

Bijlagen



Foto: Vergaderen bij Seats2Meet Utrecht. Bron: storiesguy.blogspot.nl, 13 juli 2012.

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	3
Bijlage I Enquête.....	5
Bijlage II Factoranalyse	9
Bijlage III Clusteranalyse	13
Bijlage IV Koppeling attitudes en clusters	21
Bijlage V Regressie analyse.....	23
Bijlage VI Vergelijking tussen de drie onderzochte locaties	29
Bijlage VII Interviewresultaten	31

Bijlage I Enquête

Enquêtenummer:.....Locatie.....



Enquête zakelijk ontmoeten

Mijn naam is Marjolein Terpstra. Deze enquête is opgesteld voor mijn afstudeeronderzoek voor de master Planologie aan de Universiteit Utrecht. In het kader van mijn afstuderen doe ik in opdracht van adviesbureau Goudappel Coffeng BV onderzoek naar de factoren die van belang zijn bij het kiezen van een zakelijke ontmoetingsplek. Daarmee probeer ik meer inzicht te krijgen in wat de gebruikers van een dergelijke plek belangrijk vinden. Deze enquête wordt niet in opdracht van Seats2Meet uitgevoerd, maar de resultaten worden wel met Seats2Meet gedeeld. Het invullen van deze enquête gebeurt volstrekt anoniem en uw gegevens worden vertrouwelijk behandeld. Het invullen duurt slechts 6 à 7 minuten. Ik kom de enquête na afloop weer bij u ophalen.

Alvast hartelijk dank voor uw medewerking!

Persoonlijke informatie

1. Tot welk geslacht behoort u?

- man vrouw

2. Wat is uw leeftijd?..... jaar

3. Wat is uw woonplaats?.....

4. Wat is uw hoogst behaalde opleiding? (indien onafgerond huidige opleiding invullen)

- Lagere school, basisschool of geen opleiding
 Lager voortgezet onderwijs (LTS/LBO)
 Middelbaar voortgezet onderwijs (MAVO/VMBO)
 Middelbaar beroepsonderwijs (MBO/MEAO)
 Hoger voortgezet onderwijs (HBS/HAVO/VWO)
 HBO
 Universitair (WO)
 Anders, namelijk.....

5. In welk werkverband bent u actief? (indien meerdere, het verband invullen waarin u de meeste tijd actief bent)

- Zelfstandig ondernemer, zonder personeel Student
 Zelfstandig ondernemer, met personeel Anders, namelijk.....
 In loondienst

6. Hoe vaak maakt u gemiddeld gebruik van een ontmoetingsplek of werkplek op een station, zoals deze?

..... keer per week/per maand (doorhalen wat niet van toepassing is)

7. In welke branche bent u actief? (indien u studeert, graag het vakgebied van uw huidige opleiding invullen)
- Detailhandel, groothandel en ambachten
 - Zorg/ kinderopvang
 - Bouwnijverheid
 - Vervoer
 - Horeca, recreatie en catering
 - Kunst, cultuur en media
 - Industrie
 - Niet werkend of studerend
 - Advies, onderzoek en communicatie
 - Facilitaire dienstverlening en ICT
 - Financiële dienstverlening
 - Juridische, administratieve, fiscale dienstverlening
 - Persoonlijke dienstverlening
 - Onroerend goed
 - Agrosector
 - Overig, namelijk.....

8. Wilt u voor elk van de volgende negen stellingen aangeven in hoeverre deze op u in het algemeen van toepassing is?

Stelling	helemaal niet op mij van toepassing	niet echt op mij van toepassing	neutraal	redelijk op mij van toepassing	helemaal op mij van toepassing
1 Ik vind het belangrijk om nieuwe contacten op te doen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Ik vind het belangrijk om mijn tijd te investeren in het onderhouden van relaties.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 In een vergadering bereik ik graag overeenstemming.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Ik ben zeer begaan met het milieu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Ik deel mijn kennis graag met anderen en verwacht dat zij dat ook bij mij doen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Wanneer mijn afspraak van een andere locatie moet komen dan ik, vind ik het belangrijk om de afspraak op een locatie daar tussenin te doen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Ik vraag snel hulp van anderen als ik ergens niet uit kom.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Ik heb voorkeur voor reizen met het OV en/of de fiets t.o.v. de auto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 Ik vind het belangrijk dat anderen mij hier zien werken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vragen over dit bezoek specifiek

9. Hoe lang duurt uw huidige bezoek? uur enminuten
10. Vanuit welke plaats (stad/dorp) komt u nu?.....
11. Hoe lang bent u in totaal onderweg geweest hier naartoe? uur enminuten (totale reistijd, enkele reis)
12. Met welke vervoerwijze bent u hoofdzakelijk hier naartoe gekomen? (het vervoermiddel waarmee u de langste afstand heeft afgelegd)
- Auto
 - Scooter/ bromfiets
 - Fiets
 - Trein
 - Tram/ bus
 - Lopend
13. Van welke ruimte maakt u momenteel gebruik?
- workspace (werkplek)
 - meetingspace (vergaderruimte)
 - beide

14. Wat is de reden van uw huidige bezoek? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Werken
- Afspraak, met een klant
- Afspraak, met een collega
- Afspraak, met een (potentiële) partner
- Op zoek naar een ontmoeting
- Vergadering
- Ander soort bijeenkomst
- Anders, namelijk

15. Waarom hebt u voor deze locatie gekozen om te werken en/of te ontmoeten? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Zit dicht bij mijn woonplaats
- Zit dicht bij een vorige en/of volgende afspraak
- Ik kwam hier toch langs
- Deze locatie ligt centraal in het land
- Deze locatie is gemakkelijk bereikbaar voor mij en degene met wie ik een afspraak heb
- De locatie is bepaald door iemand anders
- Anders, namelijk.....

Ontmoetingslocaties op stations in het algemeen

16a. Bij de volgende 14 onderdelen gaat het om wat u belangrijk vindt bij het kiezen van een ontmoetings-/werklocatie bij een station in het algemeen en uw oordeel over deze locatie specifiek. Kunt u voor elk onderdeel aangeven in hoeverre u de onderdelen belangrijk vindt bij het kiezen van een ontmoetings-/werklocatie én wat uw oordeel hiervan is op de huidige locatie?

Onderdeel	In het algemeen					Op deze locatie
	helemaal niet belangrijk	niet echt belangrijk	neutraal	redelijk belangrijk	heel belangrijk	Rapport-cijfer (1-10)
1 Een veilige (stations-)locatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2 Een stationslocatie die dichtbij de binnenstad is	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3 Veel horeca en/ of winkels rondom de locatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4 Voorzieningen op de locatie zelf (lunch, koffie, WiFi, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5 Een sfeervolle en/ of levendige locatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6 Diversiteit in de locatie waarin je veel verschillende mensen tegenkomt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7 Openheid in de locatie: iedereen is welkom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8 Een locatie waarin innovativiteit centraal staat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9 Een locatie waarin ontmoeten centraal staat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10 De bereikbaarheid van de locatie met het OV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11 De bereikbaarheid van de locatie met de auto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12 De bereikbaarheid van de locatie met de fiets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13 Seats2Meet als aanbieder (i.p.v. andere aanbieders)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
14 De kosten van de ruimte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

16b. Als u hierboven één of meerdere keren 'heel belangrijk' heeft ingevuld, wat zijn daarvoor de redenen?

.....
.....
.....

16c. Als u hierboven één of meerdere keren 'helemaal niet belangrijk' heeft ingevuld, wat zijn daarvoor de redenen?

.....
.....
.....

17. Wat zou u nog willen verbeteren aan deze locatie?

.....
.....
.....

18. Zou u naar aanleiding van deze enquête eventueel benaderd willen worden voor een aanvullend interview? Zo ja, vul dan hier uw e-mailadres of telefoonnummer in:

.....

Ruimte voor eventuele opmerkingen:

.....
.....
.....

Hartelijk dank voor uw medewerking!

Bijlage II Factoranalyse

De factor analyse is uitgevoerd op de 4 onderdelen over wat men belangrijk vindt bij de ontmoetingslocaties op stations uit de enquête (vraag 16a). In deze bijlage wordt de analyse uitgebreid toegelicht. Allereerst wordt gekeken of de analyse uitgevoerd mag worden, oftewel of er aan de eisen van een factoranalyse is voldaan. Deze eisen en de analysemethode zijn beschreven in Pelsmacker & Kenhove (2006, pp. 295-310).

Eisen

1. Variabelen moeten gemeten zijn op interval of ratioschaal. Aan deze eis is voldaan, aangezien de veertien onderdelen gemeten zijn op een Likertschaal, welke behandeld mag worden als een intervallschaal.
2. De grootte van de steekproef moet getest worden. Dit wordt gedaan aan de hand van het Kaiser-Meyer-Olkin criterium. Deze is groter dan de grenswaarde van 0,5 (zie tabel II-A). Bovendien is Bartlett's Test of Sphericity significant. De factoranalyse is op basis hiervan dus toegestaan.

Tabel II-A: KMO en Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,778
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	828,541
	df	91
	Sig.	0

3. De eis van multicollineariteit. Er mag geen onderlinge correlatie tussen de stellingen plaatsvinden. In alle gevallen is $r < 0,8$ (zie tabel II-B), dus ook aan deze voorwaarde wordt voldaan.

