1 = ‘helemaal mee oneens’ en 5 = ‘helemaal mee eens’). Verder ervaren de chauffeurs het als enigszins positief als ze niet meer de binnenstad in hoeven om goederen af te leveren (score 3,6). Daarnaast waarderen ze een initiatief als BSS (score 4,3) en zijn ze tevreden over BSS in het algemeen (score 4,4).

Samenvattend kan gezegd worden dat chauffeurs vrij positief ten opzichte van BSS staan. In de interviews met vervoerders die afleveren bij BSS kan gezien worden of dit ook op hoger niveau in de organisatie geldt.

3.2 Interviews met vervoerders

In het kader van dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt in verschillende typen vervoerders. Elk van deze groepen heeft andere relevante kenmerken met het oog op

Binnenstadservice. Dit onderscheid is mede gemaakt op basis van gesprekken met brancheorganisaties EVO en TLN.

Ten eerste zijn er de leveranciers met eigen vervoer. Wat deze vervoerders onderscheidt van de andere groepen is dat logistiek niet hun kernactiviteit is. Transport is voor deze groep vervoerders een kostenpost.

Ten tweede zijn er de transporteurs. Transporteurs rijden vaak met (grote) vrachtwagens, waardoor het lastig is de binnenstad in te gaan. Deze groep vervoerders heeft over het algemeen geen groot vervoersnetwerk in de binnensteden. Sommige transporteurs bundelen hun krachten in samenwerkingsverbanden. Transporteurs in samenwerkingsverbanden zijn vaak vooruitstrevender dan individuele transporteurs.

Ten derde zijn er pakketdiensten. Pakketdiensten hebben vaak veel drops in de binnenstad en hebben daardoor een fijnmazig vervoersnetwerk ontwikkeld. Veel pakketdiensten willen graag gezien worden in de binnenstad.

De interviews met deze groepen vervoerders worden afzonderlijk besproken. Van de vervoerders die geïnterviewd zijn, levert een deel aan Binnenstadservice en een deel nog niet. In tabel 3.1 staat hoeveel interviews er per type vervoerder zijn gehouden. De interviews zijn gehouden met transport/logistiek/operationeel managers of de eigenaar van de logistieke bedrijven.

Typen vervoerders	Aantal interviews
Leveranciers met eigen vervoer	1
Transporteurs	4
Pakketdiensten	2
<i>Totaal</i>	7

Tabel 3.1: Aantal interviews per type vervoerder

3.2.1 Interviews met leveranciers met eigen vervoer

- *Wat is de houding van leveranciers met eigen vervoer ten aanzien van Binnenstadservice?*

De leverancier met eigen vervoer vindt het een erg goed initiatief, want hij vindt dat er iets moet gebeuren aan de slechte bereikbaarheid van de binnenstad. Hij geeft aan dat hij graag wil meewerken en bijdragen aan dit soort innovatieve distributieconcepten.

- *Welke kwaliteit van dienstverlening moet Binnenstadservice leveren om ei tevreden te houden?*

Over de kwaliteit van dienstverlening die Binnenstadservice nu levert is de leverancier met eigen vervoer tevreden. Wel zou het beter zijn als alle afleveradressen van de leverancier bij Binnenstadservice aangesloten zouden zijn, zodat ze helemaal niet meer de binnenstad in zouden hoeven.

- *Welke veranderingen in de bedrijfsvoering van leveranciers met eigen vervoer worden gegenereerd door Binnenstadservice?*

De leverancier met eigen vervoer loopt in de praktijk aan tegen de venstertijden in de binnensteden. Hierdoor is hij gebonden aan een bepaalde tijdspanne en dat hoeft niet het meest efficiënte tijdsmoment te zijn. Doordat hij de leveringen bij Binnenstadservice kan

afgeven is hij minder tijdsgebonden. Hij geeft aan dat dit voordeel pas echt behaald wordt als alle winkeliers zijn leveringen via Binnenstadservice laat bezorgen, want anders ben je alsnog voor de andere winkeliers gebonden aan de venstertijden. Het niet meer de stad in hoeven scheelt voor deze leverancier op zich niet veel kilometers, maar wel veel tijd. Op dit moment rijdt dezelfde auto naar Binnenstadservice en naar de binnenstad, omdat het volume dat naar Nijmegen moet hetzelfde is gebleven. Wel hebben ze vijf stops in de binnenstad omgeruild voor een stop bij Binnenstadservice. Deze vervoerder heeft dus wel degelijk een verandering in zijn bedrijfsvoering gemerkt, maar zou graag zien dat alle leveringen via Binnenstadservice zouden lopen.

- *Speelt het maatschappelijk belang van Binnenstadservice een rol voor leveranciers met eigen vervoer?*

De leverancier met eigen vervoer vindt het belangrijk om mee te denken over een duurzame logistiek. Wat ze zelf al doen is een bewustwordingscursus zuinig rijden, een modern wagenpark met roetfilters en spoilers. Ze willen graag meewerken aan duurzame initiatieven en vinden dat zijzelf daarin ook een verantwoordelijkheid hebben.

3.2.2 Interviews met transporteurs

- *Wat is de houding van transporteurs ten aanzien van Binnenstadservice?*

De transporteurs zijn enthousiast over het concept Binnenstadservice en denken dat er toekomst zit in de formule. De meningen zijn verdeeld over de achtergrondkennis van de oprichters van Binnenstadservice met betrekking tot logistiek. Een transporteur geeft namelijk aan dat het erg enthousiaste mensen zijn die weten waar vervoerders tegenaan lopen, terwijl een andere aangeeft dat hij vindt dat de kennis op dit moment ontbreekt. Wel denken ze dat het een wat idealistisch concept is, doordat het op dit moment erg inefficiënt en zeker niet kostendekkend is. De transporteurs vragen zich dan ook af wat er gaat gebeuren als de subsidie van de gemeente wegvalt.

- *Welke kwaliteit van dienstverlening moet Binnenstadservice leveren om transporteurs tevreden te houden?*

Over de kwaliteit van dienstverlening die Binnenstadservice nu levert zijn de transporteurs tevreden. Wel noemen ze vele mogelijke verbeteringen van de service en het product. Zoals hierboven al naar voren kwam is de schaalvergroting, het uitrollen van het concept over vele steden in Nederland, het grootste verbeterpunt in de dienstverlening. Daarnaast noemen ze de grotere concentratie van deelnemers binnen een stad, want de kostenbesparing is dan dat ze echt niet meer de binnenstad in hoeven te rijden. Zolang ze voor enkele pakketten wel de binnenstad in moeten, blijft dat extra geld kosten. Ook zou overwogen moeten worden om een regio-Binnenstadservice op te richten in regio's waar kleine steden liggen, want daar is voor de transporteurs de meeste winst te behalen. De reden hiervoor is dat de kilometerbesparing door het niet naar kleine steden te hoeven rijden groter is. Het gaat namelijk in deze steden om veel minder drops.

Tevens noemen de transporteurs andere punten die te maken hebben met de verbetering van de service. Enkele transporteurs geven aan dat ze niet alleen goederen afleveren bij een ondernemer, maar ook als extra service verpakkingsmateriaal, beschadigde goederen, en andere artikelen mee terugnemen. Dit zou Binnenstadservice ook kunnen organiseren, maar dan moeten de beschadigde goederen en andere artikelen

wel weer vervoerd worden naar de transportonderneming. Andere mogelijke verbeteringen zouden een ISO-certificering voor de kwaliteit en het toelaten van beroepsgoederenvervoer kunnen zijn. Op deze manier zou de kwaliteit beter gegarandeerd kunnen worden en neemt de financiële afhankelijkheid van subsidies af, doordat het beroepsgoederenvervoer al eigen middelen tot zijn beschikking heeft. De transporteurs zien dus nog enkele verbeterpunten in de kwaliteit van de dienstverlening, maar zijn op dit moment tevreden.

- *Welke veranderingen in de bedrijfsvoering van transporteurs worden gegenereerd door Binnenstadservice?*

Voor de transporteurs is er nog niet veel veranderd in de bedrijfsvoering. Een transporteur geeft bijvoorbeeld aan dat hij eerst bij drie winkeliers in de binnenstad goederen moest afleveren. Eén van deze winkeliers laat zijn goederen nu via Binnenstadservice naar de binnenstad vervoeren, maar voor de andere twee moet hij toch nog de stad in. In feite is er voor hem een extra vervoersbeweging bij gekomen. Andere transporteurs hebben enige bundeling van drops ondervonden, maar zouden graag zien dat zij niet meer de binnenstad in hoeven te rijden. Tevens meldt een transporteur dat zij geen leveringen afgeven bij Binnenstadservice, omdat zij toch de binnenstad in moeten en het daardoor geen besparing oplevert. Veel transporteurs geven aan dat, als zij helemaal niet meer de binnenstad in zouden hoeven, het veel meer kosten zou besparen en dat ze dan echt zouden willen meewerken. Een transporteur geeft aan dat hij bij deze situatie bereid is om Binnenstadservice hiervoor geld te betalen. Een ander stelt dat de verlader korting zou moeten geven op de francoprijs op het moment dat hij minder kosten maakt door niet meer naar de binnenstad te hoeven rijden en rekening te hoeven houden met de venstertijden. Tevens merkt een transporteur op dat hij geen franco prijs rekent en dat de binnenstadsondernemer vooral het voordeel ondervindt van de levering via Binnenstadservice. Daarnaast zegt hij dat de niet-deelnemende winkeliers duurder uit zullen zijn als uiteindelijk meer winkeliers zich aansluiten bij Binnenstadservice, doordat de kosten om naar de binnenstad te rijden door minder winkeliers gedragen worden. Dit zou een stimulering kunnen zijn om meer winkeliers hun leveringen via Binnenstadservice te laten bezorgen.

De veranderingen die transporteurs in hun bedrijfsvoering hebben ondervonden als gevolg van het afleveren bij Binnenstadservice zijn dus verschillend, maar ze zien allen dat een efficiëntere bedrijfsvoering tot de mogelijkheden behoort. Ook zijn enkele ideeën aangedragen hoe de kostenverdeling zou moeten zijn als de schaalvergroting een feit is.

- *Speelt het maatschappelijk belang van Binnenstadservice een rol voor transporteurs?*
- De transporteurs geven aan dat ze zelf maatschappelijk betrokken zijn en zeker het maatschappelijk belang van Binnenstadservice zien. Ze dragen aan dat de leefbaarheid in de binnenstad zeker zou verbeteren als er veel minder vrachtauto's zouden rijden. Hierdoor wordt het voor het winkelend publiek aantrekkelijker om naar een binnenstad te komen. Ook het milieu is belangrijk voor hen. Om deze redenen willen ze ook betrokken zijn bij het project. De eventuele financiële voordelen van het project voor hen waren een veel minder belangrijke reden om betrokken te raken. Wel geven ze aan dat Binnenstadservice nu moet gaan aantonen dat ze een toegevoegde waarde hebben voor

het milieu en de leefbaarheid in de binnenstad. Mocht de subsidie wegvallen en men gaat verder zonder de levering via Binnenstadservice, dan is de meerwaarde niet bewezen.

3.2.3 Interviews met pakketdiensten

▪ *Wat is de houding van pakketdiensten ten aanzien van Binnenstadservice?*

Beide pakketdiensten vinden het een goed initiatief vanwege de maatschappelijke en milieubelangen. Ze geven aan dat hoe minder vrachtvervoerders zich in de binnenstad ophouden, hoe makkelijker zij hun werk kunnen verrichten. Ze vinden het voor zichzelf echter weinig zinvol, doordat het een extra schakel in de keten betekent en daarnaast zijn ze zelf erg efficiënt in de belevering van de binnensteden. Ze betwijfelen of het zonder subsidie stand zou houden.

▪ *Welke kwaliteit van dienstverlening moet Binnenstadservice leveren om pakketdiensten tevreden te houden?*

Over de kwaliteit van de dienstverlening van Binnenstadservice zijn de pakketdiensten minder te spreken, want Binnenstadservice kan niet de zekerheid geven dat leveringen voor een bepaalde tijd of binnen 24 uur bij de ondernemer zijn. Op het moment dat de binnenstadsondernemer dit niet als een probleem ervaart, zijn ze bereid om de goederen via Binnenstadservice te leveren. Verder geven de pakketdiensten geen negatieve of positieve kwaliteiten van Binnenstadservice.

▪ *Welke veranderingen in de bedrijfsvoering van pakketdiensten worden gegenereerd door Binnenstadservice?*

De pakketdiensten zien Binnenstadservice op het moment als een extra schakel in de keten, waardoor goederen later bij de ondernemer afgeleverd worden. Daarnaast zullen deze diensten toch in de binnenstad moeten blijven komen in verband met de particuliere markt. Toch zien zij wel dat er voordelen te behalen zijn. Hun belangrijkste product bestaat uit fijnmazige distributies, maar door het bundelen van de leveringen met andere vervoerders is een mogelijke efficiëntie en winst te behalen. Zij geven aan dat ze voornamelijk voordelen kunnen behalen als alle goederenstromen naar de binnenstad via Binnenstadservice zouden lopen. Daarbij zouden de regelingen (o.a. openingstijden) van Binnenstadservice-steden op elkaar afgestemd moeten zijn, zodat deze regelingen geen versturende factor of extra ballast zijn.

Doordat op dit moment weinig tot geen winst behaald wordt door de goederen via Binnenstadservice te leveren aan de winkeliers, is de bereidheid om mee te betalen aan deze service (op dit moment) niet aanwezig.