Tabel II-B: Correlatie tussen de onderdelen

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	1													
2	0,000	1												
3	0,000	0,000	1											
4	0,216	0,052	0,002	1										
5	0,039	0,038	0,001	0,000	1									
6	0,262	0,019	0,000	0,000	0,000	1								
7	0,003	0,358	0,057	0,001	0,000	0,000	1							
8	0,004	0,001	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	1						
9	0,015	0,010	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	1					
10	0,001	0,028	0,018	0,446	0,098	0,252	0,000	0,021	0,018	1				
11	0,004	0,463	0,012	0,082	0,331	0,145	0,105	0,215	0,377	0,491	1			
12	0,011	0,004	0,018	0,000	0,000	0,000	0,002	0,131	0,000	0,056	0,394	1		
13	0,018	0,010	0,047	0,017	0,002	0,000	0,001	0,000	0,001	0,005	0,392	0,001	1	
14	0,069	0,271	0,433	0,000	0,003	0,016	0,006	0,021	0,143	0,013	0,152	0,008	0,039	1

Analyse

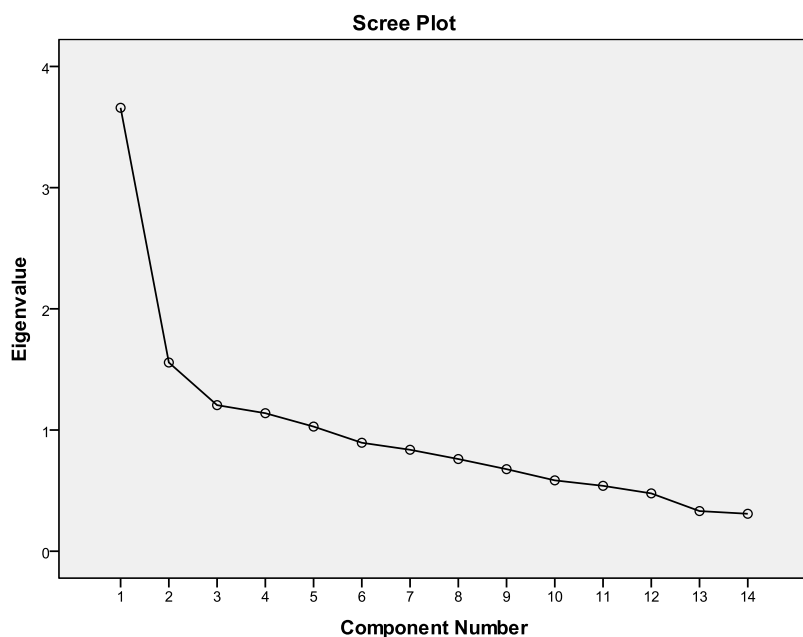
Omdat aan de drie voorwaarden voldaan is, mag een factoranalyse uitgevoerd worden. Er is gekozen om de analyse uit te voeren met de Principal component methode, omdat deze methode het meest geschikt is voor een exploratieve factoranalyse (Pelsmacker & Kenhove, 2006, p. 297). Deze methode "gaat na hoeveel dimensies er bestaan, welke variabelen sterk met elkaar correleren, en welke variabelen weinig of niet met elkaar correleren, en dus slaan op andere dimensies" (ibid.). De keuze

voor factoren met een Eigenwaarde > 1, leidt tot vijf factoren (zie tabel II-C). Samen verklaren deze ruim 61 procent van de totale variantie, zowel voor als na rotatie.

Tabel II-C: Verklaarde variantie van de factoren bij vijf factoren

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,659	26,135	26,135	2,889	20,636	20,636
2	1,557	11,122	37,256	1,596	11,398	32,034
3	1,205	8,609	45,865	1,574	11,245	43,279
4	1,139	8,135	54	1,404	10,026	53,304
5	1,028	7,346	61,346	1,126	8,042	61,346
6	0,895	6,393	67,739			
7	0,837	5,98	73,719			
8	0,761	5,433	79,153			
9	0,677	4,836	83,989			
10	0,585	4,176	88,165			
11	0,54	3,854	92,019			
12	0,477	3,409	95,427			
13	0,331	2,366	97,793			
14	0,309	2,207	100			

Figuur II-A: Scree plot



Met behulp van een *scree plot* worden de Eigenwaarden grafisch weergegeven (zie figuur II-A). Het 'buigpunt' van de grafiek (van steil naar minder steil) is vaak ook een indicatie van het aantal factoren. In dit geval zit dat buigpunt echter eerder bij drie factoren dan bij vijf. Daarom is ook een factoranalyse met drie factoren uitgevoerd. Het blijkt echter dat dan nog maar 46 procent van de totale variantie verklaard wordt (zie tabel II-D). Bovendien worden dan drie van de veertien onderdelen weggelaten omdat zij een te lage lading hebben met één van de drie factoren, waaronder bereikbaarheid met de fiets en met de auto. De analyse zou dan nog maar plaatsvinden op elf onderdelen. Om deze redenen is gekozen om door te gaan met vijf factoren.

Tabel II-D: Verklaarde variantie van de factoren bij drie factoren

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,659	26,135	26,135	3,659	26,135	26,135	3,136	22,397	22,397
2	1,557	11,122	37,256	1,557	11,122	37,256	1,673	11,953	34,35
3	1,205	8,609	45,865	1,205	8,609	45,865	1,612	11,515	45,865
4	1,139	8,135	54						
5	1,028	7,346	61,346						
6	0,895	6,393	67,739						
7	0,837	5,98	73,719						
8	0,761	5,433	79,153						
9	0,677	4,836	83,989						
10	0,585	4,176	88,165						
11	0,54	3,854	92,019						
12	0,477	3,409	95,427						
13	0,331	2,366	97,793						
14	0,309	2,207	100						

De vijf factoren worden vervolgens geroteerd, om de verklaarde variantie binnen de factoren te maximaliseren (Pelsmacker & Kenhove, 2006, pp. 305-307). Hierdoor kunnen de factoren eenduidiger worden gedefinieerd. Hierbij is de Varimax methode toegepast, omdat dit de meest gebruikte methode is (ibid., p. 308). De totaal verklaarde variantie blijft hiermee gelijk, in tegenstelling tot de oblique rotatiemethoden. Het nadeel van deze laatste methode is echter dat de factoren niet meer onafhankelijk van elkaar zijn, wat bij de Varimax methode wel het geval is. Het resultaat is te zien in tabel II-E. Hier zijn alleen de waarden gepresenteerd die hoger zijn dan de grenswaarde van 0,50 (ibid., p. 307).

Tabel II-E: Ladingen bij de factoren na rotatie

Onderdeel	Factor				
	1	2	3	4	5
Een veilige (stations-)locatie				0,513	
Een stationslocatie die dichtbij de binnenstad is		0,837			
Veel horeca en/of winkels rondom de locatie		0,775			
Voorzieningen op de locatie zelf (lunch, koffie, WiFi, etc.)			0,657		
Een sfeervolle en/of levendige locatie	0,546				
Diversiteit in de locatie waarin je veel verschillende mensen tegenkomt	0,829				
Openheid in de locatie: iedereen is welkom	0,650				
Een locatie waarin innovativiteit centraal staat	0,795				
Een locatie waarin ontmoeten centraal staat	0,813				
De bereikbaarheid van de locatie met het OV				0,796	
De bereikbaarheid van de locatie met de auto					0,923
De bereikbaarheid van de locatie met de fiets			0,569		
Seats2Meet als aanbieder (i.p.v. andere aanbieders)					
De kosten van de ruimte			0,683		

Het onderdeel 'Seats2Meet als aanbieder' heeft een te lage lading bij elk van de factoren. Deze stelling wordt daarom buiten beschouwing gelaten.

De overige dertien stellingen kunnen elk aan één factor toebedeeld worden. Na interpretatie (zie hoofdstuk 4) heeft dit geleid tot de een naamgeving van de vijf factoren zoals te zien is in tabel II-F.

Vervolgens zijn de resultaten opgeslagen in gestandaardiseerde waarden en toegevoegd aan het databestand voor verdere analyse.

Tabel II-F: Naamgeving van de factoren

Factor	Dimensie
1	Aantrekkelijkheid
2	Voorzieningen in de buurt
3	Lage kosten
4	Basiskwaliteit
5	Autobereikbaarheid

Bijlage III Clusteranalyse

De clusteranalyse heeft als doel om typen gebruikers te onderscheiden. De analyse wordt uitgevoerd met de volgende vier variabelen:

- de reden van het bezoek;
- de reden van het kiezen van de locatie;
- het werkverband waarin de respondent actief is, en
- de vervoerwijze waarmee men hoofdzakelijk naar de locatie heeft gereisd.

Voor deze vier variabelen is gekozen, omdat deze een goed beeld geven van met welk doel de respondent naar de locatie komt en hoe hij/zij daar komt. Op deze manier wordt een beeld gevormd van het type gebruiker in ontmoetingslocaties op stations en de manier waarop zij gebruik maken van de locatie. In deze bijlage worden de eisen aan de analyse en de analyse zelf uitgebreid beschreven. Deze eisen en de analysemethode zijn beschreven in de Syllabus Statistiek van Alphons de Vocht (2010).

Eisen

De variabelen mogen niet te sterk correleren. Uit tabel III-A blijkt dat dit niet het geval is, $r < |0,9$. Bovendien moeten de meeteenheden van de variabelen gelijk zijn, waardoor een variabele niet zwaarder weegt dan de andere. De variabelen zijn allemaal dummyvariabelen, waarbij ze waarde 0 of 1 aan kunnen nemen. Een 0 betekent dat deze niet van toepassing is op de respondent, een 1 betekent dat deze wel van toepassing is. Zo wegen ze allen even zwaar mee in de clustering.

Analyse

Ten eerste is een clusteranalyse uitgevoerd met de hiërarchische methode, om te achterhalen hoeveel clusters tot de beste resultaten leiden. Er is een cluster analyse uitgevoerd met drie methoden: single link, complete link en methode van Ward. Hieruit bleek dat de methode van Ward de meest bruikbare resultaten opleverde. Er is bij het uitvoeren van de analyses aangegeven dat de clustering plaatsvindt op binaire data. De gebruikte dissimilariteitsmaat is gekwadrateerde euclidische afstand; deze wordt het meest gebruikt (Vocht, 2010, p. 174).

Hieronder in het agglomeratie schema (tabel III-B) zijn niet alle rijen weergegeven, maar alleen de eerste twee en de onderste acht. Hieruit blijkt dat de overgang van stap 295 naar 296 leidt tot het meeste informatieverlies; maar ook van 294 naar 295 gaat flink wat informatie verloren.

Daarom is een analyse uitgevoerd op basis van zowel 2 als 3 clusters, door middel van de partitiemethode (K-Means), omdat deze methode vooral geschikt is bij het clusteren van een groot aantal objecten (Vocht, 2010). Na bestudering van de uitkomsten is besloten dat voor de interpretatie, de keuze voor 3 clusters het meest logisch is. Bij 2 clusters viel er alleen onderscheid te maken tussen werken en een afspraak, bij drie wordt er ook onderscheid gemaakt tussen twee typen ontmoeten (namelijk een afspraak en een vergadering/bijeenkomst).

Tabel III-A: Correlaties tussen de variabelen voor de clusteranalyse

Variabelen ¹	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	r	s	t	u	v ²	w
a Pearson Correlatie	1																						
b Pearson Correlatie	-,165	1																					
c Pearson Correlatie	-,182	-,091	1																				
d Pearson Correlatie	-,182	,040	-,117	1																			
e Pearson Correlatie	,129	-,050	-,020	-,049	1																		
f Pearson Correlatie	-,315	-,092	-,067	-,089	-,064	1																	
g Pearson Correlatie	-,161	-,055	-,117	-,054	-,038	-,070	1																
h Pearson Correlatie	,471	-,142	-,191	-,050	,110	-,218	-,067	1															
i Pearson Correlatie	-,035	,202	,100	-,081	-,058	-,028	-,064	-,113	1														
j Pearson Correlatie	,068	-,053	,012	,022	-,037	-,067	-,040	-,055	-,061	1													
k Pearson Correlatie	-,036	-,034	,165	-,029	-,077	,079	-,036	-,149	-,026	,071	1												
l Pearson Correlatie	-,180	,093	,272	,163	-,054	,130	-,074	-,218	,006	,049	,031	1											
m Pearson Correlatie	-,265	,053	-,016	-,012	-,086	,104	,220	-,331	-,143	-,090	-,164	-,291	1										
n Pearson Correlatie	-,030	,035	-,060	,094	-,050	,040	-,055	-,088	,012	-,053	,004	,036	,018	1									
o Pearson Correlatie	-,223	,069	,015	,021	-,052	,159	-,035	-,280	,036	,014	,057	-,015	,280	-,187	1								
p Pearson Correlatie	,071	-,070	,083	-,067	-,076	-,044	,162	-,005	-,057	,023	-,030	,018	,042	-,108	-,282	1							
q Pearson Correlatie	,251	-,039	-,033	,027	,089	-,148	-,087	,338	-,090	,034	-,078	-,030	-,243	-,207	-,540	-,313	1						
r Pearson Correlatie	-,134	-,050	,024	-,049	,172	,058	-,038	-,080	,074	-,037	,135	-,014	-,086	-,050	-,130	-,075	-,144	1					
s Pearson Correlatie	-,267	,003	,107	,099	,002	,081	,105	-,430	,075	,127	,167	,093	,129	-,051	,121	,158	-,200	,039	1				
t Pearson Correlatie	-,170	,167	,003	-,046	-,065	,094	-,071	-,158	,084	-,011	-,081	-,018	,154	,081	,150	-,140	-,111	-,004	-,343	1			
u Pearson Correlatie	,317	-,083	-,106	-,015	-,037	-,145	-,056	,478	-,119	-,125	-,157	-,046	-,216	-,024	-,228	,017	,234	-,037	-,634	-,222	1		
v ² Pearson Correlatie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
w Pearson Correlatie	,186	-,072	-,029	-,070	,173	-,048	-,055	,213	-,036	,018	-,034	-,078	-,088	-,018	-,044	-,108	,097	,025	-,265	-,093	-,172	-	1

¹ De letters vertegenwoordigen alle variabelen waarop de clusteranalyse is uitgevoerd. De verdeling is als volgt:

- a t/m g: reden van het bezoek;
- h t/m m: de reden van het kiezen van de locatie;
- n t/m r: het werkverband waarin de respondent actief is, en
- s t/m w: de vervoerwijze waarmee naar de locatie gereisd is.

² Variabele v is de hoofdvervoerwijze scooter/brommer, deze variabele is door geen enkele respondent ingevuld en daarom kan de correlatie niet berekend worden.

Tabel III-B: Agglomeratie schema

Stage	Cluster Combined		Coefficients	Stage Cluster First Appears		Next Stage
	Cluster 1	Cluster 2		Cluster 1	Cluster 2	
1	298	299	,000	0	0	2
2	178	298	,000	0	1	143
...
289	8	23	503,797	266	280	293
290	6	38	527,902	277	284	294
291	5	16	556,879	288	278	294
292	1	4	586,312	279	283	295
293	8	11	616,197	289	285	296
294	5	6	652,951	291	290	295
295	1	5	707,621	292	294	296
296	1	8	847,818	295	293	0

Er zijn nu twee clusters van exact gelijke grootte ontstaan (119 respondenten) en een derde cluster met 59 respondenten (zie tabel III-C).

Tabel III-C: Aantal respondenten per cluster

Cluster	1	119
	2	119
	3	59
Totaal		297
Aantal missende variabelen		2

De scores van de clusters op de verschillende variabelen zijn ondergebracht in tabel III-D. Hierin is voor elke variabele de hoogste score dik gedrukt. Op één variabele, zelfstandig ondernemer met personeel, scoren cluster 1 en 3 exact even hoog.

Tabel III-D: Scores van de variabelen op de clusters

	Cluster		
	1	2	3
Reden van bezoek			
Werken	0,34	0,9	0,29
Afspraak, met een klant	0,09	0,02	0,12
Afspraak, met een collega	0,39	0,13	0,19
Afspraak, met een (potentiële) partner	0,08	0,05	0,05
Op zoek naar een ontmoeting	0,03	0,06	0
Vergadering	0,14	0,02	0,2
Ander soort bijeenkomst	0,04	0	0,12
Reden van de locatie			
Zit dicht bij mijn woonplaats	0,13	0,89	0,02
Zit dicht bij een vorige en/of volgende afspraak	0,16	0,03	0,07
Ik kwam hier toch langs	0,08	0,01	0
Deze locatie ligt centraal in het land	0,27	0,06	0,07
Deze locatie is gemakkelijk bereikbaar voor mij en degene met wie ik een afspraak heb	0,6	0,21	0,07
De locatie is bepaald door iemand anders	0	0,03	0,83

	Cluster		
	1	2	3
Werkverband			
Zelfstandig ondernemer met personeel	0,08	0,05	0,08
In loondienst	0,34	0,14	0,68
Student	0,16	0,13	0,14
Zelfstandig ondernemer zonder personeel	0,27	0,61	0,08
Overig	0,07	0,02	0
Hoofdvervoerswijze			
OV	0,83	0,13	0,56
auto	0,08	0,04	0,31
fiets	0,05	0,66	0,02
scooter/brommer	0	0	0
lopend	0,01	0,14	0,03

Vervolgens is met behulp van beschrijvende statistiek gekeken naar de overige kenmerken van de clusters. Eerst is gekeken naar de specifieke kenmerken. Van de intervalvariabelen leeftijd, gemiddeld gebruik en reistijd zijn het gemiddelde en de mediaan berekend en de minimum- en maximumwaarde weergegeven. Dit is te zien in tabel III-E.

Tabel III-E: Leeftijd, gebruik en reistijd per cluster

Cluster		Leeftijd	Gemiddeld gebruik van een dergelijke ontmoetingsplek op het station (per jaar)	Reistijd in minuten
Gemak voor een afspraak	Gemiddelde	36,97	46,12	47,76
	Mediaan	37	24	40
	Minimum	19	1	5
	Maximum	63	260	150
Dichtbij voor werken	Gemiddelde	31,30	98,78	14,34
	Mediaan	29	104	10
	Minimum	18	1	3
	Maximum	58	260	60
Georganiseerde bijeenkomst of vergadering	Gemiddelde	35,59	30,12	61,14
	Mediaan	32	12	60
	Minimum	17	1	5
	Maximum	61	260	165
Totaal	Gemiddelde	34,45	64,20	37,11
	Mediaan	31	36	20
	Minimum	17	1	3
	Maximum	63	260	165

Hieruit blijkt dat de verschillen in leeftijd per cluster niet zo groot zijn. Het totaal gemiddelde is een leeftijd van 34,45 jaar en de clusters wijken daar niet veel vanaf. Gemiddeld zijn de respondenten in cluster 1 iets ouder en cluster 2 iets jonger, dat verschil wordt duidelijker wanneer gekeken wordt naar de mediaan. In de frequentie van het gebruik op jaarbasis zitten grotere verschillen. Het totaal gemiddelde is 64 keer; cluster 3 komt gemiddeld veel minder op de locatie en cluster 2 gemiddeld veel meer. Die zijn dus vaker op de locatie te vinden dan de mensen die komen voor een georganiseerde bijeenkomst of vergadering. Ook de reistijd laat grote verschillen zien. Het gemiddelde is 37 minuten; de respondenten uit cluster 2 reizen echter slechts 14 minuten, met een maximum van

60 minuten. De respondenten uit cluster 3 reizen gemiddeld 61 minuten naar de locatie; het maximum ligt hier op 165 minuten reistijd.

Met een variantieanalyse door middel van One-Way ANOVA is getoetst of de verschillen in leeftijd, reistijd en gebruik ook significant zijn (Baarda & Goede, 2001, pp. 317-318). Dit blijkt zo te zijn (zie tabel III-F).