▪ *Speelt het maatschappelijk belang van Binnenstadservice een rol voor pakketdiensten?*

Beide pakketdiensten geven aan dat ze duurzaam ondernemen erg belangrijk vinden en nemen daardoor ook maatregelen op milieugebied. Een deel van hun wagenpark bestaat uit vrachtauto's die op aardgas rijden en daarnaast beschikt elke auto over een roetfilter. Tevens is het financieel in hun voordeel om zo weinig mogelijk vervoersbewegingen te maken, waardoor ze met zo min mogelijk te rijden zo veel mogelijk mensen proberen te bereiken.

3.3 Vragenlijstonderzoek onder vervoerders

Het vragenlijstonderzoek onder vervoerders is op twee manieren uitgevoerd, namelijk door middel van een online en telefonische enquête. Via internet waren er maar 12 vervoerders die de vragenlijst volledig hadden ingevuld, daarom is deze groep aangevuld met telefonische enquêtes. De gebruikte methodes blijken geen significantie verschillen in antwoorden op te leveren. Daarom zijn beiden groepen samen genomen tot 40 vervoerders.

Tijdens het bellen van vervoerders bleek dat veel vervoerders internationaal leveren en niet in Nederlandse binnensteden komen. Omdat voor dit onderzoek de interesse uitgaat naar de ervaringen van vervoerders ten aanzien van binnenstedelijke distributie in Nederland en Binnenstadservice is tijdens het bellen specifiek geselecteerd op vervoerders die hier wel komen; 77,5% van de respondenten levert vrijwel dagelijks in Nederlandse binnensteden, 10% komt er één tot vier keer per week en 12,5% komt er minder dan één keer per week.

In tabel 3.2 zijn de respondenten en de bedrijven waarvoor ze werken gecategoriseerd. De vervoerders zijn te categoriseren in transporteurs, eigen vervoerders, pakketdiensten en andere organisatietypen zoals expediteurs. De enquête is ingevuld door directeuren/eigenaren, logistiek/transport/operationeel managers, logistiek/financieel medewerkers en planners. Er is bij het bellen van bedrijven voor deelname aan de enquête gevraagd naar de persoon in de organisatie die verantwoordelijk is voor het managen van de logistiek. Zo is ernaar gestreefd om de enquête af te nemen onder personen met voldoende logistieke kennis en (waar mogelijk) ook logistieke beslissingsbevoegdheid binnen hun organisatie.

Soort vervoerder	#	%	Functie respondent	#	%
Transporteur	24	60,0	Directeur/eigenaar	16	40,0
Eigen vervoerder	6	15,0	Logistiek/transport/operationeel manager	10	25,0
Pakketdienst	3	7,5	Logistiek/financieel medewerker	4	10,0
Anders (o.a. expediteur, importeur)	6	15,0	Planner	5	12,5
Vraag niet ingevuld	1	2,5	Vraag niet ingevuld	5	12,5
<i>Totaal</i>	<i>40</i>	<i>100</i>	<i>Totaal</i>	<i>40</i>	<i>100</i>

Tabel 3.2: Respondenten vragenlijstonderzoek vervoerders

▪ Wat is de houding van vervoerders ten aanzien van Binnenstadservice?

Aan de enquête hebben zowel vervoerders die al bekend waren met BSS als vervoerders die BSS nog niet kenden deelgenomen. Om toch een attitudemeting te kunnen doen, hebben we hen een korte omschrijving van BSS gegeven en daarna gevraagd: “Gegeven deze omschrijving, hoe denkt u dan over Binnenstadservice?” Geen enkele vervoerder blijkt zeer negatief te staan ten opzichte van BSS, tevens blijkt slechts 10% negatief. Zeer positief is 20% van de vervoerders, 30% zegt positief te zijn en 35% is neutraal (5% heeft de vraag niet ingevuld). De gemiddelde score op een schaal van 1 (‘zeer negatief’) tot 5 (‘zeer positief’) is een 3,6.

De toelichting bij deze vraag wijst uit dat de ‘neutralen’ eerst een mening willen kunnen vormen in de praktijk. Maar deze groep bestaat ook uit vervoerders die zeggen:

“Ik zie de voordelen, maar ook de nadelen”. De voordelen die ze noemen zijn: niet meer naar de binnenstad hoeven (mits alle te beleveren adressen deelnemer zijn) en indirect een oplossing voor de venstertijden. Ook wordt de bundeling van leveringen uit niet volle vrachtauto’s (grotere efficiëntie) genoemd als pluspunt. Andere positieve effecten worden gezien in het behoud van de karakteristieke binnenstadscultuur en een vermindering van het verkeer in binnenstad. Een belangrijk nadeel is de (verwachte) langere levertijden. Ook zien veel vervoerders problemen met speciale producten, zoals bloemen, meubels, extra lange producten en breekbare of kostbare goederen. Vooral bij kostbare en breekbare goederen vragen zij zich af wie er verantwoordelijk is als er in de keten iets misgaat met het product. Wat ook tot vragen leidt, is het kostenvraagstuk, wie gaat het betalen? En is het mogelijk voor BSS om zonder subsidies te draaien? Er zijn verschillende opties genoemd om tot een kostenverdeling te komen, zoals een pool opzetten door EVO of TLN waar vervoerders die leveren bij BSS zich kunnen inschrijven en daar dan wat geld voor betalen.

De vervoerders is de vraag gesteld welke partij of partijen duidelijk voordelen ondervinden van een initiatief als BSS. Uit tabel 3.3 blijkt dat de vervoerders de voordelen van een initiatief als BSS vooral zien voor winkeliers in de binnenstad (22 van de 40 vervoerders zien dit zo), transporteurs en pakketdiensten. De laatste twee categorieën hoeven door BSS minder in de binnenstad te zijn, wat als een voordeel wordt gezien en de eerste kan regelen op welk moment hij de goederen ontvangt en krijgt minder vervoerders aan de deur.

Een initiatief als BSS heeft duidelijk voordelen voor:	# respondenten* (N=40)	%*
Winkeliers in de binnenstad	22	55%
Transporteurs	22	55%
Pakketdiensten	18	45%
Eigen vervoerders	14	35%
Verladers	9	23%
De maatschappij	9	23%
Binnenstadservice	9	23%
Klanten van winkeliers in binnensteden	7	18%

* Aantal/percentage respondenten dat vindt dat de betreffende partij duidelijk voordeel heeft bij een initiatief als Binnenstadservice.

Tabel 3.3: Voordelen van Binnenstadservice voor verschillende partijen in de ogen van vervoerders

Tevens zijn aan de vervoerders stellingen voorgelegd over BSS (zie tabel 3.4). Leveren via BSS wordt niet als een omslachtige manier van binnenstedelijke distributie gezien. Wel zegt men dat levering via BSS kan leiden tot problemen met betrekking tot de aansprakelijkheid voor de goederen en dat het voor de vervoerders belangrijk is om zelf de goederen bij de ondernemers in de binnenstad af te leveren. Ook zijn ze het lichtelijk eens met de stelling dat ze hun beloftes aan hun opdrachtgevers en/of ontvangers van de goederen niet kunnen nakomen als ze leveren via BSS. Vervoerders zijn het erover eens dat BSS alleen werkt als de meeste ondernemers in de binnenstad meedoen. Daarnaast kan BSS tot grotere voordelen voor de vervoerders leiden als ze in meerdere steden in Nederland gevestigd zijn.