Tabel III-F: One-Way ANOVA op steekproefgemiddelden van de de drie clusters

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Leeftijd	Tussen groepen	1997,244	2	998,622	9,796	0,000
	Binnen groepen	29767,692	292	101,944		
	Totaal	31764,936	294			
Gemiddeld gebruik van een dergelijke ontmoetingsplek op het station (per jaar)	Tussen groepen	225329,668	2	112664,8	29,278	0,000
	Binnen groepen	996656,658	259	3848,095		
	Totaal	1221986,33	261			
Reistijd in minuten	Tussen groepen	107979,966	2	53989,98	70,248	0,000
	Binnen groepen	222882,539	290	768,56		
	Totaal	330862,505	292			

Vervolgens is ook gekeken naar een aantal nominale en categoriale variabelen om de clusters mee te beschrijven. De resultaten hiervan zijn te zien in tabel III-G. De percentages geven aan hoeveel procent van de respondenten het betreffende antwoord heeft ingevuld. Met een One Way ANOVA is getoetst of de verschillen significant zijn. Dit blijkt niet voor alle variabelen te gelden.

Tabel III-G: Frequentietabel van variabelen op nominale en ordinale schaal (in percentages van de antwoorden)

Variabele	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Totaal	Significant verschil?
Geslacht					
Man	55%	55%	73%	59%	Ja, < 5%
Vrouw	45%	45%	27%	41%	Ja, < 5%
Opleiding					
Lagere school, basisschool of geen opleiding	0%	0%	2%	0%	Nee
MAVO/VMBO	0%	2%	2%	1%	Nee
MBO/MEAO	3%	2%	7%	3%	Nee
HBS/HAVO/VWO	3%	3%	2%	3%	Nee
HBO	31%	36%	27%	32%	Nee
WO	63%	57%	61%	60%	Nee
Branche (gekozen door minimaal 10 respondenten)					
Advies, onderzoek en communicatie	30%	18%	20%	23%	Ja, < 10%
Kunst, cultuur en media	8%	20%	14%	14%	Ja, < 5%
Facilitaire dienstverlening en ICT	8%	7%	3%	6%	Nee
Onderwijs	7%	2%	5%	4%	Nee
Overheid	4%	2%	7%	4%	Nee
Zorg kinderopvang	5%	3%	0%	3%	Nee
Overig of niet werkend/studerend	39%	49%	51%	45%	Ja, < 1%
Ruimte					
Beide	6%	1%	15%	6%	Ja, < 1%
Meetingspace	16%	3%	42%	16%	Ja, < 1%
Workspace	77%	97%	42%	78%	Ja, < 1%

Tabel III-H behandelt de antwoorden op de negen stellingen over normen en waarden. Er zit niet ontzettend veel verschil in de antwoorden tussen de clusters, slechts kleine afwijkingen zijn zichtbaar.

Tabel III-H: Verdeling van de antwoorden over de normen en waarden

Stelling	Antwoord	Cluster			Totaal	Significant verschil?
		1	2	3		
1. Ik vind het belangrijk om nieuwe contacten op te doen	Helemaal niet op mij van toepassing	3,4%	-	3,4%	2,4%	Ja, < 5%
	Niet echt op mij van toepassing	7,6%	4,2%	10,2%	6,8%	
	Neutraal	16,1%	14,3%	25,4%	17,2%	
	Redelijk op mij van toepassing	40,7%	50,4%	40,7%	44,6%	
	Helemaal op mij van toepassing	32,2%	30,3%	20,3%	29,1%	
2. Ik vind het belangrijk om mijn tijd te investeren in het onderhouden van relaties	Helemaal niet op mij van toepassing	1,7%	-	3,4%	1,4%	Ja, < 10%
	Niet echt op mij van toepassing	2,5%	4,2%	1,7%	3,0%	
	Neutraal	10,2%	17,6%	20,3%	15,2%	
	Redelijk op mij van toepassing	50,0%	49,6%	55,9%	51,0%	
	Helemaal op mij van toepassing	35,6%	28,6%	18,6%	29,4%	
3. In een vergadering bereik ik graag overeenstemming	Helemaal niet op mij van toepassing	-	-	-	-	Ja, < 1%
	Niet echt op mij van toepassing	1,7%	1,7%	8,5%	3,1%	
	Neutraal	12,0%	16,8%	23,7%	16,3%	
	Redelijk op mij van toepassing	54,7%	58,8%	49,2%	55,3%	
	Helemaal op mij van toepassing	31,6%	22,7%	18,6%	25,4%	
4. Ik ben zeer begaan met het milieu	Helemaal niet op mij van toepassing	0,9%	4,2%	-	2,0%	Nee
	Niet echt op mij van toepassing	10,3%	8,4%	15,3%	10,5%	
	Neutraal	23,1%	22,7%	15,3%	21,4%	
	Redelijk op mij van toepassing	45,3%	39,5%	50,8%	44,1%	
	Helemaal op mij van toepassing	20,5%	25,2%	18,6%	22,0%	
5. Ik deel mijn kennis graag met anderen en verwacht dat zij dat ook bij mij doen	Helemaal niet op mij van toepassing	-	-	-	-	Ja, < 1%
	Niet echt op mij van toepassing	-	2,5%	1,7%	1,4%	
	Neutraal	9,3%	23,7%	6,9%	14,5%	
	Redelijk op mij van toepassing	55,9%	52,5%	67,2%	56,4%	
	Helemaal op mij van toepassing	34,7%	21,2%	24,1%	27,0%	
6. Wanneer mijn afspraak van een andere locatie moet komen dan ik, vind ik het belangrijk om de afspraak op een locatie daar tussenin te doen	Helemaal niet op mij van toepassing	4,2%	5,1%	5,1%	4,7%	Ja, < 1%
	Niet echt op mij van toepassing	10,2%	21,2%	16,9%	15,9%	
	Neutraal	28,0%	33,1%	33,9%	31,1%	
	Redelijk op mij van toepassing	39,8%	34,7%	33,9%	36,5%	
	Helemaal op mij van toepassing	17,8%	5,9%	10,2%	11,5%	
7. Ik vraag snel hulp van anderen als ik ergens niet uit kom	Helemaal niet op mij van toepassing	1,7%	2,5%	5,1%	2,7%	Nee
	Niet echt op mij van toepassing	28,0%	29,4%	27,1%	28,4%	
	Neutraal	22,0%	27,7%	33,9%	26,7%	
	Redelijk op mij van toepassing	39,8%	33,6%	30,5%	35,5%	
	Helemaal op mij van toepassing	8,5%	6,7%	3,4%	6,8%	
8. Ik heb voorkeur voor reizen met het OV en/of de fiets t.o.v. de auto	Helemaal niet op mij van toepassing	3,4%	5,0%	11,9%	5,7%	Nee
	Niet echt op mij van toepassing	12,7%	10,9%	15,3%	12,5%	
	Neutraal	21,2%	14,3%	15,3%	17,2%	
	Redelijk op mij van toepassing	26,3%	37,0%	28,8%	31,1%	
	Helemaal op mij van toepassing	36,4%	32,8%	28,8%	33,4%	
9. Ik vind het belangrijk dat anderen mij hier zien werken	Helemaal niet op mij van toepassing	35,0%	29,4%	42,4%	34,2%	Nee
	Niet echt op mij van toepassing	29,9%	31,9%	20,3%	28,8%	
	Neutraal	23,9%	23,5%	32,2%	25,4%	
	Redelijk op mij van toepassing	8,5%	15,1%	3,4%	10,2%	
	Helemaal op mij van toepassing	2,6%	-	1,7%	1,4%	

Met een One-Way ANOVA is gecontroleerd van welke stellingen de gemiddelden wel significant verschillen (laatste kolom). Hieruit blijkt dat met een betrouwbaarheid van 95%, voor stellingen 1, 3, 5 en 6 de steekproefgemiddelden van elkaar verschillen. Met een betrouwbaarheid van 90% kan gesteld worden dat de gemiddelden bij stelling 2 ook verschillen. Van de overige vier stellingen (4, 7, 8 en 9) verschillen de gemiddelden niet significant van elkaar.

Bijlage IV Koppeling attitudes en clusters

In deze analysestap worden de dimensies en de clusters tegenover elkaar gezet in een kruistabel (zie tabel IV-A). In de kolommen zijn de drie clusters te zien, in de rijen de factoren en de scores daarop. Ook zijn de percentages weergegeven. Dit geeft de verdeling van de antwoorden onder de respondenten binnen één cluster weer. Voor de factor 'aantrekkelijkheid' vindt dus 5 procent van de respondenten in cluster 1 dit 'niet echt belangrijk'. Deze scores zijn als volgt berekend: voor elke factor zijn de scores per onderdeel (van 1-5) opgeteld en gedeeld door het aantal onderdelen. Zo is een gemiddelde score per factor berekend. Deze is vervolgens afgerond naar een heel getal, en daarna terugvertaald naar de categorieën. Op deze tabel is figuur 4.7 gebaseerd, hierin zijn de percentages uit de kolommen 'heel belangrijk' en 'redelijk belangrijk' bij elkaar opgeteld.

Tabel IV-A: Kruistabel van de scores op de factoren per cluster en totaal

Factor	Score		Cluster			Totaal	
			1	2	3		
1. Aantrekkelijkheid	Helemaal niet belangrijk	Aantal keer	0	0	2	2	
		% in cluster	0%	0%	3,6%	0,7%	
	Niet echt belangrijk	Aantal keer	6	3	5	14	
		% in cluster	5%	2,6%	8,9%	4,8%	
	Neutraal	Aantal keer	35	27	23	85	
		% in cluster	29,4%	23,1%	41,1%	29,1%	
	Redelijk belangrijk	Aantal keer	62	71	22	155	
		% in cluster	52,1%	60,7%	39,3%	53,1%	
	Heel belangrijk	Aantal keer	16	16	4	36	
		% in cluster	13,4%	13,7%	7,1%	12,3%	
	Totaal	Aantal keer	119	117	56	292	
		% in cluster	100%	100%	100%	100%	
	2. Voorzieningen in de buurt	Helemaal niet belangrijk	Aantal keer	3	2	4	9
			% in cluster	2,6%	1,7%	7%	3,1%
Niet echt belangrijk		Aantal keer	19	20	8	47	
		% in cluster	16,4%	17,1%	14%	16,2%	
Neutraal		Aantal keer	24	43	25	92	
		% in cluster	20,7%	36,8%	43,9%	31,7%	
Redelijk belangrijk		Aantal keer	58	44	16	118	
		% in cluster	50%	37,6%	28,1%	40,7%	
Heel belangrijk		Aantal keer	12	8	4	24	
		% in cluster	10,3%	6,8%	7,0%	8,3%	
Totaal		Aantal keer	116	117	57	290	
		% in cluster	100%	100%	100%	100%	
3. Lage kosten		Helemaal niet belangrijk	Aantal keer	0	0	0	0
			% in cluster	0%	0%	0%	0%
	Niet echt belangrijk	Aantal keer	0	0	1	1	
		% in cluster	0%	0%	1,8%	0,3%	
	Neutraal	Aantal keer	20	5	16	41	
		% in cluster	17,1%	4,2%	28,6%	14,1%	
	Redelijk belangrijk	Aantal keer	67	54	27	148	
		% in cluster	57,3%	45,8%	48,2%	50,9%	
	Heel belangrijk	Aantal keer	30	59	12	101	
		% in cluster	25,6%	50,0%	21,4%	34,7%	
	Totaal	Aantal keer	117	118	56	291	
		% in cluster	100%	100%	100%	100%	

Factor	Score		Cluster			Totaal
			1	2	3	
4. Basisbehoeften	Helemaal niet belangrijk	Aantal keer	0	0	1	1
		% in cluster	0%	0%	1,8%	0,3%
	Niet echt belangrijk	Aantal keer	1	6	2	9
		% in cluster	0,8%	5%	3,5%	3,1%
	Neutraal	Aantal keer	6	26	2	34
		% in cluster	5,1%	21,8%	3,5%	11,6%
	Redelijk belangrijk	Aantal keer	41	53	30	124
		% in cluster	34,7%	44,5%	52,6%	42,2%
	Heel belangrijk	Aantal keer	70	34	22	126
		% in cluster	59,3%	28,6%	38,6%	42,9%
Totaal	Aantal keer	118	119	57	294	
	% in cluster	100%	100%	100%	100%	
5. Autobereikbaarheid	Helemaal niet belangrijk	Aantal keer	17	28	5	50
		% in cluster	14,5%	23,5%	8,6%	17,0%
	Niet echt belangrijk	Aantal keer	24	31	17	72
		% in cluster	20,5%	26,1%	29,3%	24,5%
	Neutraal	Aantal keer	29	28	6	63
		% in cluster	24,8%	23,5%	10,3%	21,4%
	Redelijk belangrijk	Aantal keer	32	23	19	74
		% in cluster	27,4%	19,3%	32,8%	25,2%
	Heel belangrijk	Aantal keer	15	9	11	35
		% in cluster	12,8%	7,6%	19%	11,9%
Totaal	Aantal keer	117	119	58	294	
	% in cluster	100%	100%	100%	100%	

Op deze verschillen is een One-Way ANOVA uitgevoerd, om te toetsen of de verschillen significant zijn (zie tabel IV-B). Hieruit blijkt dat alleen de gemiddelden op factor 2 niet significant verschillen. Deze zijn dus nagenoeg gelijk tussen de clusters. Op de andere vier factoren zijn de verschillen echter wel significant, zelfs met 99% betrouwbaarheid (Sig. < 0,01).

Tabel IV-B: One-Way ANOVA toetsing op verschillen in de steekproefgemiddelden bij de factoren

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Aantrekkelijkheid	Tussen groepen	14,89	2	7,445	7,81	0,001
	Binnen groepen	263,11	276	0,953		
	Totaal	278	278			
2. Voorzieningen in de buurt	Tussen groepen	1,757	2	0,878	0,878	0,417
	Binnen groepen	276,243	276	1,001		
	Total	278	278			
3. Lage kosten	Tussen groepen	41,308	2	20,654	24,084	0,000
	Binnen groepen	236,692	276	0,858		
	Totaal	278	278			
4. Basisbehoeften	Tussen groepen	25,156	2	12,578	13,73	0,000
	Binnen groepen	252,844	276	0,916		
	Totaal	278	278			
5. Autobereikbaarheid	Tussen groepen	16,029	2	8,015	8,444	0,000
	Binnen groepen	261,971	276	0,949		
	Totaal	278	278			

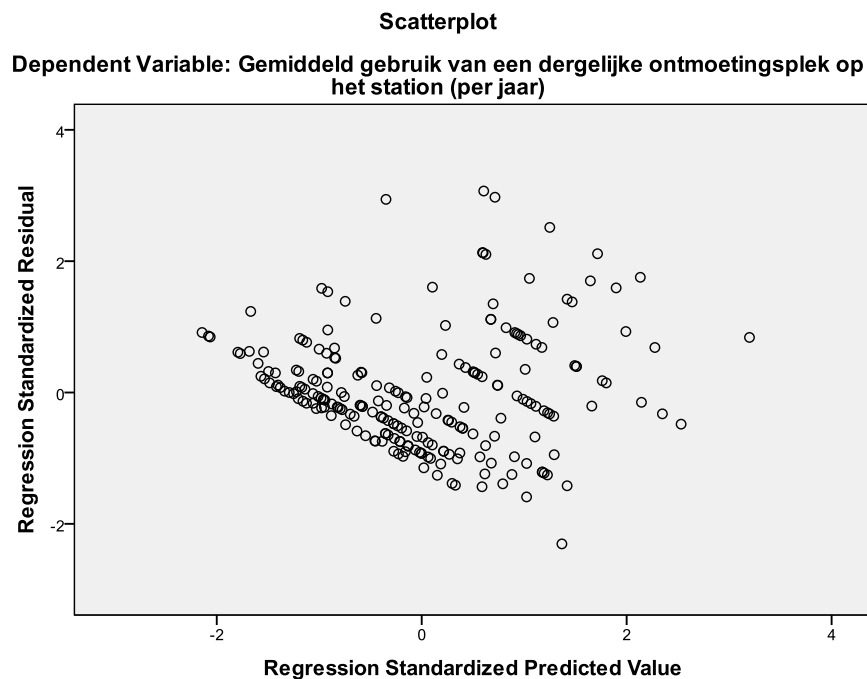
Bijlage V Regressie analyse

Om een regressie analyse te kunnen uitvoeren moeten de variabelen aan een aantal voorwaarden voldoen. De eisen en de uitvoering van een multipele regressieanalyse zijn beschreven in de Syllabus Statistiek van Alphons de Vocht (2010).

Eisen

1. De variabelen zijn gemeten op interval- of ratioschaal. De overige variabelen kunnen als dummyvariabelen meegenomen worden in de analyse. De variabelen 'woonplaats' en 'plaats van herkomst' zijn zo gehercodeerd, dat de dummy waarde 1 aanneemt als de woonplaats/de plaats van herkomst gelijk is aan de locatie waar men op dat moment zit, en 0 als dat niet zo is. De afhankelijke variabele is 'Gemiddeld gebruik van een dergelijke ontmoetingslocatie per jaar'. Er wordt dus met deze analyse onderzocht welke variabelen van significante invloed zijn op hoe vaak iemand gebruik maakt van een dergelijke locatie.
2. Het verband moet lineair zijn. Hiervoor wordt een spreidingsdiagram gebruikt, met op de x-as de gestandaardiseerde voorspelde Y-waarden en op de y-as de gestandaardiseerde residuen (figuur V-A). De residuen moeten evenwichtig rond de nullijn liggen, dit is redelijk het geval. Er is dus sprake van een lineair verband.

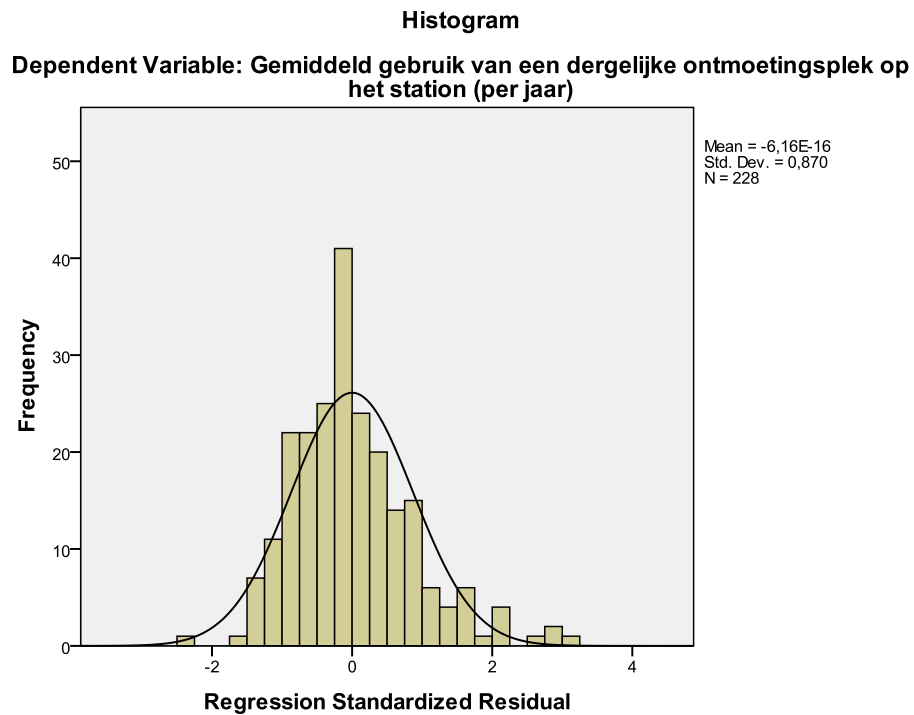
Figuur V-A: Spreidingsdiagram gestandaardiseerde voorspelde Y-waarden en de residuen



3. Het verband tussen de afhankelijke variabele en elke onafhankelijke variabele moet theoretisch causaal te interpreteren zijn. Dit wordt in dit onderzoek als zodanig aangenomen: alle gemeten variabelen zijn van invloed op de vraag naar zakelijk ontmoeten op stations, gemeten in de frequentie van het gebruik. Van alle variabelen wordt verondersteld dat deze van invloed zijn op de keuze voor deze bepaalde ontmoetingsplek.
4. De residuen moeten normaal verdeeld zijn en een constante variantie hebben. In onderstaande histogram (figuur V-B) is te zien dat de residuen redelijk normaal verdeeld zijn. De constante variantie, ook wel homoscedasticiteit genoemd, wordt getoetst aan de hand van hetzelfde spreidingsdiagram als de lineariteit (figuur V-A). De residuen moeten dan evenwichtig rondom de nullijn liggen. Uit de figuur blijkt dat de residuen redelijk

evenwichtig rondom de nullijn liggen. Aan de voorwaarde van homoscedasticiteit is voldaan.