Vervoerders zijn het eens met de stellingen dat BSS tot een beter milieu en een betere bereikbaarheid van de binnenstad leidt. Ze zijn het ook lichtelijk eens met de stellingen dat ze door goederen af te leveren bij BSS tijdsbesparingen kunnen bewerkstelligen, hun voertuigen efficiënter kunnen inzetten, kosten kunnen besparen en dat meewerken aan een initiatief als BSS goed is voor hun imago.

Stellingen	n	Gemiddelde
BSS is een omslachtige manier om binnenstedelijke distributie te organiseren.	39	2,7
Het afleveren van goederen bij BSS kan onze organisatie tijdsbesparingen opleveren.	39	3,2
Door goederen af te leveren bij BSS kunnen wij onze voertuigen efficiënter inzetten.	37	3,2
Door goederen af te leveren bij BSS kan onze organisatie kosten besparen.	39	3,3
BSS leidt tot een beter milieu.	39	3,5
BSS draagt bij aan een verbetering van de bereikbaarheid van de binnenstad.	38	3,7
Meewerken aan een initiatief als BSS is goed voor het imago van onze organisatie.	39	3,2
Voor onze organisatie is het belangrijk om zelf de goederen bij de winkeliers in de binnenstad af te leveren.	39	4,1
De levering via BSS kan voor problemen zorgen met betrekking tot de aansprakelijkheid voor de goederen.	39	3,8
Door te leveren via BSS kunnen wij onze beloftes aan onze opdrachtgevers en/ of ontvangers van de goederen niet nakomen.	39	3,2
BSS werkt alleen als de meeste winkeliers in de binnenstad meedoen.	39	4,3
Hoe meer steden in Nederland een BSS hebben, hoe groter de voordelen voor onze organisatie kunnen zijn.	39	3,6

Tabel 3.4: Stellingen over Binnenstadservice

- *Welke kwaliteit van dienstverlening moet Binnenstadservice leveren om vervoerders tevreden te houden?*

Over de kwaliteit van dienstverlening die BSS zou moeten leveren zijn de vervoerders helder: BSS moet betrouwbaar zijn. Deze betrouwbaarheid moet terugkomen in de punctualiteit van leveren, het nakomen van afspraken en mogelijk een ‘track en trace’ systeem, zodat de vervoerders die dit hun klanten aanbieden geen gat in hun eigen systeem hebben. Een andere vervoerder noemt een bewijs van aflevering, compleet met de naam van de ontvanger, datum en tijdstip van levering en de voorwaarde dat het maximaal 2 uur na levering uit te printen is via internet. Onder deze betrouwbaarheid valt volgens hen ook de garantie op tijdsleveringen. Als de leverancier/transporteur de winkelier heeft beloofd dat het product binnen 24 of 48 uur bij de winkel wordt afgeleverd, dan moet dat ook gebeuren. Voor de vervoerders die dit hun klanten aanbieden is het een soort meerwaarde van hun levering, die niet teniet gedaan mag worden door leveren via BSS.

Andere punten die genoemd worden hangen samen met de juridische vraag: wie is er verantwoordelijk wanneer er iets fout gaat met de goederen in de keten? Vervoerders

vinden het belangrijk dat hier helderheid over is, zodat de schuldvraag niet verschoven kan worden.

Voor vervoerders van kwetsbare producten is het belangrijk dat BSS voldoet aan de eisen voor de ontvangst, op- en overslag van de goederen. Mocht BSS willen uitbreiden naar het koel-, vries- en verssegment, dan moet het ook aan die eisen voldoen. Vooral met kwetsbare producten worden problemen met het overladen verwacht.

- *Welke veranderingen in de bedrijfsvoering van vervoerders worden gegenereerd door Binnenstadservice en wat is het effect hiervan op hun tevredenheid over BSS?*

Uit de scores op de stellingen over tijdsbesparingen, het efficiënter inzetten van voertuigen en kostenbesparingen als gevolg van het afleveren van goederen bij BSS (zie tabel 3.4) blijkt dat vervoerders denken dat BSS tot positieve veranderingen in hun bedrijfsvoering kan leiden. Deze voordelen blijken versterkt te worden als er een nationale uitrol van BSS zou plaatsvinden. Dit blijkt uit de antwoorden op de volgende vraag: “Als niet één stad, maar het merendeel van de (middel)grote steden in Nederland een BSS zou hebben, zou dit dan voordelen kunnen opleveren voor uw organisatie?” Hierop antwoordt 60% van de vervoerders ‘Ja’. In tabel 3.5 staat welke voordelen de vervoerders in dat geval verwachten.

Verwachte voordelen van BSS voor vervoerders	% vervoerders dat het betreffende voordeel verwacht
Geen voordelen	38%
Tijdsbesparingen	45%
Efficiëntere inzet voertuigen	25%
Kostenbesparing	20%
Makkelijkere/ efficiëntere planning	13%
Minder kilometers rijden	13%
Minder rijden tijdens spitsuren	10%

Tabel 3.5: Verwachte voordelen van BSS voor vervoerders

- *Speelt het maatschappelijk belang van Binnenstadservice een rol voor vervoerders?*
- Voor een eerste indicatie hoe belangrijk vervoerders het maatschappelijk belang vinden, is de volgende vraag gesteld: “Worden in uw organisatie acties ondernomen om de mogelijk negatieve effecten van uw vrachtverkeer op binnensteden (denk bijvoorbeeld aan de bereikbaarheid, leefbaarheid en de gevolgen voor het milieu) te verminderen?” Van de vervoerders antwoordt 85% hierop met ‘Ja’, terwijl 12,5% ‘Nee’ antwoordt (2,5% weet het niet). Op basis hiervan lijkt het erop dat vervoerders het maatschappelijk belang hoog in het vaandel hebben. Uit de toelichting bij de telefonische interviews blijkt echter dat deze acties vooral voortkomen uit door de overheid opgelegde eisen om in de binnenstad te mogen leveren, zoals roetfilters. Wel gaan sommige bedrijven verder door de aanschaf van Euro5-vrachtwagens. Misschien vanuit milieuoogpunt, maar waarschijnlijk ook vanwege de toekomstige scherpere eisen aan het wagenpark. Enkele vervoerders geven aan dat ze zich afvragen waarom ze alles via BSS zouden leveren als ze zelf net deze investeringen in hun vrachtauto’s gedaan hebben. De kostenbesparingen die het leveren via BSS mogelijk oplevert, kunnen namelijk nooit tegen die investeringen opwegen.