Figuur V-B: Histogram van de residuen



- Er mag geen sprake zijn van multicollineariteit. Dit is gecontroleerd aan de hand van bivariate correlaties tussen de variabelen. Deze tabel is te groot om op te nemen in deze bijlage, maar er is nergens sprake van $r > |0,9|$. Daarom mogen alle variabelen meegenomen worden in de analyse.

Analyse

Er is voldaan aan alle eisen, daarom mag de regressie uitgevoerd worden. De analyse is allereerst uitgevoerd op alle 54 variabelen (inclusief enkele dummies). Uit de modelsamenvatting (tabel V-A) blijkt dat de verschillen in het gebruik voor ongeveer 50 procent verklaard kunnen worden door alle gemeten variabelen ($R^2 = 0,494$). Uit de ANOVA (tabel V-B) blijkt dat het model significant is met een betrouwbaarheid van 99 procent.

Tabel V-A: Regressiemodel samenvatting

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,703	,494	,332	54,89881

Tabel V-B: ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	505622,071	55	9193,129	3,050	,000
	Residual	518387,169	172	3013,879		
	Total	1024009,240	227			

Wanneer alle variabelen tegelijk in het regressiemodel worden gestopt, blijkt dat vijf variabelen significant zijn met een betrouwbaarheid van 95 procent (Sig. \leq 0,05) en één variabele met een betrouwbaarheid van 90 procent (Sig. \leq 0,10). Dit is te zien in tabel V-C, de dikgedrukte variabelen.

Tabel V-C: Regressiecoëfficiënten

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-81,415	84,531		-,963	,337
Leeftijd	-,183	,521	-,028	-,351	,726
Ik vind het belangrijk om nieuwe contacten op te doen	-1,931	6,118	-,027	-,316	,753
Ik vind het belangrijk om mijn tijd te investeren in het onderhouden van relaties	5,580	6,067	,070	,920	,359
In een vergadering bereik ik graag overeenstemming	2,822	6,179	,031	,457	,648
Ik ben zeer begaan met het milieu	1,807	4,821	,027	,375	,708
Ik deel mijn kennis graag met anderen en verwacht dat zij dat ook bij mij doen	-,970	7,006	-,010	-,138	,890
Wanneer mijn afspraak van een andere locatie moet komen dan ik, vind ik het belangrijk om de afspraak op een locatie daar tussenin te doen	3,278	4,411	,050	,743	,458
Ik vraag snel hulp van anderen als ik ergens niet uit komt	-2,852	4,617	-,042	-,618	,538
Ik heb voorkeur voor reizen met het OV en/of de fiets t.o.v. de auto	-,428	4,136	-,008	-,104	,918
Ik vind het belangrijk dat anderen mij hier zien werken	6,697	4,353	,107	1,539	,126
Duur van het bezoek (uren)	3,574	2,380	,117	1,502	,135
Reistijd in minuten	-,076	,205	-,037	-,371	,711
Werken	33,165	11,486	,246	2,888	,004
Afspraak, met een klant	-7,687	17,574	-,028	-,437	,662
Afspraak, met een collega	-13,993	10,976	-,090	-1,275	,204
Afspraak, met een (potentiële) partner	-1,362	16,938	-,005	-,080	,936
Op zoek naar een ontmoeting	-20,348	23,113	-,056	-,880	,380
Vergadering	10,709	15,839	,047	,676	,500
Ander soort bijeenkomst	30,723	21,021	,094	1,462	,146
Zit dicht bij mijn woonplaats	8,812	12,814	,065	,688	,493
Zit dicht bij een vorige en/of volgende afspraak	-17,707	15,925	-,073	-1,112	,268
Ik kwam hier toch langs	12,476	23,471	,032	,532	,596
Deze locatie ligt centraal in het land	-9,627	13,539	-,050	-,711	,478
Deze locatie is gemakkelijk bereikbaar voor mij en degene met wie ik een afspraak heb	-3,110	10,564	-,022	-,294	,769
De locatie is bepaald door iemand anders	-8,481	15,113	-,049	-,561	,575
Geslacht vrouw	-17,225	9,222	-,127	-1,868	,063
Middelbaar voortgezet onderwijs	-34,749	69,936	-,059	-,497	,620

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Middelbaar beroepsonderwijs	33,602	66,776	,086	,503	,615
Hoger voortgezet onderwijs	75,944	70,330	,195	1,080	,282
HBO	-,600	66,948	-,004	-,009	,993
WO	21,820	66,886	,160	,326	,745
Zelfstandig ondernemer zonder personeel	10,451	25,187	,077	,415	,679
Zelfstandig ondernemer met personeel	23,520	29,428	,084	,799	,425
In loondienst	-23,114	25,356	-,164	-,912	,363
Student	-18,326	26,930	-,101	-,680	,497
Zorg/ kinderopvang	22,988	30,106	,059	,764	,446
Kunst, cultuur en media	1,493	12,819	,008	,116	,907
Advies, onderzoek en communicatie	-9,171	10,835	-,057	-,846	,398
Facilitaire dienstverlening en ICT	,897	17,577	,003	,051	,959
Onderwijs	-26,994	21,297	-,082	-1,268	,207
Overheid	-23,755	22,546	-,073	-1,054	,294
Meetingspace	5,344	15,965	,028	,335	,738
Beide	-1,625	20,826	-,006	-,078	,938
Amersfoort	3,230	11,823	,018	,273	,785
's-Hertogenbosch	9,178	15,125	,045	,607	,545
Vervoerwijze OV	-17,607	14,432	-,131	-1,220	,224
Vervoerwijze fiets	-38,049	18,629	-,255	-2,042	,043
Vervoerwijze lopend	-28,738	23,612	-,110	-1,217	,225
'Aantrekkelijkheid'	1,092	7,703	,011	,142	,887
'Voorzieningen in de buurt'	3,392	5,157	,045	,658	,512
'Lage kosten'	19,535	8,712	,173	2,242	,026
'Basiskwaliteit'	6,208	7,150	,068	,868	,386
'Autobereikbaarheid'	-10,998	4,069	-,207	-2,703	,008
Woont op zelfde locatie als gebruik	-37,330	29,248	-,275	-1,276	,204
Plaats van herkomst hetzelfde als de locatie	59,399	29,946	,438	1,984	,049

De relatieve invloed van de variabelen is te zien in de kolom 'Standardized Coefficients'. Deze standaardiseert alle variabelen, zodat ze onderling te vergelijken zijn (Vocht, 2010, p. 155). Een hoger getal betekent een hogere invloed op de afhankelijke variabele. Het blijkt dat de relatieve invloed van de variabelen als volgt is (van veel naar minder invloed):

1. Locatie en plaats van herkomst hetzelfde: deze variabele heeft de meeste invloed. Wanneer men dus al te vinden is in de plaats waar ook de locatie gevestigd is, komt men vaker.
2. Locatie en woonplaats hetzelfde: de relatieve invloed van deze variabele is vrij groot. Het rare is, dat dit een negatieve invloed is. Dus, wanneer men woont in de plaats waar ook de locatie gevestigd is, zal men minder vaak komen. Deze invloed is echter niet significant.
3. Fiets: een negatief verband, dus fietsers komen gemiddeld minder vaak naar de locatie.
4. Werken: degenen die komen om te werken, komen vaker.
5. Factor 5: de score op de factor 'Autobereikbaarheid' heeft een negatieve invloed op de frequentie van het gebruik. Dit betekent dus, dat wanneer men autobereikbaarheid belangrijk vindt, men minder vaak naar een stationslocatie komt.

6. Hoger voortgezet onderwijs: respondenten die hoger voortgezet onderwijs als hoogste opleidingsniveau hebben, komen relatief vaker naar de locatie. Deze invloed is echter niet significant.
7. Factor 3: de score op de factor 'Lage kosten' heeft een positieve invloed op de uitkomst. Wanneer men dus lage kosten belangrijk vindt, komt men relatief vaker naar de onderzochte locaties.
8. In loondienst: respondenten die in loondienst werken, maken minder gebruik van de locaties. Deze invloed is echter niet significant.
9. WO: een WO-opleiding heeft een positieve invloed; deze mensen komen dus vaker. Deze invloed is echter niet significant.
10. OV: hier geldt een negatief verband. Mensen die met het OV reizen, komen minder vaak naar de locatie. Deze invloed is echter niet significant.
11. Geslacht vrouw: vrouwen komen relatief minder vaak dan mannen. Deze is significant op het niveau van 90 procent betrouwbaarheid.

Om het belang van de vijf factoren alleen uit te zoeken, is ook een regressieanalyse met alleen deze factoren uitgevoerd (zie tabellen V-D, E en F). Op deze manier worden invloeden van de andere variabelen uitgesloten.

Tabel V-D: Regressiemodel samenvatting

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,381 ^a	0,145	0,127	64,0011

Tabel V-E: ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166538,841	5	33307,768	8,131	,000 ^a
	Residual	983074,693	240	4096,145		
	Total	1149613,53	245			

Tabel V-F: Regressiecoëfficiënten




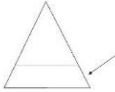

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	65,386	4,083		16,014	0,000
Aantrekkelijkheid	11,363	4,095	0,166	2,775	0,006
Voorzieningen in de buurt	7,038	4,082	0,103	1,724	0,086
Lage kosten	18,56	4,047	0,274	4,586	0,000
Basisbehoeften	-3,353	4,12	-0,049	-0,814	0,417
Autobereikbaarheid	-11,884	4,175	-0,17	-2,846	0,005

Het verschil tussen de twee regressiemodellen, is dat in een regressieanalyse met alleen de vijf factoren 14,5 procent van de frequentie van het gebruik door deze factoren verklaard wordt, terwijl in een regressieanalyse met alle gemeten variabelen bijna 50 procent verklaard kan worden. Bovendien is in een model met alleen de vijf factoren, ook de factor 'aantrekkelijkheid' van significante invloed en 'voorzieningen in de buurt' op een lager significantieniveau.


Bijlage VI Vergelijking tussen de drie onderzochte locaties

In deze bijlage wordt een vergelijking gemaakt van het belang en de beoordeling van de vijf factoren op de drie onderzochte locaties. Het belang en de gemiddelde cijfers op de factoren per locatie zijn weergegeven in de tabellen VI-A en VI-B. In deze tabellen is tevens opgenomen of er een significant verschil tussen de groepen bestaat. Dit is getest middels One-Way ANOVA in SPSS. Op deze data is figuur 4.9 gebaseerd.

Tabel VI-A: Belang van de factoren op de locaties

Belang per factor	Locatie			Totaal	Significant verschil?
	Amersfoort	's-Hertogenbosch	Utrecht		
	3,61	3,63	3,79	3,68	Nee
	2,90	2,93	3,25	3,03	Ja, < 5%
	4,11	3,93	4,24	4,10	Ja, < 1%
	4,06	3,85	4,06	3,99	Nee
	3,34	3,81	2,67	3,27	Ja, < 1%

Tabel VI-B: Cijfer per factor op de locaties

Cijfer per factor	Locatie			Totaal	Significant verschil?
	Amersfoort	's-Hertogenbosch	Utrecht		
	7,56	7,36	7,73	7,55	Nee
	7,53	7,83	8,50	7,95	Ja, < 1%
	8,43	8,43	8,63	8,50	Nee
	8,68	8,81	8,68	8,72	Nee
	6,26	6,37	5,88	6,17	Nee

Bijlage VII Interviewresultaten

In deze bijlage wordt een samenvatting gegeven van beide interviews. Deze uitwerking is gecontroleerd bij de geïnterviewden en zij zijn hiermee akkoord gegaan. De interviews zijn digitaal opgenomen en opvraagbaar bij de auteur.

Interview 1: William Graat, Senior asset developer, NS Stations

Tijd: 27 juni 2012, 14.45-15.15 uur

Locatie: NS Stations, Katreinetoren, Utrecht

De mensen die komen voor een bijeenkomst of vergadering reizen langer en vinden de autobereikbaarheid belangrijker. Dit is goed verklaarbaar: wanneer een groep mensen naar een locatie komt is de bereikbaarheid met verschillende vervoerwijzen belangrijk, omdat niet iedereen op dezelfde manier reist. Het kan dus inderdaad zo zijn dat als je de autobereikbaarheid vergroot op een locatie, dat je dan meer groepen trekt. Vinden vergaderingen dan vooral op snelweglocaties plaats? Dat zou kunnen, als iedereen met de auto komt wel. Maar die locaties zijn weer slecht bereikbaar met de trein. Het hangt er dus maar vanaf. De keuze van deze groep is meestal extern bepaald, door bijvoorbeeld een secretaresse.

NS Stations werkt volgens het ACE-concept: *'Accelerate, Condense, Enhance'*. *'Accelerate'* betekent dat je alles zo snel mogelijk wilt kunnen bereiken. Tijd is het nieuwe geld, dus je wilt het station zo compact mogelijk houden. Dit is bijvoorbeeld het geval op station 's-Hertogenbosch. Hier kun je vanaf de trein meteen de bus in of de taxi pakken, naar de parkeergarage, naar de fiets en ook meteen lopend de stad in. En andersom dus ook: je kunt er ook heel makkelijk komen. Alles zit dus heel dicht op elkaar.

'Condense' betekent het steeds meer toevoegen van functies op het station: werken, winkelen, recreëren, wonen, etc. Zoals de Katreinetoren midden in de stationshal van Utrecht Centraal ligt. Ik stap de trein uit en ben op kantoor.

'Enhance' betekent: het station is in orde, nu ga je in de omgeving dingen bijplaatsen. Dat is niet de eerste strategie van NS Stations, daarvoor zijn we ook afhankelijk van derden.

Op binnenstedelijke locaties is het lastig om de autobereikbaarheid goed te krijgen, Utrecht is straks ook helemaal autoluw. Wat je dan doet, is de voorstadstations inrichten met autoparkeerplaatsen, zodat mensen voor dat laatste stukje het openbaar vervoer of de fiets gebruiken. In de maakbare wereld dan.

Trends

De auto is voor een grote groep jongeren niet meer een gewoonte. Dat wordt hen niet meer aangeleerd. Mensen willen hun eigen reisproduct kiezen. Een tweede trend is: tijd is het nieuwe geld. Maar niet alleen tijdsbesparing, ook verloren tijd omzetten in waardevolle tijd is een belangrijke strategie. Ontmoetingsfuncties gaan echt meer op het station plaatsvinden. Als je het aanbiedt, gaan mensen er ook vanzelf meer waarde aan hechten.

Kosten

Het is nieuw voor me dat de kosten zo'n groot deel uitmaken van de keuze, dat maakt het dus aantrekkelijk of niet. Eigenlijk zou je moeten uitvinden welke soort doelgroep welke prijs wil betalen voor de dienst. Dan kun je je aanbod daarop aanpassen. Bijvoorbeeld een etage voor mensen die meer willen betalen voor kwaliteit en een 'budget' etage.

Dat doen we nu nog op basis van *'trial and error'*. We zijn nu generiek aan het aanbieden, zo kunnen we onze vragers ontdekken en die vervolgens verder onderzoeken. Dat is vaak de beste methode.

Doelgroepen

Houden jullie rekening met de segmentatie van de doelgroepen? Seats2Meet is voornamelijk gericht op de groepen die daar afspreken en die komen om te werken. Station2Station richt zich op alle drie. Daarmee wordt je verdienmodel ook anders. We schuwen de concurrentie in deze markt niet, dat zorgt ervoor dat de kwaliteit van alle ontmoetingsplekken omhoog gaat. Je moet wel aantrekkelijk blijven en daardoor leer je ook weer hoe je verder moet ontwikkelen. Prijs is maar één ding waarop je kunt differentiëren.

Aanbevelingen

De nieuwe generatie is gewend heel organisch te leven, dus wil ook organisch werken en samenkomen. Dus kijk vanuit de *'dissatisfiers'*, zodat ze ergens ook gemakkelijk kunnen komen. Met alle vervoerwijzen, auto tot en met de voet.

Als dat in een binnenstad is: denk goed na over hoe je openbaar vervoer een onderdeel kunt maken van je propositie. Vooral ook om die groepen te trekken. Als je de bereikbaarheid voor de groepen hebt georganiseerd, dan heb je het voor iedereen georganiseerd. Dit ligt dan aan de locatiekeuze, want de bereikbaarheid kun je niet zelf organiseren. Een weg of een spoor ligt er. Dit is dus een harde eis.

Aan de andere kant, over de aantrekkelijkheid van de locatie, is mijn advies om dat in te richten op de zzp'er. Er zijn twee varianten: verdienmodel gericht op de tijd (en dus de zzp'er), of een verdienmodel gericht op de groepen waarbij je dus al dat andere gratis kunt aanbieden. Nou, daartussen is nog een heel grijs gebied. Maar de zzp'er vormt de kern van je doelgroep, daaromheen komen de mensen die afspreken en pas daaromheen de groepen. Als je de kern goed hebt, komen de andere groepen ook vanzelf. Want als het voor de zzp'er klopt, klopt het ook voor jou en mij als we daar samen zitten en dan klopt het ook voor als we daar zitten met al onze collega's.

Maar je wilt daar wel flexibel in kunnen zijn. Een paar opties:

- Compartimenteren in grootte: in de zomer klein kunnen zijn en in de winter groot. Of zelfs flexibel in het uur van de dag.
- Prijs is niet alleen geld, het gaat ook om de perceptie van prijs en om de kwaliteit.
- Compartimenteren in sfeer: bijvoorbeeld 's ochtends zakelijker en 's avonds wat informeler.

Je moet draaien aan je omgevingsknop en je doelgroepwiltje. Je wilt flexibel kunnen zijn. Dan blijf je aantrekkelijk en ga je met je tijd mee.

Seats2Meet is bovendien niet alleen een fysiek concept, maar ook een virtueel concept. Dat is eigenlijk ook bereikbaarheid.

Toekomst

Vinden we deze plekken straks op station Kampen bijvoorbeeld? Dat zou kunnen, als daar vraag naar is. Maar je hebt wel een bepaalde doorstroom van mensen nodig voor dit soort plekken. Zijn het dan vooral overstappers die van deze plekken gebruik maken? Waarschijnlijk komt er een combinatie van verschillende typen reizigers.

Is dit het langzame einde van het traditionele kantoor? Los van alle beroepen waarin dit niet mogelijk is, zal dit waarschijnlijk wel meevallen. Wij werken juist met veel flexwerk bedrijven samen, wij helpen hun in hun flexibiliteitsstrategie. Hun mensen kunnen dan op veel stations bij ons komen werken. Zo helpen we allemaal elkaar, als het goed is. Toch dat waarde creëren door kennis delen.

Interview 2: Prof. dr. Martin Dijst, Universiteit Utrecht

Tijd: 28 juni 2012, 9.00-9.45 uur

Locatie: Universiteit Utrecht, Willem C. van Unnikgebouw

Doelgroepen

De vergadelaars zijn een aparte groep, daarvoor zou je kunnen zeggen dat Utrecht de beste vergaderlocatie is. Maar dit hoeft niet per sé op een station plaats te vinden, het kan ook in de (weide) omgeving, mensen vinden het helemaal niet erg om 5 of 10 minuten te lopen. De vergadelaars maken andere keuzes dan de andere twee groepen, een organisatie regelt dat vaak.