Van de respondenten geeft 40% aan dat de bereikbaarheid van binnensteden als een probleem wordt gezien binnen hun organisatie en 32,5% geeft aan dat het niet zozeer als een probleem wordt gezien. Enkelen van deze laatste groep zeggen wel dat het in de toekomst een probleem gaat worden. Verder geven ze ook als antwoord ‘niet zozeer’, omdat hun organisatie al de nodige maatregelen heeft getroffen om te mogen leveren in binnensteden (o.a. voldoen aan milieueisen en ontheffing voor de venstertijden). Tot slot geeft 27,5% aan dat de bereikbaarheid van binnensteden niet als een probleem wordt gezien binnen hun organisatie.

Twee van de stellingen die de vervoerders hebben beoordeeld (zie tabel 3.4) hebben te maken met het maatschappelijk belang van BSS, namelijk de stellingen dat BSS leidt tot een beter milieu en dat BSS leidt tot een betere bereikbaarheid van de binnenstad. Vervoerders zijn het met beide stellingen (lichtelijk) eens. Ze denken dus dat BSS positieve maatschappelijke effecten heeft. Het maatschappelijk belang van BSS speelt echter niet de belangrijkste rol in hun overwegingen rondom het initiatief.

▪ *Wat is het de vervoerders waard dat Binnenstadservice bestaat?*

Om te weten te komen wat het de vervoerders waard is dat BSS bestaat, is de vervoerders de volgende vraag gesteld: “Stel dat uw organisatie goederen zou afleveren bij Binnenstadservice en dit zou uw organisatie kostenbesparingen opleveren. Welk deel van die besparingen zou uw organisatie dan bereid zijn te betalen aan Binnenstadservice?” Uit tabel 3.6 blijkt dat 70% van de respondenten zou willen bijdragen in de kosten die BSS maakt voor het leveren van de service. Slechts 25% wil niets bijdragen. Wel waarschuwen vervoerders dat de marges in de sector klein zijn, dus dat veel bijdragen niet tot de mogelijkheden behoort.

Welk deel van die besparingen zou uw organisatie bereid zijn te betalen aan BSS?	# respondenten	%
Niets	10	25%
Minder dan dat het ons oplevert	18	45%
Evenveel als dat het ons oplevert	10	25%
Meer dan het ons oplevert	0	0%
Vraag niet ingevuld	2	5%
<i>Totaal</i>	<i>40</i>	<i>100%</i>

Tabel 3.6: Bereidheid tot betalen

Een belangrijke vraag van vervoerders die ook hun houding beïnvloed is: “Wie gaat de kosten dragen van een initiatief als BSS? Uit de antwoorden blijkt dat veel vervoerders vinden dat de kosten gedragen zouden moeten worden door meerdere partijen samen en niet door één partij. De belangrijkste kostendragers volgens de vervoerders zouden moeten zijn de overheid/gemeente, de winkeliers in de binnenstad en de transporteurs en eigen vervoerders (zie tabel 3.7).

Welke partij of partijen zouden volgens u de kosten van een initiatief als BSS moeten dragen?	# respondenten* (N=40)	%*
Overheid/gemeente	25	63%
Winkeliers in de binnenstad	19	48%
Transporteurs	10	25%
Eigen vervoerders	9	23%
Pakketdiensten	7	18%
Verladers	5	13%
Klanten van winkeliers in binnensteden	2	5%
Anders	2	5%

* Aantal/percentage respondenten dat vindt dat de betreffende partij de kosten van een initiatief als BSS zou moeten dragen.

Tabel 3.7: Kostendragers van Binnenstadservice

4. Consumenten

In juli 2009 hebben 312 consumenten in de binnenstad van Nijmegen een schriftelijke enquête ingevuld. In de enquête is er (veelal) gebruik gemaakt van gesloten vragen die door de consument zelfstandig zijn ingevuld. De enquêtes zijn gedurende drie dagen in één van de winkelstraten in Nijmegen (Houtstraat) uitgedeeld en ter plekke ingevuld.

Van de ondervraagde consumenten woont 82% in de gemeente Nijmegen en 28% woont in de binnenstad zelf. De mensen die niet in de binnenstad wonen, gaan gemiddeld tien keer per maand naar de Nijmeegse binnenstad. Zij komen meestal op de fiets (47%), lopend (20%) of met de auto (13%) (met de bus: 9%, met de trein: 9%, met de motor/scooter: 1%, vraag niet ingevuld: 2%). Van alle respondenten is 60% vrouw. De leeftijdsverdeling, het opleidingsniveau en de inkomensverdeling van de respondenten is te zien in tabel 4.1, 4.2 en 4.3. Het opleidingsniveau van de respondenten is relatief hoog vergeleken met de totale Nijmeegse bevolking, 28% heeft namelijk een HBO opleiding afgerond en 25% het WO. Bij de inkomensverdeling is het opvallend dat 21% minder dan € 1.000 per maand verdient, maar gelet op het grote aantal respondenten tot en met 25 jaar zijn dit zeer waarschijnlijk studenten die nog niet (fulltime) werken.

Leeftijd	% respondenten
18 jaar of jonger	6%
19-25 jaar	27%
26-45 jaar	31%
46-65 jaar	27%
66 jaar of ouder	8%
<i>Totaal</i>	<i>99%*</i>

*De som is kleiner dan 100% door afrondingseffecten.

Tabel 4.1: Leeftijdsverdeling

Hoogst afgeronde opleiding	% respondenten
Basisonderwijs	4%
LBO / V(M)BO	3%
Mavo	5%
MBO	8%
Havo / VWO	25%
HBO	28%
WO	25%
Vraag niet ingevuld	2%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>

Tabel 4.2: Hoogst afgeronde opleiding

Netto inkomen per huishouden per maand	% respondenten
Minder dan € 1.000	21%
€ 1.000 tot € 1.500	11%
€ 1.500 tot € 2.000	12%
€ 2.000 tot € 2.500	11%
€ 2.500 tot € 3.000	11%
€ 3.000 tot € 4.000	12%
€ 4.000 tot € 5.000	4%
€ 5.000 of meer	5%
Vraag niet ingevuld	14%
Totaal	101%

*De som is groter dan 100% door afrondingseffecten.

Tabel 4.3: Inkomensverdeling

▪ *Wat is de houding van consumenten ten aanzien van Binnenstadservice?*

Van de 312 geënquêteerde consumenten in de binnenstad van Nijmegen kent 26% BSS wel en 74% kent BSS niet. De consumenten die BSS kennen, hebben ervan gehoord via de media (9%): via de krant (o.a. de Brug en de Gelderlander), radio, televisie of internet. Een deel van de consumenten heeft de transportfiets (12%) of de vrachtwagen (9%) van BSS zien rijden. Vier procent heeft ervan gehoord via een winkelier in de binnenstad en nog eens vier procent heeft er op een andere manier van gehoord.

Na een korte beschrijving van BSS hebben de respondenten hun mening gegeven over BSS door aan te geven waar ze stonden op een schaal van 1 tot 5, waarbij de uiteinden van de schaal steeds twee uitersten van elkaar waren (zie tabel 4.4).