Voor de mensen die een afspraak maken op een station, zijn een aantal andere dingen van belang. Zoals: hebben zij een kantoor waar ze af kunnen spreken of niet? Voor hen is hun zakelijke verplaatsingspatroon van belang. Ontmoeten op een station is interessant voor mensen die veel zakelijke verplaatsingen doen. Dan kun je ook iets zeggen over waar hun ontmoetingen plaatsvinden, want zij maken keuzes op basis van efficiency en tijdbesparing. Pas deze plekken dus in in zakelijke verplaatsingspatronen. Deze plekken zijn vooral interessant voor mensen die heel veel zakelijke verplaatsingen maken. Het is minder interessant voor mensen die incidenteel verplaatsingen maken, zij kunnen ook wel naar een andere locatie dan het station.

De werkenden maken vooral gebruik van *'third places'* om de gaten in hun agenda te vullen. Hoe besteed ik 'dode tijd'? Als zij met de trein reizen, kan een stationslocatie erg interessant zijn. Gebruik maken van een soort *'business lounge'*-achtige ruimte, waar ik eventueel ook contact met anderen kan leggen.

Sommigen willen zo min mogelijk gestoord worden door anderen. Dan is het wel belangrijk dat dat kan, bijvoorbeeld in een café is dat lastiger.

Draagvlak (1)

Bij de vertaling naar de ruimtelijke ordening, betekent dit dat voor die zakelijke verplaatsingen waarbij men elkaar wil ontmoeten of wil werken, een stationslocatie erg interessant kan zijn. Ontmoetingsplekken zullen dus met name daar gepland moeten worden, waar veel zakelijke verplaatsingen bij elkaar komen. Dat heeft ook met draagvlak te maken, dit verhaal speelt vooral op intercity stations. Bovendien heeft een stationslocatie een relatie met wat er in de agglomeratie gebeurt. Het heeft dus ook te maken met hoeveel mensen in een stad of regio bij elkaar komen.

Het probleem is eigenlijk wel dat de NS ook steeds meer bezig is met gratis internet aan te bieden in de trein. In feite is dat nog veel interessanter. Want hoe je het ook wendt of keert, het blijft natuurlijk verloren tijd als ik stilsta. Werken in de trein verhoogt de waarde van de reistijd enorm, zodat je de tijd volledig benut. Dus er zit een vervelende relatie met op een stationslocatie zoiets creëren en wat je allemaal in de trein kunt doen. In de trein worden de opties steeds uitgebreider.

Degenen die de locatie puur als werkplek gebruiken, daar bijvoorbeeld de hele dag zitten te werken, hechten juist wel waarde aan de plek en de filosofie van Seats2Meet. Zij zouden bijvoorbeeld als extra doel kunnen hebben dat zij hun netwerk uit kunnen breiden. Maar voor hen heeft het geen toegevoegde waarde dat het op een stationslocatie is. Ik denk dat het voor hen de functie wel belangrijk is, maar de locatie is daar ondergeschikt aan. Zij zouden dat net zo goed ergens anders in de binnenstad doen. Of misschien is voor hen de kosten juist wel belangrijker.

Treinreizigers

Als je op een stationslocatie zit, moet het wel gekoppeld zijn aan de vervoersstromen die daar plaatsvinden, want je zit middenin die stroom. Dat is het grote voordeel van een stationslocatie. Het gaat om efficiency: zo weinig mogelijk tijd kwijt zijn met op de locatie komen.

Moet je die plekken dan inrichten op de treinreiziger? In eerste instantie, want daarom zit het op het station, zodat je optimaal kunt profiteren van het vervoersaanbod. Dit is je primaire doelgroep. Je hebt dan wel concurrentie van de trein, omdat je daar ook kunt werken. Daarnaast heb je ook nog groepen die niet gekoppeld zijn aan het vervoersbedrijf, zoals de zzp'er die daar zit om te werken. Die kun je wel meenemen, maar die hebben ook andere locaties in de stad waar zij terecht kunnen. Een stationslocatie is vooral een locatiekeuze voor mensen die heel weinig tijd en heel veel afspraken hebben.

Dynamiek

Maakt het dan nog wat uit dat daar veel verschillende mensen voor kortere tijd komen? Is die dynamiek ook een onderdeel van de keuze om daar te gaan zitten? Dat denk ik niet, je redeneert vooral vanuit jezelf en degene die je eventueel wilt ontmoeten en dan is tijdbesparing een heel belangrijke factor.

Bijvoorbeeld de studies van Glenn Lyons, over de waarde van het reizen in de trein. Vroeger was dat verwaarloosde tijd, maar tegenwoordig is dat niet meer zo door allerlei technieken. De waarde van de reistijd neemt toe, omdat ik het ook productief kan maken. Als je dat nog niet gelezen hebt, dan zou ik dat maar doen, want je kunt dit ook toepassen op dit type plekken op stationslocaties. Daar geldt eigenlijk hetzelfde voor, maar het verplaatst zich niet.

Kantoren

Uit vastgoedwaardenstudies blijkt dat de waarden rondom stations hoog zijn. Dus blijktbaar is daar meer vraag naar de ruimte. Zou het nog een waarde kunnen hebben dat je daar mensen samenbrengt, zodat zij niet allemaal apart een kantoor moeten huren? Het spaart voor hen individueel wel kosten uit.

Kantoren worden allemaal kleiner, dus een daling in het aantal m^2 is wel gaande en een trend naar flexibilisering van de ruimte is nodig. Dit hoeft niet op een station, dat heeft met vervoersstromen te maken. Als je daar zelf in zit of als mensen naar mij toe moeten komen, dan is dat belangrijk. Anders kan ik net zo goed op een andere locatie gaan zitten.

Gemeentelijk beleid

Maar de stationslocatie neemt wel toe aan belang voor veel kantoren, bijvoorbeeld de Rabobank. Dus als ik de gemeente ben, moet ik dan faciliteren dat er ontmoetingsplekken komen? Ja, dat is zonder meer een goede zet, maar dat kan niet op alle stationslocaties, dit geldt vooral voor de grote intercity stations. Maar er zijn meerdere organisaties die dat aanbieden. De marktpartijen moet je dat laten ontwikkelen. Zij kunnen misschien ook wel gebruik maken van combinatieconcepten, van bijvoorbeeld een café en aparte hokjes waar je meer in rust kunt werken. Dan is even de vraag of de overheid daar wel iets over te regelen heeft. Het is meer dat zij wel moeten toejuichen dat dit soort dingen plaatsvinden.

Sommige voorstadstations zijn wel aantrekkelijk voor dit type plekken, omdat de autobereikbaarheid ook heel goed is. Daar kun je dan misschien meer groepen trekken. Dat is dan niet iets als Overvecht, maar voorstadstations met een intercity functie, zoals Rotterdam Alexander of Amsterdam Bijlmer ArenA. Het heeft dan ook te maken met of er al functies omheen zitten, vooral werkgelegenheid. Als er al veel werkgelegenheid zit, heb je als voordeel dat je er beter en goedkoper kunt parkeren. Maar het blijft belangrijk dat er een intercity stopt.

Draagvlak (2)

Is het nog belangrijk om alle drie de groepen binnen te halen, of zou je je op één kunnen richten? Ik denk dat je wel verschillende doelgroepen bij elkaar moet hebben, want dan krijg je draagvlak voor die voorziening. Bijvoorbeeld als je zakelijke mensen in een café-achtige ruimte hebt, is het belangrijk om ook niet-zakelijke mensen in die ruimte te hebben. En als je op een stationslocatie zit, is het toch belangrijk om die zzp'er mee te krijgen. Ook al heeft hij niets te maken met dat vervoersbedrijf dat er achter zit. Maar die zoekt gewoon een ruimte om mensen te ontmoeten. Die lift dus in feite mee, maar daardoor creëer je wel draagvlak. Dus ik zou niet op 1 groep richten, maar op de verscheidenheid. Maar er is wel concurrentie voor bepaalde groepen elders in de stad.

Aanbevelingen

Het advies voor de aanbieders zou dus kunnen zijn of zij niet meer variatie kunnen aanbieden, zodat alle groepen ook een ruimte naar wens hebben. Dat zie je op kantoren ook, dat daar steeds meer flexibilisering in de ruimte plaatsvindt. Met een afspraak zoals deze, heb je maar een kleine ruimte nodig. Als ik wil e-mailen, dan kan dat net zo goed aan een grote tafel met mijn laptopje, draadloos. Als ik dan op een gegeven moment geconcentreerd wil zitten werken, heb ik ook aan een kleine ruimte genoeg. Ik zoek dus de ruimte op basis van de activiteit en de concentratie die ik nodig heb. En die concepten zouden daarop in moeten spelen. De markt zoekt daar wel manieren voor.

Voor de ruimtelijke ordening is de stationslocatie wel een belangrijke, maar tot op zekere hoogte. Die cirkel daaromheen is groter, mensen vinden het vaak helemaal niet erg om even 5 of 10 minuutjes te lopen. Andere dingen zijn ook belangrijk.

Vliegvelden

Vergaderfaciliteiten op vliegvelden faciliteren vooral de lokale markt. Dat heeft te maken met het efficiënt gebruik van de tijd en de vervoersstromen. Waarschijnlijk komt er één persoon met het vliegtuig en komt er een lokaal iemand naar het vliegveld omdat dat op de vervoersstroom ligt. Soms vinden vergadering inderdaad wel op vliegvelden plaats, maar dan moet je wel heel *'time-pressed'* zijn. Meestal als het wat langer duurt, heb je toch de voorkeur om de stad in te gaan, omdat dat ook voordelen biedt voor lunches of diners buiten de vergadergebouwen.