Binnenstadservice...	Gemiddelde score
is een zeer slecht initiatief (1) --- is een zeer goed initiatief (5)	4,6
leidt zeker niet tot een beter milieu (1) --- leidt zeker tot een beter milieu (5)	4,1
zorgt voor meer vrachtverkeer in de binnenstad (1) --- zorgt voor minder vrachtverkeer in de binnenstad (5)	4,4
verandert het winkelplezier in de binnenstad niet (1) --- maakt het winkelen in de binnenstad plezieriger (5)	3,8
verbetert de leefbaarheid van de binnenstad niet (1) --- verbetert de leefbaarheid van de binnenstad (5)	4,1

Tabel 4.4: Houding ten aanzien van Binnenstadservice

BSS overweegt naast het aanbieden van diensten aan winkeliers in de binnenstad om diensten direct aan de consument aan te gaan bieden. Het gaat dan om het thuisbezorgen van in de binnenstad gekochte producten, het bieden van een afhaalpunt net buiten de binnenstad voor in de binnenstad gekochte producten en het bieden van een goedkope parkeergelegenheid voor auto's met daarbij een leenfiets om naar de binnenstad te komen. Ongeveer 10% geeft aan zeker gebruik te gaan maken van de optie om in de binnenstad gekochte producten thuis te laten bezorgen, terwijl 16% aangeeft dit waarschijnlijk te zullen doen. Ongeveer 43% zegt dit waarschijnlijk/zeker niet te gaan doen (de rest geeft een neutraal antwoord). Van de optie om in de binnenstad gekochte

producten bij BSS af te halen, zou 10% zeker gebruik maken en 19% waarschijnlijk. Ongeveer 42% geeft aan dit waarschijnlijk/zeker niet te gaan doen (de rest geeft een neutraal antwoord). Tot slot de optie van de goedkope parkeergelegenheid met leenfiets: daar zou 20% zeker gebruik van maken en 16% waarschijnlijk. Ongeveer 44% geeft aan waarschijnlijk/zeker geen gebruik te maken van deze optie (de rest geeft een neutraal antwoord). Als de bewoners uit de binnenstad worden weggelaten uit de bovenstaande analyses, dan wijken de uitkomsten nauwelijks af van de hierboven gepresenteerde percentages.

- *Wat is de houding van consumenten ten aanzien van het kopen van een product bij een winkel die op een duurzame manier bevoorraad wordt?*

Naast de houding van consumenten ten aanzien van BSS is consumenten ook gevraagd naar hun mening over het kopen van een product bij een winkel die op een duurzame manier wordt bevoorraad (specifiek consumentengedrag). Op een schaal van 1 (negatief/slecht) tot 5 (positief/goed), scoort het kopen bij een dergelijke winkel een 4,3. Men vindt het dus goed om een product te kopen bij een winkel die op een duurzame manier wordt bevoorraad. Uit de houding van consumenten ten aanzien van BSS (zie vorige kennisvraag) bleek al dat men BSS als een duurzaam initiatief ziet. BSS leidt volgens consumenten immers tot een beter milieu, minder verkeer in de binnenstad, een verbetering van de leefbaarheid in de binnenstad en plezieriger winkelen. Gekoppeld aan de uitkomsten van deze kennisvraag kan geconcludeerd worden dat men het goed vindt om een product te kopen bij een winkel die door BSS bevoorraad wordt.

Als consumenten gevraagd wordt naar hun intentie om producten te kopen bij een duurzaam bevoorraade winkel, dan scoort die intentie een 3,5 op een schaal van 1 (zeker geen intentie om daar te kopen) tot 5 (zeker wel de intentie om daar te kopen). Consumenten geven dus aan een lichte intentie te hebben om te kopen bij een duurzaam bevoorraade winkel. Veel respondenten gaven (mondeling of door middel van een opmerking bij de enquête) aan best bij een winkel die door BSS wordt bevoorraad te willen kopen, maar dat ze niet wisten welke winkels er meededen aan BSS. Het is dus belangrijk voor winkeliers en BSS om ook consumenten op de hoogte te houden van het initiatief en de deelnemende winkeliers herkenbaar te maken voor consumenten.

- *Waar moet een duurzaam bevoorraade winkel nog meer aan voldoen voordat consumenten daar een product kopen?*

Om bovenstaande vraag te beantwoorden is de volgende vraag gesteld: “Stel, een winkel laat de producten die daar verkocht worden op een duurzame manier aanleveren. Zou u bij deze winkel een product kopen als (in vergelijking tot andere winkels die niet op een duurzame manier worden bevoorraad)...” (zie tabel 4.5). Uit tabel 4.5 blijkt dat consumenten met name belang hechten aan de vriendelijkheid van het winkelpersoneel, de service die een winkel biedt en het assortiment dat een winkel biedt. Als deze drie aspecten minder goed zijn in een winkel die op een duurzame manier wordt bevoorraad dan bij een concurrerende winkel (die niet op een duurzame manier wordt bevoorraad), dan gaat 67 tot 77% van de consumenten niet naar de duurzaam bevoorraade winkel om een product te kopen. Daarnaast zijn ook de atmosfeer in een winkel en de aanbiedingen belangrijk voor consumenten. Als deze aspecten minder goed zijn in een duurzaam bevoorraade winkel dan in een concurrerende, niet duurzaam bevoorraade winkel, dan gaat

ruim 54% niet naar de duurzaam bevoorrade winkel. Advertenties, prijzen (van de producten) en de bereikbaarheid van de locatie worden iets minder belangrijk gevonden. Als deze aspecten minder goed zijn bij een duurzaam bevoorrade winkel dan bij een concurrerende, niet duurzaam bevoorrade winkel dan gaat 59 tot 70% toch naar de duurzaam bevoorrade winkel.

Stel, een winkel laat de producten die daar verkocht worden op een duurzame manier aanleveren. Zou u bij deze winkel een product kopen als (in vergelijking tot andere winkels die niet op een duurzame manier worden bevoorraad)...	Ja	Nee	Vraag niet ingevuld
...ze net iets minder concurrerende prijzen zouden hebben?	68%	30%	2%
...de locatie net iets minder goed bereikbaar zou zijn?	59%	38%	3%
...als de service naar klanten toe net iets minder zou zijn?	26%	69%	5%
...als de advertenties net iets minder aantrekkelijk zouden zijn?	70%	25%	5%
...als de atmosfeer in de winkel net iets minder aangenaam zou zijn?	41%	55%	4%
...als het assortiment net iets minder goed zou zijn?	29%	67%	4%
...als het winkelpersoneel net iets minder vriendelijk zou zijn?	20%	77%	3%
...als de aanbiedingen net iets minder aantrekkelijk zouden zijn?	41%	54%	5%

Tabel 4.5: Winkeleisen

- *Zijn consumenten bereid om extra te betalen voor een product dat een op duurzame manier aan een winkel is geleverd?*

Van de consumenten geeft 57% aan niet bereid te zijn om extra te betalen voor een product dat op een duurzame manier aan een winkel is geleverd. Daarentegen is 42% wel bereid om extra te betalen (1% heeft de vraag niet ingevuld). Op de vraag hoeveel men dan extra zou willen betalen, dan antwoordt men gemiddeld bijna 5% (van de prijs van het product).

5. Conclusies en aanbevelingen

In werkpakket 1 van het Transumo-onderzoek *'Transitie naar duurzame stedelijke distributie'* stond de volgende vraag centraal:

Wat is de houding van winkeliers, vervoerders en consumenten ten aanzien van Binnenstadservice en welke bedrijfsmatige en/of maatschappelijke effecten heeft Binnenstadservice volgens deze partijen?

Het onderzoek is toegespitst op twee gebruikersplatforms: A) winkeliers en B) (eigen) vervoerders. Daarnaast is er een onderzoek gehouden onder het winkelend publiek (consumenten) in de Nijmeegse binnenstad. In dit hoofdstuk wordt een samenvatting van de belangrijkste resultaten en daarmee een antwoord op de onderzoeksvraag gegeven. Verder worden er aanbevelingen voor Binnenstadservice geformuleerd.

5.1 Conclusies

De houding ten aanzien van BSS is gemengd onder de verschillende stakeholders (winkeliers, vervoerders en consumenten). De resultaten uit wave 1 en 2 laten zien dat vrijwel alle deelnemende winkeliers zeer positief zijn over het initiatief. Ze denken dat BSS leidt tot minder verkeer in de binnenstad en een verbetering van de luchtkwaliteit. Van de niet-deelnemers is 35 tot 38% (resultaten uit wave 1 en 2) positief en nog eens 17 tot 22% vindt het een goed initiatief, hoewel deze winkeliers wel hun bedenkingen hebben: langere levertijden, kans op fouten, extra schakel in de keten. Zestien procent van de niet-deelnemers is negatief. De helft (50%) van de vervoerders is (zeer) positief over BSS, omdat het initiatief in hun ogen kan leiden tot een oplossing voor de problemen die ze ervaren in binnensteden (met name venstertijden en congestie). Ongeveer 10% is negatief en de rest is neutraal. Een groot deel (94%) van de consumenten vindt BSS een (zeer) goed initiatief. Het leidt volgens hen tot een beter milieu, minder verkeer in de binnenstad, een verbetering van de leefbaarheid van de binnenstad en meer winkelplezier.

De effecten van BSS zijn onder te verdelen in maatschappelijke en bedrijfsmatige effecten. Alle stakeholders denken dat BSS kan leiden tot maatschappelijke effecten zoals minder vrachtverkeer in binnensteden en een betere luchtkwaliteit. Vooral de deelnemende winkeliers en vervoerders ervaren de huidige situatie in binnensteden als problematisch (teveel verkeer) en vinden dat er iets moet veranderen. Van de groep niet-deelnemers vindt ongeveer 60% de huidige situatie goed. Dit is de belangrijkste reden om (nog) niet deel te nemen aan het initiatief.

De deelnemende winkeliers en vervoerders zien naast de maatschappelijke voordelen ook een aantal bedrijfsmatige voordelen van BSS. Voor de deelnemende winkeliers hebben de voordelen vooral te maken met gemak (men kan bijvoorbeeld de dag beter indelen doordat het aflevertijdstip met BSS kan worden afgesproken), voor vervoerders zou BSS kunnen leiden tot een grotere efficiëntie (bijvoorbeeld tijdsbesparingen doordat ze niet meer de binnenstad in hoeven). Belangrijke nadelen van het initiatief die deelnemers noemen zijn mogelijke kosten in de toekomst en langere levertijden. Niet-deelnemers noemen daarnaast nog de extra schakel die BSS vormt in de keten. Vervoerders zijn bang voor langere levertijden en de kwaliteit van het vervoer als

het speciale producten betreft. Bovendien vragen ze zich af wie er verantwoordelijk is bij eventuele schade en wie voor het initiatief gaat betalen als het niet meer gesubsidieerd wordt door de overheid. De bereidheid tot betalen onder zowel deelnemende als niet-deelnemende winkeliers is erg laag. Ze zien niet direct financiële voordelen van BSS voor hun eigen zaak, waardoor ze er ook niet voor willen betalen. Vervoerders zien wel financiële voordelen, maar dan moet wel aan enkele voorwaarden zijn voldaan: in een stad zouden alle winkeliers waaraan ze leveren deel moeten nemen aan het initiatief en BSS zou in meerdere steden moeten opereren. Als afleveren bij BSS de vervoerders kostenbesparingen zou opleveren, dan zou 45% bereid zijn om een deel van die besparingen aan BSS te betalen. Nog eens 25% zou bereid zijn om de volledige besparingen aan BSS te betalen.

5.2 Aanbevelingen voor Binnenstadservice

Op basis van de uitkomsten van het onderzoek kunnen de volgende aanbevelingen voor Binnenstadservice worden geformuleerd:

- Aangezien de winkeliers degenen zijn die bepalen of zij deelnemen aan BSS, staat of valt het concept met de deelname van winkeliers. Het is daarom belangrijk om zoveel mogelijk barrières die een deelname in de weg zouden kunnen staan weg te nemen. De (mogelijke) nadelen van het initiatief die in dit onderzoek worden gerapporteerd door winkeliers vormen belangrijke aanwijzingen voor BSS waar zij zich op zouden moeten richten. Voor zowel deelnemende als niet-deelnemende winkeliers spelen de kosten van BSS een grote rol. Deelnemers zijn bang dat ze in de toekomst moeten gaan betalen voor de basisservice van BSS en ook niet-deelnemers verwachten dat leveren via BSS hen meer zou kosten dan hun huidige situatie. De bereidheid tot betalen is echter laag voor beide groepen. Omdat het voor het slagen van het concept noodzakelijk is om winkeliers aan zich te binden, is het zeer belangrijk om de basisservice voor winkeliers gratis, dan wel kostenneutraal, te houden. De winkelier mag niet meer geld kwijt zijn voor het leveren via BSS dan voor directe levering door de transporteur/leverancier. Het is ook zeer belangrijk om te communiceren naar zowel deelnemende als niet-deelnemende winkeliers dat BSS gratis/kostenneutraal is, omdat er bij de winkeliers nog veel onzekerheid heerst of (verkeerde) aannames hierover worden gedaan. Naast het kostenaspect dient BSS in haar communicatie én operatie aandacht te besteden aan de andere genoemde (mogelijke) nadelen van het initiatief.
- Tijdens het onderzoek bleek dat veel winkeliers in Nijmegen ooit hadden toegezegd deelnemer te worden van BSS, maar in de praktijk laten zij hun goederen niet door BSS leveren. Hierdoor is het werkelijke aantal deelnemers lager dan het lijkt. Bovendien duurt het erg lang voordat winkeliers, nadat ze het contract met BSS hebben ondertekend, de wijziging van hun afleveradres doorgeven aan hun leveranciers. Hierdoor loopt het werkelijke aantal deelnemers (dat daadwerkelijk goederen via BSS laat leveren) een paar maanden achter op het aantal winkeliers dat als deelnemer geregistreerd staat. Het is voor BSS belangrijk om winkeliers die een contract bij BSS ondertekenen extra te stimuleren om er voor te zorgen dat hun goederenstroom daadwerkelijk via BSS gaat lopen. Dit kan door veel contact te houden en het de winkeliers zo gemakkelijk mogelijk te

maken om wijzigingen in hun afleveradres door te geven aan hun leveranciers (of dit misschien zelfs als dienst aan te bieden, zodat BSS dit voor de winkeliers doet; vergelijk het met een klant die overstapt naar een nieuwe zorgaanbieder, het opzeggen van het contract bij de oude aanbieder wordt door de nieuwe aanbieder gedaan).

- Vervoerders geven aan dat BSS voor hen pas echt interessant wordt als alle afleveradressen in een stad overgezet worden naar BSS, zodat ze helemaal niet meer de binnenstad in hoeven. Dan ontstaan er voor vervoerders naar verwachting kostenbesparingen en ook de maatschappelijke effecten (o.a. minder vrachtverkeer in de binnenstad) zijn dan het grootst. Het is daarom zinvol om volgens een specifieke strategie winkeliers te benaderen om deel te nemen aan het initiatief: winkeliers van een aantal vervoerders die graag bij BSS zouden afleveren in plaats van in de binnenstad. Doordat deze vervoerders zelf de voordelen inzien van het initiatief, verkeert BSS in de positie om te onderhandelen met de vervoerders over het betalen van een bedrag aan BSS. Bovendien zouden de vervoerders het initiatief kunnen ondersteunen door de winkeliers waar ze goederen afleveren te benaderen met de vraag of ze hun afleveradres naar BSS zouden willen verplaatsen. Dit levert voor BSS tijdsbesparingen op, omdat ze dan niet zelf bij alle winkeliers de eerste stap hoeven te zetten. Als BSS winkeliers in een binnenstad willekeurig benadert voor deelname en veel winkeliers stemmen daar mee in, dan heeft BSS geen onderhandelingspositie meer ten opzichte van de vervoerders. Als vervoerders eenmaal gewend zijn om gratis al hun goederen voor de binnenstad af te leveren bij BSS, dan is het voor BSS zeer moeilijk, zo niet onmogelijk, om vervoerders ertoe te bewegen alsnog te gaan betalen aan BSS. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat een groot deel van de vervoerders (70%) (nu nog) bereid is een bedrag te betalen dat kleiner (45%) of gelijk (25%) is aan de kostenbesparingen die BSS hen zou opleveren.
- Om het nut van BSS voor vervoerders (en de maatschappij) te maximaliseren, is het tevens belangrijk om het aantal steden waarin het initiatief gevestigd is uit te breiden. Niet alleen leidt dit naar verwachting van de vervoerders tot meer kostenbesparingen voor hen, ook BSS zelf kan dan profiteren van schaalvoordelen (bijvoorbeeld contacten met vervoerders/winkelketens die in de ene stad worden gelegd, kunnen ook voor de andere steden worden gebruikt). Daarnaast neemt de bekendheid van BSS verder toe, waardoor het makkelijker is om nieuwe contacten te leggen met winkeliers, vervoerders en lokale overheden.
- BSS overweegt om ook diensten direct aan de consument (het winkelend publiek) aan te bieden (bijvoorbeeld parkeergelegenheid met leenfiets). Uit het onderzoek onder consumenten blijkt dat ongeveer een kwart tot een derde van de consumenten van dit soort diensten gebruik zou willen maken. Op dit moment kent echter slechts een kwart van de geënquêteerde consumenten BSS. Het is dus belangrijk dat BSS haar communicatie niet alleen richt op winkeliers, vervoerders en overheden, maar ook op consumenten. Het creëren van naamsbekendheid onder consumenten is essentieel om diensten af te kunnen zetten bij deze groep. Bovendien kan het creëren van een positief imago van BSS onder consumenten leiden tot meer klanten voor winkeliers die deelnemen aan

- BSS. Consumenten gaven in het onderzoek namelijk aan bereid te zijn om bewust voor een winkel te kiezen die op een duurzame manier bevoorraad wordt. Als BSS samen met de winkeliers dat imago van duurzame bevoorrading van de binnenstad weet te creëren en te communiceren naar consumenten, dan kan dat dus leiden tot meer klanten voor deelnemende winkeliers. Dit kan voor niet-deelnemende winkeliers dan weer een stimulans zijn om deel te gaan nemen aan BSS. Essentieel hierbij is dat consumenten de winkels die deelnemen aan het initiatief kunnen herkennen (bijvoorbeeld door middel van stickers in de etalages). Het uitbrengen van een gezamenlijke folder door BSS en deelnemende winkeliers in een specifieke stad gericht op de bewoners/het winkelend publiek in die stad zou kunnen helpen de naamsbekendheid van BSS te vergroten en een positief imago te creëren.
- Tot slot zou het goed zijn om de verschillende stakeholders (winkeliers, vervoerders en lokale overheden) bij elkaar aan tafel te krijgen om zo voor alle partijen inzichtelijk te maken wie welk voordeel heeft van BSS. Nu wijzen de partijen vaak naar elkaar als het gaat om de vraag wie er het meeste voordeel heeft van het initiatief en wie er voor zou moeten betalen. Het is belangrijk dat partijen zich realiseren wat hun eigen voordeel is van BSS en welke voordelen andere partijen hebben. Bovendien is het belangrijk dat het besef ontstaat dat BSS inkomsten nodig heeft om te kunnen blijven draaien. Om de transitie naar een duurzame stedelijke distributie compleet te maken, is het essentieel dat men met de betrokken partijen tot een kostenverdeling komt. Alleen dan kan BSS ook financieel duurzaam zijn.

Referenties

- Browne, M., Piotrowska, M., Woodburn, A. and Allen, J., Transport Studies Group (2007), "Literature review WM9: Part I – Urban Freight Transport", University of Westminster, London.
- Browne, M., Sweet, M., Woodburn, A. and Allen, J., Transport Studies Group (2005), "Urban freight consolidation centres", Final report, University of Westminster, London.
- Ljungberg, D. and Gebresenbet, G. (2004), "Mapping out the potential for coordinated goods distribution in city centres: The case of Uppsala", *International Journal of Transport Management*, Vol. 2 No. 3-4, pp. 161-172.
- May, A.D, Jopson, A.F and Matthews, B. (2003), "Research challenges in urban transport policy", *Transport Policy*, Vol. 10 No. 3, pp. 157-164.
- Quak, H.J. and De Koster, M.B.M. (2007), "Exploring retailers' sensitivity to local sustainability policies", *Journal of Operations Management*, Vol. 25 No. 6, pp. 1103-1122.